

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Bisnis

Falah Store merupakan *brand* muslim yang memberikan inovasi baru dalam *Fashion* muslim dikota Jambi, mengangkat konsep *dailywear* Falah akan menyediakan pakain muslim wanita yang bisa dikenakan setiap hari dan nyaman untuk melakukan kegiatan sehari-hari. Fokus utama Falah adalah kaum wanita muslim dengan menyediakan pakaian muslim

4.1.1 Visi dan Misi

Dalam menjalankan sebuah bisnis diperlukan pertanyaan agar dapat menggambarkan tujuan utama dalam sebuah bisnis, sehingga arah tujuan bisnis akan berjalan sesuai dengan yang telah ditentukan. Pertanyaan tersebut merupakan visi, misi dan tujuan Falah Store sebagai berikut;

a. Visi

Menjadikan Falah Store sebagai salah satu *brand fashion* kebanggan warga jambi dengan ciri khas batik Jambi dengan memberdayakan pengerajin batik lokal.

b. Misi

- Menyadarkan masyarakat bahwa dengan batik Jambi dengan desain modern dan glamor, mampu menunjang penampilan yang *fashionable*.

- Memberikan pelatihan kepada pengerajin batik lokal agar dapat menghasilkan produk dengan kualitas tinggi dan mampu bersaing di pasar internasional.
- Falah Store focus menciptakan produk-produk glamor dengan mengkombinasikan antara batik Jambi dengan bahan-bahan *Grade* tinggi

c. Tujuan

Falah Store pada tahun 2022 dapat mengadakan pameran Busana Muslim dengan tema Batik lokal.

4.2 Perencanaan Bisnis

4.2.1 Analisis Lingkungan Usaha

Dalam membangun bisnis diperlukan identifikasi mengenai pengaruh lingkungan usaha, pengaruh tersebut dapat dilihat dari faktor internal dan faktor external yang dapat memudahkan untuk melihat peluang potensial dan ancaman yang dihadapi dan melihat secara objektif kondisi-kondisi yang akan dihadapi.

a. Lingkungan Eksternal Makro

Beberapa literatur yang mempengaruhi eksternal makro diantaranya adalah politik, ekonomi, teknologi dan sosial :

1. faktor politik

pemerintah Indonesia mulai mengembangkan industry kreatif melalui kebijakanya berupa instruksi presidn nomor 6 tahun 2009 tentang ekonomi kreatif, kebijakan ini dilakukan oleh pemerintah Indonesia dalam rangka menggerakkan dan menstimulus

industri kecil melalui kebijakan industri kreatif, selanjutnya dengan terdapat perubahan kebijakan atas kementerian kebudayaan dan pariwisata (kemenbudpar) menjadi kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif (kemenparekraf) yang ditandai dengan diterbitkannya Perpres No 92 Tahun 2011, semakin memberi ruang kepada industry kecil untuk mengembangkan industri kreatif.

2. faktor ekonomi

faktor ekonomi adalah yang akan mempengaruhi daya beli konsumen, hal ini berkaitan dengan nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing. Hal ini akan berkaitan dengan bahan baku kain dan bahan pendukung lainnya. Nilai tukar rupiah terhadap dolar juga mempengaruhi daya beli masyarakat dan tingkat inflasi tinggi yang akan membuat masyarakat untuk menahan konsumsi. Berikut adalah table mengenai indeks harga konsumen dan mengenai inflasi terjadi berdasarkan data dari Bank Indonesia sebagai berikut :

Grafik 4.1

perkembangan inflasi kota Jambi



Sumber: BPS Provinsi Jambi (diolah)

Berdasarkan grafik 4.1 terlihat terjadinya naik turun tingkat inflasi yang terjadi di kota Jambi dari tahun 2012 hingga 2016. Hal ini mengindikasikan bahwa bisa terjadi kenaikan harga bahan baku yang dialami oleh Falah Store dan perubahan terhadap daya beli masyarakat yang akan mempengaruhi terhadap penjualan Falah Store.

3. faktor teknologi

teknologi semakin berkembang bagi perkembangan bisnis, Fashion dan teknologi memiliki kaitan erat hubungannya, tanpa campur tangan teknologi, dalam pembuatan pakaian misalnya, kita bisa menemukan kaitannya sejak jaman pra-sejarah, saat pertama kali orang menggunakan jarum jahit hingga penggunaan mesin tekstil bertenaga listrik pada abad dua puluh. Inovasi dan penemuan baru terus berkembang. Dan kini, abad dua puluh satu kita sudah mengenal *laser cut* dan teknik cetak tiga dimensi.

Dalam pemasaran pada tahun 1800-an orang hanya mengenal katalog cetak sebagai saluran penyebaran informasi *Fashion*. 100 tahun kemudian orang mengenakan majalah dan televise sebagai media alternative. Perkembangan tersebut memberi dampak besar terhadap perjalanan industri *fashion* di sepanjang abad dua puluh (1900-1999). Majalah cetak terutama, tampil sebagai saluran informasi *Fashion* yang berperan dalam mengarahkan *trend* dan selera konsumen.

Kehadiran internet bukan saja memberi keuntungan pada brand-brand *fashion* yang sudah lama eksis juga membuka ruang bagi tumbuhnya brand-brand baru yang memiliki modal relative kecil, di era internet seperti sekarang, sebuah brand yang belum sanggup membangun toko, bisa dengan relatif mudah membangun ecommerce yang biayanya jauh lebih ringan dibanding membangun toko.

Kehadiran teknologi digital di industri *Fashion* bukan hanya mewujudkan dalam website/ecommerce dan media sosial. Pemanfaatannya pun bukan hanya dalam bidang pemasaran, melainkan di sepanjang rantai pasokan (*supply chain*) industry *fashion*, termasuk dalam membuat ramalan tren ke depan (*trend forecasting*) seperti aspek kreativitas maupun komersial.

4. faktor social

perkembangan kesadaran masyarakat akan pengetahuan agama mendorong untuk melakukan perubahan dalam penampilan, dengan didukung kondisi sosial saat ini, media sosial saat ini sangat berperan aktif dalam kehidupan masyarakat perkotaan yang mana orang-orang suka membagikan moment- moment tertentu, selain itu faktor budaya memberikan efek terhadap fesyen yang dikenakan oleh masyarakat.

b. Lingkungan eksternal mikro

Dalam lingkungan eksternal mikro, akan dibahas beberapa faktor penting diantaranya akan mempengaruhi dalam menjalankan lingkungan usaha ini, yaitu pelanggan, competitor, pendatang baru, kekuatan pemasok, daya tawar konsumen dan produk pengganti :

1. Pelanggan (*costumer*)

Pelanggan Falah Store adalah kaum wanita yang berada dikota Jambi dengan rentang usia 17 sampai 35 tahun, yang dalam kesehariannya menggunakan hijab dan busana muslim untuk menunjang penampilan agar terlihat fashionable. Berpenghasilan 3.000.0000 sampai 5.000.000 perbulan dan tinggal di kota jambi ataupun kota –kota lain di Sumatra.

2. Pesaing (*competitor*)

Pesaing merupakan brand atau perusahaan yang menghasilkan atau menjual produk yang sama dengan produk yang perusahaan kita hasilkan atau pasarkan.

Dalam hal ini pesaing adalah perusahaan yang memproduksi produk –produk yang sama dengan Falah Store seperti Dress, hijab, ataupun Pasmina. Dengan target dan segmentasi yang sama dengan Falah Store.

Tabel 4.1 Pesaing

No	Pesaing	Kelebihan	Kekurangan
1	Ria Miranda	<ul style="list-style-type: none"> a. Memiliki butik hampir di seluruh kota-kota Indonesia b. Memiliki desain/motif yang eksklusif 	<ul style="list-style-type: none"> a. Ketersediaan stock sedikit b. Harga yang cukup mahal
2	Dian Pelangi	<ul style="list-style-type: none"> a. Memiliki brand yang kuat b. Motif langka 	<ul style="list-style-type: none"> a. Tidak banyak pilihan model b. Desain yang digunakan tidak bisa untuk dailywear
3	Rabani	<ul style="list-style-type: none"> a. Jaringan market yang kuat b. Berorientasi pada pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> a. Pemasaran yang cenderung terbuka dalam segi apapun, bahkan di website Rabani semua orang dapat mengetahui apapun tentang Rabani, sehingga banyak kompetitor yang meniru model Rabani
4	Zoya	<ul style="list-style-type: none"> a. Memiliki brand yang kuat b. Identik dengan pakaian syar'ih 	<ul style="list-style-type: none"> a. Bahan yang digunakan untuk produk gamis zoya kurang bagus, bahan spandek yang digunakan Zoya kurang nyaman dikenakan

3. Pemasok

Daya tawar *supplier*, hal ini terlihat dengan semakin mudahnya didapatkan bahan baku kain seperti di KT Cigondewah, KCT Tera Cigondewah, Royal Textile, Median Textile, KING's Textile dikota Bandung, selain itu kekuatan Pemasok di kota Jambi yaitu di Jambi Central Kain Kiloan (JCKK), toko Sumatra. Sehingga akan memudahkan mendapatkan bahan baku yang di cari dan mudah berganti *supplier* jika menaikkan harga diatas rata-rata.

4. Distribusi

Aktivitas distribusi mencakup pergudangan, saluran dan cakupan distribusi, lokasi ritel, wilayah penjualan, tingkat dan lokasi persediaan, alat transportasi, perdagangan besar dan lokasi ritel, wilayah penjualan, tingkat dan lokasi persediaan bahan baku. Falah Store menggunakan jasa ekspedisi pengiriman barang yang dilakukan untuk mengirim barang pembeli ke luar kota Jambi, kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Falah Store bisa dikatakan sudah berjalan dengan baik

c. Analisis lingkungan internal

analisis lingkungan Internal merupakan metode untuk melakukan analisis posisi usaha. *Key success factor* digunakan untuk melakukan analisis tersebut, sebab ini menjadi salah satu kunci keberhasilan :

- *Finance* (keuangan)

Keadaan keuangan Falah Store dikelola dengan baik, dimana pembukuan dan pencatatan dilakukan setiap periode *open order* atau

open pree order untuk mengetahui data penjualan dan pendapatan yang ada. Modal Falah Store ini berasal dari pemilik /owner.

- *Marketing* (pemasaran)

Pemasaran yang dilakukan oleh Falah Store berjalan baik dan efektif, Falah Store sudah memiliki *Loyal Costumer* dan mampu bersaing di pasar dengan keunggulan –keunggulan produknya. Untuk memberikan *Knowledge Product* Falah Store menggunakan Internet sebagai media untuk memberikan informasi-informasi serta detail produk kepada konsumen.

- *Operational* (operasional)

Dalam bagian operasional terdapat beberapa indikator, yaitu:

- a) *Capacity*

Falah Store memiliki standart yang berbeda pada setiap produknya, mulai dari kualitas bahan dengan grade yang berbeda-beda. Melihat permintaan konsumen terhadap produk-produk Falah Store maka Falah Store melakukan perhitungan terlebih dahulu sebelum melakukan produksi agar tidak terjadi over stock , selain menyediakan produk-produk yang *ready stock* Falah Store juga memproduksi produk dengan system *Pree-order*.

Sistem *Pree-order* merupakan salah satu bentuk dari pencegahan over stock, dengan dilakukanya sistem *pree-*

order maka jumlah /kapasitas produk yang di produksi sesuai dengan permintaan pasar/konsumen.

b) Inventory

Proses produksi yang dilakukan oleh Falah Store setiap seminggu sekali, selain itu untuk produk Signature akan dilakukan proses produksi setiap sebulan sekali. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi over stock dan dapat menjaga kualitas proses produksi.

c) Workforce

Falah Store memiliki jumlah tenaga kerja 4 orang. Pengelolaan tenaga kerja sudah cukup baik.

d) Quality

Untuk memberikan kualitas terbaik kepada konsumen Falah Store memberikan material dan kualitas jahitan yang baik, melakukan *Quality Control* sebelum produk di *packing* dan dikirim ke konsumen.

- *Human Resource*

Falah Store sudah menerapkan pembagian tugas masing pegawainya dengan berbekal pengalaman dalam masing-masing bidangnya pegawai dapat melakukan tugasnya dengan sebaik mungkin, untuk proses rekrutmen dan seleksi Falah Store akan memberikan informasi, lalu menyeleksi calon pegawai dengan kriteria yang dibutuhkan dan berpengalaman di bidangnya.

Jam kerja Falah Store yaitu hari Senin-Sabtu 08.00-17.00.

4.3 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan sebuah cara untuk mengidentifikasi faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, dan dilihat dari faktor internal dan eksternal yang membantu untuk menemukan kekuatan, kelemahan, peluang dan juga ancaman bagi Falah Store:

Tabel 4.1 kekuatan Falah Store

Strength 1 - S1	Menggunakan <i>Matterial</i> bahan dengan <i>Grade</i> tinggi
Strength 2- S2	Memiliki model –model pakaian ter- <i>update, chic</i> dan glamour
Strength 3- S3	Produk yang sangat nyaman
Strength 4- S4	Jumlah permintaan di kota Jambi meningkat

Selain kekuatan dari Falah Store terdapat pula kelemahan yang harus di perbaiki agar dapat memaksimalkan kepuasan terhadap konsumen dan dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen. Berikut kelemahan dari Falah Store :

Tabel 4.2 Kelemahan Falah Store

Weakness 1 – W1	Masih sedikit motif batik Jambi
Weakness 2 – W2	Manajemen kurang terstruktur
Weaknes 3 – W3	Belum memiliki pengalaman dibidang desain
Weakness 4 – W4	Kurangnya modal usaha

Industri fashion terus mengalami perkembangan, pakaian /busana kini sudah menjadi penunjang penampilan, berikut ini adalah peluang

yang bagi Falah Store dalam menghadapi persaingan di industry Fashion Khusus nya busana muslim wanita ;

Table 4.3 Peluang Falah Store

Opportunities 1 – O1	Gaya hidup masyarakat konsumtif
Opportunities 2 – O2	Dukungan dari pemerintah untuk industri kreatif
Opportunities 3 – O3	Produk bisa mengenalkan identitas kota Jambi
Opportunities 4 – O4	Jaringan promosi luas

Dalam menjalankan bisnis selalu ada ancaman, baik itu dari brand luar atau industri yang memproduksi produk sejenis, berikut adalah ancaman yang dihadapi oleh Falah Store ;

Tabel 4.4 Ancaman Falah Store

Threats 1 – T1	Tidak stabilnya harga bahan baku
Threats 2 – T2	Banyak pendatang baru yang meniru konsep batik
Threats 3 – T3	Penjiplakan produk dengan modelnya
Threats 4 –T4	Jangkauan iklan/promosi yang kurang merata

Faktor internal dari Falah Store, kekuatan maupun kelemahan, berikut adalah faktor-faktor strategis Falah Store yang di sajikan sebagai berikut:

Tabel 4.5 Internal Strategic Factor Summary

Internal strategic factor	Weight	Rating	Weight Score
Strength			
Jumlah permintaan di kota Jambi meningkat	0,1	3	0,3
Produk yang sangat nyaman	0,10	4	0,4
Memiliki model –model pakaian ter- <i>update, chic</i> dan glamour	0,1	3	0,3
Menggunakan Material dengan <i>Grade</i> yang tinggi	0,2	4	0,8
Weekness			
Masih sedikit motif batik Jambi	0,25	3	0,75
Kurangnya modal usaha	0,10	4	0,4
Belum memiliki pengalaman di bidang desain	0,15	2	0,45
Total	1		3,40

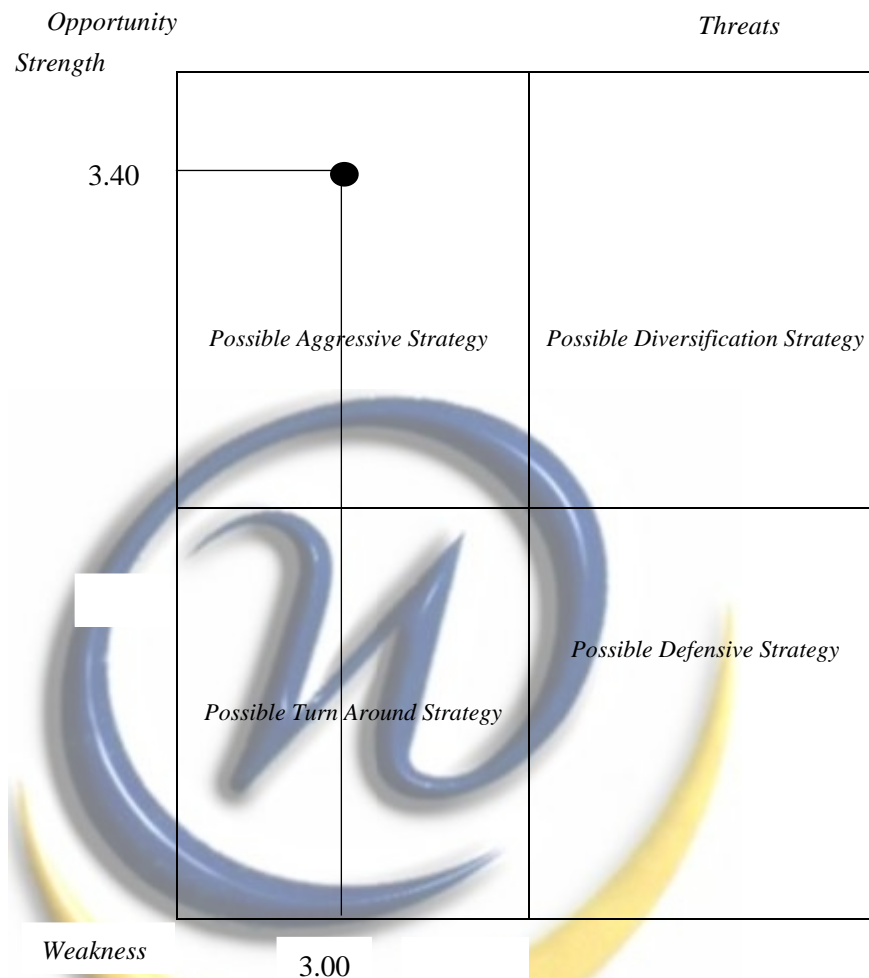
Sementara itu, Faktor-Faktor eksternal Strategi Falah Store sebagai berikut :

Tabel 4.6 External Strategic Factor Summary

External strategic factory summary	Weight	Rating	Weight score
Opportunities			
Gaya hidup masyarakat konsumtif	0,15	3	0,06
Dukungan dari pemerintah untuk industri kreatif	0,15	3	0,20
Produk bisa mengenalkan identitas kota Jambi	0,05	4	0,45
Jaringan promosi luas	0,15	4	0,45
Threats			
Penjiplakan produk dengan modelnya	0,20	2	0,40
Jangkauan iklan /promosi kurang merata	0,10	3	0,30
Banyak pendatang baru yang meniru konsep batik	0,10	3	0,30
Tidak stabilnya harga bahan baku	0,10	3	0,30
Total	1		3,00

a) Hasil analisis strategi bisnis Falah Store

Gambar 4.1
Matriks SWOT



Dari hasil analisis SWOT diatas, didapat

Strength-weakness = 3,40

Opportunities –Threats = 3,00

Hasil tersebut menunjukkan bahwa jika mengacu kepada matriks yang ada dibawah ini, maka di dapatkan posisi bisnis pada Possible Diversifation Strategy yang artinya bahwa pelaksanaan usaha Falah Store akan menguntungkan jika dijalankan.

4.2.2 Sasaran dan Strategi Usaha

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan diatas, dapat ditentukan apa yang menjadi sasaran dan strategi usaha untuk mencapai tujuan bisnis

Tabel 4.7 Strategi Usaha Falah Store

<p>Internal factor</p> <p>External factor</p>	<p>Strengths</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan <i>Matterial</i> bahan dengan <i>Grade</i> tinggi. • Memiliki model –model pakaian <i>ter-update, chic</i> dan glamour • Produk yang sangat nyaman • Jumlah permintaan di kota Jambi meningkat 	<p>Weakness</p> <ul style="list-style-type: none"> • Belum memiliki pengalaman dibidang desain • Manajemen kurang terstruktur • Kurangnya modal usaha • Masih sedikit motif batik Jambi
<p>Opportunities</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jaringan promosi luas • Produk bisa mengenalkan identitas kota Jambi • Dukungan dari pemerintah untuk industri kreatif 	<p>SO Strategy</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membuat produk yang lebih inovatif dengan mengangkat lebih banyak budaya jambi. • Memanfaatkan teknologi dan informasi, untuk 	<p>WO Strategy</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kerja sama dengan supplier bahan, dan pengerajin batik lokal untuk meningkatkan penjualan serta menambah variasi produk khususnya

<ul style="list-style-type: none"> • Gaya hidup masyarakat konsumtif 	<p>memasarkan produk-produk Falah Store di web</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menjadi salah satu sponsor diacara hari baik nasional yang digelar di kota Jambi 	<p>motif-motif batik Jambi</p>
<p>Threats</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jangkauan iklan/promosi yang kurang merata • Penjiplakan produk dengan modelnya • Banyak pendatang baru yang meniru konsep batik • Tidak stabilnya harga bahan baku 	<p>ST Strategy</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mendaftarkan Falah di HAKI (agar dapat meminimalisasi penjiplakan pesaing). • Meningkatkan kualitas pelayanan offline dan online 	<p>WT Strategy</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bekerja sama dengan pengerajin batik lokal. • Bekerja sama dengan supplier bahan.

Dengan paduan strategi usaha pada tabel 4.7, Falah Store diharapkan dapat menangkap setiap peluang yang ada serta meminimalisir setiap ancaman yang akan dihadapi, selain itu Falah Store perlu mengembangkan produk, desain, serta meningkatkan kualitas produk, untuk menjadi pemenang di pasar Falah Store juga harus meningkatkan pengetahuan di bidang marketing dan bidang fashion.

4.2.2.1 Strategi Perencanaan

Strategi perencanaan sangat diperlukan dalam menjalankan sebuah bisnis agar arah bisnis dapat sesuai dengan tujuan sebagaimana yang telah di targetkan, bagian ini akan menjelaskan tentang strategi perencanaan dari Falah Store.

- **Perencanaan Pemasaran**

Tujuan dari perencanaan pemasaran Falah Store adalah untuk dapat menentukan strategi yang tepat dalam memasarkan produk di pasaran dan tepat pada sasaran atau target pasar.

- **Tujuan Perencanaan Pemasaran**

Tujuan dari perencanaan pemasaran adalah agar dapat mencapai tujuan dalam memasarkan produk.

- **Rencana Strategi Pemasaran**

analisis *segmenting, targeting* dan *postioning* (STP dari Falah Store) sebagai berikut:

➤ **Segmenting**

Tabel 4.8 Segmentasi Falah Store

Geografis	Khusus	Daerah kota Jambi , seperti daerah Mayang, kota baru, dan daerah kabupaten Jambi seperti Muaro Jambi, Muaro Bungo dan provinsi Sumatra Selatan.
Demografi	Umum	Indonesia
	Jenis Kelamin	Perempuan
	Usia	23-35 tahun
	Kelas Ekonomi	Menengah keatas
	Penghasilan	Rp. 4.000.000/lebih
	Sasaran	Remaja, ibu-ibu yang fashionable
Psikografis	Dalam segmentasi psikografis Falah Store menawarkan berbagai macam produk yang dapat dijangkau oleh kalangan menengah atas. Sosial menengah keatas memiliki sifat konsumtif	

Segmentasi geografis khusus adalah kota Jambi karena masyarakat kota memiliki sifat konsumtif, dengan banyak public figure yang mengenakan busana muslim memacuh masyarakat untuk mengikuti trend ini, di kota Jambi sendiri perkembangan Fashion muslim mulai tumbuh sehingga kota Jambi di pilih sebagai target utama dalam pemilihan segmentasi Falah Store. Selain itu dengan belum meratanya promosi melalui online maka Falah Store akan melakukan promosi secara offline.

➤ **Target****Tabel 4.9 Target Falah Store**

Geografis	Falah Store melakukan target segmentasi geografis di kota Jambi, kabupaten muaro Jambi khususnya.		
Demografis	Jenis kelamin	Wanita	100 persen
	Usia	23-30	70 persen
		31-35	30 persen
	Sasaran	Remaja dan ibu-ibu mudah perkotaan yang ingin terlihat fashionable.	Falah Store memiliki target pasar remaja dan ibu-ibu perkotaan yang ingin terlihat fashionable
Psikografis	Dalam target psikografis Falah Store menawarkan produk-produk yang dapat di jangkau oleh kalangan menengah atas, karena sosial menengah atas memiliki sifat konsumtif.		

Pada target Falah Store kaum wanita , remaja dan ibu-ibu mudah menjadi target utama untuk tahap ini secara geografis di pilih tempat perkotaan.

➤ **Positioning**

Positioning yang dilakukan oleh Falah Store dengan *tagline* tampil glamour dengan batik.

Selain STP (*Segmenting, Targeting, positioning*) untuk dapat mengembangkan strategi pemasaran maka digunakan sebuah analisis *marketing mix* yang memiliki empat poin utama dalam pengembangan pemasaran produk ;

➤ *Product*

Produk yang ditawarkan Falah Store mengedepankan kualitas diharapkan dengan kualitas yang bagus dapat memberikan kesan tersendiri bagi para pelanggan Falah Store. Untuk voal printing Falah Store menggunakan batik Jambi sebagai motif andalan yang menjadi ciri khas tersendiri. Selain itu untuk produk Dress Falah store mengkombinasikan batik Jambi dengan bahan polos.

➤ *Price*

Harga yang ditawarkan oleh Falah Store bervariasi sesuai dengan series produk, untuk harga dress Rp. 250.000 – 350.000 untuk harga blouse Rp. 125.000.000 untuk harga Voal Printing Rp. 95.000-110.000.

➤ *Place*

Tempat usaha Falah Store berada di kota Jambi, sedangkan untuk penjualan Falah Store melakukan penjualan online dan offline. Jambi dipilih sebagai *workshop* karena Falah Store ingin mengembangkan batik Jambi sebagai identitas kota Jambi.

➤ Promotion

Promosi yang dilakukan oleh Falah Store adalah sebagai berikut :

a. Promosi Daring

Promosi Daring atau Online adalah menggunakan media sosial seperti Instagram, facebook kemudian mengandalkan media online yang dilakukan Falah Store membuat katalog Online yang di posting di Instagram dan Facebook dalam 1 bulan sekali.

Selain itu cara yang dilakukan untuk promosi adalah dengan endorse selebgram, promote Instagram Store (paid promote) dan kerja sama sengan account-account dengan jumlah followers nya banyak.

b. Promosi Luring

Promosi luring atau offline Falah Store melakukan iklan di koran-koran lokal (tribun jambi) dan mengikuti bazzar – bazzar di kota Jambi materi promosi antara lain:

- Memberikan diskon kepada pelanggan pada hari Batik Nasional dan pada hari ulang tahun kota Jambi.
- Memberikan diskon khusus produk Scarff pada hari besar Islam.

4.3 Perencanaan Operasi

Dalam perencanaan operasi terbagi kedalam dua bagian yaitu ;

a. Tujuan Perencanaan Operasi

Tujuan utama dari perencanaan operasi adalah memaksimalkan kualitas dan biaya dalam produksi dan layanan yang diberikan secara optimal.

b. Perencanaan Operasi

Perencanaan operasi merupakan bagian dari rencana kerja strategis. Ini menggambarkan cara-cara jangka pendek mencapai tonggak dan menjelaskan bagaimana, atau sebagian rencana strategis akan dimasukkan ke dalam operasional selama periode operasional dilakukan. Strategi ini dipilih oleh Falah Store untuk memenangkan persaingan yang akan dihadapi akan tetapi selalu menitik beratkan pada bagaimana biaya rendah dapat terlaksana. Karena aspek oprasional merupakan hal yang sangat fundamental dalam menjalankan semua kegiatan termasuk dalam bisnis. Aspek tersebut diantaranya:

Tabel 4.10 Perencanaan Operasi

Business Process	Pesaing	Falah Store
<i>Supplier</i>	Pesaing menggunakan matterial yang dibeli di Jakarta	Falah Store menggunakan matterial dibeli dari Bandung dan Jambi. Hal ini di karenakan adanya kerjasama Falah Store dengan pengerajin batik di Jambi.
<i>Input</i>	kain yang sudah dibeli, diambil sendiri.	Kain yang sudah dibeli akan dikirim ke tempat produksi
<i>Process</i>	Pesaing memakai sistem <i>franchise</i> (dikirim dari <i>Brand</i> pusat)	Falah Store berada di kota Jambi, memperdayakan pengerajin batik di daerah sekoja, untuk home industri Falah Store berada di daerah Mayang Mangurai kota Jambi.
<i>Output</i>	Pengirim menggunakan JNE dan J&T	Falah Store melakukan kerjasama dengan <i>start-up</i> ekspedisi Sicepat Express dan menggunakan ojek online untuk pengiriman di dalam kota Jambi (ini dipercaya lebih mempercepat untuk mengirim barang ke konsumen)

Sumber: pengolahan data 2018

4.3.1 Perencanaan SDM

a. Tujuan Perencanaan SDM

Perencanaan sumber daya manusia adalah tujuan untuk merencanakan tenaga kerja agar sesuai dengan kebutuhan bisnis secara efektif dan efisien. Untuk dapat terus

berjalan Falah Store merekrut beberapa SDM untuk menjalankan aktifitas bisnisnya.

b. Kebutuhan SDM

Dalam menunjang aktifitas bisnis dari Falah Store diperlukan SDM yang memiliki kompetensi dalam bidang-bidang yang dibutuhkan. Adapun SDM yang dibutuhkan oleh Falah Store adalah sebagai berikut:

1. 1 orang pemimpin yang mengatur semua organisasi
2. 1 orang yang melakukan *Quality Control product* dan pengemasan produk
3. 1 desainer yang melakukan dan mendesain produk –produk
4. 1 digital marketing
5. 1 orang financial
6. 3 orang penjait
7. 1 admin media sosial
8. 1 tenaga pendukung

Tabel 4.11 Gambaran Tugas Karyawan

Jabatan	Jumlah	Tugas
Manager	1	<ul style="list-style-type: none"> • Mengatur proses manajemen usaha • Mengarahkan dan memimpin karyawan • Mengendalikan organisasi bisnis • Mengembangkan kualitas usaha • Mengevaluasi kinerja bisnis dan karyawan
Keungan	1	<ul style="list-style-type: none"> • Mencatat transaksi (pengeluaran-pemasukan) • Membuat laporan keuangan setiap bulannya /setiap periode Pree-order atau open order • Mengatur peramalan terhadap keuangan
Desainer & fotografi	2	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat desain produk Falah Store • Membuat materi Foto dan konten branding yang inovatif
Operasional	4	<ul style="list-style-type: none"> • Mengatur semua operasional di Falah Store • Memastikan setiap produk yang diproduksi sesuai dengan standar yang telah ditentukan • Melakukan Quality Control agar produk memiliki kualitas yang tinggi
Digital marketing	1	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat materi iklan

		<ul style="list-style-type: none"> • Mengurusi bagian IT
Admin	1	<ul style="list-style-type: none"> • Mencatat setiap orderan • Melakukan pembelian setiap keperluan produksi • Melakukan pengecekan setiap pesanan • Menerima komplein dari konsumen
Tenaga pendukung	1	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan perbaikan asset • Mengirim pesanan ke ekspedisi

c. Penetapan SDM

Penetapan SDM akan dilakukan berdasarkan dengan kemampuan yang dimiliki dari keahliannya dari setiap individu

➤ Sistem perekrutan

Perekrutan akan dilakukan dengan cara mencari informasi dari berbagai komunitas-komunitas kreatif di kota Jambi terutama untuk desainer, fotografi dan digital marketing. Sedangkan untuk tenaga lainnya akan mencari informasi dari kerabat atau informasi teman-teman yang berkompetensi dibidang tersebut.

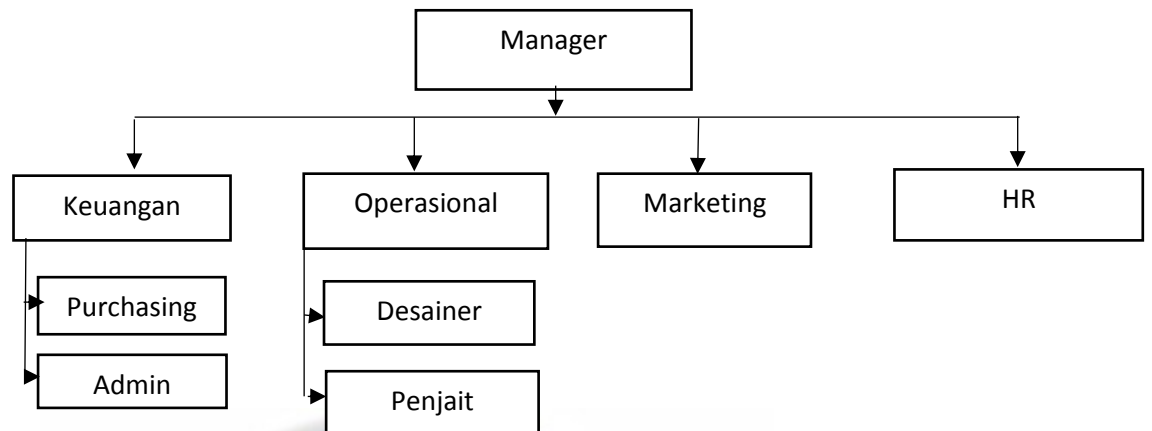
➤ Sistem penggajian

Sistem penggajian yang akan diterapkan oleh Falah Store akan menggunakan sistem pembayaran per bulan dengan nilai gaji yang berbeda-beda pada setiap pegawai.

Tabel 4.12

Gaji pegawai

Biaya pegawai					
No	Karyawan	Jumlah karyawan	Normal	Total	
				Per bulan	Per tahun
1	Manager	1	Rp.5.000.000	Rp.5.000.000	Rp.60.000.000
2	Keuangan	1	Rp. 3.500.000	Rp.3.500.000	Rp.42.000.000
3	Desainer & fotografi	2	Rp. 2.500.000	Rp.2.500.000	Rp.60.000.000
4	Operasional	3	Rp.3.000.000	Rp.3.000.000	Rp.108.000.000
5	Digital marketing	1	Rp. 3.000.000	Rp.3.000.000	Rp.60.000.000
6	admin	1	Rp. 3.000.000	Rp.3.000.000	Rp. 60.000.000
7	Tenaga pendukung	1	Rp.1.500.000	Rp.1.500.000	Rp.18.000.000
Tunjangan					
1	Tunjangan BPJS	10	Rp. 650.000	Rp.650.000	Rp.7.680.000
2	Uang makan siang	10	Rp. 120.000	Rp.120.000	Rp. 1.440.000
Total				Rp. 22.270.000	Rp. 417.120.000

c. Struktur Organisasi**Gambar 4.2 struktur oargnsisasi**

Struktur organisasi pada gambar 4.2 merupakan rancangan yang dibuat untuk menghadapi persaingan yang akan di hadapi dan akan terus mengalami perkembangan dinamika organisas, struktur tersebut akan di implementasikan secara penuh ketika bisnis Falah Store semakin berkembang, untuk saat ini pekerjaan dan tugas tersebut seperti HR dan Marketing akan dikerjakan terlebih dahulu oleh manager dan bagian operasional hal ini dilakukan guna untuk melakukan efesiensi di tahun pertama.

4.3.2 Perencanaan Keuangan

1. Analisis Aspek Keuangan

➤ Biaya oprasional

Biaya Operasional Falah Store

BIAYA OPERASIONAL					
Biaya-biaya	Biaya Tahun 1	Biaya Tahun 2	Biaya Tahun 3	Biaya Tahun 4	Biaya Tahun 5
Gaji Pegawai	Rp 472.800.000	Rp 486.984.000	Rp 501.593.520	Rp 516.641.326	Rp 532.140.565
Tunjangan Pegawai	Rp -		Rp -	Rp -	Rp -
Biaya BPJS	Rp 1.224.000	Rp 2.400.000	Rp 2.400.000	Rp 2.400.000	Rp 2.400.000
Biaya ATK dan keperluan lainnya	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000
Biaya Sewa Bangunan	Rp 18.000.000	Rp 18.000.000	Rp 20.000.000	Rp 25.000.000	Rp 25.000.000
Biaya Air	Rp 6.000.000	Rp 600.000	Rp 600.000	Rp 600.000	Rp 600.000
Biaya Listrik	Rp 12.000.000	Rp 12.000.000	Rp 12.000.000	Rp 12.000.000	Rp 12.000.000
Biaya Internet & Pulsa	Rp 4.800.000	Rp 5.000.000	Rp 5.000.000	Rp 5.000.000	Rp 5.000.000
Biaya Perawatan mesin	Rp 5.400.000	Rp 3.000.000	Rp 3.000.000	Rp 3.000.000	Rp 3.000.000
Biaya Matterial	Rp 211.180.000	Rp 211.180.000	Rp 211.180.000	Rp 211.180.000	-
Biaya marketing	Rp 10.000.000	Rp 10.000.000	Rp 10.000.000	Rp 10.000.000	Rp 10.000.000
Biaya Perawatan ruangan	-	Rp 3.000.000	Rp 3.000.000	Rp 3.000.000	Rp 3.000.000
Total	Rp 743.904.000	Rp 754.664.000	Rp 771.273.520	Rp 791.321.326	Rp 595.640.565

Selanjutnya biaya perangkat dari Falah Store sebagai berikut :

Biaya Perangkat Falah Store

No.	KENDARAAN & PERALTAN			
	ITEM	HARGA	UNIT	TOTAL
1	Motor	Rp 9.000.000	1	Rp 9.000.000
2	Meja & kursi Kantor	Rp 4.000.000	3	Rp 12.000.000
3	Laptop	Rp 3.000.000	1	Rp 3.000.000
5	Printer	Rp 800.000	1	Rp 800.000
6	Rak/Lemari Stock	Rp 2.000.000	1	Rp 2.000.000
7	Handphone	Rp 1.500.000	1	Rp 1.500.000
8	Kipas Angin	Rp 500.000	2	Rp 1.000.000
9	timbangan digital	Rp 1.350.000	1	Rp 1.350.000
				Rp -
TOTAL				Rp 30.650.000
PERALATAN PENUNJANG				
1	Peralatan Kebersihan	Rp 500.000	1	Rp 500.000
TOTAL				Rp 31.150.000

Kebutuhan Modal

Berdasarkan total biaya oprasional dan biaya perangkat maka didapatkan nilai total project cost dari Falah Store

Total Biaya Proyek

Total Project Cost (TPC)	
Biaya Perangkat	Rp 49.150.000
Biaya Operasional	Rp 613.080.000
TOTAL	Rp 662.230.000

Modal yang diperlukan untuk usaha Falah Store diperkirakan mencapai Rp. **662.230.000** yang di proyeksikan selama 2 (dua) tahun 5(lima) bulan diharapkan dalam kurun waktu tersebut kegiatan usaha Falah Store ini sudah mampu mengembalikan modal investasi yang telah ditanam

Proyek Pendapatan

LABA RUGI						RATA-RATA
	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5	
Pendapatan						
Total Pendapatan	Rp 960.000.000	Rp 1.008.000.000	Rp 1.058.400.000	Rp 1.111.320.000	Rp 1.166.886.000	Rp 1.060.921.200
Biaya Operasional						
Total Biaya Operasional	Rp 613.080.000	Rp 619.210.800	Rp 625.402.908	Rp 631.656.937	Rp 637.973.506	Rp 625.464.830
Gross Profit	Rp 346.920.000	Rp 388.789.200	Rp 432.997.092	Rp 479.663.063	Rp 528.912.494	Rp 435.456.370
Depresiasi	Rp 6.315.000	Rp 6.315.000	Rp 6.315.000	Rp 6.315.000	Rp 6.315.000	Rp 6.315.000
EBIT	Rp 340.605.000	Rp 382.474.200	Rp 426.682.092	Rp 473.348.063	Rp 522.597.494	Rp 429.141.370
Interest	0%	0%	0%	0%	0%	
EBT	Rp 340.605.000	Rp 382.474.200	Rp 426.682.092	Rp 473.348.063	Rp 522.597.494	Rp 429.141.370
Tax	Rp 4.800.000	Rp 5.040.000	Rp 5.292.000	Rp 5.556.600	Rp 5.834.430	Rp 5.304.606
Net Income	Rp 335.805.000	Rp 377.434.200	Rp 421.390.092	Rp 467.791.463	Rp 516.763.064	Rp 423.836.764
NPM %	34,98	37,44	39,81	42,09	44,29	39,72
EBIT %	35,48	37,94	40,31	42,59	44,79	40,22
ROI %	45%	52%	60%	68%	76%	60%
EAT	35%	37%	40%	42%	44%	40%

Selain itu EBIT (Earing Before Interest and Tax) margin yang dihasilkan adalah Rp. 340.605.000 atau setara dengan 34,98 persen untuk tahun pertama dan hasil NPM (Net Profit Margin) yang dihasilkan adalah sebesar Rp.335.805.000 atau setara dengan 35,48 persen untuk tahun pertama yang termasuk dalam kategori yang sedang, sedangkan rasio keuangan Falah Store adalah meliputi Net Present Value (NVP) Internal Rate of Return (IRR), payback Period (PP) sebagai berikut:

Rasio –Rasio Keuangan

ASPEK KELAYAKAN						
Tahun	Cash Out	Cash In	Net Cash	DF	NPV	NPV Kumulatif
0	Rp 662.230.000		-Rp 662.230.000	1,000	-Rp 662.230.000	-Rp 662.230.000
1		342.120.000	Rp 342.120.000	0,943	Rp 322.754.717	-Rp 339.475.283
2		Rp 383.749.200	Rp 383.749.200	0,890	Rp 341.535.422	Rp 2.060.139
3		Rp 427.705.092	Rp 427.705.092	0,840	Rp 359.109.443	Rp 361.169.582
4		Rp 474.106.463	Rp 474.106.463	0,792	Rp 375.536.725	Rp 736.706.307
5		Rp 523.078.064	Rp 523.078.064	0,747	Rp 390.874.358	Rp 1.127.580.665
					NPM	39,72
					PBP	2,653351312
					NPV	1.127.580.665
					IRR	52%
					PI	3,2
					ROI	60%
					Gross Profit Margin	64%

Dari tabel Rasio Keuangan dapat diketahui bahwa investasi yang dilakukan investasi yang dilakukan untuk menjalankan usaha busana muslim Falah Store digolongkan sebagai berikut:

1. Net Present Value (NVP)

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan diperoleh net present Value (NVP>0) yang memiliki nilai positif Rp. 1.127.580.665 ini menunjukkan bisnis busana muslim Falah Store layak untuk dilaksanakan.

2. Internal Rate of Return (IRR)

Nilai yang dihasilkan melebihi discount Factor (tarif bunga yang diasumsikan berlaku) hasil IRR tersebut adalah 52% sehingga tingkat pengembalianya melebihi beban bunga yang harus dibayarkan (IRR>6persen)

3. Payback Period

Tingkat pengembalian investasi terjadi tahun ke 2 bulan ke 5 berdasarkan tabel diatas

4. *Gross Profit Margin*

Dilihat dari nilai gross profit Margin 64%

5. Return On Investment potensial (ROI)

Nilai ROI sebesar 60% artinya kemampuan usaha dari Falah Store dapat menghasilkan keuntungan dari nilai investasi.

6. Profitability index (PI)

Nilai PI menunjukan angka 3,2 yang memiliki arti usaha busana muslim Falah Store layak untuk dijalankan. Indikator kelayakan berdasarkan profitability index harus lebih besar dari 1 (satu).

Sumber dana

Sumber dana untuk menjalankan bisnis Falah Store diperoleh modal sendiri dan Partner dalam mengembangkan usaha ini.

2.Sumber Dana

Sumber dana untuk menjalankan bisnis Falah Store diperoleh dari modal sendiri dan partner ditambah dengan beberapa orang investor dalam pengembangan usaha ini.

4.4 Manejenn Inovasi

Falah Store memahami inovasi berperan penting dalam kemajuan dan perkembangan usaha. Inovasi merupakan kemampuan untuk menggunakan solusi kreatif yaitu mengembangkkn ide dan menemukan cara yang baru dalam menghadapi peluang sehingga memberikan manfaat :



Produk

Produk yang dihasilkan ialah baju muslimah untuk wanita dan scraff yang memiliki keunikan diantaranya motif batik dalam bentuk kerudung printing / scraff batik printing. Berikut inovasi yang dilakukan oleh Falah Store :



Perhitungan yang dilakukan untuk melihat kelayakan dalam menjalankan bisnis

Falah Store maka langkah selanjutnya adalah melihat kelayakan bisnis

berdasarkan Model Timmons, berikut model Timmons untuk bisnis Falah Store

VARIABEL	KRITERIA	INDIKATOR		Falah Store	PENILAIAN
Pasar dan hal yang terkait	Kebutuhan dan keinginan konsumen	Teridentifikasi	Tidak teridentifikasi	Teridentifikasi	Potensi Tinggi
	Konsumen	Terjangkau dan menerima produk	Tidak atau sulit dijangkau	Terjangkau dan menerima produk	Potensi Tinggi
	Waktu Kembali Modal	<1 Tahun	>3 Tahun	2 tahun 5 bulan	Potensi Sedang
	Nilai tambah	IRR 52%	IRR <20%	IRR 252%	Potensi Tinggi
	Tingkat pertumbuhan pasar	20%	<20%	41,40% (bekraf)	Potensi Tinggi
	Tingkat laba kotor	>40%	<20%	32,80%	Potensi Sedang
Keunggulan kompetitif	Biaya tetap dan tidak tetap	Tinggi	Rendah	Tinggi	Potensi Tinggi
	Tingkat pengendalian harga biaya	Tinggi	Rendah	Tinggi	Potensi Tinggi
	Jaringan	Luas dan kuat	Sempit	Luas dan kuat	Potensi Tinggi
Kreasi nilai dan isu-isu realisasi	Laba setelah pajak	10-15% atau lebih	<5%	EBIT 35,48%	Potensi Tinggi
	Waktu arus kas positif	<2 Tahun	>3Tahun	Tahun Pertama	Potensi Tinggi
	Tingkat pengembalian investasi	40-70% atau lebih	<20%	ROI 60%	Potensi Sedang

Berdasarkan analisis yang dilakukan dengan menggunakan model Timmons,

Falah Store sangat layak untuk dijalankan karena akan menghasilkan keuntungan,

pangsa Pasar yang terus tumbuh dan terus berkembang akan memberikan hasil

bisnis yang positif bagi Falah Store untuk menjalankan dan mengembangkan bisnis.

