

# BAB I

## *EXECUTIVE SUMMARY*

### 1.1 Perkenalan

DONDILLO merupakan bisnis yang bergerak di industri alas kaki, yang memberikan inovasi produk alas kaki dua fungsi, yaitu sepatu dan sandal, asli Indonesia. Ide ini muncul dari permasalahan mahasiswa yang merasa sulit untuk membawa dua alas kaki pada saat yang bersamaan untuk beraktivitas setelah kegiatan perkuliahan. Dengan adanya masalah ini, DONDILLO pun ingin menawarkan solusi dari permasalahan ini, yaitu dengan menawarkan produk alas kaki dua fungsi.

### 1.2 Deskripsi Perusahaan

DONDILLO muncul dari ide tiga mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara sejak September 2019, saat pengerjaan tugas mata kuliah *Managing Lean Startups*. Ide ini pun terus berkembang seiring berjalannya waktu, dan lulus dalam seleksi dana hibah sebesar Rp 5.000.000,00 dalam Program Kreativitas Mahasiswa Bidang Kewirausahaan. *Tagline* DONDILLO adalah “*Makes Everything Better*”, dimana DONDILLO berharap produk alas kaki ini dapat mempermudah aktivitas masyarakat setiap harinya.

Visi DONDILLO adalah mengembangkan industri alas kaki di Indonesia dengan memberikan inovasi unik dalam industri alas kaki. Misi DONDILLO adalah; (1) Menjadikan DONDILLO sebagai *brand* sepatu lokal dengan dua fungsi di Indonesia, (2) Meningkatkan kesejahteraan serta kreativitas pengrajin sepatu lokal, (3) Mengurangi bahan sisa tekstil yang digunakan untuk memproduksi alas kaki.

### 1.3 Analisis Industri

Dari analisis industri yang telah kami lakukan, DONDILLO masih memiliki celah untuk masuk ke industri ini. Walaupun memiliki banyak kompetitor di industri alas kaki, industri ini tetap terus meningkat, baik dari produksi, penjualan, hingga pendapatannya. Hal ini diperkuat pula dengan adanya data-data luas industri, dan peningkatan industri selama beberapa tahun terakhir. Selain itu, DONDILLO yang menawarkan inovasi alas kaki dua fungsi memiliki peluang tinggi untuk masuk dalam industri karena masyarakat cenderung berubah-ubah dalam preferensi penggunaan alas kaki.

Tren bisnis industri alas kaki juga sedang meningkat, seiring peningkatan penggunaan alas kaki sebagai *fashion* oleh masyarakat. Selain itu, industri alas kaki juga sedang menggalakkan gerakan ramah lingkungan karena adanya peningkatan limbah industri alas kaki di dunia. Sehingga, DONDILLO juga ingin masuk ke industri ini dan turut serta dalam pengurangan limbah industri alas kaki dengan menyediakan produk alas kaki dua fungsi. Industri alas kaki juga memiliki prospek jangka panjang yang cukup bagus karena peningkatannya di masa mendatang.

### 1.4 Analisis Pasar

Analisa pasar yang telah dilakukan DONDILLO mengarah kepada *target market* dengan kelompok umur remaja akhir (18 – 25 tahun) dan dewasa awal (26 – 35 tahun). Penentuan *target* ini dilakukan berdasarkan data dan survei yang telah dilakukan. Selain itu, DONDILLO mempertimbangkan sisi psikologi dan perilaku *target market* dalam industri alas kaki. DONDILLO juga telah melakukan analisa terhadap kompetitornya, dan melakukan perbandingan sesuai nilai yang ingin di sasar. DONDILLO akan fokus dalam penggunaan sosial media dalam salah satu media pemasarannya, dengan menggunakan sistem per- caturwulan.

## 1.5 Analisis Pemasaran

Pemosisian DONDILLO adalah sebagai produk alas kaki inovatif, yang merupakan alas kaki dua fungsi dengan harga yang terjangkau, serta ditargetkan untuk kelompok umur remaja akhir dan dewasa awal. Diferensiasi dari produk DONDILLO adalah fungsionalitasnya, karena alas kaki DONDILLO dapat digunakan sebagai dua fungsi sesuai kebutuhan, yaitu sepatu dan sandal. DONDILLO akan menggunakan *value-based pricing*, karena DONDILLO menawarkan *value* yang tinggi terhadap penggunaannya, yaitu alas kaki dengan dua fungsi.

DONDILLO merencanakan pemasaran menggunakan media sosial agar dapat mudah dijangkau oleh konsumen, khususnya oleh *target market* DONDILLO, yaitu kelompok umur remaja akhir dan dewasa awal. Keputusan DONDILLO menggunakan media sosial sebagai sarana pemasarannya didukung oleh data yang menunjukkan bahwa pengguna sosial media di Indonesia terus meningkat, dan mencapai 160 juta orang pada bulan Januari 2020. Selain media sosial, DONDILLO akan fokus dalam meningkatkan *brand awareness* dengan mengikuti acara-acara tertentu, serta memuat artikel daring di laman *fashion* agar menjangkau masyarakat yang lebih luas.

## 1.6 Tim Manajemen dan Struktur Perusahaan

Masing-masing anggota dari tim manajemen DONDILLO memiliki struktur pengalaman yang berbeda-beda berdasarkan pengalaman kerja dan magang yang telah dilalui. Selain itu, tim DONDILLO juga telah berhasil mendapatkan dana hibah dalam Program Kreativitas Mahasiswa Bidang Kewirausahaan 2020. Setiap orang dari tim DONDILLO memiliki tanggung jawab yang berbeda-beda dalam kontribusinya selama melakukan pengembangan produk DONDILLO. Tim DONDILLO juga telah melakukan perekrutan orang baru untuk bertanggung jawab dalam divisi desain dan visual.

## **1.7 Rencana Operasional dan Pengembangan Produk**

DONDILLO telah melakukan riset sebelum membuat *prototype* produk. Setelah itu, DONDILLO akan melakukan validasi kepada calon konsumen mengenai produk. Jika produk dinilai kurang layak dan kurang diminati oleh calon konsumen, tim DONDILLO akan melakukan riset kembali mengenai bahan ataupun model produk dan melakukan validasi kembali. DONDILLO akan melakukan uji coba terhadap produk hingga produk difinalisasi dan dinilai baik dari aspek yang ingin dituju. DONDILLO juga akan bermitra dengan pengrajin sepatu lokal untuk strategi operasionalnya agar lebih efektif dan efisien.

## **1.8 Proyeksi Keuangan**

DONDILLO menargetkan penjualan sebanyak 300 pasang dalam tahun pertamanya, dan akan meningkat sebesar 50% untuk tahun kedua. Peningkatan sebesar 50% di tahun kedua kami proyeksikan dengan asumsi bahwa DONDILLO telah dikenal oleh masyarakat luas dan sedang dalam tahap peningkatan (*growth*). Lalu, penjualan akan meningkat sebesar 60% pada tahun ketiga. DONDILLO memproyeksikan akan mendapatkan laba bersih sebesar Rp 31.990.000 pada tahun pertama.

## **1.9 Pendanaan**

Pendanaan DONDILLO saat ini menggunakan dana hibah dari Pemerintah, dana hadiah dari Universitas Multimedia Nusantara, dan dana pribadi dari para pendiri. Kami berharap dapat menemukan investor yang sesuai dan tertarik untuk bekerja sama serta mengembangkan industri alas kaki bersama DONDILLO.

## **BAB II**

### **DESKRIPSI PERUSAHAAN**

#### **2.1 Pendahuluan**

DONDILLO merupakan bisnis yang bergerak di industri alas kaki. DONDILLO memberikan inovasi produk alas kaki dua fungsi, yaitu sepatu dan sandal, asli Indonesia. Alas kaki dua fungsi ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan alas kaki masyarakat Indonesia, yang sering menggunakan sepatu maupun sandal dalam kesempatan yang sama untuk beraktivitas.

Nama DONDILLO sendiri memiliki filosofi nama yang unik, yaitu gabungan dari *Donkey* dan *Armadillo*. *Donkey* melambangkan kemalasan dan *Armadillo* melambangkan kekuatan, sehingga mereka saling melengkapi satu sama lain. Maka dari itu, DONDILLO berharap alas kaki ini dapat melengkapi dan mempermudah kehidupan sehari-hari saat beraktivitas. DONDILLO pun terus mengembangkan konsepnya, dan akan menyediakan berbagai macam desain sepatu dan sandal pula, agar penggunaannya tetap dapat menjadi *fashionable* saat beraktivitas.

#### **2.2 Latar Belakang**

Ide DONDILLO muncul dari mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang merasa sulit untuk membawa dua alas kaki pada saat yang bersamaan untuk beraktivitas setelah kegiatan perkuliahan. Mahasiswa umumnya memiliki aktivitas diluar kegiatan perkuliahan, seperti organisasi, kerja, unit kegiatan mahasiswa, dan lainnya. Mereka seringkali membawa dua alas kaki pada saat yang bersamaan untuk menyesuaikan penggunaan alas kaki dalam aktivitasnya. Dengan adanya alas kaki dua fungsi, mahasiswa dapat dimudahkan karena tidak perlu membawa dua alas kaki dan tidak memakan tempat, serta dapat menyesuaikan penggunaan alas kaki sesuai aktivitasnya.

Dari ide awal yang diperuntukkan khusus untuk mahasiswa, DONDILLO menargetkan *target market* yang lebih luas lagi, dan tidak dibuat khusus hanya untuk mahasiswa. DONDILLO menargetkan kelompok umur remaja akhir dan kelompok umur dewasa awal, dengan harapan bahwa alas kaki ini dapat mempermudah para penggunanya.

### **2.3 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan**

Ide ini telah dikembangkan sejak September 2019 saat kami mengerjakan tugas mata kuliah *Managing Lean Startups*, dan terus dilakukan perubahan serta pengembangan seiring berjalannya waktu. Pada bulan Agustus 2020, DONDILLO lulus dalam seleksi dana Program Kreativitas Mahasiswa Bidang Kewirausahaan, dan mendapatkan dana hibah sebesar Rp 5.000.000,- yang telah digunakan dalam pengembangan konsep bisnis DONDILLO. Pengumuman penerimaan hibah dapat dilihat di *appendix 3*.

### **2.4 Tagline**

*Tagline* dari DONDILLO adalah “*Makes Everything Better*”. *Tagline* ini kami gunakan karena kami berharap produk alas kaki DONDILLO dapat membuat pengguna alas kaki merasa lebih baik dan dipermudah, karena tidak perlu membawa macam-macam alas kaki saat bepergian dan beraktivitas.

### **2.5 Produk**

DONDILLO merupakan alas kaki yang dirancang sebagai alas kaki dua fungsi. Alas kaki ini dapat diubah menjadi sepatu dan sandal, sesuai kebutuhan pemakai.



**Gambar 2. 1 Alas Kaki DONDILLO**

Sumber: DONDILLO, 2020

Berdasarkan gambar 2.1, alas kaki ini dibagi menjadi 3 bagian; yaitu sol, *skin* sepatu dan *skin* sandal. Untuk mengubah alas kaki menjadi sepatu, buka resleting *skin* sepatu dan pasangkan *skin* sandal DONDILLO. Begitu juga sebaliknya.



**Gambar 2. 2 Draft Desain Alas Kaki DONDILLO**

Sumber: DONDILLO, 2020

Desain awal alas kaki DONDILLO dibuat berdasarkan alas kaki sepatu dan sandal yang sudah ada, namun dilakukan beberapa modifikasi agar dapat menjadi produk alas kaki dua fungsi, dengan menyediakan berbagai macam model

alas kaki. Desain sepatu dan sandal DONDILLO dapat diubah sesuai dengan keinginan pemakai, sehingga dapat disesuaikan dengan aktivitas atau gaya masing-masing.

Alas kaki DONDILLO dapat dikatakan sebagai produk ramah lingkungan, karena DONDILLO dapat mengurangi pemakaian bahan yang digunakan saat memproduksi alas kaki. Dengan menggunakan alas kaki DONDILLO, pemakai cukup membeli satu alas kaki, namun telah dapat merasakan dua fungsi alas kaki dengan desain yang bervariasi. Berikut *prototype* produk alas kaki DONDILLO yang telah direalisasikan menjadi produk fisik.



**Gambar 2.3** *Prototype* Produk DONDILLO

Sumber: DONDILLO, 2020

Alas kaki DONDILLO akan tersedia dalam berbagai pilihan ukuran yang bersifat *unisex*, dengan ukuran 36-44. Alas kaki DONDILLO juga akan menyediakan pengemasan yang unik dengan menggunakan tas khusus yang disediakan untuk membawa alas kaki DONDILLO. Penggunaan tas ini bertujuan agar *skin* sepatu dan *skin* sandal dapat dibawa dengan lebih mudah dan tidak terpisah menggunakan tas khusus DONDILLO.



## **2.6 Status Bisnis Saat Ini**

Status terkini dari DONDILLO adalah telah mendapatkan dana hibah dari Pemerintah dalam Program Kreativitas Mahasiswa Bidang Kewirausahaan. Dana hibah ini digunakan pula untuk proses pematangan bisnis dan desain produk sebelum masuk ke tahap produksi. Selain itu, kami telah membuat *prototype* fisik untuk menjadi acuan dalam produksi nantinya. *Prototype* produk ini juga bukanlah hasil akhir produk yang akan dijual, namun masih akan ada beberapa perubahan di bagian detail alas kaki, sehingga dapat terlihat lebih menarik dan nyaman untuk dipakai.

## **2.7 Kebutuhan Dana Yang Diharapkan**

Saat ini, pendanaan DONDILLO masih menggunakan dana hibah dari Pemerintah dalam Program Kreativitas Mahasiswa Bidang Kewirausahaan dan menggunakan modal pribadi dari pendiri. Kami mengharapkan dapat memperbesar *brand* DONDILLO, dan mencari serta mendapatkan investor yang tertarik untuk mengembangkan DONDILLO. DONDILLO membutuhkan dana sebesar Rp 73.270.000,00 (tujuh puluh tiga juta dua ratus tujuh puluh ribu rupiah) untuk melakukan produksi 300 pasang alas kaki dalam tahun pertama. Dana tersebut dialokasikan untuk pembelian bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan sepatu, jasa mitra tukang sepatu, dan kebutuhan lainnya.

## **2.8 Status Hukum dan Kepemilikan Usaha**

Saat ini, DONDILLO akan mengurus hak paten terhadap logo dan *brand* produk. Pada awal pembangunan bisnis, kami masih termasuk dalam Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro dan kecil yang diatur dalam UU No.20/2008. Kriteria usaha mikro berdasarkan UU No.20/2008 sebagai berikut; (1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta

rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan; atau (2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Namun seiring berjalannya waktu, kami berencana untuk berubah menjadi badan usaha Perseroan Komanditer (CV). Hal ini dikarenakan kami masih menggunakan modal usaha pribadi. Kepemilikan usaha akan dibagi berdasarkan modal yang ditanam oleh setiap pemilik. Sistem kepemilikan usaha ini juga akan ditulis dalam *memorandum of understanding (MoU)*, sebagai transparansi perjanjian antar pemilik untuk menghindari adanya perselisihan.