

BUSSINES PLAN
“Jewellery Amertaz”



Dosen Pengampu :
Wartariyus, S.Kom, M.T.I

Disusun oleh:
Namas : Intan Dewiyanti
NPM : 2113025037

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNOLOGI INFORMASI
JURUSAN PENDIDIKAN MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG

2023

Bab I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Saat ini perkembangan aksesoris fashion yang menggunakan mutiara, kristal, peniti, dan lain-lain mengalami kemajuan yang pesat. Kerajinan kuno ini menjadi semakin populer. Perkembangan gaya hidup yang dinamis, modern dan modis telah meningkatkan keinginan untuk tampil lebih menarik khususnya di kalangan wanita, khususnya di kalangan muslimah.

Dan kini semakin banyak cara untuk tampil modis. Salah satunya adalah yang menemukan cara berhijab dengan berbagai aksesoris menarik seperti bros. Bros saat ini sangat gencar dipasarkan oleh , sehingga aksesoris selalu menjadi pelengkap yang mengikuti fashion .

Gelang mutiara juga tersedia di pasaran saat ini. Maka muncullah ide untuk membuat karya dengan menggunakan kain dan pita yang tidak sulit ditemukan, serta kain yang mudah dibuat . Saat memulai bisnis di bidang apa pun, Anda harus terlebih dahulu memahami peluang pasar dan cara menarik bisnis.

Peluang pasar apa yang ingin kita manfaatkan dalam bisnis kita?

Dan bagaimana cara memenangkan pesanan tersebut?

Poin kedua adalah menganalisis kekuatan dan kelemahan pesaing kita dan memutuskan harga, Artinya Anda harus bisa menganalisis sejauh mana Anda dapat bersaing dengan pesaing Anda baik dari segi layanan maupun kualitas.

Ketiga, bersiaplah dan berani memulai.

1.2 Jenis Usaha

Usaha yang akan saya jalankan yaitu produk barang berupa aksesoris gelang manik manik, cincin, kalung dengan memilih dengan memilih usaha ini usaha ini kami yakin kami yakin usaha ini usaha ini insaallah akan insaallah akan berkembang dan berkembang dan maju, dikarenakan pada saat ini banyak sekali kaum milenial yang menggunakan Gelang manik manik.

Bab II

PROFIL USAHA

2.1 Profil Bisnis

Nama Bisnis : **Jewellery Amertaz**

Bidang Usaha : Handmade Accessories

Jenis Produk : Cinci, Gelang, dan Kalung

Alamat : Jalan Sahit, Pamenang II, Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Pringsewu, Bandar Lampung

2.2 Visi Misi

Visi

- Menjadi Brand aksesoris nomor satu di Indonesia

Misi

- Menyediakan produk aksesoris yang berkualitas
- Memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh konsumen
- Melakukan Inovasi produk secara berkala dengan memanfaatkan teknologi

2.3 Produk



Bab III

STRATEGI PEMASARAN

3.1 Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek ini menjelaskan mengenai analisis tentang karakteristik konsumen, peluang dan resiko dalam pasar yang akan di masuki. Adapun pengertian dari pasar ialah tempat bertemunya antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga dan pemasaran sendiri bertujuan untuk menginformasikan, membujuk, mengingatkan konsumen mengenai produk kita. Strategi pemasaran sangat diperlukan untuk meningkatkan penjualan kita, dengan strategi pemasaran juga pemasaran juga kita bisa kita bisa menguasai pasar d menguasai pasar dan menghadapi an menghadapi pesaing baik pesaing baik melalui iklan melalui iklan maupun promosi.

3.2 Analisis SWOT

1. Strangth (kekuatan)

- Berbeda dari produk yang lain dikarenakan di desain sedemikian mungkin agar lebih menonjol dan lebih menarik untuk di kenakan;
- Tidak terasa berat saat dikenakan karena terbuat dari pita,pernak-pernik mutiara dan kain;
- Bahan produk yang terjamin dan berkualitas.
- Harga terjangkau.

2. Weakness (Kelemahan)

- Ada beberapa bahan baku yang susah untuk di produksi ulang kembali;
- Produk mudah ditiru;
- Banyaknya pesaing yang menampilkan Desain, Gambar yang sedang booming di pasaran.

3. Opportunity (Peluang)

- Aksesoris manik manik sekarang sudah menjadi trand sebagai fashion bagi para kaum milenial maka banyak sekali yang mencari dan menggunakan aksesoris yang terlihat manis untuk itu mereka pun mencari solusi dengan menggunakan aksesoris seperti cincin,kalung,dan gelang.

4. Threath (Ancaman)

- Pesaing yang memproduksi hal yang sama semakin banyak jika dilihat dari segi penjualan offline maupun online.

3.3 Sasaran Dan Target Pasar

Sasaran dan target pasar adalah semua kaum milineal semua usia baik anak-anak, remaja, dewasa, bahkan ibu-ibu sekalipun. Untuk itu kami akan memulai promosi dari sekitar tempat tinggal kami dan disekitar kampus kami kami akan menggalakkan promosi di berbagai media social, seperti facebook, BBM, toko online, blog, dll. Hal ini kami maksudkan untuk memberi kemudahan dalam pemesanan dan pembelian produk kami.

Bab IV

ANALISIS PERSAINGAN

4.1 Pesaing

Persaingan dalam dunia bisnis tak dapat di elakkan. Seorang wirausahawan akan maju apabila ia mau berusaha untuk bersaing dan bekerja keras agar usaha yang ia jalankan menjadi yang terbaik di antara para pesaingnya. Begitu juga saya akan berusaha semaksimal mungkin untuk dapat bersaing dengan para pesaing, yaitu:

1. Pesaing dengan jenis produk yang sama;
2. Pesaing dalam satu areal wilayah kerja.

Hal-hal yang dilakukan untuk dapat Hal-hal yang dilakukan untuk dapat bersaing secara bersaing secara baik yaitu sebagai berikut baik yaitu sebagai berikut :

1. Hal terpen ting dalam bisnis ini yaitu saya harus memperhatikan hal dalam mempromosikan produk yang akan di jual;
2. Mengutamakan kualitas produk yang di jual;
3. Meyakinkan konsumen terhadap produk yang di jual;
4. Melakukan pelayanan dengan ramah agar dapat menciptakan kenyamanan pada konsumen.

4.2 Kelebihan dari Pesaing

Produk yang kita buat berasal dari ide seorang remaja, anak muda memiliki ide yang lebh fresh dan dapat menyesuaikan perkembangan zaman. Sehingga lebih mudah dalam menyesuaikan target pasar. Desain produk dan packaging yang kreatif dan inovatif, sehingga dapat dipastikan tidak akan sama dengan produk lain.

4.3 Distribusi Pangsa Pasar

Pada tahap ini saya mempromosikan produk aksesoris saya melalui

- Media Online shop (Whatsapp, Instagram, Facebook, Toko Online);
- Offline shop.

Bab V

ANALISIS PERENCANA KEUANGAN

Aspek ini menjelaskan dan menjabarkan alat dan bahan apa saja yang digunakan pada saat tahap produksi, aspek ini juga menjelaskan tahap-tahap dan langkah-langkah pengerjaan.

5.1 Alat dan Bahan

Alat dan bahan yang digunakan pada tahap produksi ini ialah:

1. Manik manik;
2. Benang karet elastis;
3. Jarum;
4. Bead tip
5. Gunting;
6. Pengait;
7. Jump ring;
8. Tang berujung lancip.

5.2 Tahap Pengerjaan

Berikut merupakan tahap pembuatan

CINCIN

- Potong sebuah benang elastis. Ukurlah dengan panjang sekitar dua kali ukuran jari, lalu potong. Geser manik kecil ke tengah potongan
- Masukkan dua manik-manik yang lebih besar pada kedua sisi manik kecil
- Selipkan sebuah manik kecil di bagian ekor. Lalu, selipkan satu lagi di bagian ekor lainnya
- Lanjutkan pola ini sampai terdapat cukup manik-manik yang sesuai di sekitar jari. Jangan tambahkan manik-manik kecil untuk bagian terakhir Selesaikan cincin dengan menyelipkan ekor yang longgar melalui manik kecil pertama yang dimasukkan ke benang elastis tadi. Ikat simpul ayunan, lalu potong bagian ekor yang longgar

GELANG

- Siapkan manik-manik dengan berbagai bentuk, ukuran,
- Ambil tali dan benang pancing atau benang yang kuat. Tali ini akan digunakan untuk menguntai manik-manik yang tadi sudah disiapkan
- Tentukan ukuran gelang dan tambah sedikit panjangnya sesuai kelonggaran yang diinginkan Untaikan manik-manik pada tali yang telah dan atur urutannya sesuai keinginan
- Ikat kedua ujung tali dengan kuat

KALUNG

- Pilihan tali kalung yang paling bagus adalah kawat manik-manik dan benang manik-manik
- Tentukan gaya dan ukuran kalung yang ingin dibuat, apakah pendek, sedang atau panjang sekali sekaan permukaan yang datar, seperti meja. Aturlah manik-manik sampai menemukan desain yang unik dan indah
- Potong tali manik-manik sesuai panjang yang telah ditentukan Siapkan 2 crimp bead, 1 penjepit kalung, dan manik-manik yang sudah dipilih tadi
- Masukkan satu manik ke dalam tali. Kemudian masukkan crimping bead ke dalamnya, dan kemudian masukkan satu manik lagi dibawahnya
- Letakkan satu ujung penjepit (cincin pengait kalung) setelah crimping bead. Kemudian buat lingkaran dengan tali
- Masukkan ujung tali melalui penjepit kalung. Kemudian masukkan kombinasi manik-crimp, dan gunakan tang/alat penjepit untuk mengunci posisi manik Pindahkan desain kalung (urutan manik-manik) ke tali satu per satu secara hati-hati. Pastikan untuk menyisakan tali beberapa cm di ujungnya
- Gunakan penjepit/kait kalung dan kombinasi manik-arimp bead. Tekan sisa tali ke dalam lubang manik di bawah crimping bead
- Pasangkan crimp bead pada ujung kalung yang kedua, dan potong tali dengan tang. Jangan memotong kawat terlalu dekat dengan crimp bead

5.3 Aspek Keuangan

Aspek keuangan merupakan aspek yang digunakan untuk menilai keuangan bisnis secara keseluruhan, aspek ini memberikan gambaran yang berkaitan dengan keuntungan perusahaan, sehingga merupakan salah satu aspek yang sangat penting. Di aspek ini kita dapat mengetahui biaya-biaya yang dikeluarkan pada saat produksi dan juga kita bisa menghitung BEP, memperkirakan harga dan keuntungan yang kita dapat.

5.4 Fixed Cost (Biaya Tetap)

NO	FIXED COST	BIAYA
1	Asuransi Kesehatan	RP 500.000
2	Gaji Karyawan	RP 500.000
3	Biaya Promosi/Iklan	RP 250.000
TOTAL		RP 1.250.000

5.5 Variable Cost (Biaya variabel)

NO	VARIABLE COST	BIAYA
1	Manik-manik	RP 200.000
2	Tang	RP 20.000
3	Beading Thread	RP 200.000
4	Crimp bead 8 pack	RP 50.000
5	Super Glue	RP 5.000
6	Biaya Listrik dan Air	RP 300.000
7	Biaya lain-lain	RP 50.000
TOTAL		RP 825.000

5.6 Biaya Total

Fixed Cost (Biaya Tetap) + Variable Cost (Biaya Tetap) + Variable Cost (Biaya Variabel)

$$\text{RP } 1.250.000 + \text{RP } 825.000 = 2.075.000$$

5.7 BREAK EVEN POINT

Proyeksi jumlah barang yang diproduksi dengan biaya yang harus dikeluarkan untuk mencapai titik impas kembalinya modal merupakan pengertian dari break even point (BEP).

BEP (unit) Fixed Cost Price per Unit-Variabel Cost

BEP (Rp) Fixed Cost 1- Variabel Cost Sales

$$\begin{aligned}\text{BEP UNIT} &= \text{Rp. } 1.250.000 / \text{Rp. } 25.000 - \text{Rp. } 8.250 \\ &= \text{Rp. } 1.250.000 / \text{Rp. } 16.750 \\ &= 74,6 \\ &= 75\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{BEP RUPIAH} &= \text{Rp. } 1.250.000 / 1 - \text{Rp. } 8.250 / 75 \\ &= \text{Rp. } 1.250.000 / 1 - 110 \\ &= \text{Rp. } 1.250.000 / -109 \\ &= \text{Rp. } 11.467\end{aligned}$$

5.8 Analisis Keuntungan

- Modal Awal (VC) = Rp. 825.000 per 100 pcs
- VC Per Unit = Rp. 8.250
- Harga Jual = Rp. 25.000 per 1 pcs
- Profit = Rp. 25.000 - Rp. 8.250
= Rp. 16.750 per 1 pcs

6.0 Pengembalian Modal

Total biaya Produksi : Laba usaha

$$\text{Rp } 25.000 : \text{Rp } 16.750 = 3 \text{ kali produksi}$$

Jadi, modal akan kembali dalam jangka waktu 3 kali produksi