

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 fesyen yang sedang populer. Salah satu gaya yang kini mendominasi pasar fesyen 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 fesyen, 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 fesyen, 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 fesyen semakin mendorong minat masyarakat terhadap gaya berpakaian oversize.

Namun, di balik tingginya antusiasme terhadap tren fesyen 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.

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

Sedang Digemari Anak Muda, Ini Sejarah Tren Fashion Oversize

6 Oktober 2024

oleh Kilas Jatim



*Gambar 1 Artikel Sejarah Tren Fesyen Oversize
Sumber: Kilasjatim.com*

Pada gambar di atas, ditampilkan sebuah artikel dari Kilasjatim.com. Artikel ini membahas sejarah dan evolusi tren busana oversize yang kian populer di kalangan anak muda. Artikel ini menjelaskan bahwa tren ini bermula pada tahun 1920-an saat wanita di Amerika dan Kanada mulai mengenakan pakaian pria untuk menantang norma gender tradisional dan menegaskan kehadiran mereka di dunia kerja.

Artikel ini membahas lebih lanjut bagaimana tren ini muncul kembali pada tahun 1990-an, yang dipengaruhi oleh artis Rap dan R&B Amerika, dan bagaimana tren ini bangkit kembali dalam beberapa tahun terakhir melalui busana Korea, yang dikenal dengan gaya oversize yang minimalis dan kasual. Artikel ini menekankan

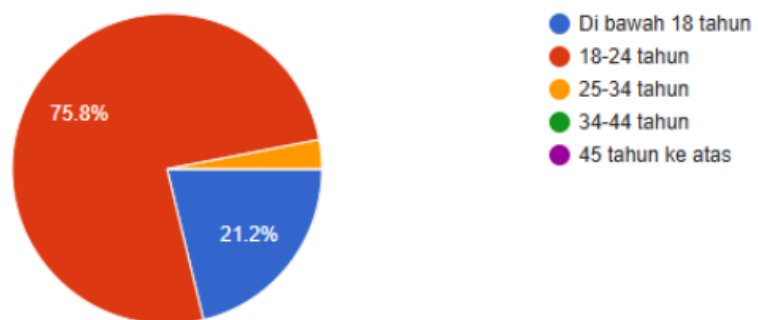
bahwa pakaian oversize dinilai karena kenyamanannya dan daya tariknya yang tak lekang oleh waktu, tetapi tampilannya dapat bervariasi tergantung pada tipe tubuh. Misalnya, orang dengan ukuran tubuh lebih besar mungkin tampak lebih tegap, sementara mereka yang bertubuh lebih kecil mungkin tampak lebih mungil dengan pakaian oversize.

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.

Selain riset sekunder, kami juga melakukan riset langsung. Berikut ini adalah hasil riset pasar yang kami lakukan.

Usia

66 responses



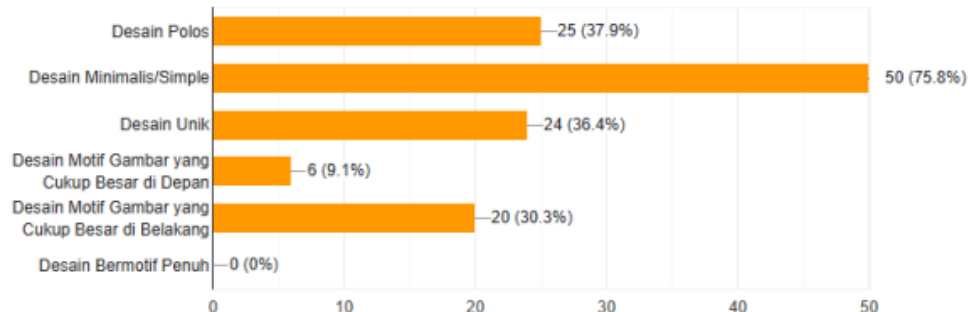
Gambar 2 Riset Usia Pelanggan Why2k
Sumber: Hasil Riset Why2k

Diagram lingkaran ini berisi hasil dari formulir Google yang kami bagikan kepada orang-orang di sekitar kami. Dalam diagram lingkaran ini, kami dapat menyimpulkan bahwa mayoritas target pasar Why2k adalah orang-orang berusia 18-24 tahun dengan jumlah 75,8%. Kelompok usia terbesar kedua adalah mereka yang berusia di bawah 18 tahun dengan jumlah 21,2%.

Desain seperti apa yang Anda sukai?

 Copy chart

66 responses



Gambar 3 Hasil Riset Google Form Why2k
Sumber: Hasil Riset Why2k

Bagan batang ini berisi hasil dari formulir Google yang sama yang kami bagikan. Hasil bagan batang ini terkait dengan pertanyaan "Desain seperti apa yang Anda sukai?" Dari sini kita dapat menyimpulkan bahwa mayoritas orang lebih menyukai desain yang lebih minimalis/serhana dalam hal pakaian berukuran besar dengan 75,8% atau 50 orang menjawab seperti itu. Ada juga sekitar 25 orang atau 37,9% yang lebih menyukai desain polos.

1.2 Deskripsi Perusahaan

Why2k merupakan brand fesyen yang hadir untuk memenuhi kebutuhan para penggemar gaya Y2K yang unik dan ikonik, dengan fokus pada oversized t-shirt yang nyaman dan simpel dengan desain motif Y2K yang dicetak pada bagian depan dan belakang. Didirikan dengan visi untuk menjadi pelopor fesyen bergaya tahun 2000-an, Why2k menawarkan koleksi fesyen yang memadukan unsur retro futuristik dengan sentuhan modern, yang sangat relevan dengan tren fesyen masa kini. Melalui desain-desain kreatif yang mengusung tema Y2K, Why2k hadir untuk menghadirkan kembali semangat tahun 2000-an dalam bentuk fesyen yang inovatif dan *stylish*.

Misi utama Why2k adalah untuk menciptakan produk yang tidak hanya menjadi pilihan dalam hal fesyen, tetapi juga sebagai media ekspresi diri bagi para pengguna yang menyukai gaya yang unik dan berani. Mengutamakan kualitas dan kenyamanan, setiap oversized t-shirt dari Why2k diproduksi dengan material premium yang lembut dan tahan lama, memberikan pengalaman berpakaian yang nyaman namun tetap *stylish*. Kami menyadari bahwa setiap orang memiliki gaya yang berbeda, dan Why2k berusaha untuk menyediakan berbagai pilihan desain yang dapat disesuaikan dengan kepribadian dan preferensi pelanggan kami.

Produk utama Why2k adalah kaos oblong oversized dengan desain khas Y2K yang dicetak dan menghadirkan warna yang sesuai dengan selera masyarakat

umum. Setiap produk dibuat dengan memperhatikan detail, memastikan bahwa setiap item yang kami tawarkan bukan hanya sekadar pakaian, tetapi juga bagian dari gaya hidup generasi modern yang mencintai budaya Y2K.

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

Dengan semangat inovasi dan komitmen terhadap kualitas, Why2k berharap dapat menjadi merek mode yang dikenal luas dan dicintai oleh masyarakat. Kami percaya bahwa dengan memadukan nostalgia Y2K dan kebutuhan akan pakaian yang nyaman dan bergaya, Why2k dapat menjadi pilihan utama bagi mereka yang ingin tampil beda dan berani mengekspresikan diri. Why2k siap membawa konsumen kembali ke era yang penuh gairah, kebebasan, dan kreativitas, semuanya dikemas dalam satu bentuk mode yang modern dan relevan.

1.3 Analisis Industri

Berdasarkan hasil analisis industri yang sudah kami lakukan, industri fesyen dengan gaya Y2K saat ini tengah mengalami pertumbuhan pesat, terutama didorong oleh nostalgia Gen Z dan pengaruh media sosial. Persaingan di industri fesyen 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 fesyen 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 fesyen 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 fesyen, 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.

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.

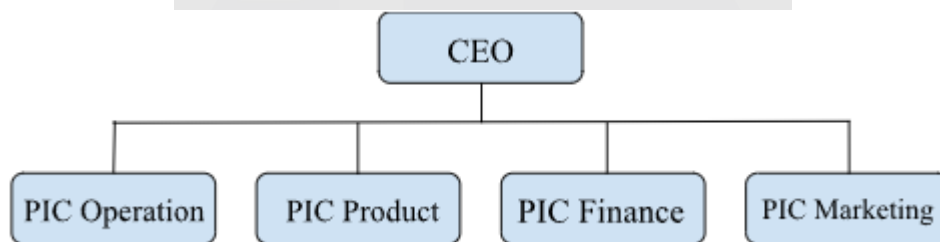
Proses ini mencakup pemetaan strategi pemasaran yang tepat, seperti strategi brand positioning untuk membangun identitas brand Why2k sebagai pelopor fesyen Y2K yang unik dan ikonik. Selain itu, Why2k juga akan memanfaatkan strategi digital marketing untuk meningkatkan *brand awareness* melalui media 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 fesyen, 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 4 Struktur Organisasi Why2k

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 5 Proyeksi Keuangan

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

1.9 Pendanaan

Why2K tidak memperoleh atau mencari pendanaan dari pemerintah atau sumber eksternal. Bisnis ini didirikan oleh sekelompok lima mahasiswa aktif yang berpartisipasi dalam program WMK. Dari pengalaman ini, kelompok tersebut memutuskan untuk meluncurkan bisnis pakaian berukuran besar, dengan modal awal sekitar Rp4.500.000, yang disumbangkan secara merata oleh kelima anggota.