**BUSINESS PLAN**

**CrazyPenguin**

**crazypenguincompany.weebly.com**

**Dibuat oleh : Marinda Gunawan**

**Universitas Bakrie**

**Marinda\_gunawan@yahoo.com**

**CrazyPenguin**

1. **Executive Summary**

CrazyPenguin adalah produsen pakaian jadi, khususnya kaos (t-shirt) ditargetkan pada anak muda, laki-laki dan perempuan antara usia 15 dan 25 tahun. CrazyPenguin tidak hanya memproduksi pakaian, tetapi juga mempromosikannya melalui kampanye iklan dan media promosi lain. Perusahaan berencana untuk memperkuat kemitraan dengan para retailer dengan mengembangkan brand awareness.

CrazyPenguin bermaksud memberikan alternatif pilihan untuk kaos dengan desain yang unik dan eksklusif, menspesialisasikan pada desain gambar karakter penguin. CrazyPenguin berusaha menciptakan brand awareness pada konsumen pada merek CrazyPenguin yang diasosiasikan dengan desain gambar karakter penguin.

Industri kaos merupakan industri yang sudah sangat lama keberadaannya, bukan merupakan industri baru. Hal ini dikarenakan kaos merupakan kebutuhan pokok akan sandang bagi manusia, terutama remaja. Perkembangan industri kaos dapat dipicu oleh pertumbuhan penduduk. Berdasarkan data BPS tahun 2006 perkembangan produksi industri kaos dari tahun 2002 sampai tahun 2006 semakin meningkat. Pada tahun 2002 produksi kaos adalah sebesar 462 ribu ton dan pada tahun 2006 meningkat menjadi 563 ribu ton. Hal ini menunjukkan bahwa industri ini berkembang dari tahun ke tahun.

Rencana promosi perusahaan adalah beragam dan mencakup berbagai komunikasi pemasaran. Di masa depan setelah merek CrazyPenguin melekat kuat pada konsumen, perusahaan berharap dapat mengembangkan jenis pakaian lain seperti polo shirt, kemeja, baik formal maupun semi formal, jaket jeans dan juga aksesoris untuk pria, wanita, dan anak-anak. Aksesoris akan mencakup parfum, kacamata, jam tangan, dll.

Kebutuhan dana sebesar Rp 30,000,000 (tiga puluh juta rupiah). Dana tersebut akan digunakan untuk pembelian alat-alat keperluan produksi, sebagaimana terlampir dalam proyeksi laporan keuangan dan untuk membiayai produksi bulan pertama.

1. **Company Summary**

**Visi**

Visi perusahaan adalah CrazyPenguin menjadi brand atau merek ternama dalam dunia pakaian dan aksesoris.

**Misi**

Misi perusahaan adalah memberikan produk pakaian yang nyaman dan trendi bagi konsumen sekaligus mengembangkan brand awareness pada konsumen.

**Deskrispsi Perusahaan**

CrazyPenguin terletak di Duren Jaya, Bekasi Timur dimana semua operasi, dari administrasi sampai strategi pemasaran, berlangsung di lokasi ini.

**Kunci Sukses**

(1) mempertahankan differensiasi produk,

(2) overall cost leadership, dengan menekan biaya bahan baku dan biaya produksi,

(3) memperluas cakupan pasar dengan cara memanfaatkan peluang perkembangan dan pertumbuhan retail distro di kota-kota besar serta melakukan pemasaran berbasis komunitas,

(4) kemampuan dan penggunaan teknologi yang tepat guna bagi Robinet Clothing (yaitu dalam pengembangan produk dan desain), dan pembuatan web perusahaan yang didukung sistem pemasaran melalui web

**Strategi**

Strategi CrazyPenguin adalah mengembangkan koleksi kaos dengan berbagai desain yang eksklusif dan memasarkannya kepada konsumen. Pemasaran dan distribusi pada awalnya akan dilakukan secara personal selling dengan memanfaatkan jaringan pribadi, yang kemudian selanjutnya dilakukan melalui distro sendiri atau kemitraan dengan distro-distro lain. Selain itu, strategi pemasaran akan ditekankan pada penggunaan pola jaringan pemasaran berbasis komunitas.

Strategi lain lebih diarahkan pada pengembangan dan penguatan brand image sehingga menciptakan suatu persepsi yang khas dan unik dalam pikiran pelanggan yang akan langsung diasosiasikan pada kaos dengan desain karekter penguin. Strategi lain untuk mendukung penguatan brand image perusahaan adalah dalam hal pengemasan. Kaos CazyPenguin akan dikemas dengan kemasan dan label dengan desain yang unik yang akan memberikan kesan eksklusif.

Tujuan perusahaan di masa depan adalah menciptakan dampak besar pada industri mode dan fashion dengan mengembangkan produk-produk lain seperti polo-shirt, kemeja, jaket, jeans dan juga aksesori seperti jam tangan, topi, kacamata dll.

1. **Produk**

CrazyPenguin menggunakan bahan kain katun 100% combat kualitas terbaik. Dalam industry kaos, yang membedakan antara kaos yang satu dengan yang lain terletak pada desain. CrazyPenguin menyediakan kaos dengan desain gambar karakter penguin yang bersifat eksklusif, artinya satu desain hanya satu kali produksi untuk satu kaos. Hal inilah yang membedakan CrazyPenguin dengan merek produk lain. CrazyPenguin mengangkat isu-isu atau peristiwa-peristiwa sosial-kemasyarakatan, politik, budaya, gaya hidup, nasionalisme dan lain sebagainya yang sifatnya bisa edukatif ataupun provokatif yang divisualisasikan dengan menggunakan karakter penguin. Tersedia varian kaos O-neck dan V-neck. Harga sebesar Rp 75,000 untuk masing-masing varian.

Perkembangan selanjutnya perusahaan akan berusaha mengembangkan produk lain seperti t-shirt polo, kemeja, jeans, jaket dan juga aksesoris yang juga ditujukan kepada remaja.

1. **Analisis Keadaan Industri**

Industri kaos merupakan industri yang sudah sangat lama keberadaannya, bukan merupakan industri baru. Hal ini dikarenakan kaos merupakan kebutuhan sandang paling utama bagi manusia terutama remaja sehingga perkembangan industri kaos dapat dipicu oleh pertumbuhan penduduk. Data BPS tahun tahun 2006 menunjukkan bahwa perkembangan produksi kaos dari tahun 2002 sampai tahun 2006 semakin meningkat. Pada tahun 2002 produksi kaos adalah sebesar 332 ribu ton dan pada tahun 2006 meningkat menjadi 454 ribu ton. Hal ini menunjukkan bahwa industri ini berkembang dari tahun ke tahun. Kaos merupakan kebutuhan sandang paling utama bagi remaja. Di pasar rakyat dan mall bahkan 75% dipenuhi penjualan barang sandang, 90% diantaranya merupakan kaos. Terlihat bahwa industry kaos merupakan industry yang besar.

Kemudahan untuk entri ke dalam industri ini bagi para pendatang baru menyebabkan Crazypenguin akan bersaing dalam industri yang kompetitif akan tetapi akan terus berkembang dan tidak akan pernah habis. Persaingan dalam industry ini tidak lagi dalam hal kualitas bahan karena competitor lain umumnya menawarkan produk dengan kualitas bahan yang hampir sama sehingga CrazyPenguin akan bersaing dalam harga dan desain.

1. **Analisis Pelanggan**

Menurut riset, penjualan kaos dipengaruhi kondisi ekonomi, tren demografi, harga dan desain. Perusahaan mengincar pelanggan kategori remaja, usia 15-25 tahun, dengan pendapatan rata-rata kurang dari Rp 5 juta per bulan. Kelompok pelanggan ini lumayan sensitive terhadap harga sehingga perusahaan akan menetapkan harga yang bersaing.

Dalam kelompok ini, tidak ada hambatan warna, dan pelanggan memiliki latar belakang beragam. Kelompok pelanggan ini juga peduli terhadap brand/merek pakaian dan eksklusivitas produk pakaian yang mereka kenakan. CrazyPenguin menerapkan differensiasi produk dan harga yang kompetitif untuk menjaring pelanggan dalam pasar ini.

1. **Analisis Persaingan**

Persaingan dalam industry ini sangat tinggi dan ketat. Indikasi ini terlihat dari tingkat persaingan harga diantara para produsen. Selain itu, menurut data, pertumbuhan jumlah unit usaha kaos di Jakarta sekitar 5% per tahun. Hal tersebut menandakan bahwa industry ini berkembang terus setiap tahun. Hal ini dipengaruhi pula oleh tingkat pertumbuhan penduduk Indonesia yang tinggi setiap tahun. Penjualan kaos cukup banyak dipengaruhi oleh pertumbuhan penduduk. Hal ini dikarenakan kaos termasuk sandang merupakan kebutuhan pokok manusia. Crazy Penguin berusaha mensiasatinya dengan eksklusivitas dan kualitas desain yang dimilikinya.

1. **Analisis SWOT**

**Opportunities**

* Industri kaos merupakan industry yang terus tumbuh dan berkembang
* Trend kaos desain tematik yang sedang berkembang saat ini

**Threats**

* Banyak pesaing yang sudah lama berkecimpung dalam industry ini
* Entri yang mudah menyebabkan juga persaingan dalam industry ini sangat ketat
* Penjiplakan desain

**Strenghts**

* Eksklusivitas desain yang tematik, belum ada yang menyamai

**Weaknesses**

* Kekurangan modal
* Harus mencari koki masak yang benar-benar handal

**EXTERNAL ORIGIN**

Influences of the organization

**INTERNAL ORIGIN**

Influences of the organization

**HELPFULL**

To achieving the objective

**HARMFULL**

To achieving the objective

**SWOT ANSALYSIS**

1. **Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran yang kami lakukan adalah pertama kali melalui personal selling dan direct selling dengan memanfaatkan jaringan yang dimiliki pemilik. Setelah itu, perusahaan akan coba memasuki took-toko distro di wilayah Jakarta dan Bandung yang juga akan dikembangkan ke wilayah-wilayah lain dan juga melalui toko distro yang didirikan sendiri. Perusahaan-perusahaan juga aktif mengikuti pameran-pameran dan bazaar untuk mengenalkan produk kepada target pelanggan. Perusahaan juga akan memasarkan melalui media online dengan blog, media sosial (twitter, facebook, dll) dan membuat web professional sendiri untuk mempermudah juga dalam hal pemesanan/order. Strategi lain memanfaatkan jaringan komunitas.

1. **Strategi Distribusi dan Penjualan**

CrazyPenguin berencana untuk menggunakan tenaga penjualan langsung, retailer (distro), dan Internet untuk mencapai pasar. Saluran ini paling tepat dikarenakan akses cepat ke saluran distribusi yang ditetapkan. CrazyPenguin bermaksud untuk membangun sebuah tim penjualan yang akan bertugas memimpin melakukan penjualan. Mereka juga akan bertanggungjawab untuk membentuk koneksi dengan outlet ritel. Perusahaan berencana untuk menggunakan saluran distribusi ritel berikut:  
• Distro  
• Toko online

1. **Critical Risks**

Hal-hal yang dapat menjadi hambatan dari bisnis ini adalah:

* + - * 1. Kompetitor

Banyak pesaing yang membuat persaingan semakin ketat. Rentan pula terjadi penjiplakan desain dari produk CrazyPenguin yang membuat restoran dengan menu serupa. Hal ini dikarenakan masih langkanya produk yang ditawarkan dan peluang serta ekspektasinya cukup menjanjikan.

* + - * 1. Bahan Baku

Bahan baku pembuatan kaos mengalami kenaikan harga, karena harga kain dipengaruhi harga kapas dunia dan hal ini bisa menjadi permasalahan serius dari manajemen, apakah akan menaikkan harga atau tidak.

1. **Financial Plan**

Asumsi-asumsi yang dipakai dalam proyeksi laporan keuangan ini yaitu :

1. Semua transaksi dilakukan secara cash/tunai
2. Setelah bulan ke-tiga operasi, proyeksi peningkatan penjualan adalah sebesar 20%
3. COGS adalah sebesar 20% dari harga jual

**Funding**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Modal Kerja | | | | | |
|  |  | |  | |  |
| Modal Kerja | Month 1 | | Month 2 | | Month 3 |
|  |  | |  | |  |
| Kain | Rp 420,000 | | Rp 540,000 | | Rp 900,000 |
| Bahan Pelengkap  (label, kemasan, dll) | Rp 180,000 | | Rp 200,000 | | Rp 200,000 |
| Total | Rp 600,000 | | Rp 740,000 | | Rp 1,100,000 |
|  |  | |  | |  |
|  |  | |  | |  |
| Modal Awal (investasi) | | | | | |
|  | |  |  |  | |
| Mesin Jahit dan perlengkapannya (lengkap) | | 3 buah | Rp 4,000,000 | Rp 12,000,000 | |
| Komputer Lengkap | | 1 buah | Rp 5,000,000 | Rp 5,000,000 | |
| Printer | | 1 buah | Rp 650,000 | Rp 650,000 | |
| Peralatan Sablon (lengkap) | | 1buah | Rp 15,000,000 | Rp 15,000,000 | |
| Modal Kerja Awal | |  |  | Rp 600,000 | |
| Total | |  |  | Rp 33,250,000 | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Sources of Funds | | | |
|  |  |  |  |
| External Source | | | Rp 30,000,000 |
| Marinda Gunawan | | | Rp 5,000,000 |
| Total | | | Rp 35,000,000 |

**Projected Income Statement**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Projected Income Statement | | | | | |
|  | | | | | |
|  |  | Month 1 | Month 2 | Month 3 | Total |
| Sales : | O-Neck | Rp1,500,000 | Rp2,100,000 | Rp3,300,000 | Rp6,900,000 |
|  | V-Neck | Rp600,000 | Rp600,000 | Rp750,000 | Rp1,950,000 |
| **Total Sales** |  | Rp2,100,000 | Rp2,700,000 | Rp4,050,000 | Rp8,850,000 |
| COGS : | O-Neck | Rp300,000 | Rp420,000 | Rp660,000 | Rp1,380,000 |
|  | V-Neck | Rp120,000 | Rp120,000 | Rp150,000 | Rp390,000 |
| **Total COGS** |  | Rp420,000 | Rp540,000 | Rp810,000 | Rp1,770,000 |
| **Gross Profit** |  | Rp1,680,000 | Rp2,160,000 | Rp3,240,000 | Rp7,080,000 |
|  |  |  |  |  |  |
| Operating  Expense : | Listrik | Rp150,000 | Rp250,000 | Rp250,000 | Rp650,000 |
|  | Depresiasi | Rp150,000 | Rp150,000 | Rp150,000 | Rp450,000 |
|  | Biaya Distribusi | Rp0 | Rp0 | Rp600,000 | Rp600,000 |
|  | Miscellaneous expense | Rp180,000 | Rp200,000 | Rp200,000 | Rp580,000 |
| **Total Operating Expenses** |  | Rp480,000 | Rp600,000 | Rp1,200,000 | Rp2,280,000 |
| **Net Income** |  | Rp1,200,000 | Rp1,560,000 | Rp2,040,000 | Rp4,800,000 |

**Projected Balance Sheet**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Projected Balance Sheet | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  | Month 0 | Month 1 | Month 2 | Month 3 |
| Asset |  |  |  |  |  |
| Cash |  | Rp2,350,000 | Rp3,700,000 | Rp5,410,000 | Rp7,510,000 |
| Inventory |  | Rp0 | Rp0 | Rp0 | Rp90,000 |
| PPE |  | Rp32,650,000 | Rp32,650,000 | Rp32,650,000 | Rp32,650,000 |
| Acc. Depreciation |  | Rp0 | Rp150,000 | Rp300,000 | Rp450,000 |
|  |  |  |  |  |  |
| total Asset |  | Rp35,000,000 | Rp36,200,000 | Rp37,760,000 | Rp39,800,000 |
|  |  |  |  |  |  |
| Liabilities |  |  |  |  |  |
| Notes Payable |  | Rp0 | Rp0 | Rp0 | Rp0 |
|  |  |  |  |  |  |
| Total Liabilities |  | Rp0 | Rp0 | Rp0 | Rp0 |
|  |  |  |  |  |  |
| Equity |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| Capital |  | Rp35,000,000 | Rp35,000,000 | Rp35,000,000 | Rp35,000,000 |
| Retained Earnings |  | Rp0 | Rp1,200,000 | Rp2,760,000 | Rp4,800,000 |
| Total SE |  | Rp35,000,000 | Rp36,200,000 | Rp37,760,000 | Rp39,800,000 |
| Total L&SE |  | Rp35,000,000 | Rp36,200,000 | Rp37,760,000 | Rp39,800,000 |