

BUSINESS PLAN

“AKSESORIS”

Ma’Sesori

Disusun Untuk Memenuhi Tugas Mata Kuliah *e-commerce*



Disusun oleh:

Christina Febiola Sinaga

2113025015

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNOLOGI INFORMASI

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS LAMPUNG

2023

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Aksesoris adalah benda-benda yang dikenakan seseorang untuk menambah keindahan dan kecantikan bagi seseorang untuk mendukung hiasan pakaian atau menjadi pengganti pakaian. Aksesoris merupakan hal yang sangat penting dalam dunia busana karena fungsinya sebagai pelengkap yang dapat menunjang penampilan seseorang. Aksesoris juga dapat dijadikan pelengkap untuk keindahan suatu tempat.

Perkembangan dunia fashion yang sudah masuk ke berbagai bidang kehidupan membuat trend fashion akan sangat mudah merebak. Dapat dilihat dari banyaknya anak muda yang mengkombinasikan segala jenis aksesoris atau pakaian untuk menjadi *trendsetter*. Fashion merupakan sebuah kesenangan yang membuat semua orang dapat dengan bebas berekspresi dengan selera fashion mereka sendiri. Tidak ada fashion yang salah karena semua itu adalah seni.

Penggunaan aksesoris pun sangat diminati oleh semua kalangan baik anak-anak, remaja hingga dewasa. Oleh karena itu, melalui proposal yang saya susun ini, saya ingin mengajukan proposal untuk penjualan aksesoris kami yang memiliki konsep sederhana yang dapat dikombinasikan untuk segala jenis kebutuhan.

Aksesoris yang kami buat menawarkan harga yang kompetitif namun memiliki hasil yang tidak mengecewakan. Selain desain aksesoris yang simple dan mudah untuk dikombinasikan untuk berbagai kebutuhan, kami juga memberikan pelayanan serta fasilitas yang lengkap untuk menunjang terproduksinya produk yang berkualitas dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

1.2 Visi dan Misi Bisnis

- Visi dari bisnis aksesoris ini adalah menjadikan *Ma'Sesori* sebagai penyedia berbagai produk aksesoris terbaik yang banyak menawarkan fasilitas penunjang untuk membuat tampilan fashion Anda menjadi luar biasa menarik.
- Misi dari bisnis jasa aksesoris ini adalah sebagai berikut:
 - 1) Mengutamakan kualitas dalam pelayanan,

- 2) Efisiensi waktu pembuatan desain dan aksesoris,
- 3) Mengembangkan inovasi terbaik untuk produk desain.
- 4) Menciptakan kreativitas produksi barang.
- 5) Menjadikan produk aksesoris kami menjadi *trensetter* di dunia fashion. Tujuan Bisnis

1.3 Tujuan dari bisnis Aksesoris ini, yaitu:

1. Menciptakan anak muda yang handal dalam berbisnis.
2. Memberikan peluang lapangan kerja baru.
3. Meningkatkan kemampuan dalam berwirausaha.
4. Memenuhi keinginan konsumen di dunia fashion.

BAB II

PEMBAHASAN

2.1 Aspek Pemasaran

2.1.1 Gambaran Umum Pasar (stp)

2.1.1.1 Segmentasi pasar

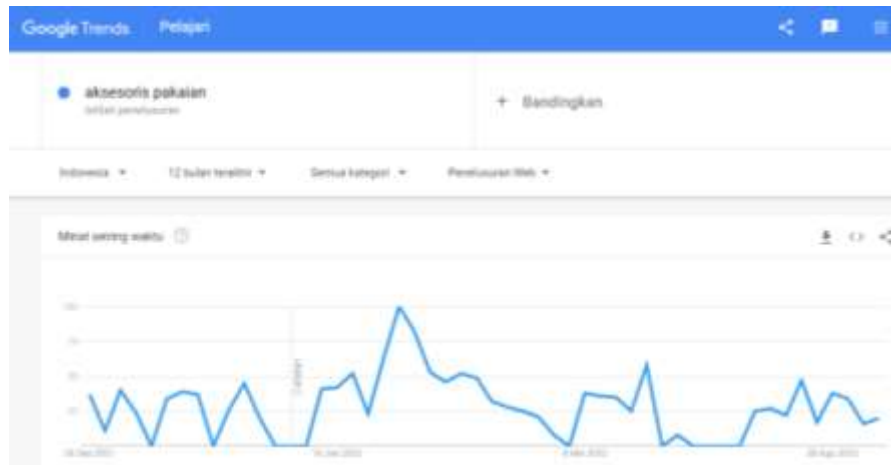
Aksesoris merupakan salah satu produk fashion yang selalu berkembang pesat. Produk ini bagian dari trend fashion yang peminatnya sangat banyak. Produk ini mentargetkan ke calon konsumen segala usia, baik anak-anak, remaja hingga orang dewasa.

Secara geografis produk aksesoris ini mengarah keseluruh daerah baik perkotaan dan pedesaan yang memiliki minat pada dunia fashion. Selain adanya toko fisik nantinya, produk ini dapat ditawarkan secara online untuk dapat menjangkau lebih banyak konsumen

2.1.1.2 Target pasar

Dengan adanya minat dari banyak orang terhadap dunia fashion ini, kami melihat peluang untuk membuat bisnis fashion yaitu aksesoris pakaian. Dengan ciri khas yang kami miliki, yaitu aksesoris simple yang ditujukan bagi kaum minimalis yang tidak terlalu menyukai kehebohan untuk barang barang yang dipakai. Seseorang dengan jenis fashion minimalis ini lebih memilih menggunakan produk yang terlihat simple nampun terlihat mewah dan menawan.

Keinginan barang-barang fashion pun sangat banyak konsumennya. Mulai dari baju, celana, sepatu atau bahkan aksesoris pakaian, rambut, baju dan lain sebagainya. Berikut merupakan data dari Google trends mengenai aksesoris pakaian.



Berdasarkan data dari Google trends di atas, menunjukkan bahwa peminat dari aksesoris pakaian berkembang dari waktu ke waktu. Pada Januari 2022 minat akan aksesoris pakaian tersebut melonjak hingga 100%. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan akan barang-barang fashion sangat meningkat seiring berjalannya waktu.

Dengan adanya minat dari banyak orang terhadap dunia fashion ini, kami melihat peluang untuk membuat bisnis fashion yaitu aksesoris pakaian. Dengan ciri khas yang kami miliki, yaitu aksesoris simple yang ditujukan bagi kaum minimalis yang tidak terlalu menyukai kehebohan untuk barang-barang yang dipakai. Seseorang dengan jenis fashion minimalis ini lebih memilih menggunakan produk yang terlihat simple namun terlihat mewah dan menawan. Namun, bukan hanya untuk peminat fashion minimalis, bisnis aksesoris kami juga menjangkau peminat jenis-jenis fashion lainnya yang menginginkan kualitas terbaik dari produk kami yang akan menambah kesan luar biasa pada pakaian yang dikenakan. Kami juga menyediakan berbagai produk untuk berbagai jenjang usia dan menyesuaikan dengan selera yang konsumen inginkan.

2.1.1.3 Positioning

Ciri khas yang kami miliki, yaitu aksesoris simple. Produk kami memiliki keunikan yaitu limited edition untuk setiap desainnya karena home made menggunakan kreativitas tim produksi dalam mendesain aksesoris. Produk yang lolos untuk diproduksi, hanya diproduksi sekali saja sehingga produk aksesoris yang kami miliki selalu memiliki desain terbaru.

2.2 Nama Merk dan Indikator Merk

2.2.1 Nama merk

Merk sendiri memiliki arti menjadi tanda atau pengenal dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Sebuah merk juga menjadi kepercayaan yang bernilai bagi konsumen. Kepercayaan pelanggan terhadap merk akan menciptakan rasa aman serta mengurangi persepsi konsumen akan risiko pada produk.

Pemilihan merk *Ma'Sesori* ini dipilih karena pelafalannya yang mudah dan mudah untuk diingat oleh banyak orang. Sama seperti ciri khas yang akan ada pada produk kami, yaitu sederhana, simple dan menawan, kami memilih untuk mengusung sebuah merk atau brand yang terlihat elegan dan menciptakan rasa kepercayaan untuk konsumen dengan mengusung sebuah nama merk yang tidak terlalu heboh namun terlihat menawan.

2.2.2 Karakteristik merk

Karakteristik dalam sebuah merk mempunyai peran yang sangat penting supaya konsumen dapat mempercayai suatu merk. Pada produk yang saya miliki memiliki karakteristik yang berkaitan dengan kepercayaan merk meliputi, brand reputation yang menjadikan sebuah merk memiliki persepsi bagus dan memiliki reputasi bagus oleh konsumen, brand predictability dan brand competence.

2.2.3 Karakteristik konsumen merk

Untuk memiliki kepercayaan oleh konsumen pada suatu brand, produk saya memiliki karakteristik pelanggan merk yang dapat memengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap merk. karakteristik merk ini dapat mencakup self-concept pelanggan dengan citra merk sebuah produk, kesukaan pelanggan dan kepuasan pelanggan pada sebuah merk.

2.3 Segmentasi Targeting Postioning (STP)

Segmenting targeting postioning dalam pemasaran sebuah produk memiliki arti sebagai serangkaian proses untuk mengkategorikan, memilih target pasar yang diinginkan kemudian memposisikan bisnis produk yang dibuat terhadap pasar.

2.3.1 Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah usaha pebisnis untuk membagi tujuan pasar ke dalam sebuah kelompok-kelompok yang dapat dibedakan dari segi kebutuhan, karakteristik dan hal-hal yang diperlukan untuk strategi pemasaran.

2.3.1.1 Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis adalah segmentasi pasar yang membagi tujuan pasar menjadi beberapa unit berdasarkan wilayah, seperti kota, kecamatan, desa, kompleks dan lain sebagainya.

2.3.1.2 Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis adalah segmentasi pasar yang membagi tujuan pasar menjadi beberapa kelompok berdasarkan pada variabel umur, jenis kelamin, pekerjaan dan lain sebagainya.

2.3.2 Targeting

Targeting pasar adalah proses pebisnis untuk menilai dan mengevaluasi segmentasi pasar untuk kemudian akan memilih dan memfokuskan segmentasi pasar yang cocok untuk pemasaran produk sebagai sasaran bagi pebisnis untuk memasarkan produk.

Dalam hal ini perusahaan akan memilih hasil dari evaluasi segmentasi pasar untuk dijadikan sasaran sebagai tempat pemasaran produk.

2.3.3 Positioning

Positioning atau penempatan produk adalah sebuah strategi untuk membuat citra produk atau pandangan untuk dari produk untuk pelanggan.

Pada hal ini pebisnis akan membuat usaha agar produk terlihat unik dan berbeda dari produk kompetitor dan memberikan kelebihan tersendiri dari produk agar menciptakan citra yang unik bagi para kustomer.

2.4 Analisis SWOT

Analisis SWOT terdiri dari empat unsur utama, yaitu *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), *Threats* (Ancaman).

Analisis SWOT pada rencana bisnis aksesoris Ma'Sesori adalah sebagai berikut:

2.4.1 Strength

- Kualitas produk yang dapat dilihat dari hasil produk yang menggunakan bahan premium
- Keunikan produk yang hanya memiliki satu desain yang berbeda dengan desain aksesoris lainnya. Dalam hal ini kami bermaksud untuk membuat desain barang yang hanya dijual satu kali dan akan menjual desain produk yang berbeda setiap saat.

2.4.2 Weakness

- Kelemahan dari produk ini adalah membutuhkan waktu untuk pembuatan sebuah produk

2.4.3 Opportunity

- Dunia Fashion yang terus berkembang
- Kebutuhan akan atribut dan aksesoris yang selalu ada pada dunia fashion
- Banyak peminnat aksesoris

2.4.4 Threats

Persaingan di pasar fashion yang ketat untuk bidang aksesoris

2.5 Perencanaan Fasilitas

2.5.1 Lokasi Usaha

- **Pusat Perbelanjaan**

Untuk tempat usaha bagi produk ini, yaitu di area pusat perbelanjaan. Contohnya, di mall atau pasar. Namun juga dapat dikembangkan di rumah karena bisnis ini juga memiliki peluang untuk pemasaran secara *online* agar dapat menjangkau banyak orang.

2.5.2 Bahan Baku

Bahan baku produk Ma'Sesori sangat mudah untuk didapatkan, baik membeli pasokan barang dari *online shop* atau bahkan ke toko pernak pernik yang ada di sekitar tempat produksi dan tempat tinggal.

2.5.3 Tenaga Kerja

Dikarenakan usaha ini baru dan merupakan bisnis rintisan, bisnis ini belum berencana untuk memiliki tenaga kerja untuk membantu pengembangan produk. Tidak menutup kemungkinan jika suatu saat usaha ini berkembang lebih besar maka dipastikan akan merekrut tenaga kerja untuk pengembangan produk serta pemasarannya.

2.5.4 Masyarakat

Untuk usaha pengembangan produk aksesoris ini tidak akan merugikan masyarakat karena tidak menghasilkan limbah. Karena, jika ada produk yang gagal akan segera dimusnahkan agar tidak menambah limbah di masyarakat atau bisa di daur ulang menjadi kreasi keragaman aksesoris lainnya.

2.5.5 Peraturan Pemerintah

Dikarenakan pemerintah juga sudah menentukan lokasi untuk industri serta kawasan untuk pemukiman penduduk, saya memilih untuk memasarkan produk saya sesuai dengan peraturan pemerintah pada kawasan atau lokasi industri fashion seperti Mall dan sebagainya.

2.5.6 Listrik, Air dan Telepon

Untuk sarana pendukung ini sangat mudah dijangkau karena berada di sekitar saya serta untuk air, listrik dan telepon merupakan fasilitas yang wajib berada di lokasi pengembangan bisnis.

2.5.7 Transportasi

Untuk transportasi dapat dengan kendaraan pribadi, ojek online, maupun jasa pengiriman paket untuk pengiriman dan pemasaran produk.

2.5.8 Sarana dan Prasarana Pendukung

Terdapat ruangan untuk kustomer memiliki produk asesoris dengan nyaman serta lahan parkir yang memadai.

2.6 Perizinan Usaha

2.6.1 Surat Izin Usaha Industri (SIUI)

Bisnis ini memerlukan surat ini agar dapat digunakan untuk legalitas atau usaha yang akan dikembangkan dan jalankan tanpa melanggar peraturan.

2.6.2 Surat Izin Tempat Usaha

bisnis ini memerlukan Surat Izin Tempat Usaha agar dapat digunakan sebagai bukti izin tempat usaha.

2.7 Regulasi dalam Perencana Bisnis

2.7.1 Regulasi Bidang Merk

Karena saya memilih untuk menggunakan Ma'Sesori sebagai merk produk saya, saya memerlukan regulasi bidang merk supaya tidak dapat ditiru ataupun dipakai oleh bisnis lain.

2.7.2 Regulasi Bidang Konsumen

Untuk melindungi konsumen pada saat konsumen akan membeli, menggunakan dan memanfaatkan produk yang saya kembangkan.

2.7.3 Regulasi Praktik Monopoli

Agar tidak terjadi praktik monopoli pemasaran, bisnis ini memerlukan regulasi praktik monopoli agar menghindari persaingan usaha yang tidak sehat dan dapat merugikan pemasaran bisnis serta pengembangannya.

2.7.4 Regulasi Bidang Hukum

Regulasi bidang hukum digunakan untuk melindungi hak dan usaha dagang dari produk bisnis yang sedang dikembangkan.

2.8 Pengelolaan Sumberdaya Bisnis

2.8.1 Sumberdaya Manusia

Untuk bisnis Ma'Sesori sendiri belum banyak menggunakan sumberdaya manusia untuk menjalankan bisnis ini. Kurang lebih akan mengandalkan 2 atau 3 orang untuk mengelola bisnis ini termasuk saya sendiri sebagai pemilik bisnis. Namun, tidak menutup kemungkinan untuk dapat menambah tenaga kerja baru untuk pengembangan bisnis ini kedepannya agar lebih besar, dibuktikan dengan minat pada dunia fashion selalu meningkat setiap tahunnya.

2.8.2 Money (Uang)

Dikarenakan ini merupakan sebuah bisnis rintisan, maka akan menggunakan tabungan pribadi saya sendiri untuk memulai bisnis ini. Kedepannya setelah bisnis ini sudah cukup berkembang dan besar, direncanakan untuk membuat proposal yang ditujukan pada investor-investor agar mau menginvestasikan dana milik mereka untuk pengembangan bisnis ini agar dapat lebih menjangkau ke ranah yang lebih luas lagi.

2.8.3 Material

Material yang dibutuhkan untuk bisnis ini tak lain adalah logam-logam untuk pembuatan aksesoris, dan pernak-pernik perhiasan yang sering digunakan untuk pembuatan aksesoris. Kedepannya akan ditambah seperti logam mulia atau *birth stones*.

2.8.4 Method (Metode)

Perencanaan bisnis akan diatur sedemikian rupa untuk lebih teratur, tertata dan sistematis baik dari segi pemasukan barang, pembuatan serta saat pemasaran produk agar lebih memuaskan keinginan *customer*.

2.8.5 Market (Pasar)

Bisnis ini memiliki tujuan pasar adalah untuk segala kalangan dan segala usia yang menyukai fashion serta menjangkau segala tempat tidak hanya untuk di wilayah perkotaan. Dibuktikan dengan pemasaran produk yang menggunakan dua sistem *offline* dan *online market* agar dapat dengan mudah dijangkau semua orang untuk menikmati hasil karya dan produk bisnis ini.

2.9 Perencanaan Keuangan Bisnis

2.9.1 Sasaran/Tujuan Keuangan

Tujuan untuk perencanaan keuangan ini adalah menambah pendapatan serta pemasukan keuangan untuk kebutuhan kuliah, tabungan dan kehidupan sehari-hari.

2.9.2 Laporan Kekayaan Bersih Individu

Sebagai catatan dan patokan untuk perkembangan tujuan finansial di masa depan.

2.9.3 Analisis Arus Kas

- Rencana pendapatan: Rp 4.000.000/bulan
- Rencana pengeluaran: Rp 1.000.000/bulan

2.9.4 Strategi Pensiun

Perencanaan untuk mengatur pendapatan guna menjadi dana pensiun yang diperlukan dari penyesihan pendapatan seumur hidup.

2.9.5 Rencana Manajemen Resiko Komprehensif

Menyiapkan pengelolaan dana mencakup tinjauan menyeluruh atas asuransi jiwa dan cacatan, pertanggungan kewajiban pribadi, properti, dan perlindungan jika terjadi bencana.

2.9.6 Rencana investasi Jangka Panjang

Perencanaan menyisihkan dari dana pendapatan agar digunakan untuk memutar keuangan dengan menggunakan sebagian pendapatan untuk diinvestasikan.

2.9.7 Strategi Pengurangan Pajak

Identifikasi cara untuk meminimalkan pajak atas penghasilan pribadi sejauh diizinkan dalam aturan perpajakan.

2.10 Perencanaan Produksi Bisnis

2.10.1 Biaya Variable per unit Rp 117.000

- Biaya bahan baku Rp 100.000
- Biaya tenaga kerja langsung Rp 10.000
- Biaya lain-lain Rp 7.000
- Harga jual per unit Rp 120.000

2.10.2 Biaya tetap Rp 3.000.000

- Biaya gaji karyawan Rp 2.000.000
- Biaya sewa tempat Rp 500.000
- Biaya alat Rp 300.000
- Biaya pengemasan barang Rp 200.000

2.10.3 Perhitungan BEP Unit

BEP Unit = $\text{Biaya tetap} / (\text{Harga jual per unit} - \text{Biaya Variabel per unit})$

BEP Unit = $\text{Rp } 3.000.000 / (\text{Rp } 120.000 - \text{Rp } 117.000)$

BEP Unit = $\text{Rp } 3.000.000 / \text{Rp } 3.000$

BEP Unit = $\text{Rp } 1.000$

Jadi, BEP per unit dari perencanaan bisnis aksesoris ini adalah Rp 1.000/unit.

2.10.4 Perhitungan BEP Rupiah

BEP Rupiah = $\text{Biaya tetap} / (\text{Kontribusi margin per unit} - \text{Harga jual per unit})$

BEP Rupiah = $\text{Rp } 3.000.000 / (\text{Rp } 3.000 - \text{Rp } 120.000)$

BEP Rupiah = $\text{Rp } 3.000.000 / 0.025$

BEP Rupiah = $\text{Rp } 120.000.000$

Jadi, BEP per unit dari perencanaan bisnis aksesoris ini adalah Rp 120.000.000

BAB III

PENUTUP

3.1. Kesimpulan

Aksesoris merupakan salah satu produk fashion yang selalu berkembang pesat. Produk ini bagian dari trend fashion yang peminatnya sangat banyak. Produk ini menargetkan ke calon konsumen segala usia, baik anak-anak, remaja hingga orang dewasa.

Secara geografis produk aksesoris ini mengarah keseluruh daerah baik perkotaan dan pedesaan yang memiliki minat pada dunia fashion. Selain adanya toko fisik nantinya, produk ini dapat ditawarkan secara online untuk dapat menjangkau lebih banyak konsumen.

Ciri khas yang kami miliki, yaitu aksesoris simple. Produk kami memiliki keunikan yaitu limited edition untuk setiap desainnya karena home made menggunakan kreativitas tim produksi dalam mendesain aksesoris.

Pemilihan merk *Ma'Sesori* ini dipilih karena pelafalannya yang mudah dan mudah untuk diingat oleh banyak orang. Sama seperti ciri khas yang akan ada pada produk kami, yaitu sederhana, simple dan menawan, kami memilih untuk mengusung sebuah merk atau brand yang terlihat elegan dan menciptakan rasa kepercayaan untuk konsumen dengan mengusung sebuah nama merk yang tidak terlalu heboh namun terlihat menawan.

3.2. Saran

Dengan disusunnya proposal ini diharapkan dapat meningkatkan motivasi kalangan muda untuk mendirikan usaha yang kreatif dan berbeda dengan lainnya. Semoga dengan adanya proposal ide bisnis ini kedepannya dapat menjadi catatan untuk memulai bisnis yang lebih terstruktur dan tersusun sistematis di masa depan.