

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Zwagery merupakan sebuah produk jam tangan premium yang memiliki bahan berbeda pada *casing* dan *strapnya* yaitu berbahan kayu ulin. Kayu ulin merupakan jenis kayu besi yang terkuat di kelasnya dan hanya tumbuh di pulau Sumatera dan Kalimantan. Dengan kekuatan dan ketahanan yang ada pada kayu ulin serta pengolahan yang berkualitas dari pengrajin kayu terciptalah produk jam tangan kayu Zwagery yang menawarkan nilai prestise dan unik kepada konsumen. Misi dari Zwagery adalah menghasilkan produk jam tangan kayu yang memiliki kualitas kayu terbaik dan memberikan pelayanan yang terbaik untuk memuaskan para pelanggan.

*Target market* utama dari produk Zwagery adalah pria dengan jarak umur 18 sampai 25 tahun, kelas sosial menengah ke atas, wilayah geografis bertempat tinggal di Jakarta dan memiliki karakteristik *fashionable*. Klasifikasi *target market* tersebut didapatkan pada hasil *Focus Group Discussion* yang dilakukan oleh kelompok dengan hasil bahwa responden pada umur 18 – 25 tahun lebih menerima produk yang baru bila dibandingkan dengan kategori umur 26 tahun ke atas. Namun setelah berjalannya bisnis ini selama 6 bulan mulai dari April 2015, terjadi perluasan *target market* yang disebabkan oleh *online selling* yang membuat produk Zwagery dikenal lebih luas dan memiliki konsumen di kota – kota besar lainnya seperti Bandung, Samarinda, Surabaya dan Semarang.

Zwagery memulai bisnis dengan modal awal sebesar Rp 40.000.000,- (empat puluh juta rupiah) yang terbagi pada lima pemegang saham dengan masing – masing *shareholder* memiliki nilai Rp 8.000.000,- (delapan juta rupiah) dan *share* sebesar 20% (dua puluh

persen) yang terbagi rata. ROI yang ada selama setahun pun memiliki estimasi sebesar 765 persen, sangat besar untuk sebuah bisnis baru.

Aktivitas operasional Zwagery termasuk dalam kategori *outsourcing* karena pihak yang membuat jam tangan kayu dari bahan baku sampai dengan barang jadi adalah pihak *supplier*, sedangkan pihak Zwagery melakukan kontrak pemesanan dengan pihak *supplier* dan mengambil peran dalam melakukan *quality control* agar produksi jam tangan kayu sesuai dengan standar yang telah ditentukan.

Strategi pemasaran dari Zwagery terbagi menjadi dua bagian yaitu pemasaran melalui *online* dan juga *offline*. Dalam aktivitas pemasaran *online*, Zwagery menyediakan *website* dan media sosial seperti Instagram sehingga Zwagery bisa menjangkau konsumen secara lebih luas. Dalam aktivitas pemasaran *offline*, Zwagery mengikuti *event fashion* minimal satu kali setiap bulannya. Zwagery terus berusaha untuk melakukan pengembangan produk agar bisa menyesuaikan produk yang ditawarkan dengan keinginan dari konsumen.

Terdapat perencanaan fungsional selama satu tahun kedepan yang telah disusun untuk semua divisi baik dari produksi, penjualan, keuangan dan sumber daya manusia. Namun pada realisasi dalam menjalankan bisnis, hasil aktualnya tidak seperti yang telah direncanakan pada perencanaan fungsional sehingga menimbulkan adanya *gap*. Penjualan dari produk Zwagery pun bersifat fluktuatif.

Hal – hal yang menjadi kunci sukses dari produk Zwagery adalah adanya diferensiasi produk menggunakan bahan kayu yang menjadi keunikan tersendiri, *supplier* berkualitas yang mampu untuk memproduksi jam tangan kayu Zwagery dan adanya *customer relationship* yang baik kepada konsumen.

## EXECUTIVE SUMMARY

Zwagery is a premium watch made from a different material on the casing and strap namely Ulin wood. Ulin wood categorized as an iron wood and known as the strongest wood on its class and only grow in Sumatera and Kalimantan island. With the strength and durability of Ulin's, in addition to the high quality process of wood crafting, Zwagery watch is created as a prestigious and unique product to consumer. The missions from Zwagery is to produce a high quality wood watches and to deliver the best services to the customer.

The main target market of Zwagery is men from middle – high social class between 18 to 25 years old, residing in Jakarta and have a fashionable lifestyle. The determination of the target market is based on the result of Zwagery's Focus Group Discussion that shown if the respondents between 18 to 25 years old are much easier to attract as they show interest on a new product compared to the respondents on the ages above 26 years old. After the 6 months progress started from April 2015, there was an expansion of target market caused by the online selling that make Zwagery watches became a well-known product on the big cities such as Bandung, Samarinda, Surabaya and Semarang.

Zwagery started its business with a capital of 40 million rupiah from its five shareholders. Each shareholder contributed 8 million rupiah to the business. Therefore, each shareholder has the same amount of shares (20%). Zwagery has an estimation of ROI about 765 percent, it's a big return of investment for a new business.

The production activity on this business is categorized as an outsourcing because the wood watches production process is fully conducted by supplier and Zwagery only ordered

the final product based on a contract with the supplier. Zwagery have a role in quality control to ensure the final product is meet the standard made by Zwagery management.

The marketing strategy of this business is divided into two parts, the online and offline marketing strategy. On the online marketing activity, Zwagery provide a website and social media such as Instagram to connect with wider and global consumer. On the offline marketing activity, Zwagery practically join a fashion event at least one time per month.

There was a functional planning report for the next one year prediction amongst all division and it were production, marketing and sales, financial and human resource. In contrast, the result from realization of the business was different than what group already predicted on the functional planning report and that caused a gap. The sales of Zwagery was also fluctuated for the past 6 months.

Our key success factors were the differentiation of material used on Zwagery watch product that could create a uniqueness, supplier that has a very good skills and quality to make Zwagery's product and a good customer relationship.