

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00201940150, 14 Mei 2019

Pencipta

Nama : **Candraningrat**
Alamat : **Wiguna Timur 14 / 2 RT.005 RW.004 Gunung Anyar Tambak
Gunung Anyar, Surabaya, Jawa Timur, 60294**
Kewarganegaraan : **Indonesia**

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya**
Alamat : **Jalan Raya Kedung Baruk 98, Surabaya, Jawa Timur, 60298**
Kewarganegaraan : **Indonesia**
Jenis Ciptaan : **Buku**
Judul Ciptaan : **Business Plan "a Simple Strategy To Grow A Remarkable
Business"**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : **25 April 2019, di Surabaya**

Jangka waktu perlindungan : **Berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak Ciptaan tersebut pertama kali dilakukan Pengumuman.**

Nomor pencatatan : **000142101**

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL

Dr. Freddy Harris, S.H., LL.M., ACCS.
NIP. 196611181994031001



BISNIS PLAN

a simple strategy to grow
a remarkable business.

Candraningrat, S.E., M.SM

PRAKATA

Banyaknya ribuan mahasiswa lulus pada setiap tahunnya yang ada di Indonesia membuat banyak dari mereka yang hanya mempunyai peluang kecil untuk mendapatkan pekerjaan mengingat kecilnya persentase pembisnis di Indonesia. Entrepreneur yang ada di Indonesia masih 3,1 persen dari total penduduk di Indonesia, hal itu membuat pemimpin Indonesia mempunyai target entrepreneur yang ada di Indonesia meningkat di atas 14% dari total penduduk di Indonesia. Entrepreneur itu sendiri adalah seseorang atau sekelompok orang yang melakukan aktivitas wirausaha di passion mereka sendiri.

Untuk menjadi entrepreneur sebelumnya kalian harus mengetahui konsep perencanaan dalam sebuah usaha. Konsep tersebut adalah Bisnis Plan yaitu kegiatan yang dilakukan untuk awal anda menjadi entrepreneur. Bisnis Plan di sini terkandung dari banyaknya informasi dan data untuk kalian yang akan memulai menjadi entrepreneur. Adanya Bisnis Plan berguna untuk menuntun anda ke langkah-langkah yang akan dihadapi oleh calon entrepreneur, jadi sudah wajar calon entrepreneur memulainya dengan berpedoman pada Bisnis Plan yang ia buat. Namun pada jaman teknologi sekarang, sangat mudah mendapatkan Bisnis Plan yang sudah banyak menjadi pedoman entrepreneur yang sudah memulai bisnis terlebih dahulu. Keinginan penulis untuk mewujudkan peningkatan persentase pada jumlah entrepreneur di Indonesia, membuat penulis menciptakan buku ini dengan informasi selengkap-lengkapnyanya.

Dalam penulisan buku ini, penulis sangat dibantu oleh rekan-rekan mahasiswa dalam kegiatan mendapatkan informasi dan data-data yang penulis butuhkan. Dengan adanya buku ini, penulis berharap buku ini dapat menjadi pedoman dan sumber acuan para pemerintah, akademisi, dan calon entrepreneur termasuk anda untuk memungkinkan tingkat persentase entrepreneur di Indonesia berkembang.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang ikut campur dan mendukung dalam penulisan buku ini. Penulis akan terbuka jika ada masukan, saran, dan kritik dari pembaca untuk perbaikan pada buku ini di masa yang akan datang.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
PRAKATA.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
Tas Anyaman dari Tikar Pandan	1
LIM Collection	1
Mainan Edukatif Dari Kayu Bekas.....	23
Ciyaaroo	23
Olive Organic	38
Your skin care solution	38
Kerajinan Olahan Dari Tikar Tenun.....	49
Mats.id	49
Perhiasan Bahan Dasar Resin.....	65
SAM Stuff	65
Catering Diet	78
Catering Diet Roemah Mama	78
Kerajinan Dari Karton Duplek	97
Dan-Boru	97
Pipa Kreatif	112
Oemah Pipo	112



Tas Anyaman Dari Tikar Pandan

LIM Collection

60232 Jambangan,
Surabaya, Jawa Timur

LIM Collection adalah nama dari bisnis kami, LIM Collection memproduksi berbagai barang fashion berbahan baku dari tikar pandan yang kuat dan berkualitas namun dengan harga yang terjangkau.

EXECUTIVE SUMMARY

Di Indonesia industri kreatif biasa disebut dengan Industri budaya atau ekonomi kreatif. Industri kreatif tercipta dari pemanfaatan ilmu keterampilan yang dimiliki oleh setiap individu sehingga barang-barang yang tercipta memiliki keunikan tersendiri. Industri kreatif merupakan hasil dari kreatifitas dan daya cipta setiap individu. **Industri kreatif** memberikan peranan penting terhadap perekonomian suatu negara. Peran industri kreatif bisa meningkatkan ekonomi secara global. Sebagian orang berpendapat bahwa industri kreatif adalah sumber daya ekonomi utama. Sehingga saat ini banyak sektor industri yang lahir dari kreatifitas dan inovasi dari setiap individu.

LIM Collection adalah nama brand dan usaha kami, usaha LIM Collection ini bergerak di bidang fashion dan aksesoris kreatif dari bahan organik berupa tikar pandan, produk kami ini sangat cocok untuk dijadikan barang-barang fashion karena unik dan beda dari yang lain, terutama untuk para kaum wanita yang sangat memperhatikan masalah penampilan, khususnya yang berusia kisaran 20-60 tahun. Selain barang fashion beberapa produk kami juga cocok sebagai aksesoris pelengkap, contohnya tas laptop dan juga tempat tissue

Kegiatan bisnis LIM Collection ini awalnya dibuat karena masih jarang adanya produk fashion yang terbuat dari tikar pandan di Surabaya, yang dimana akhirnya LIM Collection ini memunculkan produk-produk fashion yang terbuat dari tikar pandan. LIM Collection membuat suatu produk fashion yang terbuat dari tikar pandan yang unik dan memiliki manfaat bagi masyarakat juga. Dan kami pun saling bertukar pikiran agar bisa mengembangkan bisnis LIM Collection. Akhirnya LIM Collection memunculkan produk-produk fashion yaitu Tas Oval, Tas V, Tas Laptop, Tas Bantal, Clutch, Pouch, dan Tempat Tissue. Dimana LIM Collection membuat beberapa produk pada setiap macam tasnya maupun tempat tissue.

Ide pembuatan tas dari tikar pandan ini kami dapatkan dari pengamatan saat melihat-lihat industri kreatif yang ada di daerah Surabaya ini. LIM Collection menemukan seorang pengrajin tikar pandan yang sudah tua namun kerajinannya hanya dijadikan tikar saja sehingga ibu pengrajin itu pun kurang mendapat penghasilan karena tikarnya tidak laku terjual, dan disana kami berhasil membantu sekaligus memanfaatkan keadaan tersebut untuk menciptakan produk LIM Collection ini. Produk LIM Collection ini telah beberapa kali di pasarkan/dipamerkan, salah satunya di kampus kami Stikom Surabaya dan juga di taman

bungkul saat CFD bahkan produk LIM Collection ini sudah ada di tokopedia dan bukalapak. Dari 2 pameran tersebut produk kami telah terjual 8 dari 10 produk yang kami buat untuk percobaan. LIM Collection mendapatkan beberapa masukan dari pelanggan untuk produk kami, namun respon pelanggan terhadap produk kami sangat positif dan sangat berguna untuk mengembangkan produk LIM Collection. Dan kami merencanakan untuk melanjutkan bisnis ini ke level yang berikutnya

Untuk di level berikutnya LIM Collection juga akan terus berinovasi dan memunculkan produk baru yang sangat menarik dan bermanfaat untuk pelanggan. Agar masyarakat berminat untuk membeli produk dari LIM Collection yang sudah dibuat. Produk LIM Collection dapat dipesan melalui sosial media seperti instagram, whatsapp, dan line. Produk-produk LIM Collection ini menggunakan bahan-bahan dari tikar pandan sebagai bahan dasar, kulit imitasi sebagai bahan untuk pembuatan cloutch, dan tissue decoupage yang digunakan untuk memberi motif pada produk-produk yang sudah kami produksi.

LIM Collection memiliki peluang bisnis yang cukup tinggi. Hal tersebut dikarenakan beberapa alasan yaitu masih jarang adanya produk fashion yang terbuat dari tikar pandan di daerah Surabaya, tikar pandannya mudah dicari, karena LIM Collection sudah memiliki distributor tikar pandan, dan Proses produksinya LIM Collection sudah memiliki beberapa orang yang ahli menjahit dengan jahitan yang rapi dan berkualitas.

DESCRIPTION OF THE BUSINESS

Di tengah serbuan beragam jenis tas buatan pabrik seperti saat ini, masyarakat ternyata juga masih mencari model atau jenis tas yang unik dan berbeda dengan yang dipakai oleh kebanyakan orang. Mulai dari warna hingga model semuanya istimewa. Industri kreatif menjadi salah satu alternatif untuk mengatasi hal tersebut lewat salah satu produk kreatif yaitu tas tikar pandan. Tikar pandan merupakan salah satu jenis tas hasil kerajinan tangan yang memiliki nilai eksklusivitas yang cukup tinggi. Apalagi dari segi harga tidak jauh berbeda, bahkan tas jenis ini masih jauh lebih murah dari tas-tas sejenisnya. Dari segi bentuk sangat unik dan warnanya juga begitu beragam.

Tas yang terbuat dari tikar pandan ini menjadi sesuatu yang berbeda karena dibuat dari tangan (80 %) dan mesin (20 %), sehingga coraknya bisa berbeda-beda. Jika tas yang dibuat dengan menggunakan mesin. Seribu tas persis sama bisa diproduksi dalam waktu yang cukup singkat, tetapi tas yang terbuat dari tikar pandan tentu tidak bisa. Tas yang dibuat dengan bahan dasar tikar pandan ternyata masih bisa mengejar kapasitas produksi apabila dilakukan dengan pengelolaan yang baik. Hal ini bisa dilakukan dengan mempekerjakan ibu-ibu rumah tangga dan kaum perempuan yang ada disekitar rumah sebagai tenaga kerja lepas. Di daerah Surabaya, masih jarang masyarakat yang menekuni bisnis tas yang terbuat dari tikar pandan ini, khususnya di pinggiran kota. Sehingga sangat memiliki peluang yang cukup besar untuk berkembang. Selain bisa dijadikan peluang bisnis baru oleh owner LIM Collection dan masyarakat sekitar, kerajinan tas tikar pandan juga bisa mengurangi angka pengangguran di daerah tersebut. Karena dari hasil survey pengamatan masyarakat dan data dari badan sensus penduduk 2018 sebagian besar perempuan di daerah pinggiran ini hanya berprofesi murni sebagai ibu rumah tangga saja.

Kebanyakan perempuan di daerah tersebut hanya lulusan sekolah dasar dan menengah sehingga kesulitan mendapatkan pekerjaan yang layak tanpa adanya ijazah yang tinggi, sehingga terjadi pernikahan dini. Ibu rumah tangga biasanya memiliki ketekunan dan kerajinan dalam menjalankan tugasnya sehari - hari, sehingga pengembangan kerajinan tas tikar pandan ini cocok untuk membantu menambah penghasilan keluarga.

Produk-produk LIM Colection ini antara lain:

1. Tas Oval & Tas V

Merupakan suatu tas yang berukuran cukup besar dan sangat cocok digunakan oleh ibu-ibu yang suka dengan produk-produk fashion.



Gambar 1 Tas Oval dan Tas V

2. Tas Laptop

Merupakan tas yang dipergunakan untuk mempermudah seorang siswa siswi bahkan juga mempermudah mahasiswa dan mahasiswi membawa laptopnya agar lebih aman.



Gambar 2 Tas Laptop

Tas Bantal

Merupakan tas yang sangat cocok digunakan oleh para wanita remaja yang suka dengan produk fashion, karena tas bantal ini sangat unik dan lucu.



Gambar 3 Tas Bantal

3. Clutch

Merupakan tas yang sangat berguna untuk menghadiri acara-acara resmi seperti acara pernikahan, tas ini bisa digunakan oleh remaja maupun ibu-ibu.



Gambar 4 Clutch

4. Pouch

Merupakan suatu tempat yang dapat digunakan untuk menyimpan barang-barang apa saja, seperti menyimpan make-up, mukenah, bahkan juga bisa digunakan untuk menyimpan barang-barang lainnya.



Gambar 5 Pouch

5. Tempat Tissue

Merupakan wadah/tempat untuk menyimpan tissue agar tidak terkena debu, tempat tissue ini sangat unik dan masih belum ada di Surabaya.



Gambar 6 Tempat Tissue

Tujuan

Tujuan untuk bisnis LIM Collection ini bertujuan untuk mempopulerkan tas anyaman dari tikar pandan, Untuk mengetahui bahwa suatu kreativitas kerajinan tangan dapat dijadikan peluang bisnis baru, memberdayakan masyarakat desa sekitar, mengurangi angka pengangguran, mencari keuntungan, menghasilkan produk-produk yang berkualitas, menambah pengalaman dan ilmu pengetahuan kewirausahaan dalam melakukan kegiatan usaha, mewujudkan kemampuan dan kemandirian dalam berwirausahaan untuk meningkatkan kemajuan dan kesejahteraan masyarakat, serta membudayakan semangat, sikap, perilaku dan kemampuan kewirausahaan dikalangan mahasiswa dan masyarakat yang mampu diandalkan dan terdepan dalam berwirausaha.

Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan LIM Collection yaitu mengoptimalkan peluang usaha yang ada, mempergunakan tikar pandan yang biasanya hanya digunakan untuk alas duduk saja, menyalurkan bakat dan kreativitas mahasiswa, menganekaragamkan jenis tas tikar pandan yang diciptakan, mendirikan dan mengembangkan usaha pembuatan rajutan dari kerajinan tangan, melatih kerja sama tim untuk mengembangkan bisnis LIM Collection.

MARKET

Target Market

Targeting LIM Collection untuk produk tikar pandan yang sudah dibuat yaitu untuk ibu-ibu maupun kalangan remaja juga bisa menggunakannya. Produk yang terbuat dari tikar pandan ini sangat langka, maka dari itu LIM Collection berinovasi untuk membuat tas oval, tas v, tas laptop, tas bantal, cloutch, pouch, dan tempat tissue. Produk-produk yang sudah diproduksi oleh LIM Collection ini terbuat dari tikar pandan. Produk yang sudah diproduksi LIM Collection ini mempunyai keunikan dan mempunyai ciri khas. LIM Collection sangat yakin bahwa konsumen akan tertarik dengan produk kami yang memiliki keunikan dan juga mempunyai ciri khas dengan harga yang murah. Positioning dari produk kami adalah menjadi produsen pengolah tikar pandan untuk dijadikan produk-produk fashion yang unik, murah, dan berkualitas.

Target Maket A

Jenis Kelamin	: Laki-Laki 20% dan Perempuan 80%
Tipe	: Pekerja kantoran dan Ibu rumah tangga
Umur	: 20-60 Tahun
Penghasilan	: Rp 300.000,- sampai Rp 500.000,-

Potensi Sumber Daya dan Peluang Pasar

Untuk saat ini sumberdaya kami hanya dari 1 pengerajin tikar pandan dan beberapa ibu-ibu rumah tangga yang telah bergabung dengan kami, namun untuk kedepannya kami akan mencari lagi sumber daya yang lebih besar. Kami akan bekerja sama dengan beberapa pengerajin tikar pandan di seluruh Surabaya dan akan memberdayakan lebih banyak lagi masyarakat yang tidak mendapat pekerjaan/hanya beediam diri dirumah.

Untuk peluang pasar kami sangat yakin bahwa produk kami akan dapat berkembang seiring berkembangnya juga industry kreatif yang ada di Indonesia. Beberapa masukan positif pun telah kami dapatkan dari beberapa konsumen dan juga pelanggan dari beberapa toko fashion yang kami jumpai.

Untuk saat ini kami masih memasarkan produk kami secara offline namun untuk kedepannya kami akan memasarkan produk kami secara online lewat beberapa toko online seperti bukalapak dan tokopedia. Kami juga telah memiliki instagram

untuk mengenalkan produk kami ini kepada para anak muda yang pastinya akan melihat-lihat produk kami dan jika mereka suka maka mereka akan merekomendasikan nya pada teman-teman mereka yang lain sehingga produk kami akan lebih dikenal tidak hanya di pasar offline namun juga online.

COMPETITION

Pada zaman sekarang banyak sekali model tas dan merk tas yang sudah dikenali oleh banyak masyarakat, meskipun banyak pesaing yang kami hadapi kami akan tetap memasarkan produk LIM Collection. LIM Collection akan tetap memasarkan produk-produk yang sudah diproduksi, karena produk yang sudah diproduksi atau bahkan yang sudah dijual ini memiliki keunikan yang masih jarang ditemui oleh masyarakat dan memiliki ciri khas. Dengan banyak produk yang sudah dibuat oleh LIM Collection ini bisa membuat customer tertarik atau berminat pada produk-produk LIM Collection. Dengan berjalannya waktu LIM Collection bisa terkenal dan bisa membuka stan seperti di mall.

MARKETING STRATEGY

Strategi Penjualan dan Pemasaran

Dalam strategi pemasaran ada beberapa hal yang harus diperhatikan seperti hasil produk, tempat, segi promosi, dan juga harga yang akan dipasarkan.

a. Produk

Hasil yang kami miliki terdapat beberapa keunikan dan ciri khas sebagai berikut :

- a) Menampilkan variasi bentuk yang beragam
- b) Penambahan kain vuring untuk memperkuat tas
- c) Mempunyai beragam warna
- d) Produk yang fungsional sesuai kebutuhan
- e) Memakai tikar pandan sebagai bahan dasar

b. Tempat

- a) Membuat stand pameran di kampus maupun di luar kampus
- b) Menyewa tempat untuk berjualan

c. Promosi

Media promosi yang digunakan LIM Collection ini yaitu melalui periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan publicitas (*publicity*). Iklan ini sangat membantu LIM Collection memberikan informasi kepada para pelanggan agar bisa tertarik atau berminat dengan produk-produk yang sudah dibuat oleh LIM Collection. Penggunaan iklan ini bisa melalui media sosial atau bahkan juga bisa melalui youtube. Promosi penjualan LIM Collection dapat dilakukan dengan cara mengadakan potongan harga, dan memberikan bonus hadiah yang sudah membeli produk-produk LIM Collection dalam jumlah harga diatas Rp 500.000,-. Publicitas adalah kegiatan promosi yang dilakukan seperti

pameran. Kegiatan publisitas dapat menambahkan beberapa konsumen/pelanggan karena kami langsung mengenalkan produk kami ke pelanggan tersebut.

d. Penjualan

- a) Mengikuti pameran di kampus maupun di luar kampus
- b) Melalui online seperti di instagram, buka lapak, dan tokopedia.
- c) Menitipkan produk di beberapa toko-toko fashion
- d) Menjual langsung ke konsumen

e. Harga

- a) Memberikan harga terjangkau bagi semua kalangan, yang tentunya harga produk bervariasi sesuai ukuran produk tersebut.
- b) Perbandingan harga produk kami dengan produk sejenis

Produk kami		Produk Lain	
Tas Oval	Rp 100.000,-	Tas Oval	Rp 200.000,-
Tas V	Rp 100.000,-	Tas V	Rp 175.000,-
Pouch	Rp 60.000,-	Pouch	Rp 70.000,-
Clutch	Rp 65.000,-	Clutch	Rp 100.000,-
Tas Bantal	Rp 70.000,-	Tas Bantal	Rp 95.000,-
Tas Laptop	Rp 80.000,-	Tas Laptop	Rp 100.000,-
Tempat Tissue	Rp 40.000,-	Tempat Tissue	Rp 50.000,-

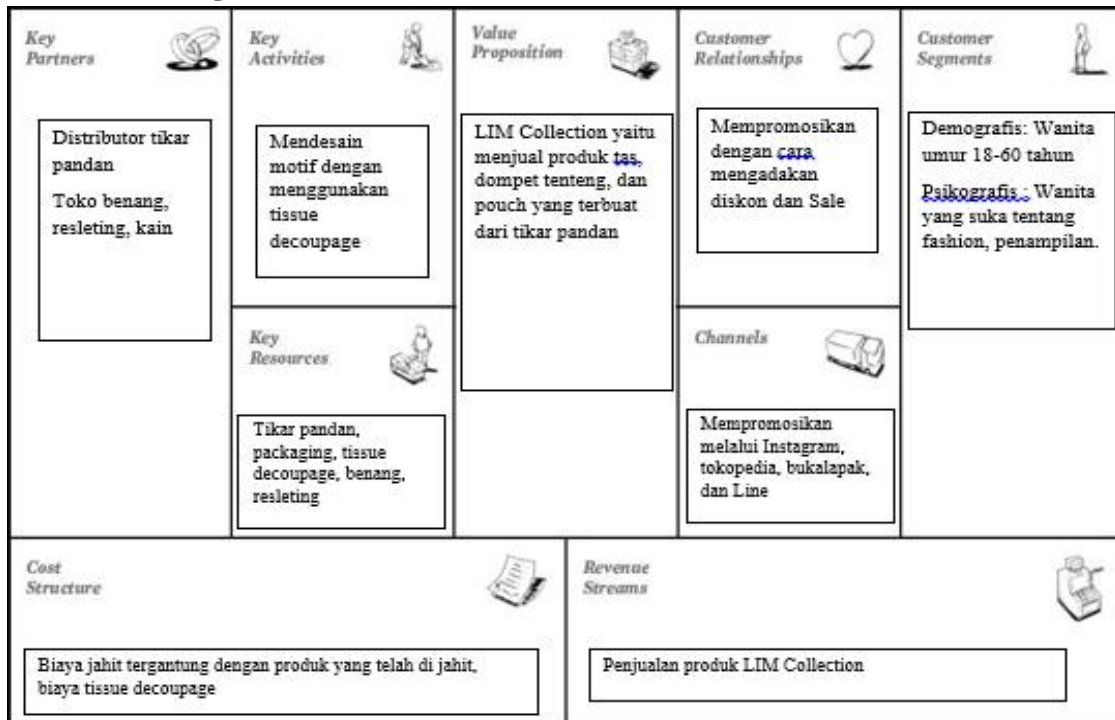
Strategi Bisnis

Strategi bisnis LIM Collection, akan selalu menciptakan inovasi-inovasi terbaru pada produk-produk tas yang berbahan dasar dari tikar pandan. Dalam strategi pemasaran LIM Collection dilakukan dengan cara menawarkannya secara langsung kepada para masyarakat, membuat stand di lingkungan kampus maupun diluar kampus, memasarkan produk melalui website dan social media seperti instagram dan juga memasarkan produk-produk LIM Collection melalui toko-toko online seperti bukalapak dan tokopedia.

Business Model Canvas

Keterangan:

1. Customer Segmen



Elemen pertama yang harus dimiliki dalam memulai bisnis model kanvas ini adalah menentukan segmen pelanggan mana yang akan menjadi target bisnis. LIM Collection memiliki 2 target pasar yaitu menurut demografis dan psikologis. Secara demografis yaitu wanita berumur 18-60 tahun, sedangkan secara psikologi yaitu wanita yang suka dengan fashion. Karena produk LIM Collection ini sangat tertuju pada seorang wanita.

2. Value Proposition

Pada elemen ini LIM Collection akan menjelaskan apa saja yang telah di produksi bahkan dijual oleh LIM Collection. Jadi LIM Collection menjual tas v, tas oval, tas bantal, tas laptop, clutch, pouch, dan tempat tissue. Produk-produk LIM Collection ini memakai bahan dasar dari tikar pandan dan memiliki kualitas dengan jahitan tas yang benar-benar kuat dan rapi.

3. Channel

Melalui penggunaan channels yang tepat, kemudian dapat menyampaikan value propositions kepada customer segments. Dengan cara mempromosikan langsung melalui social media seperti whatsapp, line, dan instagram. Bahkan juga di toko-toko online seperti bukalapak dan tokopedia.

4. Revenue Streams

Revenue streams merupakan bagian yang paling penting, di mana LIM Collection bisa memperoleh pendapatan dari pelanggan. Elemen ini harus dikelola semaksimal mungkin untuk meningkatkan pendapatan bisnis dan juga mengembangkan bisnis. *Revenue streams* LIM Collection adalah penjualan

produk-produk LIM Collection, dimana penjualan ini bisa dilakukan melalui online maupun offline.

5. Key Resource

Key resource adalah sekat dalam bisnis model kanvas yang berisikan daftar sumber daya yang sebaiknya direncanakan dan dimiliki Lim Collection untuk mewujudkan value proposition. Beberapa material dan alat yang dibutuhkan dalam memproduksi LIM Collection adalah tikar pandan, tissue decoupage, benang, resleting, dan mesin jahit. Tissue decoupage ini digunakan untuk memberikan desain pada produk-produk yang ada di LIM Collection.

6. Customer Relationship

Customer relationship merupakan elemen di mana LIM Collection menjalin ikatan dengan pelanggannya. Agar pelanggan tidak mudah berpaling pada produk lain, kami memberikan beberapa relationship seperti mempromosikan dengan cara mengadakan diskon dan sale

7. Key Activities

Key activities adalah semua aktivitas yang berhubungan dengan produktivitas LIM Collection yang berkaitan dengan sebuah produk, di mana kegiatan utamanya adalah mendesain produk menggunakan tissue decoupage. Setelah produk-produk tersebut sudah jadi, ada beberapa produk yang akan kami desain menggunakan tissue decoupage. Dengan cara seperti itu, akan bisa menarik minat pelanggan.

8. Key Partner

Key partner bertujuan untuk pengorganisasian aliran suatu produk LIM Collection. Posisi-posisi partner kunci tersebut bermanfaat untuk efisiensi dan efektivitas dari *key activities* yang telah dibuat. Beberapa partner LIM Collection untuk memudahkan proses produksi yaitu bekerja sama dengan distributor tikar pandan, toko benang, resleting dan kain. Karena bahan dasar utama produk LIM Collection yaitu tikar pandan.

9. Cost Structure

Cost structure merupakan elemen terakhir yang tak kalah pentingnya dengan kedelapan elemen lainnya adalah struktur pembiayaan. Mengelola biaya secara efisien akan membuat bisnis yang dijalani menjadi lebih hemat dan bisa meminimalkan risiko kerugian. Biaya-biaya yang dikeluarkan dalam memproduksi LIM Collection yaitu biaya jahit pada setiap produk-produk LIM Collection dan juga biaya tissue decoupage yang digunakan untuk desain produk.

LOCATION

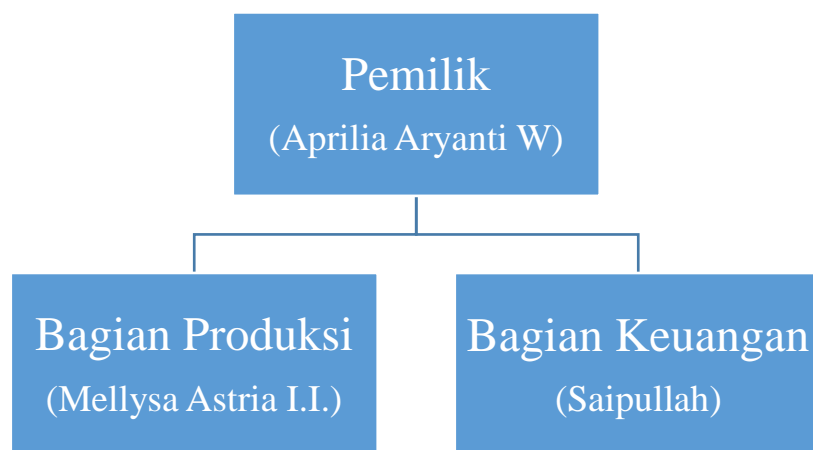
LIM Collection bertempat di Jambangan 7 No. 11 Surabaya. Tempat tersebut merupakan tempat produksi kami yang sampai saat ini masih memproduksi. Di sinilah juga awal mula kami mengembangkan usaha ini. selain melakukan penjualan di saat pameran dan juga di tempat produksi kami juga menitipkan produk kami ini di toko/butik terdekat sehingga masyarakat dapat lebih mengenal tentang produk kami ini.

Tas ini terbuat dari tikar pandan yang dapat digunakan oleh ibu-ibu bahkan para remaja. Sebelum tikar pandan dijadikan tas, pouch, dan dompet maka tikar pandan harus di amplas dan direndam terlebih dahulu agar tikar pandan yang dijadikan tas, pouch, dan dompet terlihat lebih sempurna dan bisa menarik para konsumen agar membeli produk tas, pouch, dan dompet yang terbuat dari tikar pandan ini. Setelah diampelas dan direndam, tikar pandan ini dijemur dalam jangka waktu selama 1 hari agar terlihat lebih sempurna dan warnanya terlihat lebih bersih. Setelah dijemur, maka tikar pandan siap dijahit agar bisa dijadikan tas oval, tas v, tas bantal, tas laptop, cloutch, pouch, dan tempat tissue

MANAGEMENT

LIM Collection didirikan oleh 3 orang mahasiswa dari Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, yaitu dari mahasiswa Fakultas Bisnis jurusan S1 Manajemen. Mahasiswa tersebut bernama Aprilia Aryanti W, Saipullah, dan Mellysa Astria I.I. LIM Collection ini didirikan sejak tahun 2017, dimana 3 mahasiswa tersebut pada saat semester 2. Dengan adanya LIM Collection ini akan bisa mempergunakan tikar pandan yang awalnya hanya digunakan untuk alas duduk saja. Sehingga LIM Collection membuat beberapa macam produk yang memiliki keunikan dan bahkan belum ada produk fashion seperti LIM Collection ini di Surabaya.

Struktur Organisasi



PERSONNEL

LIM Collection memiliki orang yang ahli dalam menjahit produk-produk yang sudah kami pasarkan atau kami jual. Kami sudah mengetahui bahwa jahitan orang tersebut menghasilkan tas yang bagus dan juga tas yang berkualitas. Produk-produk yang sudah di jahit oleh orang tersebut sangat rapi dan kuat. Bahkan pada saat ada sisa tikar pandan, tikar pandan tersebut dibuat tempat tissue yang sangat unik dan belum ada di Surabaya. Produk-produk LIM Collection juga ada desain yang terbuat dari Tissue Decoupage.

FINANCIAL ANALYSIS

Fixed Cost

No	Uraian	Satuan	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Mesin Jahit	1 Buah	Rp. 5.000.000	Rp. 5.000.000
2	Jarum	1 Pack	Rp. 20.000	Rp. 20.000
3	Meteran	1 Buah	Rp. 30.000	Rp. 30.000
4	Gunting	3 Buah	Rp. 10.000	Rp. 30.000
5	Amplas	1 Buah	Rp. 10.000	Rp. 10.000
6	Stand Booth	1 Buah	Rp. 2.435.000	Rp. 2.435.000
Sub Total				Rp. 7.525.000

Variabel Cost

No	Material	Unit	Harga/Unit (Rp)	Jumlah Harga (Rp.)
1	Tikar Pandan	80 Meter	Rp. 40.000	Rp. 3.200.000
2	Tissue Decoupage	100 Lembar	Rp. 5.000	Rp. 500.000
3	Kulit Imitasi	15 Meter	Rp. 20.000	Rp. 300.000
4	Lem Khusus Untuk Tissue Decoupage	10 Liter	Rp. 50.000	Rp. 500.000
5	Benang	4 Pack	Rp. 20.000	Rp. 80.000
6	Kain	35 Meter	Rp. 10.000	Rp. 350.000
7	Resleting	20 Meter	Rp. 20.000	Rp. 400.000
8	Tenaga Kerja	5 orang	Rp. 35.000	Rp. 175.000
Sub Total				Rp. 5.505.000

Menghasilkan 90 produk yang terdiri dari:

20pcs tas oval, 10pcs tas v, 20pcs cloutch, dan 20pcs pouch, 10 tas laptop, 5 tas bantal, dan 5 tempat tissue

Perhitungan HPP

Tas Oval

Laporan pemakaian bahan baku

Persediaan bahan baku		Rp. –
Pembelian	Rp. 20.000	
Biaya angkut	Rp. 3.000	
Pembelian Bersih		Rp. 23.000
_____+		
Barang baku siap produksi		Rp. 23.000
Persediaan bahan baku (Akhir)		Rp. –
Pemakaian bahan baku		Rp. 23.000

Laporan harga pokok produksi

Persediaan barang proses (Awal)		Rp. –
Biaya produksi		
Bahan baku	Rp. 23.000	
Tenaga kerja langsung	Rp. 7.500	
_____+		
	Rp. 30.500	

BOP :		
Tikar pandan	Rp. 20.000	
Kulit imitasi	Rp. 15.000	
Kain	Rp. 10.000	
Benang	Rp. 6.000	
Resleting	Rp. 2.000	
_____+		
Total BOP	Rp. 53.000	

Biaya Pabrik	Rp. 83.500
Biaya Produksi	Rp. 83.500
Persediaan barang dalam proses (Akhir)	Rp. –
Harga Pokok Produksi	Rp. 83.500

Tas V

Laporan pemakaian bahan baku

Persediaan bahan baku		Rp. –
Pembelian	Rp. 20.000	
Biaya angkut	Rp. 3.000	
Pembelian Bersih		Rp. 23.000
_____+		
Barang baku siap produksi		Rp. 23.000
Persediaan bahan baku (Akhir)		Rp. –
Pemakaian bahan baku		Rp. 23.000

Laporan harga pokok produksi

Persediaan barang proses (Awal)		Rp. –
Biaya produksi		
Bahan baku	Rp. 23.000	
Tenaga kerja langsung	Rp. 7.500	
	_____+	
	Rp. 30.500	
BOP :		
Tikar pandan	Rp. 20.000	
Kulit imitasi	Rp. 15.000	
Kain	Rp. 10.000	
Benang	Rp. 6.000	
Resleting	Rp. 2.000	
	_____+	
Total BOP	Rp. 53.000	

Biaya Pabrik	Rp. 83.500
Biaya Produksi	Rp. 83.500
Persediaan barang dalam proses (Akhir)	Rp. –
Harga Pokok Produksi	Rp. 83.500

Pouch

Laporan pemakaian bahan baku

Persediaan bahan baku		Rp. –
Pembelian	Rp. 10.000	
Biaya angkut	Rp. 3.000	
	_____ +	
Pembelian Bersih		Rp. 13.000
Barang baku siap produksi		Rp. 13.000
Persediaan bahan baku (Akhir)		Rp. –
Pemakaian bahan baku		Rp. 13.000

Laporan harga pokok produksi

Persediaan barang proses (Awal)		Rp. –
Biaya produksi		
Bahan baku	Rp. 13.000	
Tenaga kerja langsung	Rp. 7.500	
	_____ +	
	Rp. 20.500	
BOP :		
Tikar pandan	Rp. 10.000	
Kain kulit	Rp. 8.000	
Kain	Rp. 5.000	
Benang	Rp. 6.000	
Resleting	Rp. 1.200	
	_____ +	
Total BOP	Rp. 30.200	

Biaya Pabrik	Rp. 50.700
Biaya Produksi	Rp. 50.700
Persediaan barang dalam proses (Akhir)	Rp. –
Harga Pokok Produksi	Rp. 50.700

Cloutch

Laporan pemakaian bahan baku

Persediaan bahan baku		Rp. –
Pembelian	Rp. 10.000	
Biaya angkut	Rp. 3.000	
	_____ +	
Pembelian Bersih		Rp. 13.000
Barang baku siap produksi		Rp. 13.000
Persediaan bahan baku (Akhir)		Rp. –
Pemakaian bahan baku		Rp. 13.000

Laporan harga pokok produksi

Persediaan barang proses (Awal)		Rp. –
Biaya produksi		
Bahan baku	Rp. 13.000	
Tenaga kerja langsung	Rp. 7.500	
	_____ +	
	Rp. 20.500	
BOP :		
Tikar pandan	Rp. 10.000	
Kulit Imitasi	Rp. 15.000	
Kain	Rp. 5.000	
Benang	Rp. 6.000	
Resleting	Rp. 1.200	
	_____ +	
Total BOP	Rp. 37.200	

Biaya Pabrik	Rp. 57.700
Biaya Produksi	Rp. 57.700
Persediaan barang dalam proses (Akhir)	Rp. –
Harga Pokok Produksi	Rp. 57.700

Tas Laptop

Laporan pemakaian bahan baku

Persediaan bahan baku		Rp. –
Pembelian	Rp. 25.000	
Biaya angkut	Rp. 3.000	
Pembelian bersih		Rp. 28.000
		+
Barang baku siap produksi		Rp 28.000
Persediaan bahan baku (akhir)		Rp –
Pemakaian bahan baku		Rp 28.000

Laporan harga pokok produksi

Persediaan barang proses (Awal)		Rp. –
Biaya produksi		
Bahan baku	Rp. 28.000	
Tenaga kerja langsung	Rp. 7.500	
	_____ +	
	Rp. 35.500	

BOP :

Tikar pandan	Rp. 20.000
Kain	Rp. 10.000
Benang	Rp. 6.000
Resleting	Rp. 2.000
	_____ +
Total BOP	Rp. 38.000

Biaya Pabrik	Rp. 73.500
Biaya Produksi	Rp. 73.500
Persediaan barang dalam proses (Akhir)	Rp. –
Harga Pokok Produksi	Rp. 73.500

Tas Bantal

Laporan pemakaian bahan baku

Persediaan bahan baku		Rp. –
Pembelian	Rp. 15.000	
Biaya angkut	Rp. 3.000	
Pembelian bersih		Rp. 18.000
		+
Barang baku siap produksi		Rp 18.000
Persediaan bahan baku (akhir)		Rp –
Pemakaian bahan baku		Rp 18.000

Laporan harga pokok produksi

Persediaan barang proses (Awal)		Rp. –
Biaya produksi		
Bahan baku	Rp. 18.000	
Tenaga kerja langsung	Rp. 7.500	
	_____ +	
	Rp. 25.500	

BOP :

Tikar pandan	Rp. 20.000
Kain	Rp. 5.000
Benang	Rp. 6.000
Magnet (perekat)	Rp 2.500
	_____ +
Total BOP	Rp. 38.000

Biaya Pabrik	Rp. 63.500
Biaya Produksi	Rp. 63.500
Persediaan barang dalam proses (Akhir)	Rp. –
Harga Pokok Produksi	Rp. 63.500

Tempat Tissue

Laporan pemakaian bahan baku

Persediaan bahan baku		Rp. –
Pembelian	Rp. 7.000	
Biaya angkut	Rp. 3.000	
Pembelian bersih		Rp 10.000
		+
Barang baku siap produksi		Rp 10.000
Persediaan bahan baku (akhir)		Rp –
Pemakaian bahan baku		Rp 10.000

Laporan harga pokok produksi

Persediaan barang proses (Awal)		Rp. –
Biaya produksi		
Bahan baku	Rp. 10.000	
Tenaga kerja langsung	Rp. 5.000	
	+ Rp. 15.000	
BOP :		
Tikar pandan	Rp. 10.000	
Lem	Rp. 5.000	
Kertas Duplek	Rp. 5.000	
	+ Rp. 20.000	
Total BOP		

Biaya Pabrik	Rp. 35.000
Biaya Produksi	Rp. 35.000
Persediaan barang dalam proses (Akhir)	Rp. –
Harga Pokok Produksi	Rp 35.000

Uraian	Kuantitas	Harga Jual	Total
Tas Oval	20 Pcs	Rp. 100.000	Rp. 2.000.000
Tas V	10 Pcs	Rp. 100.000	Rp. 1.000.000
Pouch	20 Pcs	Rp. 60.000	Rp. 1.200.000
Cloutch	20 Pcs	Rp 65.000	Rp. 1.300.000
Tas Laptop	10 Pcs	Rp 80.000	Rp 800.000
Tas Bantal	5 Pcs	Rp 70.000	Rp 350.000
Tempat Tissue	10 Pcs	Rp 40.000	Rp 400.000
TOTAL			Rp. 7.050.000

Hasil Produksi dan Pendapatan Per Bulan

Harga Jual Tas Oval

Harga jual = Rp 100.000,-

Target penjualan (1 bulan) 20pcs X Rp 100.000,- = Rp 2.000.000,-

Harga Jual Tas V

Harga jual = Rp 100.000

Target penjualan (1 bulan) 10pcs X Rp 100.000 = Rp 1.000.000

Harga Jual Pouch

Harga jual = Rp 60.000

Target penjualan (1 bulan) 20pcs X Rp 60.000 = Rp 1.200.000

Harga Jual Clutch

Harga jual = Rp 65.000

Target penjualan (1 bulan) 20pcs X Rp 65.000 = Rp 1.300.00

Harga Jual Tas Laptop

Harga jual = Rp 80.000

Target penjualan (1 bulan) 10pcs X Rp 80.000 = Rp 800.000

Harga Jual Tas Bantal

Harga jual = Rp 70.000

Target penjualan (1 bulan) 5pcs X Rp 70.000 = Rp 350.000

Harga Jual Tempat Tisu

Harga jual = Rp 40.000

Target penjualan (1 bulan) 10pcs X Rp 40.000 = Rp 400.000

Analisis Harga Jual

1. Pesaing/ Harga Pasar

Dari beberapa survei yang telah kami lakukan, kami mendapatkan informasi dari para pesaing mengenai harga produk yang sudah mereka miliki. Dari pesaing sejenis dengan produk LIM Collection yang ada di Tunjungan Plaza, kami mendapat bahwasannya disana harga dari produk mereka berkisaran antara Rp 100.000 sampai Rp 150.000 untuk harga produk clutch. Sedangkan untuk produk LIM Collection harga untuk satu produk clutch Rp 65.000. Harga tersebut telah kami pertimbangkan dari hasil survei dan perhitungan HPP yang kami miliki.

2. Presentase

Berdasarkan Persentase (Mengambil keuntungan 20% / Produk) adalah sebagai berikut:

Tas Oval

$$83.500 \times \frac{20}{100} = 16.700$$

Jadi harga jualnya adalah Rp.83.500 + Rp.16.700 = Rp. 100.200

Tas V

$$83.500 \times \frac{20}{100} = 16.700$$

Jadi harga jualnya adalah Rp.83.500 + Rp.16.700 = Rp. 100.200

Pouch

$$50.700 \times \frac{20}{100} = 10.140$$

Jadi harga jualnya adalah Rp. 50.700 + Rp. 10.140 = Rp. 60.840

Clutch

$$57.700 \times \frac{20}{100} = 11.540$$

Jadi harga jualnya adalah Rp. 57.700 + Rp. 11.540 = Rp. 69.240

Tas Laptop

$$73.500 \times \frac{20}{100} = 14.700$$

Jadi harga jualnya adalah Rp. 73.500 + Rp 14.700 = Rp 88.200

Tas Bantal

$$63.500 \times \frac{20}{100} = 12.700$$

Jadi harga jualnya adalah Rp. 63.500 + Rp. 12.700 = Rp. 76.200

Tempat Tisu

$$35.500 \times \frac{20}{100} = 7.000$$

Jadi harga jualnya adalah Rp 35.500 + Rp 7.000 = 42.000

3. Balik Modal

Break event point adalah suatu titik atau keadaan dimana penjualan dan pengeluaran sama atau suatu kondisi dimana penjualan perusahaan cukup untuk menutupi pengeluaran bisnisnya.

Berikut adalah Break Event Point (BEP) dari LIM Collection :

Break Event Point (BEP)

Dari data tersebut diatas dapat disajikan perhitungan Rugi/Laba dalam satu Bulan rata-rata adalah :

Pendapatan – Biaya Produksi (Variabel) Per Bulan

= Rp 7.050.000 – Rp 5.505 .000

= Rp 1.545.000

Perhitungan BEP

Modal : Keuntungan = Rp 13.030.000 : Rp 1.545.000

= **8,4 (8 Bulan)**

Mainan Edukatif Dari Kayu Bekas

Ciyaaro

60134 Tambak Sari,
Surabaya, Jawa Timur

Ciyaaro adalah nama dari bisnis kami, Ciyaaro memproduksi berbagai mainan edukatif berbahan baku kayu yang kuat dan berkualitas namun dengan harga yang terjangkau.

1.0 Executive Summary

Seiring berkembangnya zaman banyak orang yang mulai berpikir untuk bekerja kepada diri sendiri. Seperti membangun sebuah industri kreatif yang didasarkan dengan beragam hobi. Industri kreatif adalah sebuah aktivitas ekonomi yang terkait dengan menciptakan atau menggunakan pengetahuan informasi. Industri kreatif di Indonesia dapat dikatakan sebagai Industri budaya atau ekonomi kreatif. Industri kreatif tercipta dari pemanfaatan serta keterampilan yang dimiliki oleh setiap individu untuk bisa membuat lapangan pekerjaan baru, semua itu bertujuan untuk menciptakan kesejahteraan di daerah. Industri kreatif merupakan hasil dari kreatifitas dan daya cipta setiap individu. Industri kreatif merupakan hasil dari kreatifitas dan daya cipta setiap individu. **Industri kreatif** memberikan peranan penting terhadap perekonomian suatu negara. Peran industri kreatif bisa meningkatkan ekonomi secara global, sebagian orang berpendapat bahwa kreativitas manusia adalah sumber daya ekonomi utama. Sehingga saat ini banyak sektor industri yang lahir dari kreatifitas dan inovasi dari setiap individu. Di Indonesia terdapat berbagai macam sektor yang termasuk kedalam industri kreatif dan perkembangan setiap tahunnya semakin meningkat.

Sektor kerajinan merupakan jenis industri kreatif yang di dalamnya meliputi proses kreasi, produksi dan juga distribusi dari suatu produk kerajinan yang dihasilkan. Sektor kerajinan ini dibuat oleh tenaga pengrajin mulai dari desain hingga proses penyelesaiannya. Sektor kerajinan memanfaatkan serat alam maupun buatan seperti, kulit, rotan, bambu, dan kayu dan nantinya akan dibuat menjadi seni kerajinan yang memiliki nilai jual yang tinggi. Sektor kerajinan seperti ini sudah lama ada di Indonesia bahkan pangsa pasar yang dimiliki sudah mendunia. Namun untuk membuat sektor kerajinan ini maju, yang diperlukan adalah kerja keras dalam

mempromosikan atau memperkenalkan kerajinan tersebut. Banyak beberapa barang disekitar kita yang tidak terpakai begitu saja dan tidak tahu apakah kita bisa membuatnya lebih bermanfaat atau tidak seperti halnya kayu bekas. Pada umumnya kayu memiliki berbagai macam ukuran dan memiliki beberapa macam ketebalan. Biasanya kayu bekas dibuang sia-sia begitu saja, padahal kita dapat mengolah kembali kayu bekas menjadi barang yang bermanfaat dan bernilai tinggi.

Ide pembuatan mainan edukatif dari kayu bekas ini kami dapatkan dari pemanfaatan barang barang yang jarang digunakan sebagai bahan utama dalam pembuatan barang. Sebelumnya banyak kayu bekas tidak dimanfaatkan sebaik-baiknya, sehingga ini dapat menjadi peluang bagi bisnis yang kami jalankan.

Prospek pengembangan Ciyaaro sebagai mainan edukatif merupakan salah satu produk olahan dari pemanfaatan kayu. Hasil mainan ini dihias dengan cat berwarna warni dan aman untuk anak kecil yang membuat produk ini semakin banyak peminat. Ciyaaro dapat dijadikan peluang usaha yang sangat menjanjikan karena untuk memperoleh kayu saja bisa dengan mudah didapatkan. Ciyaaro memiliki peluang usaha yang cukup tinggi. Hal tersebut dikarenakan beberapa alasan, diantaranya:

- Di daerah Surabaya dan Sidoarjo masih belum banyak yang memproduksi mainan ini.
- Bahan baku mudah diperoleh sehingga ketersediannya cukup terpenuhi.
- Proses produksi tidak membutuhkan biaya yang besar, mudah, dan praktis.

2.0 Description of The Business

Ciyaaro merupakan mainan edukatif yang terbuat dari kayu dan menggunakan cat yang aman untuk anak-anak kecil. Nama “Ciyaaro” itu sendiri diambil dari Bahasa Somalia yang memiliki arti mainan. Ciyaaro ini memiliki desain yang unik sehingga dapat menarik daya tarik anak-anak kecil. Dengan berorientasikan dengan mencerdaskan dan membantu mengasah motorik dari anak – anak melalui berbagai macam media mainan. Di setiap permainan memiliki arti tujuan dan manfaat bagi anak – anak. Walaupun teknologi seperti ini terus berkembang, mainan edukatif juga tetap eksis dan banyak disenangi oleh anak – anak agar tidak kecanduan terhadap game online yang dapat memicu kemalasan untuk belajar. Kami mendesain dan

memproduksi mainan ini dengan menggunakan bahan – bahan yang ramah lingkungan dan hal yang terpenting aman jika digunakan oleh anak – anak usia 2 tahun ke atas. Bahan dari mainan ini berasal dari kayu yang sangat ringan tipe kayu jati belanda dan kayu sejenisnya yang memiliki tekstur yang hampir sama. Produk yang kami jual adalah sebagai berikut:

1. Geometry Truck

Berisi 3 macam puzzle yaitu segitiga, persegi panjang, dan lingkaran. Dimana setiap bentuk berisi 3 macam warna yang dapat memikat anak-anak kecil.



Gambar 1. Geometry Truck

2. Rainbow Train Block

Berisi bermacam-macam bentuk dan tingkat kesulitannya lebih susah dibandingkan dengan Geometry Truck karena anak-anak kecil harus memilih bentuk yang cocok agar bisa disatukan. Hal ini sangat bagus sekali karena dapat mengasah kecerdasan anak.



Gambar 2. Rainbow Train Block

3. Rainbow Clock

Salah satu produk Ciyaaro yang kami buat agar anak dapat mengenal angka dan arah jarum jam yang benar. Selain itu, angka-angka di produk kami bisa dilepas pasang tujuannya adalah agar anak-anak dapat mengurutkan angka dengan benar.



Gambar 3. Rainbow Clock

2.1 Tujuan

Ciyaaro memiliki tujuan yaitu untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya, memanfaatkan peluang di dunia industri kreatif, melestarikan lingkungan sekitar dengan memanfaatkan limbah dari bekas peti kemas, menambah pengalaman dan ilmu pengetahuan kewirausahaan dalam melakukan kegiatan usaha, mewujudkan kemampuan dan kemandirian dalam berwirausahaan untuk meningkatkan kemajuan dan kesejahteraan masyarakat, serta membudayakan semangat, sikap, perilaku dan kemampuan kewirausahaan dikalangan mahasiswa dan masyarakat yang mampu diandalkan dan terdepan dalam berwirausaha.

2.2 Manfaat

Keuntungan yang dapat diperoleh oleh pemilik usaha yaitu dapat menjadikan sebagai pengalaman dalam berbisnis serta dapat menjadi pembelajaran dalam menjalankan bisnis -bisnis yang lain yang lebih besar. Pembelajaran yang diperoleh seperti bagaimana cara melayani konsumen, serta bagaimana supaya karyawan menjadi senang dengan kebijakan yang kita tetapkan, dan lain sebagainya. Selain itu, dengan adanya mainan edukatif ini, dapat menjadi alternatif bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan permainan mereka. Selain itu juga secara tidak langsung dapat

membuka lapangan kerja bagi masyarakat yang membutuhkan pekerjaan, karna apabila usaha ini telah berkembang maka membutuhkan tenaga kerja untuk membantu dalam kelancaran usaha.

3.0 Market

3.1 Target Market

Target pasar Ciyaaro adalah para anak-anak kecil diatas 2 tahun. Ciyaaro menargetkan anak-anak kecil, karena anak-anak kecil suka dengan mainan. Kayu bekas kebanyakan tidak dimanfaatkan dengan baik sehingga ini dapat menjadi peluang yang sangat besar bagi bisnis kami, maka dari itu kami membuat inovasi kayu bekas untuk dijadikan mainan edukatif seperti Geometry Truck, Rainbow Train Block, dan Rainbow Clock. Karena keunikan produk kami dan memiliki ciri khas tersendiri maka kami yakin dapat menarik perhatian konsumen. Dalam menawarkan produk, Ciyaaro melayani konsumen dengan baik, dan membuat produk sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen agar kami tidak mengecewakan konsumen. Di dalam pemasarannya, Ciyaaro menerapkan Segmentasi, Targeting, dan Positioning yaitu:

a) Segmentasi Demografi

Ciyaaro ini di targetkan untuk anak yang berusia 2 tahun ke atas, mainan ini juga dapat dimainkan oleh semua jenis kelamin baik pria maupun wanita, harga yang ditawarkan pun terbilang murah jadi untuk semua kalangan maupun atas, menengah dan bawah dapat memiliki mainan ini.

b) Segmentasi Psikografi

Pada segmentasi ini pembeli dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan:

- Status sosial : Ciyaaro ditujukan untuk kalangan menengah ke bawah, Karena perekonomian di Indonesia lebih mengarah kepada kalangan menengah ke bawah.
- Gaya hidup : Semua gaya hidup (modern, tradisional, kuno, boros, hemat, mewah).
- Kepribadian : Anak-Anak yang memiliki kepribadian suka bermain, memiliki rasa ingin tahu.

3.2 Potensi Sumber Daya dan Peluang Pasar

Meskipun banyak sekali penjualan mainan edukatif ini baik skala besar maupun skala kecil yang menjalankan usaha di bidang mainan ini. Tetapi, tidak menutup

kemungkinan untuk menjalani kegiatan ini. Karena produk ini memiliki karakteristik yang berbeda dari produk lainnya yang sejenis, serta harga yang sangat terjangkau bagi semua kalangan dan terbuat dari bahan yang aman untuk anak-anak kecil.

Promosi merupakan suatu kegiatan mengenalkan produk kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan hasil penjualan. Untuk dapat meningkatkan hasil penjualan Ciyaaro maka perlu dilakukan yang namanya promosi. Bentuk promosi yang dilakukan yaitu melalui mulut ke mulut, media sosial (Instagram, toko online, dll), brosur, dan mempromosikan ke paud di sekitar area.

4.0 Competitor

Persaingan kami sangat banyak, yaitu seperti produk-produk mainan edukatif yang dijual di toko-toko lain bahkan yang dijual di mall-mall. contohnya adalah toko mainan edukatif “Bianglala Edutoys” yang terletak di Ruko 21 Klampis, Jl. Arif Rahman Hakim No.8, Klampis Ngasem, Sukolilo, Surabaya, Toko Buku Gramedia, produsen mainan plastik Negara China, UMKM mainan kayu. Tetapi dengan persaingan tersebut kami berinovasi dan memanfaatkan pemasaran teknologi saat ini, karena produk kami ini lebih unik dari produk mainan lainnya dan bahkan produk kami ini juga lebih murah dari produk-produk mainan lainnya. Untuk mengatasi persaingan tersebut, kami juga melakukan cara seperti memberikan diskon pada produk-produk kami dengan tetap mempertahankan kualitas produk-produk yang kami jual. Dengan memberikan diskon tersebut bertujuan agar konsumen tetap tertarik dengan produk-produk yang kami jual dan tidak berpindah ke toko atau tempat produk mainan lainnya. Kami juga melakukan promosi produk-produk kami agar dapat menarik konsumen untuk membeli produk kami. Selain itu kami membuat model mainan yang bervariasi.

5.0 Market Strategy

5.1 Strategi Penjualan dan Pemasaran

Dalam strategi pemasaran ada beberapa hal yang harus diperhatikan seperti hasil produk, tempat, segi promosi, dan juga harga yang akan dipasarkan.

f. Produk

Hasil harus memiliki beberapa keunikan dan ciri khas sebagai berikut :

- f) Menampilkan variasi bentuk yang beragam
- g) Mempunyai beragam warna
- h) Produk yang aman untuk anak-anak kecil

g. Tempat

- c) Membuat stand pameran di kampus maupun di luar kampus

h. Promosi

- a) Melalui brosur yang akan disebar di tempat cfd, perbelanjaan, taman kanak-kanak, paud, dll.
- b) Mengikuti pameran di kampus maupun di luar kampus
- c) Melalui online seperti di instagram.
- d) Melalui Tokopedia dan Bukalapak

i. Harga




Memberikan harga terjangkau bagi semua kalangan, yang tentunya harga produk bervariasi sesuai ukuran produk tersebut.

Keterangan

Harga/Unit (Rp)

<i>Geometry Truck</i>	Rp. 185.000
<i>Rainbow Train Block</i>	Rp. 150.000
<i>Rainbow Clock</i>	Rp. 86.000

Strategi Bisnis

Key Partners  Pengepul kayu bekas Toko Cat Toko Kemasan	Key Activities  Pengemasan, desain mainan, penjualan Key Resources  Tenaga produksi, tenaga desain, tenaga penjualan	Value Proposition  Ciyaaro yaitu menjual mainan edukatif yang terbuat dari kayu bekas dan menggunakan bahan yang aman untuk anak-anak dan ramah lingkungan.	Customer Relationships  Memberikan bonus seperti buy 1 get 1, ritel, Memberikan diskon Channels  Iklan, brosur, pameran, sosial media, Promosi ke paud	Customer Segments  Anak kecil diatas 2 tahun, dan Orang tua yang memiliki anak diatas 2 tahun.
Cost Structure  Biaya Produksi Mainan, Biaya Pengecatan Mainan, dan Biaya Packaging Mainan		Revenue Streams  Penjualan langsung online / offline Konsinyasi		

Gambar 4. Business Model Canvas Ciyaaro

Keterangan:

1. Customer Segments

Customer segments berisi mengenai siapa customernya, Produk atau layanan Anda akan dijual ke siapa, Idealnya lakukan riset untuk memastikan customer segments.

Customer segments kami bagi dalam :

- Segmentasi Demografi

Ciyaaro ini di targetkan untuk anak yang berusia 2 tahun ke atas, mainan ini juga dapat dimainkan oleh semua jenis kelamin baik pria maupun wanita, harga yang ditawarkan pun terbilang murah jadi untuk semua kalangan maupun atas, menengah dan bawah dapat memiliki mainan ini.

- Segmentasi Psikografi

Pada segmentasi ini pembeli dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan:

- a. Status Sosial: Ciyaro ditujukan untuk semua kalangan yang ada mengingat harga yang kita tawarkan cukup ekonomis sehingga berorientasi kepada kalangan menengah ke bawah.
- b. Gaya hidup: Segmentasi gaya hidup pelanggan yang kami tuju adalah modern dan mengikuti perkembangan era yang ada.

2. Value Proposition

Value proposition berisi produk atau layanan apa yang ditawarkan, Dalam bisnis selalu ada produk atau jasa yang ditawarkan. Ciyaro menawarkan produk mainan dukatif yang terbuat dari kayu bekas dan menggunakan bahan yang aman untuk anak-anak dan ramah lingkungan.

3. Channels

Channel adalah media yang bisnis yang digunakan untuk men-deliver solusi yang ditawarkan untuk sampai ke konsumen. Channel ini bisa berupa website, online advertisement, aplikasi, bahkan seorang sales person. Channels kami yaitu melalui media sosial seperti line, whatsapp, instagram, dan tokopedia. Selain melalui sosial media, kami juga melakukan promosi secara langsung dengan menyebar brosur, menawarkan secara langsung ke orang-orang terdekat dan melakukan konsinyasi dengan menitipkan produk kami ke toko-toko dekat rumah.

4. Customer Relationship

Customer relationship menggambarkan hubungan penjual dengan customer. Untuk berhubungan dengan pelanggan kami, kami memberikan bonus seperti buy 1 get 1, ritel, dan memberikan diskon kepada pelanggan.

5. Revenue Streams

Revenue streams menjelaskan darimana sumber pendapatan bisnis, Apakah dari menjual produk, menjual jasa, menjual iklan, komisi dan lainnya. Kami mendapatkan keuntungan dari penjualan produk secara langsung maupun tidak langsung. Secara langsung ketika pameran, dan menawarkan secara langsung ke orang terdekat, dan kami juga melakukan konsinyasi agar dapat mendapatkan penghasilan lebih.

6. Key Activities

Key activities harus diisi dengan kegiatan wajib yang dilakukan oleh perusahaan untuk menghasilkan value proposition yang ditawarkan. Key activities kami yaitu produksi mainan edukatif dari kayu bekas. Setelah pembuatan mainan edukatif kami melakukan pengecatan untuk memperindah mainan lalu setelah mainan di cat kami melakukan pengemasan atau packaging mainan edukatif, setelah pengemasan mainan edukatif ini akan dijual.

7. Key Resources

Sumber daya utama, key resources merupakan kolom yang akan menjelaskan asset strategis perusahaan. Aset ini bisa berupa bahan baku produk, infrastruktur yang dibutuhkan dan semacamnya. Aset yang kami butuhkan untuk menghasilkan produk yaitu tenaga produksi, tenaga desain, dan tenaga penjualan.

8. Key Partners

Key partners adalah pihak-pihak yang bisa diajak kerjasama dengan tujuan:

Optimization and Economy: motivasi berpartner untuk mengoptimalkan alokasi sumber daya dan aktivitas mengingat sebuah perusahaan tidak perlu memiliki semua sumber daya dan melakukan kegiatannya sendirian. Key partner kami untuk bisa diajak kerjasama yaitu pengepul kayu bekas, toko cat yang aman, dan toko kemasan yang ada di Surabaya.

9. Cost Structure

Cost Structure berisi mengenai biaya-biaya apa saja yang terbentuk, ketika Anda memproduksi dan memasarkan layanan (produk atau jasa). Biaya yang kami keluarkan yaitu untuk Biaya Produksi Mainan, Biaya Pengecatan Mainan, dan Biaya Packaging Mainan.

6.0 Location

Ciyaaro bertempat di Setro Baru no. 52A Surabaya. Tempat tersebut merupakan tempat produksi kami yang sampai saat ini masih memproduksi. Di sinilah juga awal mula kami mengembangkan usaha ini. selain melakukan penjualan di saat pameran

dan juga di tempat produksi kami juga menitipkan produk kami ini di toko terdekat sehingga masyarakat dapat lebih mengenal tentang produk kami ini.

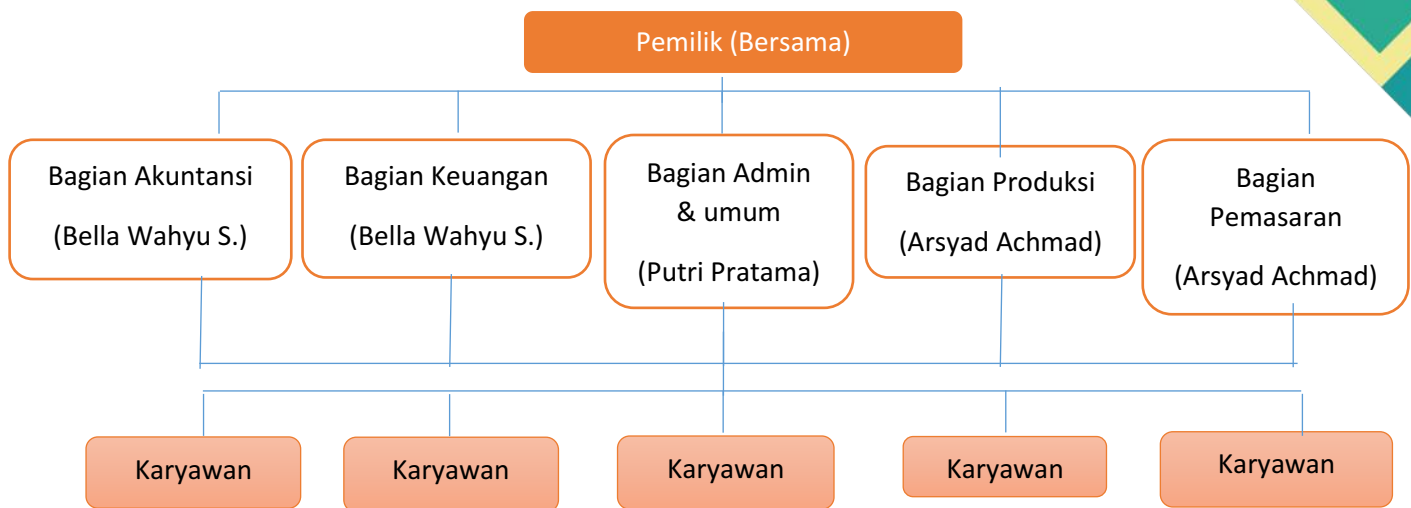
Mainan yang kami buat ini terbuat dari kayu bekas yang dapat dimainkan oleh anak-anak kecil, sebelum kayu bekas ini dibuat mainan, kayu bekas yang sudah didapatkan dari supplier harus dibentuk terlebih dahulu sesuai dengan keinginan, kemudian setelah melalui proses pemotongan maka selanjutnya adalah proses penghalusan yaitu amplaslah kayu yang telah dibentuk tadi agar lebih halus dan memudahkan proses pengecatan, selanjutnya setelah proses penghalusan maka akan masuk kedalam tahap vernis, yaitu vernislah kayu-kayu yang telah dibentuk menjadi mainan tadi agar terlihat lebih bagus, kemudian catlah mainan-mainan tersebut dengan warna yang menarik, lalu tahap finishing adalah masukkan mainan yang telah di cat kedalam packaging atau kemasan, dan Ciyaaro pun siap untuk dipasarkan.

7.0 Management

Ciyaaro ini didirikan oleh tiga orang dari Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, yaitu dari mahasiswa Fakultas Bisnis jurusan S1 Manajemen. Orang-orang tersebut bernama Bella Wahyu Saputri, Putri Pratama Deliana Nursafitri, dan Arsyad Achmad Deni. Dengan adanya produk Ciyaaro ini maka dapat memudahkan anak-anak kecil dalam mencari mainan edukatif yang unik dan mempunyai ciri khas dan tentunya dengan harga yang terjangkau dan juga Ciyaaro memiliki ukuran yang lebih besar daripada mainan-mainan edukatif lainnya.

7.1 Struktur Organisasi Bisnis

Dikarenakan usaha Ciyaaro kami masih di satu tempat, maka kami ikut terjun langsung ketempat tersebut sebagai pihak pimpinan dan penanggung jawab usaha. Maka struktur organisasi yang ada di Ciyaaro, sebagai berikut :



8.0 Personel

Ciyaaro memiliki orang yang ahli dalam menjahit produk-produk yang sudah kami pasarkan atau kami jual. Kami sudah tau bahwa kerajinan orang tersebut menghasilkan mainan yang bagus dan juga mainan yang berkualitas. Kami memiliki pengrajin kayu yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan kami. Selain itu Ciyaaro juga memiliki supplier yang sangat mendukung kegiatan produksi produk kami, supplier kayu kami berada di Perak, Surabaya di tempat itu banyak sekali kayu-kayu yang telah terjamin kualitas dan kuantitasnya, kami tidak bisa jika supplier kayu kami memiliki kuantitas kayu yang sedikit karena apabila kami akan produksi dalam jumlah banyak maka secara otomatis jumlah kayu yang kami butuhkan juga banyak, jika tidak terpenuhi maka akan sangat mengganggu proses produksi kami karena kayu merupakan bahan utama produk kami, oleh karena itu tempat ini sangat cocok untuk supplier kayu kami.

9.0 Financial Analysis

9.1 Fixed Cost

<i>Aset</i>	<i>Jumlah (Rp)</i>	<i>Modal Investasi Peralatan dan Sarana Saat ini</i>
<i>Mesin grenda</i>	Rp. 1.000.000	
<i>Mata bor biasa</i>	Rp. 675.000	
<i>Mata bor lingkaran</i>	Rp. 1.500.000	
<i>Mesin bor</i>	Rp. 1.250.000	
<i>Gergaji</i>	Rp. 500.000	
<i>Mesin pemanas plastik</i>	Rp. 200.000	
<i>Total Aset</i>	Rp. 5.125.000	

9.2 Variabel Cost

<i>Material</i>	<i>Jumlah Harga (Rp.)</i>
<i>Kayu</i>	Rp. 550.000
<i>Cat</i>	Rp. 720.000
<i>Kuas</i>	Rp. 25.000
<i>Amplas</i>	Rp. 90.000
<i>Listrik</i>	Rp. 150.000
<i>Stiker</i>	Rp. 6.000
<i>Kemasan</i>	Rp. 500.000
<i>Politur</i>	Rp. 64.000
<i>Biaya tenaga kerja</i>	Rp. 1.500.000
<i>Sub Total</i>	Rp. 3.650.000

Modal Kerja produksi (Variabel) Per Bulan

9.3 Harga Pokok Produksi

1. HPP Geometry Truck

$$\begin{aligned}\text{HPP} &= \text{pemakaian bahan baku} + \text{TKL} + \text{BOP} \\ &= \text{Rp } 21.250 + \text{Rp } 50.000 + \text{Rp } 40.550 \\ &= \text{Rp } 111.800\end{aligned}$$

2. HPP Rainbow Train

$$\begin{aligned}\text{HPP} &= \text{pemakaian bahan baku} + \text{TKL} + \text{BOP} \\ &= \text{Rp } 15.000 + \text{Rp } 50.000 + \text{Rp } 40.550 \\ &= \text{Rp } 105.550\end{aligned}$$

3. HPP Rainbow Clock

$$\begin{aligned}\text{HPP} &= \text{pemakaian bahan baku} + \text{TKL} + \text{BOP} \\ &= \text{Rp } 7.500 + \text{Rp } 50.000 + \text{Rp } 18.900 \\ &= \text{Rp } 76.400\end{aligned}$$

<i>Uraian</i>	<i>Kuantitas</i>	<i>Harga Jual</i>	<i>Total</i>
<i>CIYAARO Geometry Truck</i>	10 Pcs	Rp. 185.000	Rp. 1.850.000
<i>CIYAARO Rainbow Train Block</i>	10 Pcs	Rp. 150.000	Rp. 1.500.000
<i>CIYAARO Rainbow Clock</i>	10 Pcs	Rp. 90.000	Rp. 900.000
TOTAL			Rp. 4.250.000

Hasil Produksi dan Pendapatan Per Bulan

Rata – rata pendapatan (per hari) : Rp 142.000

Rata – rata pendapatan (per bulan) : Rp 4.250.000

9.4 Analisis Harga

Harga jual geometry truck yang dijual toko Gramedia Rp 210.000, harga jual rainbow clock yang dijual toko Gramedia Rp 100.000, harga jual rainbow train yang dijual toko Gramedia Rp 250.000.

9.5 Presentase

Bisnis Ciyaaro mengambil presentase keuntungan :

$$\begin{aligned}\text{-) Rainbow Train} &= \text{Rp } 105.550 \times 33/100 = \text{Rp } 34.832 + \text{Rp } 105.550 \\ &= \text{Rp } 140.382\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{-) Geometry Truck} &= \text{Rp } 111.800 \times 48/100 = \text{Rp } 53.664 + \text{Rp } 111.800 \\ &= \text{Rp } 165.464\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{-) Rainbow Clock} &= \text{Rp } 76.400 \times 19/100 = \text{Rp } 14.516 + \text{Rp } 76.400 \\ &= \text{Rp } 90.916\end{aligned}$$

9.6 Break Event Point (BEP)

Dari data tersebut diatas dapat disajikan perhitungan Rugi/Laba dalam satu Bulan rata-rata adalah :

$$\begin{aligned}\text{Pendapatan} - \text{Biaya Produksi (Variabel) Per Bulan} \\ &= \text{Rp } 4.250.000 - \text{Rp } 3.650.000 \\ &= \text{Rp } 600.000\end{aligned}$$

Perhitungan BEP

Modal : Keuntungan = Rp 8.775.000 : Rp 600.000
= **14,6 (15 Bulan)**

OLIVE ORGANIC

“your skin care solution”

EST 2018


Based in Surabaya

Olive Organic adalah produk perawatan wajah untuk solusi wajah yang bermasalah. Produk-produk dari Olive Organic menggunakan 100% bahan-bahan organik. Olive Organic adalah produk perawatan wajah yang cocok digunakan untuk usia remaja, karena harganya terjangkau dan cara penggunaan yang mudah.

EXECUTIVE SUMMARY

Industri kreatif dapat di artikan sebagai kumpulan aktifitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Industri kreatif juga di kenal dengan nama lain industri budaya (terutama di Eropa) atau juga ekonomi kreatif. Kementriaan perdagangan Indonesia menyatakan bahwa industri kreatif adalah industry yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Industri kreatif di pandang semakin penting dalam mendukung kesejahteraan dan perekonomian sebagai pihak berpendapat bahwa “kreatifitas manusia adalah sumber daya ekonomi utama “ dan bahwa “industri abad ke 21 akan tergantung pada produksi pengetahuan melalui kreatifitas dan inovasi.

Kesehatan wajah kulit adalah hal yang penting untuk di jaga. Ada beberapa cara untuk menjaga kesehatan kulit wajah. Di antaranya dengan merawat dari luar dan merawat dari dalam. Perawatan kulit wajah dari dalam bisa dengan cara menjaga makanan sehari-hari seperti menjauhi makanan junkfood, banyak makan sayur dan buah, serta perbanyak konsumsi air putih. Kulit wajah dapat juga di di rawat dari luar dengan beberapa cara, di antaranya, membersihkan wajah setelah seharian beraktifitas,



menggunakan masker organik secara rutin dan konsisten serta menggunakan sunblock agar kulit wajah tetap terjaga meskipun terpapar sinar matahari. Tidak hanya berdampak pada kesehatan dan kecantikan kulit semata, akan tetapi terdapat juga resiko penyakit ganas seperti kanker dan tumor. Tingginya kandungan trigliserid merupakan salah satu faktor munculnya kanker didalam tubuh. Sinar ultraviolet A dan B yang biasa disebut dengan istilah sinar UVA dan UVB ini sangat tidak baik bagi tubuh jika terpapar dalam jangka waktu yang lama

Keadaan udara yang kotor dapat menyebabkan permasalahan pada kulit wajah di antaranya, pori-pori tersumbat, sebum berlebih pada wajah, sehingga dapat menimbulkan jerawat ataupun komedo. Sehingga, perawatan untuk kulit wajah sangat di perlukan. Selain karena debu dan polusi di jalan, sinar matahari siang juga dapat menyebabkan bebrapa pengaruh untuk wajah, di antaranya dapat menyebabkan penuaan dini, membuat kulit lebih kasar, menyebabkan munculnya komeo, kulit terbakar, Paparan sinar matahari atau radiasi matahari yang terjadi secara terus-menerus dapat berdampak tidak baik bagi kesehatan tubuh.

Seperti yang kita ketahui, penduduk Indonesia jumlahnya sangat banyak. Menurut data dari Kementrian Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) ada 265.000.000 jiwa penduduk Indonesia dengan rincian 133.017.000 penduduk pria, dan 131.088.000 penduduk perempuan. Karena itu perempuan menjadi peluang utama produk perawatan wajah. Apalagi sekarang ini, perempuan di haruskan untuk berpenampilan menarik. Untuk berpenampilan menarik membutuhkan perawatan kulit wajah yang maksimal dan menggunakan produk yang tepat.

Dengan adanya permasalahan-permasalahan ini, Olive Organic dapat memanfaatkan industri kreatif. Sekarang ini industri kreatif, dapat dimanfaatkan dengan membangun sebuah bisnis perawatan wajah organik yang bisa mengatasi permasalahan kulit wajah, serta dapat menciptakan lapangan kerja. Perawatan wajah dengan bahan-bahan organik memiliki banyak kelebihan diantaranya, lebih ramah terhadap lingkungan, tidak menggunakan bahan pengawet, dapat digunakan setiap hari. Produk perawatan wajah yang di produksi oleh Olive Organic menggunakan 100% bahan-bahan organik yang aman untuk wajah. Produk Olive Organic juga dapat digunakan mulai dari anak-anak remaja hingga dewasa. Perawatan wajah Olive Organic juga dapat di gunakan setiap hari untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Calon pembeli dapat memilih sendiri perawatan wajah yang cocok dengan kondisi kulit mereka.

VISION AND MISION

Vision :

Menciptakan produk-produk perawatan wajah yang aman dan dapat digunakan oleh semua kalangan.

Mision :

1. Menciptakan produk perawatan wajah yang terbuat dari 100% bahan-bahan organik.
2. Mengeluarkan produk dengan varian yang berbeda-beda, agar dapat digunakan sesuai kondisi kulit wajah masing-masing.
3. Mengusahakan segmentasi yang lebih merakyat dengan penentuan harga yang lebih terjangkau

COMPANY DESCRIPTION

Olive Organic adalah bisnis yang menawarkan produk perawatan wajah yang terbuat dari bahan-bahan organik. Produk yang ditawarkan Olive Organic ada beberapa macam seperti, masker wajah yang terdiri dari beberapa varian, *facial spray*, *toner* wajah, *lip scurb*, *scrub* wajah. Selain produk untuk perawatan wajah Olive Organic juga mengembangkan usahanya dengan mengeluarkan produk yang dapat dikonsumsi seperti *chia seeds* yang memiliki banyak manfaat. Olive Organic memulai usahanya di perumahan Taman Pondok Jati, Sepanjang, Sidoarjo. Struktur organisasi pada Olive Organic terdiri dari CEO sekaligus manajer keuangan, manajer produksi, dan manajer pemasaran sekaligus manajer operasional. Olive Organic akan mengembangkan struktur organisasi dengan menambah lima orang pegawai pada bagian produksi, lima orang pegawai pada bagian pemasaran, dan dua orang pegawai pada bagian operasional.

DESKRIPSI PRODUK

1. Masker Wajah Organik

Seluruh varian masker wajah yang diproduksi Olive Organic memiliki bentuk kemasan seperti gambar diatas. Berat bersih dari satu kemasan adalah 60 gram. Pada bagian depan kemasan diberi *sticker* yang menjelaskan varian dari masker tersebut. Warna kemasan setiap varian berbeda-beda agar menarik perhatian pelanggan.



varian milk mask



varian chocolate mask

2. *Facial Spray dan Toner Wajah*

Seluruh produk Olive Organic yang bertekstur cair dikemas dengan botol plastik dan diberi *sticker* dengan warna yang bermacam-macam, sesuai dengan variannya. Untuk produk *facial spray* Olive Organic memproduksi dengan isi bersih 60 ml.



varian facial spray

STRUKTUR ORGANISASI

Usaha Olive Organic dijalankan oleh team management dengan rincian sebagai berikut:

- | | |
|---|------------------|
| 1. Ketua (Manajer Keuangan) | : Dewi Anindya R |
| 2. Manajer Produksi | : Ekki Shafrida |
| 3. Manajer Pemasaran (+Manajer Operasional) | : Ferdi Gunawan |

Berdasarkan struktur diatas, berikut penjelasan dari *job description* setiap bagian :

Ketua (+Manajer Keuangan) :

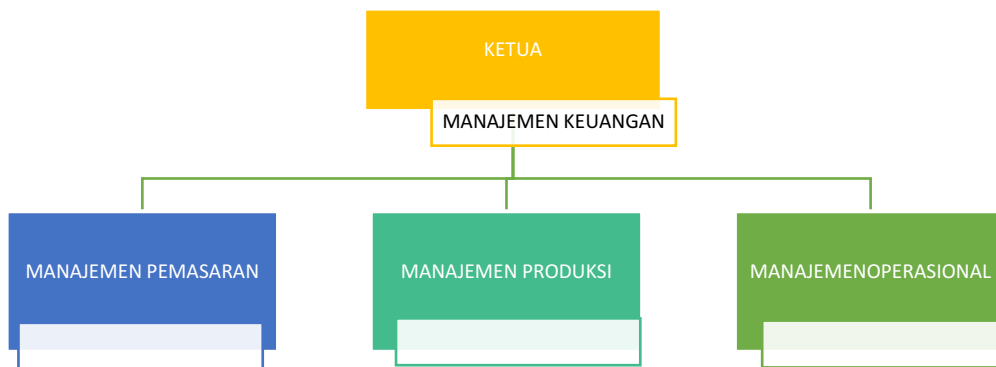
- Penanggung jawab umum perusahaan
- Membuat keputusan
- Memelihara kelancaran dan kualitas manajemen organisasi perusahaan
- Mencatat transaksi keuangan
- Memporses data transaksi keuangan menjadi laporan keuangan

Manajer Produksi :

- Mengembangkan inovasi produk
- Menjaga kualitas produk
- Melatih calon pegawai untuk membuat produk yang berkualitas
- Melakukan quality control dengan rutin

Manajer Pemasaran (+Manajer Operasional) :

- Merancang strategi pemasaran
- Melakukan kegiatan promosi
- Menjaga hubungan dengan konsumen
- Mengatur perlengkapan dan jalannya usaha



POTENSI SUMBER DAYA DAN PELUANG PASAR

Analisis Pemasaran :

1. Pesaing dan Peluang Pasar

Olive Organic mempunyai banyak pesaing, baik skala besar maupun skala kecil. Dengan banyaknya pesaing yang ada, Olive Organic mempunyai karakteristik yang dapat menjadi pembeda dengan produk lainnya, yaitu kemasan produk Olive Organic yang *colorfull*, serta mengembangkan produk tidak hanya untuk wajah, tetapi dapat dikonsumsi untuk kesehatan dan perawatan wajah. Dengan karakteristik diatas, Olive Organic mempunyai peluang pasar yang cukup besar.

2. Kebijakan Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang rutin dilakukan oleh Olive Organic dan bertujuan untuk mengenalkan produk kepada masyarakat umum dalam meningkatkan hasil penjualan produk-produk Olive Organic. Bentuk promosi yang dilakukan Olive Organic adalah, menggunakan media social seperti *Instagram* dan *youtube*, membagikan brosur yang berisi informasi tentang produk-produk Olive Organic, dan membuka *stand* pada *event* kampus atau *event* anak muda.

3. Kebijakan Distribusi

Distribusi hasil produksi kepada konsumen dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya menjualnya secara langsung (pada toko *offline* atau stand), serta

dengan cara tidak langsung melalui *e-commerce* seperti *Tokopedia* dan *Shopee*, serta yang terakhir melalui media *social Instagram*.

ANALISIS KELAYAKAN USAHA

A. Analisis STP Produk Olive Organic

1. Segmentasi : segmentasi produk perawatan wajah Olive Organic adalah wanita dengan usia 15-35 tahun, dengan kelas social menengah.
2. Targeting : Target produk perawatan wajah Olive Organic adalah pelajar SMP, pelajar SMA, mahasiswi, wanita karir, dan ibu-ibu.
3. Positioning : Positioning produk perawatan wajah Olive Organic adalah produk perawatan wajah yang terbuat dari bahan-bahan organik, aman digunakan secara rutin untuk hasil yang maksimal, serta dapat digunakan mulai dari usia muda hingga menjelang tua.

B. Analisis 4P Produk Olive Organic

1. Price : berdasarkan survey yang dilakukan, harga pasaran produk perawatan wajah organik adalah 40.000-50.000 untuk satu kemasan. Sedangkan harga produk perawatan wajah organik yang kami tawarkan berkisar 30.000 – 35.000. Sehingga harga yang Olive Organic tawarkan sangat bersaing dengan harga pasar tanpa mengurangi kualitas dari bahan yang digunakan.
2. Place : Tidak hanya faktor harga, faktor tempat adalah hal yang penting dirancang untuk penjualan produk perawatan wajah Olive Organic. Olive Organic memilih kota Surabaya dan Sidoarjo sebagai kota utama pemasaran dari produk-produk yang tersedia. Pemilihan kota utama untuk pemasaran tersebut dipertimbangkan dengan letak rumah produksi produk perawatan wajah organik yang terletak di Sidoarjo. Tetapi, tidak menutup kemungkinan untuk menjual di luar kota Surabaya dan Sidoarjo.
3. Product : Produk perawatan wajah Olive Organic memiliki beberapa kategori, diantaranya masker wajah, *toner* wajah, *lip scrub*, *body scrub*, dan *chia seeds*. Untuk produk masker wajah dan *toner* wajah memiliki beberapa varian yang dapat disesuaikan dengan kondisi wajah atau permasalahan yang dialami.
4. Promotion : Salah satu faktor utama untuk meningkatkan penjualan adalah promosi. Olive Organic akan memanfaatkan kemajuan teknologi dengan menggunakan media sosial sebagai alat utama untuk promosi. Olive Organic memanfaatkan *Instagram* dan *youtube* untuk membuat konten yang menarik dan berisi penjelasan produk serta manfaat produk. Tidak hanya memanfaatkan media

sosial, Olive Organic juga melakukan promosi dengan membuka *stand* pada *event* kampus atau *event* anak muda lainnya.

BUSINESS MODEL CANVAS



1. *Key Partner* : key partner dari Olive Organic ada 4, yaitu supplier bahan baku seluruh produk perawatan wajah, supplier kemasan produk, digital printing untuk sticker kemasan seluruh produk Olive Organic, dan kurir seperti JNE,J&T, dan Tiki untuk mengirim produk yang terjual melalui online.
2. *Key Activities* : key activities dari Olive Organic ada 3 proses yaitu, proses produksi, proses pengemasan, dan proses penjualan.
3. *Key Resources* : key resources dari Olive Organic adalah modal, bahan baku, peralatan, dan sumber daya manusia.
4. *Value Proposition* : value proposition dari Olive Organik adalah, terbuat dari bahan-bahan organik, harga produk terjangkau, dan mudah didapat karena bisa dibeli melalui toko offline dan melalui online.
5. *Customer Relationship* : untuk membangun hubungan dengan customer, customer relationship Olive Organic adalah dengan mengadakan diskon, membership, customer service, dan media social.
6. *Channels* : channels dari Olive Organic adalah media sosial, direct selling atau penjualan langsung, dan membuka stand.
7. *Customer Segment* : customer segment dari produk Olive Organic adalah pelajar perempuan SMP dan SMA, mahasiswa, wanita karir, dan ibu-ibu muda.

8. *Cost Structure* : cost structure dari Olive Organic adalah biaya kemasan, biaya produksi, dan biaya penjualan.
9. *Revenue Stream* revenue stream dari Olive Organic adalah mengikuti pameran, penjualan secara online, dan penjualan secara langsung.

ANALISIS KEUANGAN

A. *Modal Investasi*

INVESTASI				
NO	URAIAN	SATUAN	HARGA (RP)	JUMLAH (RP)
1	Sendok Pengukur	3 Buah	50.000	150.000
2	Spatula Karet	5 Buah	25.000	125.000
3	Toples	20 Buah	40.000	800.000
4	Corong	5 Buah	25.000	125.000
5	Sendok Kayu Besar	10 Buah	20.000	200.000
6	Sendok Kayu Kecil	10 Buah	15.000	150.000
7	Mangkuk Kayu	10 Buah	20.000	200.000
8	Cetakan Sabun	2 Buah	80.000	160.000
12	Stand	1 Buah	3.000.000	3.000.000
13	Timbangan Digital	1 Buah	100.000	100.000
14	Gelas Pengukur	1 Buah	50.000	50.000
15	Hairdryer	1 Buah	500.000	500.000
16	Rak Kayu	1 Buah	1.500.000	1.500.000
17	Sticker Label Toples	30 Buah	1.000	30.000
18	Keranjang	1 Buah	100.000	100.000
19	Botol Kaca	3 Buah	70.000	210.000
20	Laci	1 Buah	300.000	300.000
21	Blender	1 Buah	500.000	500.000
TOTAL				8.200.000

Modal Investasi Peralatan dan Sarana Saat ini

B. Harga Pokok Produksi

FACE TONER		
KETERANGAN	UNIT	JUMLAH
ROSE WATER	30 ML	1.000
AIR MINERAL	30 ML	460
BOTOL	1 PCS	4.000
STICKER	1 PCS	100
TOTAL		5.560

FACE SPRAY		
KETERANGAN	UNIT	JUMLAH
VEGETABLE GLYCERIN	20ML	1.000
AIR MINERAL	40 ML	700
BOTOL	1 PCS	4.000
STICKER	1 PCS	100
TOTAL		5.800

LIP SCRUB			
NO	KETERANGAN	UNIT	JUMLAH
1	BROWN SUGAR	10 GRAM	1.500
2	PEWARNA MAKANAN	1 GRAM	225
3	PACKING	1 PCS	3.000
4	STICKER	1 PCS	100
TOTAL			4.825

CHOCO OATMEAL MASK			
NO	KETERANGAN	UNIT	JUMLAH
1	CHOCO POWDER	30 GRAM	7.500
2	OATMEAL	30 GRAM	3.500
3	PACKING	1 PCS	1.500
4	STICKER	1 PCS	100
TOTAL			12.600

Harga jual = Rp 35.000

Target Penjualan (1 bulan) :

180 pack X 35.000 = 6.300.000

HPP KESELURUHAN

Keterangan	HPP	Satuan	Jumlah
Toner	5.560	40 pcs	222.400
Facial Spray	5.800	40 pcs	232.000
Choco Mask	12.600	20 pcs	252.000
Lipscrub	4.825	40 pcs	193.000
HPP Keseluruhan			899.000

Laba bersih = Omzet – HPP

= 6.300.000 – 899.000

= **5.401.000**

BEP = Total Investasi : Laba bersih

= 8.200.000 : 5.258.000

= **1,5**

Maka, untuk balik modal membutuhkan waktu 1 bulan lebih 7 hari.

Kerajinan Olahan Dari Tikar Tenun

Mats.id

60134 Rungkut,
Surabaya, Jawa Timur

Mats.id memproduksi produk inovasi kerajinan dari olahan tikar tenun tradisional yang unik dan berkualitas dengan harga yang terjangkau.

Executive Summary

Mats.id merupakan bisnis yang mempunyai peluang besar terhadap industry kreatif. Peluang tersebut kami tuangkan kedalam ide-ide menarik untuk mendirikan bisnis dengan membuat produk inovasi kerajinan dari olahan tikar tenun tradisional.

Kami mendapatkan peluang tersebut ketika kami melakukan pengamatan prakarya kerajinan industry kreatif bahwa masih ada pengrajin asal Lamongan yang memproduksi tikar tenun hanya sebagai alas duduk saja. Lalu kami menciptakan ide untuk membuat inovasi agar tikar tenun tersebut menjadi suatu produk kerajinan yang unik dan kreatif mungkin sehingga mempunyai nilai lebih namun tetap fungsional dan nyaman jika digunakan.

Produk-produk inovasi yang kami buat antara lain kerajinan wadah kotak cermin, hiasan kotak tissue, dompet, tas slingbag, dan souvenir yang bisa digunakan untuk pernikahan, khitanan dsb, yang semua itu berbahan dasar tikar tenun tradisional ditambah dengan hiasan untuk mempercantik produk agar menarik minat para konsumen.

Kami telah melakukan beberapa kali pameran produk agar produk kami dikenal banyak orang. Dari pameran tersebut produk kami laku beberapa produk seperti kotak tissue, dompet dan pouch yang sering orang cari dan pakai sehari-hari. Respon pelanggan terhadap produk kami sangat baik dan memberi saran serta masukan untuk kami agar produk kami tidak kalah dengan kerajinan lainnya. Dengan saran dan masukan dari konsumen, kami bisa memperbaiki dan meningkatkan produk menjadi lebih bernilai lagi. Produk ini memunculkan peluang yang bagus menjadikan bisnis ini menjanjikan, karena produk yang kami jual tentunya sesuai kebutuhan konsumen sebagai pemakai. Lalu untuk mencapai target penjualan yang dapat meningkatkan penjualan lagi, kami akan membuat produk baru lagi atau mengembangkan produk yang sudah ada menjadi lebih baik dari produk sebelumnya. Maka dari itu kami akan membuat prospek pengembangan

Mats.id ini sebagai produk kerajinan olahan tikar tenun yang akan terus kami kembangkan sehingga nantinya bisa terus bersaing dipasaran dan dapat menembus pasar skala nasional bahkan mancanegara dalam industry kreatif.

Produk-produk Mats.id yang kami tawarkan antara lain :

1. Dompot



Gambar 1. Dompot

Dompot ini terbuat dari kain keras dengan dilapisi tikar tenun dibagian luarnya berukuran panjang sekitar 19cm, ukuran yang pas untuk dompet pada umumnya. Dengan dua sisi untuk tempat menyimpan uang dan kartu-kartu. Dilengkapi resleting, cantolan dan hiasan kancing pada luarnya untuk mempercantik dompet.

2. Kerajinan kotak tissue



Gambar 2. Kotak Tisu

Kotak tissue plastik kartun dilapisi dengan tikar tenun dan diberi hiasan pada luarnya dengan pita untuk mempercantik kotak tissue tersebut. Kerajinan kotak tissue yang unik ini bisa untuk pajangan dan fungsional digunakan sehari-hari.

3. Souvenir sendok, garpu, entong dan pisau



Gambar 3. Souvenir Sendok



Gambar 4. Souvenir Sendok Nasi

Souvenir sendok, garpu, entong dan pisau ini bisa untuk souvenir acara pernikahan, khitanan, dan sebagainya. Dengan hiasan pada luarnya dan dilapisi tika tenun untuk hiasan, harga terjangkau, namun keunikan dan manfaat juga ada.

4. Souvenir kotak cermin



Gambar 5. Cermin

Souvenir kotak cermin selain bisa untuk souvenir acara, namun juga bermanfaat digunakan sehari-hari.

Description of The Business

Di dunia industry kreatif saat ini ada berbagai produk kerajinan ada beragam jenis produk yang banyak digunakan masyarakat Indonesia. Ada berbagai model atau jenis produk salah satunya kerajinan dompet dan souvenir untuk acara. Banyak pengrajin yang menghasilkan produk tersebut dengan macam-macam bahan dasar. Seperti Mats.id produk kami ini memunculkan produk kerajinan dari olahan tikar tenun tradisional. Produk kerajinan yang kami buat sangat potensial untuk dipasarkan dan harga yang kami tawarkan terjangkau untuk semua kalangan.

Mats.id yang merupakan produk inovasi kerajinan dari olahan terbuat dari tikar tenun tradisional ini kami buat dengan desain yang unik. Produk-produk ini kami beri hiasan pada luarnya untuk mempercantik dan menarik sehingga dapat memiliki daya tarik untuk kalangan mulai dari remaja, ibu-ibu rumah tangga, maupun untuk orang yang akan memiliki hajatan, dengan berorientasikan membuat produk kerajinan kreatif yang fungsional dan nyaman bila digunakan. Di setiap produk kerajinan Mats.id ini selain memiliki keunikan namun juga mempunyai manfaat masing-masing pada produk. Produk yang kami buat antara lain kerajinan wadah kotak cermin, hiasan kotak tissue, dompet, tas slingbag, dan souvenir yang bisa digunakan untuk pernikahan, khitanan dan sebagainya. Kami membuat produk-produk tersebut dengan memperhatikan kualitas bahan baku terutama tikar tenun yang kami ambil langsung dari buatan tangan pengrajin

dari Lamongan, proses produksi yang menggunakan mesin jahit konveksi, dan alat untuk memasang hiasan pada produk seperti alat lem tembak dan sebagainya. Sehingga kami tidak hanya sekedar menawarkan barang tanpa memperhatikan kualitas yang terjamin.

Dengan kualitas terjamin, kami juga mengikuti fashion dan gaya hidup yang semakin berkembang saat ini, produk kami ini juga akan kami kembangkan dan perbarui lagi sehingga bisa terus mengikuti trend dan bisa eksis terus di pasaran.

Tujuan kami mendirikan bisnis ini karena kami memperoleh peluang besar dan bagus, lalu kami tuangkan dalam bentuk ide bisnis menarik yaitu menciptakan sebuah produk kerajinan sehingga sayang jika peluang di industry kreatif ini disia-siakan begitu saja. Maka dari itu kami membuat produk inovasi dari tikar tenun yang berasal dari bahan tradisional dengan melestarikan budaya indonesia namun tetap bisa memperoleh keuntungan sebesar-besarnya.

Kami mendirikan bisnis ini bukan semata-mata untuk dapat memperoleh keuntungan secara pribadi sebagai pelaku usaha. Namun kami berharap dengan adanya bisnis ini bisa bermanfaat tidak hanya bagi pemilik tetapi juga bermanfaat bagi masyarakat. Kami sebagai pemilik bisnis dapat pembelajaran sebagai pengusaha, bagaimana cara melayani konsumen agar terus loyal dengan produk kami, serta dapat mengetahui bagaimana menjalankan dan mengembangkan bisnis dengan sebaik mungkin. Lalu manfaat bagi masyarakat yaitu seperti dengan adanya produk yang kami buat ini dapat memenuhi kebutuhan bagi masyarakat khususnya ibu-ibu rumah tangga. Selain itu secara tidak langsung dapat membuka lapangan pekerjaan ketika nantinya bisnis kami mulai berkembang dan membutuhkan tenaga kerja khususnya pada bagian produksi untuk membantu kelancaran usaha kami.

Market

Target Market

Target pasar untuk pengembangan kerajinan produk tikar ini adalah kalangan menengah ke bawah. Yang kami bidik sebagai sasaran pembeli ialah remaja dan ibu-ibu rumah tangga. Produk ini belum umum di pasaran, namun sudah ada beberapa pesaing. Dengan inovasi yang nantinya kami buat, kami akan dapat menembus pangsa pasar yang

luas. Karena produk kami mempunyai keunikan serta ciri khas tersendiri yang dapat menarik hati para pembeli. Kami yakin produk ini akan menjadi pilihan konsumen karena selain produk ini bagus tetapi unik dan terjamin kualitas yang kami tawarkan. Karena keunikan pada produk kami dan juga fungsional sesuai dengan kebutuhan.

Market Share

Kerajinan olahan tikar tenun ini kami pasarkan di daerah Surabaya karena banyak masyarakat Surabaya dan sekitarnya yang menyukai produk kerajinan yang unik-unik serta lucu dan banyak masyarakat yang mengadakan acara yang membutuhkan souvenir sebagai buah tangan untuk tamunya. Untuk daerah-daerah pedesaan biasanya mengadakan acara hanya memberi kotak kue dan bukan souvenir. Maka dari itu kami memasarkan Mats.id ini di daerah Surabaya dan sekitarnya.

kami akan mengambil peluang pasar melalui toko-toko retail serta dipromosikan melalui media jejaring sosial seperti facebook dan instagram dan *e-commerce* seperti tokopedia dan shopee. Dalam mengambil peluang pasar, kami akan melakukan juga kegiatan promosi secara langsung *door-to-door* yaitu dengan menghampiri konsumen dari mulut ke mulut, sehingga konsumen lebih mengenal produk kami, menyebarkan brosur. Agar produk kami dikenal masyarakat secara lebih luas lagi, kami akan melakukan pameran diluar kampus seperti di Mall atau tempat perbelanjaan, *car free day*, dan bazar.

COMPETITION

Setiap berbisnis yang didirikan pasti akan ada pesaing, semua bisnis akan senantiasa menghadapi persaingan. Termasuk usaha Mats.id yang kami dirikan ini akan senantiasa sampai kapanpun akan menghadapi persaingan dalam berbisnis. Disitulah tantangan kami sebagai pebisnis bagaimana bisa menghadapi persaingan nantinya.

Sejauh ini produk kerajinan yang kami temui dengan jenis produk yang sama namun bahan dasar tikar yang mereka gunakan berbeda dengan tikar pada produk kami. Namun jika nantinya kami mendapatkan pesaing dengan jenis produk dan bahan dasar tikar yang sama, maka kami akan memunculkan strategi-strategi bisnis kami agar konsumen tetap loyal pada produk Mats.id, dengan melakukan survei terhadap konsumen tentang puas

atau tidaknya produk kami yang mereka gunakan, dan pengembangan inovasi produk secara terus menerus.

Market Strategy

Strategi Bisnis

Strategi bisnis yang kami lakukan yaitu membuat produk yang berbeda dari produk lain, melakukan survei produk dipasaran dan membandingkan produk dengan pesaing. Agar kami bisa mengetahui kekurangan dari produk pesaing dan memanfaatkan kekurangan dari produk pesaing menjadi peluang bagi kami untuk bisa menciptakan produk yang lebih unggul sehingga produk kami bisa menguasai pasar.

Produk kami akan menggunakan bahan kualitas terjamin, dengan penambahan jenis produk, membuat model produk berbeda dengan variasi beberapa warna, memberi hiasan, dan kreasi unik lainnya.

Strategi Harga Jual

Sebelum kami menetapkan harga jual, kami menghitung semua pengeluaran yang dikeluarkan mulai dari bahan baku, bahan tambahan, proses produksi (konveksi), ongkos angkut produk, hingga packaging, lalu kami melakukan survei dipasaran terlebih dahulu untuk mengetahui harga rata-rata pasaran kerajinan tikar sesuai jenis produknya, dan membandingkan harga pesaing dengan melihat kualitas produk juga tentunya. Maka dari itu kami baru bisa menetapkan harga jual yang pantas dan sesuai dengan kualitas produk yang kami jual.

Perbedaan harga Mats.id dengan produk lain :

Produk Mats.id

Dompot	Rp 25.000
Kotak cermin	Rp 25.000
Souvenir sendok & garpu	Rp 60.000/lusin
Souvenir pisau & entong	Rp 37.000/lusin
Kotak Tissue	Rp 27.000

Produk lain

Dompot	Rp 40.000
Kotak cermin	Rp 35.000
Souvenir sendok & garpu	Rp 80.000/lusin
Souvenir pisau	Rp 40.000/lusin
Kotak tissue	Rp 35.000



Bisnis Model Canvas

Gambar 6. Business Model Canvas Mats.Id

Keterangan :

1. Customer segments

Customer segments berisi mengenai siapa customernya, Produk atau layanan Anda akan dijual ke siapa, Idealnya lakukan riset untuk memastikan customer segments.

Customer segments kami bagi dalam :

- Segmentasi Demografi

Produk kami ini di targetkan untuk wanita berusia 16-60 tahun, untuk produk dompet yaitu untuk para remaja wanita, dan ibu-ibu. Dan produk souvenir untuk semua kalangan karena souvenir bisa dipakai untuk acara-acara seperti pernikahan,

khitanan, reuni, dsb. harga yang ditawarkan pun terbilang murah jadi untuk semua kalangan maupun atas, menengah dan bawah dapat memiliki produk kami ini.

- Segmentasi Psikografi

Pada segmentasi ini pembeli dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan:

a. Status sosial: produk kami ditujukan untuk semua kalangan yang ada mengingat harga yang kita tawarkan cukup ekonomis sehingga berorientasi kepada kalangan menengah kebawah.

b. Gaya hidup : Segmentasi gaya hidup pelanggan yang kami tuju adalah pelanggan yang suka dengan produk fashion dompet dan penyuka souvenir lucu dan unik.

2. Value proposition

Value proposition berisi produk atau layanan apa yang ditawarkan, Dalam bisnis selalu ada produk atau jasa yang ditawarkan. Indah Fashion Mats menawarkan produk kerajinan olahan tikar tenun tradisional yang di inovasikan menjadi produk dompet dan souvenir yang berbahan dasar tikar tenun tersebut.

3. Channels

channel adalah media yang bisnis yang digunakan untuk men-*deliver* solusi yang ditawarkan untuk sampai ke konsumen. Channel ini bisa berupa website, online advertisement, aplikasi, bahkan seorang sales person. Channels kami yaitu melalui media sosial seperti line, whatsapp, instagram, dan tokopedia. Selain melalui sosial media, kami juga melakukan promosi secara langsung dengan menyebar brosur, menawarkan secara langsung ke orang-orang terdekat dan melakukan konsinyasi dengan menitipkan produk kami ke toko-toko dekat rumah.

4. Customer Relationship

Customer relationship menggambarkan hubungan penjual dengan customer. Untuk berhubungan dengan pelanggan kami, kami saling memberi komunikasi chatting atau telfon melalui line, whatsapp, dan instagram melalui dm.

5. Revenue streams

Revenue streams menjelaskan darimana sumber pendapatan bisnis, Apakah dari menjual produk, menjual jasa, menjual iklan, komisi dan lainnya. Kami mendapatkan

keuntungan dari penjualan produk secara langsung maupun tidak langsung. Secara langsung ketika pameran, dan menawarkan secara langsung ke orang terdekat. Secara tidak langsung produk terjual melalui media sosial lalu barang kami kirim melalui jasa pengiriman barang. Dan sponsorship.

6. Key activities

key activities harus diisi dengan kegiatan wajib yang dilakukan oleh perusahaan untuk menghasilkan value proposition yang ditawarkan. Key activities kami yaitu produksi tikar tenun dari pengrajin. Setelah pembuatan tikar tenun, tikar tenun di kirim ke penjahit untuk dijadikan produk yang kami pesan sesuai model dan ukuran yang sudah kami tentukan. Setelah produk jadi, barulah produk dikirim ke surabaya dan kami melakukan pengemasan, setelah dikemas produk diberi label stiker pada kemasan agar konsumen tahu bahwa produk yang kami jual adalah produk kami.

7. Key resources

Sumber daya utama, key resources merupakan kolom yang akan menjelaskan asset strategis perusahaan. Aset ini bisa berupa bahan baku produk, infrastruktur yang dibutuhkan dan semacamnya. Aset yang kami butuhkan untuk menghasilkan produk yaitu mesin jahit dan jarum, dan bahan baku seperti benang, hiasan, tikar tenun, dan kemasan. Yang terakhir yaitu tenaga kerja penjahit untuk memproduksi barang kami.

8. Key partners

Key partners adalah pihak-pihak yang bisa diajak kerjasama dengan tujuan: motivasi berpartner untuk mengoptimalkan alokasi sumber daya dan aktivitas mengingat sebuah perusahaan tidak perlu memiliki semua sumber daya dan melakukan kegiatannya sendirian. Key partner kami untuk bisa diajak kerjasama yaitu penjahit, pengrajin tikar tenun dari lamongan, toko kemasan dari daerah surabaya.

9. Cost structure

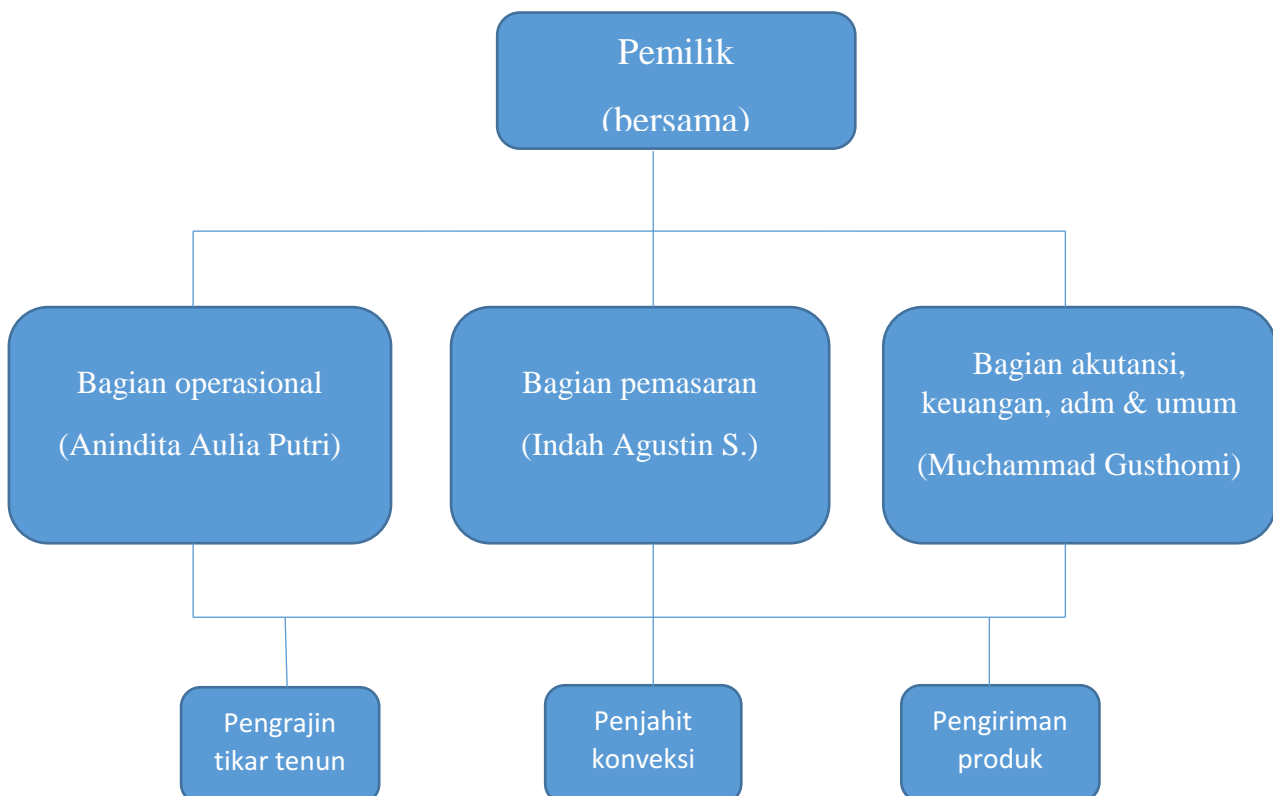
Cost Structure berisi mengenai biaya-biaya apa saja yang terbentuk, ketika memproduksi dan memasarkan layanan produk. Biaya yang kami keluarkan yaitu untuk pembelian bahan baku, produksi, pembelian kemasan, dan ongkos pengiriman barang agar sampai ketangan kami.

Location

Produksi Mats.id bertempat di Desa Sukosongo RT-14 RW-07, Kecamatan Kebangbau, Lamongan. Dari awal kami membuka usaha hingga sekarang ini, tempat pembelian bahan baku, pemasok tikar tenun dari pengrajin langsung dari Lamongan, dan konveksi untuk proses produksi semua kami lakukan di Lamongan. Sehingga kami mendapatkan bahan baku yang murah di Lamongan tikar tenun hanya Rp 3.000,- per meter dan kualitas yang bagus jika kami mengambil tikar tenun dari pengrajinnya langsung dan memproduksi di Lamongan sehingga ongkos pengangkutan dari pemasok ke tempat konveksi tidak memakan biaya terlalu banyak. Lalu kami menambah hiasan pada produk dan memberi packaging produk akan kami lakukan sendiri. Kami memasarkannya di daerah Surabaya dan sekitarnya. Kami memasarkan produk kerajinan tikar tenun ini di daerah perkotaan karena kami mempunyai produk yang berbeda dari produk lain, kami yakin produk kerajinan juga dapat bersaing, dan sekaligus mengenalkan kepada masyarakat bahwa produk kerajinan merupakan produk khas asli Indonesia.

Management

Struktur organisasi



PERSONNEL

Mats.id ini didirikan oleh 3 orang mahasiswa dari Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, yaitu dari mahasiswa Fakultas Bisnis jurusan S1 Manajemen. Mahasiswa tersebut bernama Anindita Aulia P, Muchammad Gusthomi, dan Indah Agustin S. Mats.id ini didirikan sejak tahun 2017, dimana 3 mahasiswa tersebut pada saat semester 2. Dengan adanya Mats.id ini akan bisa mempergunakan tikar pandan yang awalnya hanya digunakan untuk alas duduk saja. Sehingga Mats.id membuat beberapa macam produk yang memiliki keunikan dan bahkan belum ada produk fashion seperti Mats.id ini di Surabaya.

FINANCIAL ANALYSIS

a. Fixed cost

No	Uraian INVETASI	Satuan	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Cutter	3 Buah	Rp. 50.000	Rp. 150.000
2	Gunting	3 Buah	Rp. 50.000	Rp. 150.000
3	Meteran	2 Buah	Rp. 30.000	Rp. 60.000
4	Mesin Jahit	1 Buah	Rp. 2.500.000	Rp. 2.500.000
5	Jarum	2 Buah	Rp. 20.000	Rp. 40.000
Sub Total				Rp. 2.900.000

Table 1. Modal Investasi Peralatan dan Sarana saat ini

b. Variabel cost

No	Material	Unit	Harga/Unit (Rp)	Jumlah Harga (Rp.)
1	Tikar	100 meter	Rp. 3.000	Rp. 300.000
2	Benang	5 Pic	Rp. 5.000	Rp. 25.000
3	Tali kor	25 meter	Rp. 1.000	Rp. 25.000
4	Resleting	30 meter	Rp. 2.000	Rp. 50.000
5	Renda	50 meter	Rp 5.000	Rp 250.000
6	Manik-manik	10 pcs	Rp 4.000	Rp 40.000
7	Spon	10 meter	Rp 3.000	Rp 30.000
Sub Total				Rp. 720.000

Table 2. Modal kerja produksi (Variabel) Per Bulan

Menghasilkan produk terdiri dari :

20 lusin souvenir sendok&garpu, 20 lusin souvenir pisau, 20 lusin souvenir entong, 20 pcs kotak tissue, 20 pcs kotak cermin, 10 pcs pouch, 20 pcs dompet

c. Hpp (harga pokok penjualan)

Keterangan	HPP	unit	Jumlah
Kotak Tissue	Rp. 22.000	20 pcs	Rp. 440.000
Kotak Cermin	Rp. 20.000	20 pcs	Rp. 400.000
Dompot	Rp. 20.000	20 pcs	Rp. 400.000
Pouch	Rp. 16.000	10 pcs	Rp. 160.000
Souvenir Sendok & Garpu	Rp. 55.700	20 lusin	Rp.1.114.000
Souvenir Pisau	Rp. 31.700	20 lusin	Rp. 634.000
Souvenir Entong	Rp. 31.700	20 lusin	Rp. 634.000
HPP Keseluruhan			Rp.3.782.000

Table 3. Harga pokok produksi

d. Harga Jual

Berikut perkiraan harga jual yang akan dipakai oleh Mats.id :

1. Berdasarkan persentase (ambil 30% per produk)

❖ Kotak Tissue

$$22.000 \times \frac{30}{100} = 6.600$$

$$\text{Jadi harga jualnya Rp } 22.000 + \text{Rp } 6.600 = \text{Rp } 28.600$$

❖ Kotak Cermin

$$20.000 \times \frac{30}{100} = 6.000$$

$$\text{Jadi harga jualnya Rp } 20.000 + \text{Rp } 6.000 = \text{Rp } 26.000$$

❖ Dompot

$$20.000 \times \frac{30}{100} = 6.000$$

$$\text{Jadi harga jualnya Rp } 20.000 + \text{Rp } 6.000 = \text{Rp } 26.000$$

❖ Pouch

$$16.000 \times \frac{30}{100} = 4.800$$

$$\text{Jadi harga jualnya Rp } 16.000 + \text{Rp } 4.800 = \text{Rp } 20.800$$

❖ Souvenir Sendok&Garpu
 $55.700 \times \frac{30}{100} = 16.710$

Jadi harga jualnya Rp 55.700 + Rp 16.710 = Rp 72.410

❖ Souvenir Pisau
 $31.700 \times \frac{30}{100} = 9.510$

Jadi harga jualnya Rp 31.700 + Rp 9.510 = Rp 41.210

❖ Souvenir Entong
 $31.700 \times \frac{30}{100} = 9.510$

Jadi harga jualnya Rp 31.700 + Rp 9.510 = Rp 41.210

2. Berdasarkan data dari pesaing

Sebelum kami menetapkan harga jual, kami menghitung semua pengeluaran yang dikeluarkan mulai dari bahan baku, bahan tambahan, proses produksi (konveksi), ongkos angkut produk, hingga packaging, lalu kami melakukan survei dipasaran terlebih dahulu untuk mengetahui harga rata-rata pasaran kerajinan tikar sesuai jenis produknya, dan membandingkan harga pesaing dengan melihat kualitas produk juga tentunya. Maka dari itu kami baru bisa menetapkan harga jual yang pantas dan sesuai dengan kualitas produk yang kami jual. Kami mensurvei produk lain berkisaran anantara Rp 35.000 sampai Rp 80.000 kerajinannya. Sedangkan harga produk kami berikasaran Rp 20.000 sampai 70.000 harga tersebut telah kami pertimbangkan dari survei dan perhitungan HPP yang kami miliki.

e. Target Penjualan

Harga Jual Souvenir Sendok&garpu

Harga jual = Rp 72.410/lusin

Target penjualan (1 bulan) 20 lusin X Rp 72.410,- = Rp 1.448.000,-

Harga Jual Souvenir Pisau

Harga jual = Rp 41.210/lusin

Target penjualan (1 bulan) 20 lusin X Rp 41.210 = Rp 824.200

Harga Jual Souvenir Entong

Harga jual = Rp 41.210/lusin

Target penjualan (1 bulan) 20 lusin X Rp 41.210 = Rp 824.200

Harga Jual Kotak Tissue

Harga jual = Rp 28.600

Target penjualan (1 bulan) 20pcs X Rp 28.600 = Rp 572.000

Harga Jual Kotak Cermin

Harga jual = Rp 26.000

Target penjualan (1 bulan) 20pcs X Rp 26.000 = Rp 520.000

Harga Jual Pouch

Harga jual = Rp 20.800

Target penjualan (1 bulan) 10pcs X Rp 20.800 = Rp 208.000

Harga Jual Dompot

Harga jual = Rp 26.000

Target penjualan (1 bulan) 20pcs X Rp 26.000 = Rp 520.000

Hasil produksi dan pendapatan per bulan

Uraian	Kuantitas	Harga Jual/unit	Total
Souvenir sendok&garpu	20 lusin	Rp. 72.410	Rp. 1.448.200
Souvenir pisau	20 lusin	Rp. 41.210	Rp. 824.200
Souvenir entong	20 lusin	Rp. 41.210	Rp. 824.200
Kotak tissue	20 pcs	Rp 28.600	Rp. 572.000
Kotak cermin	20 pcs	Rp 26.000	Rp 520.000
Pouch	10 pcs	Rp 20.800	Rp 208.000
Dompot	20 pcs	Rp 26.000	Rp 520.000
TOTAL			Rp. 4.916.400

Table 4. Hasil produksi dan pendapatan per bulan

f. Balik modal

Break event point adalah suatu titik atau keadaan dimana penjualan dan pengeluaran sama atau suatu kondisi dimana penjualan perusahaan cukup untuk menutupi pengeluaran bisnisnya.

Berikut adalah Break Event Point (BEP) dari Mats.id :

Break Event Point (BEP)

Dari data tersebut diatas dapat disajikan perhitungan Rugi/Laba dalam satu Bulan rata-rata adalah :

Pendapatan – Biaya Produksi (Variabel) Per Bulan

= Rp 4.916.400– Rp 720.000

= Rp 4.196.000

Perhitungan BEP

Modal : Keuntungan = Rp 10.000.000 : Rp 4.196.000

= **2,3 (2 Tahun 3 bulan)**

Perhiasan Bahan Dasar Resin

SAM Stuff

Ds. Punggul Rt 02 Rw 01

Gedangan – Sidoarjo

SAM Stuff merupakan usaha yang memproduksi dan menjual aksesoris yang terbuat dari resin dengan warna dan variasi yang *unique*.

EXECUTIVE SUMMARY

Dalam perekonomian pada suatu negara pada saat ini sangat memerlukan industri kreatif. Industri kreatif adalah sebuah aktifitas ekonomi yang terkait dengan menciptakan atau penggunaan pengetahuan informasi. Di Indonesia industri kreatif biasa disebut juga dari kreatifitas dan daya cipta setiap individu. Industry kreatif di Indonesia memiliki beberapa sector yaitu antara lain sector arsitektur, sector periklanan, sector pasar barang seni, sector kerajinan, sector design, sector fashion, sector video, film, dan fotografi, sector kuliner. Kami memilih untuk menekuni sector fashion, sector pasar barang seni, dan sector kerajinan.

Dalam berbagai sector yang kami pilih, kami memilih mengkreasikan bahan kimia “resin” yang dapat diolah menjadi perhiasan. Resin adalah getah yang dikeluarkan oleh banyak jenis tetumbuhan, terutama oleh jenis-jenis pohon runjung. Resin biasanya dipakai dengan industri budaya atau ekonomi kreatif. Industri kreatif tercipta dari pemanfaatan serta keterampilan yang dimiliki oleh setiap individu untuk bisa membuat lapangan pekerjaan baru dan juga bisa menciptakan kesejahteraan di daerah. Industry kreatif merupakan hasil orang terutama sebagai bahan pernis, perekat, maupun pelapis makanan. Kami memikirkan bagaimana resin ini dapat digunakan selain hal yang telah disebutkan di atas. Resin ini juga dapat dibekukan, jadi kami memiliki ide bagaimana jika resin ini digunakan untuk aksesoris.

Aksesoris adalah sebuah benda yang sangat identik dengan wanita. Menurut Wikipedia, perhiasan adalah sebuah benda yang digunakan untuk merias atau mempercantik diri. Perhiasan yang kita tahu hanyalah berbahan dasar emas, perak, nikel, dan lain-lain, dan hanya kaum wanita yang menggunakannya. Seperti yang dikutip dari web kemenperin prospek bisnis perhiasan di Indonesia masih cukup menjanjikan. Apalagi dengan membaiknya dan

meningkatnya ekonomi di Indonesia, sector ini juga didukung dengan populasi penduduk yang besar, pertumbuhan kelas menengah, dan factor kultur di Indonesia.

Usaha perhiasan juga dapat mengatasi pengangguran yang semakin meningkat. “Untuk jumlah industri perhiasan di Provinsi Jawa Timur, saat ini sebanyak 26 industri berskala besar dan menengah, serta sekitar 1.854 industri berskala kecil yang tersebar di berbagai sentra industri seperti Surabaya, Gresik, Lamongan, Pasuruan, Lumajang dan Pacitan,” papar Airlangga. Jumlah tenaga kerja yang terserap mencapai 17.600 orang, yang berdampak pada meningkatnya ekonomi nasional serta mengurangi kemiskinan. Menurut Menperin, industri perhiasan merupakan salah satu sektor andalan bagi Jawa Timur.

Dengan data yang sudah dipaparkan oleh Menperin kami yakin dengan mendirikan usaha ini akan menguntungkan banyak pihak.

Pada umumnya perhiasan hanya digunakan untuk perempuan. Adapun laki-laki yang menggunakan perhiasan tetapi tidak terlalu banyak variasinya. Aksesoris kami dapat digunakan oleh perempuan dan juga laki-laki. Karena resin ini berbentuk cair dan bening, dapat di berikan warna dan di bentuk dengan bentuk yang unik-unik. Kaum hawa pada era ini memikirkan jika mereka membeli emas lebih baik mereka gunakan untuk investasi ketimbang untuk menghias diri. Maka dari itu SAM Stuff memiliki peluang usaha yang cukup tinggi. Hal tersebut dikarenakan beberapa alasan, diantaranya di daerah Surabaya dan Sidoarjo masih belum banyak yang memproduksi Aksesoris berbahan dasar resin, bahan baku mudah diperoleh sehingga ketersediannya cukup terpenuhi.



SAM Stuff adalah perusahaan yang memproduksi aksesoris yang berbahan dasar resin. Resin adalah getah yang dikeluarkan oleh banyak jenis tumbuhan, terutama oleh jenis – jenis pohon konifer. Resin ini masih berupa cairan bening yang kemudian dicampur dengan pewarna ataupun glitter atau bahan baku yang diinginkan seperti bunga, kayu dan lain sebagainya. Perhiasan dan furniture yang dapat kita buat yaitu berupa liontin, cincin, gelang, anting.

SAM Stuff dioperasikan oleh 3 orang yaitu, Ayu bhuana, Sendi Kurniawan, Meylia Amanatul. Perusahaan akan memiliki 10 karyawan, yang bekerja pada bagian produksi, pengemasan, pengiriman. SAM Stuff akan menjual produknya melalui onlineshop dan offlineshop. Pelanggan akan membeli produk SAM Stuff karena produk aksesorisnya yang unik dan kami juga akan memberikan potongan harga bagi yang sudah berlangganan.

SAM Stuff akan menjual produknya di stand yang dikelola oleh 3 orang tersebut. Tidak perlu tambahan karyawan untuk mencapai sasaran jangka pendek dan jangka panjang. Tujuan jangka pendeknya adalah mengejar target omzet untuk membuka toko. Untuk mencapai sasaran jangka panjangnya bisa membuka toko aksesoris sendiri.

DESCRIPTION OF THE BUSINESS

SAM Stuff merupakan bisnis yang akan menjual produk aksesoris yang terbuat dari bahan dasar resin yang berkualitas. Aksesoris yang kami buat ini memiliki bentuk yang unik sehingga dapat menarik daya tarik pada remaja. Harga dari aksesoris ini juga terjangkau sehingga para remaja tertarik untuk membelinya.

Outlet SAM Stuff berlokasi di Desa Punggul RT. 02 RW. 01 Gedangan, Kab. Sidoarjo. Kami memilih lokasi ini berdasarkan murahnessnya penyewaan lahan. Kami tidak terlalu membutuhkan tempat yang strategis karena kami lebih memaksimalkan penjualan melalui online.

Produk yang kami jual adalah sebagai berikut:

1. Kalung



Kalung rantai dengan diberi 3 pembatas yang berisi resin dengan 2 warna berbeda. Kalung ini bisa digunakan oleh para wanita. Khusus untuk wanita berhijab yang ingin tetap menggunakan kalung dan bisa dilihat banyak orang, tidak perlu khawatir, rantai dari kalung ini bisa dipanjangkan sesuai selera pemakai.

2. Anting-Anting



Anting – Anting berbentuk kerucut yang sepenuhnya terbuat dari resin dengan tambahan warna biru dan putih. Anting ini bisa digunakan oleh wanita dewasa atau bahkan anak – anak.

3. Gelang



Gelang rantai ini juga diberi 3 pembatas yang diisi resin dengan 2 warna yang berbeda. Gelang ini sangat banyak diminati banyak remaja wanita, karena dengan menggunakan gelang ini mereka merasa menampilkannya jauh lebih indah dan elegan.

TUJUAN

SAM Stuff memiliki tujuan untuk memperoleh keuntungan sebesar – besarnya, memanfaatkan peluang tidak ada usaha yang membuat aksesoris dengan bahan dasar resin, memberi lapangan kerja baru untuk masyarakat sekitar.

MANFAAT

Keuntungan yang dapat diperoleh oleh pemilik usaha yaitu dapat menjadikan sebagai pengalaman dalam berbisnis serta dapat menjadi pembelajaran dalam menjalankan bisnis - bisnis yang lain yang lebih besar. Pembelajaran yang diperoleh seperti bagaimana cara

melayani konsumen, serta bagaimana supaya karyawan menjadi senang dengan kebijakan yang kita tetapkan, dan lain sebagainya. Selain itu, dengan adanya aksesoris ini, dapat membuat orang lain senang dalam mengkoleksi aksesoris yang unik. Selain itu juga secara tidak langsung dapat membuka lapangan kerja bagi masyarakat yang membutuhkan pekerjaan, karena usaha ini berkembang, maka akan membutuhkan tenaga kerja untuk membantu dalam kelancaran usaha.

MARKET

Target Market

Target pasar SAM Stuff adalah para remaja dari usia 14 tahun – 22 tahun. SAM Stuff menargetkan para remaja, karena para remaja kebanyakan menyukai aksesoris. Kayu bekas kebanyakan tidak dimanfaatkan dengan baik sehingga ini dapat menjadi peluang yang sangat besar bagi bisnis kami, maka dari itu kami membuat inovasi kayu bekas dan resin untuk membuat aksesoris seperti kalung, gelang, cincin, dan juga anting – anting. Karena keunikan produk kami dan memiliki ciri khas tersendiri maka kami yakin dapat menarik perhatian konsumen. Dalam menawarkan produk, SAM Stuff melayani konsumen dengan baik, dan membuat produk sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen agar kami tidak mengecewakan konsumen. Di dalam pemasarannya, SAM Stuff menerapkan Segmentasi, Targeting, dan Positioning yaitu:

a. Segmentasi Demografi

SAM stuff di targetkan untuk para rema mulai dari usia 14 tahun – 22 tahun, aksesoris ini tidak hanya digunakan wanita tetapi pria juga bisa menggunakan, harga yang ditawarkan pun terbilang murah, jadi untuk semua kalangan atas, menengah maupun bawah dapat memiliki aksesoris ini.

b. Segmentasi Psikografi

Pada segmentasi ini pembeli dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan:

1. Status sosial : SAM Stuff ditujukan untuk kalangan menengah, Karena perekonomian di Indonesia lebih mengarah kepada kalangan menengah ke bawah.
2. Gaya hidup : Semua gaya hidup (modern, tradisional, kuno, boros, hemat, mewah).
3. Kepribadian : Remaja yang memiliki kepribadian untuk mengkoleksi aksesoris unik.

POTENSI SUMBER DAYA DAN PELUANG PASAR

Meskipun banyak sekali penjualan aksesoris ini baik skala besar maupun kecil, tetapi tidak menutup kemungkinan untuk menjalani usaha ini, karena produk ini memiliki karakteristik yang berbeda dari produk lainnya yang sejenis, serta harga yang sangat terjangkau bagi semua kalangan. Usaha kami dalam memasarkan produk kami ini tentunya paling utama yaitu sosial media. Karena social media ini sangat berpotensi di kalangan remaja pada saat ini. Selain itu kami akan membuka booth di bazar-bazar acara, mulai dari acara kecil maupun besar. Itu juga dapat meningkatkan pengetahuan konsumen terhadap produk kami.

PESAING

Persaingan kami sangat banyak, yaitu seperti produk aksesoris dan perhiasan yang dijual di toko – toko , bahkan yang dijual di mall – mall. Tetapi dengan persaingan tersebut kami tidak takut, karena produk kami ini lebih unik dari produk aksesoris lainnya dan bahkan produk kami ini juga lebih murah dari produk-produk aksesoris lainnya. Untuk mengatasi persaingan tersebut, kami juga melakukan cara seperti memberikan diskon pada produk kami dengan tetap mempertahankan kualitas produk yang kami jual. Dengan memberikan diskon tersebut bertujuan agar konsumen tetap tertarik dengan produk-produk yang kami jual dan tidak berpindah ke toko atau tempat produk aksesoris lainnya. Selain itu kami juga melakukan promosi produk-produk kami agar dapat menarik konsumen untuk membeli produk kami.

MARKET STRATEGY

Strategi Penjualan dan Pemasaran

Di SAM Stuff akan memperkerjakan 3 tenaga penjualan dan akan membutuhkan 10 personil tambahan untuk mencapai tujuan penjualan kami. Tenaga penjualan ini akan membutuhkan beberapa tahun pengalaman dalam memproduksi aksesoris.

1. Produk

Berbagai macam aksesoris remaja dengan bahan dasar resin (bahan kimia). Produk yang akan kami buat adalah : Kalung, Cincin, Gelang, Anting – Anting. Aksesoris tersebut kami buat sesuai desain kami, tapi kami juga menerima custom dari customer yang ingin memesan produk kami.

2. Harga

Untuk menetapkan harga, kita perlu melakukan riset dan membandingkannya. Karena bisnis ini peminatnya adalah remaja, maka berikan harga yang dapat

dijangkau oleh para remaja oleh karena itu kita perlu mencari supplier bahan baku yang bisa memberikan harga bahan baku lebih murah, sehingga kita juga dapat memberikan harga yang terjangkau untuk costumer.

PRODUK	HARGA/UNIT (Rp)
Kalung	15.000
Gelang	15.000
Cincin	15.000
Anting – Anting	15.000

3. Tempat
 - a. Membuat stand pameran di kampus maupun di luar kampus.
4. Promosi
 - a. Melalui brosur yang akan disebarakan di tempat cfd, perbelanjaan.
 - b. Mengikuti pameran di kampus maupun di luar kampus
 - c. Melalui online seperti di instagram, whatapp, line, facebook.
 - d. Melalui Tokopedia dan Bukalapak

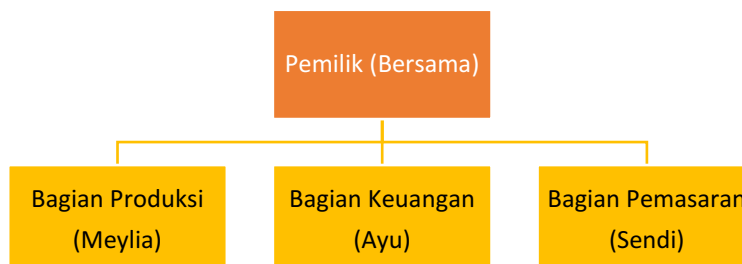
Business Modal Canvas

key partners	key activities	value propositions	customer relationship	customer segments
<ul style="list-style-type: none"> -supplier resin -digital printing -supplier bb -retail accessories -kurir 	<ul style="list-style-type: none"> -produksi -marketing -distribusi -keuangan <p>key resources</p> <ul style="list-style-type: none"> -tenaga kerja -peralatan -kemasan -kendaraan -internet 	<ul style="list-style-type: none"> -perhiasan yang terbuat dari resin dengan bentuk, warna yang beragam. -harga yang dapat dijangkau oleh seluruh kalangan -custom service 	<ul style="list-style-type: none"> -membership -bonus -social media <p>channels</p> <ul style="list-style-type: none"> -direct selling -pameran -outlet -retail 	<p>remaja dan dewasa umur 16-24 tahun perempuan ataupun laki-laki yang menyukai perhiasan</p>
cost structure		revenue streams		
<ul style="list-style-type: none"> -biaya produksi -biaya distribusi 	<ul style="list-style-type: none"> -biaya transportasi -biaya promosi 	<ul style="list-style-type: none"> -penjualan produk -direct selling -outlet 	<ul style="list-style-type: none"> -retail -pameran 	

Management

SAM Stuff ini didirikan oleh tiga orang dari Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, yaitu dari mahasiswa Fakultas Bisnis jurusan S1 Manajemen. Orang-orang tersebut bernama Meylia Amanatul Rochma, Ayu Bhuana Sakti Febri A, Sendi kurniawan. Untuk saat ini kami hanya bertiga saja dalam memproduksi aksesoris, tetapi kedepannya kami ingin memiliki 10 orang karyawan untuk membantu menjalankan usaha SAM Stuff ini. Bagian yang kami butuhkan yaitu bagian pemasaran, bagian keuangan, dan bagian produksi.

STRUKTUR ORGANISASI



GOALS IMPEMETATION

- Tujuan jangka pendek dari bisnis kami adalah:
 1. Booth di bazar-bazar
 2. Mencapai keuntungan kami dalam lima bulan
 3. Memiliki penjualan Rp 8.000.000 dalam 4 bulan
- Untuk mencapai tujuan jangka pendek pertama kami, kami harus:
 1. Membeli peralatan untuk membuka booth
 2. Mencari dana investasi untuk membeli peralatan pembuatan Produk
- Untuk mencapai tujuan jangka pendek kedua, kita harus:
 1. Mengiklankan produk secara luas pada bulan Maret, April, Mei, Juni
 2. Simpan biaya seminimal mungkin
- Untuk mencapai tujuan jangka pendek ketiga kami, kami harus:
 1. Promosikan penjualan Aksesoris
- Tujuan jangka panjang untuk bisnis kami adalah:
 1. Dapatkan volume penjualan Rp 10.000.000 dalam 1 tahun
 2. Buka toko pertama di ruko terdekat
 3. Menjadi produsen Aksesoris berbahan dasar resin pertama di Jawa Timur

LOCATION

SAM Stuff bertempat di Ds. Punggul Rt 02 Rw 01 Gedangan – Sidoarjo. Tempat tersebut merupakan tempat produksi kami yang sampai saat ini masih memproduksi. Di sinilah juga awal mula kami mengembangkan usaha ini. selain melakukan penjualan di saat pameran

ANALISIS SWOT

Dalam setiap usaha tentunya kita harus menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dari usaha yang kita lakukan nantinya:

1. Kekuatan

Kekuatan dari usaha aksesoris ini adalah merupakan suatu usaha yang sangat berkembang dan usaha aksesoris resin di Jawa Timur hanya beberapa saja, kekuatan

dari bisnis aksesoris yang terbuat dari bahan dasar resin, kita juga melayani pesanan desain dari pelanggan selain itu produk kami nantinya disesuaikan dengan pangsa pasar dan tren yang sedang berkembang.

2. Kelemahan

Kelemahan dari bisnis ini, untuk menghasilkan produk yang berkualitas harus memilih bahan baku yang berkualitas pula, dan harganya tentunya mahal. Sehingga ketika dijual dengan harga yang mahal pula dikhawatirkan sulit untuk menembus pasar. Bahkan banyak orang yang tidak mengenal aksesoris yang terbuat dari resin.

3. Peluang

Peluang bisnis ini adalah di Jawa Timur bisnis aksesoris resin minim sekali. Sehingga nantinya kami optimis bisnis ini akan sangat berpeluang untuk berkembang di daerah luar Jawa Timur

4. Ancaman

Ancamannya adalah ketika bisnis ini nantinya sudah mulai berkembang, akan ada toko toko aksesoris lainnya yang akan menyaingi.

FINANCE

SAM Stuff menghadapi beberapa potensi ancaman atau risiko bagi bisnisnya. Kami akan bersaing dengan toko – toko perhiasan emas, kami percaya kami dapat memberikan kompensasi untuk ini dengan menyediakan produk-produk berkualitas yang dilengkapi dengan saran kualitas tentang penggunaan setiap produk yang kami jual.

A. RincianModal Investasi

INVESTASI			
Cetakan	50	Rp 22.000	Rp 1.100.000
Lampu uv	5	Rp 150.000	Rp 750.000
Tang	5	Rp 125.000	Rp 375.000
Stand	1	Rp 2.000.000	Rp 2.000.000
Sewa ruko	1	Rp 5.000.000	Rp 5.000.000
Mesin pemotong	1	Rp 1.190.000	Rp 1.190.000
Total			Rp 10.415.000

B. Harga Pokok Produksi Kalung

KALUNG	
Resin	Rp 500
tenaga kerja langsung	Rp 500
glitter	Rp 100
warna pigment	Rp 100
2pcs ring	Rp 100
0,5m rantai silver	Rp 2.000
1 biji kokot udang mini nikel	Rp 200
Kayu	Rp 500
Total	Rp 4.000

C. Harga Pokok Produksi Gelang

GELANG	
resin	Rp 500
tenaga kerja langsung	Rp 500
glitter	Rp 100
warna pigment	Rp 100
2pcs ring	Rp 100
0,25m rantai silver	Rp 1.000
1 biji kokot udang mini nikel	Rp 200
Kayu	Rp 500
total	Rp 3.000

D. Harga Pokok Produksi Anting - Anting

ANTING-ANTING	
Resin	Rp 500
tenaga kerja langsung	Rp 500
glitter	Rp 100
warna pigment	Rp 100
2pcs rangka anting	Rp 2.000
2pcs kait anting	Rp 100
2pcs ring nikel 5mm	Rp 100
total	Rp 3.400

E. Harga Pokok Produksi Cincin

Cincin				
Resin				Rp 500
tenaga kerja langsung				Rp 500
glitter	Keterangan	HPP	Satuan	Jumlah
				Rp 100
warna pigment				Rp 100
cetakan				Rp 500
kayu				Rp 500
total				Rp 2.200

F. HPP Keseluruhan

Kalung	Rp 4.000	150	Rp 600.000
Gelang	Rp 3.000	150	Rp 450.000
Anting-Anting	Rp 3.400	150	Rp 510.000
Cincin	Rp 2.200	150	Rp 330.000
total			Rp 1.890.000

ga jual = Rp 15.000

Target Penjualan (6 bulan) :

600 pcs X 15.000 = 9.000.000

Dalam sebulan kami akan menjual 100 pcs aksesoris, yang akan menjadi target jangka pendek dari SAM Stuff.

Laba bersih = Omzet – HPP

= Rp 9.000.000 – Rp 1.890.000

= Rp 7.110.000

BEP = Modal : Keuntungan

= Rp 10.415.000 : Rp 7.110.000

= 1,47 bulan

CATERING DIET

CATERING DIET ROEMAH MAMA

Surabaya, Jawa Timur

Indonesia.

Catering diet Roemah Mama adalah bisnis yang berbasis di Surabaya yang akan menyediakan layanan siap antar makanan sehat kepada konsumen yang sudah menjadi anggota kami.

RINGKASAN EKSEKUTIF

Dengan perkembangan zaman orang-orang sekarang mulai berhati-hati dalam memilih dan membeli makanan, karena pada dasarnya banyak makanan dan jajanan yang dibuat dengan menggunakan bahan pengawet atau kimia dan kadar gula berlebihan yang berbahaya. Sebagian masyarakat memilih makanan hanya berpedoman pada rasanya yang enak dan murah. Mereka tidak memikirkan kandungan yang ada yang bisa membahayakan pencernaan dan obesitas akibat gula yang berlebihan. Untuk itulah kami mendirikan makanan yang memiliki rasa enak dan sehat yang aman untuk dikonsumsi, serta memiliki kandungan gizi yang cukup. Tidak hanya itu perkembangan teknologi membuat semua serba instant mengingat adanya perusahaan yang hanya bermodal handphone, mereka bisa mendapatkan apa saja. Hal itu membuat masyarakat malas untuk bepergian kemana saja untuk mendapatkan dan memenuhi apa yang mereka inginkan. Maka dari itu kami juga menciptakan bisnis yaitu Catering diet Roemah Mama. Dimana bisnis ini bisa mengantar makanan yang Catering diet Roemah Mama sediakan. Cocok dengan masyarakat perkembangan zaman dan teknologi masa kini.

Dari uraian di atas maka sangat potensial bila kami mengembangkan usaha Catering diet Roemah Mama ini, karena memang usaha ini sudah semestinya dibutuhkan oleh masyarakat. Di Catering diet Roemah Mama ini menyediakan berbagai menu bahkan setiap hari menu yang kami sediakan berbeda semua. Hal ini akan membuat konsumen kami tidak bosan dengan menu-menu yang kami sediakan dan bahagia menjalankan program diet dari Catering diet Roemah Mama.

Tujuan dari bisnis ini adalah membantu mengatur pola makan konsumen atau target pasar kami yang menderita masalah gangguan pada berat badan dan membantu keefektifan penderita masalah gangguan berat badan dengan adanya jasa kurir dari layanan Catering diet Roemah Mama. Catering diet Roemah Mama berbasis di Surabaya sekitarnya yang menyediakan layanan jasa kurir antar makanan sehat kepada anggota atau konsumen Catering diet Roemah Mama.

Dengan alasan dan landasan tersebut kami berniat untuk merintis usaha catering diet tersebut yang kami beri nama yaitu Catering diet Roemah Mama. Karena kami mengerti bahwa Mama atau Ibu atau Bunda akan selalu memberi makanan yang sehat dan bergizi layaknya kami catering diet Roemah Mama yang menyediakan menu makanan yang sehat dan bergizi.

Catering diet Roemah Mama ini sudah pernah dipasarkan kepada masyarakat. Tanggapan yang berbeda-beda telah kami terima. Ada yang positif dan ada pula yang negatif, kami terima semua tanggapan mereka. Karena dari tanggapan-tanggapan mereka bisa membuat bisnis Catering diet Roemah Mama menjadi semakin berkembang dan bertumbuh.

Catering diet Roemah Mama mempunyai visi yang sudah dipikirkan dengan matang dan benar untuk kebaikan usaha ini, yaitu untuk menjadikan Catering diet Roemah Mama sebagai Iconic Global Diet Personalized Catering melalui jasa layanan profesional dalam perencanaan dan penyediaan makanan diet serta pembiasaan pola makan sehat bagi pelanggan. Tidak hanya visi, namun kami juga mempunyai misi yang tidak kalah hebatnya. Yaitu Catering diet Roemah Mama membantu setiap pelanggan mendapatkan pola makan sehat, mulai dari perencanaan dan penyediaan diet serta pembiasaan pola makan sehat sesuai dengan kebutuhan pelanggan tersebut. Catering diet Roemah Mama memperkuat dan memperluas jaringan usaha dengan memberikan hak eksklusif kepada terwaralaba di Jawa Timur.

DESCRIPTION OF THE BUSINESS

Catering diet Roemah Mama ini adalah bisnis yang bermaksud untuk menyediakan layanan kurir siap antar makanan sehat ke konsumen Catering diet Roemah Mama. Bisnis ini dapat menangani konsumen Catering diet Roemah Mama yang mengalami gangguan berat badan dan gangguan pencernaan. Bisnis ini akan mempengaruhi persentase penduduk obesitas yang ada di Surabaya. Berdasarkan Pemantauan Status

Gizi Kementerian Kesehatan, sekitar 25,8 persen penduduk dewasa tergolong obesitas pada 2017. Jumlah itu melonjak dua kali lipat dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya 10,6 persen. Tingkat obesitas berdasarkan provinsi, yaitu provinsi Jawa Timur mencapai 32,9 persen dimana Jawa Timur mencapai diatas rata-rata pada persentase tersebut. Dengan kami mendirikan bisnis ini yaitu Catering diet Roemah Mama akan menghasilkan keuntungan bagi pemilik dan pejalan bisnis ini.

Catering diet Roemah Mama Mengharapkan tingkat pertumbuhan yang kuat pada awal operasi. Karena dengan hal tersebut maka bisa membantu keuangan dalam permodalan untuk kedepannya. Dengan adanya target pasar yang tepat, maka bisa dipastikan bahwa bisnis ini akan di kenal dan diminati masyarakat.

Di Catering diet Roemah Mama ini mempunyai berbagai paket yang disediakan untuk konsumen, antara lain:

1. Pagi (breakfast) + makan siang (lunch + makan malam (dinner)
2. Makan siang (lunch) + makan malam (dinner)
3. Tambah snack

Bisnis ini di operasikan di satu rumah, yaitu rumah milik orang tua dari owner Catering diet Roemah Mama itu sendiri. Bertempat di Gedangan kabupaten Sidoarjo kota Surabaya.

Tujuan

Tujuan Catering diet Roemah Mama yaitu untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya, dengan memanfaatkan peluang di dunia bisnis masa kini, menambah pengalaman dan ilmu pengetahuan kewirausahaan dalam melakukan kegiatan usaha, mewujudkan kemampuan dan kemandirian dalam berwirausaha untuk meningkatkan kemajuan dan kesejahteraan masyarakat, serta membudayakan semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan kewirausahaan dikalangan mahasiswa dan masyarakat yang mampu diandalkan dan terdepan dalam berwirausaha.

Manfaat

Manfaat Catering diet Roemah Mama bagi masyarakat yang mengalami gangguan pencernaan dan obesitas akibat kadar gula dan penggunaan bahan yang tidak terkontrol sehingga mengakibatkan persentase penduduk yang mengalami obesitas makin meningkat. Dengan penulis mendirikan usaha Catering diet Roemah Mama ini maka

manfaat yang bisa penulis bagikan yaitu mengatasi bahkan meminimalisir angka atau jumlah dari penderita gangguan pencernaan dan obesitas pada masyarakat. Dan keuntungan yang dapat diperoleh oleh owner bisnis ini yaitu dapat menjadikan sebagai pengalaman dalam berbisnis serta dapat menjadi pembelajaran dalam menjalankan bisnis-bisnis yang lain yang lebih besar. Pembelajaran yang diperoleh seperti bagaimana melayani konsumen, menghadapi konsumen, serta bagaimana supaya owner juga memikirkan kepuasan kerja bagi karyawan.

MARKET

Target Market

Target pasar Catering diet Roemah Mama adalah seseorang yang memang mengalami obesitas dan gangguan pencernaan, dimana mereka memang membutuhkan pola makan serta pola hidup yang sehat. Dengan cara mereka mengikuti program catering diet ini, maka mereka sudah memilih dengan benar untuk mengatasi masalah-masalah mereka.

Tidak hanya itu Catering diet Roemah Mama mempunyai target pasar yaitu masyarakat yang berusia 19 – 50 tahun. Mengingat tidak semua umur bisa menikmati dan membutuhkan makanan diet. Namun bisnis ini tidak membatasi, baik pria ataupun wanita boleh mengikuti program diet Roemah Mama ini.

Target Market

Jenis kelamin : Perempuan dan Laki-laki

Tipe : Bekerja, mengalami gangguan pencernaan, mengalami obesitas

Umur : 19 – 50 tahun

Kami juga memikirkan target pasar kami kepada kalangan menengah keatas, mengingat harga yang kami tawarkan juga relatif mahal. Karena bahan dari menu-menu Catering diet Roemah Mama ini sangat berkualitas dan terjamin baik untuk kesehatan. Dari ulasan tersebut, Catering diet Roemah Mama menerapkan Segmentasi yaitu:

a) Segmentasi Demografi

Catering diet Roemah Mama ini menargetkan masyarakat yang berusia 19 tahun- 50 tahun, program Catering diet Roemah Mama ini juga bisa di nikmati oleh semua jenis kelamin wanita maupun laki-laki. Harga yang ditawarkan tidak cukup murah jadi kami menargetkan kalangan menengah ke atas.

b) Segmentasi Psikografi

Pada segmentasi ini pembeli dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan:

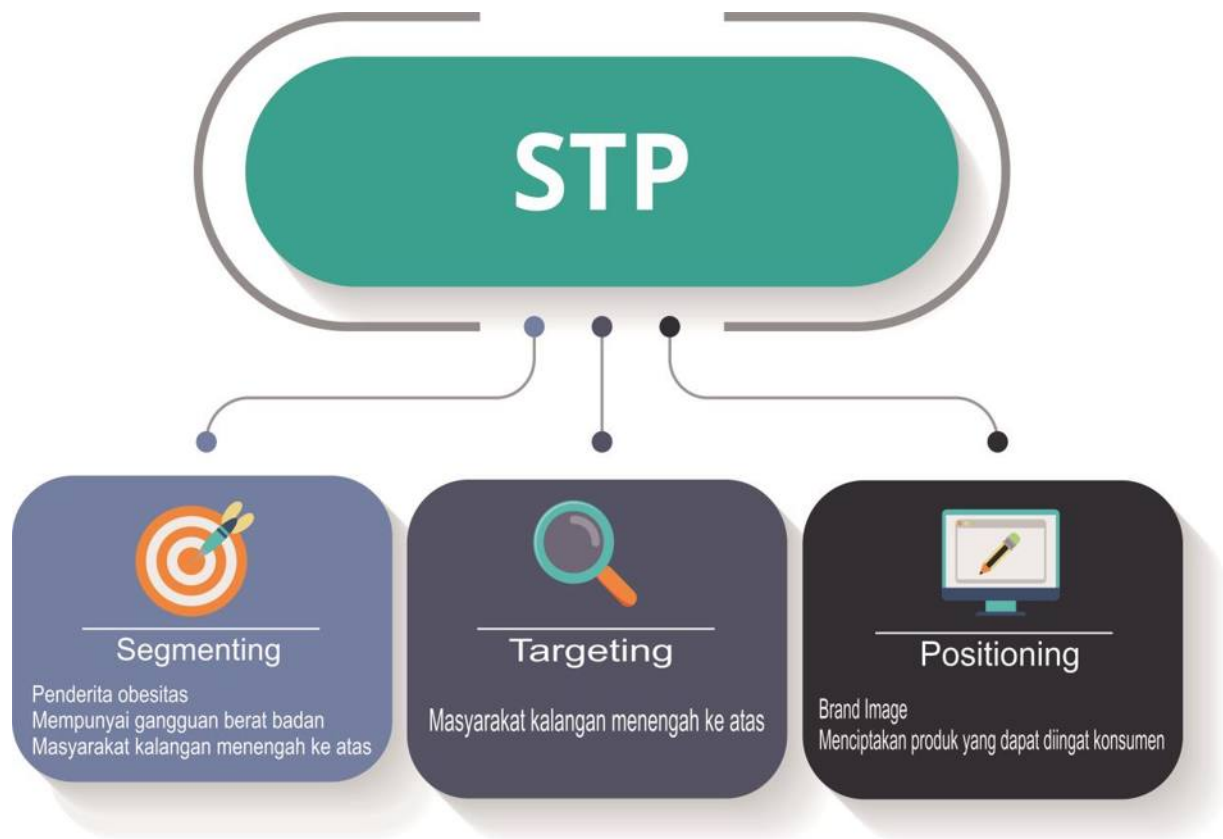
- Status sosial : Catering diet Roemah Mama ditujukan untuk kalangan menengah ke atas, karena bahan yang kami gunakan memang berkualitas dan terjamin kesehatannya. Tidak hanya itu di zaman masa kini pembisnis menciptakan usaha yang instan dan efektif, maka kami juga membuat bisnis ini se efektif mungkin.
- Gaya hidup : Catering diet Roemah Mama mempunyai segmentasi pada gaya hidup modern, boros, hemat, dan mewah.
- Kepribadian : Seseorang yang memiliki pribadi tidak suka ribet

Potensi Sumber Daya dan Peluang Pasar

Meskipun banyak sekali penjual atau bisnis catering diet ini baik skala besar maupun skala kecil yang menjalankan usaha di bidang makanan ini. Tetapi, tidak menutup kemungkinan untuk menjalani kegiatan ini. Karena usaha ini memiliki karakteristik yang berbeda dari produk lainnya yang sejenis, serta harga yang sangat terjangkau diantara pesaing-pesaing yang sejenis dan terbuat dari bahan makanan yang berkualitas dan terjamin kesehatannya bagi konsumen Catering diet Roemah Mama.

Promosi merupakan suatu kegiatan mengenalkan produk kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan hasil penjualan. Untuk dapat meningkatkan hasil penjualan Catering diet Roemah Mama maka perlu dilakukan yang namanya promosi. Bentuk promosi yang dilakukan Catering diet Roemah Mama yaitu melalui mulut ke mulut, media sosial (Instagram dan endorse), brosur, dan mempromosikan ke komunitas herbal life yang ada di Surabaya-Sidoarjo sekitar.

Segmenting, Targeting, Positioning



Segmenting

Segmentasi pasar bisa di artikan sebagai proses pengidentifikasian dan menganalisis para pembeli dipasar produk, menganalisis antara pembeli dipasar. Segmentasi dari Catering diet Roemah Mama yaitu seseorang yang mengalami obesitas dan mempunyai gangguan berat badan, dan juga fokus pada masyarakat kalangan menengah ke atas. Karna dengan penulis mendirikan usaha Catering diet Roemah Mama, maka masyarakat yang mengalami obesitas dan gangguan berat badan pada konsumen Catering diet Roemah Mama bisa penulis atasi.

Targeting

Target yang penulis fokuskan adalah masyarakat menengah ke atas. Karena dengan padatnya kesibukan mereka, masyarakat kalangan atas susah untuk mengatur dan mengontrol pola makan mereka. Dengan adanya Catering diet Roemah Mama pola makan mereka dapat penulis atur dengan benar dan teratur.

Positioning

Tindakan perusahaan untuk merancang produk dan bauran pemasaran agar dapat tercipta kesan tertentu diingatan konsumen. Sehingga dengan demikian konsumen segmen memahami dan menghargai apa yang dilakukan perusahaan dalam kaitannya dengan para pesaingnya. Catering diet Roemah Mama mempunyai positioning yaitu brand image yang baik dengan mencantumkan tulisan “makanan ini baik untuk konsumsi karena tidak menggunakan MSG dan bahan pengawet”. Dan menciptakan produk yang dapat diingat konsumen, yang bertujuan untuk menciptakan perbedaan, keuntungan, dan juga manfaat yang dikandungnya.

Competition

Pesaing kami di Surabaya dan Sidoarjo sangat banyak, mereka lebih dulu terkenal dibanding bisnis kami. Salah satu contoh adalah “Nonik Catering” yang berlokasi di Krukah Timur 9 no, Surabaya. Tetapi dengan persaingan tersebut kami tidak takut, karena kami berbeda dalam hal menu yang berubah setiap harinya sedangkan pesaing kami menu yang mereka sajikan sama setiap harinya. Untuk mengatasi persaingan tersebut, kami juga melakukan cara seperti memberikan diskon pada paket-paket kami dengan tetap mempertahankan kualitas pada menu-menu makanan yang kami sediakan. Dengan memberikan diskon yang kami gunakan bertujuan agar konsumen tetap tertarik dengan menu-menu kami dan usaha Catering diet Roemah Mama ini. Dan strategi kami yaitu membuat menu yang berbeda-beda setiap harinya membuat konsumen tidak berpindah ke usaha lain atau tempat catering diet yang lain. Selain itu kami juga terus berusaha mempromosi usaha kami agar dapat menarik konsumen dan lebih cepat dikenal masyarakat.

MARKET STRATEGY


Strategi Penjualan dan Pemasaran

Dalam strategi pemasaran ada beberapa hal yang harus diperhatikan seperti hasil produk, tempat, segi promosi, dan juga harga yang akan dipasarkan.

a. Produk

Produk yang kami hasilkan adalah makanan yang sehat dan berkualitas:

a) Menu baru setiap hari dan Fresh

- 
- b) Ciri khas rasa yang menonjol
 - c) Tidak hambar
 - b. Tempat

Tempat untuk produksi Catering diet Roemah Mama ada di Gedangan, Sidoarjo. Tetapi kami juga melayani hingga Surabaya.

Sedangkan untuk promosi kami akan membuka stand pameran di kampus maupun luar kampus, bertujuan agar bisnis Catering diet Roemah Mama lebih dikenal masyarakat diluar sana.
 - c. Promosi

Media promosi yang digunakan Catering diet Roemah Mama ini yaitu melalui periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan publisitas (*publicity*). Iklan ini sangat membantu Catering diet Roemah Mama memberikan informasi kepada para masyarakat agar tertarik atau berminat mengikuti program catering diet kami. Penggunaan iklan ini bisa melalui media sosial seperti Instagram, Youtube, dan Facebook. Promosi penjualan Roemah Mama dapat dilakukan dengan cara mengadakan potongan harga, dan memberikan bonus hadiah kepada pelanggan pertama kami. Publisitas adalah kegiatan promosi yang dilakukan seperti pameran. Kegiatan publisitas dapat membuat konsumen/pelanggan lebih tertarik dan jelas dalam mendapatkan informasi Roemah Mama karena kami langsung mengenalkan produk kami ke pelanggan tersebut.
 - d. Penjualan
 - a) Mengikuti pameran di kampus maupun luar kampus
 - b) Melalui media sosial seperti Instagram, Youtube, dan Facebook
 - c) Menawarkan langsung ke konsumen

e. Harga

PRICE LIST	Paket Harian	Paket 5hari	Paket 7hari	Paket Bulanan
PAKET I	350.000	1.700.000	2.400.000	3.500.000
PAKET II	300.000	1.450.000	2.050.000	3.450.000
PAKET III	250.000	1.200.000	1.700.000	3.250.000
PAKET IV	200.000	950.000	1.350.000	3.200.000
PAKET V	100.000	100.000	100.000	100.000
	✓	✓	✓	✓

Strategi Bisnis

Manajemen akan menggunakan sejumlah strategi pemasaran yang akan memungkinkan bisnis ini untuk menghasilkan pendapatan dari layanan Catering diet Roemah Mama. Di awal selain kami memperkenalkan bisnis kami di Media Sosial dan melalui pameran di kampus maupun di luar kampus, kami juga mengembangkan hubungan dengan bisnis Herbal Life yang ada di Surabaya dan Sidoarjo. Karena dengan memiliki hubungan baik maka Catering diet Roemah Mama bisa mengambil peluang yang ada di Herbal Life tersebut. Tidak hanya itu, strategi kedepan dari Catering diet Roemah Mama ini adalah menambah fasilitas yang bisa kami sediakan. Contohnya, kami menyediakan Dokter spesialis ahli gizi yang bisa melakukan konsultasi antara pelanggan Catering diet Roemah Mama dengan Dokter tersebut mengenai kondisi tubuh si pelanggan.



Analisis Swot

Gambar SWOT Catering diet Roemah Mama

Setiap usaha pasti mempunyai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Maka dari itu setiap usaha harus mempunyai SWOT. SWOT adalah singkatan dari Strength, Weakness, Opportunities, Threats yang masing-masing mempunyai arti tersendiri. Hasil dari analisa SWOT biasanya berupa arahan atau rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan untuk menambah keuntungan dari segi peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan juga menghindari ancaman. SWOT juga menjadi bahan evaluasi kebijakan strategi dan sistem perencanaan sebuah perusahaan. SWOT akan membantu perusahaan dalam memikirkan berbagai upaya evaluasi kebijakan yang dirasa merugikan dan mana yang menguntungkan.

Keterangan:

1. Strength

Pada Catering diet Roemah Mama ini memiliki Kekuatan (*Strength*) sebagai berikut yang mana kekuatan dari bisnis ini yaitu dengan cara mengutamakan ciri khas rasa, kebersihan, dan kesehatan.

Layanan catering yang segar dikarenakan usaha ini memproduksi bahan menu makanan yang memang segar dan tanpa bahan pengawet.

Tidak hanya itu, kekuatan dari Catering diet Roemah Mama ini yaitu menu baru setiap hari. Karena menghindari rasa bosan yang terjadi pada pelanggan kami.

2. Weakness

Kelemahan (*Weakness*) dari Catering diet Roemah Mama ini adalah menu yang tidak tahan lama karena Catering diet Roemah Mama tidak menggunakan bahan pengawet yang berbahaya bagi tubuh dan selalu fresh.

Tidak hanya itu, kelemahan dari kami yaitu banyaknya pesaing yang lebih dulu memperkenalkan bisnis mereka ke masyarakat.

3. Opportunities

Peluang (*Opportunities*) dari Catering diet Roemah Mama adalah mempunyai banyak nilai positif yang di tawarkan yaitu menciptakan nilai positif tentang kesehatan dan mampu mengatur pola makan penderita obesitas dan gangguan pencernaan.

4. Threats

Tidak hanya peluang namun Catering diet Roemah Mama juga menganalisa tentang Threats yang ada yaitu susah mendapatkan pelanggan tetap dan persaingan usaha dengan usaha yang sejenis. Tentunya hal ini wajar dihadapi, karena setiap usaha pasti mempunyai pesaing. Dengan menganalisa SWOT ini Catering diet Roemah Mama jadi bisa mengevaluasi dan berkembang dengan melihat analisa-analisa tersebut.

Business Model Canvas



Gambar Business Model Canvas Catering diet Roemah Mama

Diera persaingan usaha yang semakin berkembang pesat dan beraneka ragam, ini kita dituntut untuk bisa menciptakan peluang usaha kecil menjadi peluang besar. Dengan mengikuti perkembangan sikap customer yang bervariasi. Hal ini menuntut kita untuk menciptakan suatu inovasi baru dan bisa memuaskan kebutuhan masyarakat dan juga mengatasi masalah pada masyarakat. Pada kehidupan yang modern ini masyarakat cenderung membutuhkan sesuatu yang efektif dan instan, maka tidak heran banyak sekali usaha-usaha yang efektif dan instan yang diciptakan di luar sana. Untuk mewujudkan itu semua kita membutuhkan perencanaan yang matang agar usaha yang kita bangun bisa terwujud dan berkembang sesuai harapan kita dan berjalan sesuai rencana atau planning. Maka dari itu penulis membutuhkan Bisnis Model Canvas untuk menunjang keberhasilan usaha Catering diet Roemah Mama. Yang dimana isi dari Bisnis Model Canvas itu sendiri adalah sasaran-sasaran dan strategi yang akan di jalankan oleh Catering diet Roemah Mama.

Keterangan:

1. *Costumer Segments*

Customer Segments dari Catering diet Roemah Mama ini sendiri yaitu seseorang yang mengalami obesitas, Catering diet Roemah Mama juga mempunyai Customer Segments yaitu konsumen yang mengikuti olahraga Gym, masyarakat menengah ke

atas juga tercantum di Customer Segments Catering diet Roemah Mama mengingat harga menu yang kami sediakan juga mahal.

2. *Customer Relationship*

Kami menjalin hubungan dengan konsumen pada bagian Customer Relationship yaitu pada Line, Whatsapp, dan Instagram. Dengan sosial media tersebut kami bisa menjalin hubungan dengan konsumen agar Catering diet Roemah Mama bisa semakin erat dengan konsumen.

3. *Channels*

Channel di sini dimaksudkan agar usaha yang kami buat yaitu Catering diet Roemah Mama bisa dikenal oleh masyarakat maka dari itu Channel kami menuju pada tempat Gym yang memang banyak masyarakat yang membutuhkan makanan sehat. Channel Catering diet Roemah Mama ini juga menuju kepada Bazar dan Event, dimana kegiatan tersebut akan banyak warga yang datang dan berkhungjung pada kegiatan tersebut.

4. *Value Propositions*

Setelah itu ada Value Propositions, disini kami mempunyai value higienis, rendah kalori, menu baru setiap hari, menyediakan makanan sehat, dan juga rasa yang khas.

5. *Key Activities*

Lanjut pada Key Activities menjual menu makanan sehat dengan berbagai menu. Jadi walaupun kami menyediakan banyak menu, tapi makanan yang kami sediakan tersebut adalah makanan-makanan sehat dan berkualitas. Selain kegiatan yang sudah penulis jelaskan, penulis juga akan melakukan jasa antar catering diet tersebut kepada konsumen dengan tepat waktu. Karna bagi kami ketepatan waktu adalah penting sekali untuk menjaga kualitas dan profesionalitas kepada pelanggan.

6. *Key Partner*

Sedangkan Key Partner usaha ini adalah pasar tradisional dan toko swalayan yang memang menyediakan bahan-bahan makanan yang akan Catering diet Roemah Mama ini sajikan.

7. *Key Resources*

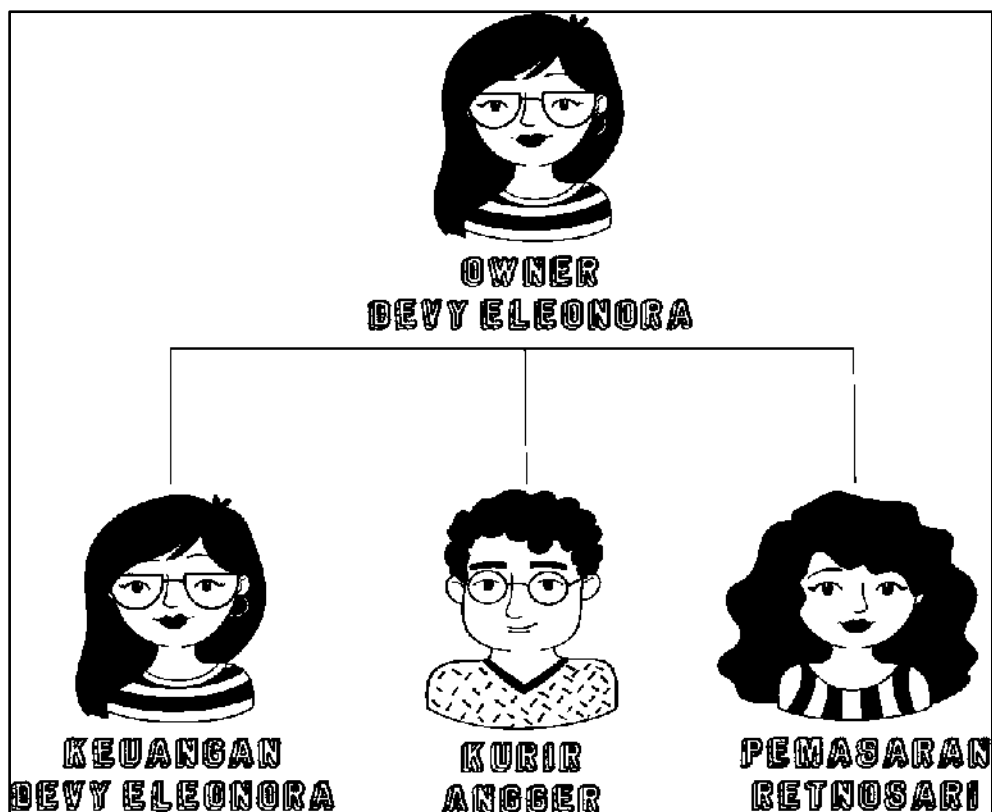
Di usaha ini kami juga melibatkan Key Resources yaitu sumber daya manusia yang terdiri dari pegawai dari Catering diet Roemah Mama dan Chef yang memang ahli di bidang diet ini.

8. *Cost Structure*

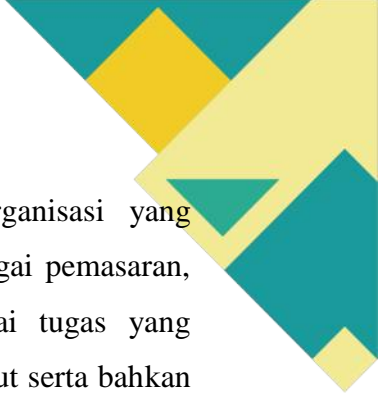
Tidak ketinggalan yaitu Cost Structure yang terdiri dari biaya-biaya yang akan dikeluarkan oleh usaha ini yaitu biaya produksi, biaya transportasi, dan biaya bahan makanan atau bahan baku dari usaha ini. Namun tidak hanya itu kami juga bisa mendapatkan keuntungan yang ditulis pada *Revenue Streams* yaitu keuntungan dari penjualan usaha ini.

MANAGEMENT

Struktur Organisasi



Gambar Struktur Organisasi Catering diet Roemah Mama



Catering diet Roemah Mama masih mempunyai struktur organisasi yang berjumlah 3, yaitu Devy Eleonora sebagai owner, Retnosari sebagai pemasaran, dan Angger Armadi sebagai kurir. Masing-masing mempunyai tugas yang berbeda-beda. Disini Devy Eleonora sebagai owner tidak jarang ikut serta bahkan turun langsung dalam mengelola Catering diet Roemah Mama alasannya adalah tidak ada orang selain owner yang bisa mengawasi kinerja karyawannya. Hal tersebut wajar karena Devy Eleonora sebagai owner dan sekaligus bertanggung jawab penuh atas keberlangsungan Catering diet Roemah Mama. Selain itu owner juga harus memberikan arahan serta informasi penting berkaitan dengan Catering diet Roemah Mama. Selain itu Devy Eleonora sebagai owner bertugas mengambil keputusan penting untuk kemajuan dan perkembangan Catering diet Roemah Mama. Setelah itu ada Retnosari sebagai pemasaran yang bertugas diantaranya, untuk melakukan perencanaan analisis peluang pasar, merencanakan pengembangan jaringan pemasaran. Dan ada Angger sebagai kurir yang bertugas untuk mengantar menu makanan Catering diet Roemah Mama yang sudah di pesan oleh konsumen, dari tempat produksi ke tempat tujuan konsumen, selain itu Angger juga harus mampu menjaga kualitas menu makanan yang ia bawa kepada konsumen. Tidak ketinggalan masalah waktu yang juga harus diperhatikan Angger sebagai kurir agar tepat waktu sampai di tujuan konsumen.

LOCATION

Catering diet Roemah Mama ini bertempat di Gedangan Sidoarjo. Tempat tersebut merupakan tempat produksi kami yang sampai saat ini masih memproduksi. Di situlah awal muka kami mengembangkan usaha ini.

Catering diet Roemah Mama ini terbuat dari bahan-bahan makanan yang memang berkualitas dan terjamin kesehatannya. kami membeli bahan-bahan makanan tersebut dari Toko Swalayan dan Pasar Tradisional terdekat dengan tempat produksi kami. Kami memilih Toko Swalayan karna kami yakin di Toko Swalayan tersebut kami bisa mendapatkan bahan makanan yang fresh, dan kami memilih Pasar Tradisional hanya untuk membeli bahan-bahan dapur yang sederhana. Setelah kami beli bahan-bahan makanan sesuai menu yang kami sediakan, lanjut bahan-bahan makanan tersebut beralih kebagian masak yang akan mengolah bahan-bahan tersebut. Chef di bagian masak akan mengolah bahan tersebut sesuai dengan takaran dan kebutuhan menu yang disediakan. Setelah itu menu yang sudah siap disajikan,

langsung di antar kurir ketujuan konsumen yang sudah disepakati di awal. Dengan mengutamakan kualitas makanan tersebut, kurir kami memperhatikan betul makanan yang ia bawa.

Rencana Perluasan

Catering diet Roemah Mama ini berharap bahwa bisnis ini akan berkembang agresif dengan cara Catering diet Roemah Mama akan sangat fokus dalam target individu yang dituju. Dengan begitu Catering diet Roemah Mama akan dikenal dengan banyak individu yang menjadi keuntungan bagi Catering diet Roemah Mama, sehingga nantinya Catering diet Roemah Mama akan berkembang ke lebih banyak tempat.

FINANCIAL ANALYSIS

Fixed Cost

Investasi			
Item	Jumlah	Satuan	Total
Kompor	1	Rp 300.000	Rp 300.000
OXONE Alat Masak Spatula OX-953 - Orange	2	Rp 86.000	Rp 172.000

Pastela Milkpan Frypan Set Maspion Teplon Panci Wajan	1	Rp 45.000	Rp 45.000
PANASONIC STAND MIXER MXAC400WSR	1	Rp 1.709.000	Rp 1.709.000
Pisau Tramontina stainless steel 8 inch	4	Rp 18.000	Rp 72.000
Set Sendok garpu sumpit portable / Sendok Travel Garpu Sumpit travel	3	Rp 15.000	Rp 45.000
Kulkas Sharp 1 pintu SJM 165 Silver	1	Rp 1.650.000	Rp 1.650.000
Cosmos CRJ-1803 MagicCom / Rice Cooker 1.2 Liter Nonstick	2	Rp 227.500	Rp 455.000
CLOVER FOOD STORAGE set 3 WADAH MAKAN BULAT- X1541G2	2	Rp 30.000	Rp 60.000
Telenan Kayu	1	Rp 10.000	Rp 10.000
Kendaraan Mobil	1	Rp110.000.000	Rp110.000.000
Sub Total			Rp114.518.000

Variable Cost

No	Uraian	Jumlah	Biaya Satuan	Harga (Rp)
A	Bahan Baku			
1	Kopi Hitam	2 gr	Rp. 759	Rp. 1.518
2	Dada Ayam	2 pcs	Rp. 19.000	Rp. 38.000
3	Mentega 200gr	1 pcs	Rp. 17.200	Rp. 17.200
4	Bawang putih 0,5 kg	1 pcs	Rp. 4000	Rp. 4000
5	Garam 250 gr	1 pcs	Rp. 4.500	Rp. 4.500
6	Seledry	1 ikat	Rp. 2.000	Rp. 2.000
7	Tempe	1 pack	Rp. 2.000	Rp. 2.000
8	Kangkung	2 ikat	Rp. 2.000	Rp. 4000
9	Bawang merah 0,5 kg	1 pcs	Rp. 4.000	Rp. 4.000
10	Cabai Merah	1 genggam	Rp. 2.000	Rp. 2.000
11	Tomat	1 genggam	Rp. 2.000	Rp. 2.000
12	Kacang kenari 100gr	1 pcs	Rp. 37.000	Rp. 37.000
13	Keju mozzarella 250 gr	1 pcs	Rp. 30.000	Rp. 30.000
14	Ketobetic cake flour 250 gr	1 pcs	Rp. 75.000	Rp. 75.000
15	Telur 0,5 kg	1 pcs	Rp. 10.000	Rp. 10.000
Sub total				Rp. 233.218

B	Bahan Pendukung			
1	Omron Body Fat Monitor HBF-375	1 Buah	Rp. 700.000	Rp. 700.000
3	Panci dan wajan	4 Buah	Rp. 30.000	Rp. 120.000
4	Pisau set	1 Buah	Rp. 128.000	Rp. 128.000
5	Packaging	2 lusin	Rp. 150.000	Rp. 300.000
6	Gaji Chef	1 Orang	Rp. 3.000.000	Rp. 3.000.000
7	Gaji Karyawan	3 Orang	Rp. 500.000	Rp. 1.500.000
8	Gaji Ahli Gizi perbulan	1 Orang	Rp. 3.000.000	Rp. 3.000.000
9	Kulkas Sharp 1 pintu SJM 165 Silver	1 Pcs	Rp. 1.500.000	Rp. 1.500.000
Sub Total				Rp.10.248.000
Total Biaya Kebutuhan Modal				Rp.10.481.218

Uraian	Kuantitas	Harga Jual	Total
Paket 1 (Pagi, Siang, dan Malam)	3 Paket	Rp. 3.500.000	Rp. 10.500.000
Paket 2 (Siang dan Malam)	3 Paket	Rp. 3.000.000	Rp. 9.000.000
Paket 3 (Snack)	2 Paket	Rp. 200.000	Rp. 400.000
Total			Rp. 19.900.000

Analisis Harga Jual

1. Pesaing/ Harga Pasar

Dari beberapa survei yang telah kami lakukan, kami mendapatkan informasi dari para pesaing mengenai harga produk yang sudah mereka miliki. Dari pesaing sejenis dengan

layanan Catering di Roemah Mama yang ada di Surabaya sekitarnya, kami mendapat bahwasannya disana harga yang mereka tawarkan berkisaran antara Rp 3.500.000 sampai Rp 5.000.000 untuk harga paket Pagi + Siang + Malam. Harga tersebut telah kami pertimbangkan dari hasil survei dan perhitungan HPP yang kami miliki.

2. Balik Modal

Break event point adalah suatu titik atau keadaan dimana penjualan dan pengeluaran sama atau suatu kondisi dimana penjualan perusahaan cukup untuk menutupi pengeluaran bisnisnya.

Berikut adalah Break Event Point (BEP) dari Catering di Roemah Mama :

Break Event Point (BEP)

Dari data tersebut diatas dapat disajikan perhitungan Rugi/Laba dalam satu Bulan rata-rata adalah :

Pendapatan – Biaya Produksi (Variabel) Per Bulan

= Rp.19.900.000– Rp. 10.481.218

= Rp. 9.418.782

Perhitungan BEP

Modal Keuntungan = 10.000.000 : 9.418.782

= 1,06 (1 bulan 6 hari)

Kerajinan dari Karton Duplek

Dan-Boru

60134 Dukuh Setro,
Surabaya, Jawa Timur

Dan-Boru adalah nama dari bisnis kami, Dan-Boru memproduksi berbagai barang kerajinan seperti rak make-up, rak buku, dan rak pensil. Rak atau wadah tersebut berkualitas dengan harga yang terjangkau.

EXECUTIVE SUMMARY

Industri Kreatif bisa disebut juga dengan sebuah aktifitas ekonomi yang berkaitan dengan menciptakan atau penggunaan pengetahuan informasi. Di Indonesia Industri Kreatif biasa disebut juga dengan Industri budaya atau ekonomi kreatif. Industri kreatif tercipta dari pemanfaatan serta keterampilan yang dimiliki oleh setiap individu untuk bisa membuat lapangan pekerjaan baru dan juga bisa menciptakan kesejahteraan di daerah. Industri kreatif merupakan hasil dari kreatifitas dan daya cipta setiap individu. **Industri kreatif** memberikan peranan penting terhadap perekonomian suatu negara. Peran industri kreatif bisa meningkatkan ekonomi secara global. Sebagian orang berpendapat bahwa kreativitas manusia adalah sumber daya ekonomi utama. Sehingga saat ini banyak sektor industri yang lahir dari kreatifitas dan inovasi dari setiap individu. Di Indonesia terdapat berbagai macam sektor yang termasuk kedalam industri kreatif dan perkembangan setiap tahunnya semakin meningkat.

Banyak beberapa barang disekitar kita yang tidak terpakai begitu saja dan tidak tahu apakah kita bisa membuatnya lebih bermanfaat atau tidak. Seperti halnya karton duplek. Pada umumnya karton duplek memiliki ukuran yang besar dan memiliki beberapa ketebalan. Biasanya karton duplek hanya untuk digunakan sebagai alas dari sebuah majalah dinding dan alas dari sebuah poster yang akan di pajang. Kita dapat mengolah kembali karton duplek menjadi barang yang bermanfaat dan bernilai tinggi.

Ide pembuatan wadah atau rak dari karton duplek ini kami dapatkan dari pemanfaatan barang barang yang jarang digunakan sebagai bahan utama dalam pembuatan barang. Sebelumnya banyak karton duplek hanya dimanfaatkan untuk membuat papan komposit. Papan komposit sendiri merupakan salah satu alternatif pemecahan masalah kekurangan bahan baku kayu yang berkualitas tinggi. Sebelumnya karton duplek yang digunakan merupakan karton duplek jenis gramasi yang dimiliki oleh karton duplek pada umumnya, ketebalan Sudarshan-Ultra White Coated Board antara 230 sampai 450 gsm. Dapat digunakan untuk garmen, agarbati, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, disini kita mengolah dengan membuat karton duplek menjadi kerajinan tangan seperti rak make-up, rak buku, dan rak pensil.

Produk kami ini telah beberapa kali di pasarkan atau dipamerkan, salah satunya di kampus kami Stikom Surabaya dan juga di taman bungkul saat CFD. Dari 2 pameran

tersebut produk kami telah terjual 1 dari 10 produk yang kami buat untuk percobaan, kami mendapat beberapa masukan dari pelanggan dan juga beberapa dosen untuk produk kami, namun respon pelanggan terhadap produk kami sangat positif. Dan kami merencanakan untuk melanjutkan bisnis ini ke level yang berikutnya

Untuk di level berikutnya Dan-Boru juga akan memunculkan produk baru yang menarik, agar masyarakat berminat untuk membeli produk dari Dan-Boru yang kami buat. Produk Dan-Boru dapat dipesan melalui sosial media seperti instagram, Tokopedia, Shopee.

Produk-produk ini menggunakan bahan-bahan sebagai berikut:

1. Karton Duplek
2. Lem Rajawali
3. Stiker

Dan-Boru memiliki peluang bisnis yang cukup tinggi. Hal tersebut karena beberapa alasan, antara lain:

1. Masih jarang adanya produk yang memanfaatkan karton duplek di daerah Surabaya
2. Karton duplek yang murah dan mudah di cari, Danboru sudah memiliki beberapa toko yang menjual karton duplek dengan harga terjangkau
3. Proses produksi yang memanfaatkan tenaga kerja yang berada di lokasi tempat produksi

DESCRIPTION OF THE BUSINESS

Produk yang dihasilkan adalah “Dan-Boru”. Dan-Boru dibuat dengan menggunakan karton duplek yang di desain dan dipercantik dengan adanya background pada bagian luarnya. Yang menarik dari produk Dan-Boru ini memiliki daya tarik tersendiri yaitu pelanggan bisa memesan produk dari mulai model sampai background sesuai dengan apa yang di inginkan. Dan-Boru ini diharapkan menjadi dapat dijalankan oleh mahasiswa dengan keuntungan bisnis yang menjanjikan.

Usaha yang bernama Dan-Boru ini dibuat karena kami merasa sudah banyak masyarakat yang meninggalkan hal-hal yang kurang menarik, kebutuhan masyarakat yang makin meningkat membuat kami berinisiatif untuk membuat modifikasi pada tempat rak make up, rak buku, kotak pensil yang pasti digunakan oleh banyak orang untuk meletakkan peralatan make up, alat tulis, dan sebagainya. Pembuatan usaha Dan-Boru ini didasari oleh pengamatan sekitar, dimana masyarakat menyukai hal-hal yang unik. Peluang bisnis yang sangat menjanjikan khususnya dari Dan-Boru ini dapat dipesan sesuai dengan keinginan pembeli. Ide muncul dari pengamatan yang dilakukan karena saat ini banyak wanita yang suka make up, sehingga menghasilkan ide untuk membuat produk ini dan untuk produk lainnya ada rak buku, rak pensil, dan sebagainya. Dengan ditambah ide kreatif produk unik dapat membantu masyarakat yang membutuhkan produk unik dengan desain sesuai keinginan pembeli. Produk Produk ini

menggunakan bahan-bahan sebagai berikut: (1.) Karton duplek; (2.) Lem rajawali; (3.) Sticker (desain stiker sesuai keinginan konsumen). Macam-macam produk yang ada pada Danboru, yaitu :

1. Rak Make-Up

Merupakan suatu wadah atau tempat yang digunakan untuk menyimpan peralatan make-up atau bahkan make-up nya sekaligus. Rak make-up ini cocok untuk para wanita yang mengoleksi berbagai peralatan make-up.



Gambar 1 : Rak Make Up

2. Rak buku

Merupakan suatu wadah atau tempat yang digunakan untuk menyimpan berbagai macam buku, dokumen, kertas, atau semacamnya. Rak buku ini sangat cocok untuk diletakkan di meja belajar atau meja kerja.



Gambar 2 : Rak Buku

3. Rak Pensil

Merupakan tempat yang kecil dan unik bisa digunakan untuk menyimpan berbagai macam alat tulis. Produk rak pensil ini juga sangat cocok diletakkan di atas meja belajar atau meja kerja.



Gambar 3 : Rak Pensil

Tujuan

Dan-Boru memiliki beberapa tujuan yang diantaranya dengan memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya, memanfaatkan peluang di dunia industri kreatif, melestarikan lingkungan sekitar dengan memanfaatkan bahan-bahan yang ada di masyarakat, menambah pengalaman dan ilmu pengetahuan kewirausahaan dalam melakukan kegiatan usaha, mewujudkan kemampuan dan kemantapan dalam berwirausahaan untuk meningkatkan kemajuan dan kesejahteraan masyarakat, membudayakan semangat, sikap, perilaku dan kemampuan kewirausahaan di kalangan mahasiswa dan masyarakat yang mampu diandalkan dan terdepan dalam berwirausaha, meningkatkan daya kreativitas dan kewirausahaan mahasiswa dengan mengolah karton duplek menjadi barang yang bermanfaat, menghasilkan produk yang berkualitas sesuai dengan mode sekarang, mengoptimalkan peluang usaha yang ada dengan menciptakan produk baru berbahan dasar karton duplek, memanfaatkan barang-barang biasa saja menjadi barang yang memiliki banyak kegunaan, dan produk ini dapat membantu masyarakat untuk mengatasi masalah alat-alat makeup, buku, pensil yang berantakan

Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan ialah mempermudah masyarakat dalam mengatasi alat make up, buku, pensil yang berantakan, menghasilkan produk yang berkualitas sesuai dengan mode sekarang, mengoptimalkan peluang usaha yang ada dan melatih kerja sama tim dalam mengelola usaha bersama

MARKET

Target Market

Targeting Dan-Boru adalah untuk para wanita, baik remaja maupun anak-anak. Dan-Boru menargetkan wanita, karena wanita memiliki banyak kebutuhan dan banyak membutuhkan wadah untuk menyimpan barang-barang koleksi mereka. Produk yang terbuat dari karton duplek ini sangat langka terutama di daerah Surabaya, maka dari itu kami membuat inovasi rak buku, rak pensil, dan box make-up yang terbuat dari karton duplek. Karena produk yang kami buat unik dan mempunyai ciri khas, kami yakin konsumen akan tertarik dengan produk kami. Dalam menawarkan produk, Dan-Boru melayani konsumen dengan baik, dan membuat produk sesuai dengan request dari konsumen. Produk dapat di pesan custom sesuai dengan keinginan konsumen, serta desain warna dan background pada rak atau wadah dapat dipilih sesuai dengan keinginan konsumen. Di dalam pemasarannya, terdapat beberapa hal mendasar dalam membangun strategi positioning Dan-Boru, yaitu produk berbahan dasar karton duplek membangun strategi positioningnya. Dan-Boru merupakan produk yang memang di khususkan untuk para wanita yang kurang teliti dalam menjaga barang – barangnya.

Target Market A

Gender : Wanita
Tipe : Bekerja atau belajar
Age : 15 - 30 tahun.
Penghasilan : Rp. 50.000 – Rp. 500.000

Potensi Sumber Daya dan Peluang Pasar

Untuk saat ini sumberdaya kami hanya dari 1 pengerajin karton duplek dan beberapa ibu-ibu rumah tangga yang telah bergabung dengan kami, namun untuk kedepannya kami akan mencari lagi sumber daya yang lebih besar. Kami akan bekerja sama dengan beberapa pengerajin di seluruh Surabaya dan akan memberdayakan lebih banyak lagi masyarakat yang tidak mendapat pekerjaan atau yang sedang mencari pekerjaan.

Untuk peluang pasar kami sangat yakin bahwa produk kami akan dapat berkembang seiring berkembangnya juga industri kreatif yang ada di Indonesia. Beberapa masukan positif pun telah kami dapatkan dari beberapa konsumen dan juga pelanggan dari pameran.

Untuk saat ini kami memasarkan produk kami secara offline dan online lewat beberapa toko online seperti Buka Lapak, Tokopedia, Shope. Kami juga telah memiliki Instagram untuk mengenalkan produk kami ini kepada para anak muda yang pastinya akan melihat-lihat produk kami dan jika mereka suka maka mereka akan merekomendasikan nya pada teman-teman mereka yang lain sehingga produk kami akan lebih dikenal tidak hanya di pasar offline namun juga online.

COMPETITION

Pesaing kami adalah perusahaan-perusahaan kerajinan yang sudah besar dan kerajinan dari China. Kami memiliki keunggulan di produk kami sendiri agar dapat mengatasi persaingan yaitu produk yang kami buat lebih terjangkau harganya daripada produk pesaing, memiliki bentuk dan ukuran yang sedikit lebih besar daripada pesaing, dan juga menggunakan bahan yang jarang digunakan oleh sebagian besar pesaing. Hal lain yang kami berikan ketika ada pesaing adalah memberikan kupon voucher, mempromosikan dengan cara yang unik agar dapat menarik konsumen.

Market Share

Dan-Boru memiliki target market share sebanyak 10% dari keseluruhan pasar pada tahun 2017. Untuk mencapai target pasar tersebut, dibutuhkan biaya promosi sebesar Rp 5.000.000. Jika ternyata pangsa pasar yang didapatkan lebih dari 10% (misalnya 12%), itu artinya kinerja perusahaan berjalan baik. Sebaliknya, jika di tahun tersebut pangsa pasar yang didapatkan hanya 9% maka itu menunjukkan kinerja pemasaran kurang baik dan perusahaan akan menghadapi masalah efisiensi & efektifitas.

MARKETING STRATEGY

Strategi Penjualan dan Pemasaran

Dalam strategi pemasaran ada beberapa hal yang harus diperhatikan seperti hasil produk, tempat, segi promosi, dan juga harga yang akan dipasarkan.

j. Produk

Hasil yang kami miliki terdapat beberapa keunikan dan ciri khas sebagai berikut :

- i) Memakai karton duplek sebagai bahan dasar
- j) Dapat custom background stiker sesuai keinginan konsumen
- k) Dapat custom model rak atau wadah sesuai dengan kebutuhan
- l) Produk yang fungsional sesuai kebutuhan

k. Tempat

- d) Membuat stand pameran di kampus maupun di luar kampus
- e) Menyewa Tempat untuk Berjualan

l. Promosi

Media promosi yang digunakan untuk promosi melalui periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan publicitas (*publicity*). Iklan menjadi sarana promosi yang digunakan guna menginformasikan, menarik dan mempengaruhi calon konsumennya. Penggunaan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti Youtube dan Instagram. Selajutnya promosi penjualan atau sales promotion dapat dilakukan dengan mengadakan beberapa promo menarik seperti pemberian harga khusus atau potongan harga (*discount*) untuk produk tertentu, membership, dan pemberian hadiah kepada setiap pelanggan yang membeli dalam jumlah tertentu. Promosi yang terakhir adalah publisitas, publisitas adalah kegiatan promosi seperti pameran. Kegiatan publisitas dapat mendapatkan beberapa konsumen karena kami langsung mengenalkan produk kami ke masyarakat.

m. Penjualan

- e) Mengikuti pameran di kampus maupun di luar kampus
- f) Melalui online seperti di instagram, Buka lapak, Tokopedia.
- g) Menitipkan produk di beberapa toko-toko alat tulis dan toko Make Up
- h) Menjual langsung ke konsumen










n. Harga

Dan-Boru mencantumkan harga dari produk-produknya dikarenakan di pasaran sangat tergantung sesuai dengan kerumitan desain dan banyaknya stiker yang dibutuhkan. Harga juga ditentukan berdasarkan bentuk produk atau kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh suatu produk. Selain itu mutu produk juga memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik.

Strategi Bisnis

Strategi bisnis Dan-Boru, akan selalu menciptakan tren serta inovasi-inovasi terbaru pada produk-produk kerajinan berbahan dasar karton duplek. Dalam strategi pemasaran Dan-Boru dilakukan dengan cara menawarkannya secara langsung kepada masyarakat, membuat stand di lingkungan kampus, memasarkan produk melalui website dan social media seperti instagram.

Business Model Canvas

 KEY PARTNERS <ul style="list-style-type: none"> - Suplier karton duplek - Percetakan stiker - Percetakan kemasan 	 KEY ACTIVITIES <ul style="list-style-type: none"> - Memotong karton duplek - Medesain - Menempelkan stiker  KEY RESOURCES <p>Material :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Karton duplek - Lem rajawali - Cutter - Gunting - Amplas 	 VALUE PROPOSITION <ul style="list-style-type: none"> - Custom model dan background sesuai permintaan konsumen 	 RELATIONSHIPS <ul style="list-style-type: none"> - Member card - Promo voucher  CHANNELS <ul style="list-style-type: none"> - Memasarkan langsung - Brosur - Pameran - Memasang iklan - Promosi lewat social media (IG,FB, LINE, dll) 	 CUSTOMER SEGMENT <p>Wanita :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Anak-anak - Remaja
 COST STRUCTURE <ul style="list-style-type: none"> - Biaya tenaga kerja pemasaran - Biaya tenaga kerja produksi - Biaya pengembangan event / pameran 		 REVENUE STREAMS <ul style="list-style-type: none"> - Penjualan online - Penjualan offline 		

20

Keterangan :

1) Customer Segement

Elemen pertama yang harus dimiliki dalam memulai bisnis model kanvas ini adalah menentukan segmen pelanggan mana yang akan menjadi target bisnis. Dan-Boru memiliki target pasar yang lebih tertuju kepada para wanita, baik anak-anak maupun remaja. Karena barang barang yang di produksi lebih di butuhkan oleh para wanita.

2) Value Proposition

Ini adalah sekat yang merupakan keunggulan produk, apa saja sesungguhnya poin-poin yang dapat mendatangkan manfaat yang ditawarkan produk bagi customer segment-nya. Keunggulan produk Dan-Boru adalah dapat custom model bentuk rak atau wadah yang diinginkan konsumen. Selain itu Dan-Boru juga dapat custom background sesuai dengan permintaan konsumen.

3) Channels

Melalui penggunaan channels yang tepat, kemudian dapat menyampaikan value propositions kepada customer segments. Dengan cara memasarkan langsung, brosur, pameran, memasang iklan melalui youtube dan promosi melalui sosial media seperti instagram, line, facebook, tokopedia, bukalapak, dan shopee.

4) **Revenue Streams**

Revenue stream merupakan bagian yang paling penting, di mana Dan-Boru memperoleh pendapatan dari pelanggan. Elemen ini harus dikelola semaksimal mungkin untuk meningkatkan pendapatan bisnis. Untuk penjualan offline, Dan-Boru melakukan penjualan offline dengan menitipkan barang atau konsinyasi di beberapa toko seperti toko make up atau toko alat tulis dan melakukan pameran stand di beberapa tempat seperti lobby kampus dan beberapa pameran umum. Selain itu Dan-Boru juga melakukan penjualan online seperti di tokopedia, buka lapak, shopee, dan instagram.

5) **Key Resource**

Key resource adalah sekat dalam bisnis model kanvas yang berisikan daftar sumber daya yang sebaiknya direncanakan dan dimiliki Dan-Boru untuk mewujudkan value proposition. Beberapa material dan alat yang dibutuhkan dalam memproduksi Dan-Boru adalah karton duplek, lem rajawali, cutter, gunting, amplas. Karton duplek menjadi bahan dasar produksi rak atau wadah. Kemudian lem rajawali untuk merekatkan sisi-sisi duplek agar dapat membentuk sebuah rak atau wadah. Lalu cutter, gunting sebagai alat memotong karton duplek, dan yang terakhir amplas untuk merapikan sisi-sisi duplek yang kurang rapi.

6) **Relationship**

Ini merupakan elemen di mana Dan-Boru menjalin ikatan dengan pelanggannya. Perlu pengawasan yang ketat dan intensif agar pelanggan tidak mudah berpaling pada produk yang lain. Agar pelanggan tidak mudah berpaling pada produk lain, kami memberikan beberapa relationship seperti membercard dan voucher diskon atau promo menarik.

7) **Key Activities**

Key activities adalah semua aktivitas yang berhubungan dengan produktivitas Dan-Boru yang berkaitan dengan sebuah produk, di mana kegiatan utamanya adalah menghasilkan proposisi nilai. Dan-Boru memiliki tahap-tahap aktivitas dalam produksinya. Yang pertama dengan memotong karton duplek sesuai dengan desain, lalu kemudian merakitnya sehingga membentuk sebuah rak atau wadah. Kemudian mencetak atau mendesain background yang diinginkan konsumen. Dan yang terakhir menempelkan stiker background dengan rapi.

8) **Key Partners**

Elemen ini berfungsi untuk pengorganisasian aliran suatu produk Dan-Boru. Posisi-posisi partner kunci tersebut bermanfaat untuk efisiensi dan efektivitas dari key activities yang telah dibuat. Beberapa partner Dan-Boru untuk memudahkan proses produksi dengan menggandeng supplier karton duplek, karena bahan dasar utama produk Dan-Boru adalah karton duplek. Lalu percetakan stiker, karena background yang digunakan berbahan dasar stiker. Dan percetakan kemasan agar kemasan menarik dan konsumen tertarik untuk membelinya,

9) Cost Structure

Elemen terakhir yang tak kalah pentingnya dengan kedelapan elemen lainnya adalah struktur pembiayaan. Mengelola biaya secara efisien akan membuat bisnis yang dijalani menjadi lebih hemat dan bisa meminimalkan risiko kerugian. Biaya-biaya yang dikeluarkan dalam memproduksi Dan-Boru yaitu biaya tenaga kerja produksi, biaya tenaga kerja pemasaran dan biaya pengembangan event atau pameran.

LOCATION

Location

Dan-Boru bertempat di Dukuh Setro 8A no.25 Surabaya. Tempat tersebut merupakan tempat produksi kami yang sampai saat ini masih memproduksi. Di sinilah juga awal mula kami mengembangkan usaha ini. Selain melakukan penjualan di saat pameran dan juga di tempat produksi kami juga menitipkan produk kami ini di toko terdekat sehingga masyarakat dapat lebih mengenal tentang produk kami ini.

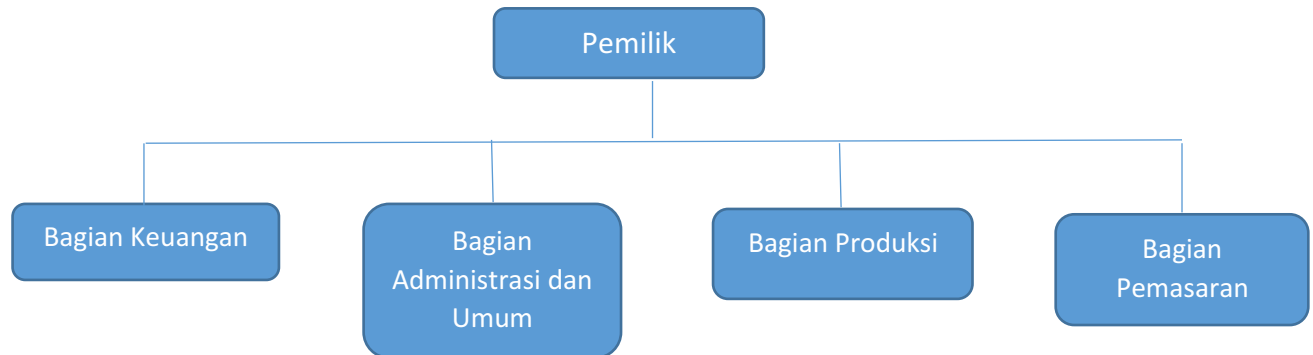
Rak atau wadah ini terbuat dari karton duplek yang dapat digunakan oleh para pelajar, remaja,, hingga ibu-ibu. Sebelum karton duplek dijadikan rak atau wadah, karton duplek harus di ukur terlebih dahulu sesuai dengan ukuran rak atau wadah agar karton duplek yang akan dijadikan rak atau wadah terlihat lebih sempurna dan pas dengan ukuran yang diinginkan. Setelah diukur dan dipotong masing-masing sisi direkatkan dengan lem rajawali agar dapat di bentuk rak atau wadah, kemudian karton duplek yang sudah disusun menggunakan lem rajawali ini dikeringkan dalam jangka waktu selama 1 hari agar lebih kuat dan tidak lepas masing-masing sisi karton duplek yang sudah disusun. Setelah dikeringkan, rak atau wadah tersebut di lekatkan dengan stiker yang backgroundnya sudah sesuai dengan keinginan pelanggan.

MANAGEMENT

Danboru didirikan oleh 3 orang dari jurusan S1 Management Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang ada pada Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya. 3 orang tersebut diantaranya yaitu Serly Putri Utami, Raissa Abitha Daniswara, dan Adrian Fernando Tewenusa. Danboru berdiri sejak tahun 2017 dimana saat 3 orang tersebut semester 2. Dengan adanya Danboru ini akan mengatasi masalah anak remaja yang suka mengoleksi make-up sehingga membutuhkan rak yang digunakan untuk menyimpannya. Selain rak make-up juga terdapat rak buku (*box file*) yang juga dapat menyimpan buku-buku dengan bagian luar yang dilapisi *background* yang sesuai keinginan konsumen.

Struktur Organisasi Bisnis

Dikarenakan usaha danboru kami masih di satu tempat, maka kami ikut terjun langsung ketempat tersebut sebagai pihak pimpinan dan penanggung jawab usaha. Maka struktur organisasi yang ada di danboru, sebagai berikut :



PERSONEL

Dan-Boru tidak memiliki orang yang ahli dalam membuat produk danboru, tetapi produk Dan-Boru dibuat sendiri oleh pendiri Danboru dari mulai mendesain model produk, merakit duplek, sampai melapisi dengan stiker yang berbagai macam motif semua dilakukan secara manual.

Analisis Keuangan

Tabel 1. Modal Investasi Peralatan dan Sarana Saat ini

No	Uraian	Satuan	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Cutter	3 Buah	Rp. 50.000	Rp. 150.000
2	Gunting	3 Buah	Rp. 50.000	Rp. 150.000
3	Penggaris	5 Buah	Rp. 30.000	Rp. 150.000
4	Mesin Potong Kertas	1 Buah	Rp. 3.200.000	Rp 3.200.000
5	Mesin Press Plastik	1 Buah	Rp. 900.000	Rp. 900.000
6	punch perforator	2 Buah	Rp. 100.000	Rp. 200.000
Sub Total				Rp. 4.750.000

Tabel 2. Modal Kerja produksi (Variabel) Per Bulan

No	Material	Unit	Harga/Unit (Rp)	Jumlah Harga (Rp.)
1	Karton Duplek	60 Lembar	Rp. 10.000	Rp. 600.000
2	Stiker Motif	240 Lembar	Rp. 13.000	Rp. 3.120.000
3	Stiker Polos	100 Lembar	Rp. 10.000	Rp. 1.000.000
4	Lem Rajawali	6 Kg	Rp. 15.000	Rp. 90.000
Sub Total				RP 4.810.000

Menghasilkan 120 produk, yang terdiri dari :

50pcs rak make up, 35pcs rak buku, 35pcs kotak pensil

Tabel 3. Hasil Produksi dan Pendapatan Per Bulan

Uraian	Kuantitas	Harga Jual	Tota
DANBORU Rak Make Up	50 Pcs	Rp. 70.000	Rp. 3.500.000
DANBORU Rak Buku	35 Pcs	Rp. 60.000	Rp. 2.100.000
DANBORU Kotak Pensil	35 Pcs	Rp. 30.000	Rp. 1.050.000
TOTAL			Rp. 6.650.000

- Harga jual Rak Make-up
 Harga jual = Rp 70.000
 Target Penjualan (1 bulan) :
 $50 \times \text{Rp } 70.000 = \text{Rp } 3.500.000$
- Harga jual Rak Buku
 Harga jual = Rp 50.000
 Target penjualan (1 bulan) :
 $35 \times 60.000 = 2.100.000$
- Harga jual Kotak Pensil
 Harga jual = Rp 30.000
 Target penjualan (1 bulan) :
 $35 \times 30.000 = \text{Rp } 1.050.000$

Tabel 4. HPP

No.	Keterangan	HPP	Satuan	Jumlah
1.	Rak Make-up	Rp 60.250	50 pcs	Rp 3.012.500
2.	Rak Buku	Rp 49.750	35 pcs	Rp 1.741.250
3.	Kotak Pensil	Rp 22.375	35 pcs	Rp 783.125
Sub Total				Rp 5.536.875

$$\begin{aligned}
 \text{Laba bersih} &= \text{Omzet} - \text{HPP} \\
 &= 6.650.000 - 5.536.875 \\
 &= \mathbf{1.113.125}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{BEP} &= \text{Total Investasi} : \text{Laba bersih} \\
 &= 4.750.000 : 1.113.125 \\
 &= \mathbf{4.3}
 \end{aligned}$$

a. Fix Cost (Biaya Tetap)

No	Uraian	Satuan	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)
1.	Cutter	3 Buah	Rp. 50.000	Rp. 150.000
2.	Gunting	3 Buah	Rp. 50.000	Rp. 150.000
3.	Penggaris	5 Buah	Rp. 30.000	Rp. 150.000
4.	Mesin Potong Kertas	1 Buah	Rp. 3.200.000	Rp. 3.200.000
5.	Mesin Press Plastik	1 Buah	Rp. 900.000	Rp. 900.000
6.	punch perforator	2 Buah	Rp. 100.000	Rp. 200.000
Sub Total				Rp. 4.750.000

b. Variabel Cost (Biaya Berubah)

No.	Nama Barang	Jumlah Barang	Harga Satuan	Jumlah Harga
1.	Karton Duplek	5 Lembar	Rp 9.000	Rp 45.000
2.	Stiker Motif	21 Lembar	Rp 10.000	Rp 210.000
3.	Stiker Polos	8 Lembar	Rp 7.500	Rp 60.000
4.	Tali Kur	1 Gulung	Rp 9.000	Rp. 9.000
5.	Kemasan	1 Lusin	Rp 24.000	Rp. 24.000
6.	Brosur	5 Lembar	Rp 3.500	Rp 17.500
7.	Stiker Logo	1 Lembar	Rp 10.000	Rp 10.000
8.	Lem Rajawali	1 kg	Rp 12.000	Rp 12.000
Total				Rp 387.500

Menghasilkan 125 produk, yang terdiri dari :

- 50pcs rak make up
- 40pcs kotak pensil
- 35pcs rak buku

c. HPP (Harga Pokok Penjualan)

Berikut data HPP dari Danboru :

Nama Produk	HPP	Satuan /bulan	Jumlah
Rak Make-up	Rp 46.500	50 pcs	Rp 2.325.000
Rak Buku / Box File	Rp 41.500	35 pcs	Rp 1.452.500
Tempat pensil / alat tulis	Rp 19.000	40 pcs	Rp 760.000
Total			Rp 3.837.000

d. Harga Jual

Berikut perkiraan harga jual yang akan dipakai oleh Danboru :

3. Berdasarkan persentase (ambil 30% per produk)

❖ Rak Make-up

$$46.500 \times \frac{30}{100} = 13.950$$

Jadi harga jualnya Rp 46.500 + Rp 13.950 = Rp 60.450

❖ Rak Buku / Box File

$$41.500 \times \frac{30}{100} = 12.450$$

Jadi harga jualnya Rp 41.500 + Rp 12.450 = Rp 53.950

❖ Tempat pensil / alat tulis

$$19.000 \times \frac{30}{100} = 5.700$$

Jadi harga jualnya Rp 19.000 + Rp 5.700 + Rp 24.700

4. Berdasarkan data dari pesaing

Dari beberapa survei yang telah kami lakukan dengan mencari melalui media sosial, maka kami mendapatkan informasi dari para pesaing mengenai harga produk yang hamper sama menyerupai produk kami, seperti rak make-up mini. Dari pesaing sejenis dengan produk Danboru yang ada di internet saat encari daftar harga, kami mendapat bahwasannya harga dari produk mereka berkisaran antara Rp 57.000 sampai Rp 68.000 untuk harga produk Rak make-up mini. Sedangkan harga produk Danboru untuk satu produk Rake make-up mini Rp 60.450. Harga tersebut terletak di tengah-tengah dari harga yang telah kami ketahui dari hasil survei dan perhitungan HPP yang kami miliki.

e. Target Penjualan

- Harga jual Rak Make-up

Harga jual = Rp 60.450

Target Penjualan (1 bulan) : 50 X Rp 60.450 = Rp 3.022.500

- Harga jual Kotak Pensil
 Harga jual = Rp 24.700
 Target penjualan (1 bulan) : $40 \times 24.700 = \text{Rp } 988.000$
- Harga jual Rak Buku
 Harga jual = Rp 53.950
 Target penjualan (1 bulan) : $35 \times 53.950 = 1.888.250$

Hasil Produksi dan Pendapatan Per Bulan

Uraian	Kuantitas	Harga Jual	Total
DANBORU Rak Make Up	50 Pcs	Rp. 60.450	Rp. 3.022.500
DANBORU Rak Buku	35 Pcs	Rp. 53.950	Rp. 1.888.250
DANBORU Kotak Pensil	40 Pcs	Rp. 24.700	Rp. 988.000
TOTAL			Rp. 5.898.750

f. Balik Modal - BEP (*Break Event Point*)

Break Event Point (BEP) adalah suatu titik atau keadaan dimana penjualan dan pengeluaran sama atau suatu kondisi dimana penjualan perusahaan cukup untuk menutupi pengeluaran bisnisnya.

Berikut adalah Break Event Point (BEP) dari Danboru :
 Break Event Point (BEP)

$$\begin{aligned}
 \text{Laba bersih} &= \text{Omzet} - \text{HPP} \\
 &= 5.898.750 - 3.837.000 \\
 &= \mathbf{2.061.750}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{BEP} &= \text{Total Investasi} : \text{Laba bersih} \\
 &= 4.750.000 : 2.061.750 \\
 &= \mathbf{2,3 \text{ (2 tahun 3 bulan)}}
 \end{aligned}$$

Pipa Kreatif

Oemah Pipo

Surabaya, Jawa Timur
Indonesia.

Oemah Pipo adalah usaha pembuatan jam meja, rak sepatu, jam dinding, dan hiasan dinding yang terbuat dari sisa pipa bekas yang sudah tidak terpakai lagi. Pipa bekas tersebut di daur ulang dengan melewati proses produksi sehingga menghasilkan barang yang menarik.

EXECUTIVE SUMMARY

Industri kreatif memberikan peranan penting terhadap perekonomian suatu negara. Peran industri kreatif bisa meningkatkan ekonomi secara global. Di Indonesia industri kreatif biasa disebut dengan ekonomi kreatif. Industri kreatif tercipta dari keterampilan yang diciptakan oleh individu yang menghasilkan barang-barang yang memiliki keunikan tersendiri sehingga dapat menjadi usaha pemanfaatan. Industri kreatif merupakan sumber daya ekonomi global, sehingga saat ini banyak sektor industri kreatif yang lahir dari kreatifitas dan inovasi yang dimiliki oleh setiap individu. Di Indonesia sektor industri kreatif setiap tahunnya semakin meningkat.

Oemah Pipo adalah nama brand usaha kami, yang bergerak dibidang *furniture* dari bahan pipa paralon. Produk Oemah Pipo sangat unik karena produk yang dihasilkan terbuat dari pipa paralon yang saat ini sangat minim industri kreatif membuat furnitur dari bahan pipa paralon. Dengan itu produk kami sangat unik dan berbeda dari yang lain. Produk Oemah Pipo sangat cocok untuk memperindah ruangan. Produk yang di produksi dari oemah pipo berupa Rak sepatu, hiasan dinding, jam dinding, dan jam meja.

Bisnis Oemah Pipo ini awalnya tercipta dari hasil pengamatan yang terlihat sangat jarang sekali produk yang terbuat dari pipa paralon khususnya di surabaya. Dari hasil

pengamatan tersebut Oemah Pipo memunculkan produk-produk *furniture* yang terbuat dari pipa paralon. Dari produk yang dihasilkan Oemah tidak hanya cocok untuk hiasan ruangan tetapi juga sangat cocok untuk dijadikan sebagai souvenir acara pernikahan, atau untuk *giveaway* bagi teman ataupun sahabat.

Ide pembuatan usaha Oemah Pipo ini dari hasil pengamatan jumlah banyaknya limbah pipa paralon sehingga Oemah Pipo membuat hiasan dari limbah pipa paralon hasil pembongkaran bangunan yang seringkali menghasilkan limbah pipa paralon sehingga dapat menjadikan limbah pipa paralon sebagai penyumbang sampah plastik di Indonesia. Limbah pipa paralon yang sudah dibuang sangat sulit terurai oleh alam karena pipa paralon berbahan dasar plastik. Pemanfaatan limbah pipa paralon sangat dibutuhkan untuk mengurangi banyaknya limbah dari pipa paralon. Dengan itu pemanfaatan pipa paralon sangat dibutuhkan untuk mengurangi limbah dari pipa paralon, jika dimanfaatkan dengan baik limbah pipa paralon dapat menghasilkan suatu barang yang lebih bernilai. Sehingga usaha Oemah pipo membuat inovasi dari limbah pipa PVC menghasilkan suatu produk yang lebih bermanfaat seperti rak sepatu, hiasan dinding, jam dinding, jam meja. Usaha Oemah pipo tidak hanya menggunakan produk dari limbah pipa PVC bekas yang tidak terpakai, tetapi Oemah pipo juga menggunakan pipa PVC yang masih baru untuk menjaga kualitas dari produk.

Dari hasil pengamatan tersebut tercipta sebuah peluang usaha yang sangat bagus dan sekaligus bermanfaat mengurangi limbah pipa paralon sehingga tercipta sebuah usaha Oemah pipo. Untuk di level selanjutnya Oemah Pipo akan terus berinovasi untuk mengembangkan produk yang dihasilkan oleh Oemah Pipo. Sehingga produk baru yang akan dihasilkan dapat bermanfaat untuk pelanggan. Produk Oemah Pipo dapat dipesan melalui sosial media maupun toko online.

Produk-produk dari Oemah Pipo menggunakan bahan-bahan sebagai berikut:

1. Pipa paralon
2. Cat semprot
3. Kaca
4. Cermin
5. Lem
6. Stiker
7. Mur dan Baut
8. Kertas Duplex

9. Mesin jam dan jarum jam

Oemah Pipo memiliki peluang bisnis yang cukup tinggi. Hal tersebut dikarenakan beberapa alasan:

1. Masih jarang adanya produk *furniture* yang terbuat dari pipa paralon khususnya di daerah Surabaya.
 2. Bahan yang digunakan merupakan hasil dari pemanfaatan limbah sehingga sangat bersahabat oleh lingkungan.
 3. Pelanggan dapat pesan sesuai dengan keinginan pelanggan contohnya seperti produk jam meja.
 4. Bentuk yang unik dari produk Oemah Pipo membuat pelanggan tertarik.
-

VISI & MISI

Visi Oemah Pipo

Menjadi perusahaan penghasil produk yang berkualitas serta sebagai perusahaan penyedia lapangan kerja bagi masyarakat daerah produksi serta menjadikan usaha Oemah Pipo sebagai usaha yang bermanfaat bagi lingkungan sekitar.

Misi Oemah Pipo

1. Menjalankan usaha dalam bidang produksi *furniture* dengan produk berkualitas.
 2. Menjalankan usaha dalam bidang produksi *furniture* dengan menggunakan limbah pipa paralon yang sudah tidak digunakan lagi.
 3. Memberikan peluang kerja bagi masyarakat sekitar daerah produksi.
 4. Memberikan pelatihan dan pengembangan bagi masyarakat sekitar.
 5. Menjadi usaha yang ramah lingkungan.
-

DESCRIPTION OF THE BUSINESS

Di tengah era globalisasi yang menuntut para industri kreatif untuk membuat ide-ide yang cukup menarik karena banyaknya persaingan antara industri kreatif. Produk Oemah Pipo yang berbahan dasar dari limbah pipa paralon dapat menghasilkan produk yang ramah lingkungan serta produk yang dihasilkan sangat unik dan menarik. Dengan itu usaha Oemah Pipo merupakan salah satu alternatif untuk mengatasi volume limbah pipa paralon yang

beredar serta menjadi salah satu peluang sebagai industri kreatif untuk dapat bersaing di era globalisasi ini.

Produk yang dihasilkan oleh Oemah Pipo memiliki warna yang sangat menarik dan bentuk yang sangat unik. Dengan keunggulan tersebut konsumen dapat tertarik untuk membeli produk yang dihasilkan oleh Oemah Pipo. Dari segi harga produk yang dihasilkan oleh Oemah Pipo sangat terjangkau.

Produk-produk Oemah Pipo ini antara lain:

6. Hiasan Dinding

Merupakan salah satu produk yang terbuat dari pipa yang di potong dan disatukan sehingga menghasilkan rangkaian pipa dan di cat dengan pewarna dan tambahan cermin yang menempel.



Gambar 1 Hiasan Dinding

7. Rak sepatu

Merupakan tempat untuk menyimpan sepatu sekaligus sebagai hiasan ruangan yang terbuat dari bahan dasar pipa paralon yang dicat warna-warni.



Gambar 2 Rak sepatu

8. Jam Dinding

Merupakan jam dinding yang terbuat dari rangkaian pipa paralon yang disatukan dengan lem pipa serta ditempel dengan kertas duplex yang dilapisi oleh setiker dan mesin jam serta jarum jam.



Gambar 3 Jam Dinding

9. Jam Meja L

Merupakan jam yang terbuat dari pipa paralon L yang di cat dengan warna yang menarik dan dibeli kaca serta kertas duplex yang dilapisi stiker dan konsumen dapat memesan gambar pada stiker sesuai keinginan, dan dibeli mesin jam serta jarum jam.



Gambar 4 Jam Meja L

Tujuan

Tujuan untuk bisnis Oemah Pipo ini bertujuan untuk mempopulerkan produk *furniture* yang berbahan dasar dari pipa paralon. Untuk mengetahui bahwa pipa paralon dapat dijadikan peluang bisnis baru, memberdayakan masyarakat sekitar untuk mengurangi angka pengangguran, menghasilkan produk- produk yang berkualitas, mengembangkan inovasi dan kreativitas dalam mengembangkan produk, sehingga produk yang dihasilkan dapat bermanfaat bagi pelanggan dan lingkungan sekitar karena produk dari Oemah Pipo terbuat dari bahan limbah pipa paralon sehingga dapat melestarikan lingkungan karena mengurangi jumlah limbah pipa paralon yang ada.

Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan Oemah Pipo yaitu mengoptimalkan usaha yang ada, mempergunakan olahan limbah pipa paralon yang sangat banyak jumlahnya, mengembangkan inovasi dan kreativitas dalam pengembangan produk. Produk dari Oemah Pipo dapat menjadi produk yang ramah lingkungan dan menarik bagi konsumen

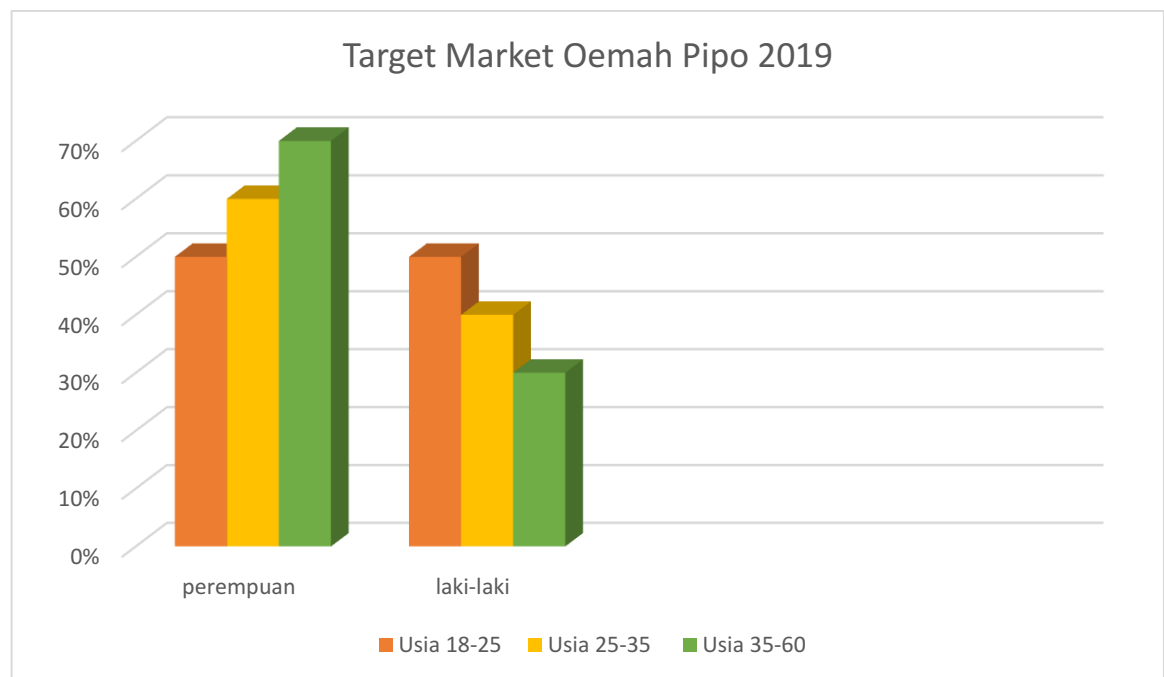
MARKET

Target Market

Target Oemah Pipo untuk produk rak sepatu, jam dinding, jam meja dan hiasan dinding yaitu untuk wanita maupun laki-laki kalangan dewasa dan remaja. Target penjualan Oemah Pipo yaitu pada kalangan menengah kebawah karena Oemah Pipo menawarkan produk dengan harga yang terjangkau.

Target Maket A

Jenis Kelamin : Perempuan & Laki-laki
Tipe : Bekerja atau belum bekerja
Umur : 18-60 Tahun



Potensi Sumber Daya dan Peluang Pasar

Sumber daya manusia yang tersedia, yaitu owner sebagai pelaksana, serta karyawan yang berasal dari masyarakat sekitar. Dan pesaing usaha kami adalah pengrajin pipa paralon bekas. Kekuatan kami dibanding para pesaing yaitu mampu menyediakan kerajinan dari pipa paralon bekas dengan inovasi yang menarik.

Untuk peluang pasar kami sangat yakin bahwa produk yang kami hasilkan akan dapat berkembang seiring berkembangnya industri kreatif yang ada di Indonesia. Beberapa masukan positif yang kami terima dari konsumen kami jadikan bahan untuk memperbaiki produk agar lebih baik lagi kedepannya. Tidak hanya itu kami juga menjadikan masukan dari konsumen sebagai inovasi untuk membuat produk baru.

Untuk saat ini kami sudah memasarkan produk kami melalui toko online seperti buka lapak, tokopedia, dan shopee. Kami juga memasarkan melalui social media Instagram dan kami juga menyantumkan nomor whatsapp agar konsumen dapat menghubungi owner untuk memesan ataupun ingin bertanya-tanya seputaran tentang produk yang Oemah Pipo produksi. Kami juga memasarkan melalui offline dengan memasarkan kepada lingkungan sekitar produksi, dan kami membuka stand.

Segmenting, Targeting, dan Positioning

Segmenting

Oemah pipo ditujukan pada orang-orang yang menyukai furniture yang unik dan minimalis untuk di jadikan hiasan rumah dan kalangan menengah kebawah juga dapat membeli produk oemah pipo tanpa harus khawatir dengan harga yang mahal.

Targeting

Kelompok konsumen yang kita bidik adalah kelompok konsumen yang menyukai keunikan untuk menghias dinding rumah.

Positioning

Perbedaan kerajinan oemah pipa adalah bahan yang terbuat dari limbah pipa dapat bernilai untuk di jadikan hiasan rumah yang minimalis.

COMPETITION

Pada era sekarang banyak sekali *furniture* dibuat dengan berbagai macam bahan dasar dengan berbagai bentuk yang sangat menarik bagi banyak masyarakat, meskipun banyak pesaing pengrajin *furniture*. Dengan banyaknya pesaing pengrajin *furniture* kami membuat pelanggan tertarik dengan bentuk yang unik serta warna-warna yang menarik. Dengan banyak produk yang sudah dibuat oleh Oemah Pipo ini bisa membuat pelanggan tertarik atau

berminat pada produk-produk Oemah Pipo. Dengan berjalannya waktu Oemah Pipo bisa terkenal dan bisa membuka stand seperti di mall.

MARKETING STRATEGY

Strategi Penjualan dan Pemasaran

Dalam strategi pemasaran ada beberapa hal yang harus diperhatikan seperti hasil produk, tempat, segi promosi, dan juga harga yang akan dipasarkan.

o. Produk

Hasil yang kami miliki terdapat beberapa keunikan dan ciri khas sebagai berikut :

- a. Menampilkan variasi bentuk yang beragam
- b. Mempunyai beragam warna
- c. Produk yang fungsional sesuai kebutuhan
- d. Memakai pipa paralon pandan sebagai bahan dasar

p. Tempat

- a. Membuat stand pameran di kampus maupun di luar kampus
- b. Menyewa tempat untuk berjualan

q. Promosi

Media promosi yang digunakan Oemah Pipo ini yaitu melalui periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan publicitas (*publicity*). Iklan ini sangat membantu Oemah Pipo memberikan informasi kepada para pelanggan agar bisa tertarik atau berminat dengan produk-produk yang sudah dibuat oleh Oemah Pipo. Penggunaan iklan ini bisa melalui media sosial atau bahkan juga bisa melalui youtube. Promosi penjualan Oemah Pipo dapat dilakukan dengan cara mengadakan potongan harga, dan memberikan bonus hadiah yang sudah membeli produk-produk Oemah Pipo dalam jumlah harga diatas Rp 500.000,-. Publicitas adalah kegiatan promosi yang dilakukan seperti pameran. Kegiatan publisitas dapat menambahkan beberapa konsumen/pelanggan karena kami langsung mengenalkan produk kami ke pelanggan tersebut.

r. Penjualan

- i) Mengikuti pameran di kampus maupun di luar kampus
- j) Melalui media sosial seperti di instagram
- k) Melalui toko online seperti buka lapak, dan tokopedia.
- l) Menitipkan produk di beberapa toko-toko *furniture*
- m) Menjual langsung ke konsumen

s. Harga

- c) Memberikan harga terjangkau bagi semua kalangan, yang tentunya harga produk bervariasi sesuai ukuran produk tersebut.
- d) Harga produk Oemah Pipo :

Produk Oemah pipo

Hiasan Dinding	Rp
Jam Dinding	Rp
Jam Meja L	Rp
Rak Sepatu	Rp

Strategi Bisnis

Strategi bisnis Oemah Pipo, akan selalu menciptakan inovasi-inovasi terbaru pada produk-produk yang berbahan dasar dari pipa paralon. Dalam strategi pemasaran Oemah Pipo dilakukan dengan cara menawarkannya secara langsung kepada konsumen, membuat stand di lingkungan kampus maupun diluar kampus, memasarkan produk melalui website dan social media seperti instagram dan juga memasarkan produk-produk Oemah Pipo melalui toko-toko online seperti bukalapak dan tokopedia.

Analisis SWOT



Business Model Canvas



Keterangan:

1. Customers Segment

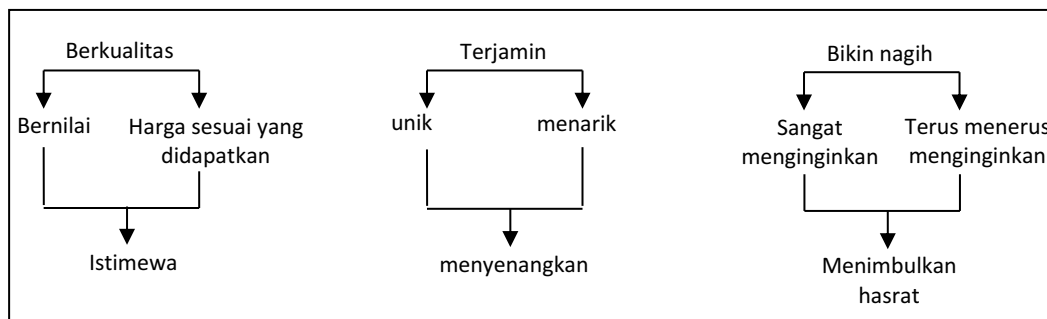
Customers segment merupakan target pasar yang akan ditawarkan produk. Tujuannya agar produk yang ditawarkan tersebut diberikan kepada konsumen yang tepat sasaran. Langkah pertama yang harus dilakukan oleh Oemah pipo ialah menentukan target pasarnya yang disebut dengan *customers segment*. Target pasar tersebut terdiri dari tiga kelompok, yaitu:

- Kalangan menengah kebawah, karena produk yang di pasarkan dengan harga terjangkau.
- Remaja, karena produk yang ditawarkan Oemah pipo seperti jam meja L yang dipasarkan dapat sebagai giveaway kepada teman atau sahabat yang dapat di desain sesuai permintaan konsumen.

- Dewasa, karena selain selera golongan remaja produk yang ditawarkan oleh UKM Oemah Pipo juga termasuk selera golongan dewasa.

2. Value Propositions

Value propositions merupakan nilai produk yang akan ditawarkan kepada target pasar. Tujuannya untuk menarik, meyakinkan bahkan membujuknya konsumen untuk membeli. Langkah kedua setelah menentukan target pasar ialah menentukan nilai produk yang akan diberikan kepada target pasarnya yang biasa disebut dengan *value propositions*. Untuk menentukan nilai produk tersebut, perlu dilakukan perancangan alur pencarian *keyword*. Hal tersebut dilakukan agar nilai produk yang ditetapkan sesuai dengan spesifikasi produk UKM Oemah Pipo.



Berdasarkan bagan alur pencarian *keyword* tersebut, dapat dilihat bahwa produk Oemah Pipo memiliki tiga nilai utama. Pertama, berkualitas yang kemudian dijabarkan menjadi bernilai dan harga sesuai yang didapatkan. Bernilai yang dimaksudkan adalah produk Oemah Pipo dibuat dengan inovasi sehingga memiliki nilai yang lebih baik karena pada umumnya. Sedangkan harga sesuai harga yang dimaksudkan adalah besarnya uang yang dikeluarkan oleh konsumen sesuai dengan produk yang didapatkan konsumen. Selanjutnya, penjabaran tersebut dirumuskan menjadi istimewa. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) arti dari istimewa adalah memiliki ciri khas yang lebih dari yang lain. Dengan demikian, produk Oemah Pipo merupakan produk yang istimewa karena memiliki ciri khas tersendiri, baik dari segi produk.

Kedua, terjamin keunikan dan sangat menarik. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) arti dari menyenangkan adalah membuat orang senang dengan produk yang dihasilkan. Dengan demikian, produk Oemah Pipo merupakan produk yang menyenangkan.

Ketiga, bikin nagih yang kemudian dijabarkan menjadi sangat menginginkan dan terus menerus menginginkan. Sangat menginginkan yang dimaksudkan adalah konsumen memiliki

keinginan yang tinggi untuk membeli produk Oemah Pipo. Sedangkan terus menerus menginginkan yang dimaksudkan adalah bagi konsumen yang pernah membeli produk Oemah Pipo akan memiliki keinginan secara berkelanjutan untuk mengkonsumsi kembali. Selanjutnya, penjabaran tersebut dirumuskan menjadi menimbulkan hasrat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) arti dari hasrat adalah keinginan yang kuat. Dengan demikian, produk Oemah Pipo dapat menimbulkan keinginan yang kuat bagi konsumen yang ingin membelinya. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat dua *value propositions* yang dimiliki oleh Oemah Pipo terhadap target pasar, yaitu:

- Unik, karena bahan baku yang digunakan dari pipa paralon.
- Menarik, dengan design yang menarik sehingga menarik minat pembeli.

3. *Channels*

Channels merupakan saluran yang digunakan perusahaan untuk membeli dan mendistribusikan produknya kepada konsumen. Tujuannya agar produk suatu perusahaan dikenal dan dijangkau oleh masyarakat luas. Langkah ketiga setelah menentukan nilai produk, Oemah Pipo harus menentukan saluran yang digunakan dalam mengkomunikasikan, mendistribusikan produknya yaitu melalui:

- Toko *online*, yang mana saat ini Oemah Pipo sudah menerapkan tiga toko *online* yang diantaranya Bukalapak, Tokopedia, dan Shoope. Dalam hal pengembangan toko *online*, terdapat beberapa hal yang harus dilakukan. Terdapat beberapa hal yang harus dilakukan Oemah Pipo, yaitu melakukan integrasi ke media sosial terkait toko *online* agar target pasar mengetahui bahwa produk Oemah Pipo juga tersedia di toko *online*, memiliki tanggapan yang cepat terhadap pertanyaan maupun ulasan konsumen, kemudahan akses internet terhadap toko *online*, dan keakuratan informasi terkait produk yang di *upload* pada toko *online* serta kecepatan dan ketepatan produk yang dipesan konsumen baik dalam hal produksi maupun pengiriman.
- *Direct selling*, yaitu pihak Oemah Pipo langsung menawarkan produk kepada orang yang dikenal, misalnya kerabat, tetangga, saudara, dan sebagainya.

4. *Customer Relationship*

Customer relationships merupakan sarana yang digunakan oleh perusahaan dalam menjalin hubungan dengan konsumennya. Tujuannya adalah untuk meningkatkan bahkan mempertahankan hubungan antara konsumen dengan perusahaan. Langkah keempat, Oemah Pipo harus dapat membangun bahkan mempertahankan hubungan dengan pelanggan melalui:

➤ Media sosial, yaitu facebook, instagram, dan whatsapp. Media sosial ini digunakan untuk memberikan informasi jika ada produk yang baru, varian baru, diskon, *give away*, dan untuk melayani jika ada konsumen yang mengajukan pertanyaan baik terkait produk Oemah Pipo. Dengan demikian, media sosial dapat digunakan sebagai tali untuk menjalin hubungan yang erat baik dengan konsumen baru maupun konsumen yang sudah ada, tujuannya untuk memberikan kepuasan dan juga mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Berikut adalah perencanaan media sosial yang digunakan oleh Oemah Pipo:

- Facebook, media sosial ini digunakan untuk berkomunikasi dengan konsumen dan juga digunakan untuk promosi.
- WhatsApp, media sosial ini hanya digunakan sebagai *contact person* jika ada konsumen yang bertanya lebih lanjut misalnya pertanyaan terkait produk yang *ready*, persediaan produk, harga produk, pengiriman produk, dan sebagainya.

Instagram, media sosial ini sama halnya dengan Facebook namun lebih fokus pada *posting* karena untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk kepada masyarakat luas.

➤ Bonus, yaitu memberikan bonus produk kepada pelanggan. Bonus ini diberikan apabila pelanggan membeli produk dalam jumlah yang besar yaitu minimal 5 pcs. Bonus ini diberikan dengan memberi secara gratis dua hingga lima produk sesuai banyaknya pembelian dan diberikan sesuai dengan jenis produk yang dibeli. Tujuan dari pemberian bonus ini adalah untuk memberikan kepuasan bahkan mempertahankan pelanggan agar tetap loyal dalam melakukan pembelian produk di UKM Oemah Pipo.

5. *Revenue Streams*

Revenue streams merupakan saluran penjualan yang digunakan untuk meningkatkan pendapatan perusahaan dalam menjalankan usaha. Langkah kelima, saluran penjualan yang dapat meningkatkan pendapatan UKM Ayu Cookies yaitu:

- *Direct selling*, yaitu pihak UKM Oemah Pipo langsung menawarkan produk kepada orang yang dikenal, misalnya kerabat, tetangga, saudara, dan sebagainya.
- Penjualan toko *online* (Bukalapak, Shoope, dan Tokopedia).

6. Key Resources

Key resources merupakan kumpulan sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan dalam menjalankan usaha. Langkah keenam, UKM Oemah Pipo membutuhkan beberapa sumber daya dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, yaitu:

- Bahan baku, yaitu bahan baku utama seperti tepung terigu, mentega, telur, butter serta bahan baku lainnya sesuai dengan produk yang akan dibuat. Namun, pihak Oemah Pipo juga harus dapat mengendalikan untuk menentukan bahan substitusi apabila bahan-bahan baku utama tersebut tidak ada dengan tujuan agar proses produksi tidak terhambat dan dapat dijalankan dengan baik. Adapaun substitusi bahan baku utama tersebut, yaitu:
 - Pipa
 - Jam
 - Kaca
- Peralatan, misalnya gergaji, cat semprot, meteran dan sebagainya. Selain memperhatikan bahan substitusi bahan baku, pihak UKM Oemah Pipo juga harus menentukan cara alternatif atau alat substitusi untuk peralatan yang menunjang kegiatan produksi dengan agar proses produksi tetap dapat dijalankan dengan baik.
- Sumber daya manusia, yang terdiri dari *owner*, akuntan, produksi, pemasaran, *human resources development* (HRD), dan gudang. Yang mana:
 - *Owner* sebagai pengendali dan pengatur jalannya proses usaha secara keseluruhan mulai dari pembelian bahan baku hingga produk sampai ke konsumen.
 - Akuntan sebagai perekap laporan keuangan perusahaan terkait arus kas, neraca, dan laporan laba rugi.
 - Produksi sebagai pengendali dan pengatur jalannya proses produksi mulai dari pemilahan bahan, penimbangan bahan hingga pengolahan.
 - Pemasaran sebagai pihak yang memperkenalkan, mempromosikan hingga menjual produk ke konsumen.

- HRD sebagai pihak yang meningkatkan kemampuan dan keahlian tenaga kerja secara keseluruhan melalui pelatihan dan pengembangan.
- Gudang, sebagai pengendali dan pengatur persediaan bahan baku dan produk yang sudah jadi.
- Modal, yang digunakan untuk menjalankan kegiatan operasional. Misalnya:
 - Modal dari hasil pendapatan yang dapat digunakan kembali untuk membeli persediaan bahan baku.
 - Modal dari tabungan pihak UKMOemah Pipo.

7. *Key Activities*

Key activities merupakan rangkaian kegiatan yang harus dilakukan perusahaan dalam menjalankan usaha. Langkah ketujuh setelah memiliki sumber daya, UKM Oemah Pipo harus menjalankan beberapa aktivitas, yaitu:

- Membeli bahan baku, yaitu harus melakukan pembelian bahan baku yang secara *on time*, yang mana lebih baik mendahulukan jenis produk yang dipesan.
- Memproduksi, yaitu harus memperhatikan waktu pembuatan produk dengan mendahulukan produk yang membutuhkan waktu lama.
- Memasarkan, yaitu melakukan kegiatan pemasaran secara optimal baik secara *offline* (*direct selling*) melalui pameran maupun secara *online* (*outlet*, *retail*, dan toko *online*) melalui media sosial dan toko *online*.
- Menjual, yaitu melakukan penjualan produk secara optimal baik secara *offline*

8. *Key Partners*

Key partners merupakan kumpulan pihak yang terkait oleh jalannya usaha suatu perusahaan mulai dari pengadaan sampai penyaluran kepada konsumen. Langkah kedelapan, Oemah Pipo harus menjalin hubungan baik dan harus memilih *partner* bisnis yang tepat, terdiri dari:

- Toko pipa
- Distributor kaca
- Distributor jam

9. *Costs Structure*

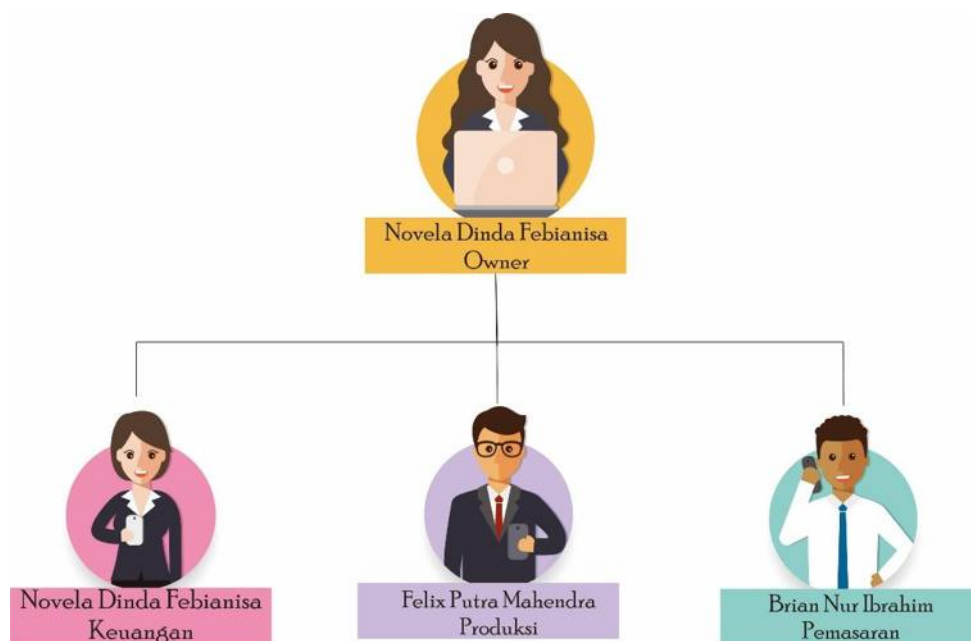
Costs structure merupakan keseluruhan biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan dalam menjalankan usaha. Langkah kesembilan adalah Oemah Pipo juga harus memperhatikan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam menjalankan kegiatan operasional, yaitu:

- Biaya bahan baku, yang digunakan untuk memproduksi produk terutama bahan baku utama seperti pipa, kaca, jam dan sebagainya.
- Biaya listrik, yang digunakan untuk memotong bahan baku
- Biaya tenaga kerja (SDM), yang menjalankan usaha mulai dari bagian gudang, bagian produksi, bagian akuntansi, bagian pemasaran, dan bagian HRD.
- Biaya internet, yang digunakan untuk *search* di youtube maupun google guna inovasi produk, media sosial untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan toko *online*.

MANAGEMENT

Oemah Pipo didirikan oleh 3 orang mahasiswa dari Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, yaitu dari mahasiswa Fakultas Bisnis jurusan S1 Manajemen. Mahasiswa tersebut bernama Novela Dinda Febianisa, Felix Putra Mahendra, Brian Nur Ibrahim.

Struktur Organisasi



Keterangan :

Owner : Novela Dinda Febianisa

Kuangan : Novela Dinda Febianisa

Produksi : Brian Nur Ibrahim

Pemasaran : Felix Putra Mahendra

FINANCIAL ANALYSIS**Fixed Cost**

No	Uraian	Satuan	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Gergaji mesin	1Buah	Rp. 760.000	Rp 760.000
2	Meteran	1Buah	Rp. 30.000	Rp. 30.000
3	Cutter	2Buah	Rp. 15.000	Rp. 30.000
4	Kunci inggris	1Buah	Rp. 50.000	Rp 50.000
5	Gunting	1Buah	Rp. 15.000	Rp. 15.000
6	Stop kontak	1Buah	Rp. 128.000	Rp. 128.000
7	Alat lem tembak	1 Buah	Rp 95.000	Rp 95.000
8	Stand booth	1 buah	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
Sub Total				Rp 2.081.000

Variable Cost

No	Uraian	Satuan	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Pipa 2"	10 meter	Rp. 30.000	Rp 300.000
2	Pipa 1 ½"	10 meter	Rp. 25.000	Rp. 250.000
3	Kertas amplas	25 lembar	Rp. 800	Rp. 20.000
4	Lem G	10 botol	Rp. 6.000	Rp 60.000
5	Cermin	10 pcs	Rp. 20.000	Rp. 200.000
6	Stik lem tembak	55 pcs	Rp. 2.500	Rp. 137.500
7	Stiker	4 lembar	Rp 5.000	Rp 20.000
8	Kertas duplex	4 lembar	Rp 25.000	Rp 100.000

9	Mesin jam	25 pcs	Rp 15.000	Rp 375.000
10	Kaca	15 pcs	Rp 3.000	Rp 45.000
11	Pipa 5"	25 meter	Rp 52.000	Rp 1.300.000
12	Mur dan baut	150 pcs	Rp 400	Rp 60.000
13	Cat pylox	19 botol	Rp 25.000	Rp 475.000
14	Pipa L	15 pcs	Rp 10.000	Rp 150.000
Sub Total				Rp 3.345.500

Menghasilkan 40 produk yang terdiri dari :

10 pcs hiasan dinding, 10 pcs jam dinding, 15 pcs jam pipa L, 5 pcs rak sepatu

HPP

Hiasan dinding

N0	Material	Unit	Jumlah harga
1	Lem G	1/2 botol	Rp 3.000
2	Cat semprot	1/2 botol	Rp 12.500
3	Kertas amplas bulat	1 lembar	Rp 800
4	Pipa 2"	50 cm	Rp 15.000
5	Pipa 1 ½"	50 cm	Rp 12.500
6	Cermin	1pcs	Rp 20.000
Sub Total			Rp 63.800

Jam Dinding

NO	Material	Unit	Jumlah harga
1	Lem G	1/2 botol	Rp 3.000
2	Cat semprot	1/2 botol	Rp 12.500
3	Kertas amplas bulat	1 lembar	Rp 800
4	Pipa 2"	50 cm	Rp 15.000
5	Pipa 1 ½"	50 cm	Rp 12.500
6	Stiker	1/4 lembar	Rp 1.250

7	Stick lem tembak	2 pcs	Rp 5.000
8	Kertas duplex	30 cm	Rp 6.250
9	Mesin jam	1pcs	RP 15.000
Sub Total			Rp 71.300

Jam Pipa L

No	Material	Unit	Jumlah harga
1	Pipa L	1 pcs	Rp 10.000
2	Kertas duplex	15 cm	Rp 3.125
3	Cat semprot	1/4 botol	Rp 6.250
4	Stiker	1 pcs	Rp 400
5	Mesin jam	1 pcs	Rp 15.000
6	Kaca	1 pcs	Rp 3.000
Sub Total			Rp 37.775

Rak sepatu

No	Material	Unit	Jumlah harga
1	Pipa 5"	5 meter	Rp 260.000
2	Mur dan baut	30 pcs	Rp 12.000
3	Cat semprot	1 botol	Rp 25.000
4	Kertas amplas bulat	1 lembar	Rp 800
Sub Total			Rp 297.800

HPP

Keterangan	HPP	Satuan	Jumlah
Hiasan dinding	63.800	10 pcs	Rp 638.000
Jam meja	37.775	15 pcs	Rp 566.625
Jam dinding	71.300	10 pcs	Rp 713.000
Rak sepatu	297.800	5 pcs	Rp 1.489.000
			Rp 3.406.625

Hasil Produksi dan Pendapatan per bulan

Uraian	Kuantitas	Harga Jual	Total
Hiasan dinding	10 Pcs	Rp. 77.000	Rp. 770.000
Jam dinding	10 Pcs	Rp. 86.000	Rp. 860.000
Jam pipa L	15 Pcs	Rp. 46.000	Rp. 690.000
Rak sepatu	5 Pcs	Rp. 358.000	Rp. 1.790.000
TOTAL			Rp. 4.110.000

Harga Jual Hiasan Dinding

Harga jual = Rp 77.000,-

Target penjualan (1 bulan) 10pcs X Rp 77.000,- = Rp 770.000,-

Harga Jual Jam Dinding

Harga jual = Rp 86.000

Target penjualan (1 bulan) 10pcs X Rp 86.000 = Rp 860.000

Harga Jual Jam Meja L

Harga jual = Rp 46.000

Target penjualan (1 bulan) 15pcs X Rp 46.000 = Rp 690.000

Harga Jual Rak Sepatu

Harga jual = Rp 358.000

Target penjualan (1 bulan) 5pcs X Rp 358.000 = Rp 1.790.000

Analisis Harga Jual

1. Presentase

Berdasarkan Persentase (Mengambil keuntungan 20% / Produk) adalah sebagai berikut:

Hiasan Dinding

$$63.800 \times \frac{20}{100} = 12.760$$

Jadi harga jualnya adalah Rp.63.800 + Rp.12.760 = Rp. 76.560 = 77.000

Jam Dinding

$$71.300 \times \frac{20}{100} = 14.260$$

Jadi harga jualnya adalah Rp.71.300 + Rp.14.260 = Rp. 85.560 = 86.000

Jam Pipa L

$$37.775 \times \frac{20}{100} = 7.555$$

Jadi harga jualnya adalah Rp. 37.775 + Rp. 7.555 = Rp. 45.330 = 46.000

Rak Sepatu

$$297.800 \times \frac{20}{100} = 59.560$$

Jadi harga jualnya adalah Rp. 297.800 + Rp. 59.560 = Rp. 357.360 = 358.000

Balik Modal

Break event point adalah suatu titik atau keadaan dimana penjualan dan pengeluaran sama atau suatu kondisi dimana penjualan perusahaan cukup untuk menutupi pengeluaran bisnisnya.

Berikut adalah Break Event Point (BEP) dari LIM Collection :

Break Event Point (BEP)

Dari data tersebut diatas dapat disajikan perhitungan Rugi/Laba dalam satu Bulan rata-rata adalah :

Pendapatan – Biaya Produksi (Variabel) Per Bulan

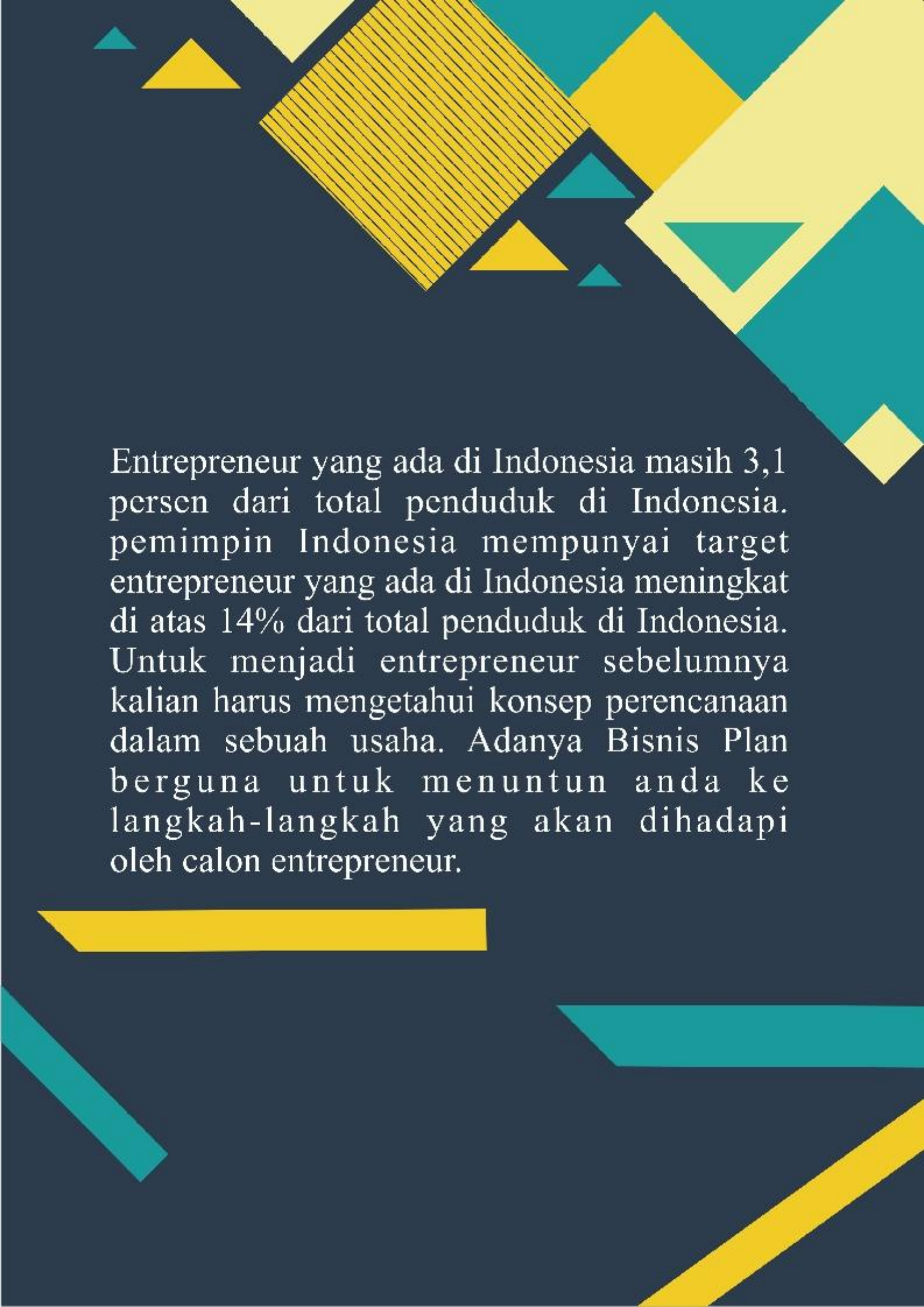
= Rp 4.110.000 – Rp 3.345.500

= Rp 764.500

Perhitungan BEP

Modal : Keuntungan = Rp 5.426.500 : Rp 764.500

= **7.1 (7 Bulan)**



Entrepreneur yang ada di Indonesia masih 3,1 persen dari total penduduk di Indonesia. pemimpin Indonesia mempunyai target entrepreneur yang ada di Indonesia meningkat di atas 14% dari total penduduk di Indonesia. Untuk menjadi entrepreneur sebelumnya kalian harus mengetahui konsep perencanaan dalam sebuah usaha. Adanya Bisnis Plan berguna untuk menuntun anda ke langkah-langkah yang akan dihadapi oleh calon entrepreneur.