

# **BAB I**

## **RINGKASAN EKSEKUTIF**

### **1.1 Pendahuluan**

Monday2Weekend adalah bisnis yang menjual produk tas, seperti tas punggung, tas selempang, tas serut, dan sebagainya. Kami melihat adanya peluang bisnis yang besar dalam pasar ini, karena berdasarkan survey yang kami lakukan, remaja hingga dewasa muda selalu menggunakan tas setiap harinya. Tas yang kami tawarkan memiliki harga yang terjangkau serta berkualitas tinggi.

### **1.2 Deskripsi Perusahaan**

Monday2Weekend adalah sebuah bisnis *start-up* yang berfokus pada produk tas yang berkualitas tinggi. Bisnis ini didirikan pada tahun 2015. Keunikan dari produk Monday2Weekend adalah tas anti air, dimana harga yang kami tawarkan berkisar pada Rp 50.000 hingga Rp 300.000. Nilai utama yang ditanamkan dalam bisnis ini adalah durabilitas, dimana kami berfokus untuk menghasilkan produk yang memiliki durabilitas tinggi. Selain itu, secara internal kami juga berfokus untuk membangun organisasi yang memiliki durabilitas tinggi, dimana setiap karyawan merasa nyaman berada di dalam perusahaan dan tidak ingin pindah ke perusahaan lain. Hal ini tentunya penting dalam suatu organisasi, karena semakin kuat anggota organisasi maka semakin pesat pertumbuhan dari perusahaan tersebut.

### **1.3 Analisis Industri**

Berdasarkan analisis industri yang telah kami lakukan, Monday2Weekend memiliki peluang untuk bersaing dalam industri tas, karena masih terdapat kebutuhan konsumen yang dapat kami penuhi. Dalam 3 tahun terakhir ini, kami terus melakukan pengembangan produk untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Dengan melakukan analisa PESTEL dan *Porter's 5 Forces*, kami melihat bahwa terdapat peluang bisnis yang sangat baik bagi Monday2Weekend sebagai salah satu merek lokal di Indonesia.

### **1.4 Analisis Pasar**

Berdasarkan survey yang telah kami lakukan, terdapat 269 responden dimana 98% menjawab bahwa mereka selalu membawa tas saat mereka beraktifitas di luar rumah. Lalu, sebagian besar lebih menyukai tas *backpack* yang polos dan memiliki resleting 1-3 buah dalam membawa barangnya sehari-hari. Survey yang kami lakukan berfokus pada masyarakat yang berusia 15-25 tahun. Hal ini kami lakukan karena produk yang kami tawarkan memang berfokus pada jarak usia tersebut. Namun, tidak menutup kemungkinan bahwa diluar rentan usia tersebut dapat menggunakan ataupun menyukai produk kami.

Selain melakukan survey, kami juga menerima penilaian ataupun *feedback* dari konsumen yang sudah pernah membeli produk kami, dimana tidak semua penilaiannya selalu baik. Melalui penilaian tersebut, kami selalu berupaya untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan kami agar dapat menjaga hubungan kami dengan konsumen lama serta mendapatkan konsumen baru.

## **1.5 Rencana Pemasaran**

Rencana pemasaran yang kami gunakan adalah strategi *4P*, dimana harga yang ditawarkan cukup terjangkau bagi banyak orang, penjualan produk melalui *e-commerce* karena memudahkan bagi konsumen, promosi dengan memberikan harga diskon yang menarik, dan produk yang memiliki keunggulan yaitu anti air, kuat, dan tahan lama. Metode pemasaran ini telah mengalami perkembangan sejak awal berjalannya Monday2Weekend. Hal ini cukup efektif untuk meningkatkan kesadaran merek dan penjualan dari Monday2Weekend.

## **1.6 Tim Manajemen dan Struktur Perusahaan**

Pada awalnya, Monday2Weekend sebagian besar langsung dikelola oleh Anastasia dan Willy. Namun, seiring berjalannya waktu, melihat semakin banyaknya pesanan dari konsumen, Monday2Weekend tentunya membutuhkan karyawan untuk mengelola bidang-bidang tertentu. Struktur bisnis kami memang tidak terlalu rumit, karena sebagai bisnis yang menjual produknya di *e-commerce*, Monday2Weekend tidak membutuhkan banyak tenaga kerja untuk mengelola bisnis ini. Namun, tenaga kerja yang dapat diserap lebih banyak pada bagian produksi, karena semakin banyaknya pesanan dari konsumen, maka kecepatan pengadaan produk juga harus ditingkatkan. Monday2Weekend sempat menggunakan jasa pegawai tidak tetap dalam bidang desain untuk memperindah tampilan Instagram Monday2Weekend, mengedit foto produk untuk diunggah ke *e-commerce*, membuat kartu ucapan terima kasih untuk konsumen yang membeli produk kami, dan sebagainya. Hal ini kami lakukan karena pada saat itu kami saat itu sedang berhalangan untuk mengerjakannya sendiri. Apalagi bisnis ini kami

jalankan sembari kami berkuliah sejak semester 1. Untuk di masa yang akan datang, tentunya dibutuhkan karyawan tetap untuk membantu mengelola bisnis ini.

### **1.7 Perencanaan Operasional**

Setelah 3 tahun menjalankan Monday2Weekend, terdapat perkembangan dalam kegiatan operasional Monday2Weekend. Perkembangan tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mengefektifkan dan mengefisienkan proses pengadaan produk hingga sampai ke tangan konsumen. Hal utama yang harus diperhatikan dalam menjual produk di *e-commerce* adalah kecepatan pengadaan produk bagi konsumen. Hal tersebut menjadi salah satu factor penting dalam bersaing dengan pesaing lainnya. Oleh karena itu, Monday2Weekend juga telah merencanakan kegiatan operasional yang lebih baik untuk diterapkan di masa yang akan datang apabila pesanan yang diterima per harinya menjadi cukup besar.

### **1.8 Rencana Pengembangan Produk dan Jasa**

Monday2Weekend berencana untuk memperluas usahanya, tidak hanya di dalam bidang penjualan eceran, melainkan juga menerima pesanan kustom dengan minimum order yang kecil, sehingga memudahkan bagi konsumen yang ingin membuat konsumen bagi usahanya, memberikan hadiah bagi undangan ulang tahun, dan sebagainya.

### **1.9 Proyeksi Keuangan**

Berdasarkan proyeksi keuangan yang telah dibuat, Monday2Weekend memiliki potensi untuk bersaing dan berkembang di industri ini, karena pertumbuhannya dapat mencapai 27%. Dengan adanya pengembangan dari berbagai *e-commerce*, penjualan dari Monday2Weekend juga ikut mengalami peningkatan.

