

## **BAB V**

### **PENGEMBANGAN BISNIS**

#### **5.1 Pengembangan Usaha**

Dalam berjalannya perusahaan AndOne, penulis beserta anggota memiliki rencana untuk terus melanjutkan brand yang sudah dibentuk sejak magang di skystar, oleh karena perencanaan yang ada penulis beserta anggota sudah memikirkan, mendiskusikan dan menyiapkan strategi-strategi pengembangan yang nantinya akan diimplementasikan kedalam perusahaan AndOne. AndOne sudah menyiapkan beberapa desain produk yang sudah dipikirkan secara matang dan sudah melalui proses market research untuk launching nantinya. Selain desain baru AndOne juga berencana untuk melakukan ekspansi dengan membuat produk selain celana, AndOne berencana untuk membuat produk baju yang juga semi atletik, agar semakin banyak pilihan untuk para konsumen sehingga tidak akan ada titik jemu dari konsumen untuk melakukan pembelian di AndOne.



**Gambar 5.1.1.1 Draft Desain AndOne**

## **Sumber:AndOne**

Gambar di atas merupakan beberapa draft desain untuk artikel berikut AndOne, terdapat tiga draft desain yang mungkin akan direalisasikan dan diproduksi. Antara lain desain tersebut adalah:

### **1. Abyssal Current**

**Konsep Desain:** Desain ini mengambil warna dasar Dark Teal yang dalam dengan aksen pita gelombang berwarna beige dan hijau gelap di bagian bawah celana. Nuansa gelapnya mencerminkan kedalaman dan ketenangan.

**Narasi Merek:** Abyssal Current melambangkan aliran yang tak terlihat, ketenangan di bawah tekanan. Ini ditujukan bagi konsumen yang ingin tampil subtle dan sophisticated, tetapi tetap membawa semangat pantang menyerah. Produk ini menargetkan pasar yang menghargai desain yang elegan dan low-profile, cocok untuk pemakaian sehari-hari dengan statement yang tidak berlebihan.

### **2. Stellar Burst (Top Right)**

**Konsep Desain:** Dominasi warna Hitam Polos dengan graphic bintang-bintang kecil berwarna putih yang bertebaran secara dinamis di sekitar branding AndOne. Garis putih tebal di bagian pinggang menambah kesan sporty yang klasik.

**Narasi Merek:** Stellar Burst mewakili energi eksplosif dan kecepatan. Ini dirancang untuk hype culture, menciptakan kesan fast-moving dan exclusive. Produk ini ditujukan bagi konsumen yang ingin menonjol di lapangan atau saat hangout, memanfaatkan estetika malam hari dan kilauan yang sedang tren di streetwear.

### **3. Crimson Velocity (Bottom Right)**

**Konsep Desain:** Warna dasar Magenta (Fuschia/Pink Cerah) yang sangat berani, dipadukan dengan branding AndOne yang minimalis di bagian paha. Desain ini murni menggunakan kekuatan warna solid sebagai daya tarik utama.

Narasi Merek: Crimson Velocity melambangkan pergerakan yang agresif, passion, dan self-expression yang maksimal. Ini adalah statement piece yang ditujukan bagi konsumen yang fashion forward dan tidak takut menjadi pusat perhatian. Keberanian warna ini berfungsi untuk memperluas jangkauan brand di luar warna-warna netral dan menarik segmen yang lebih edgy dan bersemangat.

Ketiga artikel di atas menjadi langkah selanjutnya bagi AndOne untuk mengembangkan katalog dan menarik perhatian konsumen lama maupun konsumen baru. AndOne juga berniat untuk memasuki dunia pakaian atas dalam bentuk kaos maupun *compression shirt*.

## 5.2 Strategi Pengembangan Kinerja Keuangan

Pada sub-bab ini, penulis yang bertugas sebagai CFO menguraikan strategi dan langkah-langkah yang akan diambil AndOne secara finansial di masa depan. Penulis memiliki tujuan untuk meningkatkan kinerja keuangan dan mitigasi risiko berdasarkan dari hasil analisa yang sudah dilakukan sebelumnya pada sub-bab 4.2.

### 5.2.1 Strategi Optimalisasi Modal Kerja

Strategi untuk mengoptimalkan modal kerja ini dirancang untuk mengatasi kondisi likuiditas yang terlalu tinggi. Berdasarkan neraca, Kas AndOne merupakan 91% dari aset. Hal ini menjamin bahwa AndOne mampu membayar kewajiban- kewajiban jangka pendek, tetapi hal itu kurang baik karena bisnis fashion harus memiliki aset dalam bentuk stok dan bentuk dari *opportunity cost* (kerugian peluang). Langkah-langkah yang akan diambil oleh penulis untuk mengatasi masalah ini antara lain:

1. Reinvestasi Agresif: AndOne harus segera mengalokasikan laba ditahan dan saldo kas untuk mendukung target produksi dan penjualan yang telah ditetapkan dalam skenario most likely, yaitu sebesar 1.200 unit pada tahun pertama dan 2.000 unit pada tahun kedua. Dana ini

harus dikonversikan dari aset yang tidak produktif (kas menganggur) menjadi aset produktif dalam bentuk persediaan barang dagangan, yang merupakan sumber utama pendapatan AndOne. Langkah ini krusial untuk memastikan skalabilitas bisnis tercapai sesuai rencana pertumbuhan lima tahun ke depan..

2. Peningkatan Rasio Perputaran Persediaan: Penulis harus menetapkan target untuk seluruh tim agar persediaan dapat menutup penjualan selama 3-4 bulan. Hal ini berfungsi untuk meminimalisir kehilangan omset karena *stockout* atau kehabisan stok.

### 5.2.2 Strategi Penetapan Harga dan Margin

Strategi ini untuk memanfaatkan dan meningkatkan margin kotor 61,3% yang sudah kuat agar menjadi lebih baik.

1. Mempertahankan *value-based pricing*: Mempertahankan harga jual yang sudah ada, yang memposisikan AndOne sebagai brand yang memiliki kualitas dan tidak melakukan diskon besar-besaran yang merusak citra AndOne. Margin tinggi ini harus didukung dengan kualitas yang tinggi, mencari cara untuk meningkatkan kualitas bahan baku yang lebih baik atau lebih memperhatikan ditel-ditel kecil agar kesan premium lebih terasa. Bisa juga mengalokasikan pendanaan untuk branding, pemasaran, dan kolaborasi figur-firug yang berpengaruh hntuk membangun citra yang lebih baik dan membuat pasar lebih tertarik.
2. Manajemen Efisiensi HPP: Menggunakan perkiraan peningkatan volume yang akan terjadi pada tahun kedua dan ketiga untuk menjadi alat negosiasi dengan vendor untuk mengurangi HPP unit lebih jauh untuk meningkatkan margin kotor perusahaan lebih lagi.

### 5.2.3 Peningkatan Struktur Legal dan Manajemen Risiko

Strategi ini berfokus kepada seberapa pentingnya legalitas bagi sebuah perusahaan. Jika perusahaan tidak memiliki fondasi legal, akan menjadi hal yang menyusahkan kedepannya.

1. Pendaftaran NIB: Karena kendala yang sedang dialami dengan platform OSS, sampai sekarang tim AndOne masih belum memiliki NIB. NIB merupakan bukti bahwa suatu perusahaan itu terdaftar dan merupakan salah satu hal fundamental yang harus dilakukan secepatnya.
2. Pendaftaran HKI: Kekayaan intelektual juga harus secepatnya didaftarkan karena mengingat AndOne yang merupakan brand fashion merupakan sasaran empuk untuk ditiru. AndOne akan segera mendaftarkan HKI untuk logo dan desain-desain yang sudah diluncurkan.
3. Transisi Badan Hukum: Untuk jangka panjang, AndOne berencana untuk mengalihkan status dari Usaha Dagang Perorangan menjadi PT Perorangan atau PT biasa. Transisi ini sangatlah penting untuk manajemen risiko karena memisahkan aset pribadi dengan aset bisnis. Transisi ini juga akan meningkatkan kepercayaan pihak-pihak lain untuk bekerjasama dengan AndOne di masa depan.
4. Pencatatan Pajak Formal: Mengelola PPh UMKM dengan disiplin dan memastikan semua pengeluaran pajak dicatat secara terstruktur secara harian. Hal ini akan membuat laporan keuangan terkini dan siap untuk diaudit.

### **5.3 Saran**

Sub-bab ini berisi saran-saran yang dimiliki penulis untuk pihak-pihak yang sedang menjalani apa yang dialami oleh penulis selama proses penulisan tugas akhir ini.

#### **5.3.1 Saran Bagi Pelaku Usaha di Bidang yang Sama**

Berikut adalah saran yang dimiliki penulis untuk pengusaha-pengusaha rintisan yang sedang membangun bisnis fashion rintisan, khususnya di bidang fashion. Menurut penulis, tidak apa-apa untuk bisnis fashion rintisan untuk memulai bisnisnya dari skala kecil untuk memvalidasi HPP, BEP, dan Margin. Jika bisnis dimulai langsung dari skala besar tanpa validasi, tidak menutup kemungkinan bahwa bisnis akan kurang berhasil dan menghasilkan *dead*

*stock* yang sangat banyak.

Penulis juga menyarankan untuk menerapkan model *lean* dengan cara meminimalkan biaya operasional seperti sewa dan gaji dengan cara menggunakan aset-aset pribadi dan mengorbankan gaji pribadi karena bisnis fashion bukanlah bisnis dimana pemilik bisa langsung mendapatkan hasil secara instan. Menurut penulis, pendapatan yang didapatkan dari penjualan-penjualan pertama lebih baik digunakan untuk membiayai siklus produksi dan operasional kedepannya untuk mengembangkan brand. Penulis juga menyarankan agar perintis bisnis fashion mengutamakan kualitas di atas harga, menggunakan strategi *pricing* yang mencerminkan kualitas dari produk. Menurut penulis tidak masalah jika menjual produk di harga yang tinggi jika kualitas yang ditawarkan memang sepadan.

### **5.3.2 Saran bagi Mahasiswa Entrepreneurship Selanjutnya**

Saran penulis untuk mahasiswa-mahasiswa yang mengambil perminatan Entrepreneurship, khususnya para CFO adalah untuk menggunakan teori-teori dasar untuk mengelola perusahaan yang dibangun. Menggunakan teori keuangan seperti BEP, proyeksi kas, laba rugi sudah cukup untuk memberi gambaran mengenai situasi keuangan perusahaan. Penulis juga menyarankan agar para mahasiswa entrepreneurship disiplin dalam mencatat setiap transaksi yang dilakukan karena akan mempermudah penulisan tugas akhir. Data yang rapi dan tertata adalah kunci untuk membuat proyeksi dan analisis yang valid.