

BAB I

EXECUTIVE SUMMARY

1.1 Perkenalan

Di era yang serba cepat ini, perkembangan teknologi, pendidikan, dan gaya hidup masyarakat urban semakin pesat. Orang-orang, terutama yang tinggal di perkotaan, semakin memperhatikan kualitas hidup mereka. Banyak yang kini mengutamakan penampilan dan memilih gaya hidup yang stylish, bahkan cenderung konsumtif dalam mengikuti tren fashion yang sedang populer. Salah satu gaya yang kini mendominasi pasar fashion di kalangan anak muda adalah kaos oversize, yang dikenal dengan potongannya yang longgar, nyaman, dan tetap memberikan kesan modern serta modis.

Kaos oversize telah menjadi bagian penting dalam budaya fashion, baik di dunia maupun di Indonesia. Tren ini tidak hanya menawarkan kenyamanan, tetapi juga memungkinkan penggunanya untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas. Selain itu, perkembangan media sosial seperti Instagram dan TikTok telah menjadi platform utama yang mempromosikan tren fashion, termasuk gaya kaos oversize, sehingga masyarakat, khususnya generasi muda, menjadi lebih tertarik dan terinspirasi untuk mengikuti tren ini. Kombinasi antara media sosial yang kuat dan platform e-commerce yang memudahkan pembelian produk fashion semakin mendorong minat masyarakat terhadap gaya berpakaian oversize.

Namun, di balik tingginya antusiasme terhadap tren fashion ini, ada tantangan besar dalam aspek keuangan. Banyak orang yang terjebak dalam gaya hidup konsumtif tanpa mempertimbangkan pendapatan yang mereka miliki. Hal ini menimbulkan kesenjangan antara gaya hidup dan kondisi finansial. Sebagai mahasiswa, saya melihat peluang dan tantangan ini sebagai dasar yang kuat untuk terjun ke dunia kewirausahaan. Kewirausahaan bukan hanya tentang menjalankan bisnis, tetapi juga tentang berani mengambil risiko, berinovasi, dan menyesuaikan diri dengan dinamika pasar yang terus berubah.

Aspek keuangan adalah segala hal yang berkaitan dengan pengelolaan sumber daya keuangan untuk memastikan kelangsungan operasional dan pencapaian tujuan keuangan organisasi atau individu. Ini mencakup perencanaan, pengelolaan, pengendalian, dan evaluasi atas penggunaan dana dengan mempertimbangkan efisiensi, efektivitas, serta manajemen risiko yang ada.

Alasan utama saya memilih kewirausahaan sebagai peminatan adalah karena saya ingin membangun sesuatu yang bernilai, baik untuk diri saya maupun untuk orang lain. Di usia muda ini, saya ingin memanfaatkan kesempatan untuk belajar dari pengalaman nyata di dunia bisnis. Saya menyadari bahwa memiliki bisnis sendiri, meskipun dimulai dari skala kecil, dapat memberikan kepuasan dan kemandirian finansial yang tidak bisa diperoleh dari pekerjaan konvensional. Pengalaman melihat orang-orang di sekitar yang kesulitan dalam mempertahankan pekerjaan atau bergantung pada tabungan membuat saya semakin yakin akan pentingnya memiliki bisnis sebagai bentuk investasi masa depan.

Selain itu, dalam proses ini, saya mendapatkan kesempatan untuk dibimbing oleh mentor yang berpengalaman di bidang kewirausahaan. Bimbingan dari mentor sangat berharga dalam menghadapi tantangan dan meminimalkan risiko kegagalan dalam berbisnis. Dengan pengalaman dan pengetahuan yang mereka miliki, saya yakin dapat menghindari banyak kesalahan yang mungkin terjadi dan lebih percaya diri dalam mengembangkan bisnis.

Dengan melihat potensi pasar fashion yang terus tumbuh dan keinginan masyarakat untuk memiliki gaya hidup yang stylish dan modern, saya bertekad untuk mendirikan usaha di bidang fashion, terutama produk kaos oversize yang sedang digemari. Melalui usaha ini, saya berharap dapat menciptakan produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen akan fashion, tetapi juga dapat mengedukasi masyarakat agar lebih bijak dalam memilih gaya hidup yang sesuai dengan kondisi finansial mereka.

Dengan segala alasan ini, saya merasa bahwa pilihan untuk mengambil peminatan kewirausahaan bukan hanya sebagai pelengkap pendidikan, tetapi sebagai langkah awal untuk mewujudkan visi jangka panjang saya dalam dunia bisnis.



Gambar 1.1.1 Tren Kaos Oversize Digemari Oleh Anak Muda
Sumber: Kilasjatim.com (2024)

Kaos oversize kini mendominasi di kalangan anak muda, dengan akar tren yang dimulai sejak tahun 1920-an. Pada masa itu, perempuan di Amerika dan Kanada mulai mengenakan pakaian pria setelah memperoleh hak pilih dan hak bekerja, untuk menunjukkan bahwa mereka serius dan mumpuni, bukan sekadar fokus pada penampilan.

Gaya ini semakin berkembang, dan pada 1990-an, banyak penyanyi rap dan R&B dari Amerika yang mengadopsi pakaian longgar ini, menjadikannya lebih mainstream. Tren pakaian oversize kembali populer ketika anak muda mulai

terinspirasi oleh fashion Korea, yang dikenal dengan gaya simpel dan kasual, termasuk kaos oversize.

Kini, fashion oversize tidak hanya diterima, tetapi berkembang dengan berbagai macam gaya baru, memberikan kenyamanan dan kebebasan bergerak. Namun, pakaian oversize bisa memberikan kesan berbeda tergantung pada bentuk tubuh; bagi mereka yang berbadan besar, pakaian ini bisa membuat tubuh terlihat lebih penuh, sementara bagi mereka yang berbadan kecil, kaos oversize justru bisa memberikan kesan lebih mungil.

1.2 Deskripsi Perusahaan

Why2k adalah sebuah brand fashion yang hadir untuk memenuhi kebutuhan para penggemar gaya Y2K yang unik dan ikonik, dengan fokus pada kaos oversize yang nyaman dan bergaya. Didirikan dengan visi untuk menjadi pelopor fashion bernuansa tahun 2000-an, Why2k menawarkan koleksi fashion yang menggabungkan elemen retro futuristik dengan sentuhan modern, yang sangat relevan dengan tren mode masa kini. Melalui desain-desain kreatif yang mengusung tema Y2K, Why2k hadir untuk membawa kembali semangat tahun 2000-an dalam balutan fashion yang inovatif dan stylish.

Misi utama Why2k adalah menciptakan produk yang bukan hanya menjadi pilihan dalam hal fashion, tetapi juga sebagai media ekspresi diri bagi para pengguna yang mencintai gaya unik dan berani. Mengedepankan kualitas dan kenyamanan, setiap kaos oversize dari Why2k diproduksi dengan bahan premium yang lembut dan tahan lama, sehingga memberikan pengalaman berpakaian yang nyaman namun tetap stylish. Kami menyadari bahwa setiap orang memiliki gaya yang berbeda, dan Why2k berusaha menyediakan berbagai pilihan desain yang bisa menyesuaikan dengan kepribadian dan preferensi pelanggan kami.

Produk utama Why2k adalah kaos oversize dengan desain khas Y2K yang menghadirkan warna-warna yang sesuai dengan selera masyarakat pada umumnya. Setiap produk diciptakan dengan perhatian terhadap detail,

memastikan bahwa setiap item yang kami tawarkan tidak hanya sekadar pakaian, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup generasi modern yang mencintai budaya Y2K.

Sebagai perusahaan yang menasar generasi muda yang aktif di dunia digital, Why2k memanfaatkan berbagai platform media sosial dan e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan brand awareness. Kami percaya bahwa fashion harus mudah diakses, dan dengan kehadiran kami di platform digital, Why2k dapat menjangkau konsumen di berbagai wilayah, memberikan pengalaman belanja yang cepat dan mudah.

Dengan semangat inovasi dan komitmen pada kualitas, Why2k berharap dapat menjadi brand fashion yang dikenal luas dan dicintai oleh masyarakat. Kami percaya bahwa dengan menggabungkan nostalgia Y2K dan kebutuhan akan pakaian yang nyaman serta stylish, Why2k dapat menjadi pilihan utama bagi mereka yang ingin tampil beda dan berani berekspresi. Why2k siap untuk membawa konsumen kembali ke era yang penuh dengan semangat, kebebasan, dan kreativitas, semuanya dikemas dalam satu bentuk fashion yang modern dan relevan.

1.3 Analisis Industri

Berdasarkan hasil analisis industri yang sudah kami lakukan, industri fashion dengan gaya Y2K saat ini tengah mengalami pertumbuhan pesat, terutama didorong oleh nostalgia Gen Z dan pengaruh media sosial. Persaingan di industri fashion cukup ketat, dengan banyaknya merek lokal yang menawarkan produk serupa. Meskipun demikian, potensi pasar masih sangat besar, terutama untuk segmen pasar Gen Z yang sangat menyukai gaya kasual dan unik. Tren oversize yang sedang populer menjadi peluang besar bagi Why2k untuk menawarkan produk yang sesuai dengan permintaan pasar. Namun, tren yang relatif singkat menjadi tantangan tersendiri. Untuk dapat bersaing, Why2k akan fokus pada diferensiasi produk melalui desain Y2K yang khas, membangun brand awareness yang kuat, serta menjaga kualitas produk agar tetap konsisten.

Karakteristik Industri:

- **Pertumbuhan:** Industri fashion dengan gaya Y2K saat ini sedang mengalami pertumbuhan yang signifikan, terutama didorong oleh nostalgia Gen Z dan pengaruh media sosial.
- **Persaingan:** Persaingan cukup ketat, terutama dari merek-merek lokal yang banyak sekali seperti Sociale ,Faithfade, Dbak.id, Kaizu Streetwear, Sins studio, First time round.
- **Tren:** Tren oversize saat ini sangat dominan dan kemungkinan akan terus berlanjut. Desain-desain yang terinspirasi dari era 2000-an (Y2K) masih sangat jarang sehingga ini merupakan peluang yang baik untuk Why2k.
- **Konsumen:** Konsumen utama yaitu para Gen Z yang menyukai gaya fashion yang simple dan mereka yang mencari produk yang unik, nyaman, dan sesuai dengan identitas diri mereka.

1.4 Analisis Pasar

Analisis pasar Why2k dilakukan melalui pendekatan segmentasi pasar untuk mengidentifikasi dan memahami kebutuhan serta preferensi konsumen secara lebih spesifik. Dalam proses pengumpulan data ini, tim Why2k berfokus untuk mendapatkan gambaran mendalam tentang karakteristik demografi, psikografi, dan perilaku dari segmen pasar utama, yakni generasi muda yang aktif di media sosial dan memiliki ketertarikan terhadap gaya Y2K. Dengan pendekatan ini, Why2k berharap dapat mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan minat target konsumen serta mengidentifikasi peluang untuk melakukan inovasi dalam desain maupun strategi pemasaran.

Saat ini, tim akan membuat riset analisis pasar dari konsumen guna mengetahui respon terhadap produk yang nanti akan diluncurkan. Hasil dari feedback ini diharapkan dapat memberikan masukan penting yang akan digunakan untuk memperkuat daya saing Why2k dalam industri fashion, sekaligus membantu dalam membangun loyalitas konsumen dengan cara yang lebih efektif. Analisis ini juga diharapkan mampu membantu Why2k dalam merancang strategi

yang lebih tepat sasaran, memastikan bahwa produk-produk mereka tidak hanya menjawab kebutuhan pasar, namun juga membangun koneksi yang kuat dengan konsumen.

Ketika kaos oversize tidak lagi menjadi tren utama, pasar akan mengalami penurunan permintaan untuk produk tersebut dalam jangka pendek. Namun, hal itu tidak berarti kaos oversize akan hilang sepenuhnya. Kaos oversize bisa bertransformasi menjadi produk yang lebih niche, lebih didorong oleh kenyamanan, desain inovatif, atau keberlanjutan. Beberapa merek atau komunitas tertentu bisa terus mempertahankan popularitasnya dengan inovasi desain atau posisi khusus di pasar fashion yang lebih luas.

1.5 Analisis Pemasaran

Setelah memahami target pasar Why2k melalui analisis pasar, langkah selanjutnya adalah merancang strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau segmen konsumen yang telah diidentifikasi. Analisis pemasaran berperan penting dalam membantu Why2k memahami cara terbaik menyampaikan pesan yang relevan dan menarik bagi konsumen, serta memotivasi mereka untuk memilih produk Why2k sebagai pilihan utama.

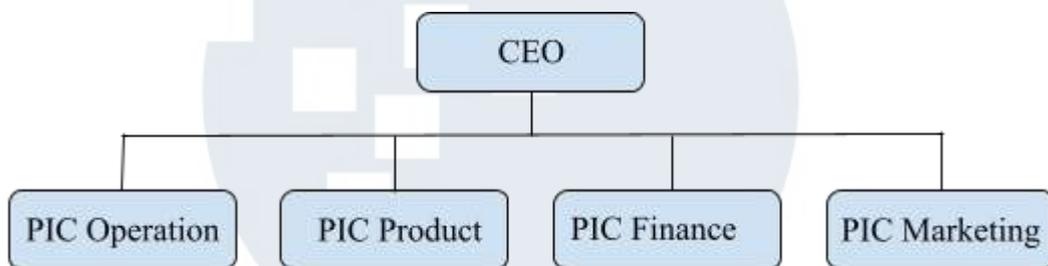
Proses ini mencakup pemetaan strategi pemasaran yang tepat, seperti strategi brand positioning untuk membangun identitas brand Why2k sebagai pelopor fashion Y2K yang unik dan ikonik. Selain itu, Why2k juga akan memanfaatkan strategi digital marketing untuk meningkatkan brand awareness melalui media sosial dan e-commerce, yang relevan dengan kebiasaan konsumen muda di era digital.

Selain itu, strategi offline marketing tetap akan diterapkan guna memperluas jangkauan pasar dan membangun koneksi langsung dengan konsumen. Semua strategi ini disusun sebagai upaya untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan memastikan bahwa Why2k tidak

hanya dikenal sebagai merek fashion, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup para pecinta tren Y2K.

1.6 Tim Manajemen dan Struktur Perusahaan

Struktur organisasi dalam sebuah perusahaan merupakan susunan jabatan yang membagi peran dan tugas kepada setiap individu. Setiap perusahaan, baik yang besar maupun kecil, memiliki struktur organisasi yang berbeda-beda. Begitu juga dengan Why2k, yang memiliki struktur organisasi dengan berbagai tingkatan.



Gambar 1.6.1 Struktur Organisasi Why2k
Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024)

CEO = Clifford William

PIC Operations = Yonathan Heritage

PIC Product = William Chi

PIC Finance = Bernard Abraham

PIC Marketing = Christina Tan

1.7 Rencana Operasional dan Pengembangan Produk

Rencana Operasional dan Pengembangan Produk dalam sebuah business plan mencakup detail tentang bagaimana perusahaan akan menjalankan operasional sehari-harinya serta rencana untuk mengembangkan produk agar tetap

relevan dan kompetitif di pasar. Berikut adalah elemen-elemen utama yang dilakukan pada Why2k:

1.7.1 Rencana Produksi

Dalam memproduksi pakaian oversize dengan desain unik bertemakan Y2K, *Why2k* memutuskan untuk bermitra dengan *Companion House*, vendor penyedia baju oversize yang berkualitas tinggi. Strategi ini dipilih untuk mengurangi biaya dan kompleksitas produksi yang signifikan, terutama yang terkait dengan pengadaan bahan baku, proses jahit, dan peralatan sablon, yang memerlukan modal besar. Dengan bekerja sama dengan vendor yang sudah berpengalaman, *Why2k* dapat fokus pada desain dan pemasaran, serta memastikan kontrol kualitas yang konsisten pada setiap produk yang dihasilkan. Pada tahap ini *Why2k* berencana untuk memproduksi 100 baju untuk 3 ukuran yaitu M,L,XL.

1.7.2 Pengelolaan Persediaan dan Logistik

Why2k menetapkan untuk men stock 100 baju terlebih dahulu agar menghindari resiko kelebihan stock, selain itu *Why2k* merupakan sebuah bisnis baju yang baru sehingga kami ingin tau terlebih dahulu bagaimana respon pasar terhadap *Why2k* . Untuk penyimpanan, pengemasan dan pengiriman barang akan diserahkan ke COO *Why2k*.

1.7.3 Rencana Pengembangan Produk

Untuk kedepannya *Why2k* akan memperbarui dan menambahkan variasi desain produk agar tetap membuat para konsumen tertarik untuk membelinya lagi, selain itu kami juga akan melakukan riset pasar untuk memastikan tren dan kebutuhan pelanggan berubah atau tidak. Jika berubah kami akan mencari tau dimana letak kesalahan yang membuat pelanggan tidak ingin membelinya lagi, mungkin bisa dari desain, kualitas bahan ataupun harga yang tidak cocok.

1.7.4 Memastikan kualitas produk

Setelah barang sudah jadi dan dikirimkan oleh vendor, kami akan memastikan terlebih dahulu apakah barang yang di terima ini memang sesuai dengan standar Why2k, dari desain, bahan baju dan memastikan tidak ada cacat dalam proses produksi. Tidak hanya itu, sebelum barang akan dikirim kepada para pelanggan, kami juga akan memastikan sekali lagi agar tidak terjadi *refund* dari pelanggan karena itu akan merusak citra dari Why2k, meskipun kami akan berikan yang baru jika memang ada kesalahan dari pihak kami.

1.8 Proyeksi Keuangan

Aspek Keuangan	Monthly Estimate	Annual Estimate
Revenue	Rp. 1,500,000 - Rp. 3,000,000	18,000,000 - 36,000,000
Pengeluaran	40% dari Revenue	40% dari Revenue
Profit Margin	40-60%	40-60%
Break-Even Timeline	12-18 Bulan	-

Gambar 1.8.1 Proyeksi Keuangan
Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024)

Ini merupakan perkiraan proyeksi keuangan Why2k dengan asumsi menjual 10-20 baju perbulan di tahun pertama.

1.9 Pendanaan

Why2k sampai saat ini tidak menerima ataupun mencari sumber dana pemerintah maupun pihak eksternal. Why2k dibentuk dari 5 mahasiswa aktif yang mengikuti program WMK, dari sana kita berkomitmen untuk membuat usaha baju oversize dan modal awal kami itu sekitar 3 juta rupiah dan dibagi rata untuk 5 orang.