

RINGKASAN EKSEKUTIF

KATOON adalah sebuah proyek bisnis yang bergerak dalam industri pakaian bayi yang membantu para ibu untuk berpartisipasi dalam menjaga keberlangsungan lingkungan. Seluruh produk yang dimiliki KATOON terbuat dari 100% katun tanpa pewarna yang aman dan nyaman bagi kulit bayi. Keamanan dan kenyamanan adalah nilai utama dari produk KATOON namun disamping itu KATOON juga tetap menjaga produknya agar tidak mengeksploitasi sumber daya alam dan ramah bagi lingkungan. KATOON memberi kesempatan bagi para ibu untuk berkontribusi dalam pelestarian lingkungan dengan menyediakan produk sandang yang ramah lingkungan.

Target pasar KATOON adalah wanita yang telah menikah dengan rentang usia 22 - 35 tahun dan memiliki beberapa latar belakang profesi serta tingkat ekonomi menengah ke atas dan tinggi. Wanita yang menjadi target pasar KATOON cenderung memiliki mobilitas yang tinggi, seperti karyawan dan wiraswasta. Hal itu dikarenakan sistem penjualan KATOON yang sebagian besar dilakukan secara *online*. Konsumen yang membeli barang secara *online* seringkali tidak memiliki waktu untuk berbelanja pakaian, sehingga penjualan sistem ini dapat mempermudah mereka. Domisili target pasar KATOON berlokasi diseluruh bagian Indonesia, terutama kota-kota besar, sedangkan di luar negeri akan berdomisili di Singapura dan Australia. Riset pasar KATOON telah dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner, wawancara, *focus group discussion*, tes alfa, dan tes beta.

Meskipun persaingan industri baju bayi sangat ketat di Indonesia, KATOON yakin dapat tetap bersaing melawan beberapa kompetitor besar. KATOON memiliki kesempatan besar untuk menjadi salah satu pemimpin dalam industri baju bayi ramah lingkungan di Indonesia dengan menjangkau 0,2% dari total target pasar kami yaitu 545.759 jiwa. Pada tahun pertama KATOON akan mencapai angka tersebut dan akan bertambah dengan signifikan setiap tahunnya.

Pada tahun pertama KATOON akan fokus untuk berjualan secara *online* dan melakukan konsinyasi pada tiga toko bayi baik toko eceran *online* maupun *offline*. Penjualan secara *online* akan dilakukan melalui website resmi dari KATOON yaitu www.mykatoonbaby.com. Sedangkan untuk tahun ketiga akan menjangkau pasar Singapura dan Australia pada tahun keempat.

Modal awal yang dikeluarkan oleh KATOON untuk memulai bisnis adalah sebesar Rp 30.000.000,00. Melalui analisa kelayakan usaha lewat pendekatan teori teori biaya modal, *Discounted Payback Period*, *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, dan *Profitability Index (PI)*. *Net Present Value (NPV)* KATOON adalah sebesar Rp 187.517.552,00 dan *Internal Rate of Return (IRR)* sebesar 109%. *Payback period* KATOON selama 1,77 tahun atau kurang lebih selama 22 bulan dan nilai *Profitability Index* sebesar 3,04. Disamping itu berdasarkan analisa rasio probabilitas, KATOON memiliki rata – rata *Profit Margin Ratio* sebesar 28%, *Return on Asset* 98%, dan *Return on Equity* sebesar 98%.

Melihat fakta-fakta di atas yang mencerminkan proyeksi bisnis KATOON kedepannya berdasarkan respon pasar maupun keadaan internal perusahaan, dapat dilihat bahwa KATOON memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan menjadi pemimpin dalam industri ini.

EXECUTIVE SUMMARY

KATOON is a business project that moves in baby clothing industry that helps mothers to involve in sustainability. All of KATOON products are made by 100% uncolored raw cotton. Safety and comfort are the core value from KATOON's product, beside that KATOON also maintaining the product so that they are not exploiting the resources and friendly for the environment. KATOON gives a chance to mothers to contribute in preserving the environment by providing clothing product that environmentally friendly.

KATOON's target market are married women with an age range 22 - 35 years old and have some professional background as well as having a middle-up and higher economic level. Women who are on KATOON's target market tend to have a high mobility, such as employee and self-employed women. The reason behind that is because the sales system of KATOON mostly done by online. Consumers who buy goods through online shopping often do not have enough time to shop for clothes, so that the online system can facilitate them. KATOON's target market domicile are located in all parts of Indonesia, especially in the big cities, while the abroad will be based in Singapore and Australia. KATOON market research has been carried out by means of questionnaires, interviews, forum group discussion, alpha testing and beta testing.

Although the competitions of baby clothing industry in Indonesia is very competitive, KATOON sure can still compete against some great competitors. KATOON have a good opportunity to become one of the leader in an eco-friendly baby clothing industry in Indonesia to reach 0.2% of our total target market that are 545.759 people. In the first year KATOON will achieve this level and will be increase significantly each year.

For the first year plan, KATOON will be focus to sell online and make consignment agreement with three baby stores, both online or offline. Online sales will be done through

KATOON's official website, www.mykatoonbaby.com. As for the third year, KATOON will reach the market in Singapore and Australia for the fourth year.

Initial capital issued by KATOON to start a business is IDR 30.000.000. By analyzing business feasibility, KATOON's Net Present Value (NPV) is at IDR 187.517.552 and Internal Rate of Return (IRR) is 109%. KATOON's Payback Period lasted around 1,77 years or less than 22 months and the Profitability Index is at 3,04. Other than that, based on probability ratio, KATOON's Profit Margin Ratio is 28%, while Return on Asset is 98% and Return on Equity is 98%.

Based on these facts that projected KATOON's condition in the future, by market response and also internal state of the company, KATOON is predicted to become a major potential to keep evolving and become the leader of the industry.

