

RINGKASAN EKSEKUTIF

The Shirt Bar adalah proyek bisnis *fashion* bagi pria yang menawarkan kemeja formal *made to measure* dan kemeja *ready to wear* yang fokus pada dua hal: *quality* dan *fit*.

The Shirt Bar menjawab kebutuhan pria dalam menghadapi perubahan gaya berpakaian, khususnya bagi para profesional berjiwa muda. The Shirt Bar mengusung konsep *classic with a twist* sebagai nilai dari produknya, dimana kemeja-kemeja yang akan diproduksi The Shirt Bar menggunakan model dan pabrik yang klasik namun tetap menunjukkan *style* yang relevan di masa kini. Pakaian yang The Shirt Bar produksi mengutamakan keunikan pabrik. The Shirt Bar melakukan penjualan dengan tipe semi *online*, dimana penjualan kemeja *ready to wear* dilakukan *online* via situs web, sedangkan penjualan kemeja *made to measure* selain via situs web juga dilanjutkan secara *offline* yakni proses pengukuran *personal service*.

Secara demografik, target pasar The Shirt Bar adalah pria usia 23 sampai 35 tahun sebagai target utama dan usia 18 sampai 22 tahun untuk target kedua dengan latar belakang profesi sebagai profesional muda dan mahasiswa dari tingkat ekonomi kelas menengah ke atas. Pria pada usia dan tingkat ekonomi ini memiliki mobilitas, dinamika, dan tingkat produktivitas yang tinggi. Mereka juga peduli terhadap penampilan mereka, terutama dalam cara berpakaian.

Di Indonesia, industri pakaian pria memiliki pertumbuhan nilai penjualan sebesar delapan persen 8%, mencapai 16,7 triliun Rupiah pada tahun 2012. Kemeja pria memiliki volume penjualan yang mencapai 27,2 juta potong kemeja pada tahun 2012 dan merupakan kontributor terbesar dalam nilai penjualan seluruh pakaian pria.

Tingginya tingkat urbanisasi di Indonesia menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan pakaian kerja dan pakaian formal. Berdasarkan data BPS DKI Jakarta, sebanyak 2,3 juta orang pria bekerja di sektor tersier. Dalam kesehariannya, merupakan keharusan bagi para pekerja pada sektor ini untuk selalu memakai pakaian formal ke tempat kerja. Hal ini menandakan bahwa permintaan akan pakaian formal, terutama kemeja formal akan selalu ada. Besarnya potensi pasar pakaian pria di Jakarta, terutama untuk kemeja formal menjadi salah satu alasan mengapa proyek bisnis The Shirt Bar dapat berkembang.

Investasi awal yang diperlukan untuk memulai bisnis The Shirt Bar adalah sebesar Rp 33.100.000. Berdasarkan analisis kelayakan usaha yang dilakukan dengan proyeksi keuangan lima tahun dalam tiga kondisi, nilai rata-rata *Net Present Value* (NPV) The Shirt Bar adalah sebesar Rp 5.578.363.775. Untuk *Internal Rate of Return* (IRR) pada kondisi *best* sebesar 167%; kondisi *most likely* sebesar 124%; dan kondisi *worst* sebesar 76%. The Shirt Bar juga memiliki *payback period* selama kurang lebih 10 bulan.

Bedasarkan informasi yang telah dijabarkan, dapat dinilai bahwa proyek bisnis The Shirt Bar layak untuk dijalankan.

EXECUTIVE SUMMARY

The Shirt Bar is a semi online-based fashion label for men specialized in made to measure shirts with personal service and ready to wear shirts that focus on two things: quality and fit. We address the needs prompted by the post-boomer generation's acceptance of dressing nicely, especially for the youthful professionals. With the concept of *classic with a twist*, we produce shirts using designs with an eye on details and carefully selected classic fabrics, but are crafted in today's style.

Demographically, target market of The Shirt Bar are men, age 23 to 35 years as primary target and age 18 to 22 years as secondary target, which are young professionals and students from the upper-middle class. Men at this age and level of economic are mobile, dynamic, and productive. They are also concerned about their appearance, especially how they get dress.

In Indonesia, men's clothing industry has a sales growth of 8%, reaching 16,7 trillion Rupiah in 2012. Men's shirts sales volume was 27,2 million shirts in 2012 and is the largest contributor to the value of the sale of all menswear. The high level of urbanization in Indonesia led to increased demand for work clothes and formal wear. According to Jakarta Statistics, there are over 2,3 million men working in the tertiary sector. They need to wear formal clothes to work daily. This indicates that the demand for formal wear, especially formal shirt will remain available. This potential in Jakarta is one of the reasons why The Shirt Bar can be developed.

The initial investment required to start the business is 33,1 million Rupiah. Based on the feasibility analysis conducted within five-year financial projections in three scenarios, the average value of Net Present Value (NPV) of The Shirt Bar is Rp 5.578.363.775. The Internal Rate of Return (IRR) for best case is 167%; for most likely is 124%; and for worst case is 76%. The Shirt Bar has a payback period of 10 months.

Based on information that have been described makes, The Shirt Bar is a feasible choice for a business.

