
KAOS SAVANA

(Perencanaan Pendirian Usaha Kaos Bertema Alam)

M.Lian Syah Bana

STIE MDP, Jln.Rajawali No. 14 Palembang. (0711) 376400

Jurusan Manajemen, STIE MDP, Palembang

Email: god_pain11@yahoo.co.id

Abstrak

Kaos Savana Adalah Usaha kaos yang bergerak di bidang pakaian yang menawarkan produk kaos dengan konsep Alam melalui kata – kata dan gambar yang terdapat di kaos savana. Diharapkan dengan melihat kata – kata dan gambar yang terdapat di kaos savana maka dapat membuat orang yang melihat kaos savana tergerak untuk menghargai lingkungan disekitarnya dan peduli dengan lingkungannya. Kaos Savana bisa dibeli secara On-line maupun datang langsung ke Outletnya. Bentuk struktur organisasi kaos savana masih sederhana terdiri dari Owner, bagian design dan bagian sablon. Berdasarkan analisis kelayakan usaha dan penilaian investasi bernilai positif dan layak untuk dijalankan.

Kata Kunci—Kaos Savana, Pakaian, Alam, Kaos.

Abstract

Kaos Savana is a business engaged in The Shirt Clothing that offer products shirt with the concept natural through words and images contained in Kaos Savana. Expected to see the words and images contined in Kaos Savana can make people who see Kaos Savana moved to appreciate the surrounding environment and concerned with environment. Kaos Savana can be purchased online or come directly to the outlet. Kaos Savana form of organizational structur is simple consisting of owner, part design dan part sablon. Based on feasibility analysis and investment appraisal is positif and deserves to be executed.

Keywords—Kaos Savana, Clothing, Nature, T-Shirt.

1. PENDAHULUAN

Industri kaos merupakan industri Tekstil yang bergerak dibidang pakaian jadi yang sudah sangat lama keberadaanya, bukan merupakan industri baru. Hal ini merupakan kebutuhan sandang yang penting dan merupakan kebutuhan dasar bagi manusia sehingga perkembangannya berbanding lurus dengan laju pertumbuhan penduduk.

Pada awalnya menggunakan kaos untuk pakaian sehari – hari hanya digunakan oleh beberapa orang saja. Sekarang kaos sudah tidak lagi menjadi suatu kebutuhan yang biasa digunakan tetapi telah menjadi gaya hidup sehari – hari dalam setiap aktivitas masyarakat. Karena penggunaan kaos yang simpel dipakai sehingga penggunaan kaos menjadi pilihan di kalangan usia muda dengan rentang umur 20 – 34 tahun.

Pada saat ini *trend* industri atau usaha – usaha yang bergerak dibidang kaos oblong telah banyak menggunakan ciri khas atau memiliki tema yang unik. Dahulu mungkin kita tak asing lagi dengan *t-shirt* dan pakaian kasual bermerk C59, Billabong ataupun Chrocodile. Sekarang Kaos–kaos tersebut memiliki saingan baru yang banyak diminati oleh masyarakat, seperti kaos joger bertemakan tentang bali, dagadu yang mengikat tema tentang yogyakarta. Selain itu

terdapat juga kaos tentang kritikan yaitu kaos KPK yang diproduksi di Bandung, kaos merdeka di Makassar, dan kaos nyenyas yang mengangkat tema tentang Palembang.

Penulis tertarik untuk mendirikan usaha kaos yang bertemakan lain dari pada yang sudah ada. Salah satu tema yang belum banyak di usahakan adalah kaos yang bertemakan alam masih belum ada di kota Palembang, dengan tema tentang lingkungan alam. Penulis ingin mengingatkan betapa pentingnya lingkungan alam yang mana pada saat ini, kerusakan lingkungan alam sudah sangat memprihatinkan dan juga ingin mengingatkan pada generasi muda betapa pentingnya lingkungan alam untuk kita ke depannya dengan melalui kata – kata, gambar – gambar yang tersirat dari baju atau kaos yang mereka gunakan.

2. GAMBARAN USAHA

Usaha yang akan didirikan ini adalah usaha kaos yang bertemakan/*berkonsep* lingkungan atau alam seperti dampak kerusakan lingkungan. Diharapkan dengan kaos ini dapat dimanfaatkan sebagai cara untuk menyadarkan masyarakat mengenai dampak kerusakan alam melalui kata – kata dan gambar yang terdapat pada kaos. Sehingga membuat masyarakat tahu betapa pentingnya alam melalui kaos Savana ini.

Dalam Proses produksi kaos savana membeli secara grosir kaos yang sudah jadi dengan cara memesan dari distributor kaos polos lalu distributor mengirim kaos yang dipesan. Selanjutnya membuat dan menentukan desain kaos sesuai dengan apa yang diinginkan. Konsumen bisa juga memesan desain sesuai dengan keinginannya. Untuk proses penyablonan menggunakan kertas tranfer, mesin pres dan peralatan sablon lain dengan memanfaatkan rumah sendiri sebagai tempat produksi.

Dalam memasarkan produk kaos “Savana” menggunakan model usaha yaitu penjualan langsung dan *on-line*. Untuk media *on-line* Kaos Savana menggunakan *website*, jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter*, dan lainnya untuk memasarkan produk. Sementara untuk penjualan langsung menggunakan rumah sendiri di daerah plaju yang dijadikan outlet “kaos Savana” yang beralamat Jl.DI.Panjaitan Gg.Pahlawan 1 RT.04 RW.02 Kel.Bagus Kuning, Plaju – Palembang.

3. ASPEK PEMASARAN

3.1 *Segmentasi, Target Pasar dan Positioning*

Segmentasi

1. *Segmentasi Geografis*

Yaitu secara khusus masyarakat yang tinggal di wilayah perkotaan di Kota Palembang dan pada umumnya masyarakat Indonesia.

2. *Segmentasi Demografis*

Masyarakat umum dari berbagai rentang usia baik itu pria maupun wanita dari mahasiswa hingga karyawan.

3. *Segmentasi Psikografis*

Masyarakat yang mempunyai gaya hidup simpel, pribadi yang peduli sekitarnya.

4. *Segmentasi Perilaku*

Tertuju kepada anak – anak muda yang peduli akan alam.

Target Pasar

Target pasar yang menjadi sasaran “kaos Savana” yaitu Para pencinta alam, mahasiswa dan karyawan dan masyarakat umum dengan rentang umur 20 – 34 tahun yang peduli akan lingkungan alam.

Positioning

Positioning kaos savana menjadi penyedia kaos bertema alam serta sebagai salah satu pilihan kaos unik di kota Palembang yang memiliki desain kaos dengan bertemakan alam.

3.2 *Perkiraan Permintaan*

Perkiraan permintaan Kaos Savana yang berdasarkan masyarakat yang berusia 20 – 34 tahun didapatkan hasilnya sebanyak 434.098 jiwa dan ditambah jumlah organisasi pencinta alam di kota Palembang dari Mapala, Sispala dan KPA yang diperkirakan berjumlah 48 organisasi dengan kurang lebih 15 anggota aktif disetiap organisasinya. Dari hasil tersebut di asumsikan 60 % bahwa masyarakat yang suka menggunakan kaos berarti ada 261.179 jiwa. Dengan melihat data tersebut maka pasar potensial berjumlah 261.179 orang, diasumsikan bahwa 3 % dari pasar potensial itu adalah permintaan potensial yaitu 7835 orang. Jumlah tersebut didapat dari hasil pengurangan jumlah permintaan pesaing lalu ditambah dengan jumlah masing - masing anggota organisasi pencinta alam di kota Palembang.

3.3 *Perkiraan Penawaran*

Untuk perkiraan besarnya penawaran Kaos Savana mengasumsikan penawaran sebesar 0.32 % dari jumlah permintaan potensial 7835 orang dan didapatkan besarnya penawaran adalah 25 pcs / hari.

3.4 *Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar*

Dalam menghitung rencana penjualan kaos savana mengasumsikan peningkatan penjualan sebesar 10 % per tahun untuk penjualan kaos savana yang berdasarkan pertambahan jumlah penduduk usia muda.

Pangsa pasar untuk kaos savana sendiri cukup besar yang berdasarkan masyarakat yang berusia muda dengan rentang umur 20 – 34 tahun didapatkan hasilnya sebanyak 434.098 jiwa dan ditambah jumlah organisasi pencinta alam di kota Palembang dari Mapala, Sispala dan KPA yang diperkirakan berjumlah 48 organisasi dengan \pm 15 anggota aktif setiap organisasi. Dari hasil tersebut di asumsikan 60 % bahwa masyarakat yang suka menggunakan kaos berarti ada 261.179 jiwa. Dengan melihat data tersebut maka pasar potensial berjumlah 261.179 orang, diasumsikan bahwa 3 % dari pasar potensial itu adalah permintaan potensial yaitu 7835 orang. Jumlah tersebut didapat dari hasil pengurangan jumlah permintaan pesaing lalu ditambah dengan jumlah masing - masing anggota organisasi pencinta alam di kota Palembang.

3.5 *Analisis SWOT*

1. *Strength* (Kekuatan)

- Bahan kaos yang berkualitas dan nyaman digunakan.
- Desain kaos yang unik yang mengingatkan ke masyarakat bahwa pentingnya alam.
- Harga kaos savana yang terjangkau oleh semua kalangan.
- Memberikan pelayanan yang baik ke pelanggan.
- Memberikan pelayanan gratis kirim untuk wilayah kota Palembang.

2. *Weakness* (Kelemahan)

- Belum memiliki *brand image* sehingga menyulitkan untuk mendapatkan pelanggan yang tertarik untuk membeli produk kaos savana.

3. *Opportunity* (Peluang)

- Memanfaatkan peluang bahwa pengguna kaos yang cukup banyak dan disukai oleh anak muda khususnya dan semua kalangan pada umumnya
- Pangsa pasar yang masih belum pesaing raih walaupun banyak usaha kaos yang sudah ada.

4. *Threat* (Ancaman)

- Usaha – usaha kaos yang sudah memiliki nama dan pangsa pasar sendiri.
- Persaingan harga yang tidak terlalu signifikan antar pesaing.
- Kemungkinan munculnya para pesaing baru.

3.6 Strategi Perusahaan Terhadap Pesaing

3.6.1 Produk (Product)

Kaos Savana menawarkan produk kaos yang berbeda dari yang lain dengan bertemakan alam bertujuan untuk memberitahukan masyarakat bahwa pentingnya alam bagi kehidupan kita melalui kata – kata dan gambar yang terdapat di kaos savana yang sesuai target yang ingin dituju yaitu usia muda yang peduli alam dan para pencinta alam.



Gambar 1 Contoh Produk

3.6.2 Harga (Price)

Harga yang ditawarkan oleh kaos savana yaitu berkisaran dari Rp. 65.000 – Rp.110.000 untuk kaos lengan pendek dan panjang.

3.6.3 Promosi (Promotion)

A. Periklanan

Dalam melakukan promosi melalui periklanan kaos savana menggunakan cara yaitu :

- Membagikan brosur di tempat keramaian seperti Kampus, Mall, Sekolah dan Taman – taman kota.
- Melalui jejaring sosial seperti Instagram, bbm, facebook, twitter, dan jejaring sosial lainnya.

B. Penjualan Personal

Untuk promosi personal selling Kaos Savana secara pribadi dan langsung melalui *word of mount* ke teman, kerabat, dan tetangga di sekitar tempat tinggal maupun di sekitar tempat usaha.

C. Promotion Penjualan (Sales Promotion)

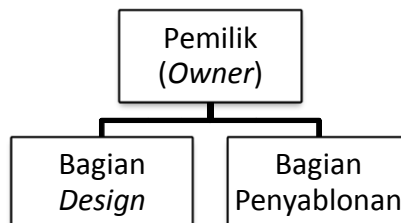
- Memberikan potongan harga 10 % apabila konsumen membeli kaos savana lebih dari 10 pcs.
- Memberikan *discount* 10% produk pada hari – hari tertentu yang memperingati sesuatu misalnya hari bumi atau hari lingkungan hidup yang sesuai dengan tema kaos savana yaitu alam.

3.6.4 Penyaluran (Placement)

Untuk penyaluran, tempat yang dijadikan menggunakan rumah sendiri sebagai tempat penjualan dan sekaligus tempat produksi yang mana lokasi beralamat di Jln. DI.Panjaitan, Lr.Pahlawan 1 No.395 RT. 04.RW. 02 kel. Bagus kuning, Plaju – Palembang.

4. ASPEK ORGANISASI

4.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia



Gambar 2 Struktur Organisasi

4.2 Perijinan

Dalam hal perijinan kaos savana masih belum berbentuk badan hukum karna usaha kaos savana masih di produksi di rumah sehingga yang di butuhkan yaitu SKDU (Surat Keterangan Domisili Usaha) dan surat keterangan dari RT / RW.

4.3 Kegiatan Pra Operasi dan Jadwal Pelaksanaan

Tabel 1 Jadwal Kegiatan

No	Jadwal Kegiatan	Waktu Pelaksanaan (dalam mingguan)			
		1	2	3	4
1	Menyusun Rencana Usaha				
2	Survei Pasar				
3	Survei Kompetitor sejenis				
4	Survei Peralatan dan Perlengkapan				
5	Mengurus Perijinan				
6	Mendesain Tempat				
7	Menyediakan peralatan dan perlengkapan				
8	Rekrutment Karyawan				
9	Memulai usaha				

Agar kegiatan operasional berjalan maka diperlukan inventaris kantor dan *supply* kantor untuk kegiatan operasional Kaos Savana. Inventaris kantor merupakan data barang – barang yang perlukan untuk kantor yang berusia lebih dari 1 tahun.

Tabel 2 Daftar Inventaris Kantor

Jenis Barang	Unit	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)	Umur Ekonomis
Telpon	1	250.000	250.000	3 tahun
Meja	3	250.000	500.000	3 tahun
Kursi	4	20.000	80.000	3 tahun
Lemari pakaian	3	200.000	600.000	3 tahun

Supply kantor merupakan barang – barang yang digunakan untuk kegiatan kantor yang memiliki umur ekonomisnya 1 tahun atau kurang.

Tabel 3 Daftar *Supply* Kantor

Jenis Barang	Unit	Harga (Rp)	Total Harga (Rp)
Pena	2 kotak	12.000	24.000
Nota/Kwitansi	2 lsn	36.000	72.000
Kalkulator	1 unit	80.000	80.000
Brosur	500 lbr	500	250.000

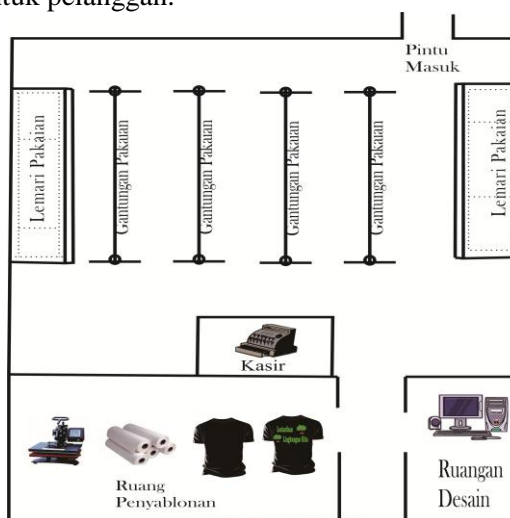
5. ASPEK PRODUKSI

5.1 Pemilihan Lokasi

Lokasi usaha Kaos Savana di Jln DI Panjaitan Lr. Pahlawan 1 No 395 RT. 04 RW. 02 Kel. Bagus Kuning Plaju – Palembang. Lokasi sekaligus tempat penjualan dan tempat produksi dengan memanfaatkan rumah sendiri.

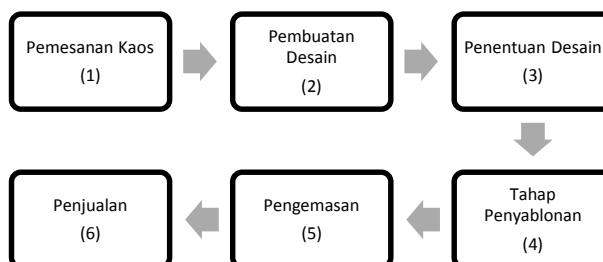
5.2 Rencana Tata Letak

Untuk perencanaan tata letak sangat penting untuk membuat pelanggan yang datang ke tempat Kaos Savana merasa nyaman. Oleh karena itu untuk tata letak Kaos Savana dibuat berdasarkan kenyamanan untuk pelanggan.



Gambar 3 Rencana Tata Letak

5.3 Proses Produksi



Gambar 4 Proses Produksi

5.4 Bahan Baku dan Bahan Pembantu

Tabel 4 Tabel Bahan Baku dan Pembantu

Bahan Baku	Bahan Pembantu
Kaos Oblong Pendek	Gantungan Baju
Kaos Oblong Panjang	Kantong Plastik Belanja
Tinta Sublim	Kantong Plastik Kaos
Kertas Transfer	Rak Gantungan Baju

5.5 Tenaga Produksi

Untuk tenaga produksi kaos savana berjumlah 2 orang yang terdiri dari bagian *design* dan bagian sablon. Tenaga Produksi yang akan direkrut oleh Kaos Savana memiliki kualifikasi sebagai berikut :

Tabel 5 Kualifikasi Karyawan

Bagian Desain	Bagian Penyablonan
Warga Negara Indonesia	Warga Negara Indonesia
Laki	Laki
Usia 20 – 25 tahun	Usia 20 – 25 tahun
Memiliki kemampuan desain dan kreatif	Memiliki ketelitian
Minimal pendidikan D3 desain	Minimal pendidikan SMA

5.6 Mesin dan Peralatan

Tabel 6 Mesin dan Peralatan

Peralatan dan Mesin	Keterangan berfungsi untuk	Spesifikasi
Mesin Heat Press	Untuk mengepress desain kaos ke kaos	P:68 cm T:31 cm L:30 cm Berat:26 kg daya:500&900 watt Media press :30x35cm
Printer Sublim	Untuk mencetak desain kaos yang dibuat	Max Print Resolution : 5760 x 1440 dpi ,Minimum Droplet Size : 1.5 pl Epson CISS A4 Draft Print Speed (B/C) : 34 ppm / 34 ppm
Komputer	Membuat desain dan mempromosikan kaos savana melalui jejaring sosial	Motherboard : soket 1156, Core i3 3,0ghz,Ram : 4gb,VGA : 1 Gb 128 bit PSU 450 Watt HDD 500

Telpon	Menerima panggilan dan pesanan dari pelanggan	
Kalkulator	Menghitung jumlah pembelian kaos pelanggan	
Meja	Untuk digunakan meletakkan kaos hasil penyablonan	
Kursi	Untuk tempat duduk.	
Lemari	Tempat untuk meletakkan kaos yang sudah dikemas di toko	

5.7 Tanah dan Gedung

Lokasi yang dipilih oleh Kaos Savana sendiri yaitu area rumah sendiri yang dijadikan tempat penjualan kaos savana yang terletak di Jln DI Panjaitan Lr. Pahlawan 1 RT 04 RW 02 Kelurahan Bagus Kuning Plaju – Palembang. Dengan memanfaatkan halaman rumah sendiri yang dimana memiliki bangunan yang tidak digunakan dengan luas (10m x 9m) sekaligus tempat produksi.

6. ASPEK KEUANGAN

6.1 Sumber Pendanaan

Sumber Pendanaan Kaos Savana berjumlah Rp.30.030.000 yang akan digunakan untuk membiayai usaha kaos savana baik itu untuk pengadaan bahan baku, perlengkapan dan kegiatan operasional Kaos Savana.

6.2 Kebutuhan Pembiayaan/Modal Investasi

Kebutuhan modal investasi yang dikeluarkan Kaos Savana sebesar Rp. 14.040.000 yang akan digunakan untuk membeli perlengkapan dan peralatan usaha sehingga usaha tersebut dapat beroperasi.

6.3 Kebutuhan Modal Kerja

Modal kerja yang akan dikeluarkan Kaos Savana sebesar Rp.15.990.000.

6.4 Analisis Studi Kelayakan

6.4.1 Payback Period

Tingkat pengembalian untuk kaos savana cukup cepat seluruhnya dalam waktu 1 tahun 6 bulan.

6.4.2 Net Present Value

NPV yang dihasilkan sebesar Rp. 194.743.877 bernilai positif.

6.4.3 Internal Rate Return

$$IRR = i_1 + \frac{NVP_1}{NVP_1 - NVP_2} \times (i_1 - i_2)$$

Melihat dari hasil perhitungan IRR, yaitu 48,5 % dan mempergunakan BI Rate (7,5%) sebagai perhitungan bunga pinjaman, dapat dinyatakan investasi Kaos Savana melalui perhitungan IRR diterima.

6.5 Analisis Keuntungan

6. 5.1 BEP Dalam Unit

$$\text{BEP} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual Produk} - \text{Biaya Variabel Per Unit}}$$

Tahun Pertama

$$\text{BEP} = \frac{89.212.500}{\text{Rp.}85.000 - 37.073} = 1.861 \text{ unit}$$

Tahun Kedua

$$\text{BEP} = \frac{89.212.500}{\text{Rp.}85.000 - 38.473} = 1.917 \text{ unit}$$

Tahun Ketiga

$$\text{BEP} = \frac{89.212.500}{\text{Rp.}85.000 - 38.342} = 1.912 \text{ unit}$$

6. 5.2 BEP Dalam Rupiah

$$\text{BEP} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Harga Jual per Satuan}}}$$

Tahun Pertama

$$\text{BEP} = \frac{\text{Rp.}89.212.500}{1 - \frac{37.073}{85.000}} = \text{Rp.}155.221.096$$

Tahun Kedua

$$\text{BEP} = \frac{\text{Rp.}89.212.500}{1 - \frac{38.473}{85.000}} = \text{Rp.}162.981.978$$

Tahun Ketiga

$$\text{BEP} = \frac{\text{Rp.}89.212.500}{1 - \frac{38.342}{85.000}} = \text{Rp.}162.524.379$$

6.6 Laporan Keuangan

Untuk mengevaluasi kinerja Kaos Savana untuk tahun operasionalnya maka penulis membuat Laporan keuangan dari Kaos Savana selama 3 tahun.

Laba Bersih Setelah Pajak

Tahun Pertama : Rp. 133.447.500

Tahun Kedua : Rp. 158.046.000

Tahun Ketiga : Rp. 182.587.500

Neraca

Tahun Pertama : 339.367.500

Tahun Kedua : Rp. 383.154.500

Tahun Ketiga : Rp. 426.883.500

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kotler Philip dan Gary Armstrong 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.
- [2] Tjiptono dkk 2008, *Pemasaran Strategik*, Andi, Yogyakarta.
- [3] Suliyanto, 2010, *Studi Kelayakan Bisnis*, Andi, Yogyakarta.
- [4] Palembang, Badan Pusat Statistik 2013, *Statistik Daerah Kota Palembang 2013*, 11010021671, BPS Kota Palembang, Palembang.
- [4] Jumingan 2009, *Studi Kelayakan Bisnis*, Bumi Aksara, Jakarta.
- [5] Assauri Sofjan 2012, *Strategic Marketing*, Salemba Empat, Jakarta.
- [6] Anonim 2015, *Surat Keterangan Domisili Usaha*, Diakses 12 Mei 2015, dari www.perizinan.co.id
- [6] Kasmir 2012, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*, Kencana, Jakarta.
- [7] Jumingan 2009, *Analisis Laporan Keuangan*, Bumi Aksara, Jakarta.
- [8] Anonim 2015, *Data BI Rate*, Diakses 7 Juni 2015, dari www.bi.go.id.
-