

RINGKASAN EKSEKUTIF

Guyon tergolong ke dalam usaha *clothing* yang merupakan bagian dari sub-sektor fesyen dalam industri kreatif. Guyon menawarkan produk kaos dengan konsep desain tematik dimana ragam kebudayaan dari seluruh Indonesia dikemas sesuai tema daerah yang berganti setiap empat bulannya. Produk diwujudkan melalui proses teknis sablon yang dipadu dengan aplikasi kain tradisional nusantara seperti batik dan tenun secara bordir. Setiap desain dibuat dengan jumlah terbatas dan pencantuman makna desain dalam kartu filosofi meningkatkan kesan eksklusif bagi pemakai.

Target pasar yang kami tuju adalah golongan mahasiswa usia 18 hingga 24 tahun dimana produk pakaian biasa digunakan untuk aktivitas keseharian dan sebagai ekspresi diri (*self actualization*). Dari hasil tes beta, kami mendapatkan bahwa konsep produk pakaian dan pelengkapannya (*apparel*) yang bertema budaya dan tidak terlalu menonjolkan aliran desain tertentu dalam visualisasinya disenangi oleh golongan usia lain dari usia anak SMA hingga pensiunan. Hal ini kami jadikan bahan untuk pengembangan produk di masa mendatang dimana kami akan membuat enam variasi produk seperti kaos, jaket, kemeja polo, *mug*, souvenir, dan alas kaki.

Peluncuran usaha Guyon resmi dilakukan pada tanggal 25 Juli 2010 dimana kami melakukan *roadshow* ke mal-mal besar dan tempat yang menjadi tujuan

rekreasi target pasar kami di Jakarta. Kegiatan yang kami lakukan pada saat itu adalah membagikan brosur dan stiker sambil mengenakan kaos Guyon dan kaos promo yang membuat orang yang melihat tertarik untuk mengunjungi situs kami.

Dengan pangsa pasar yang saat ini baru terpenuhi sekitar 60%, pertumbuhan industri kreatif sebesar 20%, sumber daya manusia yang kompeten, dan hasil tes beta yang menunjukkan bahwa produk kami diminati oleh target pasar, maka peluang usaha Guyon untuk terus berkembang pesat masih terbuka lebar. Untuk saat ini penjualan produk dilakukan melalui konsinyasi di mal, pameran *clothing* dan produk Indonesia, internet, dan penjualan langsung. Di masa mendatang untuk mendukung penjualan, maka pada tahun 2013 Guyon berencana untuk membuka toko di daerah Tebet Dalam dimana letaknya yang strategis berpotensi meningkatkan penjualan setiap tahunnya. Saat ini, wilayah pemasaran masih terfokus di wilayah Jakarta, namun akan berkembang hingga pasar negara – negara ASEAN dalam tiga tahun dan mencapai pasar di negara-negara Asia pada tahun 2015.

Dengan modal disetor sebesar Rp 75.000.000, melalui proyeksi keuangan kami memperkirakan dapat memperoleh *NPV* sekitar Rp 550.000.000 di akhir tahun 2015 dimana terdapat *cost of equity* sebesar 16%. Selain itu, tingkat *IRR* yang diperoleh adalah 180%. Setiap pemegang saham juga akan memperoleh dividen setiap tahunnya. Dari beberapa hal tersebut dapat disimpulkan bahwa usaha ini layak dijalankan dan dapat menghasilkan keuntungan yang signifikan dalam lima tahun.

EXECUTIVE SUMMARY

Guyon is a clothing company that classified into fashion industry. Guyon offers T-Shirt product with Indonesian thematic design concept. The design of T-Shirts are based on cultures originated from the applied theme. The theme is applied based on regions in Indonesia and it will be changing periodically every four months. Thus, the T-Shirt design will be varies and enabling us to bring up all cultures from every region in Indonesia.

The T-Shirts are manufactured by screen printing combined with patchwork technique using Indonesian traditional fabrics, like batik and woven. All of Guyon products are exclusive because we make every design in limited quantity yet we also write down the design philosophy in philosophy hang card along with price tag.

Our target market is 18 to 24 years old university student where T-Shirt is become their compulsory daily wear and their way for self actualization. Based on our beta test result, we found out that people perspective toward T-Shirt and other apparel products that bring culture concept which not too visualizing certain design style will be liked by all ages, from high school age to retiree age. In the future, Guyon will develop its product variance to polo shirt, jacket, mug, footwear, and souvenir that targeted foreign tourist.

Guyon is officially launched since July 25, 2010 by road show in popular malls and other hangout places in Jakarta. By wearing Guyon T-Shirts and promo T-Shirt

we were distributing brochures and sticker so that people will attracted to visit our website.

Guyon has a bright opportunity to grow fast in the future supported by the industry conditions where the current market share condition for clothing product just saturated around 60%, creative industry growth by 20%, competent human resource, and beta test result that show us how our target market love Guyon's product. Presently, we sell Guyon's product through consignment in mall, clothing and Indonesia product exhibition, website, and direct selling. In 2013, we are going to open store in Tebet Dalam, South Jakarta where this region is a well-known place for shopping and hangout. Our current market region still focusing in Jakarta but will expand to ASEAN country in three years and Asia in 2015.

We started Guyon with common stock 75 million rupiahs, and through financial projection we calculate to gain NPV around 550 million rupiahs in the end 2015 where we also gain cost of equity 16% and IRR rates 180%. Every shareholder will also gain dividend every year. Based on that fact, we able to conclude that Guyon is feasible to run and could create significant profit in five years.