

## BAB 4

### HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Konsep Bisnis

Konsep bisnis Clothingline *Online* ini bernama “Retronom” (memiliki desain Retro atau desain gambar tahun 90’an) desain yang jarang di temui di toko baju manapun dengan ciri khas baju bergambar atau desain Retro dengan ukuran *oversized*. Desain Retro sendiri akan bergambarkan ciri khas animasi kartun retro yang terkenal pada tahun 90’an dimana konsumen yang lahir pada tahun - tahun tersebut mengenal dan bahkan menggemari kartun yang mereka tonton di waktu mereka berusia anak – anak. Kartun retro meliputi pahlawan super, kartun binatang, dan juga cerita anak – anak populer lainnya. Minimnya toko yang menjual kaos dengan ukuran *Oversized* dan hanya terkesan kaos polos dengan ukuran *oversized* tanpa adanya desain pada kaos, alasan inilah yang membuat bisnis ini ada untuk konsumen yang memiliki minat pada ukuran baju di atas ukuran normal dan juga memiliki minat lebih pada kaos yang bergambar/berdesain kartun pada kaos *oversized* nya. Saat ini *oversized* tidak hanya diperuntukan konsumen yang memiliki ukuran badan diatas normal saja, melainkan *oversized* digunakan trend fashion anak muda sehingga baju *oversized* memiliki banyak peminatnya, dan bahkan menjadi trend model baru dikalangan fashion dunia anak muda, sehingga Retronom akan membuat baju *oversized* yang dapat digunakan oleh konsumen dari semua kalangan gender maupun usia.

Konsep bisnis ini dimulai dari desain yang dilakukan sendiri, kemudian pemesanan produk hingga produksi dan pemberian label dilakukan pada pabrik konveksi yang telah bekerjasama, kemudian produk jadi dijual kepada konsumen yang memesan melalui media sosial, maupun *marketplace* yaitu dengan menggunakan platform shopee, tokopedia dengan nama “Retronom”. Dikirim kepada konsumen melalui ekspedisi yang telah bekerjasama dengan “Retronom”. Konsep bisnis Retronom adalah mengkhususkan sebagai *clothing line* penyedia pakaian *oversized*, dengan model penjualan hanya melalui media *online* baik media sosial maupun *marketplace*. Selain menghemat modal awal dalam berbisnis melalui

online merupakan bisnis yang efektif dan efisien. Konsumen dapat memilih pakaian yang dia inginkan dengan mengakses melalui *Smartphone* atau gadget, sehingga dapat di akses dimanapun dan kapan pun.

#### 4.2 Gambaran Umum Responden Penelitian

Berdasarkan dari hasil penyebaran wawancara yang dilakukan, diperoleh gambaran umum responden sebagai berikut :

**Tabel 4.1**  
**Jenis Kelamin**

No	Keterangan	Jumlah	%
1	Laki-laki	21	52.5
2	Perempuan	19	47.5
	Total	40	100,0

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan dari data responden diatas bisa diketahui bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini adalah laki-laki sejumlah 21 orang (52,5%) dan responden berjenis kelamin perempuan sejumlah 19 orang (47,5%).

Penentuan rentang usia dan kelas responden dapat menggunakan rumus Sturges (Negara et al., 2017) sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 k &= 1 + 3,3 \log n \\
 &= 1 + 3,3 \log 40 \\
 &= 6,29 \text{ dibulatkan } 6 \\
 R &= \text{data terbesar-data terkecil} \\
 &= 28-18 = 10 \\
 i &= \frac{R}{k} \\
 &= \frac{10}{6} = 1,66 = 2
 \end{aligned}$$

Keterangan :

- k : banyaknya kelas
- n : jumlah responden
- R : jangkauan interval kelas

**Tabel 4.2**  
**Usia Responden**

No	Keterangan	Jumlah	%
1	18-20 tahun	4	10,00
2	>20-22 tahun	10	25,00
3	>22-24 tahun	13	32,50
4	>24-26 tahun	8	20,00
5	>26-28 tahun	4	10,00
6	>28 tahun	1	2,50
	Total	40	100,0

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan dari data responden diatas bisa diketahui bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini berusia >22-24 tahun yaitu sejumlah 13 orang (32,50%), usia >20-22 tahun adalah 10 orang (25%), usia >24-26 tahun adalah 8 orang (20%), usia 18-20 tahun dan >26-28 tahun masing-masing berjumlah 4 orang (10%) dan yang paling sedikit adalah usia >28 tahun adalah 1 orang (2,5%).

**Tabel 4.3**  
**Pekerjaan**

No	Keterangan	Jumlah	%
1	Karyawan swasta	17	42.5
2	Mahasiswa	18	45.0
3	Wiraswasta	5	12.5
	Total	40	100,0

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan hasil responden diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu konsumen produk baju ini berprofesi sebagai mahasiswa yaitu 18 orang atau sebesar 45%, kemudian karyawan swasta ada 17 orang atau 42,5%, wiraswasta berjumlah 5 orang atau sebesar 12,5%.

**Tabel 4.4**  
**Penghasilan Per Bulan**

No	Keterangan	Jumlah	%
1	<Rp. 2.500.000	12	30.0
2	>Rp. 2.500.000-Rp. 5.000.000	26	65.0
3	>Rp. 5.000.000-Rp. 10.000.000	2	5.0
4	>Rp. 10.000.000	0	0
	Total	40	100,0

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan hasil responden diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden dari penelitian ini memiliki penghasilan perbulan sebesar lebih dari Rp 2.500.000-Rp 5.000.000 sebanyak 26 orang atau 65%, disusul dengan kurang dari Rp. 2.500.000 sebanyak 30%, lebih dari Rp. 5.000.000-Rp. 10.000.000 sebanyak 5%.

**Tabel 4.5**  
**Frekuensi Pembelian baju (Per Bulan)**

No	Keterangan	Jumlah	%
1	1 kali	14	35.0
2	2 kali	20	50.0
3	3 kali	6	15.0
	Total	40	100,0

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan hasil responden diatas dapat diketahui bahwa ternyata sebagian besar responden melakukan pembelian produk baju sebanyak 2 kali per bulan dengan jumlah sebanyak 20 orang atau 50%, disusul dengan konsumen yang melakukan pembelian produk baju 1 kali per bulan sejumlah 35% serta responden dengan pembelian baju 3 kali sebulan sebanyakj 6 orang (15%).

**Tabel 4.6**  
**Jenis Baju**

No	Keterangan	Jumlah	%
1	Fit	3	7.5
2	Oversized	21	52.5
3	Reguler	16	40.0
	Total	40	100,0

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan hasil responden diatas dapat diketahui bahwa ternyata sebagian besar responden memilih membeli jenis baju oversized yaitu sebanyak 21 orang atau 52,5%. Sedangkan konsumen yang memilih membeli jenis baju reguler ada 16 orang atau 40% dan konsumen dengan kebutuhan jenis baju fit ada 3 orang atau 7,5%.

**Tabel 4.7**  
**Jumlah Pembelian Baju Per Kali Transaksi dalam Sebulan**

No	Keterangan	Jumlah	%
1	1 pc	20	50.0
2	2 pcs	19	47.5
3	3 pcs	0	0.0
4	4 pcs	1	2.5
	Total	40	100,0

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan hasil responden diatas dapat diketahui bahwa ternyata sebagian besar responden melakukan pembelian sebanyak 1 helai baju per transaksi yaitu sebanyak 20 orang (50%), pembelian 2 helai baju per transaksi sebanyak 19 orang (47,5%), pembelian 4 helai baju per transaksi adalah 1 orang (2,5%).

**Tabel 4.8**  
**Tertarik Membeli Baju Oversized**

No	Keterangan	Jumlah	%
1	Tertarik	35	87,5
2	Tidak tertarik	5	12,5
	Total	40	100,0

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan hasil responden diatas dapat diketahui bahwa ternyata sebagian besar responden merasa tertarik untuk membeli baju jenis oversized sebanyak 35 orang atau 87,5%, namun ada 5 orang (12,5%) yang menyatakan tidak tertarik untuk membeli baju jenis oversized.

**Tabel 4.9**  
**Merk Baju Oversized yang Dibeli**

No	Keterangan	Jumlah	%
1	Kata berucap	6	15.0
2	Navaden.id	19	47.5
3	New Day	15	37.5
	Total	40	100,0

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan hasil responden diatas dapat diketahui bahwa ternyata responden terbanyak memilih membeli baju oversized dengan merk New Day sebanyak 15 orang atau 37,5%, sebanyak 19 orang (47,5%) memilih membeli baju oversized dengan merk Navaden.id dan ada pula konsumen yang membeli baju dengan merk Kata Berucap sebanyak 6 orang atau 15%.

**Tabel 4.10**  
**Mengetahui Tentang Merk Baju**

No	Keterangan	Jumlah	%
1	Media Sosial	38	95.0
2	Website	2	5.0
	Total	40	100,0

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan hasil tabel 4.10, dapat diketahui bahwa ternyata sebagian besar responden mengetahui tentang merk baju dari media sosial sebanyak 38 orang (95%), mengetahui merk baju dari website adalah sejumlah 2 orang (5%).

**Tabel 4.11**  
**Rata-Rata Harga Baju Oversized yang Dibeli**

No	Keterangan	Jumlah	%
1	>Rp 50.000-100.000	8	20.0
2	>Rp 100.000-150.000	28	70.0
3	>Rp 150.000	4	10.0
	Total	40	100,0

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan hasil tabel 4.11 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden dari penelitian ini melakukan pembelian baju oversized dengan harga sebesar lebih dari Rp 100.000-Rp 150.000 sebanyak 28 orang (70%), disusul dengan pembelian baju seharga lebih dari Rp. 150.000 sebanyak 8 orang (20%), dan kurang dari Rp. 100.000 sebanyak 10%.

**Tabel 4.12**  
**Harga baju Sesuai dengan Kualitas**

No	Keterangan	Jumlah	%
1	Sudah	13	32,5
2	Belum	27	67,5
	Total	40	100,0

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan hasil responden diatas dapat diketahui bahwa ternyata sebagian besar responden merasa bahwa harga baju belum sesuai dengan kualitasnya sebanyak 27 orang atau 67,5%, dan ada 13 orang (32,5%) yang menyatakan bahwa harga baju sudah sesuai dengan kualitasnya. Sementara alasan dari 27 orang yang menjawab harga baju belum sesuai dengan kualitas menyatakan bahwa harga baju terlalu mahal.



**Tabel 4.13**  
**Baju mudah ditemukan**

No	Keterangan	Jumlah	%
1	Mudah	39	97.5
2	Tidak	1	2.5
	Total	40	100,0

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan hasil pada tabel 4.13 dapat diketahui bahwa ternyata sebagian besar responden merasa bahwa baju mudah ditemukan sebanyak 39 orang atau 97,5%.

**Tabel 4.14**  
**Mau untuk melakukan pembelian baju merk lain**

No	Keterangan	Jumlah	%
1	Mau	39	97.5
2	Tidak	1	2.5
	Total	40	100,0

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan hasil responden diatas dapat diketahui bahwa ternyata sebagian besar responden merasa bahwa mau untuk melakukan pembelian baju merk lain sebanyak 39 orang atau 97,5%, namun ada 1 orang (2,5%) yang menyatakan tidak mau untuk melakukan pembelian baju merk lain.

### **4.3 Aspek Pasar dan Pemasaran**

Aspek pasar dan pemasaran merupakan aspek yang sangat penting dalam *business plan* karena peluang bisnis dapat terlihat dari aspek ini.

#### **4.3.1. Analisis Pesaing**

Untuk membandingkan *Oversized clothing line online* “Retronom” dengan pesaingnya akan dilihat dengan membandingkan 6 kriteria berikut yaitu kualitas produk, harga yang ditawarkan, tempat/lokasi dijual, promosi yang dilakukan, kemudahan untuk mendapatkan dan layanan purna jual.

**Tabel 4.15**  
**Perbandingan *Oversized clothing line online* “Retronom” dengan Pesaing**



<b>Aspek</b>	<b>Retronom</b>	<b>New Day</b>	<b>Navaden.id</b>	<b>Kata Berucap</b>
Kualitas produk (bahan)	Premium, cotton combed 24s	Premium, cotton combed 24s	Premium, cotton combed 30s	Cotton combed 40s
Harga yang ditawarkan	Harga lebih terjangkau (Rp 90.000)	Harga lebih tinggi dibandingkan Baju Navaden.id maupun Kata Berucap (Rp 130.000-Rp 165.000)	Harga lebih tinggi dibandingkan Baju Kata Berucap (Rp 125.000-Rp 140.000)	Harga terjangkau (Rp 110.000)
Distribusi	Konsumen akhir (pengguna baju)	Konsumen akhir (pengguna baju)	Konsumen akhir (pengguna baju)	Konsumen akhir (pengguna baju)
Promosi yang dilakukan	Melalui media sosial	Melalui media sosial	Melalui media sosial	Melalui media sosial
Kemudahan untuk mendapatkan	Marketplace	Marketplace	Marketplace	Marketplace
Layanan purna jual	Retur, 3 hari dari pembelian dengan melampirkan bukti video unboxing. Diperbolehkan 1 kali penukaran, dengan ongkos kirim ditanggung oleh konsumen	Retur, 3 hari dari pembelian dengan melampirkan bukti video unboxing. Diperbolehkan 1 kali penukaran, dengan ongkos kirim ditanggung oleh konsumen	Retur, 3 hari dari pembelian dengan melampirkan bukti video unboxing. Diperbolehkan 1 kali penukaran, dengan ongkos kirim ditanggung oleh konsumen	Retur, 3 hari dari pembelian dengan melampirkan bukti video unboxing. Diperbolehkan 1 kali penukaran, dengan ongkos kirim ditanggung oleh konsumen

Sumber : Data Primer yang diolah

#### 4.3.2. Segmentasi Pasar

Segmentasi adalah cara yang dilakukan oleh *Oversized clothing line online* “Retronom” untuk mengelompokan masyarakat yang akan menjadi konsumen *Oversized clothing line online* “Retronom”. Berdasarkan hasil penelitian terhadap responden, hasilnya adalah sebagai berikut :

1. Secara Geografis adalah konsumen diseluruh Indonesia. Dengan adanya marketplace yang dipakai “Retronom” seperti Shopee, Tokopedia membuat jangkauan pasar menjadi lebih luas, dan dapat diakses oleh semua konsumen “Retronom” di seluruh Indonesia maupun dunia.
2. Secara Psikografis adalah konsumen yang memiliki kesukaan dengan pakaian model oversized yang memiliki bahan yang tidak panas, lebih nyaman dipakai karena adanya ruang antara kaos dengan badan, dan juga konsumen lebih percaya diri ketika di pakai.
3. Secara Demografis, konsumen retail *Oversized clothing line online* “Retronom” dapat dibagi berdasarkan segmen usia, pekerjaan dan pendapatan per bulan. Secara segmen usia, konsumen *Oversized clothing line online* “Retronom” adalah konsumen dengan usia 18-30 tahun dikarenakan pada usia tersebut pakaian dengan model oversized masih cocok dipakai, peminatnya pun banyak pada usia 18-30 tahun, dan semua gender dapat menggunakan pakaian oversized.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka segmentasi pasar dari *Oversized clothing line online* “Retronom” adalah konsumen dengan usia 18-30 tahun, memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa serta memiliki pendapatan per bulan Rp 2.500.000-5.000, memiliki keinginan untuk melakukan pembelian produk baju dengan jenis oversized, melakukan pembelian sejumlah 2 baju per transaksi, dengan 2 kali transaksi per bulan dan harga yang lebih terjangkau dari merk yang sudah ada yaitu pada kisaran di bawah Rp 100.000.

### **4.3.3. Target Pasar**

Target pasar dari *Oversized clothing line online* “Retronom” berdasarkan kesimpulan dari segmentasi pasar adalah :

1. Secara Geografis adalah seluruh konsumen di Indonesia yang menggunakan marketplace (Shopee, Tokopedia, Tiktok Shop) yang dapat dijangkau oleh konsumen di dalam negeri maupun di luar negeri dengan kemudahan yang disediakan oleh di setiap marketplace (Shopee, Tokopedia, Tiktok Shop) jangkauan konsumen jadi lebih banyak.
2. Secara Psikografis adalah konsumen di Indonesia yang senang dengan model kaos oversized dengan desain pakaian retro yang terkenal pada tahun 90’an, trend yang kembali naik daun dikarenakan banyaknya event kaos thrifting yang diadakan para artis Instagram, dan juga trend kaos oversized yang dipakai dikalangan para artis Hollywood sehingga mengangkat kembali trend tersebut, yang membuat konsumen beralih ke kaos oversized dan desain 90’an yaitu Retro.
3. Secara Demografis adalah konsumen dengan usia 18- 30 tahun yang masih menyukai atau menggemari trend model oversized dengan desain retro di kalangan usia tersebut. Dan konsumen semua gender dapat membeli kaos dari “Retronom” dikarena model oversized dapat dipakai di semua gender.

### **4.3.4. Positioning**

Posisi “Retronom” di antara pesaing terdekat adalah, merek kaos dengan model Oversized dan memiliki desain “Retro” atau desain animasi pada tahun 90’an dengan harga yang terjangkau. Secara positioning, Retronom memiliki keunggulan dari pesaingnya dimana Retronom menyediakan desain retro yang tidak dimiliki oleh pesaingnya dan mampu memberikan harga yang lebih terjangkau.

### **4.3.5. Product**

*Oversized clothing line online* “Retronom” menawarkan produk berupa baju dengan ukuran *oversized* bergambarkan ciri khas animasi kartun retro yang terkenal

pada tahun 90'an dengan dikemas menggunakan *ziplock* dan dibuat dengan bahan cotton combed 24s.



**Gambar 4.1**  
**Rencana Produk Baju Retronom**

#### 4.3.6. Price

Penentuan harga dilakukan dengan mempertimbangkan dari harga jual pasaran baju, maka harga jual dari *Oversized clothing line online* “Retronom” direncanakan pada harga Rp 90.000 per helai baju. Penentuan harga ini didasarkan pada perhitungan margin keuntungan minimal adalah 40% dari Rp 62.500 nilai HPP Dengan harga Rp 90.000 membuat “Retronom” memiliki keunggulan harga dibawah pesaing terendahnya yaitu dengan harga Rp 110.000. Walaupun Retronom memiliki harga dibawah pesaingnya, kualitas bahan dan produk dapat bersaing dengan kompetitornya.

$$\text{Harga} = \text{HPP} + (\text{HPP} \times \text{Persentase margin } 40\%)$$

$$\text{Harga} = \text{Rp } 62.500 + (62.500 \times 40\%) = \text{Rp } 87.500$$

**(dibulatkan menjadi Rp 90.000)**

#### 4.3.7. Place

Jalur distribusi melalui pengiriman logistic seperti JNE, JNT, dan Si Cepat, Konsumen yang melakukan pembelian bisa memilih jalur distribusi yang mereka inginkan yang telah bekerjasama dengan Retronom. Setelah memilih jalur distribusi, barang yang sudah di order di kirim melalui pick up kurir yang

mengambil ke Gudang Retronom, dan mengirim barang tersebut hingga sampai kepada konsumen.

#### **4.3.8. Promotion**

Promotion adalah cara yang digunakan suatu perusahaan untuk memperkenalkan produk mereka kepada calon konsumennya. Media promosi yang paling cocok digunakan adalah promosi melalui internet dengan menggunakan media sosial (Instagram, Facebook ads) dan iklan di Youtube.

#### **4.3.9. People**

People merupakan orang-orang yang berada dalam bisnis Retronom ini, people meliputi konsumen, supplier dan tenaga kerja dari Retronom. Kebutuhan dari tenaga kerja *Oversized clothing line online* “Retronom” saat ini adalah sebagai berikut :

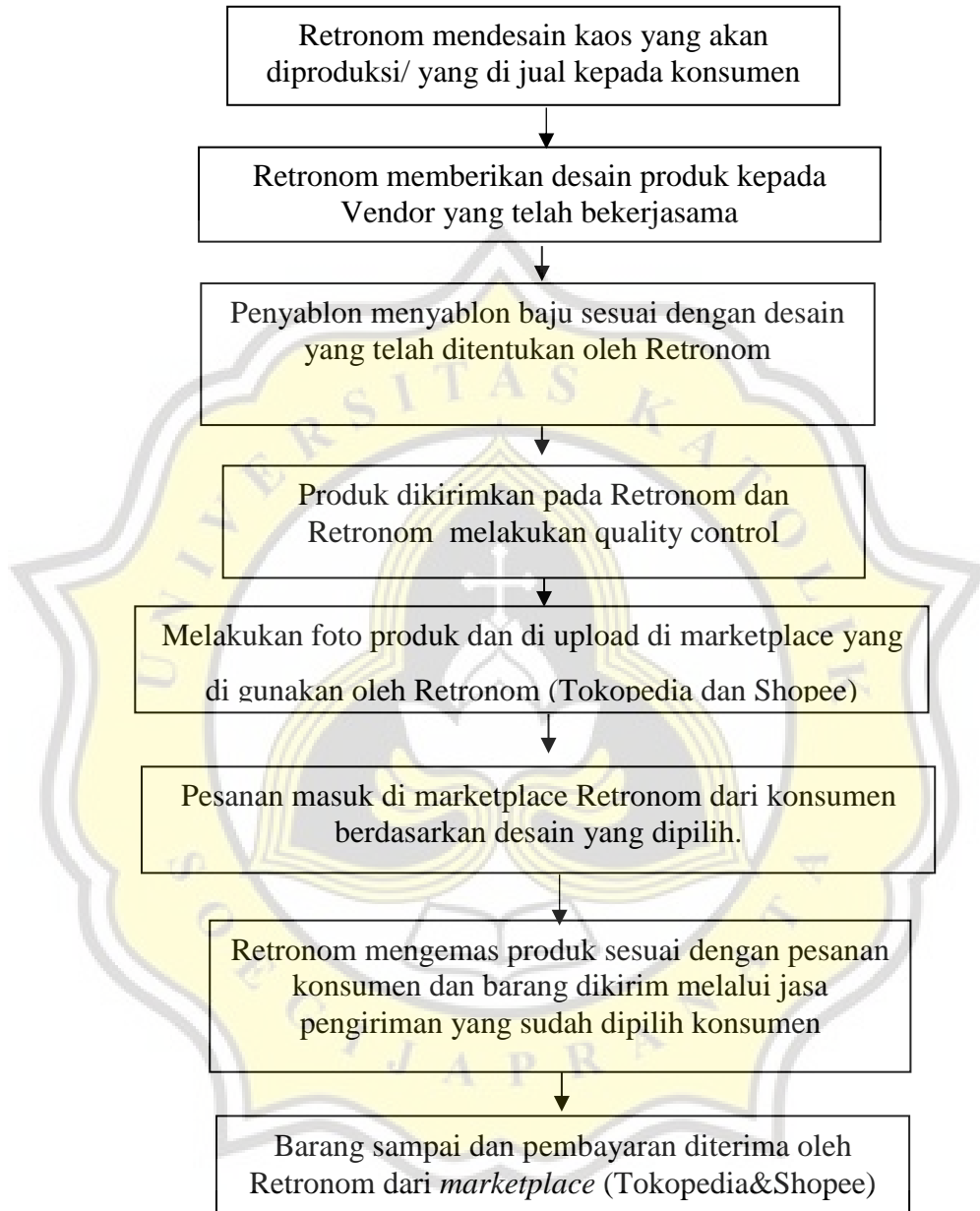
1. Pimpinan : 1 orang
2. Administrasi : 1 orang

#### **4.3.10. Physical Evidence**

Physical Evidence adalah bukti fisik dari bisnis yang sedang dijalankan baik dari segi lingkup usaha maupun desain perusahaan tersebut. Untuk *Oversized clothing line online* “Retronom” didesain dengan bahan cotton combed 24s serta menggunakan sablon yang premium.

#### **4.3.11. Process**

Process adalah kegiatan yang nantinya akan dilakukan konsumen di tempat produksi dari awal hingga akhir. Berikut adalah alur operasi *Oversized clothing line online* “Retronom” :





**Gambar 4.2**  
**Proses kegiatan di *Oversized clothing line online* “Retronom”**

Proses kegiatan di *Oversized clothing line online* “Retronom” dapat dianalisa sebagai berikut :

1. Retronom memberikan desain kaos yang akan di produksi kepada vendor yang telah bekerjasama.
2. Penyablon menyablon baju sesuai dengan desain yang dibuat oleh Retronom
3. Produk dikirimkan oleh vendor kepada Retronom
4. Retronom melakukan Quality Control lalu mengemas produk baju di dalam ziplock
5. Melakukan foto produk dan di upload di marketplace yang di gunakan oleh Retronom (Tokopedia dan Shopee)
6. Produk disimpan dalam gudang sebagai persediaan
7. Pesanan masuk dari konsumen dan kemudian di proses admin Retronom
8. Retronom mengirimkan kepada konsumen melalui jasa pengiriman sesuai pilihan konsumen, Retronom bekerjasama dengan jasa pengiriman JnT, JNE, dan juga Si Cepat.
9. menerima pembayaran dari konsumen melalui marketplace yang di proses oleh konsumen (Tokopedia, Shopee)



#### 4.3.12. Permintaan dan Penawaran

Untuk mengetahui proyeksi permintaan maka dapat diperhitungkan dari melihat pesaing sebagai berikut :

**Tabel 4.16**  
**Perhitungan jumlah permintaan produk pesaing pada tahun 2019**

Pesaing	Rata-rata jumlah pemesan/ hari	Rata-rata jumlah pemesan / tahun
New Day	30 helai	30 helai x 360 hari = 10.800 helai
Navaden.id	20 helai	20 helai x 360 hari = 7.200 helai
Kata Berucap	30 helai	30 helai x 360 hari = 10.800 helai
Rata-rata	25 helai	25 helai x 360 hari = 9.000 helai

Sumber : Data Primer yang diolah

\*) Diasumsikan 50% dari jumlah pesanan pesaing yang terendah yaitu 20 helai dikarenakan walaupun memiliki harga yang lebih bersaing namun Retronom merupakan produk baru sehingga diasumsikan hanya diasumsikan mampu meraih 50% dari jumlah pesanan pesaing yang terendah.

**Tabel 4.17**  
**Proyeksi permintaan selama 5 tahun**

Nama	2021	2022	2023	2024	2025	2026
<i>Oversized clothing line online</i> “Retronom”	-	3600	3960	4356	4792	5271

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan data Mordor Intelligence (2022) pertumbuhan apparel dunia rata-rata adalah sebesar 5,8% per tahun. Karena *Oversized clothing line online* “Retronom” akan terus meningkatkan promosi dan varian baju sehingga makin meningkatkan minat konsumen. Retronom diasumsikan dapat meningkat 10% per tahun dengan asumsi bahwa tren korean wave masih bertumbuh dengan kuat sehingga saat ini permintaan masih lebih banyak daripada penawaran, yang membuat permintaan kaos oversized Retronom akan meningkat melebihi pertumbuhan fashion dunia.

### Biaya Pemasaran

Berikut ini adalah rincian dari biaya pemasaran *Oversized clothing line online* “Retronom” :

**Tabel 4.18**  
**Biaya Pemasaran Tahun 2022-2026**

<b>Bentuk Promosi</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
Media sosial (250.000/bulan)	Rp3.000.000	Rp3.150.000	Rp3.307.500	Rp3.472.875	Rp3.646.519
Total	Rp3.000.000	Rp3.150.000	Rp3.307.500	Rp3.472.875	Rp3.646.519

Sumber : Data Primer yang diolah

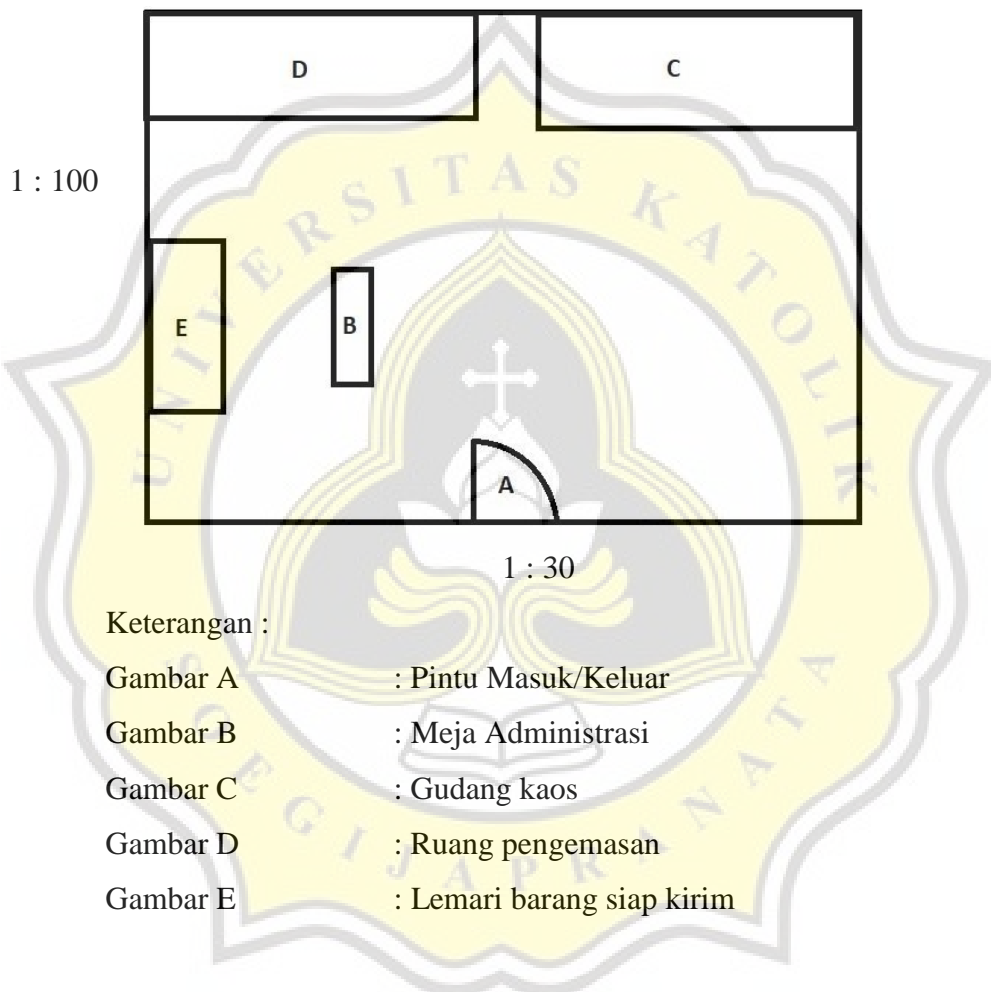
Biaya pemasaran dalam satu tahun untuk *Oversized clothing line online* “Retronom” adalah sebesar Rp 3.000.000 dengan asumsi peningkatan 5% per tahun, biaya untuk pemasaran dengan media sosial akan tetap sebesar Rp 250.000 per bulan. Biaya pemasaran meliputi:

1. Biaya Instagram Ads : Rp 150.000 per bulan
2. Biaya Tokopedia Ads : Rp 100.000 per bulan

#### 4.4 Aspek Operasi

Aspek operasi dalam perencanaan bisnis dibutuhkan untuk melihat kebutuhan.

##### 4.4.1. Layout Kantor



##### 4.4.2. Pemilihan Lokasi Usaha

Untuk kegiatan operasinya *Oversized clothing line online* “Retronom” akan beroperasi di Semarang Timur tepatnya di jalan Gajah. Pemilihan lokasi ini adalah karena lokasi Semarang Timur mudah dijangkau oleh angkutan barang.

#### **4.4.3. Proses Produksi**

Proses produksi *Oversized clothing line online* “Retronom” adalah sebagai berikut :

1. Retronom mendesain kaos yang akan di luncurkan
2. Retronom mengirimkan desain dengan kriteria sablon yang sesuai dari perusahaan kepada vendor baju yang sudah bekerjasama.
3. Vendor menerima desain dari Retronom, dan mengerjakan sesuai dengan pesanan Retronom
4. Vendor mengirim produk yang sudah jadi kepada Retronom.
5. Barang dari vendor diterima melakukan quality control
6. Barang yang sudah melalui quality control melakukan pengemasan produk menggunakan ziplock
7. Melakukan pengiriman kepada konsumen.

#### **4.4.4. Kapasitas Produksi**

Jumlah kapasitas produksi maksimal pada vendor *Oversized clothing line online* “Retronom” adalah 25 helai dalam satu hari sehingga untuk bulanan dengan 25 hari kerja adalah sebanyak 625 helai. Namun permintaan pasar diasumsikan sebanyak 10 helai dalam satu hari.

#### **4.4.5. Seleksi Supplier**

*Oversized clothing line online* “Retronom” akan memilih beberapa vendor penyablon dengan kualitas dan kapasitasnya yang dapat memenuhi target dan juga SOP untuk dapat menerima pesanan secara kontinu.

#### **4.5 Aspek Sumber Daya Manusia**

Dalam menjalankan bisnis *Oversized clothing line online* “Retronom”, pemilik perusahaan bertanggung jawab untuk mengelola keuangan perusahaan, menyeleksi dalam penerimaan karyawan, merancang strategi untuk perusahaan dan

juga memberi pengarahan kepada karyawan agar dapat bekerja dengan maksimal juga mengawasi proses produksi.

Untuk Bisnis *Oversized clothing line online* “Retronom” membutuhkan 1 orang pimpinan dan 1 orang bagian admin dalam menjalankan usahanya. Berikut bagan struktur organisasi *Oversized clothing line online* “Retronom”.



Dengan spesifikasi *Job Description* sebagai berikut :

**Tabel 4.19**  
**Job Description**

No	Posisi	Spesifikasi Pekerjaan	Jumlah	Gaji
1	Pimpinan	a. Mengontrol kinerja para karyawan b. Pimpinan sekaligus mendesain model pakaian c. Mengatur keuangan usaha e. Mengecek kualitas bahan dari vendor f. pengecekan mutu hasil produksi g. Melakukan pemesanan kaos pada penyablon	1	Rp 3.000.000
2	Administrasi	a. Menerima pesanan konsumen di marketplace	1	Rp. 2.000.000

No	Posisi	Spesifikasi Pekerjaan	Jumlah	Gaji
		b. Pengecekan pembayaran dari marketplace. c. Membalas pesan dan keluhan konsumen d. Melakukan kontak dengan Jasa pengiriman e. Melakukan packaging terhadap barang yang sudah di order oleh konsumen		

Agar dapat memperoleh SDM yang berkualitas dengan jumlah yang sesuai dengan kebutuhan, berikut adalah proses yang digunakan *Oversized clothing line online* “Retronom” :

1. Perekrutan dan seleksi : Dalam proses perekrutan bagian administrasi dan pengemasan, *Oversized clothing line online* “Retronom” tidak mencari kualifikasi tertentu. Untuk merekrut dan seleksi bagian administrasi diutamakan yang sudah berpengalaman bekerja di bidang administrasi sebelumnya dan diutamakan yang pernah menangani pemesanan dan penjualan melalui toko online.
2. Pelatihan : Untuk meningkatkan kualitas jasa kepada konsumen dari segi pelayanan dalam membalas pesan konsumen, kerapian pengemasan produk, dan agar bekerja secara disiplin dan sesuai SOP yang ada
3. Peraturan Kerja : Peraturan Kerja dibuat untuk mengikat para pegawai *Oversized clothing line online* “Retronom” sehingga mereka 66las menjadi pribadi yang disiplin dan bertanggung jawab. Berikut adalah peraturan yang wajib ditaati oleh pegawai *Oversized clothing line online* “Retronom” :
  - a. Para pegawai wajib sampai di tempat kerja pukul 08.00
  - b. Para pegawai dipersilahkan meninggalkan tempat kerja pukul 17.00

- c. Pegawai yang berhalangan datang tepat waktu wajib melapor dengan 67las an yang jelas
4. Kesehatan dan Keselamatan Kerja : Para pegawai *Oversized clothing line online* “Retronom” perlu menggunakan masker di kantor dalam kondisi Covid-19, dan menggunakan hand sanitizer agar barang dapat tetap bersih sampai ke tangan konsumen
  5. Kompensasi : Bagi karyawan yang dipecat atau mengundurkan diri dikarenakan 67las an tertentu baik masalah teknis maupun non teknis akan diberikan kompensasi yang diperhitungkan dari gaji bulanan dan disesuaikan dengan jumlah hari masuk karyawan tersebut dalam satu bulan.

#### 4.6 Aspek Keuangan

##### 4.6.1. Kebutuhan Investasi

Kebutuhan investasi perlengkapan *Oversized clothing line online* “Retronom” adalah sebesar Rp. 8.925.000 sebagai berikut

**Tabel 4.20**  
**Kebutuhan Investasi Awal Perlengkapan**

No	Keterangan	Harga	Jumlah	Total	Umur ekonomis	Depresiasi per tahun	Nilai residu per item
1	Lemari	400.000	1	400.000	3 tahun	133.333	200.000
2	Meja	600.000	2	1.200.000	3 tahun	400.000	100.000
3	Kursi	300.000	5	1.500.000	2 tahun	750.000	60.000
4	Komputer (PC)	5.000.000	1	5.000.000	5 tahun	1.000.000	500.000
5	Printer thermal	825.000	1	825.000	5 tahun	165.000	100.000
Total				8.925.000		2.448.333	960.000



**Tabel 4.21**  
**Kebutuhan Peralatan**

No	Keterangan	Harga	Jumlah	Total
1	Bolpoin	1.500	5	7.500
2	Gunting	8.500	3	25.500
3	Kertas Polymere	188	300	56.400
4	Kertas resi thermal	10.000	1	10.000
<b>Total</b>				<b>99.400</b>

Sehingga dengan mempertimbangkan modal awal untuk operasional dan investasi tak terduga lainnya di awal pendiriannya dapat dilihat kebutuhan modal awal dari *Oversized clothing line online* “Retronom” adalah sebagai berikut

**Tabel 4.22**  
**Kebutuhan Investasi Awal *Oversized clothing line online* “Retronom”**

No	Keterangan	Total
1.	Kebutuhan Awal Perlengkapan	Rp. 8.925.000,00
	<b>Total Investment</b>	<b>Rp. 8.925.000,00</b>

**Tabel 4.23**  
**Kebutuhan Kas Awal *Oversized clothing line online* “Retronom”**

No	Keterangan	Total
1.	Sewa bangunan tahun pertama	Rp. 3.000.000,00
2.	Kas awal (untuk keperluan biaya operasional dalam 4 bulan awal, dengan asumsi belum ada pesanan di 4 bulan awal)	Rp. 20.000.000,00
3.	Kebutuhan Awal Peralatan	Rp. 99.400,00
	<b>Total Kas</b>	<b>Rp. 23.099.400,00</b>

Kebutuhan akan modal *Oversized clothing line online* “Retronom” sebesar Rp. 32.024.400 bersumber pada modal sendiri dari pemilik.

#### 4.6.2. Harga Pokok Produksi (HPP)

Berikut adalah HPP untuk *Oversized clothing line online* “Retronom”:

**Tabel 4.24**  
**HPP *Oversized clothing line online* “Retronom”**

Bahan	Jumlah	Harga
Kaos print	1 helai	60.000
Kemasan ziplock	1 pcs	1.000
Stiker	1 pcs	1.500
Total HPP		62.500

Berdasarkan data tersebut, maka HPP untuk produk baju *oversized clothing line online* “Retronom” adalah sebesar Rp. 62.500 per helai.

#### 4.6.3. Harga Jual

Harga jual untuk per helai baju dari *clothing line online* “Retronom” adalah sebesar Rp. 90.000 per helai yang diambil dari perhitungan margin keuntungan minimal adalah 40% dari HPP dengan pertimbangan bahwa jika ada peningkatan harga bahan baku kaos maupun jasa sablon, masih dapat menjual dengan harga di bawah Rp 100.000 tanpa menurunkan harga sehingga harga jual yang ditetapkan adalah Rp 90.000.

dengan Rumus :

$$\text{Harga} = \text{HPP} + (\text{HPP} \times \text{Persentase margin } 40\%)$$

$$\text{Harga} = 62.500 + (62.500 \times 40\%) = 87.500 \text{ dibulatkan menjadi Rp } 90.000.$$

#### 4.6.4. Biaya Operasional

Biaya operasional *Oversized clothing line online* “Retronom” meliputi biaya tetap berupa biaya tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja tidak langsung, sedangkan biaya tidak tetap dapat dilihat dari biaya overhead.

**Tabel 4.25**  
**Biaya Tenaga Kerja Langsung**

Biaya Tenaga Kerja Langsung	Gaji	Jumlah	Total
Gaji pimpinan	Rp. 3.000.000,00	1	Rp. 3.000.000,00
Gaji Administrasi	Rp. 2.000.000,00	1	Rp. 2.000.000,00
BTKL per bulan			Rp. 5.000.000,00
BTKL per tahun			Rp. 60.000.000,00

**Tabel 4.26**  
**Biaya Overhead**

Biaya Overhead	Harga	Kebutuhan	Total
Listrik	Rp. 1.500 / kWh	100	Rp. 150.000,00
Air	Rp. 4.000/m <sup>3</sup>	10	Rp. 40.000,00
Total Biaya Overhead per bulan			Rp. 190.000,00
BOP per tahun			Rp. 2.280.000,00

**Tabel 4.27**  
**Biaya Operasional**

Biaya	Total
BTKL	60.000.000
BOP	2.280.000
Total Biaya Operasional	62.280.000

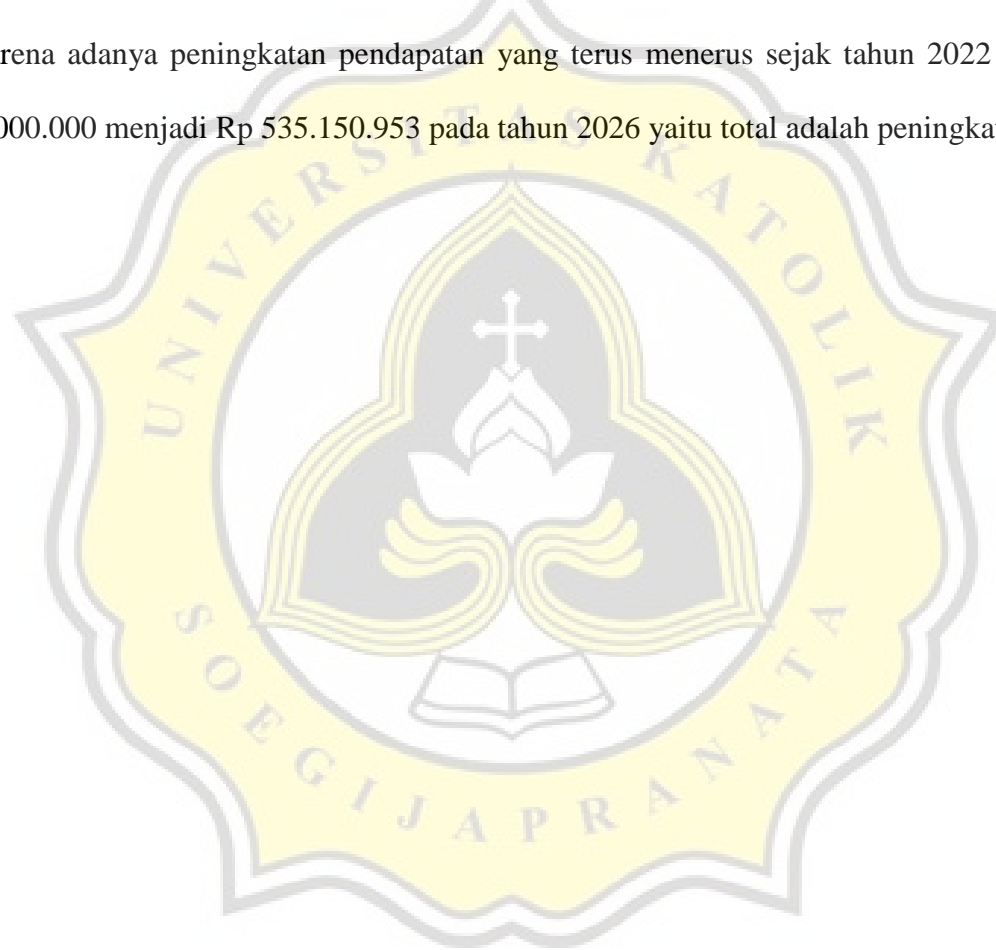
#### 4.6.5. Laporan Laba Rugi

**Tabel 4.28**  
**Laporan Laba Rugi**

Keterangan	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Pendapatan		324.000.000	367.305.840	416.399.939	472.055.954	535.150.953
HPP	225.000.000	225.000.000	259.875.000	300.155.625	346.679.747	400.415.108
Laba Kotor		99.000.000	107.430.840	116.244.314	125.376.207	134.735.846
Biaya						
Biaya Tenaga Kerja Langsung		60.000.000	61.836.000	63.728.182	65.678.264	67.688.019
Biaya Overhead		2.280.000	2.349.768	2.421.671	2.495.774	2.572.145
Biaya Pemasaran		3.000.000	3.150.000	3.307.500	3.472.875	3.646.519
Total Biaya		65.280.000	67.335.768	69.457.353	71.646.913	73.906.682
EBT		33.720.000	40.095.072	46.786.961	53.729.295	60.829.163
Pajak ( 10 % )		3.372.000	4.009.507	4.678.696	5.372.929	6.082.916
EAT		30.348.000	36.085.565	42.108.265	48.356.365	54.746.247

Berdasarkan dari hasil ini diketahui bahwa Retronom mampu menghasilkan laba sejak tahun pertama, dan laba tersebut terus bertumbuh pada tahun-tahun selanjutnya. Laba di tahun pertama adalah sebesar Rp 30.348.000 kemudian meningkat sebesar 18.91% menjadi Rp

36.084.565 pada tahun kedua. Pada tahun ketiga laba meningkat sebesar 16.69% menjadi Rp 42.108.26, kemudian meningkat kembali sebesar 14,84% menjadi Rp 48.356.365 dan peningkatan selanjutnya adalah sebesar 13,21% menjadi Rp 54.746.247 di tahun 2026. Hal ini dapat terjadi karena adanya peningkatan pendapatan yang terus menerus sejak tahun 2022 yang diproyeksikan akan terus meningkat dari Rp 324.000.000 menjadi Rp 535.150.953 pada tahun 2026 yaitu total adalah peningkatan sebanyak 65,17%.



#### 4.6.6. Laporan Arus Kas

**Tabel 4.29**  
**Laporan Arus Kas**

Kas Masuk	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Pendapatan		324.000.000	367.305.840	416.399.939	472.055.954	535.150.953
Modal Sendiri	8.925.000					
Total Kas Masuk	8.925.000	324.000.000	367.305.840	416.399.939	472.055.954	535.150.953
Kas Keluar						
Investasi	8.925.000	6.576.067	6.576.067	6.576.067	6.576.067	6.576.067
Biaya Tenaga Kerja Langsung		60.000.000	61.836.000	63.728.182	65.678.264	67.688.019
Biaya Overhead		2.280.000	2.349.768	2.421.671	2.495.774	2.572.145
Biaya Pemasaran		3.000.000	3.150.000	3.307.500	3.472.875	3.646.519
Biaya Sewa		3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
Biaya Renovasi		5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000
HPP		225.000.000	259.875.000	300.155.625	346.679.747	400.415.108
Pajak		3.372.000	4.009.507	4.678.696	5.372.929	6.082.916
Total Kas Keluar	8.925.000	301.652.000	339.220.275	382.291.674	431.699.589	488.404.706
Selisih	0	22.348.000	28.085.565	34.108.265	40.356.365	46.746.247
Saldo Kas Awal		0	22.348.000	50.433.565	84.541.830	124.898.195
Saldo Kas Akhir	0	22.348.000	50.433.565	84.541.830	124.898.195	171.644.442

Berdasarkan dari hasil ini diketahui bahwa Retronom memiliki arus kas positif sejak tahun 2022 dengan saldo kas akhir adalah Rp 22.348.000 dan arus kas positif ini bertambah pada tahun selanjutnya dan tertinggi adalah diproyeksikan pada tahun 2026 dengan jumlah Rp 171.644.442. Dari sisi arus kas masuk, arus kas yang masuk pada tahun 2022 adalah sebesar Rp 324.000.000 kemudian meningkat sebesar 13,36% menjadi Rp 367.305.840, meningkat kembali pada tahun 2024 sebesar Rp 416.399.939, pada tahun 2025 menjadi Rp 472.055.954 dan pada tahun 2026 menjadi Rp 535.150.953. Sementara dari sis kas keluar juga terjadi pengeluaran sebesar Rp 301.652.000 pada tahun 2022 dan pada tahun 2026 jumlah arus kas keluar adalah sebesar Rp 488.404.706.





#### 4.6.7. Laporan Neraca

**Tabel 4.30**  
**Laporan Neraca**

<b>Aktiva</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
Kas	0	22.348.000	28.085.565	34.108.265	40.356.365	46.746.247
Aktiva Tetap						
Bangunan	0	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000
Pengeluaran (Peralatan, Perlengkapan, modal)	8.925.000	8.925.000	8.925.000	8.925.000	8.925.000	8.925.000
Akumulasi Penyusutan		2.448.333	2.448.333	2.448.333	2.448.333	2.448.333
<b>Total Aktiva</b>	8.925.000	20.871.333	26.608.898	32.631.598	38.879.698	45.269.580
<b>Passiva</b>						
Modal	8.925.000	8.925.000	8.925.000	8.925.000	8.925.000	8.925.000
Laba tahun berjalan (EAT)		30.348.000	36.085.565	42.108.265	48.356.365	54.746.247
Laba ditahan		18.401.667	18.401.667	18.401.667	18.401.667	18.401.667
<b>Total Passiva</b>	8.925.000	20.871.333	26.608.898	32.631.598	38.879.698	45.269.580

Berdasarkan dari hasil ini diketahui bahwa Retronom memiliki aset yaitu kas yang mengalami peningkatan dari tahun 2022 hingga 2026. Sehingga dapat dikatakan Retronom memiliki aset lancar berupa uang tunai yang likuid yang jumlahnya selalu mengalami peningkatan. Hal ini sejalan dengan laba tahun berjalan Retronom yang menunjukkan peningkatan. Retronom juga menjaga modal kerjanya selalu konsisten dalam lima tahun operasionalnya



#### 4.6.8. Analisis Kelayakan Keuangan Perusahaan

##### 4.6.8.1. Net Present Value

**Tabel 4.31**  
**Net Present Value**

Tahun	EAT	Depresiasi	Cash Inflow	NSFB	Present Value
2020	30.348.000	2.448.333	22.348.000	0,934579439	20.885.981
2021	36.085.565	2.448.333	28.085.565	0,873438728	24.531.020
2022	42.108.265	2.448.333	34.108.265	0,816297877	27.842.504
2023	48.356.365	2.448.333	40.356.365	0,762895212	30.787.678
2024	54.746.247	2.448.333	46.746.247	0,712986179	33.329.428
Total PV					137.376.611
Initial investment					8.925.000
NPV					128.352.211

Nilai NPV 128.352.211 positif maka usulan proyek investasi tersebut dinyatakan layak (**diterima**), artinya dana sebesar 9.024.400 yang diinvestasikan tersebut dapat menghasilkan *present value cash flow* Rp 128.352.211.

#### 4.6.8.2. Profitability Index

**Tabel 4.32**  
**Profitability Index**

PI	
Total PV	137.376.611
Initial Investment	8.925.000
Profitability Index	15,39233739

Nilai PI  $15,39 > 1$  maka usulan proyek investasi tersebut dinyatakan layak (diterima), artinya *present value cash inflow* yang dihasilkan proyek investasi tersebut lebih besar dari *Present value cash out flow*.

#### 4.6.8.3. Payback Period

**Tabel 4.33**  
**Payback Period**

PP	
Initial	8.925.000
CI Th 1	22.348.000
Sudah tertutup	13.423.000
PP	5 bulan

*Payback Period* pada bisnis ini selama 5 bulan yang berarti dimana perusahaan sudah dapat mengembalikan modal awal bisnisnya dalam jangka waktu 5 bulan. Dalam bisnis sablon baju, dengan waktu pengembalian modal 5 bulan, maka bisnis ini layak dijalankan.

#### 4.6.8.4. IRR

**Tabel 4.34**  
**IRR**

Tahun	Cash Inflow	Discount Factor	Present Value
1	22.348.000	0,8333	18.622.588
2	28.085.565	0,6944	19.502.616
3	34.108.265	0,5787	19.738.453
4	40.356.365	0,4823	19.463.875
5	46.746.247	0,4019	18.787.317
	Total PV		96.114.849
	NPV		87.090.449
	Interpolasi		
Perhitungan IRR	215,383%		

**IRR 215,383%** adalah tingkat bunga yang menjadikan NPV = 0, karena menyamakan nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan kas bersih. Dengan tingkat IRR yang lebih besar dari bunga deposito bank menurut BI rate tahun 2022 yaitu sebesar 3,50% yang dibandingkan dengan IRR usaha Retronom sebesar 213,011% menjadikan usaha ini layak untuk dijalankan.