

PROPOSAL BISNIS PLAN COMPETITION

ARRA



Disusun oleh:

MUTIARA ADI PUTRI

140410110038

Desember 2015

FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM

UNIVERSITAS PADJADJARAN

DAFTAR ISI

I.	LATAR BELAKANG & TUJUAN	
	A. LATAR BELAKANG.....	1
	1. SEJARAH.....	1
	2. KEBUTUHAN.....	1
	3. PELUANG.....	2
	B. TUJUAN.....	2
	1. VISI.....	2
	2. MISI.....	2
II.	SWOT ANALISIS.....	2
III.	DESKRIPSI PRODUK.....	3
IV.	COMPETITOR.....	5
V.	OPERATION PLAN.....	5
VI.	RENCANA PEMASARAN.....	6
VII.	RENCANA KEUANGAN.....	6
	1. BIAYA PRODUKSI.....	6
	2. BIAYA INVESTASI.....	7
	3. BIAYA OPERASIONAL.....	8
	4. TOTAL BIAYA.....	8
	5. PERHITUNGAN HPP & BEP.....	8
	6. RENCANA PENJUALAN & BIAYA PENJUALAN.....	9
VIII.	TIMELINE.....	9
IX.	PERINGANAN RESIKO BISNIS.....	9

LAMPIRAN

I

LATAR BELAKANG & TUJUAN

I. LATAR BELAKANG

1. SEJARAH

Berawal dari sebuah mesin jahit tua, yang dulu seringkali dipakai ibu untuk menjahit pakaian kami dengan penuh cinta. Namun setelah ibu meninggalkan kami semua, mesin jahit tersebut sudah lama tidak dipakai. Sampai pada akhirnya saya mencoba membuat pakaian-pakaian sendiri menggunakan mesin jahit tersebut, dan memakainya untuk kuliah sampai momen acara penting sekalipun. Saya membuat pakaian dari hati dan saya bersyukur tidak sedikit orang yang menyukai pakaian yang saya buat. Hingga saat ini banyak orang yang mempercayakan urusan *fashion* mereka kepada saya baik itu berupa konsultasi, maupun pembuatan pakaian untuk momen-momen penting mereka.

Mark Zuckerberg , CEO Facebook mengatakan , “Jika kamu benar-benar melakukan hal yang kamu cintai, maka hal tersebut akan lebih mudah untuk dilakukan dan akan mempunyai banyak jalan untuk mencapai tujuan”. Begitu pula keyakinan saya dengan membangun sebuah bisnis, pilihlah bisnis yang anda cintai. Dari situ saya mendapatkan ide untuk merintis bisnis di bidang yang saya cintai, yaitu *fashion*. Produk yang saya tawarkan adalah pembuatan pakaian seperti Dress, Kebaya, maupun Gaun seperti yang pembeli idamkan. Semoga dengan jalan ini, saya bisa membahagiakan keluarga dan orang-orang terdekat serta dapat memberi banyak manfaat bagi lingkungan sekitar.

2. KEBUTUHAN

Kebutuhan pasar dalam bidang *fashion* kini semakin meningkat didukung semakin tingginya kesadaran masyarakat akan pentingnya penampilan. Selain itu, hasrat wanita terhadap pakaian yang khusus dibuat untuk ukuran tubuhnya, keinginan wanita yang ingin tampil berbeda untuk dipakai untuk berbagai momen penting di hidupnya kini menjadi suatu kebutuhan tak terpisahkan di samping pakaian sehari-hari. Momen seperti pertunangan, wisuda, pernikahan, *bridesmaid*, *prom night* ,

family eksklusif uniform, seragam pengajian , dsb, Merupakan momen-momen dimana membutuhkan pakaian khusus yang bersifat eksklusif.

3. PELUANG

1. Dibutuhkannya personal service seorang desainer untuk membantu memenuhi kebutuhan wanita yang berbeda-beda dalam selera berbusana dan hasrat wanita yang ingin tampil berbeda dalam berbagai momen special.
2. Kurangnya perusahaan yang menawarkan jasa pembuatan pakaian eksklusif yang dikelola secara professional.
3. Dapat terbukanya lapangan pekerjaan dan dapat dijadikan wadah untuk pemberdayaan wanita.

II. TUJUAN

VISI

ARRA menjadi label fashion perusahaan pembuatan pakaian mewah terbaik di Indonesia

MISI

- Kepuasan pelanggan (*made with love in every detail*)
- *Create your dream dress*
- *Service like you are a princess!*
- Lapangan pekerjaan
- Penerapan *Sociopreneurship*

II

SWOT ANALISIS

STRENGTH	WEAK
<i>Create your dream dress</i>	Waktu pembuatan pakaian cukup memakan waktu
<i>Good service</i>	Mesin jahit masih belum lengkap sehingga

	saat ini masih menjahit di luar
Desain pakaian disesuaikan dengan bentuk tubuh	Masih belum terkenal
Pembuatan pakaian dilakukan secara profesional dengan memperhatikan kualitas jahitan	
Kemasan eksklusif	
Memiliki garansi bagi paket-paket tertentu	

OPORTUNITY	THREAT
Dapat membuka lapangan pekerjaan mulai dari <i>fashion designer</i> , pemola, tukang potong, tukang jahit, payetings, dll	Pesaing menawarkan harga yang lebih murah
	Plagialisme desain

III

DESKRIPSI PRODUK

ARRA merupakan label fashion yang bergerak khusus untuk memenuhi kebutuhan akan pembuatan pakaian mewah seperti dress, kebaya, dan gaun. Slogan kami adalah “Ciptakan pakaian impianmu bersama kami.” atau “Create your dream dress with us!”.

Logo ARRA (Gambar 3.1) didesain sedemikian rupa sehingga masyarakat mudah mengingat dan mengenalinya namun tetap memberikan kesan eksklusif dan *high end fashion*. Dalam proses produksinya, pembuatan pakaian ini melibatkan banyak rantai kebaikan yang cukup panjang dan masing-masing rantai sangat memperhatikan detail sampai tercipta suatu pakaian yang didalamnya terkandung nilai tinggi. Target market kami ialah wanita dewasa usia 22 – 27 tahun.



Gambar 3.1. Logo ARRA



Gambar 3.2. Salah satu detail payet

ARRA menawarkan beberapa paket yang dapat dipilih langsung oleh customer, yaitu paket Crystal, Diamond, dan Golden Pearl dan beberapa pilihan untuk penambahan payet. Nama-nama paket diambil dari nama perhiasan untuk menambah kesan mewah bagi *brand image* ARRA sendiri. Berikut detail paket yang di tawarkan dalam katalog pada gambar 3.3.



Gambar 3.3. Katalog ARRA

IV

COMPETITOR

FAKTOR	ARRA	A***byA*****	Butik2 Pasar
Kuantitas	-	+	+
Desain	+	-	-
Harga	=	=	+
Ketenaran	-	+	+
Inovasi	+	-	-
Tempat	-	+	+

Tabel 4.1. Perbandingan faktor pembanding dengan kompetitor

V

OPERATION PLAN

I. Jangka Pendek

1. One day service (Sewa kebaya)
2. Terdapat studio (untuk saat ini tempat : Bale Balantik Cisangkuy 62)
3. ARRA dikenal baik di lingkungan kampus-kampus di Bandung.

II. Jangka Menengah

1. Investasi mesin-mesin milik sendiri
2. Mempunyai pegawai tetap (Penjahit dan pelayan sendiri)
3. ARRA dikenal baik oleh masyarakat Bandung

III. Jangka Panjang

1. Membuka outlet atau gerai resmi
2. Memperluas jaringan dengan membuka outlet cabang di berbagai daerah
3. Workshop / Studio

VI

RENCANA PEMASARAN

1. Periklanan

Periklanan dapat dilakukan di social media dengan Endorse

2. Menjalinkan kerjasama dengan Make Up Artist

Menjalinkan kerjasama dengan Make Up Artist Bandung yang memiliki cukup banyak *followers* dari segi ketenaran.

3. Promosi penjualan (voucher)

Voucher dapat menarik konsumen untuk memakai produk dan atau jasa suatu merek.

4. Direct Marketing

Terjun langsung ke lapangan untuk membagikan brosur, kartu nama, memperkenalkan usaha, langsung kepada target market.

5. SDM dalam pemasaran jasa

Menambah jaringan marketing dengan memberikan promosi seperti reseller kepada orang yang mengajak memilih produk ARRA

6. Pameran & Fashion Show

Pameran rutin dan Fashion show bukan hanya untuk menambah Brand Image, namun juga supaya produk kita dikenal dan laku di pasaran.

VII

RENCANA KEUANGAN

JANGKA PENDEK

1. Biaya produksi

No	Komponen Biaya	Jumlah	Harga Satuan		Harga Total	
			(Rp.)	(Rp.)	(Rp.)	(Rp.)
A. Biaya Produksi						
1	Kain brokat	30 m	Rp	25.000,00	Rp	750.000,00
2	kain dalem	36 m	Rp	22.000,00	Rp	792.000,00
3	kain tilue	10 m	Rp	5.000,00	Rp	50.000,00
4	kain songket	26 m	Rp	35.000,00	Rp	910.000,00
5	kain velvet bludru	4 m	Rp	45.000,00	Rp	180.000,00
6	kain chiffon	2 m	Rp	15.000,00	Rp	30.000,00
7	kain burgundi	2 m	Rp	8.000,00	Rp	16.000,00
8	manik-manik	12 set	Rp	10.000,00	Rp	120.000,00
9	resleting	20 pc	Rp	2.000,00	Rp	40.000,00
10	Packaging	20 pc	Rp	10.000,00	Rp	200.000,00
11	Lebel gantung	20 pc	Rp	300,00	Rp	6.000,00
12	Label tempel	20 pc	Rp	200,00	Rp	4.000,00
13	upah payet	20 pc	Rp	20.000,00	Rp	400.000,00
14	upah penjahit	20 pc	Rp	100.000,00	Rp	2.000.000,00
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
Total Biaya Produksi					Rp	5.498.000,00
					Per produk :	Rp 274.900,00
					Biaya sebulan	Rp 5.498.000,00
					Biaya setahun	Rp 65.976.000,00

Tabel 7.1. Pemaparan biaya produksi

2. Biaya Investasi

No	Komponen Biaya	Jumlah	Harga satuan		Harga Total		Harga Jual	Umur Teknis (Tahun)	Biaya Penyusutan	
			(Rp.)	(Rp.)	(Rp.)	(Rp.)				
A. Biaya Investasi										
1	atk	1 set	Rp	100.000,00	Rp	100.000,00	Rp	-	0,25	Rp 400.000,00
2	Gantungan baju	3 lusin	Rp	20.000,00	Rp	60.000,00	Rp	-	3	Rp 6.666,67
3	Rak baju	3 buah	Rp	100.000,00	Rp	300.000,00	Rp	50.000,00	3	Rp 16.666,67
4	lighting	5 buah	Rp	40.000,00	Rp	200.000,00	Rp	-	1	Rp 40.000,00
5	Manekin	3 buah	Rp	150.000,00	Rp	450.000,00	Rp	50.000,00	5	Rp 20.000,00
6	kamper	2 buah	Rp	5.000,00	Rp	10.000,00	Rp	-	0,5	Rp 10.000,00
7	toples untuk manik-manik	10 buah	Rp	10.000,00	Rp	100.000,00	Rp	-	2	Rp 5.000,00
8	plang nama untuk butik	2 pc	Rp	150.000,00	Rp	300.000,00	Rp	-	2	
9	pembuatan katalog untuk d butik	2 buku	Rp	100.000,00	Rp	200.000,00	Rp	-	2	
10										
11										
12										
13										
14										
15										
16										
17										
18										
19										
20										
21										
22										
23										
24										
25										
26										
27										
28										
29										
30										
31										
32										
Total Biaya Investasi					Rp	1.720.000,00				
							per hari :	Rp	498.333,33	
							per tahun :	Rp	179.400.000,00	
							Per produk :	Rp	4.983,33	

Tabel 7.2. Pemaparan biaya investasi

3. Biaya Operasional

No	Komponen Biaya	Jumlah	Harga satuan		Harga Total	
			(Rp.)		(Rp.)	
A. Biaya Operasional						
1	brosur	1	Rp	100.000,00	Rp	100.000,00
2	endorse	1	Rp	500.000,00	Rp	500.000,00
3	Ongkos	20	Rp	40.000,00	Rp	800.000,00
5	Sewa Tempat	1	Rp	200.000,00	Rp	200.000,00
6	pulsa internet		Rp	60.000,00	Rp	60.000,00
7	jatah pameran	1	Rp	100.000,00	Rp	100.000,00
					Rp	-
					Rp	-
					Rp	-
Total Biaya Operasional					Rp	1.760.000,00
					biaya operasional /produk	Rp 88.000,00

Tabel 7.3. Pemaparan biaya operasional

4. Total biaya

No.	Uraian	Biaya
1	Biaya Investasi	Rp 1.720.000,00
2	Biaya Produksi	Rp 5.498.000,00
3	Biaya Operasional	Rp 1.760.000,00
Total Biaya		Rp 8.978.000,00

Tabel 7.4. Total Biaya

5. Perhitungan HPP, BEP

Harga Pokok Produksi			
Biaya Tetap	Rp 507.133,33		biaya penyusutan + biaya operasional
HPP	Rp 300.256,67		(biaya tetap+biaya produksi)/jumlah produksi
Analisis R/C		produksi 3 bulan sekali	
Total biaya produksi 1 bulan	Rp 1.832.666,67		
Total pendapatan	Rp 3.000.000,00		
Keuntungan per Bulan	Rp 1.167.333,33		
R/C	Rp 1,64		Total pendapatan/total biaya produksi
Santunan untuk pengrajin/bulan	Rp 58.366,67		
Untung bersih	Rp 1.108.966,67		
Break Event Point	Rp (1,84)		fix cost/(harga jual/unit-variabel cost/unit)

Tabel 7.5. Perhitungan HPP & BEP

Klien tidak mengembalikan pakaian yang telah disewa.	2	4	8
Ulasan negatif dari kritikus atau majalah yang dapat mempengaruhi <i>brand image</i> .	1	4	4
Pakaian rusak saat dikembalikan.	2	2	4

Tabel 9.1. Daftar resiko dan nilai resiko

Keterangan :

1. sangat tidak mungkin / tidak ada
2. sedikit kemungkinan / kecil
3. mungkin
4. kuat
5. sangat kuat

II. PENANGANAN RESIKO

Semakin tinggi nilai resiko dalam suatu hal, maka semakin tinggi pula penanganan resiko yang harus dilakukan untuk meminimalisir dampak negatifnya. Penanganan resiko yang diambil tercantum dalam tabel 9.2.

RESIKO	PENANGANAN RESIKO
Klien terlambat mengembalikan pakaian yang telah disewa.	- Melakukan reminder - Memberikan denda bagi keterlambatan seharga biaya penyewaan selama sehari
Sebuah competitor baru memotong harga produk.	Mampu memberikan nilai lebih terhadap barang (<i>added value</i>) baik dalam pelayanan maupun dari segi kepuasan produk sehingga konsumen lebih memilih ARRA.
Klien tidak mengembalikan pakaian yang	Saat melakukan penyewaan klien harus

telah disewa.	memberikan data diri secara lengkap , memberikan kontak salah satu keluarga yang bisa dihubungi, atau menyimpan KTP sampai pengembalian pakaian.
Ulasan negatif dari kritikus atau majalah yang dapat mempengaruhi <i>brand image</i> .	Tetap memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.
Pakaian rusak saat dikembalikan.	Diberikan denda seharga dengan biaya perbaikan kerusakan, atau seharga dengan pembuatan pakaian baru apabila kerusakan sudah tidak bisa ditanggulangi.

Tabel 9.2. Resiko dan penanganan resiko

LAMPIRAN

I. Biodata



PROFILE

Social, outgoing, versatile in fashion industry, helpful, loyal, tenacious, dynamic, open-minded, with great adaptability. I love to stay among people, and I find that the teamwork is a good resource to reach a successful idea. My journey started with a keen visual eye and interest in fashion industry. I am curious in understanding more about the way that art and imagination connects with fashion.

PERSONAL SKILL

Creativity 

Communication 

Teamwork 

Responsibility 

MUTIARA ADI PUTRI

fashion designer

EDUCATION

-  2015
Science
Padjadjaran University
-  2011
14 SHS Bandung

INTEREST

-  Read
-  Movies
-  Relationship
-  Jewelry
-  Fashion Show

PROFESSIONAL EXPERIENCE

-  2013/2015
Fashion designer
Create a trend hijab fashion start from sketching, designing, until creating at one of label hijab fashion.
-  2011/2014
Fashion stylist
Select items to appear in fashion media. Advise on photographic approaches and the selection of everything for photo shoots. Provide makeup and hijab styling services to clients or complete makeup and hijab styling on location for photo shoots.
-  2014
Jakarta Fashion Week
Free pass at Jakarta Fashion Week 2015 event as fashion observer and write articles on the latest fashion trends.

CONTACT INFO

-  Manglayang 1 no.11, Cibiru, Bandung, Indonesia
-  +6282116777895
-  mutiaraadiputri@rocketmail.com
mutiaraadiputri@gmail.com
-  @mutiara_adiputri
-  Mutiara adi putri

H I J A B F A S H I O N D E S I G N E R

 07/09
1993  100%
Woman