

# **BAB I**

## ***Executive Summary***

### **1.1 Pendahuluan**

Perkembangan Industri Tekstil dan Pakaian, menurut Badan Pusat Statistik menunjukkan kinerja yang hebat pada sepanjang tahun 2019, dimana Industri Tekstil dan Pakaian mengalami pertumbuhan sebesar 15,29% (Kemenperin.go.id, 2019). Perkembangan industri Tekstil dan Pakaian juga dibarengi oleh perkembangan industri sablon pakaian, banyak industri sablon di Indonesia juga sekaligus menyediakan pembuatan pakaian.

Perkembangan cetak sablon didukung oleh teknologi yang semakin berkembang pesat pula, sehingga menambah opsi pemilihan jenis sablon baru dan tentu juga memudahkan pekerjaan yang dahulu tidak mungkin dilakukan, menjadi sangat mudah. Sehingga melihat perkembangan Industri tekstil dan pakaian dengan di iringi oleh perkembangan sablon itu sendiri, Bisnis jasa sablon dan produk pakaian memiliki kesempatan bisnis yang baik untuk kedepannya.

### **1.2 Deskripsi Perusahaan**

Sans Sablon merupakan Bisnis berupa layanan jasa sablon dan menjual produk pakaian berupa Kaos, Hoodie, Topi dan Masker dan berbagai jenis sablon pakaian. Sans Sablon memiliki kantor sekaligus tempat operasi yang terletak di Gading Serpong, Kab. Tangerang, Ruko Solvang Square No.56. Tim manajemen dan struktur perusahaan dari Sans Sablon adalah Amal Burga Saputra selaku *Founder, Owner dan CEO* dan Yando Han selaku *Owner dan CEO* dari Bisnis Sans Sablon, dan membentuk memiliki struktur bisnis yang di bagi menjadi 4 bagian

yaitu *operation, marketing, administration, financial*. Saat ini Bisnis Sans Sablon masih tergolong *Start Up*, sehingga Amal Burga Saputra dan Yando Han sama-sama memiliki pekerjaan yang sama dan tanggung jawab yang sama, keduanya sama-sama mengurus bagian *operation, marketing, administration dan financial*.

### **1.3 Analisa Pasar**

Target pasar utama dari Sans Sablon adalah tipe *customer* B2B dengan unit bisnis *micro*, dengan jenis bisnis *clothing local brand* yang mengikuti trend fashion, Sans Sablon hadir sebagai supplier layanan jasa dan produk pakaian untuk mendukung brand lokal pakaian unit mikro seperti memberikan kemudahan serta memfasilitasi dengan begitu dapat membantu brand lokal pakaian dalam proses bisnisnya. Disisi lain tidak menutup kemungkinan Sans Sablon juga akan menerima tipe pembeli B2C yang mana membutuhkan jasa sablon dan produk pakaian untuk keperluan acara seperti di kampus, kantor, sekolah, *travelling*, atau keperluan acara lainnya, dalam kuantitas besar maupun kecil.

### **1.4 Analisa Penjualan**

. Metode penjualan Sans Sablon sejak awal berdiri merupakan penjualan dengan metode *door to door*, namun hal tersebut menjadi tidak efektif dikarenakan pandemic covid-19, karena adanya pembatasan sosial berskala namun dilain hal pandemic covid-19 juga mengakibatkan daya beli dari konsumen melemah, akibatnya Sans Sablon harus berhenti beroperasi sementara, proyeksi kedepannya Sans Sablon akan berfokus pada penjualan serta pemasaran secara online.

Sans Sablon berencana akan mulai beroperasi lagi pada tahun 2021 bulan maret, sehingga Sans Sablon akan menargetkan jumlah unit penjualan (secara

online) yang lebih banyak dari penjualan sebelumnya (dengan metode penjualan *door to door*).

### **1.5 Analisa Industri**

Sans sablon merupakan bisnis jasa sablon dan produk pakaian, yang dimana sudah terdapat banyak bisnis serupa dalam pasar, dimana Sans Sablon berfokus pada penjualan di Instagram (*online*) dan tentu juga terdapat pesaing bisnis serupa. Sans Sablon sendiri adalah yang menargetkan tipe *customer* B2B (*Clothing Brand*) sebagai target konsumennya namun tidak menutup kemungkinan juga menerima tipe *customer* B2C, yang dimana menawarkan berbagai jenis sablon terjangkau dan memiliki kualitas yang baik. Ada pun kompetitor-kompetitor dari Sans Sablon adalah Dyotees Sablon, Panda Boo Garment, Ini Sablon Dot Com dan Sablonaa. Tentunya dari masing-masing kompetitor-kompetitor ini mempunyai keunggulan serta kelemahan masing-masing yang menawarkan beberapa jenis sablon yang disertai oleh *range* harga yang bermacam-macam yang diikuti oleh produk-produk yang ditawarkan.

### **1.6 Analisa SWOT**

Kekuatan bisnis Sans Sablon adalah Sans Sablon menyediakan banyak tipe jasa sablon pakaian, Sans Sablon menawarkan banyak pilihan tipe pakaian, Sans Sablon memiliki alat sablon yang dapat mengerjakan pemesanan kuantiti dalam jumlah besar dan tentu dapat memberikan harga yang terbaik.

Kelemahan dari Sans Sablon adalah Saat ini, sans sablon masih merupakan bisnis dalam proses pengembangan, ada beberapa alat sablon yang masih belum dimiliki sans sablon sehingga tentu harga yang ditawarkan sans sablon cukup

bersaing dari pasar dan waktu pengerjaan pesanan juga cenderung lebih lama, dikarenakan sans sablon masih bekerja sama dengan beberapa vendor untuk proses pengerjaan pesanan dari pelanggan dan proses pembuatan bahan baku yang membutuhkan waktu cenderung lebih lama.

Kesempatan Bisnis dari Sans Sablon adalah Perkembangan zaman dan teknologi yang lebih canggih, memungkinkan inovasi untuk membuat mesin produksi yang lebih canggih, Perkembangan teknologi informasi memudahkan banyak orang untuk mengetahui informasi mengenai trend fashion pakaian, Bahan baku untuk keperluan bisnis sans sablon termasuk mudah untuk dicari dan harga yang ditawarkan rata-rata relatif murah. Dan Ancaman pada Industri ini adalah smemudahkan pesaing baru untuk masuk.

### **1.7 Rencana Strategis Pemasaran**

Dalam tujuan untuk mendapatkan *customer* dan penjualan dalam Sans Sablon, Sans Sablon akan secara langsung menawarkan jasa dan produk kepada customer baru dengan tipe customer *Business to Business (clothing local brand)*. dengan menggunakan marketing secara digital, dikarenakan untuk pengembangan Sans Sablon untuk kedepannya, Sans Sablon akan berfokus melakukan penjualan dengan *Online* melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook.

Rencana pemasaran yang akan dilakukan oleh Sans Sablon terbagi menjadi 2 bagian, Yang pertama untuk meningkatkan *brand awareness*, sehingga Sans Sablon mudah dikenali oleh orang-orang dengan cara memberikan informasi mengenai apa itu Sans Sablon dan apa yang Sans Sablon bisa berikan. Kedua

dengan menggunakan teknik Viral marketing, tujuannya untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan.

### **1.8 Tim dan Biaya Pemasaran**

Untuk proyeksi kedepannya, Sans Sablon akan berfokus pada penjualan serta pemasaran secara online, pemasarannya sendiri Sans Sablon akan menggunakan jasa periklanan yang dimiliki oleh Instagram dan Facebook dan menggunakan jasa influencer atau public figure dalam membantu proses periklanan.

### **1.9 Pemasaran Digital dan Tradisional**

Pada awal pembentukan Sans Sablon, Sans Sablon sepenuhnya menggunakan teknik *marketing word of mouth* dengan metode penjualan *door to door*, Namun teknik *marketing word of mouth* menjadi tidak efektif pada masa pandemic covid-19 dan penjualan dengan metode *door to door* menjadi melemah, di tambah lagi pandemic covid-19 juga mengakibatkan perekonomian Indonesia melemah sehingga daya beli pada Sans Sablon juga melemah, sehingga hal ini juga membuat sistem kerja dari *marketing word of mouth* tidak dapat berjalan dengan baik dan Sans Sablon juga harus berhenti bereporasi sementara pada bulan Juni 2020 hingga saat ini. Melihat permasalahan ini, tentu menjadi sulit bagi Sans Sablon untuk mencapai tujuannya, sehingga membuat Sans Sablon untuk terjun pada penjualan online pada media sosial.