

## **BAB IV**

### **PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Profil Perusahaan**

Hicaber merupakan salah satu bisnis yang bergerak di bidang *fashion muslimah* yang berdiri dari bulan 7 Mei 2016. Nama Hicaber merupakan singkatan dari “Hijrah Mencari Berkah”. Hijrah menurut bahasa Arab adalah berpindah, menjauhi, atau menghindari. Hijrah menurut Hicaber adalah proses perpindahan individu ke arah yang lebih baik untuk mendapatkan berkah. Ide awal ini tercetus karena banyak wanita yang awalnya tidak memakai hijab, menjadi memakai hijab untuk aktivitas sehari-harinya. Oleh karena itu, pada awal membangun bisnis, Hicaber mengeluarkan produknya berupa macam-macam aneka hijab. Saat ini Hicaber berencana untuk mengembangkan bisnisnya dengan menjual busana muslim khusus wanita.

##### **4.1.1 Visi, Misi dan Tujuan**

Dalam menjalankan suatu bisnis diperlukan hal-hal mendasar yang menggambarkan tujuan dan maksud utama dari bisnis tersebut, sehingga dapat memberikan produk dan layanan terbaik kepada konsumen. Hal-hal tersebut tertuang dalam visi, misi, dan tujuan bisnis. Untuk itu perusahaan membuat visi, misi, dan tujuan bisnis yang diuraikan sebagai berikut.

a. Visi

Menjadi perusahaan *fashion muslimah* yang paling dikagumi.

b. Misi

1. Menghasilkan produk yang berkualitas tinggi dengan standar mutu terjaga dan inovatif dan memberikan *service excellence* kepada konsumen.
2. Selalu memastikan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dan menguntungkan serta memaksimalkan nilai pemegang saham.
3. Secara terus menerus menciptakan lapangan kerja yang layak untuk masyarakat.
4. Menjadi merek yang memberikan nilai positif dengan menggunakan kemasan yang ramah lingkungan.

c. Tujuan

1. Mendapatkan keuntungan dan mensejahterakan pemilik dan tenaga kerja.
2. Menjadi merek yang selalu dipercaya para pelanggan.

#### 4.2 Analisis Lingkungan Usaha

Dalam melakukan analisis lingkungan usaha, perlu dilakukan identifikasi mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kegiatan usaha yang meliputi faktor eksternal dan faktor internal. Analisis lingkungan eksternal dan internal akan memberikan manfaat dalam pengambilan keputusan di perusahaan yaitu menentukan perlu atau tidaknya dilakukan pengembangan usaha dan sebagai pertimbangan dalam menentukan strategi yang tepat untuk perusahaan. Selain itu dapat pula membantu perusahaan untuk mengidentifikasi peluang potensial dan ancaman yang akan dihadapi.

### **a. Analisis Lingkungan Eksternal Makro**

Beberapa faktor yang mempengaruhi lingkungan eksternal makro di antaranya adalah sebagai berikut.

#### 1) Faktor Politik

Operasional suatu perusahaan dipengaruhi oleh faktor politik dalam suatu periode waktu tertentu. Dalam mengelola kegiatan bisnis, perusahaan harus memperhatikan iklim politik, kebijakan dan peraturan pemerintah dalam membuat keputusan. Terguncangnya stabilitas politik dapat berimplikasi pada stabilitas perekonomian negara, yang secara tidak langsung akan mempengaruhi kegiatan bisnis.

Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi besar dalam mengembangkan ekonomi kreatif. Pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia secara sistematis dimulai dengan Instruksi Presiden Nomor 26 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, yang berhasil merumuskan Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2009-2025 oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.

Banyak faktor politik yang harus diperhatikan oleh pebisnis, yaitu sebagai berikut.

- **Peraturan perdagangan**

Pemerintah telah menetapkan undang-undang perdagangan dalam Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014. Undang-undang ini mengatur ketentuan dasar dan umum antara lain dalam perdagangan domestik (dalam negeri) dan internasional, standarisasi barang dan jasa, perdagangan melalui sistem

elektronik, dan pengembangan usaha kerjasama, skala kecil, mikro dan menengah.

- Kebijakan perpajakan

Kebijakan perpajakan pada suatu negara menjadi salah satu faktor politik yang harus diperhatikan. Berlaku mulai 1 Juli 2018, pemerintah menetapkan pajak baru dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 23 Tahun 2018. tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan Dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang memiliki Peredaran Bruto Tertentu.

- Ketenagakerjaan

Perusahaan juga harus memperhatikan dasar hukum mengenai ketenagakerjaan. Dasar hukum mengenai peraturan ketenagakerjaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), diatur dalam perundang-undangan berikut.

- Undang-undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan.
- Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2013 Tentang Pelaksanaan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

- Legalisasi Bisnis

Dalam mengurus legalisasi bisnis, pemerintah telah membuat peraturan tentang perdagangan yang meliputi ketentuan perizininan usaha yang perlu dimiliki oleh pengusaha berupa SIUP. Hal ini berdasarkan Peraturan Menteri

Perdagangan (Permendag) NO. 46/2009 tentang Perubahan Atas Permendag No. 36/2007 mengenai Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan.

- Merek Dagang

Merek merupakan penanda identitas dari sebuah produk barang atau jasa yang ada dalam perdagangan. Hak merek adalah bentuk perlindungan hak kekayaan intelektual yang memberikan hak eksklusif bagi pemilik merek terdaftar. Peraturan mengenai pendaftaran merek diatur dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

- Hak Cipta

Hak cipta adalah hak eksklusif pemegang hak cipta untuk mengatur penggunaan hasil penuangan gagasan atau informasi tertentu. Hal ini harus diperhatikan dalam berbisnis untuk melindungi produk dari pembajakan. Perlindungan hak cipta akan memberikan manfaat bagi keberlangsungan bisnis, dengan mendaftarkan produk hasil kreativitas, maka pemegang hak cipta akan lebih kuat di mata hukum. Hak cipta telah diatur pemerintah dalam UU Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

- Informasi dan Transaksi Elektronik

Dalam menghadapi tantangan perkembangan *e-commerce* di Indonesia, pemerintah telah menerbitkan undang-undang untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan bagi para pelaku di sektor *e-commerce* yaitu Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Elektronik (UU ITE).

- Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen diatur dalam UU Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Republik Indonesia.

- Monopoli

Pemerintah telah memberikan larangan penguasaan atas produksi dan/atau pemasaran barang dan jasa yang dapat mengakibatkan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Larangan praktik monopoli dalam dunia usaha dan persaingan usaha yang tidak sehat tercantum pada Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

## 2) Faktor Ekonomi

Beberapa faktor ekonomi yang mempengaruhi kegiatan bisnis adalah tingkat inflasi, tingkat suku bunga, tingkat tenaga kerja dan pengangguran, tingkat harga dan upah, kebijakan fiskal dan moneter.

Data yang didapatkan dari Laporan Inflasi (Indeks Harga Konsumen) Bursa Efek Indonesia berdasarkan perhitungan inflasi tahunan menunjukkan angka 3.13% pada bulan Desember 2018.

**Tabel 4.1 Tingkat Inflasi Tahun 2018**

Bulan Tahun	Tingkat Inflasi
Desember 2018	3.13 %
Nopember 2018	3.23 %
Oktober 2018	3.16 %
September 2018	2.88 %
Agustus 2018	3.20 %
Juli 2018	3.18 %
Juni 2018	3.12 %
Mei 2018	3.23 %
April 2018	3.41 %
Maret 2018	3.40 %
Februari 2018	3.18 %
Januari 2018	3.25 %

Sumber : Bursa Efek Indonesia ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id))

Data di atas menunjukkan bahwa laju inflasi di Indonesia pada tahun 2018 cukup terkendali.

Perusahaan juga harus mempertimbangkan tingkat suku bunga. Tingkat suku bunga berdasarkan BI 7-days Reverse Repo rate per tanggal 23 Oktober 2018 adalah 5,75 persen. Data tingkat suku bunga memberikan manfaat bagi perusahaan untuk menentukan sumber modal bisnis dan target keuntungan yang akan dicapai.

### 3) Faktor Sosial

Dalam menjalankan kegiatan bisnis, perusahaan harus memperhatikan pola konsumerisme dan gaya hidup masyarakat. Saat ini, gaya hidup masyarakat dipengaruhi oleh tren yang berkembang di media sosial. Gara berbusana para *influencer* di media sosial menjadi pengaruh bagi masyarakat yang mengikuti akunnya. Hal ini dapat dilihat dari *platform* media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu instagram.

#### 4) Faktor Teknologi

Perkembangan teknologi melahirkan kemajuan dalam bidang *fashion*. Saat ini, para desainer dapat melakukan perancangan busana dengan menggunakan alat seperti *pen tablet* dan aplikasi desain yang beragam. Kemajuan perkembangan teknologi pada mesin jahit pun telah memberikan kemajuan dalam industri *fashion*. Selain itu, kemunculan aplikasi *marketplace* dan pengembangannya membantu para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli. Hal tersebut membuat perubahan perilaku masyarakat dari belanja secara *offline* (secara langsung membeli di toko) menjadi belanja *online*. Saat ini, perusahaan pun dapat dengan mudah melakukan beragam kegiatan promosi melalui *instagram ads* atau *facebook ads*.

#### **b. Analisis Lingkungan Eksternal Mikro**

Dalam melakukan bisnis, perusahaan akan selalu masuk ke dalam persaingan. Ada empat dimensi pokok yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan untuk dapat bersaing secara efektif, yaitu *Channels*, *Customers*, *Competitors*, dan *Collaborators*.

##### 1) *Channels* (Saluran Distribusi)

*Channel* atau saluran distribusi adalah sarana perusahaan dalam menyampaikan *value proposition* kepada segmen pasar yang akan dilayani. *Channel* berfungsi dalam beberapa tahapan, dimulai dari kesadaran pelanggan hingga pelayanan purna jual. Untuk menyampaikan *value proposition* tersebut, *channel* yang dipilih adalah sebagai berikut.

- *E-Commerce*
- *Reseller* atau agen
- *Supplier*

## 2) *Customers*

Perusahaan melayani dua jenis pelanggan, yaitu pelanggan individual atau *customer market* dan pelanggan korporasi atau *business market*.

- *Customer market*

Pelanggan individu atau *customer market* adalah pelanggan individu yang membeli produk perusahaan untuk dikonsumsi sendiri. Pelanggan *fashion muslimah* saat ini menunjukkan pergeseran gaya hidup dari belanja *offline* ke *online*. Oleh karena itu, untuk menjangkau pelanggan individu tersebut, Hicaber akan melakukan penjualan melalui website

- *Business Market*

Pelanggan korporasi atau *business market* adalah pelanggan yang melakukan pembelian produk untuk diperjualbelikan kembali dalam rangka meraih keuntungan. Dalam hal ini Hicaber akan melayani *reseller* yang melakukan pembelian dalam jumlah besar untuk dijual kembali. Untuk pelanggan tersebut, Hicaber akan memberikan harga kerja sama khusus atau harga grosir.

## 3) *Competitors* (Pesaing)

Kompetitor merupakan perusahaan yang menjual produk yang sama atau yang bergerak dalam bidang *fashion muslimah*. Saat ini, terdapat banyak pesaing dalam industri *fashion muslimah*, Selain itu tingginya permintaan terhadap

*fashion* muslimah membuat banyaknya pendatang baru dalam industri ini bermunculan. Berikut adalah peta persaingan untuk industri *fashion* muslimah.

**Tabel 4.2 Peta Persaingan Kompetitor**

No	Kompetitor	Kelebihan	Kelemahan
1	<b>Umama Scarf</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Brand</i> sudah dikenal masyarakat</li> <li>• Membuka toko di berbagai kota</li> <li>• Harga jual terjangkau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemilihan kain jilbab yang sulit dibentuk seperti kain silk</li> <li>• Kurangnya variasi warna dan motif</li> </ul>
2	<b>Geya Gallery</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menggunakan konsep <i>cutting</i> unik</li> <li>• Menggunakan material kain yang ringan</li> <li>• <i>Digital marketing</i> yang baik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurang permainan warna dan motif</li> <li>• Tidak memiliki website</li> </ul>
3	<b>Lozyhijab</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas bahan baku baik</li> <li>• Penjualan melalui website</li> <li>• Harga terjangkau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak menjual hijab motif</li> <li>• Tidak tergabung dalam <i>marketplace</i></li> </ul>
4	<b>Gianisa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsep <i>casual</i></li> <li>• Menyediakan produk dengan berbagai macam warna</li> <li>• Harga terjangkau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variasi produk sedikit</li> <li>• Tidak memiliki website</li> </ul>
5	<b>Ethnicmine</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Busana muslim dengan konsep batik dan kain tenun</li> <li>• Tersedia banyak motif kain</li> <li>• Menggunakan kain tenun <i>handwooven</i> bukan <i>printing</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desain cenderung formal</li> <li>• Tidak memiliki website</li> <li>• Karakteristik bahan kurang menyerap keringat</li> </ul>

Sumber : Observasi Internet

#### 4) *Collaborators (Supplier)*

*Collaborators* adalah pihak yang bekerja sama dengan perusahaan dalam memperlancar aktivitas usaha, yaitu pemasok. Perusahaan harus bekerja sama dengan pemasok untuk mendapatkan sumber bahan baku produksi. Saat ini tersedia beberapa alternatif pemasok kain di Bandung yaitu kawasan tekstil Cigondewah (KTC), pertokoan tekstil Jalan Tamim dan pertokoan tekstil Baltos. Namun perusahaan harus memilih pemasok yang profesional. Dalam proses kerja sama dengan pemasok, harus dibentuk kontrak kerja yang berisi mekanisme koordinasi pesanan dan pengiriman bahan baku, serta mekanisme pembayaran yang disepakati.

#### **c. Analisis Lingkungan Internal**

Tujuan analisis lingkungan internal adalah untuk dapat mengerti dan memahami lingkungan organisasi sehingga manajemen dapat menentukan keputusan tepat terhadap setiap perubahan yang akan dilakukan. Analisis lingkungan internal meliputi empat aspek, yaitu aspek keuangan, pemasaran, operasional, dan sumber daya manusia.

##### *1) Finance*

Saat ini Hicaber menggunakan modal sendiri untuk membangun bisnisnya, sehingga modalnya masih sangat terbatas untuk mengembangkan bisnis lebih besar lagi, selain itu Hicaber belum memiliki pencatatan keuangan yang baik, masih banyak hal-hal mengenai pemasukan dan pengeluaran yang tidak terdokumentasi, sehingga Hicaber sulit untuk menganalisis perkembangan

bisnisnya, sehingga dalam perencanaan bisnis ini harus dicari solusi untuk masalah tersebut. Untuk memperluas skala bisnis, Hicaber akan bekerja sama dengan penanam modal. Dalam proses kerja sama, Hicaber akan memberikan laporan keuangan yang memberikan gambaran mengenai kemampuan perusahaan dalam mendapatkan dan mengelola laba.

## 2) *Marketing*

Hicaber melakukan pemasaran yang fokus secara *online*. Saat ini, Hicaber sudah memiliki akun instagram dengan 3000 *followers* aktif, selain itu Hicaber aktif dalam melakukan promosi *online* melalui *instagram ads* dan *endorse* selebgram. Pengetahuan dan pengalaman dalam pengelolaan media sosial menjadi kelebihan bagi Hicaber. Namun saat ini, Hicaber belum memiliki *website* penjualan sendiri dan pemanfaatan *digital marketing* yang belum optimal.

## 3) *Operational*

Dari segi operasional, Hicaber memiliki hubungan baik dengan pemasok untuk mendapatkan bahan baku. Hicaber bekerja sama dengan pemasok yang memiliki kualitas bahan baku yang dibutuhkan. Pemilihan bahan baku utama yaitu kain menjadi penting karena bagi konsumen *fashion muslimah* karakteristik dan kualitas kain menjadi hal yang dipertimbangkan.

Hicaber membeli bahan baku tersebut langsung di tempat pemasok. Hal ini tentunya membuat waktu produksi menjadi tidak menentu, karena tidak semua bahan baku tersedia saat itu juga. Selain itu, saat ini Hicaber belum memiliki mesin produksi, sehingga untuk melakukan produksi Hicaber bekerja sama dengan vendor konveksi yang menerima jasa *makloon*. Oleh karena itu dalam

perencanaan bisnis ini, Hicaber akan membuat perencanaan pembelian mesin jahit untuk produksi dan merekrut tenaga penjahit, sehingga Hicaber dapat mengontrol secara langsung proses produksi.

#### 4) *Human Resources*

Sumber daya manusia Hicaber saat ini sudah memiliki pengetahuan dan keahlian mengenai *fashion* seperti pengetahuan dasar mengenai desain dan teknik jahit. Hal ini penting karena menjadi bekal untuk dapat mengembangkan bisnis di bidang industri *fashion* muslimah. Selain itu, pengalaman dalam mengelola *online shop* menjadi bekal untuk dapat mengembangkan bisnis ini lebih besar lagi. Dalam melakukan bisnis *online*, Hicaber selalu memberikan pelayanan ramah dan cepat tanggap kepada pelanggan. Namun Hicaber belum memiliki desainer sehingga Hicaber memiliki keterbatasan dalam mendesain produk baru karena hanya mengandalkan SDM yang ada.

#### d. Analisis SWOT

Analisis SWOT dilakukan untuk mengetahui dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang akan membantu perusahaan untuk menemukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bagi perusahaan.

**Tabel 4.3 Gambaran SWOT**

<i>STRENGTH</i>	<i>WEAKNESS</i>
1. <i>Knowledge</i> dan <i>skill</i> yang mendukung bisnis <i>fashion</i> .	1. Modal yang dimiliki masih sedikit.
2. Pengalaman dalam pemasaran secara	2. Belum memiliki mesin jahit untuk produksi.

<p><i>online.</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Bahan kain yang berkualitas.</li> <li>4. Pengendalian kualitas produk yang baik.</li> <li>5. <i>Service excellence</i> kepada pelanggan.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Tidak memiliki sistem pencatatan keuangan yang sesuai PSAK.</li> <li>4. Belum memiliki <i>fashion designer</i>.</li> <li>5. Tidak memiliki <i>website</i> penjualan.</li> </ol>
<p><b>OPPORTUNITY</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingginya potensi pasar <i>fashion</i> muslim di Indonesia.</li> <li>2. Adanya dukungan pemerintah dalam industri kreatif.</li> <li>3. Perkembangan teknologi yang mendukung desain dan bisnis <i>online</i>.</li> <li>4. Gaya hidup masyarakat yang konsumtif.</li> </ol>	<p><b>THREAT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Munculnya para pemain baru di industri <i>fashion</i> muslim.</li> <li>2. Kreativitas dan inovasi produk yang dilakukan oleh pemain lama.</li> <li>3. Harga bahan baku yang tidak stabil.</li> <li>4. Mudahnnya penjiplakkan terhadap inovasi yang sudah dilakukan.</li> </ol>

Adapun kekuatan yang lebih rinci yang dimiliki oleh Hicaber dapat dilihat dari tabel berikut.

**Tabel 4.4 Kekuatan Hicaber**

<i>Strength 1 – S1</i>	<i>Knowledge</i> dan <i>skill</i> yang mendukung bisnis <i>fashion</i> .
<i>Strength 2 – S2</i>	Pengalaman dalam pemasaran secara <i>online</i> .
<i>Strength 3 – S3</i>	Penggunaan kain yang berkualitas.
<i>Strength 4 – S4</i>	Pengendalian kualitas produk yang baik.
<i>Strength 5 – S5</i>	<i>Service excellence</i> kepada pelanggan.

Selain kekuatan, beberapa kelemahan yang dimiliki Hicaber akan diperbaiki agar dapat memaksimalkan keuntungan dan kepuasan bagi konsumen, yaitu:

**Tabel 4.5 Kelemahan Hicaber**

<i>Weakness 1 – W1</i>	Modal yang dimiliki masih sedikit.
<i>Weakness 2 – W2</i>	Tidak memiliki sistem pencatatan keuangan yang sesuai PSAK.
<i>Weakness 3 – W3</i>	Belum memiliki mesin jahit untuk produksi.
<i>Weakness 4 – W4</i>	Belum memiliki <i>fashion designer</i> .
<i>Weakness 5 – W5</i>	Tidak memiliki <i>website</i> .

Adapun beberapa peluang dari usaha *fashion* muslimah yang dapat dimanfaatkan oleh Hicaber dapat dilihat dalam tabel berikut.

**Tabel 4.6 Peluang Hicaber**

<i>Opportunity 1 – O1</i>	Tingginya potensi pasar <i>fashion</i> muslim di Indonesia.
<i>Opportunity 3 – O2</i>	Dukungan dari pemerintah untuk industri kreatif di Indonesia.
<i>Opportunity 3 – O3</i>	Perkembangan teknologi yang mendukung desain dan bisnis <i>online</i> .
<i>Opportunity 4 – O4</i>	Gaya hidup masyarakat yang konsumtif.

Selain peluang, terdapat beberapa ancaman yang muncul bagi kegiatan bisnis Hicaber. Beberapa ancaman yang dihadapi Hicaber antara lain sebagai berikut.

**Tabel 4.7 Ancaman Hicaber**

<i>Threat 1 – T1</i>	Munculnya para pemain baru di industri <i>fashion</i> muslim.
<i>Threat 2 – T2</i>	Kreativitas dan inovasi produk yang dilakukan oleh pemain lama.

<i>Threat 3 – T3</i>	Harga bahan baku yang tidak stabil.
<i>Threat 4 – T4</i>	Mudahnya penjiplakkan terhadap inovasi yang sudah dilakukan.

Berdasarkan hal-hal yang telah dijabarkan di atas, terdapat faktor internal yang dimiliki oleh Hicaber. Faktor-faktor internal strategis dari segi usaha Hicaber dapat dijelaskan sebagai berikut.

**Tabel 4.8 Internal Strategic Factors Summary**

<i>Internal Strategic Factor</i>	<i>Weight</i>	<i>Rating</i>	<i>Weight Score</i>
<b><i>Strength</i></b>			
<i>Knowledge dan skill yang mendukung bisnis fashion.</i>	0,20	4	0,80
Pengalaman dalam pemasaran secara <i>online</i> .	0,10	3	0,30
Penggunaan kain yang berkualitas.	0,10	3	0,30
Pengendalian kualitas produk yang baik.	0,05	3	0,15
<i>Service excellence</i> kepada pelanggan.	0,05	3	0,15
<b>Total</b>			<b>1,70</b>
<b><i>Weakness</i></b>			
Modal yang dimiliki masih sedikit.	0,20	2	0,40
Tidak memiliki sistem pencatatan keuangan yang sesuai PSAK.	0,05	2	0,10
Belum memiliki mesin jahit untuk produksi.	0,10	3	0,30
Belum memiliki <i>fashion designer</i> .	0,10	4	0,40
Tidak memiliki <i>website</i> .	0,05	2	0,10
<b>Total</b>			<b>1,30</b>
<b>Total Score IFAS</b>			<b>3,00</b>

Dari tabel di atas didapatkan nilai matriks *Internal Strategic Factors Summary* sebesar 3,00.

Adapun untuk faktor-faktor eksternal strategis usaha dari Hicaber dapat disimpulkan sebagai berikut.

**Tabel 4.9 External Strategic Factors Summary**

<i>External Strategic Factor</i>	<i>Weight</i>	<i>Rating</i>	<i>Weight Score</i>
<b>Opportunity</b>			
Tingginya potensi pasar <i>fashion</i> muslim di Indonesia.	0,20	5	1,00
Adanya dukungan pemerintah dalam industri kreatif.	0,10	3	0,30
Perkembangan teknologi yang mendukung desain dan bisnis <i>online</i> .	0,10	4	0,40
Gaya hidup masyarakat yang konsumtif.	0,10	4	0,40
<b>Total</b>			<b>2,10</b>
<b>Threats</b>			
Banyak munculnya para pemain baru di industri <i>fashion</i> muslim.	0,15	4	<b>0,60</b>
Kreativitas dan inovasi produk yang dilakukan oleh pemain lama.	0,15	3	<b>0,45</b>
Harga bahan baku yang tidak stabil.	0,10	3	<b>0,30</b>
Mudahnya penjiplakkan terhadap inovasi yang sudah dilakukan.	0,10	3	<b>0,30</b>
<b>Total</b>			<b>1,65</b>
<b>Total Score EFAS</b>			<b>3,75</b>

Nilai matriks *External Strategic Factors Summary* = Nilai *Opportunity*–  
 Nilai *Threat* = 3,75.

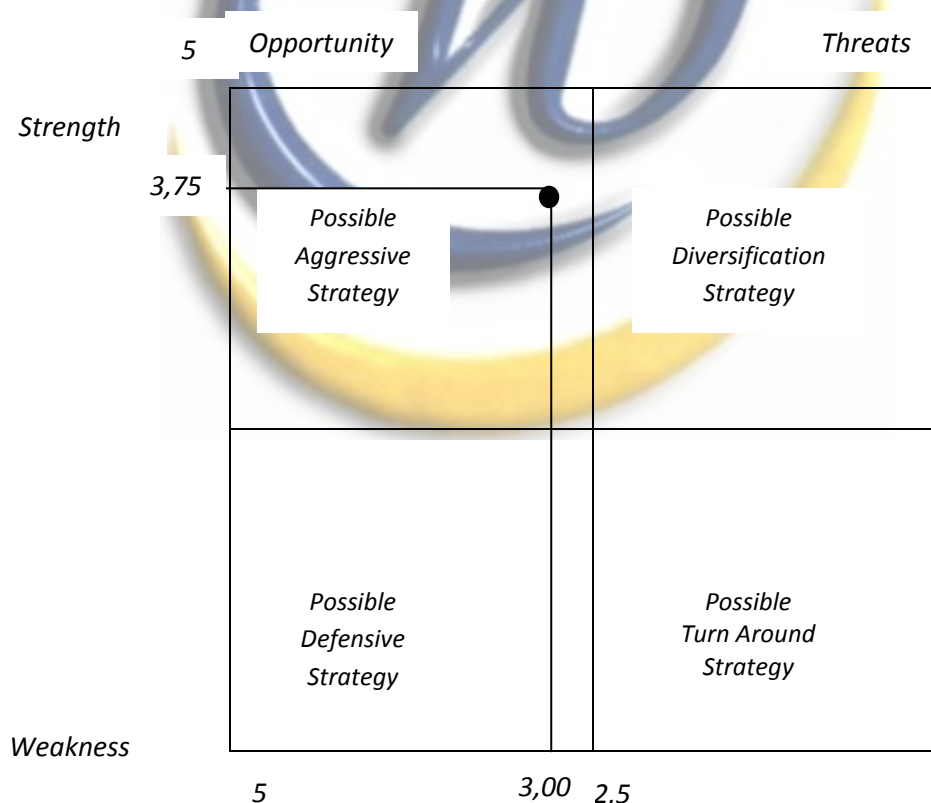
Nilai *Internal Strategic Factors Summary* dan *External Strategic Factors Summary* dibuat koordinat untuk mengetahui strategi yang akan dilakukan oleh perusahaan.

#### e. Hasil Analisis Strategi Bisnis

Dari hasil perhitungan analisis SWOT yang telah dilakukan didapat:

- *Internal Strategic Factors Summary (Strength – Weakness) = 3,00*
- *External Strategic Factors Summary (Opportunity-Threats) = 3,75*

Hasil tersebut menunjukkan bahwa jika mengacu kepada matriks yang ada di bawah ini, maka didapatkan posisi bisnis sebagai berikut.



**Gambar 4.1 Portofolio Analisis**



<i>Threats</i>	<b>Strategi ST</b>	<b>Strategi WT</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Munculnya para pemain baru di industri <i>fashion</i> muslim.</li> <li>• Kreativitas dan inovasi produk yang dilakukan oleh pemain lama.</li> <li>• Harga bahan baku yang tidak stabil.</li> <li>• Mudah nya penjiplakkan terhadap inovasi yang sudah dilakukan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mendaftarkan hak cipta merek.</li> <li>• Mengikutsertakan karyawan desainer ke dalam seminar <i>fashion</i>.</li> <li>• Promosi dengan menggunakan konten kreatif.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bekerja sama dengan penanam modal.</li> <li>• Berkolaborasi dengan desainer terkenal.</li> </ul>

### 4.3 Strategi Perencanaan

#### 4.3.1 Perencanaan Pemasaran

Strategi perencanaan pemasaran meliputi analisis STP (*Segmenting, Targetting, dan Positioning*) dan bauran pemasaran. Berikut adalah analisis STP dari Hicaber.

##### 1. Segmentasi

Hicaber menentukan segmentasi pasar berdasarkan demografis, geografis, dan psikografis. Segmentasi pasar berdasarkan demografis yaitu sebagai berikut.

- 1) Jenis kelamin : Wanita
- 2) Usia : 18 – 35 Tahun.
- 3) Pekerjaan : Mahasiswa, Pegawai, Wirausaha, Ibu Rumah Tangga.
- 4) Agama : Islam.
- 5) Penghasilan : Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000 per bulan.

Berdasarkan segmentasi demografis di atas, wanita pada usia tersebut dianggap sebagai dewasa muda yang sudah memiliki ciri khas atau memiliki

ketertarikan dalam berpakaian. Segmen tersebut memiliki kecenderungan untuk mengikuti mode yang sedang berkembang.

Segmentasi pasar berdasarkan geografis yaitu seluruh daerah perkotaan di Indonesia. Namun pada awalnya pasar sasaran akan diarahkan terlebih dahulu bagi wanita kota Bandung kemudian ke kota-kota di sekitarnya.

Segmentasi pasar berdasarkan psikografis, yaitu dilihat dari gaya hidup. Gaya hidup konsumen *fashion muslimah* saat ini di antaranya adalah gaya hidup konvensional, gaya hidup modern, dan gaya hidup hedonis. Gaya hidup konvensional seperti membeli barang atau pakaian hanya di toko, tidak menggunakan internet dan tidak melakukan belanja secara *online*. Gaya hidup modern yaitu menggunakan *smartphone* dan internet, melakukan belanja secara *online*, dan bertransaksi *online* menggunakan kartu debit, kartu kredit, atau layanan *e-money* seperti GoPay, Ovo, dan T-Cash. Sedangkan gaya hidup hedonis yaitu senang membeli barang mahal dan sering menghabiskan waktu di luar, selain itu berperilaku ingin menjadi pusat perhatian.

## 2. **Targeting**

Hicaber membidik konsumen wanita yang memiliki gaya hidup modern dan hedonis yang sudah aktif menggunakan *smartphone* untuk berbelanja *online*. Selain itu, Hicaber menargetkan konsumen yang menggunakan busana muslimah tidak hanya saat acara tertentu saja, namun untuk sehari-hari untuk tampil lebih *fashionable*.

### 3. *Positioning*

*Positioning* Hicaber adalah *fashion* muslimah batik unik dan modern. Hicaber memposisikan dirinya sebagai *brand* fashion muslimah yang menggunakan konsep padu padan kain polos dengan batik sehingga menjadi produk yang unik dan modern.

Selain dari STP (*Segmenting, targeting, positioning*) untuk mengembangkan strategi pemasaran maka perusahaan harus menggunakan analisis *marketing mix* atau bauran pemasaran yang memiliki empat poin utama dalam pengembangan pemasaran produk, yaitu sebagai berikut.

#### 1. *Product* (Produk)

Produk yang ditawarkan Hicaber adalah hijab dan busana muslimah yang menggunakan konsep batik Jawa Barat. Berikut adalah indikator yang termasuk di dalam produk.

##### a. *Product Variety* (Keanekaragaman Produk)

Keanekaragaman produk yang diproduksi oleh Hicaber adalah sebagai berikut.

- Hijab segiempat
- Pashmina
- Hijab *instant*
- Rok
- Tunik
- *Dress*

b. *Quality* (Kualitas)

Dari segi kinerja, Hicaber berusaha untuk membuat kualitas produk sesuai dengan kebutuhan konsumen. Konsumen Hicaber memerlukan produk busana muslimah yang cocok digunakan di wilayah tropis dan menunjang aktivitas sehari-hari. Berikut adalah kinerja produk yang akan ditawarkan oleh Hicaber.

- Kain tidak panas dan mudah menyerap keringat.
- Hijab mudah dibentuk.
- Karakteristik kain halus.
- Kain untuk produk pakaian tidak kaku.

Selain itu, produk yang ditawarkan memiliki daya tahan dari segi warna yang tidak mudah kusam dan karakteristik kain yang tidak mudah berbulu. Desain pakaian dirancang oleh ahlinya dengan menggunakan konsep padu padan kain polos dengan kain batik dari Jawa Barat, sehingga menjadi produk yang dapat diandalkan sebagai pakaian yang *fashionable* yang memiliki keindahan dan ciri khas. Dalam proses produksi, Hicaber memastikan produk yang dihasilkan sesuai dengan rancangan dan kualitas jahitan yang diinginkan. Hicaber pun memastikan produk yang akan diterima konsumen sesuai informasi produk yang dicantumkan atau diinformasikan oleh perusahaan.

Dari keseluruhan kualitas yang diterapkan oleh perusahaan terhadap produknya, perusahaan berusaha untuk memberikan kesan kualitas kepada pasar bahwa produk Hicaber merupakan produk berkualitas tinggi.

c. *Packaging* (Kemasan)

Kemasan yang digunakan untuk produk Hicaber adalah plastik ramah lingkungan dan kemasan *reusable* atau dapat digunakan berulang.

d. *Size* (Ukuran)

Berikut adalah ukuran yang ditetapkan oleh Hicaber untuk setiap produknya.

Ukuran untuk hijab:

- Hijab segiempat : 110 cm x 110 cm dan 130 x 130 cm
- Hijab pashmina : 200 cm x 75 cm
- Hijab *instant* : panjang depan 80 cm, panjang belakang 98 cm

Ukuran untuk pakaian .

- S (ld 92cm, pb 70cm)
- M (ld 96cm, pb 75cm)
- L (ld 102cm, pb 80cm)
- XL (ld 108cm, pb 80cm)

e. *Warranties* (Jaminan)

Memberikan jaminan produk tidak luntur dan tidak mengkerut.

f. *Returns* (Pengembalian)

Garansi pengembalian diberikan dengan konfirmasi penukaran produk 2x24 jam setelah barang sampai diterima konsumen. Fasilitas pengembalian atau penukaran barang (*exchange*) akan diberikan apabila:

- Barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dipesan.
- Terdapat cacat pada barang yang diterima.

## 2. *Price (Harga)*

Berikut adalah program penetapan harga yang akan dilakukan oleh Hicaber yang meliputi beberapa indikator sebagai berikut.

### a. *List Price (Daftar Harga)*

Untuk membuat daftar harga, Hicaber akan menggunakan metode penetapan harga *mark-up*. Berikut adalah daftar harga yang sudah ditetapkan oleh Hicaber pada setiap produknya.

- Hijab Segiempat = Rp 60.000
- Pashmina = Rp 70.000
- Hijab instant = Rp 99.000
- Rok = Rp 150.000
- Tunik = Rp 135.000
- *Overall* = Rp 160.000
- Dress = Rp 250.000

### b. *Discounts (Potongan Harga)*

Hicaber akan melakukan program diskon untuk menarik calon pelanggan.

Program diskon yang akan ditawarkan adalah sebagai berikut.

#### 1) *Cash Discounts*

*Cash Discounts* yang akan diberikan oleh Hicaber adalah sebesar 20 persen untuk pemesanan produk sebelum *product launching*.

#### 2) *Quantity Discounts*

Diskon berdasarkan kuantitas akan diberikan kepada pelanggan ketika melakukan pembelian dalam jumlah tertentu. Hicaber akan mengadakan

program potongan harga sebesar 10 persen bagi pembelian minimal 3 (tiga) pcs untuk jenis produk yang sama.

### 3) *Seasonal Discounts*

Diskon musiman akan diberikan pada hari-hari tertentu. Berikut adalah skema diskon musiman yang akan diterapkan oleh Hicaber.

- Diskon bulan Ramadhan sebesar 30 persen.
- Diskon Hari Raya Idul Adha sebesar 30 persen.
- Diskon Hari Batik Nasional setiap tanggal 2 Oktober sebesar 25 persen.
- Diskon Hari Kartini setiap tanggal 21 April sebesar 25 persen.

### c. *Allowances* (Potongan harga khusus)

Potongan harga khusus akan diberikan untuk pembelian produk model lama. Potongan harga yang akan diberikan yaitu sebesar 40 persen.

### d. *Credit Terms*

Hicaber tidak membuka program cicilan untuk pembelian secara langsung seperti melalui *website* atau *whatsapp*, sehingga pelanggan harus membayar lunas pesanan. Pelanggan dapat membayar melalui transfer bank. Namun untuk pembelian melalui *marketplace*, pelanggan dapat mengikuti program cicilan yang disediakan oleh *marketplace* seperti Shopee atau Tokopedia sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh penyedia layanan.

### 3. *Promotion* (Promosi)

Berikut adalah program promosi yang akan dilakukan oleh Hicaber.

#### a. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)

Promosi penjualan yang akan diterapkan meliputi program paket harga, hadiah, kupon, program frekuensi, dan promosi silang. Berikut adalah rincian program promosi penjualan yang akan dilakukan.

##### 1) Paket harga

Penawaran harga paket untuk pembelian atasan dan hijab.

- Tunik + Hijab Segiempat = Rp 170.000,-
- *Overall* + Hijab Pashmina = Rp 220.000,-
- Dress + Hijab Segiempat = Rp 280.000

##### 2) Hadiah

Hicaber akan mengadakan program hadiah sebagai berikut.

- Gratis *totebag* (tas kain)

Pemberian kemasan khusus untuk pembelian di atas Rp 500.000

- Gratis Produk

Mengadakan program *giveaway* dengan mengadakan kontes atau kuis melalui akun instagram, pemenang kuis dapat memenangkan produk gratis berupa hijab atau produk tertentu.

##### 3) Kupon

Memberikan kupon *online* pada hari tertentu. Kupon ini dapat digabung dengan promo yang sedang berlaku.

- Kupon diskon 10 persen pada saat Harbolnas yaitu setiap tanggal 12 Desember.
- Kupon diskon 10 persen pada saat hari batik nasional, yaitu pada tanggal 2 Oktober.
- Kupon diskon 10 persen pada saat Hari Kartini 21 April.

#### 4) Program Frekuensi

Program frekuensi yang akan diterapkan oleh Hicaber adalah dengan mengadakan *loyalty program* (sistem *membership*) yaitu memberikan diskon khusus untuk *member*. *Member* mendapatkan diskon 5 persen untuk setiap pembelian yang dapat digabung dengan promo yang sedang berlaku.

#### 5) Promosi Silang

Hicaber akan menetapkan promosi silang dengan berkolaborasi dengan merek lain.

### b. *Advertising* (Periklanan)

Periklanan yang akan dilakukan oleh Hicaber adalah sebagai berikut.

#### 1) *Endorse selebgram* yang cukup berpengaruh dalam *fashion* muslimah.

*Endorse* adalah bentuk promosi yang dapat dilakukan dengan memberikan produk secara gratis atau berbayar kepada *selebgram*. *Selebgram* adalah sebutan bagi orang yang dianggap cukup berpengaruh dalam media sosial instagram. *Endorse* bertujuan agar produk yang diberikan oleh penjual dipakai oleh *selebgram* tersebut, kemudian difoto dan hasil foto tersebut diunggah ke akun instagram pribadi mereka. Unggahan foto tersebut

diberikan penjelasan berupa kesan positif produk sehingga dapat menarik bagi pengguna instagram lainnya.

2) Penggunaan jasa SEO untuk website.

SEO atau *Search Engine Optimization* adalah cara untuk membuat situs berada pada tingkat visibilitas pada mesin pencarian. Jasa ini akan bermanfaat untuk menampilkan website Hicaber pada halaman awal pencarian di google.

3) Beriklan di media sosial.

Hicaber akan menggunakan media sosial instagram bisnis untuk beriklan. Instagram memilih layanan *instagram promote* yaitu layanan iklan foto dan video untuk fitur iklan di *feed instagram* dan *instastories*. Hicaber memilih instagram sebagai media untuk beriklan karena instagram memiliki fitur penargetan iklan seperti target lokasi, usia, jenis kelamin, dan ketertarikan atau minat pengguna instagram. Agar iklan yang dipasang oleh Hicaber menarik, inovasi konten yang dapat diterapkan dalam iklan di instagram sebagai berikut.

4) Iklan Foto

Untuk mengikuti layanan iklan foto, Hicaber akan membuat konten berisi foto baju yang dikenakan model dengan konsep *outfit of the day*. *Outfit of the day* menunjukkan tema pakaian yang dipakai hari ini. Foto yang dipasang biasanya menampilkan foto seluruh tubuh dengan disertai *caption* atau penjelasan mengenai pakaian yang sedang dipakai, berupa nama merek dan atau kesan yang muncul saat menggunakan pakaian tersebut.

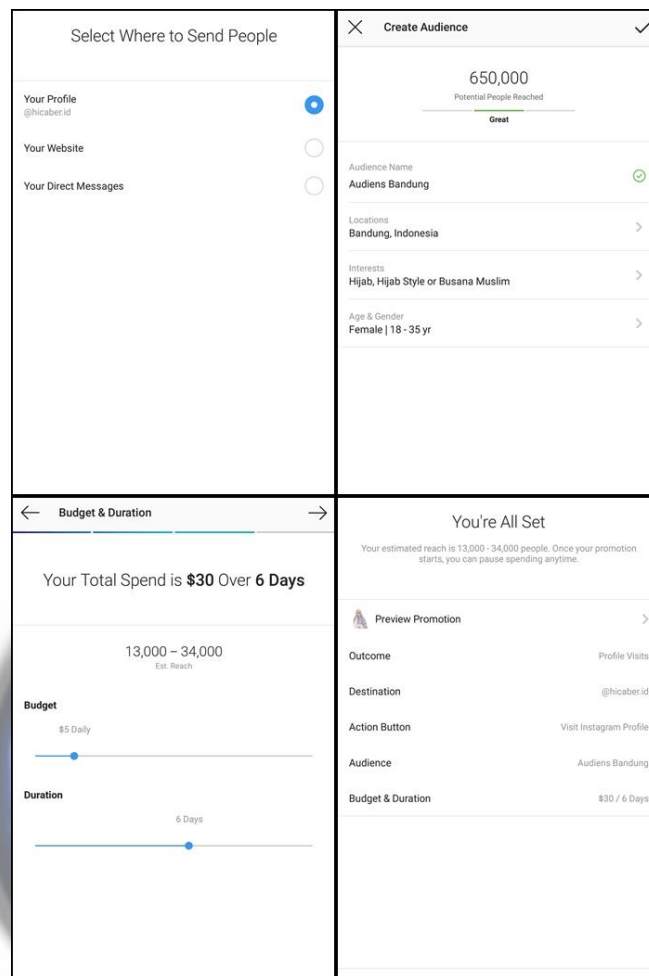


**Gambar 4.2 Contoh Konten Iklan Foto**

#### 5) Iklan Video

Hicaber akan membuat konten mengenai tutorial atau cara mengkombinasikan pakaian yang biasa disebut *mix and match*. Konten ini biasanya memberikan inspirasi dalam memadukan warna pakaian atau cara penggunaan hijab.

Setelah membuat konten berupa foto atau video, Hicaber dapat mengikuti layanan *instagram promote* untuk menjangkau pelanggan. Berikut adalah tahap penggunaan *instagram promote*.



**Gambar 4.3** Penggunaan *Instagram Promote*

#### 4. Place (Tempat Usaha)

Tempat produksi produk-produk Hicaber dilakukan di Bandung, sedangkan untuk penjualannya Hicaber menggunakan penjualan secara *online*. Pemilihan kota Bandung sebagai tempat produksi karena tersedianya pilihan *supplier* kain dan tenaga penjahit.

### 4.3.2 Perencanaan Operasi

Dalam perencanaan operasi terbagi ke dalam dua bagian, yaitu:

#### a. Tujuan Perencanaan Operasi

Tujuan utama dari perencanaan operasi adalah memaksimalkan kualitas dan biaya dalam produksi.

#### b. Perencanaan Operasi

Strategi operasi terdiri dari dua jenis strategi yaitu strategi produksi biaya rendah dan strategi inovasi produk. Hicaber menggunakan kedua strategi tersebut untuk mendapatkan keuntungan maksimal namun menghasilkan produk yang inovatif dan berkualitas tinggi. Komponen-komponen yang mendukung proses organisasi dalam perencanaan operasi adalah sebagai berikut.

##### 1. *Supplier*

Hicaber menetapkan kriteria tertentu dalam pemilihan *supplier*, yaitu sebagai berikut.

#### a. Ketersediaan jenis kain.

Hicaber memilih *supplier* yang memiliki ketersediaan jenis kain yang dibutuhkan.

#### b. Harga dan biaya kirim bahan baku.

Harga bahan baku akan mempengaruhi biaya proses produksi, Hicaber akan memilih *supplier* yang menawarkan harga bahan baku yang relatif lebih murah namun tetap sesuai dengan kualitas yang dibutuhkan. Selain itu, lokasi *supplier* akan menjadi pertimbangan, karena akan mempengaruhi biaya kirim bahan baku.

c. Ketepatan pesanan yang dikirimkan dan waktu pengiriman.

*Supplier* yang mengirimkan bahan baku sesuai dengan pesanan dan waktu pengiriman yang disepakati menunjukkan kinerja yang profesional, hal ini menjadi pertimbangan Hicaber dalam memilih *supplier*.

Dari kriteria di atas, berikut adalah daftar alternatif *supplier* di Bandung yang akan dipilih oleh Hicaber:

1. Kawasan Tekstil Cigondewah
2. Pertokoan Tekstil Jalan Tamim
3. Pusat Tekstil Balubur Town Square

Dalam aktivitas pembelian bahan baku, Hicaber menerapkan sistem *just in time* yaitu melakukan penjadwalan untuk pengadaan barang, sehingga dapat segera memenuhi permintaan bagian produksi. Inovasi yang dapat dilakukan pada tahap kerja sama dengan *supplier* adalah dengan melakukan pemesanan kain dilakukan secara *online* melalui email dan pengiriman melalui kurir Gojek atau penjemputan langsung oleh tenaga operasional sehingga waktu pembelian bahan baku lebih singkat. Hicaber akan bekerja sama dengan *supplier* yang bersedia untuk mengirimkan katalog kain secara berkala. Hal ini akan mempermudah pemesanan kain dan mempercepat proses produksi.

## **2. Input**

*Input* adalah segala masukan yang diperlukan Hicaber untuk proses produksi. Berikut adalah daftar *input* yang diperlukan.

a. Material

Bahan baku utama yang dibutuhkan dalam proses produksi Hicaber adalah kain dan benang. Selain itu bahan baku lain yang dibutuhkan adalah berupa perlengkapan seperti kancing, resleting, manik-manik, atau alat-alat hias pakaian lainnya.

b. Manusia

Dalam menjalankan proses produksi, Hicaber membutuhkan tenaga kerja dengan kualifikasi yang dibutuhkan. Tenaga kerja yang dibutuhkan dalam proses produksi adalah staf produksi (tenaga penjahit) dan manajer atau kepala produksi.

c. Metode

Hicaber akan menentukan standar kerja untuk para karyawan dalam proses produksi, standar kerja meliputi prosedur produksi dan standar keamanan produksi.

d. Mesin

Mesin yang dibutuhkan untuk proses produksi adalah sebagai berikut.

- Mesin jahit *highspeed* Juki DDL 8100E
- Mesin jahit obras benang Simaru
- Mesin lubang dan pasang kancing Singer 4432
- Mesin potong Elnoss El-801A

### 3. Proses

Berikut adalah tahapan proses produksi yang dilakukan oleh Hicaber.

#### 1) Pembuatan pola

Sebelum melakukan proses jahit, diperlukan rancangan busana sebagai gambaran tentang pakaian yang akan dibuat. Rancangan busana tersebut akan menjadi pola dasar dalam membuat model pakaian. Pola adalah bagian-bagian pakaian yang dibuat dari kertas untuk dijiplak ke atas kain sebelum kain digunting dan dijahit.

#### 2) Pemotongan bahan

Pada tahap ini, kain digunting sesuai pola yang sudah dibuat. Dalam memproduksi pakaian dalam jumlah besar, pemotongan kain dilakukan dengan menggunakan mesin potong khusus.

#### 3) Pekerjaan menjahit

Setelah kain selesai digunting sesuai pola, selanjutnya adalah melakukan pekerjaan menjahit. Dalam tahap ini, potongan kain disambung dengan menggunakan mesin jahit. Setelah pakaian selesai dijahit, bagian tepi dirapikan dengan mesin obras untuk membuat benang jahitan tidak terlepas.

#### 4) Penyelesaian akhir

Dalam tahap ini, pakaian yang sudah selesai dijahit akan dirapikan menggunakan setrika untuk merapikan bagian-bagian yang mengkerut.

Dalam proses produksi, manajemen harus menentukan kualitas produk yang akan dihasilkan. Berikut adalah indikator kualitas produk yang ditetapkan oleh Hicaber.

a. Kualitas.

Kualitas produk meliputi kinerja produk, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, reabilitas, estetika, dan kesan kualitas yang dimiliki produk. Kinerja produk yang dibutuhkan diantaranya adalah kain tidak panas, mudah menyerap keringat, hijab mudah dibentuk, kain lembut dan tidak kaku. Selain itu kain harus memiliki daya tahan yang kuat yaitu kain tidak mudah berbulu dan warnanya tidak mudah kusam. Hicaber juga harus memastikan produk yang dihasilkan sesuai dengan desain atau rancangan serta sesuai dengan informasi yang diberikan kepada konsumen. Selain sebagai kebutuhan sandang, busana muslim Hicaber memiliki fungsi untuk menutup aurat, namun produknya dapat diandalkan sebagai pakaian yang *fashionable*. Penggunaan kain batik khas Jawa Barat yang digunakan Hicaber pun memberikan keindahan dan ciri khas pakaian sehingga memiliki kesan estetika yang kuat.

Dari keseluruhan indikator kualitas, produk Hicaber memunculkan kesan kualitas di benak konsumen yaitu produk batik yang modern dan berkualitas tinggi.

b. Biaya

Manajemen harus dapat menghitung biaya atau ongkos produksi yang efisien agar mencapai laba yang lebih besar. Oleh karena itu dalam proses produksi, manajemen keuangan Hicaber akan membuat proyeksi anggaran untuk proses produksi.

c. *Delivery*

Staf produksi harus dapat memastikan produksi barang sesuai dengan *timeline* yang ditentukan. Ketepatan waktu dibutuhkan dalam proses produksi, sehingga perusahaan bisa meminimalisir kerugian waktu dan biaya.

d. *Safety*

*Safety* mencakup tingkat keamanan dan keselamatan kerja bagi karyawan hingga keamanan dampak proses produksi bagi lingkungan. Dalam proses produksi, harus ditetapkan standar keamanan kerja.

#### 4. *Output*

Setelah barang dihasilkan dari proses produksi, manajemen akan melakukan proses inspeksi untuk memastikan hasil produksi tersebut sesuai dengan kriteria atau standar produk sudah yang ditetapkan oleh Hicaber. Pada sesi ini, kualitas produk benar-benar diperhatikan. Kriteria pada *output* yang ditetapkan oleh Hicaber adalah sebagai berikut:

a. Kesesuaian produk dan rancangan.

Barang yang dihasilkan harus sesuai dengan desain yang direncanakan.

Setelah proses produksi, manajemen harus melakukan proses *quality control* untuk memastikan setiap produk yang dihasilkan sesuai dengan desain.

b. Jumlah barang.

Hicaber akan memastikan jumlah barang yang dihasilkan sesuai dengan rencana. Perhitungan jumlah barang bermanfaat agar dapat mengevaluasi ketidaksesuaian dalam proses produksi.

c. Jumlah barang cacat.

Barang cacat yang tidak sesuai dengan kualitas yang diharapkan harus dihitung dan akan ditelusuri penyebab kecacatan tersebut. Kecacatan produk meliputi jahitan terbuka, kancing baju lepas, kain robek, ketidaksesuaian ukuran, dan adanya pada kain.

Hal-hal di atas dilakukan sebagai proses evaluasi agar dapat menghindari penyebab kegagalan dalam proses produksi selanjutnya. Setelah barang hasil produksi sudah sesuai dengan standar kualitas Hicaber, selanjutnya adalah proses pemasangan *hang-tag* dan pengemasan. Setelah barang sudah dikemas dengan baik kemudian akan disimpan di gudang penyimpanan.

Barang hasil produksi akan didistribusikan kepada konsumen atau *reseller* dengan menggunakan jasa ekspedisi. Hicaber bekerja sama dengan jasa ekspedisi dengan bentuk kerja sama sebagai berikut.

1) J&T Express

Hicaber akan menggunakan jasa J&T Express untuk mengirimkan barang pesanan kepada konsumen. Bentuk kerja sama adalah sebagai berikut:

- Sistem penjemputan di tempat.

J&T Express memberikan layanan penjemputan di tempat, sehingga Hicaber tidak perlu mengantarkan barang ke kantor layanan J&T Express.

- Pembayaran COD (*Cash On Delivery*)

J&T menyediakan layanan pembayaran di tempat, hal ini memberikan kemudahan bagi Hicaber dan konsumen, karena Hicaber tidak perlu untuk membayar terlebih dahulu biaya kirim kepada konsumen dan biaya kirim

tersebut bisa langsung dibayarkan konsumen ketika barang sudah sampai di tujuan.

## 2) SiCepat

Hicaber akan menggunakan jasa SiCepat untuk mengirimkan barang kepada *reseller*. Layanan yang digunakan adalah layanan *cargo* yaitu layanan untuk barang yang memiliki minimum berat paket sebesar 5kg. Keuntungan yang didapatkan dari layanan ini adalah harga lebih hemat 30 persen dan mendapatkan layanan *pick-up* atau penjemputan di tempat.

## 5. *Customer*

*Customer* adalah pengguna *output* dari hasil proses produksi yang dilakukan oleh perusahaan. Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) adalah fokus utama dari proyek yang dijalankan. Untuk melakukan perbaikan, Hicaber perlu mendengarkan suara pelanggan yaitu meliputi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan. Hicaber akan melakukan cara berikut untuk menggali suara pelanggan.

### a. Penanganan komplain.

Penanganan komplain pelanggan adalah hal yang penting. Manajemen Hicaber harus bisa memahami komplain pelanggan dan memberikan solusi tepat untuk menangani masalah tersebut.

### b. *Market Research*.

Riset pasar dilakukan untuk melihat aktivitas perusahaan pesaing dan mendapatkan informasi dari pelanggan.

c. *Survey*

*Survey* dapat dilakukan untuk menggali informasi kepuasan pelanggan terhadap produk yang sudah dibeli atau mendapatkan informasi terkini mengenai minat pelanggan. Hal ini bisa dilakukan melalui fitur *rating* atau penilaian yang dapat diterapkan pada *website* dan *marketplace*. Selain itu, *survey* dapat dilakukan secara interaktif melalui media sosial seperti *instastories* pada instagram. Instagram menyediakan fitur *instapolling* yang dapat ditampilkan pada *instastories*. Hal tersebut dapat dimanfaatkan untuk mengadakan *survey* secara praktis. Berikut adalah salah satu contoh penggunaan *instapolling* yang ditampilkan pada *instastories*.



**Gambar 4.4** Contoh *Instastories*

Kepuasan pelanggan adalah salah satu tujuan perusahaan dalam memberikan kualitas produk atau pelayanan kepada pelanggan. Selain memberikan kualitas produk yang baik, perusahaan juga harus memberikan

pelayanan yang maksimal kepada pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan. Hicaber merencanakan kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi atau unsur kualitas pelayanan sebagai berikut.

a. *Tangibility* (Berwujud)

Hicaber adalah bisnis yang fokus pada penjualan secara *online*, oleh karena itu, media sosial, *website*, dan *marketplace* yang digunakan oleh Hicaber harus memberikan kesan positif untuk konsumen. Kesan positif ini dapat dibangun dengan membuat tampilan *website* yang *user-friendly* (mudah digunakan dan dipahami), membuat dan mengelola tampilan akun media sosial dan *marketplace* yang rapi dan informatif.

b. *Empathy* (Empati)

Dalam bisnis *online*, admin media sosial dan admin aplikasi *chatting* memegang peranan penting dalam memberikan pelayanan langsung kepada pelanggan. Admin yang akan direkrut oleh Hicaber harus dapat memberikan perhatian dan bersifat tulus serta memiliki kemampuan dalam menganalisa dan memahami kebutuhan atau keinginan konsumen secara spesifik, sehingga dapat merekomendasikan produk yang sesuai dengan konsumen.

c. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Hicaber harus mampu memberikan pelayanan yang tanggap kepada konsumen dengan cepat, serta terbuka dalam merespon saran dan kritik dari konsumen.

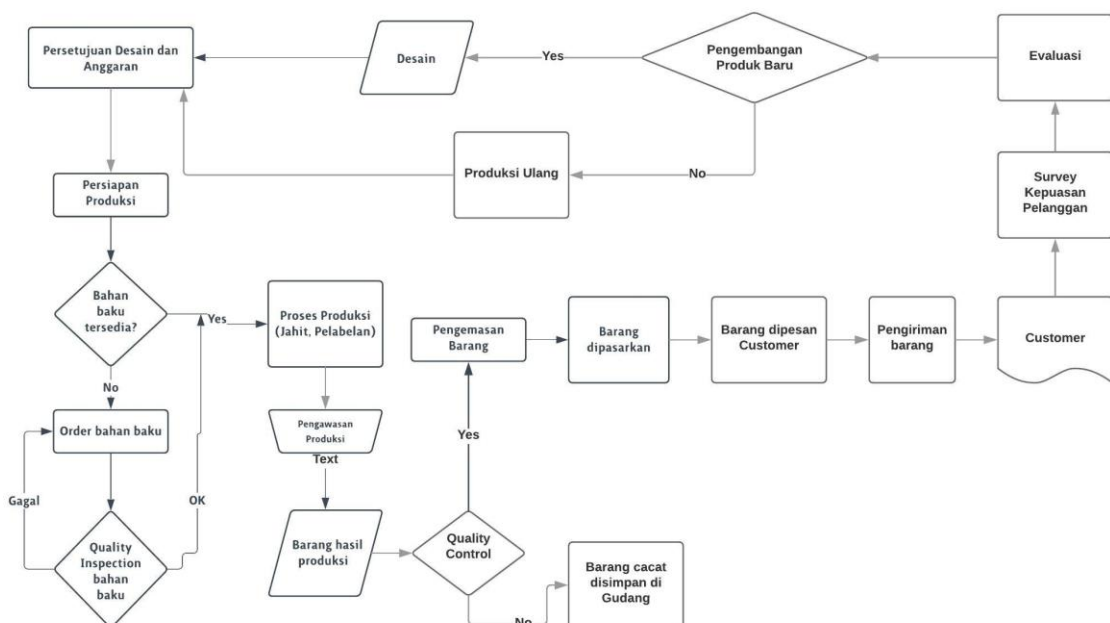
d. *Reability* (Keterandalan)

Dalam menghadapi suatu komplain atau permasalahan dengan pelanggan, Hicaber harus memberikan solusi yang tepat, memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.

e. *Assurance* (Jaminan)

Jaminan dalam pelayanan yang akan diberikan oleh Hicaber adalah setiap karyawan Hicaber harus memiliki pengetahuan yang memadai.

Keseluruhan perencanaan operasional di atas dirangkum pada alur proses sebagai berikut.



**Gambar 4.5 Alur Proses Produksi**

### 4.3.3 Perencanaan Sumber Daya Manusia

Dalam menunjang aktivitas organisasi dan bisnis dari Hicaber diperlukan SDM yang memiliki kompetensi dalam bidang-bidang yang dibutuhkan. Berikut adalah SDM yang dibutuhkan oleh Hicaber.

**Tabel 4.11 Kebutuhan dan Gambaran Tugas Karyawan**

<b>Posisi</b>	<b>Job Qualification</b>	<b>Job Description</b>
Desainer	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendidikan D3 <i>Fashion Design</i></li> <li>• Menguasai pembuatan pola busana, memahami motif dan jenis kain.</li> <li>• Menguasai desain struktur dan desain hiasan.</li> <li>• Dapat menggunakan program CAD dan <i>software</i> pengeditan gambar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat sketsa produk dari nol, kemudian membuat <i>prototype</i> (contoh produk).</li> <li>• Membuat rincian kebutuhan bahan baku</li> <li>• Memantau proses produksi.</li> <li>• Menganalisis tren <i>fashion</i></li> </ul>
Staf Produksi (Tenaga Penjahit)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendidikan minimal SMA/SMK Tata Busana.</li> <li>• Mahir mengoperasikan dan memakai mesin jahit dan mesin obras.</li> <li>• Bisa membuat pola</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan proses produksi menjahit/obras</li> <li>• Melakukan alur kerja produksi dan mengikuti instruksi atasan.</li> <li>• Bertanggung jawab dalam memastikan kualitas jahitan.</li> </ul>
Staf Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendidikan min. D3 Akuntansi.</li> <li>• Menguasai Microsoft Office.</li> <li>• Menguasai pencatatan keuangan yang sesuai standar PSAK.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memastikan laporan keuangan memenuhi kebutuhan operasional dan pelaporan internal maupun eksternal.</li> <li>• Membuat laporan keuangan harian, bulanan, dan tahunan sesuai PSAK.</li> <li>• Menyiapkan dan melengkapi kebutuhan pengeluaran dan penerimaan uang. Menjalankan fungsi <i>payroll</i>.</li> </ul>
Staf IT	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendidikan minimal SMK IT</li> <li>• Menguasai bahasa pemrograman (PHP, Wordpress)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat dan mengelola website.</li> <li>• Membuat konten untuk website</li> <li>• Mengelola website dan <i>marketplace</i>.</li> </ul>

<b>Posisi</b>	<b>Job Qualification</b>	<b>Job Description</b>
Admin media sosial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendidikan minimal SMA/SMK sederajat</li> <li>• Dapat menggunakan <i>smartphone</i>, aplikasi <i>instagram</i>, <i>whatsapp</i>, dan <i>marketplace</i>.</li> <li>• Mampu mengoperasikan Ms. Office</li> <li>• Mampu mengetik cepat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat laporan penjualan dari website dan <i>whatsapp</i>.</li> <li>• Bekerja sama dengan tim untuk menginformasikan jumlah order.</li> <li>• Meng-<i>update</i> produk dan harga di media sosial.</li> </ul>
<i>Purchasing</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendidikan minimal SMA/SMK</li> <li>• Memiliki pengetahuan dan pemahaman mengenai bahan baku kain.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyusun pesanan pembelian.</li> <li>• Berhubungan dengan <i>supplier</i> dalam pemesanan bahan baku.</li> <li>• Memeriksa pengiriman dan melacak status pesanan bahan baku.</li> <li>• Memastikan setiap faktur telah dikirim dan sesuai dengan transaksi yang dilakukan.</li> </ul>

a. Penetapan SDM

Penetapan SDM dilakukan berdasarkan dengan kemampuan dan keahlian yang dimiliki oleh setiap individu.

b. Sistem Perekrutan

Sistem perekrutan dilakukan untuk mendapatkan kandidat sesuai dengan harapan perusahaan. Berikut adalah sistem perekrutan yang akan dilakukan oleh Hicaber.

- Sistem Perekrutan Karyawan Secara *Offline*

Sistem perekrutan ini akan diaplikasikan untuk mencari kandidat yang akan menempati posisi tertentu seperti staf produksi, khususnya tenaga penjahit.

- Sistem Perekrutan Karyawan Secara *Online*.

Berikut adalah tahapan seleksi dalam melakukan perekrutan secara *online*.

#### 1) Publikasi lowongan kerja

Publikasi lowongan kerja dilakukan pada web perusahaan atau dengan menggunakan bantuan website lowongan kerja seperti JobStreet, JobsDB, atau Creasi.co.id. Hal ini memudahkan perusahaan untuk mendapatkan banyak kandidat.

#### 2) Meninjau lamaran yang masuk

Perusahaan akan memilih kandidat dari lamaran kerja yang sudah masuk ke sistem aplikasi lowongan kerja *online*. Hal ini akan membantu perusahaan untuk mendapatkan data secara lebih mudah.

#### 3) Tes untuk kandidat terpilih

Setelah melakukan peninjauan lamaran yang sudah masuk, selanjutnya perusahaan akan mengadakan tes dengan ketentuan yang berlaku untuk kandidat terpilih. Proses tes dapat dilakukan dilakukan secara *online* untuk mempermudah pencari kerja dan untuk menghemat biaya perusahaan.

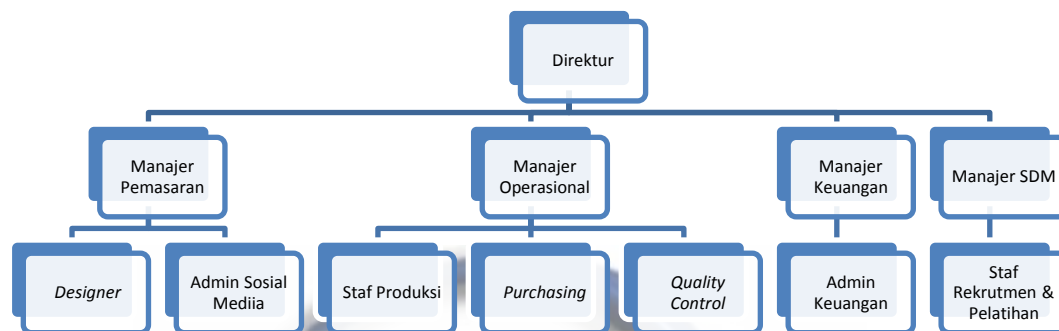
#### 4) Wawancara

Kandidat yang sudah lolos dari tahap tes *online* akan diundang untuk melakukan wawancara langsung di perusahaan.

#### 5) Pelatihan

Pada tahap akhir, perusahaan akan memilih kandidat yang lolos tahap wawancara dan dianggap cocok untuk mengisi posisi yang kosong. Kemudian kandidat tersebut akan masuk ke dalam tahap pelatihan atau program pengembangan sebelum memulai kerja di perusahaan.

c. Struktur Organisasi



**Gambar 4.6 Struktur Organisasi**

d. Sistem Penggajian dan Jam Kerja

Sistem penggajian yang akan diterapkan oleh Hicaber adalah sistem penggajian per bulan. Berikut adalah komponen yang masuk ke dalam sistem penggajian.

- Gaji Pokok
- Tunjangan PPh21
- Tunjangan Transport
- Tunjangan Lembur
- Tunjangan BPJS Tenaga Kerja
- Tunjangan BPJS Kesehatan
- BPJS/Jamsostek
- Bonus/Tunjangan Hari Raya

Perencanaan biaya pegawai adalah sebagai berikut.

**Tabel 4.12 Biaya Pegawai**

<b>BIA YA PEGAWAI</b>				
<b>Karyawan</b>	<b>Jumlah Karyawan</b>	<b>Gaji Pokok</b>	<b>Total Per Bulan</b>	<b>Per Tahun</b>
Desainer	1	Rp 3,000,000	Rp 3,000,000	Rp 36,000,000
Staf Produksi	3	Rp 2,300,000	Rp 6,900,000	Rp 82,800,000
<i>Purchasing</i>	1	Rp 1,500,000	Rp 1,500,000	Rp 18,000,000
Staf Keuangan	1	Rp 2,200,000	Rp 2,200,000	Rp 26,400,000
<i>Digital Marketing</i>	1	Rp 2,200,000	Rp 2,200,000	Rp 26,400,000
Admin Sosial Media	1	Rp 2,000,000	Rp 2,000,000	Rp 24,000,000
<b>Total</b>			<b>Rp 17,800,000</b>	<b>Rp 177,600,000</b>

Berikut adalah jam kerja yang akan ditetapkan oleh Hicaber.

**Tabel 4.13 Jam Kerja Karyawan**

<b>Hari</b>	<b>Waktu Masuk</b>	<b>Waktu Istirahat</b>	<b>Waktu Pulang</b>
Senin s.d Kamis	08.00	12.00 s.d 13.00	17.00
Jumat	08.00	11.30 s.d 13.00	17.00

#### 4.3.4 Perencanaan Keuangan

Strategi perencanaan keuangan Hicaber adalah sebagai berikut.

##### 1) Biaya Operasional

Berikut adalah proyeksi data keuangan operasional Hicaber yang mencakup biaya pengeluaran untuk melaksanakan kegiatan pokok.

**Tabel 4.14 Biaya Operasional**

<b>Biaya Operasional</b>		
<b>Biaya-biaya</b>	<b>Biaya Per Bulan</b>	<b>Biaya 1 Tahun</b>
Gaji Pegawai	Rp 17,800,000	Rp 213,600,000
Tunjangan Pegawai	Rp -	
Biaya ATK dan keperluan lantor lainnya	Rp 200,000	Rp 2,400,000
Biaya Transportasi	Rp 300,000	Rp 3,600,000
Biaya Sewa Bangunan	Rp 1,250,000	Rp 15,000,000
Biaya Air	Rp 150,000	Rp 1,800,000
Biaya Listrik	Rp 750,000	Rp 9,000,000
Biaya Internet & Pulsa	Rp 500,000	Rp 6,000,000
Biaya BPJS	Rp 408,000	Rp 4,896,000
Biaya Perawatan Mekanika dan Elektrikal	Rp 200,000	Rp 2,400,000
Biaya Perawatan Gedung dan aset lainnya	Rp 200,000	Rp 2,400,000
Biaya Marketing	Rp 1,750,000.00	Rp 21,000,000
Biaya Bahan Material	Rp 18,700,000.00	Rp 224,400,000
Biaya <i>Packaging</i> dan Label	Rp 500,000.00	Rp 6,000,000
<b>TOTAL</b>	<b>Rp 42,208,000</b>	<b>Rp 512,496,000</b>

Selanjutnya biaya perangkat mesin dan peralatan yang dibutuhkan Hicaber adalah sebagai berikut.

**Tabel 4.15 Biaya Perangkat Mesin**

<b>Biaya Marketing</b>		
<b>Biaya</b>	<b>Per Bulan</b>	<b>Per Tahun</b>
Iklan ( <i>Instagram Promote</i> )	Rp 350,000	Rp 4,200,000
Web	Rp 200,000	Rp 2,400,000
Iklan di <i>marketplace</i>	Rp 200,000	Rp 2,400,000
<i>Endorse</i> Selebgram	Rp 1,000,000	Rp 12,000,000
<b>Total</b>	<b>Rp 1,750,000</b>	<b>Rp21,000,000</b>

**Tabel 4.16 Biaya Peralatan**

<b>BIAYA PERALATAN</b>				
<b>No.</b>	<b>ITEM</b>	<b>HARGA</b>	<b>UNIT</b>	<b>JUMLAH</b>
<b>Kendaraan</b>				
1	Motor Yamaha New Mio M3 125	Rp 6,000,000	1	Rp 6,000,000
<b>TOTAL</b>				<b>Rp 6,000,000</b>
<b>Peralatan Kantor</b>				
2	Meja & Kursi kantor	Rp 500,000	2	Rp 1,000,000
3	Laptop Lenovo IdeaPad 14"	Rp 3,700,000	1	Rp 3,700,000
4	Handphone Oppo F7 Youth 4/64	Rp 2,700,000	1	Rp 2,700,000
5	Printer Canon	Rp 500,000	1	Rp 500,000
6	Rak Besi Anti Karat 100x40x200 (5 susun)	Rp 500,000	3	Rp 1,500,000
7	Kipas Angin Cosmos <i>Stand Fan</i>	Rp 250,000	2	Rp 500,000
8	Meja Potong	Rp 500,000	1	Rp 500,000
9	Timbangan Kapasitas 40 Kg	Rp 450,000	1	Rp 450,000
<b>TOTAL</b>				<b>Rp 10,850,000</b>
<b>Peralatan Penunjang Kantor</b>				
10	Peralatan Dapur	Rp 750,000	1	Rp 750,000
11	Peralatan Kebersihan	Rp 500,000	1	Rp 500,000
				<b>Rp 1,250,000</b>
<b>TOTAL PERALATAN</b>				<b>Rp 18,100,000</b>

## 2) Kebutuhan Modal

Berdasarkan total biaya operasional dan biaya perangkat maka didapatkan nilai *Total Project Cost* dari Hicaber.

**Tabel 4.17 Total Project Cost**

<b>TOTAL PROJECT COST</b>	
Biaya Perangkat dan Peralatan	<b>Rp 39,000,000</b>
Biaya Operasional	<b>Rp 512,496,000</b>
<b>TOTAL</b>	<b>Rp 551,496,000</b>

Modal yang diperlukan untuk usaha Hicaber diperkirakan mencapai Rp 551,496,000 yang diproyeksikan dalam jangka waktu 1 tahun 7 bulan diharapkan dalam kurun waktu tersebut kegiatan usaha Hicaber ini sudah mampu mengembalikan modal investasi yang telah ditanamkan.

### 3) Proyeksi Pendapatan

Proyeksi pendapatan yang diperoleh Hicaber adalah sebagai berikut.

**Tabel 4.18 Proyeksi Laba Rugi**

No	Description	Year					
		I	II	III	IV	IV	
		TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	
I	Sales Target	Rp 1,153,440,000	Rp1,153,440,000	Rp1,153,440,000	Rp1,153,440,000	Rp1,153,440,000	
II	<b>Production Cost</b>						
	1	Material Cost	Rp 495,979,200	Rp 495,979,200	Rp 495,979,200	Rp 495,979,200	Rp 495,979,200
	2	Direct Labour Cost	Rp 118,804,320	Rp 118,804,320	Rp 118,804,320	Rp 118,804,320	Rp 118,804,320
	3	Other Cost	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
	<b>TOTAL</b>		Rp 614,783,520	Rp 614,783,520	Rp 614,783,520	Rp 614,783,520	Rp 614,783,520
III	<b>GROSS PROFIT</b>	Rp 538,656,480	Rp 538,656,480	Rp 538,656,480	Rp 538,656,480	Rp 538,656,480	
IV	<b>Operational Cost</b>						
	1	Overhead	Rp 34,603,200	Rp 34,603,200	Rp 34,603,200	Rp 34,603,200	Rp 34,603,200
	2	Indirect Labour Cost	Rp 118,804,320	Rp 118,804,320	Rp 118,804,320	Rp 118,804,320	Rp 118,804,320
	3	Marketing	Rp 28,836,000	Rp 28,836,000	Rp 28,836,000	Rp 28,836,000	Rp 28,836,000
	<b>TOTAL</b>		Rp 182,243,520	Rp 182,243,520	Rp 182,243,520	Rp 182,243,520	Rp 182,243,520
V	<b>EBIT</b>	Rp 356,412,960	Rp 356,412,960	Rp 356,412,960	Rp 356,412,960	Rp 356,412,960	
VI	<b>Other Expenses</b>						
	1	Interest	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
	2	Tax	Rp 5,767,200	Rp 5,767,200	Rp 5,767,200	Rp 5,767,200	Rp 5,767,200
	<b>TOTAL</b>		Rp 5,767,200	Rp 5,767,200	Rp 5,767,200	Rp 5,767,200	Rp 5,767,200
VII	<b>NET PROFIT</b>	Rp 350,645,760	Rp 350,645,760	Rp 350,645,760	Rp 350,645,760	Rp 350,645,760	

Selain itu, EBIT (*Earning Before Interest and Tax*) margin yang dihasilkan adalah Rp 356,412,960 atau setara dengan 30.09 persen untuk tahun pertama dan hasil dari NPM (*Net Profit Margin*) yang dihasilkan adalah sebesar Rp 350.645.760 atau setara dengan 30.04 persen untuk tahun pertama yang termasuk dalam kategori sedang.

Sedangkan untuk rasio keuangan dari Hicaber adalah meliputi *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PP) sebagai berikut.

Tabel 4.19 Rasio-Rasio Keuangan Hicaber

YEAR	CASH FLOW	CUMULATIVE	DISCOUNT FACTOR (12%)	PRESENT VALUE
0	Rp 575,000,000	- Rp 575,000,000	1	- Rp 575,000,000
1	Rp 350,645,760	-Rp 224,354,240	0.893	Rp 313,126,664
2	Rp 350,645,760	Rp 126,291,520	0.797	Rp 279,464,671
3	Rp 350,645,760	Rp 476,937,280	0.712	Rp 249,659,781
4	Rp 350,645,760	Rp 827,583,040	0.636	Rp 223,010,703
5	Rp 350,645,760	Rp 1,178,228,800	0.567	Rp 198,816,146
<b>NPV</b>				<b>Rp615,178,117</b>
<b>IRR</b>				<b>53.92%</b>
<b>Payback Period</b>				<b>7.67797928</b>
<b>Gross Profit Margin</b>				<b>46.70%</b>
<b>Net Profit Margin</b>				<b>30.40%</b>
<b>ROI Potential</b>				<b>30.40%</b>
<b>Profitability Index</b>				<b>1.39</b>

Dari tabel 4.19 dapat diketahui bahwa investasi yang dilakukan untuk menjalankan usaha busana muslim Hicaber dapat digolongkan sebagai berikut.

a) *Net Present Value* (NPV)

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh *net present value* (NPV) yang memiliki nilai positif Rp 615,179,117 Ini menunjukkan bahwa bisnis busana muslim Hicaber layak untuk dijalankan.

b) *Internal Rate of Return*

Nilai yang melebihi *discount factor* (tarif bunga yang diasumsikan berlaku) hasil IRR tersebut adalah 53.92 persen. Sehingga tingkat pengembaliannya melebihi beban bunga yang harus dibayarkan ( $IRR > 6\%$ )

c) *Payback Period*

Dari perhitungan keuangan di atas, pengembalian investasi terjadi dalam waktu 1 tahun 7 bulan.

d) *Gross Profit Margin*

Dilihat dari nilai *gross profit margin* sebesar 46,70 persen, maka menunjukkan bahwa harga pokok produksi (HPP) lebih besar dari nilai penjualan. Hal ini baik untuk keberlangsungan operasi yang efisien pada usaha Hicaber.

e) *Return on Investment Potential (ROI)*

Nilai ROI *potential* sebesar 30.40 persen, artinya kemampuan usaha Hicaber dapat menghasilkan keuntungan 30.40 persen dari nilai investasi.

f) *Profitability Index*

Nilai PI menunjukkan angka 1.39 yang memiliki arti bahwa usaha Hicaber layak untuk dijalankan. Indikator kelayakan berdasarkan *Profitability Index* harus lebih besar dari 1(satu).

#### 4) Sumber Dana

Sumber dana untuk menjalankan bisnis Hicaber diperoleh dari modal sendiri dan rekan bisnis pemilik usaha. Pembagian keuntungan akan diatur sesuai kesepakatan bersama.

#### 4.4 Manajemen Risiko

Manajemen risiko dalam menjalankan bisnis penting dilakukan untuk melindungi perusahaan dari risiko yang dapat menghambat keberlangsungan bisnis dan menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Risiko dapat muncul dari berbagai aspek seperti aspek pemasaran, operasional, sumber daya manusia, dan keuangan. Risiko berhubungan dengan menghadapi ketidakpastian dalam bisnis. Berikut adalah risiko yang dapat muncul dalam berbagai aspek di perusahaan.

##### a. Risiko Aspek Pemasaran

Risiko yang dapat muncul pada aspek pemasaran adalah sebagai berikut.

##### 1) Risiko Produk

Suatu perusahaan dalam menjual produknya ke pasar akan menghadapi berbagai macam rintangan seperti kompetisi harga, perubahan permintaan pasar, dan munculnya pesaing. Risiko yang dapat muncul salah satunya adalah risiko kegagalan produk. Produk yang tidak dapat diterima oleh pasar tentunya akan merugikan bagi perusahaan. Untuk dapat meminimalisir risiko kegagalan produk, hal yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan riset pemasaran. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan penelitian di bidang pemasaran yang dilakukan secara

sistematis dengan memperhatikan aspek pasar, aspek produk, dan hal-hal di luar itu.

## 2) Kompetisi Harga

Dalam persaingan usaha, harga menjadi salah satu faktor keputusan pembelian pelanggan. Industri *fashion* saat ini berlomba-lomba menetapkan harga bersaing dan cenderung murah sehingga dapat menarik banyak pembeli. Untuk menghadapi risiko tersebut, Hicaber akan menetapkan harga yang dapat bersaing di segmennya dengan melakukan efisiensi biaya produksi dan operasional perusahaan namun tetap mempertahankan kualitas produk.

## b. Risiko Aspek Operasional

Risiko dari aspek operasional Hicaber meliputi hal-hal berikut.

### 1) Ketersediaan bahan baku produk

Ketersediaan bahan baku produk menjadi hal penting dalam aspek operasional, apabila pemasok tidak menyediakan bahan baku yang dibutuhkan atau terlambat mengirimkan bahan baku, tentunya akan menghambat proses produksi. Untuk meminimalisir risiko ini, maka Hicaber harus melakukan perjanjian kerja resmi dengan pemasok untuk menghindari hal-hal tersebut dan Hicaber harus memiliki alternatif pemasok yang menyediakan bahan baku serupa.

### 2) Kelalaian karyawan

Banyak hal yang dapat muncul akibat kelalaian karyawan. Contoh kelalaian karyawan dalam aspek operasional adalah kesalahan dalam proses produksi

yang mengakibatkan produk cacat, atau kesalahan dalam pengiriman barang sehingga merugikan perusahaan atau konsumen. Risiko ini dapat diminimalisir atau dihindari dengan memberikan pelatihan secara berkala kepada karyawan dalam meningkatkan ketelitian bekerja dan memberikan pengawasan serta evaluasi atas pekerjaan karyawan.

c. Risiko Aspek Sumber Daya Manusia

Risiko yang dapat timbul dari aspek sumber daya manusia adalah sebagai berikut.

1) Konflik antar karyawan

Munculnya perselisihan antar karyawan tentunya akan mengurangi produktivitas kerja. Untuk meminimalisir risiko ini, maka Hicaber harus memiliki manajemen konflik. Hal yang dapat dilakukan adalah menghadirkan komunikasi efektif, memberikan penerapan aturan baku, dan menciptakan iklim kerja yang harmonis. Jika konflik internal terjadi, Hicaber akan memberikan mediasi agar konflik tersebut bisa teratasi.

2) Risiko kecurangan

Risiko kecurangan dapat muncul saat transaksi jual beli, aktivitas operasional atau pemasaran yang bersifat curang atau menipu pihak lain atau perusahaan sehingga menimbulkan kerugian. Hal yang dapat dilakukan untuk menangani risiko ini adalah meningkatkan pengendalian internal atau membuat kebijakan dan peraturan tertulis mengenai sanksi bagi pelaku kecurangan.

#### d. Risiko Aspek Keuangan

Risiko dari aspek keuangan yang dapat muncul adalah pengembalian investasi yang tidak sesuai dengan perencanaan yang mengakibatkan kerugian. Selain itu, kekurangan biaya operasional pun menjadi salah satu risiko yang dapat muncul apabila perusahaan tidak menetapkan anggaran dan realisasinya dengan benar. Hal tersebut dapat diminimalisir dengan menetapkan anggaran yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan, memonitor realisasi dari anggaran tersebut, dan mengevaluasinya.

### 4.5 Manajemen Inovasi

Inovasi memiliki peranan penting dalam keberhasilan usaha, oleh karena itu Hicaber akan terus berinovasi agar dapat bersaing dalam industri *fashion muslim*. Berikut ini adalah inovasi yang akan dilakukan oleh Hicaber.

#### a) Produk

Inovasi yang akan dilakukan oleh Hicaber adalah membuat produk yang menggunakan kombinasi kain polos dan kain batik. Hicaber akan menggunakan tema dalam penggunaan kain batik. Salah satu contoh tema yang akan digunakan adalah batik Jawa Barat yaitu batik Garut. Batik Garut memiliki ciri khas dalam motifnya, yaitu pada umumnya menggunakan ragam hias datar dan bentuk-bentuk geometri. Jenis batik yang digunakan adalah batik cap. Batik cap dipilih karena memiliki kelebihan dalam warna dan corak yang tidak cepat pudar. Berikut adalah salah satu contoh produk Hicaber yang menggunakan kain batik Garut.



**Gambar 4.7 Contoh Produk Hicaber**

**b) Distribusi**

Untuk menjangkau konsumen lebih luas, Hicaber akan membuka sistem keagenan atau *reseller*. Hal ini dilakukan agar konsumen mendapatkan manfaat dari segi biaya ongkos kirim yang lebih rendah. Konsumen dapat memilih *reseller* terdekat dari tempat tinggalnya.

**c) Harga**

Inovasi yang akan diterapkan oleh Hicaber pada harga adalah memberikan harga khusus kepada pelanggan setia dengan mengadakan sistem *membership* atau keanggotaan. Sistem *membership* ini memberikan keuntungan berupa potongan harga dan *reward* atau hadiah bagi pelanggan yang sudah mencapai pembelian tertentu. Bagi perusahaan, sistem *membership* ini diharapkan meningkatkan loyalitas pelanggan.

#### 4.6 Aspek Kelayakan Bisnis

Setelah perhitungan NPV, IRR, dan PBP, maka selanjutnya adalah menganalisis kelayakan bisnis Hicaber menggunakan model Timmons. Maka akan didapatkan hasil sebagai berikut.

**Tabel 4.20 Quick Screen Hicaber**

KRITERIA	INDIKATOR		HICABER	PENILAIAN
	Potensi Tinggi	Potensi Rendah		
<b>Pasar dan Hal yang Berkait</b>				
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	<1 Tahun	>3 Tahun	1 tahun 7 bulan	Potensi Sedang
Nilai tambah	IRR 40%+	IRR <20%	53.92%	Potensi Tinggi
Tingkat pertumbuhan pasar	20%	<20%	18.15% (Bekraf) dan masih berkembang	Potensi Sedang
Tingkat laba kotor	>40%	<20%	46,70%	Potensi Tinggi
<b>Keunggulan Kompetitif</b>				
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
<b>Kreasi nilai dan isu-isu realisasi</b>				
Laba setelah pajak	10-15% atau lebih	<5%	30.04%	Potensi Tinggi
Waktu arus kas positif	<2 Tahun	>3Tahun	Tahun kedua	Potensi Sedang
Tingkat pengembalian investasi	40-70% atau lebih	<20%	30.40%	Potensi Sedang

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dengan menggunakan model Timmons, perencanaan bisnis Hicaber layak untuk dijalankan. Hal ini tercermin dari kriteria Hicaber yang berpotensi tinggi. *Internal rate of return* (IRR) potensial menurut Timmons dapat dikatakan berpotensi jika memiliki IRR lebih dari 40 persen. Berdasarkan proyeksi aspek keuangan, maka Hicaber memiliki IRR sebesar 53,92 persen. Jika ditinjau berdasarkan kriteria Timmons, maka IRR yang diproyeksikan oleh Hicaber memiliki potensi sedang. Kriteria lainnya adalah apabila laba kotor lebih dari 40 persen maka dapat dikatakan berpotensi tinggi, berdasarkan proyeksi keuangan Hicaber memiliki laba kotor sebesar 46,70 persen, maka dapat dikatakan berpotensi tinggi. Berdasarkan kriteria Timmons, jika tingkat pertumbuhan pasar lebih dari 20 persen maka berpotensi tinggi, industri *fashion* menurut laporan Bekraf memiliki persentase sebesar 18.01 persen, namun industri ini merupakan industri terbesar kedua setelah kuliner, sehingga dapat dikatakan industri *fashion* masuk ke dalam kategori sedang.

Nilai kriteria tetap biaya tetap dan tidak tetap yang rendah menjadikan kriteria ini memiliki potensi tinggi terhadap perusahaan. Pengendalian harga dan biaya yang tinggi menjadikan kriteria ini tinggi terhadap perusahaan. Sedangkan kriteria jaringan Hicaber luas dan kuat, karena Hicaber sudah memiliki kerja sama dan hubungan baik dengan pemasok, sehingga memiliki potensi tinggi untuk memaksimalkan laba.

Hasil model Timmons tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan usaha Hicaber menunjukkan potensi yang tinggi, ini menunjukkan bahwa Hicaber sangat layak untuk dijalankan karena akan menghasilkan keuntungan. Pangsa

pasar yang terus tumbuh dan berkembang akan memberikan hasil bisnis yang positif bagi Hicaber untuk menjalankan dan mengembangkan bisnis.

