

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Pertumbuhan jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia tercatat terus meningkat antara 0,45% sampai dengan 5% per tahun dari tahun 1998 sampai 2013. Dilihat pada tahun 2016, sebanyak 83,99% dari 116.890 orang karyawan UMKM di Jakarta sudah memakai seragam, yaitu 98.187 orang. Hal ini menunjukkan besarnya potensi bisnis seragam yang mencapai Rp 28.541.636.155 pada tahun 2016.

Penulis melihat adanya peluang dari usaha pembuatan seragam yang menysasar konsumen UMK. Hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis menunjukkan adanya kesenjangan penawaran oleh produsen seragam yang sudah ada dan permintaan konsumen UMK yang pesanannya berjumlah sedikit. Produsen seragam umumnya menetapkan jumlah pemesanan minimum bagi setiap pelanggannya, misalnya lima lusin. Untuk itu, UniGarment hadir sebagai jawaban atas peluang usaha untuk memenuhi permintaan dari pasar yang belum dipenuhi tersebut.

Produk utama yang ditawarkan oleh UniGarment adalah *apron* (celemek), kaos, polo, dan kemeja. Keempat produk ini juga bisa didesain dan diatur sesuai dengan keinginan konsumen dengan fitur *mix and match*. Fitur ini akan membagi atribut dari pakaian yang bisa diatur sesuai kebutuhan, misalnya warna, bentuk pola dasar, bentuk tali, bentuk kerah, ukuran logo, dan sebagainya.

Untuk meraih pasar UMK, UniGarment mengusung tiga nilai usaha, yaitu: *no minimum order*, *one stop solution*, dan *best value*. Nilai usaha *no minimum order* dikarenakan adanya potensi dari kebutuhan seragam klien UMK dalam jumlah sedikit, namun belum dapat dipenuhi oleh produsen yang sudah ada saat ini. Nilai usaha *one stop solution*, yaitu UniGarment melayani para konsumen mulai dari desain, konsultasi, produksi, sampai dengan pengantaran produk. Lalu *best value* merupakan nilai usaha UniGarment memberikan harga yang pantas dengan produk yang didapatkan.

Visi yang ingin dicapai oleh UniGarment adalah “Menjadi penyedia jasa pembuatan segala jenis seragam komersil terkemuka di Indonesia, dengan

menyediakan kemudahan dari proses awal hingga akhir kepada konsumen.” Misi yang dimiliki UniGarment, antara lain: memberikan produk seragam berkualitas sesuai dengan kebutuhan konsumen, serta memberikan layanan yang responsif, informatif, dan ramah terhadap konsumen.

Strategi yang diterapkan oleh UniGarment adalah *differentiation focus* sebagai produsen seragam yang melayani pasar seragam UMK. Strategi tersebut memanfaatkan beberapa penerapan, antara lain: menerapkan *flow chart* dan *service blueprint* yang dimodifikasi untuk pasar UMK, *key resource capability*, *pull and batch system*, serta *mix and match design*.

Tujuan dan sasaran perusahaan pada tahun pertama adalah mencapai kestabilan dalam setiap fungsi usaha yang dimiliki oleh UniGarment. Tujuan utama tersebut didukung oleh tujuan setiap fungsi UniGarment.

Modal yang dibutuhkan oleh UniGarment sebesar Rp 16.000.000, dengan investasi modal awal Rp 12.500.000. Proyeksi total omzet penjualan selama satu tahun pertama sebesar Rp 173.995.000 terhitung dari bulan Maret 2017 sampai dengan Februari 2018. UniGarment akan mencapai *payback* pada bulan ke-14. *Net present value* UniGarment pada tahun kedua sebesar Rp 50.010.891.

<b>Kata Kunci</b>	:	Seragam, Apron, Kaos, Polo, Kemeja
<b>Bidang Usaha</b>	:	Garmen

## EXECUTIVE SUMMARY

The annual growth of micro, small and medium businesses in Indonesia increased between 0,45% until 5% since 1998 until 2013. Meanwhile, in Jakarta the uniform usage ratio in micro, small and medium enterprises in 2016 stood at 83,99% of 116.890 employees, which counts up to 98.187 employees. This number shows the huge market potential of uniform business in Jakarta, which reaching up to Rp 28.541.636.155 in 2016.

UniGarment has realized the business opportunity in this industry, targeting micro and small businesses as clients. Research conducted by UniGarment has shown an existing gap in the market between the supply and the demand. Current uniform producers usually set a minimum purchase quantity for customized uniforms, for example (e.g.) five dozens. However, these practices usually don't comply with the needs of micro and small businesses, which are lower than the minimum purchase quantity. UniGarment aims to be the solution to this problem.

UniGarment's main product lines consist of aprons, shirts, polo shirts, and t-shirts. Products are designed to fit every customer's unique requirements by the feature of mix and match. Every product's feature, such as color, base pattern, logo size, collar type, strap design, and many more, can be customized to meet the customer's needs.

In order to grab micro and small business market, UniGarment has defined three business values, which are: no minimum order, one stop solution, and best value pricing. No minimum order value was defined to meet the client's need in small quantity, which has not been able to be fulfilled by the current uniform producers. One stop solution value means that UniGarment provides services for clients from design, consultation, production, until product delivery. Best value pricing means that UniGarment set prices befitting the products and services provided.

UniGarment's vision is *"To be Indonesia's leading commercial uniform producers providing ease in the whole uniform purchase process for the clients"*.

UniGarment's missions are to provide uniforms with high quality matched to client's needs and to provide responsive, informative, and customer-friendly services.

As a uniform producer in the business uniform market, UniGarment utilizes *differentiation focus strategy*, incorporating flow chart and service blueprint modified for micro and small business market, mix and match design, and using pull and batch system in production.

The objective of UniGarment in the first year is to achieve stability in every business function owned by the business. The main purpose is supported by the purpose of each UniGarment functions.

UniGarment's initial investment is Rp 12.500.000, with further investment in the first year up to Rp 16.000.000. Sales projection for the first year is Rp 173.995.000 from March 2017 until February 2018. UniGarment's payback period by the 14<sup>th</sup> month. UniGarment's NPV for the second year is Rp 50.010.891.

<b>Keywords</b>	:	Uniform, Apron, T-shirt, Polo, Shirt
<b>Business fields</b>	:	Garment