

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan

Sunrise merupakan salah satu usaha bisnis yang bergerak dalam bidang *fashion* muslimah dengan tempat produksi di Bandung, Indonesia.

Sunrise diambil dari bahasa Inggris yang berarti “matahari terbit”. Maksud dari nama tersebut adalah *Sunrise* mempunyai tekad untuk menjadi *brand* yang dapat menyinari setiap yang menggunakannya, serta dapat memberikan manfaat bagi para penggunanya. Untuk itu *Sunrise* bermula dari perdagangan hijab untuk market perempuan muslimah di Indonesia. Seiring berjalannya waktu konsumen terus bertambah dan permintaan akan hijab dan *fashion* muslimah semakin banyak.

Untuk memenuhi permintaan itu dilakukan suatu usaha untuk bisa meraih konsumen yang jauh lebih banyak, target pasar lebih luas, produk yang unik dan bervariasi, dan juga bisa menjangkau dan di terima oleh konsumen di seluruh Indonesia. Untuk itu dengan dibentuknya brand *Sunrise* ini merupakan perluasan dari bisnis sebelumnya dengan memproduksi hijab dan *fashion* muslimah sendiri.

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

Menjadikan *Sunrise* sebagai wirausaha industri kreatif yang mampu memberikan produk-produk berkualitas dengan desain terbaik dan mampu menjadi *Islamic Fashion Center* terbesar di Asia pada 2024 mendatang.

b. Misi

- Memberikan produk yang berkualitas, *up to date*, *inovatif* dan citra tinggi
- Memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan tanggap
- Membina tim terbaik dari orang-orang yang terbaik untuk melaksanakan usaha yang menguntungkan
- Membangun perusahaan dan mempunyai struktur finansial yang kokoh, struktur laba yang wajar agar perusahaan dapat tumbuh dan berkembang

c. Tujuan

- Mengadakan bazar dalam setiap bulannya
- Memberikan produk dengan kualitas tinggi dengan harga yang terjangkau
- Menjadi *online shop* yang selalu memberikan kepuasan bagi pelanggan dengan menjamin keaslian barang yang dibeli, serta pengiriman yang relatif aman dan cepat

4.2 Perencanaan Bisnis

4.2.1 Analisis Lingkungan Usaha

Dalam melakukan analisis lingkungan usaha, terdapat faktor internal dan faktor eksternal, perlu dilakukan identifikasi mengenai pengaruh dari faktor tersebut yang berdampak pada usaha yang akan dijalankan. Faktor internal dan faktor eksternal akan memudahkan untuk mengetahui perlu atau tidaknya pembuatan usaha dan pengembangan suatu bisnis. Selain itu dapat pula membantu perusahaan untuk mengidentifikasi peluang potensial dan juga ancaman yang dihadapi.

A. Analisis Lingkungan Eksternal Makro

Beberapa faktor yang mempengaruhi lingkungan eksternal makro diantaranya adalah :

- Faktor Politik

Kebijakan pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia secara sistematis dimulai dengan Instruksi Presiden Nomor 6 tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, yang berhasil merumuskan rencana induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia tahun 2009-2025 oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Kebijakan ini dilakukan oleh pemerintah karena sangat mempengaruhi kondisi para pelaku usaha. Pemerintah juga terus berupaya memberikan dukungan terhadap para pelaku kreatif Indonesia untuk langkah nyata membangun ekonomi masyarakat. Kebijakan ini juga dimaksudkan untuk membentuk ekosistem yang positif bagi perkembangan ekonomi kreatif

yang tersinegri antara pemerintah, pelaku kreatif, investor, calon konsumen dan masyarakat.

Perusahaan juga harus memperhatikan dasar hukum yang ada seperti, Undang-undang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), HAKI, Monopoli, UTE, dan Perlindungan Konsumen, diatur dalam perundang-undangan berikut :

- **Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)**
 - a) Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
 - b) Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2013 Tentang Pelaksanaan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM.
- **HAKI (Hak Kekayaan Intelektual)**
 - a) Undang-undang No. 19/2002 diganti oleh UU No. 28/2014 Tentang Hak Cipta.
 - b) Undang-undang No. 14 Tahun 2001 Tentang Paten.
 - c) Undang-undang No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek.
 - d) Undang-undang No. 31 Tahun 2000 Tentang Desain Industri.
 - e) Undang-undang No. 32 Tahun 2000 Tentang Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu.
 - f) Undang-undang No. 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang.
 - g) Undang-undang No. 15 Tahun 2001 Tentang Indikasi Geografis

- **Monopoli**

- a) Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

- **Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE)**

- a) Undang-undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

- **Perlindungan Konsumen**

- a) Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Dalam mengurus legalisasi bisnis, pemerintah telah membuat peraturan tentang perdagangan yang meliputi ketentuan perizinan usaha yang perlu dimiliki oleh pengusaha berupa SIUP. Hal ini berdasarkan Peranturan Menteri Perdagangan (Pemerdag) No. 46/2009 tentang Perubahan atas Pemerdag No. 36/2007 mengenai Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan.

- **Faktor Ekonomi**

Faktor ekonomi berpengaruh terhadap kondisi bisnis. Kondisi Rupiah terhadap mata uang asing khususnya akan mempengaruhi harga bahan baku dipasaran. Dimana berdasarkan data situs Bank Indonesia (BI), sejak 2001 nilai tukar rupiah terhadap dolar AS jika menggunakan kurs tengah BI paling kuat berada di Rp 8.573/US\$ pada 2003. Nilai rupiah terhadap dolar AS rata-rata tiap tahun bergerak volatil dan memang pada 2018 tercatat yang terlemah. Nilai tukar mata uang pada suatu negara bersifat fluktuatif dan dinyatakan dalam perbandingan dengan mata uang negara lain. Jika nilai mata uang menguat

maka nilai ekspor produk dari negara tersebut akan menjadi lebih tinggi dan sebaliknya jika nilai mata uang melemah, maka nilai impor barang dari negara lain akan lebih rendah atau murah. Selain itu tingkat inflasi juga sangat mempengaruhi daya beli masyarakat. Inflasi tinggi akan membuat masyarakat menahan diri untuk membelanjakan uangnya pada sektor-sektor industri tertentu khususnya industri *fashion* muslimah. Berikut adalah tabel mengenai inflasi dan nilai tukar rupiah yang terjadi berdasarkan data dari Bank Indonesia sebagai berikut:

Tabel 4.1
Indeks Harga Konsumen

Bulan	2017		2018	
	IHK	Inflasi	IHK	Inflasi
Januari	127,94	0,97	132,10	0,62
Februari	128,24	0,23	132,32	0,17
Maret	128,22	-0,02	132,58	0,20
April	128,33	0,09	132,71	0,10
Mei	128,83	0,39	132,99	0,21
Juni	129,72	0,69	133,77	0,59
Juli	130,00	0,22	134,14	0,28
Agustus	129,91	-0,07	134,07	-0,05
September	130,08	0,13	133,83	-0,18
Oktober	130,09	0,01	134,2	0,28
November	130,35	0,2	134,56	0,27
Desember	131,28	0,71	135,39	0,62
Tingkat Inflasi		3,61		3,13

Sumber: Badan Pusat Statistik (Indeks Harga Konsumen)

<https://www.bps.go.id/statictable/2009/06/15/907/indeks-harga-konsumen-dan-inflasi-bulanan-indonesia-2005-2018.html>

Nilai tukar merupakan harga suatu mata uang terhadap mata uang lainnya atau nilai suatu mata uang terhadap nilai mata uang lainnya. Nilai tukar mata uang pada suatu negara bersifat fluktuatif dan dinyatakan dalam perbandingan dengan mata uang negara lain. Jika nilai mata uang menguat maka nilai ekspor produk dari negara tersebut akan menjadi lebih tinggi dan sebaliknya jika nilai

mata uang melemah maka nilai impor barang dari negara lain akan lebih rendah atau murah.

Dengan melihat tabel dibawah ini, akan diketahui fluktuasi nilai tukar rupiah terhadap dollar US dari tahun 2010-2018 :

Tabel 4.2
Rata-rata Nilai Tukar Rupiah USD

Periode	Nilai	Kurs Jual	Kurs Beli
2018	1.00	14,553.00	14,409.00
2017	1.00	13,616.00	13,480.00
2016	1.00	13,503.00	13,369.00
2015	1.00	13,864.00	13,726.00
2014	1.00	12,502.00	12,378.00
2013	1.00	12,250.00	12,128.00
2012	1.00	9,718.00	9,622.00
2011	1.00	9,113.00	9,023.00
2010	1.00	9,036.00	8,946.00

Sumber: Bank Indonesia

<https://www.bi.go.id/id/moneter/informasi-kurs/transaksi-bi/Default.aspx>

- Faktor Teknologi

Kemajuan teknologi dan arus informasi menjadikan media sosial merupakan salah satu bagian dari kehidupan setiap orang. Melalui gadget yang dimiliki, bisa membuat dan mengakses akun media sosial secara lebih mudah. Media sosial kini menjadi sarana sebagai sarana penghubung kita dengan dunia luar. Banyak informasi yang bisa kita peroleh dari media sosial media salah satunya adalah perkembangan *trend fashion* muslimah. Media sosial membuat *trend fashion* di tanah air menjadi meluas dan mengalami perkembangan yang sangat pesat. Jenis *fashion* yang paling cepat mengalami perkembangan adalah baju. Karena lebih cepat mengalami pergantian model dan desain. Selain itu baju adalah item yang paling banyak dicari dibanding jenis produk *fashion* yang

lain. Akan tetapi dilain sisi perkembangan teknologi dapat mempermudah dalam pengembangan bisnis salah satunya adalah promosi yang bisa menjangkau seluruh dunia, salah satu caranya dengan menggunakan sosial media, media daring, TV, radio.

- Faktor Sosial

Salah satu bentuk perintah agama Islam menjadi perubahan pada masyarakat untuk mengenakan busana yang menutup seluruh aurat. Perkembangan kesadaran masyarakat akan pengetahuan agama mendorong untuk melakukan perubahan dalam penampilan, dikarenakan mereka ingin melakukan perubahan secara menyeluruh terutama hal yang paling mudah adalah merubah cara berpakaian. Adat dari setiap daerah di Indonesia sekarang menjadikan busana muslimah itu pakaian sehari-hari, karena busana merupakan kebutuhan biologis bagi setiap individu serta kebudayaan bagi manusia sebagai makhluk sosial, bahkan dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini telah berkembang menjadi kebutuhan gaya hidup. Busana tidak hanya menjadi alat untuk melindungi tubuh dari pengaruh udara sekitar, tetapi lebih mengarah pada sarana untuk mengekspresikan diri bagi pemakaiannya sebagai insan modern.

Dengan didukung kondisi sosial ini, perubahan perilaku belanja sebagian masyarakat, dari semula rajin berbelanja di toko ritel secara langsung (*offline*), kini mulai bergeser ke pola belanja melalui aplikasi dalam jaringan (*online*), semakin menguta indikasi bahwa perubahan *trend* gaya hidup menjadi faktor pendorong konsumsi dalam negeri pada tahun ini. Dimana media sosial sangat berperan aktif dalam kehidupan masyarakat muda perkotaan yang mana orang-

orangnya suka membagikan moment-moment tertentu, salah satunya yang menarik adalah memamerkan busana yang di kenakan dapat menyampaikan misi atau pesan kepada orang lain untuk memposting gaya *outfit of the day*, dimana orang akan penasaran dan ingin mengikuti gaya atau *fashion* yang dianggap bagus dan sesuai dengan pribadinya. Hal ini memberikan efek promosi yang baik dan lebih cepat meluas.

B. Analisis Lingkungan Eksternal Mikro

Dalam lingkungan eksternal mikro, terdapat beberapa faktor penting yang mempengaruhi lingkungan usaha seperti pelanggan, kompetitor, distributor, dan supplier.

- **Kompetitor/Pesaing**

Pesaing merupakan perusahaan yang menghasilkan atau menjual produk yang sama dengan produk yang dihasilkan oleh *Sunrise*. Berikut adalah pesaing dari *Sunrise* yang terdekat berdasarkan lama waktu dan segmen yang sama dengan apa yang di produksi oleh *Sunrise*. Dengan adanya banyak merek kompetitor-kompetitor dijadikan *Sunrise* sebagai acuan bahwa fashion muslimah semakin digemari.

Sunrise memandang kompetitor dari merek-merek yang sekarang ada bukan lagi menjadi hambatan bagi *sunrise* untuk mengembangkan dan menjadikan *Sunrise* sebagai merek yang kuat dan unggul, karena dengan kepercayaan diri dapat menonjolkan keunggulan dalam berbagai aspek yang dimiliki, baik

dalam aspek kualitas produk maupun kualitas pelayanan, dimana *Sunrise* telah memiliki segmentasi pasarnya sendiri.

Tabel 4.3
Persaingan Kompetitor

	Pesaing	Kelebihan	Kelemahan
1	Rashawl	<ul style="list-style-type: none"> • Pemanfaatan Digital Marketing yang baik • Foto produk yang bagus • Bahan baku (kain) dity shawl • Semua model baju dress memiliki saku dikanan dan kiri 	<ul style="list-style-type: none"> • Harga jual yang cukup tinggi • Warna tidak memiliki banyak pilihan, dan hanya menjual yang berwarna gelap • Bahan yang digunakan terlalu tebal
2	Vanilla Hijab	<ul style="list-style-type: none"> • Pemanfaatan Digital Marketing yang baik • Murah harga jual mulai dari Rp. 100.000 • Desain grafis yang sangat baik • Desain hijab dan baju yang minimalis 	<ul style="list-style-type: none"> • Hanya menggunakan bahan satin yang bermotif • Terlalu fokus pada dunia <i>online</i> • Order harus serantak • Model tidak memiliki banyak pilihan
3	Dian Pelangi	<ul style="list-style-type: none"> • Modal yang dikeluarkan oleh pemilik sangat besar • Mempunyai ciri khas motif • Foto produk yang baik • Menggunakan bahan baku <i>Handmade</i> • Sudah sekala industry besar 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan untuk lokal sedikit terlalu lama • Hanya menjual bahan yang bermotif seperti pelangi dan warna-warna terang lainnya
4	Shafira	<ul style="list-style-type: none"> • SDM • Sudah sekala industri besar • Custom size • Keunggulan jaringan yang besar • Kolaborasi dengan artis 	<ul style="list-style-type: none"> • Dalam iklan cenderung berlebihan sehingga mengurangi estetika dari media pemasarannya
5	Hijab Princess	<ul style="list-style-type: none"> • Jahitan yang sangat rapih • Menggunakan label crown logam • Bahan baku (kain) • Marketing yang kuat (<i>online</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuma menggunakan bahan bertekstur kulit jeruk (diamond paris) • Ketersediaan stok yang sangat sedikit • Munculnya para jastip-jastil yang tidak jujur • Harga yang cukup tinggi

Pangsa pasar dan pelanggan produk ini adalah semua kalangan khususnya yang memiliki gaya *trend fashion* ter up-date. Target pasar yang ingin dicapai adalah semua kalangan, komunitas-komunitas muslimah, segala jenis pekerja, pelajar dan mahasiswa. Konsumen yang berada di kawasan ini terdiri

dari beragam strata sosial. Namun untuk kawasan yang berdekatan sebagian besar dari mereka mempunyai strata sosial menengah ke atas.

- Pendatang Baru

Persaingan dalam bisnis kopi ini terus berkembang sampai saat ini dan persaingan tersebut cukup ketat. Hal ini terlihat dengan munculnya *online shop* baru ini dikarenakan setiap tahunnya tingkat konsumsi di industri *fashion* mengalami kenaikan. Berikut ini *fashion industri* yang menjadi pesaing baru di Indonesia.

Dengan adanya para pesaing-pesaing baru dari bisnis *fashion* yang terus bermunculan maka akan menimbulkan persaingan langsung, bisa juga berasal dari pelaku usaha yang memiliki kesamaan fungsi dengan produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha

- Kekuatan Pemasok

Sejumlah wilayah di Indonesia khususnya di Kota Bandung untuk *supplier* kain cukup banyak. Adanya daya tawar pemasok sangat mempengaruhi intensitas persaingan di suatu industri. Pemasok kain di Kota Bandung di antaranya adalah KTC Cigondewah, Pasar baru, dan pertokoan tekstil Balubur Town Square. Rata-rata pemasok kain memiliki produk sejenis dengan kualitas yang cukup baik, sehingga akan memudahkan mendapatkan bahan baku yang di cari dan mudah berganti *supplier* jika menaikkan harga diatas rata-rata.

- Daya Tawar konsumen

Daya tawar konsumen ketika membeli produk *fashion* bisa di katakan tinggi karena kualitas produk pembeli sangat dipengaruhi oleh produk industri, pada

umumnya harga produk tidak dipengaruhi oleh konsumen, ini dikarenakan pada umumnya pengguna *fashion* muslimah lebih mementingkan kualitas dari setiap produk yang dihasilkan.

- Produk pengganti

Persaingan terhadap bisnis tidak hanya berasal dari pelaku usaha yang memproduksi produk yang sama sehingga menimbulkan persaingan langsung, melainkan bisa juga berasal dari pelaku usaha yang memiliki kesamaan fungsi dengan produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha. Dalam usaha ini, pelaku usaha menemukan banyak kompetitor, baik di usaha dengan spesifikasi produk yang sama maupun spesifikasi produk yang berbeda, seperti mall yang memiliki banyak produk beragam sebagai barang pengganti.

C. Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal memerlukan metode untuk menganalisis kondisi dan posisi perusahaan pada saat ini. *Key Succes Factor* diperlukan untuk menghasilkan kondisi analisis lingkungan internal, yaitu :

- *Finance* (Keuangan)
 - Usaha yang dilakukan pada *Sunrise* ini modalnya masih sedikit.
 - Sumber modal yang dimiliki masih berasal dari pemilik sendiri.
- *Marketing* (Pemasaran)
 - Memberikan pelayanan secara *online*, agar pelanggan tidak dengan susah untuk *paying dating* ke tempat kita dalam membeli barang yang

diinginkan, tetapi hanya dengan akses internet dapat memperoleh barang yang diinginkan.

- Memberikan informasi yang lengkap kepada konsumen mengenai produk yang kita tawarkan.
- Dapat memberikan pelayanan yang *fast respon*.
- Cepat tanggap dalam menghadapi *complain* dari para pelanggan.
- Menyediakan layanan retur bagi pelanggan.
- *Operation (Operasional)*
 - Ketepatan waktu dalam mengirim produk ke konsumen
 - Memberikan jaminan kualitas dan mutu produk yang baik kepada konsumen
 - Sudah bekerja sama dengan *supplier* kain yang ada.
 - Belum mempunyai mesin produksi sendiri.
 - Proses produksi masih sistem *Pre-order (PO)*.
 - Pengiriman barang yang *on time*.
- *Human Resource*
 - Dapat mendesain produk.
 - Belum menetapkan jam kerja yang sesuai standar.
 - Belum mempunyai pegawai.
 - Belum terlalu memiliki pengalaman dalam mengelola bisnis dalam skala besar.

4.2.2 Analisa SWOT

Analisa SWOT merupakan sebuah cara untuk mengidentifikasi faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, dan dilihat dari faktor *internal* dan *eksternal* yang membantu kekuatan, kelemahan, kesempatan dan juga ancaman bagi *Sunrise* :

Tabel 4.4
Kekuatan *Sunrise*

<i>Strength 1 – S1</i>	Menggunakan bahan produk yang terjamin dan berkualitas
<i>Strength 2 – S2</i>	Produk yang sangat nyaman saat dipakai
<i>Strength 3 – S3</i>	Sudah bekerja sama dengan <i>supplier</i> kain yang ada
<i>Strength 4 – S4</i>	Dapat mendesain produk
<i>Strength 5 – S5</i>	Meberikan pelayanan secara cepat

Selain kekuatan dari *Sunrise* terdapat kekurangan yang harus diperbaiki agar dapat memaksimalkan kepuasan terhadap konsumen dan memberikan pelayanan yang prima, berikut kekurangan dari *Sunrise* :

Tabel 4.5
Kelemahan *Sunrise*

<i>Weakness 1 – W1</i>	Masih menggunakan satu jenis bahan yang sama
<i>Weakness 2 – W2</i>	Kurangnya modal usaha yang dimiliki
<i>Weakness 3 – W3</i>	Produk yang mudah ditiru
<i>Weakness 4 – W4</i>	Belum mempunyai mesin produksi sendiri
<i>Weakness 5 – W5</i>	Belum memiliki cukup pengalaman

Dalam industri *fashion* terus mengalami perkembangan fungsi yang dulu untuk melindungi tubuh saat ini bertambah menjadi penunjang penampilan, berikut

ini adalah peluang yang dari *Sunrise* dalam menghadapi persaingan industri *fashion* khususnya busana muslimah :

Tabel 4.6
Peluang *Sunrise*

<i>Opportunities 1 – O1</i>	Semakin banyaknya masyarakat untuk berhijrah
<i>Opportunities 2 – O2</i>	Jumlah permintaan <i>fashion</i> muslimah yang semakin meningkat
<i>Opportunities 3 – O3</i>	Teknologi informasi yang mendukung seperti media sosial
<i>Opportunities 4 – O4</i>	Pemerintah mendukung untuk industri kreatif
<i>Opportunities 5 – O5</i>	Masyarakat yang semakin pintar dalam mencari informasi

Ancaman dalam menjalankan bisnis merupakan hal yang tidak dapat terlepas baik itu dari industri busana muslimah atau dari yang sejenis, berikut adalah ancaman yang dihadapi oleh *Sunrise*.

Tabel 4.7
Ancaman *Sunrise*

<i>Threats 1 – T1</i>	Orang yang ahli di industri <i>fashion</i> muslimah cukup banyak
<i>Threats 2 – T2</i>	Tidak stabilnya harga bahan baku
<i>Threats 3 – T3</i>	Banyak bermunculannya pemain baru
<i>Threats 4 – T4</i>	Jangkauan internet yang kurang merata
<i>Threats 5 – T5</i>	Tidak stabilnya kurs mata uang terhadap rupiah

Faktor internal dari *Sunrise*, kekuatan maupun kelemahan, berikut adalah faktor-faktor internal strategis *Sunrise* yang disajikan sebagai berikut :

Tabel 4.8
Internal Strategic Factor Summary

<i>Internal Strategic Factor Summary</i>	<i>Weight</i>	<i>Rating</i>	<i>Weight Score</i>
<i>Strength</i>			
Menggunakan bahan produk yang terjamin dan berkualitas	0,2	4	0,8
Produk yang sangat nyaman saat dipakai	0,05	3	0,15
Sudah bekerja sama dengan <i>supplier</i> kain yang ada	0,1	4	0,4
Dapat mendesain produk	0,1	4	0,4
Meberikan pelayanan secara <i>online</i>	0,05	3	0,15
Subtotal	0,5		1,9
<i>Weakness</i>			
Masih menggunakan satu jenis bahan yang sama	0,1	3	0,3
Kurangnya modal usaha yang dimiliki	0,15	2	0,3
Produk yang mudah ditiru	0,1	3	0,3
Belum mempunyai mesin produksi sendiri	0,1	2	0,2
Belum memiliki cukup pengalaman	0,05	2	0,1
Subtotal	0,5		1,2
Total	1		3,1

Nilai matriks *Internal Strategic Factors Summary* nilai *Strength* dan *Weakness* = 3,1. Sementara itu, faktor-faktor eksternal strategis *Sunrise* sebagai berikut :

Tabel 4.9
External Strategic Factor Summary

<i>External Strategic Factor Summary</i>	<i>Weight</i>	<i>Rating</i>	<i>Weight Score</i>
Opportunities			
Semakin banyaknya antusias masyarakat untuk menutup aurat	0,08	3	0,24
Jumlah permintaan <i>fashion</i> muslimah yang semakin meningkat	0,12	3	0,36
Teknologi yang mendukung	0,15	4	0,6
Pemerintah mendukung untuk industri kreatif	0,1	4	0,4
Masyarakat yang semakin pintar dalam mencari informasi	0,05	3	0,15
Subtotal	0,5		1,75
Threats			
Orang yang ahli di industri <i>fashion</i> muslimah cukup banyak	0,06	3	0,18
Tidak stabilnya harga bahan baku	0,13	3	0,39
Banyak bermunculannya pemain baru	0,1	3	0,3
Jangkauan internet yang kurang merata	0,04	2	0,08
Tidak stabilnya kurs mata uang terhadap rupiah	0,17	2	0,34
Subtotal	0,5		1,29
Total	1		3,04

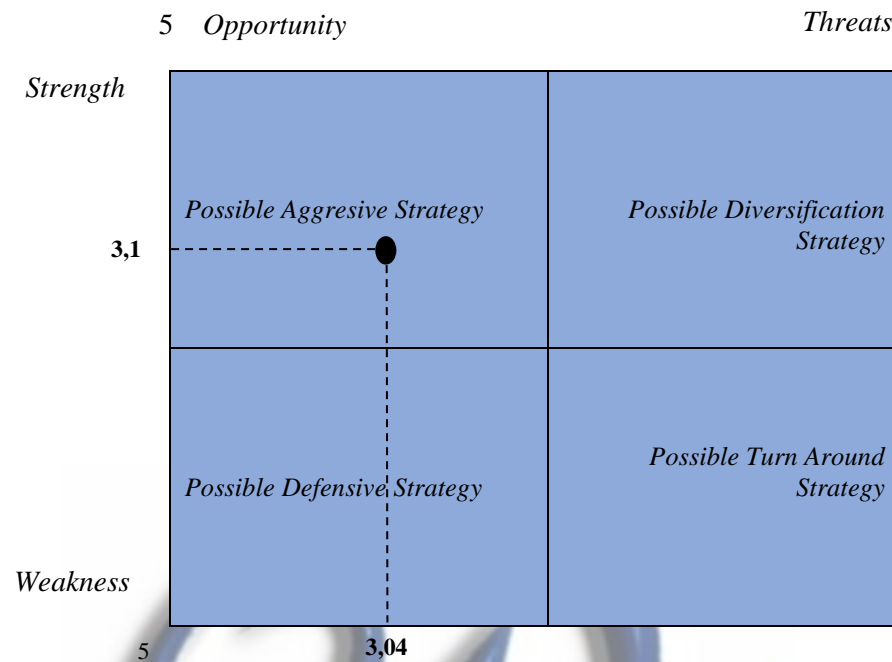
a) Hasil analisis strategi bisnis

Dari hasil analisis SWOT diatas, didapat bahwa :

$$\text{Strength - Weakness} = 3,1$$

$$\text{Opportunities - Threats} = 3,04$$

Hasil tersebut menunjukkan bahwa jika mengacu kepada matriks yang ada dibawah ini, maka didapatkan posisi bisnis pada *Possible Diversifation Strategy* yang artinya bahwa pelaksanaan usaha *Sunrise* akan menguntungkan jika dijalankan.



Gambar 4.1 Portofolio Analisis

4.2.3 Sasaran dan Strategi Usaha

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

Tabel 4.10
Strategi Usaha *Sunrise*

<p>EFAS</p> <p>IFAS</p>	<p>STRENGTHS (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan bahan produk yang terjamin dan berkualitas • Produk yang sangat nyaman saat dipakai • Sudah bekerja sama dengan supplier kain yang ada • Dapat mendesain produk • Memberikan pelayanan secara online 	<p>WEAKNESSES (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Masih menggunakan satu jenis bahan yang sama • Kurangnya modal usaha yang dimiliki • Produk yang mudah ditiru • Belum mempunyai mesin produksi sendiri • Belum memiliki cukup pengalaman
	<p>OPPORTUNITIES (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Semakin banyaknya antusias masyarakat untuk menutup aurat • Jumlah permintaan fashion muslimah yang semakin meningkat • Teknologi yang mendukung • Pemerintah mendukung untuk industri kreatif • Masyarakat yang semakin pintar dalam mencari informasi 	<p>STRATEGI SO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan promosi yang lebih gencar dengan media sosial • Meningkatkan produksi • Memasarkan produk ke area yang lebih luas dengan memanfaatkan teknologi dan internet
<p>THREATS (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orang yang ahli di industri fashion muslimah cukup banyak • Tidak stabilnya harga bahan baku • Banyak bermunculannya pemain baru • Jangkauan internet yang kurang merata • Tidak stabilnya kurs mata uang terhadap rupiah 	<p>STRATEGI ST</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengembangkan kualitas pelayanan dengan CRM (<i>customer Relationship Manajemen</i>) • Terus berinovasi terhadap produk yang di produksi • Menawarkan keuntungan yang didapat dengan membeli produk dari <i>Sunrise</i> 	<p>STRATEGI WT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membuat strategi pemasaran yang efektif • Melakukan kolaborasi dengan <i>brand</i> yang memproduksi hijab dan pakaian yang sejenis untuk menciptakan produk

Dengan panduan strategi usaha pada tabel berikut, *Sunrise* diharapkan dapat menangkap setiap peluang yang ada serta meminimalisir setiap ancaman yang akan datang. Selain itu perlu untuk mengembangkan produk dan kualitas serta pengetahuan di bidang *fashion* muslimah untuk memenangkan persaingan dalam bisnis ini.

4.3 Strategi Perencanaan

Strategi perencanaan sangat diperlukan dalam menjalankan suatu usaha atau bisnis agar dapat berjalan dengan baik. Bagian ini akan menjelaskan tentang strategi perencanaan dari *Sunrise*.

4.3.1 Perencanaan Pemasaran

Tujuan dari pemasaran adalah untuk menentukan strategi yang tepat dalam memasarkan produk agar produk yang ditawarkan dapat tersampaikan dengan tepat kepada target pasar.

- Tujuan Perencanaan Pemasaran

Tujuan dari perencanaan pemasaran ini adalah untuk menentukan strategi untuk *Sunrise* yang tepat dalam memasarkan produk yang ditawarkan dapat tepat sasaran.

- Rencana Strategi Pemasaran

Analisis *Segmenting, Targeting* dan *Positioning* sebagai berikut:

a. *Segmenting & Targeting*

- Geografis

Negara : Seluruh Wilayah Indonesia dan Global

Sunrise memilih segmentasi geografis dikota-kota besar di negara Indonesia dan mancanegara, dengan perkembangan zaman dimana banyaknya kegiatan keagamaan yang dilakukan khususnya anak muda sekarang yang memiliki pengaruh yang tinggi terhadap perkembangan kegiatan keagamaan dan cara berpakaian, sehingga di pilih wilayah Indonesia sebagai target utama dalam pemilihan *segmentasi & targeting*. Karena diseluruh wilayah Indonesia pula banyak orang-

orang yang memiliki daya beli yang tinggi, serta orang-orang dikota-kota besar pun lebih sering memperhatikan penampilan. Mereka cenderung mengikuti mode yang sedang naik di pasaran. Sehingga, peluang untuk mendapatkan pelanggan lebih besar.

- Demografis

Jenis kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Umur : Remaja dan Dewasa (17 tahun – 55 tahun)

Penghasilan : Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000/Bulan

Pendidikan : Pelajar dan Mahasiswa

Pekerjaan : Semua jenis pekerjaan

Sunrise memilih segmentasi demografis seperti yang tercantum diatas, karena umur 17-55 tahun orang-orang mulai menunjukkan kepribadiannya lewat penampilan yang lebih berani untuk berekspresi lewat trend *fashion* yang mereka pakai. *Sunrise* menerapkan semua aspek demografis, akan tetapi yang lebih ditekankan adalah umur, jenis kelamin, dan penghasilan. Hal ini di karenakan dalam pembuatan suatu produk mengacu pada umur yang sesuai dengan produk *fashion* yang akan di produksi.

- Psikografis

Kelas Sosial : Menengah ke atas

Sunrise memilih kelas menengah ke atas, karena gaya hidup dan karakteristik perilaku kelas menengah ke atas memiliki gaya hidup modern dan hedonis, dari gaya hidup ini memiliki kesamaan dan beragam sebagai suatu

komunitas, dimana mereka yang selalu memikirkan penampilannya. Pada umumnya kalangan menengah ke atas memiliki daya beli yang cukup tinggi pula. Serta *update* dalam mengikuti trend *fashion* masa kini. Kelas menengah ke atas juga mudah bersosialisasi terhadap lingkungan sekitarnya.

- *Behavior*

Sunrise menerapkan segmentasi perilaku yang meliputi peristiwa, manfaat, status pemakai, tingkat pemakaian, status kesetiaan. Tahap kesiapan membeli, dan sikap terhadap produk. Akan tetapi yang perlu di kaji ulang dalam penerapan ini adalah dari segi manfaat yaitu kecepatan dalam pelayanan yang kurang optimal.

- b. *Positioning*

Sunrise memosisikan dirinya sebagai *brand fashion* muslimah anak muda yang *fun* dan *shining*. Produk yang ditawarkan *Sunrise* merupakan produk yang terjaga kualitasnya, serta mengutamakan kenyamanan kepada penggunanya, dan menaruh perhatian penuh untuk selalu menyediakan desain yang unik untuk konsumen.

- ✓ **Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)**

1. *Product* (Produk)

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan pada suatu pasar guna mendapatkan perhatian untuk dimiliki, digunakan, dikonsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan. *Sunrise* menawarkan produk *fashion* muslimah, dimana perkembangan *fashion* sekarang sangat mengikuti perkembangan zaman yang

selalu *update*. *Sunrise* juga menjual beberapa produk hijab dan pakaian memiliki ukuran, seperti:

a. Hijab Instan

- Medium (33x69cm)
- Large (48x90cm)

b. Hijab Segi Empat & Pashmina

- Segi Empat (115x115cm)
- Pashmina (75x175cm)

c. Tunik

- S (Ld 92cm, Pb 70cm)
- M (Ld 96cm, Pb 75cm)
- L (Ld 102cm, Pb 80cm)
- XL (Ld 108cm, Pb 80cm)
- XXL (Ld 114cm, Pb 80cm)

d. Dress

- S (Ld 92cm, Pb 130cm)
- M (Ld 96cm, Pb 134cm)
- L (Ld 102cm, Pb 135cm)
- XL (Ld 108cm, Pb 140cm)
- XXL (Ld 114cm, Pb 140cm)

e. Rok

- Waist (Pinggang) 60-80cm
- Length (Panjang) 73cm

2. *Price* (Harga)

Dengan penentuan harga yang merupakan hal yang penting dalam sebuah perusahaan baik untuk bertahan hidup, mamaksimalkan harga dan menambah *market share*, dan mutu produk yang berkualitas tinggi. Harga merupakan indikator dari barang, dalam menetapkan harga perlu hati-hati dalam memperhatikan potensi pasar. Harga yang di tawarkan *Sunrise* memiliki harga yang bersaing dan sesuai dengan kualitasnya. Pelanggan dapat memiliki koleksi dari *Sunrise* dengan harga yang ditetapkan sesuai dengan biaya produksi, yaitu :

- 1) Hijab Instan : Rp 85.000
- 2) Hijam Segi Empat : Rp 55.000
- 3) Pashmina : Rp 69.000
- 4) Dress : Rp 225.000
- 5) Tunik : Rp 185.000
- 6) Rok : Rp 150.000

Harga diatas dapat berubah apabila ada penawaran khusus di hari-hari tertentu yang dianggap bisa memberikan penawaran khusus, seperti :

- Memberikan potongan harga saat akan *launching* produk (*pre-order*).
- Memberikan potongan harga untuk konsumen yang membeli produk dalam jumlah tertentu seperti hijab *Buy 1 = Rp 85.000/pcs*, *Buy 3 = Rp 80.000/pcs*.
- Memberikan potongan harga saat *season* tertentu seperti Hari Idul Fitri dan Hari Idul Adha dan hari berdirinya *Sunrise*.

- Memberikan potongan harga khusus untuk produk yang modelnya sudah ketinggalan/model lama.

3. *Place* (Tempat)

Lokasi yang digunakan oleh *Sunrise* untuk memudahkan dalam berbelanja juga menjadi pertimbangan penting bagi konsumen saat ini. Dimana konsumen mencari tempat belanja yang terjangkau baik dari segi harga maupun tempat dengan produk yang berkualitas.

Sunrise menggunakan saluran distribusi langsung (produsen-konsumen) yaitu dengan penjurana langsung melalui *website*, *marketplace*, *line@* dan lainnya. Dimana cakupan pemasarannya untuk bisnis online ini tidak terbatas, sehingga ruang lingkungnya adalah wilayah yang ada di seluruh Indonesia

4. *Promotion* (Promosi)

✓ ***Sales Promotion* (Promosi Penjualan)**

a. Penawaran harga paket untuk pembelian pakaian dan hijab

- Dress + Hijab Instan (Rp 290.000)
- Tunik + Segi Empat (Rp 230.000)
- Tunik + Rok (Rp 300.000)

b. Hadiah

- Setiap pembelian di atas Rp 500.000 (mendapat *free* Hijab)
- Mengadakan *giveaway* dengan *spam like*, *comment* melalui akun instagram, dan pemenangnya dapat memenangkan produk secara gratis

c. Kupon

Memberikan kupon (*voucer*) pada hari tertentu seperti (Harbolnas/ hari Nasional) untuk mendapatkan potongan harga saat melakukan pembelian di *website* dll

d. Program Frekuensi

Mengadakan sistem membership dengan minimal pembelian Rp 500.000, serta dapat memberikan diskon khusus untuk para member dari *Sunrise*

e. Promosi Silang

Berkolaborasi dengan *brand-brand* lain seperti (berkolaborasi dengan desainer)

✓ **Advertising (Periklanan)**

Beriklan di media sosial seperti *Instagram Sponsored Post* dengan menggunakan iklan foto dan video untuk fitur iklan di *feed instagram* dan *instastory* :

Inovasi iklan :

- Iklan Foto : Konten berisi foto produk *Sunrise* yang dikenakan model dengan konsep *outfit of the day*.



Gambar 4.2 : Iklan Foto

- Iklan Video : Konten mengenai cara penggunaan Hijab
- *Endorse* selebgram yang cukup berpengaruh dalam *fashion* muslimah.

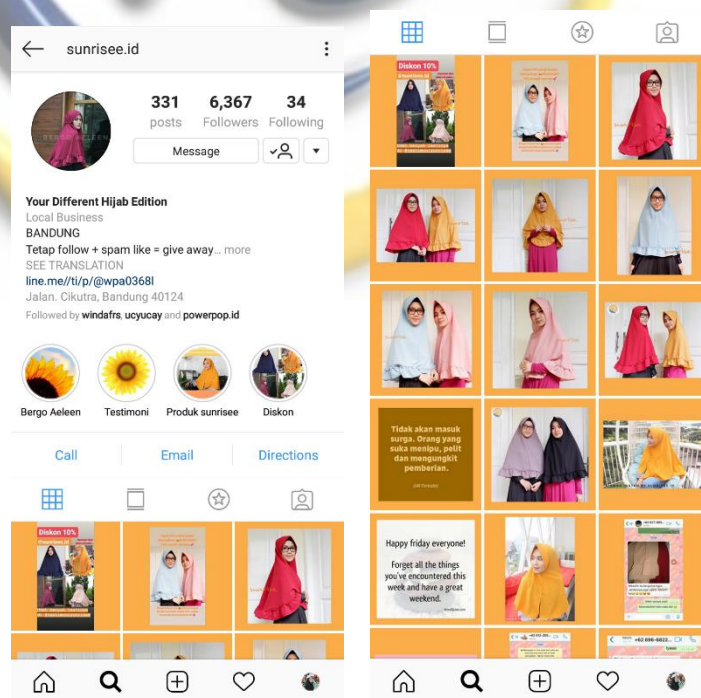


Gambar 4.3 : Foto Endorse

- Penjualan pribadi, melakukan promosi *door to door* melalui teman-teman dari mulut ke mulut.

✓ Sosial Media

Melihat perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi banyak fenomena yang terjadi. Salah satunya adalah munculnya media sosial yang dioperasikan secara online atau sering disebut media online. Dimana media online dapat diakses seluruh masyarakat dengan menggunakan jaringan internet untuk mengunjungi berbagai macam situs yang berisi berbagai konten sesuai dengan apa yang masyarakat ingin dapatkan. Media sosial yang digunakan *Sunrise* adalah dengan menggunakan instagram, dan facebook.



Gambar 4.4 : Sosial Media (Instagram)

✓ **Marketing Online**

Marketing online yang dilakukan *sunrise* adalah bekerja sama dengan *marketplace* seperti Shopee yang memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi pembelian, yang dimana shopee menawarkan sistem gratis ongkir setiap pembelanjaan minimal Rp 90.000 – Rp 150.000 untuk setiap transaksi yang dilakukan. Sehingga dapat memudahkan konsumen untuk melakukan transaksinya.



Gambar : 4.5 Marketing Online

4.3.2 Perencanaan Operasional

✓ **Quality**

1. Performance (kinerja)

- Nyaman digunakan
- Mudah dibentuk
- Bahannya menyerap keringat
- Bahan tidak mudah kusut

2. Durability (daya tahan)

Bisa digunakan jangka panjang, kain tidak mudah berbulu dan kusam.

3. Conformance (konsistensi)

Produk yang dihasilkan sesuai dengan desain dan informasi produk yang diberikan

4. Reliability (reabilitas)

Produk dapat diandalkan sebagai item yang *fashionable*

5. *Serviceability*

- Senin s/d Jum'at : 08.00 – s/d 17.00 Wib
- Sabtu : 09.00 s/d 20.00 (lembur sampai pekerjaan selesai)

6. *Aesthetics (estetika)*

Penggunaan kain batik khas Jawa Barat memberikan keindahan dan ciri khas pakaian

7. *Perception*

- Nyaman digunakan
- Mudah dibentuk
- Bahannya menyerap keringat
- Bahan tidak mudah kusut

✓ *Supplier*

Untuk sumber bahan baku atau *supplier* kain, *Sunrise* mengambil dari pasar besar dengan model dan corak yang menarik konsumen. Sehingga dengan begitu tidak merugikan berbagai pihak, baik dari pihak pendiri usaha maupun konsumen yang membelinya.

Berikut adalah daftar alternatif *supplier* di Bandung yang akan dipilih oleh *Sunrise*:

Tabel 4.11

Supplier

1	KTC Cigondewah
2	Pasar Baru
3	Balubur Town Square (Baltos)

✓ **Input**

Material bahan baku utama yang dibutuhkan yaitu kain. Bahan baku pelengkap, yaitu:

- Kancing
- Resleting
- Kain Keras, dll

Dalam menjalankan operasional, *Sunrise* membutuhkan tenaga kerja dengan kualifikasi sesuai dengan yang dibutuhkan. Tenaga kerja yang dibutuhkan dalam proses produksi ada tenaga kerja pemotong, penjahit, dan *quality control*. *Sunrise* dapat menentukan standar kerja untuk para pegawainya dalam proses produksi, karena proses produksi harus menggunakan tenaga ahli dalam bidangnya, maka standar kerja yang ditentukan adalah:

- Pemahaman alur proses produksi
- Pemahaman kriteria material yang dibutuhkan

Serta spesifikasi mesin-mesin yang digunakan untuk proses produksi pada *Sunrise* sebagai berikut:

- Mesin jahit highspeed (Typical)
- Mesin jahit obras (Typical)
- Mesin lubang & pasang kancing (Typical)
- Mesin jahit Overdeck (Typical)

✓ *Process*

Proses produksi merupakan serangkaian proses yang dilalui secara berurutan dalam melakukan transformasi masukan menjadi suatu produk tertentu. Proses produksi yang dilakukan *Sunrise* terdiri atas pembuatan desain, pembuatan pola (*pattern making*), pemotong (*cutting*), penjahitan (*sewing*), dan pengerjaan akhir (*finishing*).

Manajemen proses produksi juga harus dapat menghitung biaya atau ongkos produksi yang efisien agar dapat mencapai laba yang diinginkan. Oleh karena itu dalam proses produksi, manajemen keuangan dari *sunrise* akan membuat proyeksi anggaran sesuai dengan proses produksinya.

Sedangkan tenaga penjahit harus dapat memastikan produksi barang sesuai dengan *timeline* yang ditentukan. Ketepatan waktu yang dibutuhkan dalam proses produksi, sehingga perusahaan bisa meminimalisir kerugian waktu dan biaya. Serta, dalam proses produksi dan operasional harus ditetapkan standar keamanan kerja sehingga para karyawan terjamin dalam melakukan tugasnya.

✓ *Output*

Setelah barang dihasilkan dari proses produksi, manajemen harus memastikan hasil produksi tersebut. Barang yang dihasilkan harus sesuai dengan desain yang direncanakan. *Sunrise* akan memastikan setiap produk yang dihasilkan sesuai dengan desainnya.

Apabila Barang cacat yang tidak sesuai dengan kualitas yang diharapkan dihitung dan *sunrise* akan menelusuri penyebab barang cacat. Hal ini pun

sebagai proses evaluasi agar dapat menghindari penyebab kegagalan dalam proses produksi selanjutnya.

Kecacatan produk meliputi :

- Noda kecil
- Kesalahan penjahitan
- Ketidaksesuaian dalam ukuran

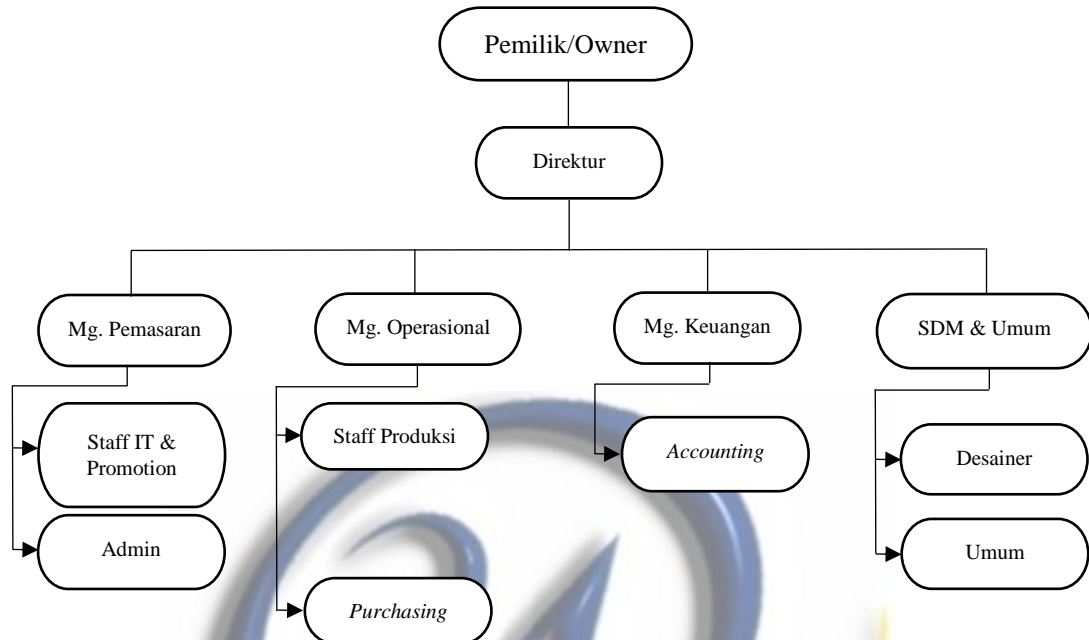
Barang yang sudah di produksi dapat di distribusikan menggunakan pengiriman melalui ekspedisi, dimana *Sunrise* sudah bekerjasama dengan *start-up* ekspedisi seperti Si Cepat dan JNE untuk menyalurkan orderan kepada konsumen sesuai dengan alamat yang dituju.

4.3.3 Perencanaan Sumber Daya Manusia

Perencanaan SDM memiliki tujuan untuk kandidat yang memiliki kompetensi dibidangnya yang akan di rekrut untuk menjalankan aktifitas bisnis dari *Sunrise*, agar dapat terus berjalan dan semakin maju sesuai dengan apa yang direncanakan.

Generasi milenial merupakan generasi yang tumbuh di tengah-tengah pesatnya perkembangan teknologi informasi, dimana para pekerja yang datang dari generasi ini memunculkan banyak individu inovatif yang diincar berbagai perusahaan.

- **Struktur Organisasi *Sunrise***



Gambar 4.6 : Struktur Organisasi *Sunrise*

- ***Job Description***

Job description merupakan sebuah panduan dari perusahaan kepada karyawannya dalam menjalankan tugas. Semakin jelas *job description* yang diberikan, maka semakin mudah bagi karyawan melaksanakan tugas sesuai dengan tujuan perusahaan.

Tabel 4.12
Job Description

Jabatan	Uraian Tugas
Pemilik/ Owner	<ul style="list-style-type: none"> • Bertanggung jawab atas kerugian yang dihadapi perusahaan termasuk juga keuntungan perusahaan • Merencanakan serta mengembangkan sumber-sumber pendapatan dan pembelanjaan kekayaan perusahaan • Menetapkan strategi-strategi yang strategis untuk mencapai visi dan misi perusahaan • Mengangkat dan memberhentikan perusahaan
Direktur	<ul style="list-style-type: none"> • Sebagai penanggung jawab organisasi dan jalannya organisasi • Mengusahakan efisiensi pelaksanaan, pengawasan, dan pengendalian perusahaan secara terus menerus. Mencari kesempatan dan peluang untuk memajukan perusahaan • Mengangkat dan memberhentikan setiap manajer atau kepala bagian
Mg. Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> • Menentukan daerah pemasaran • Menetapkan harga jual produk dan mempromosikan
Mg. Operasional	<ul style="list-style-type: none"> • Mengelola dan meningkatkan efektivitas dan efisiensi perusahaan • Memangsa habis biaya-biaya yang sama sekali tidak menguntungkan perusahaan • Mengawasi produksi barang atau penyediaan jasa • Mengawasi penyediaan distribusi barang dan tata letak fasilitas operasional
Mg. Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> • Manajer keuangan bertugas mengambil keputusan penting investasi dan berbagai pembiayaan serta semua hal yang terkait dengan keputusan tersebut • Manajer keuangan bertugas dalam menjalankan dan mengoperasikan roda kehidupan perusahaan seefisien mungkin dengan menjalin kerja sama dengan manajer lain
Adm & Umum	<ul style="list-style-type: none"> • Menyiapkan data dan daftar gaji dari seluruh karyawan • Merencanakan dan mengatur tenaga para karyawan • Mendokumentasikan arsip dan administrasi kepegawaian mencakup cuti karyawan, jamsostek dan asuransi kesehatan
Staff IT & Promotion	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Me-maintenance</i> web penjualan • Melakukan analisa terhadap <i>testing</i> dan <i>scale up advertising</i> • Mengurusi bagian IT • Mempersiapkan dan merancang agenda <i>event</i> promosi
Admin	<ul style="list-style-type: none"> • Mencatat proses transaksi dan pemesanan • Melakukan pengecekan pemesanan • Melakukan pencatatan kas fisik dan laporan keuangan
Staff Produksi	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat perencanaan dan jadwal proses produksi • Mengawasi proses produksi agar kualitas, kuantitas dan waktu sesuai dengan perencanaan yang sudah dibuat • Mengawasi persediaan bahan baku dan penyimpana hasil produksi seta transportasi produk • Bertanggung jawab atas kelancaran fungsional dan utilitas • Membuat program dan melaksanakan suatu penelitian guna meningkatkan mutu produk
<i>Purchasing</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pembelanjaan dan pembelian bahan-bahan • Kemampuan dalam bernegoisasi
<i>Accounting</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat laporan keuangan terperinci dan tepat waktu yang di sampaikan ke <i>business & development manager</i> • Melaksanakan penerimaan dan pembayaran uang serta mencatat keluar masuknya kas • Memonitoring antara biaya karyawan dengan yang dilaporkan oleh masing-masing devisi
Desainer	<ul style="list-style-type: none"> • Memproduksi konsep • Membuat sketsa dengan tangan atau di komputer • Mengembangkan pola • Mengawasi produksi • Menganalisis trend dalam kain, warna, dan bentuk
Umum	<ul style="list-style-type: none"> • Membantu dan melaksanakan tugas-tugas yang diberikan oleh koordinator <i>finance</i> dan umum • Menyusun anggaran belanja tiap bulannya • Melaksanakan penyelenggaraan administrasi umum

- **Kualifikasi Pegawai**

Tabel 4.13
Kualifikasi Pegawai

Jabatan	Kualifikasi
Staff Produksi	<ul style="list-style-type: none"> • Pria dan Wanita, max 35 tahun • Pendidikan minimal SMA, dan SMK • Menguasai bisnis proses garment • Dapat bekerja dibawah tekanan • Kreatif, inovatif, open minded • Dapat bekerja secara team dan individu
Accounting	<ul style="list-style-type: none"> • Wanita, Max 30 tahun • Pendidikan Min S1 (Diutamakan Ekonomi) • Usia Max 28 tahun • Mahir Microsoft Office • Pengalaman sbg Akuntan min 1 Tahun • Pengalaman di bidangnya lebih diutamakan • Penempatan Bandung • Jujur dan Amanah
Purchasing	<ul style="list-style-type: none"> • Wanita, max 32 tahun • Pendidikan minimal SMA • Pengalaman dan tidak berpengalaman • Jujur, rajin dan bertanggung jawab
Staff IT & Promotion	<ul style="list-style-type: none"> • Pria, max 30 tahun • Pendidikan minimal D3/S1 Komputer/Manajemen Informatika/Sistem Informasi/Teknologi Informasi • Mampu mengoperasikan Ms. Office • Menguasai Pemrograman, Database, dan Jaringan • Bahasa Inggris Aktif/Pasif • Siap ditempatkan dimana saja • Bertanggung jawab dengan pekerjaannya
Admin	<ul style="list-style-type: none"> • Wanita, max 27 tahun • Pendidikan minimal lulusan SMA, SMK, Diploma dan sederajat • Dengan atau tanpa pengalaman sebelumnya • Menguasai Microsoft Office (Exel, Word) • Menguasai internet terutama Media Sosial (Line @, Instagram, Whatsapp dan Website)
Desainer	<ul style="list-style-type: none"> • Wanita & Pria , max 35 tahun • Pendidikan minimal S1 jurusan Fashion Desainer • Lebih diutamakan jika memiliki pengalaman bekerja sebagai Fashion Desainer. Para lulusan baru yang memiliki minat terhadap dunia fashion dapat mengirimkan aplikasi lamaran. • Memiliki minat untuk berkreasi dalam dunia fashion terutama dalam pengembangan trend fashion. • Harus menguasai Corel Draw dan aplikasi desain lainnya seperti Photoshop, Photo Paint, dll. • Bersedia ditugaskan di Bandung dan siap bekera dengan target. • Pekerja keras, memiliki inisiatif, teliti, cepat beradaptasi serta mampu bekerja sama dengan rekan kerja lainnya.

- **Penetapan SDM**

Penetapan akan dilakukan sesuai dengan kompetensi dan keahlian masing-masing setelah melewati pelatihan yang diberikan

- **Sistem Perekrutan**

Perekrutan dapat dilakukan dengan cara menyebarkan informasi lowongan kerja melalui portal pencari kerja secara *online*, melalui iklan baris di media cetak, dan juga melalui mulut ke mulut. Selanjutnya menunggu surat lamaran kerja yang masuk dan menyeleksi secara administrasi lamaran kerja yang masuk. Setelah diseleksi secara administrasi kemudian dilakukan pemanggilan kepada calon karyawan untuk melakukan proses *interview* memilih karyawan yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan.

Setelah melakukan proses seleksi dan pemilihan, maka karyawan yang sudah terpilih dibekali pelatihan terlebih dahulu dan juga mengikuti proses uji coba menjadi karyawan sementara selama kurang lebih satu hingga dua bulan. Setelah melewati rangkaian tersebut dan karyawan memenuhi persyaratan dan kualifikasi maka calon karyawan tersebut resmi menjadi karyawan perusahaan

- **Sistem Penggajian dan Jam Kerja**

Sistem penggajian yang diterapkan oleh *Sunrise* untuk pegawai menggunakan sistem pembayaran per bulan dengan nilai gaji yang berbeda-beda pada setiap pegawai. Selain itu setiap pegawai diberikan tunjangan kesehatan berupa BPJS, dan tunjangan hari raya sesuai dengan jabatan kerja masing-masing. Sistem penggajian akan berkembang mengikuti tingkat pertumbuhan usaha. Rincian gaji adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14
Biaya Pegawai

BIAYA PEGAWAI				
Karyawan	Jumlah Karyawan	Per Bulan	Total	Per Tahun
Staff Produksi	3	Rp 2.350.000	Rp 7.050.000	Rp 84.600.000
Accounting	1	Rp 2.750.000	Rp 2.750.000	Rp 33.000.000
Purchasing	1	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 18.000.000
Staff IT & Promotion	1	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000	Rp 30.000.000
Admin	2	Rp 1.750.000	Rp 3.500.000	Rp 42.000.000
Desainer	1	Rp 2.750.000	Rp 2.750.000	Rp 33.000.000
TOTAL		Rp 13.600.000	Rp 20.050.000	Rp 240.600.000

4.3.4 Perencanaan Keuangan

A. Biaya Operasional

Berikut adalah proyeksi data keuangan operasional dari *Sunrise* :

Tabel 4.15
Biaya Operasional Sunrise

Biaya-biaya	Biaya Per Bulan	Biaya Tahun 1
Gaji Pegawai	Rp 20.050.000	Rp 240.600.000
Tunjangan Pegawai	Rp -	
Biaya ATK dan keperluan lantor lainnya	Rp 300.000	Rp 3.600.000
Biaya BPJS	Rp 200.000	Rp 2.400.000
Biaya Transportasi	Rp 275.000	Rp 3.300.000
Biaya Sewa Bangunan	Rp 1.500.000	Rp 18.000.000
Biaya air	Rp 250.000	Rp 3.000.000
Biaya Listrik	Rp 750.000	Rp 9.000.000
Biaya Internet & Pulsa	Rp 500.000	Rp 6.000.000
Biaya Perawatan Mekanika dan Elektrikal	Rp 250.000	Rp 3.000.000
Biaya Perawatan Gedung dan aset lainnya	Rp 250.000	Rp 3.000.000
Biaya Packaging & Label	Rp 500.000	Rp 6.000.000
Biaya Marketing	Rp 975.000	Rp 11.700.000
Biaya bahan material	Rp 12.000.000	Rp 144.000.000
TOTAL	Rp 37.800.000	Rp 453.600.000

Selanjutnya biaya perangkat dai Sunrise sebagai berikut :

Tabel 4.16
Biaya Perangkat Mesin Sunrise

PERANGKAT MESIN				
No.	ITEM	HARGA	UNIT	JUMLAH
1	Mesin Obras Juki MO 6514	Rp 6.800.000	1	Rp 6.800.000
2	mesin lubang & pasang kancing Typical TY 373 Highspeed	Rp 7.900.000	1	Rp 7.900.000
3	Mesin Jahit Juki ddl 8100e	Rp 4.150.000	3	Rp 12.450.000
4	gunting listrik bulat octa (Juki)	Rp 3.250.000	1	Rp 3.250.000
TOTAL				Rp 30.400.000

Tabel 4.17
Biaya Peralatan Sunrise

No.	ITEM	HARGA	UNIT	JUMLAH
	Kendaraan			
1	Motor	Rp 6.000.000	1	Rp 6.000.000
TOTAL				Rp 6.000.000
	Peralatan Kantor			
2	Meja & Kursi kantor MT 3001	Rp 675.000	2	Rp 1.350.000
	Timbangan Digital Lucky T3 100Kg	Rp 1.850.000	1	Rp 1.850.000
	Laptop Asus E202SA N3060/2GB/500GB	Rp 3.095.000	2	Rp 6.190.000
	Handphone Asus Zenfone Max Pro M1	Rp 1.779.000	2	Rp 3.558.000
	Canon Printer Scan Copy MG2570s	Rp 735.900	2	Rp 1.471.800
	Lemari Display	Rp 1.449.000	1	Rp 1.449.000
	Kipas Angin	Rp 429.000	2	Rp 858.000
	TOTAL			
	Peralatan Penunjang Kantor			
3	Peralatan Dapur	Rp 1.000.000	1	Rp 1.000.000
	Peralatan Kebersihan	Rp 500.000	1	Rp 500.000
				Rp 1.500.000
Total				Rp 24.226.800

B. Kebutuhan Modal

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

Tabel 4.18

Total Biaya Proyek	
Total Project Cost (TPC)	
Biaya Perangkat	Rp 54.626.800
Biaya Operasional	Rp 453.600.000
TOTAL	Rp 508.226.800

Modal yang diperlukan untuk usaha *Sunrise* diperkirakan mencapai Rp. 508.226.800 yang diproyeksikan dalam jangka 1 (satu) tahun 3 (tiga) bulan diharapkan dalam kurun waktu tersebut kegiatan usaha *Sunrise* ini sudah mampu mengembalikan modal investasi yang telah ditanamkan.

C. Proyeksi Pendapatan

Proyeksi pendapatan yang diperoleh *Sunrise* adalah sebagai berikut :

Tabel 4.19

Proyeksi Pendapatan

No	Description	I	II	III	IV	V	Total
		Total	Total	Total	Total	Total	
I	Sales Target	Rp. 979.200.000	Rp. 979.200.000	Rp. 979.200.000	Rp. 979.200.000	Rp. 979.200.000	Rp 4.896.000.000
Production Cost :							
II	Material Cost	Rp. 342.720.000	Rp. 342.720.000	Rp. 342.720.000	Rp. 342.720.000	Rp. 342.720.000	Rp. 1.713.600.000
	Direct Labour Cost	Rp. 73.440.000	Rp. 73.440.000	Rp. 73.440.000	Rp. 73.440.000	Rp. 73.440.000	Rp. 367.200.000
	Other Cost	Rp. 48.960.000	Rp. 48.960.000	Rp. 48.960.000	Rp. 48.960.000	Rp. 48.960.000	Rp. 244.800.000
Total		Rp. 465.120.000	Rp. 465.120.000	Rp. 465.120.000	Rp. 465.120.000	Rp. 465.120.000	Rp. 2.325.600.000
III	Gross Profit	Rp. 514.080.000	Rp. 514.080.000	Rp. 514.080.000	Rp. 514.080.000	Rp. 514.080.000	Rp 2.570.400.000
Operational Cost :							
IV	Overhead	Rp. 33.782.400	Rp. 33.782.400	Rp. 33.782.400	Rp. 33.782.400	Rp. 33.782.400	Rp. 168.912.000
	Indirect Labour	Rp. 33.782.400	Rp. 33.782.400	Rp. 33.782.400	Rp. 33.782.400	Rp. 33.782.400	Rp. 168.912.000
	Marketing	Rp. 48.960.000	Rp. 48.960.000	Rp. 48.960.000	Rp. 48.960.000	Rp. 48.960.000	Rp. 244.800.000
Total		Rp. 116.524.000	Rp. 116.524.000	Rp. 116.524.000	Rp. 116.524.000	Rp. 116.524.000	Rp. 582.624.000
V	EBIT	Rp. 392.555.200	Rp. 392.555.200	Rp. 392.555.200	Rp. 392.555.200	Rp. 392.555.200	Rp 1.987.776.000
Other Expenses :							
VI	Interest	-	-	-	-	-	-
	Tax	-	-	-	-	-	-
Total		-	-	-	-	-	-
VII	Net Profit	Rp. 397.555.200	Rp. 397.555.200	Rp. 397.555.200	Rp. 397.555.200	Rp. 397.555.200	Rp 1.987.776.000

Selain itu EBIT (*Earning Before Interest Tax*) margin yang dihasilkan adalah Rp. 392.555.200 atau setara dengan 40,60 persen untuk tahun pertama dan hasil dari NPM (*Net Profit Margin*) yang dihasilkan adalah sebesar Rp. 397.555.200 atau setara dengan 40,60 persen untuk tahun pertama yang termasuk dalam kategori tinggi. Sedangkan untuk rasio keuangan dari *Sunrise* adalah

meliputi *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PP) sebagai berikut :

Tabel 4.20
Rasio-rasio Keuangan *Sunrise*

YEAR	CASH FLOW	CUMULATIVE	DISCOUNT FACTOR (12%)	PRESENT VALUE
0	-Rp. 500.000.000,00	-Rp. 500.000.000,00	1	-Rp. 500.000.000,00
1	Rp. 397.555.200,00	-Rp. 102.444.800,00	0,893	Rp. 355.016.793,60
2	Rp. 397.555.200,00	Rp. 295.110.400,00	0,797	Rp. 316.851.494,40
3	Rp. 397.555.200,00	Rp. 692.665.600,00	0,712	Rp. 283.059.302,40
4	Rp. 397.555.200,00	Rp. 1.090.220.800,00	0,636	Rp. 252.845.107,20
5	Rp. 397.555.200,00	Rp. 1.487.776.000,00	0,567	Rp. 225.413.798,40
			NPV	Rp 833.122.789
			IRR	74,61%
		1 Tahun 3 Bulan	Payback Period	3,092243794
			Gross Profit Margin	52,50%
			Net Profit Margin	40,60%
			ROI Potential	40,60%
			Profitability Index	1,60

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa investasi yang dilakukan untuk menjalankan usaha *fashion muslimah Sunrise* dapat digolongkan sebagai investasi yang menguntungkan karena *net profit valuenya* ($NPV > 0$) yang memiliki nilai positif Rp. 833.122.789, ini menunjukkan bisnis busana muslimah *Sunrise* layak untuk dilaksanakan. Selain itu, *internal rate of return* yang dihasilkan pun melebihi *discount factor* (tarif bunga yang diasumsikan berlaku) dimana hasil IRR adalah 74,61 persen. Pengembalian investasi juga terjadi pada tahun ke 1 (satu), investasi tersebut hanya memerlukan waktu 1 tahun 3 bulan untuk mengembalikan dana investasi yang telah ditanamkan.

Selain itu, tentunya *net profit margin* (NPM) yang dihasilkannya pun dikategorikan tinggi yaitu berada di kisaran 40,60 persen. Nilai ROI yang dihasilkan sebesar 40,60 persen, artinya kemampuan usaha *fashion* muslimah *Sunrise* dapat menghasilkan keuntungan persen dari nilai investasi, serta nilai PI menunjukkan angka 1,60, yang memiliki arti usaha *Sunrise* layak untuk dijalankan. Indikator kelayakan berdasarkan *profitability index* harus lebih besar dari 1 (satu).

D. Sumber Dana

Sumber dana untuk menjalankan bisnis *Sunrise* ini diperoleh dari modal sendiri dalam usaha pengembangan usaha ini.

4.4 Manajemen Risiko

Selama proses produksi berlangsung ada beberapa risiko yang mungkin muncul yang dapat mengakibatkan penambahan biaya yang dikeluarkan, antara lain dari aspek pemasaran, aspek operasional, aspek sumber daya manusia, dan aspek keuangan. Risiko akan menimbulkan kurangnya profitabilitas yang diperoleh perusahaan, sehingga dibutuhkan manajemen risiko untuk menimbulkan timbulnya risiko-risiko tersebut. Manajemen risiko merupakan sistem pengawasan risiko dan perlindungan aset dan keuntungan perusahaan terhadap kemungkinan timbulnya kerugian, ketidakpastian, konsumen, dan profitabilitas suatu hasil terhadap suatu yang diharapkan.

A. Risiko Aspek Pemasaran

Masalah yang timbul dari aspek pemasaran pada produk ini bersumber dari faktor eksternal perusahaan antara lain :

- Kompetisi Harga

Pada usaha ini, sudah menjadi hal yang biasa jika terjadi saling menjatuhkan saingan satu sama lain dengan menetapkan harga yang lebih rendah dibanding dengan harga pesaing yang ada. Meski *Sunrise* tidak menetapkan harga yang terlalu rendah dari pesaing yang ada namun untuk mengantisipasi risiko ini dengan mengandalkan kualitas produk yang lebih baik dibanding pesaing dan menonjolkan inovasi yang berbeda dari peaaing yang ada.

- Perubahan Permintaan Pasar

Risiko yang timbul yang disebabkan jumlah permintaan atau perubahan pangsa pasar yang diinginkan oleh konsumen. Hal ini dapat diantisipasi dengan mengoptimalkan *promotion mix* serta penyesuaian dengan keinginan selera dari pelanggan.

- Munculnya Pesaing Baru

Risiko ini dapat muncul jika perusahaan milik kita berjalan dengan baik, yang membuat calon pesaing berfikiran untuk mengikuti usaha di bidang yang sama. Hal ini dapat diantisipasi dengan mempertahankan kualitas produk dan pelayanan terhadap konsumen. Serta memberikan fasilitas yang dapat membuat konsumen untuk kembali menikmati produk yang diberikan

oleh *Sunrise*. Fasilitas yang dapat diberikan kepada pelanggan seperti pelayanan yang cepat.

B. Risiko Aspek Operasional

Risiko dari aspek operasional pada *Sunrise* ini adalah kelalaian kerja yang mungkin timbul selama kegiatan operasional berlangsung. Untuk mengantisipasi kelalaian tersebut dengan memberikan pengarahan dan pengawasan serta meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Adapun risiko yang dapat terjadi seperti :

- **Ketersediaan Bahan Baku Produk**

Kekurangan bahan baku produksi untuk memproduksi produk dari *Sunrise* yang diinginkan pelanggan menjadi menghambat dalam menjual barang tersebut, serta dapat mengurangi kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Untuk mengantisipasi dengan selalu melakukan pengecekan terhadap bahan baku produk yang sering dipakai dan yang banyak menjadi pilihan konsumen, serta memiliki *Supplier* bahan baku yang memiliki kualitas yang sama bagusnya dengan yang diproduksi oleh *Sunrise*.

- **Peralatan yang habis masa pakai**

Kegiatan kerja akan terhambat apabila ada peralatan yang sudah habis masa pakainya, untuk mengantisipasi hal tersebut selalu melakukan pengecekan secara berkala terhadap mesin produksi.

- **Kelalaian Pegawai**

Kelalaian karyawan sering terjadi di usaha bidang apapun karena rasa kurang memiliki terhadap bisnis, agar kelalaian tersebut dapat

diminimalkan *owner* sebaiknya memberikan rincian aktifitas yang harus dilakukan karyawan selama waktu kerja.

C. Risiko Aspek Sumber Daya Manusia

Risiko yang dapat timbul dari aspek sumber daya manusia yang mungkin terjadi di waktu mendatang diantaranya :

- **Tenaga Kerja yang Terbatas**

Terbatasnya tenaga kerja yang dimaksud adalah saat ada seorang pegawai yang tidak dapat melaksanakan tugasnya atau tidak hadir atas suatu hal tidak ada yang dapat menggantikan pegawai tersebut untuk menjalankan tugasnya. Untuk mengantisipasi hal tersebut diberikan pengarahan terhadap pegawai jika tidak dapat hadir untuk menjalankan tugasnya di *Sunrise* untuk segera memberitahukan alasan tidak dapat hadir pada saat waktu operasi *Sunrise*. Selain itu dihimbau jika tidak hadir akan mendapat potongan upah berdasarkan jumlah ketidakhadiran pegawai tersebut.

- **Kecurangan**

Adanya kemungkinan yang dilakukan pegawai terhadap transaksi jual beli saat waktu operasi maupun diluar operasional *Sunrise* yang masih berhubungan dengan *Sunrise*, maka untuk mengantisipasi risiko tersebut dengan menanamkan sifat yang jujur.

D. Risiko Aspek Keuangan

Untuk aspek keuangan yang muncul adalah kekurangan biaya operasional dan bagaimana modal yang sudah ada dapat dikembalikan sesuai dengan perencanaan dan perhitungan yang sudah dibuat, meski tidak seratus persen

perhitungan tersebut sesuai dengan realita yang terjadi, setidaknya menjadi patokan agar keuangan dapat diperhitungkan.

4.5 Manajemen Inovasi

Untuk mempertahankan produk yang dijual, *Sunrise* akan mengedepankan lagi kualitas produk yang digunakan, serta menyadari inovasi yang memiliki peran sangat penting dalam keberhasilan suatu usaha. Inovasi juga merupakan kemampuan untuk menggunakan solusi kreatif yaitu mengembangkan ide dan menemukan cara baru dalam menghadapi peluang sehingga dapat memberikan manfaat.

a. Produk

Produk yang dihasilkan oleh *Sunrise* ialah baju muslimah yang mempunyai keunikan dengan model baju kurung melayu, dimana para kompetitor belum memproduksi dengan desain tersebut. Tetapi yang dilakukan oleh *Sunrise* tetap dalam batasan-batasan sesuai agama sehingga inovasi yang dilakukan tidak akan keluar dari ketentuan dari apa yang sudah ada. Berikut perubahan yang dilakukan oleh *Sunrise* dengan desain yang dilakukan sendiri :



Gambar 4.7 : Desain Baju

Dengan desain baju yang di rancang oleh *Sunrise* adalah desain yang bisa dikenakan untuk berbagai acara, bahan yang digunakan bahan yang tidak panas, tidak menerawang, dan jatuh saat digunakan.

b. Harga

Sunrise menetapkan harga khusus kepada konsumen yang loyal, dengan memberikan sistem *membership* (keanggotaan). Sistem *membership* ini memberikan kemudahan untuk konsumen mendapatkan potongan harga serta *reward* untuk pelanggan yang mencapai pembelian tertentu.

c. Distribusi

Untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, *sunrise* membuka sistem *reseller*. Hal ini dilakukan agar para konsumen mendapatkan keuntungan dari harga serta ongkos kirim yang lebih rendah.

4.6 Aspek Kelayakan Binsis

Perhitungan yang dilakukan untuk melihat kelayakan dalam menjalankan bisnis *Sunrise* maka langkah selanjutnya adalah melihat kelayakan bisnis berdasarkan model Timmons, berikut model Timmons untuk bisnis dari *Sunrise* :

Tabel 4.21
Model Timmons *Sunrise*

Kriteria	Indikator			
	Potensi Tinggi	Potensi Rendah	<i>Sunrise</i>	Penilaian
1. Pasar dan isi terkait				
Kebutuhan dan keinginan konsumen	Teridentifikasi	Tidak teridentifikasi	Teridentifikasi	Potensi Tinggi
Nilai tambah	Terjangkau dan menerima produk atau jasa	Tidak/sulit dijangkau	Terjangkau dan menerima produk	Potensi Tinggi
Waktu kembali modal	< 1 tahun	> 3 tahun	1 tahun 3 bulan	Potensi Sedang
Nilai tambah	IRR > 40%	IRR < 20%	IRR 43%	Potensi Tinggi
Tingkat pertumbuhan pasar	>20%	< 20%	54,54% (Bekraf)	Potensi Tinggi
Tingkat laba kotor	> 40%	< 20%	74,61%	Potensi Tinggi
2. Keunggulan Kompetitif				
Biaya tetap dan tidak tetap	Rendah	Tinggi	Tinggi	Potensi Rendah
Tingkat pengendalian harga dan biaya	Tinggi	Rendah	Tinggi	Potensi Tinggi
Jaringan	Luas dan kuat	Sempit	Sedang	Potensi Sedang
3. Kreasi nilai dan isu-isu realisasi				
Laba setelah pajak	10-15% atau lebih	< 5%	EAT 40,60%	Potensi Tinggi
Waktu arus kas positif	< 2 tahun	> 3 tahun	Tahun Pertama	Potensi Tinggi
Tingkat pengembalian investasi	40-70% atau lebih	< 20%	ROI 40,60%	Potensi Tinggi

Berdasarkan analisis yang dilakukan dengan menggunakan model Timmons, *Sunrise* layak untuk dijalankan sebagai sebuah bisnis, hal ini berdasarkan beberapa faktor seperti EAT yang dihasilkan diatas 40,60 persen, kemudian pasar yang cukup besar dan menguntungkan tetapi juga terdapat persaingan yang memberikan pilihan produk, akan tetapi *Sunrise* memiliki keunggulan dari sisi

kualitas dan harga terjangkau serta model yang membuat menjadi berbeda dengan apa yang ada dipasar.

Potensi *internal rate of return* dari suatu perusahaan menurut Timmons dapat dikatakan berpotensi tinggi jika memiliki IRR lebih dari 40 persen. Berdasarkan proyeksi keuangan, maka *Sunrise* memiliki *internal rate of return* (IRR) sebesar 74,61 persen. Angka yang didapat tersebut jika berdasarkan kriteria Timmons maka digolongkan memiliki potensi tinggi. Kriteria lainnya adalah bila laba kotor lebih dari 40 persen maka dapat dikatakan berpotensi tinggi, berdasarkan proyeksi keuangan *Sunrise* memiliki laba kotor sebesar 52,50 persen maka usaha tersebut mempunyai potensi tinggi, sedangkan tingkat pertumbuhan pasar dapat dikatakan berpotensi tinggi jika memiliki presentasi di atas 20 persen, berdasarkan laporan bekrif pertumbuhan pasar untuk industri *fashion* memiliki presentasi sebesar 18,01 persen, sehingga dapat dikategorikan memiliki potensi sedang.

Hasil dari keunggulan kompetitif yang menjadi kriteria biaya tetap dan tidak tetap, lalu tingkat pengendalian harga dan biaya, dan jaringan. Dengan nilai kriteria biaya tetap dan tidak tetap yang rendah menjadikan kriteria ini memiliki potensi tinggi terhadap perusahaan. Tingginya pengendalian harga dan biaya, menjadikan kriteria ini tinggi terhadap perusahaan. Sedangkan kriteria jaringan *Sunrise* memiliki jaringan yang luasa dan kuat, hal ini dikarenakan *Sunrise* memiliki kerjasama dengan *Supplier* sehingga memiliki potensi yang tinggi untuk memaksimalkan laba.

Berdasarkan hasil model Timmons tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan usaha *Sunrise* memiliki potensi tinggi, ini menunjukkan bisnis ini

layak untuk dijalankan karena akan menghasilkan keuntungan. Pangsa pasar yang terus bertumbuh di setiap tahunnya dan terus berkembang akan memberikan hasil bisnis yang positif bagi *Sunrise* untuk menjalankan dan mengembangkan bisnis.

