

BUSSINES PLAN

**Tarling
(Totebag Anti Air & Ramah Lingkungan)**



Dosen Pengampu :

WartarAyus, S.Kom, M.T.I

Disusun oleh:

Namas : Aisyah Lupiana

NPM : 2113025026

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNOLOGI INFORMASI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2023**

PENDAHULUAN

1. Judul : TARLING (Totebag Anti Air & RamahLingkungan)

2. Biodata Mahasiswa
 - a. Nama Lengkap : Aisyah Lupiana
 - b. NPM : 2113025036
 - c. Jurusan : Pendidikan MIPA / Pendidikan Teknologi Informasi
 - d. Perguruan Tinggi : Universitas Lampung
 - e. Alamat Rumah : Bandar Lampung
 - f. Nomor Telefon/HP : 081379789083
 - g. Alamat E-Mail : aisyahlupiana838@gmail.com

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Pendahuluan	ii
Daftar Isi.....	iii
Ringkasan.....	iv
BAB 1. DESKRIPSI USAHA	1
A. Latar Belakang	1
B. Bentuk Usaha	2
C. Jenis Usaha.....	2
BAB 2. PRODUK/JASA	3
A. Keunggulan Produk	3
B. Strategi Pemasaran	5
BAB 3. PEMASARAN.....	5
A. Analisis Pasar.....	5
B. Strategi Pemasaran	5
BAB 4 MANAJEMEN DAN ORGANISASI	6
A. Struktur Organisasi	6
B. Uraian Tugas	6
BAB 5. KEUANGAN DAN RENCANA PENDANAAN	7
A. Analisis Keuangan	7
B. Analisis Perhitungan Laba Usaha	7
C. Analisis Kelayakan Usaha	8
D. Rencana Pengadaan.....	9

LAMPIRAN

RINGKASAN

Universitas Lampung merupakan universitas dengan jumlah *civitas academica* terbanyak di Lampung. Universitas Lampung atau yang sering disebut UNILA sering kali mengadakan suatu *event* baik skala kecil maupun skala besar. Penyelenggaraan *event* ini dilakukan hampir setiap pekan baik oleh organisasi mahasiswa ataupun dari birokrat itu sendiri. Mengadakan suatu *event* tentunya membutuhkan berbagai macam perlengkapan salah satunya ialah banner acara. Namun, sering kali banner acara yang digunakan hanyalah berguna pada saat di acara inti, setelah acara banner tersebut menjadi limbah yang dapat merusak lingkungan.

Selain menjadi sampah dan merusak lingkungan, banner-banner tersebut sering kali setelah acara ditumpuk disuatu tempat dalam waktu yang lama. Hal tersebut selain dapat merusak lingkungan juga dapat menjadi sumber penyakit, yakni tempat berkembang biak nyamuk dan sumber penyakit lainnya. Adanya hal tersebut menjadi suatu permasalahan yang cukup serius karena dapat menjadi dampak negatif jangka panjang. Oleh karena ini, diperlukan adanya pemanfaatan limbah banner bekas acara yang diadakan oleh berbagai macam organisasi. Dari permasalahan tersebut, kami menemukan solusi untuk dapat memanfaatkan limbah banner bekas tersebut menjadi suatu kerajinan yang memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi, yakni kami manfaatkan sebagai pelapis tas yang saat ini sedang *trending* dikalangan mahasiswa/i yakni tas *tottebag*.

Banner bekas acara yang dibuat untuk menjadi pelengkap di tas *tottebag* tersebut menjadi keunggulan produk kami dibandingkan dengan yang lainnya, karena dengan adanya banner sebagai pelapis bagian dalam tas maka tas *tottebag* yang kami buat akan menjadi tas *tottebag* yang anti air. Sehingga mahasiswa/i tidak perlu takut isi tasnya basah karena terkena air, baik air hujan, maupun air yang lainnya.

Produk *tottebag* yang kami buat diberi nama TARLING yang memiliki arti Tottebag Anti Air dan Ramah Lingkungan. Kami yakin produk tataon ini dapat menjadi peluang yang sangat besar melihat saat ini sebagian besar mahasiswa/i di menggunakan *tottebag* sebagai tas untuk kuliah atau kegiatannya. Ditambah pula dengan keunggulan produk kami dibandingkan dengan produk lainnya yakni anti air dan ramah lingkungan. Serta produk yang kami buat dapat di *custom* sesuai keinginan sehingga konsumen dapat membuat ataupun memiliki *tottebag* sesuai dengan keinginannya. Itu lah produk yang kami buat dengan keunggulan yang kami tawarkan kepada konsumen.

BAB I

DESKRIPSI USAHA

A. Latar Belakang

Kotornya bumi salah satunya dipengaruhi oleh sampah yang merupakan masalah yang memberikan dampak negatif di dunia tidak dipungkiri juga Indonesiapun mengalami dampak dari masalah sampah tersebut. Sampah yang berada disekitaran masyarakat akan memberikan efek yang signifikan dalam kehidupannya terutama pada masalah kesehatan. Banyak cara dilakukan untuk mengatasi masalah sampah ini yang setiap tahunnya mengalami kenaikan setiap tahunnya. Sampah dan lingkungannya menjadi tanggung jawab bersama mulai dari anak-anak yang mengalami proses pertumbuhan hingga dewasa yang sudah memiliki pola pikir yang dewasa.

Pola hidup masyarakat di daerah perkotaan yang seringkali menggunakan plastik sekali pakai pun menjadikan permasalahan sampah didunia semakin meningkat, sampah yang menjadi isu global terutama di negara negara berkembang tentunya tidak hanya menjadi fokus para aktivis lingkungan, mahasiswa sebagai *agent of change* memiliki peran dalam membantu perubahan dalam mengatasi permasalahan sampah yang ada, terutama masalah sampah dilingkungan akademiknya yaitu kampus. Permasalahan akademik yang ada dikampus biasanya adalah permasalahan sampah terkait dengan *Banner*, Spanduk atau Baliho acara yang hanya digunakan sekali pakai, sehingga menyebabkan permasalahan sampah bertambah karena karena intensitas acara yang biasanya banyak berlangsung sehingga menyebabkan sampah *Banner* cukup banyak dilingkungan akademik.

Selain itu permasalahan sampah tak hanya dipengaruhi oleh penggunaan plastik sekali pakai, kotornya bumi pun dapat disebabkan oleh permasalahan dari penggunaan kain pada Industri Pakaian, sisa bahan kain terkadang dibuang atau bahkan dibakar sehingga menyebabkan polusi udara dan dapat mengganggu kesehatan masyarakat karena hasil pembakaran tersebut menimbulkan efek yang tidak baik dalam udara yang dihirup masyarakat.

Beberkal masalah yang ada munculah sebuah ide usaha kreatif untuk membuat sebuah *Tote Bag*. *Tote Bag* termasuk kedalam kategori tas jinjing yang biasanya digunakan untuk

berbelanja, membawa buku dan penggunaan lainnya. Dirasa tepat apabila dalam kondisi bumi yang semakin dipenuhi sampah akibat Plastik sekali, penggunaan *Tote Bag* yang saat inipun sedang digandrungi pemuda karena bentuknya yang sederhana seringkali digunakan pemuda untuk membawa barang barang yang sering dibutuhkan.

Memperhatikan perkembangan pada dunia *fashion* dan juga mempertimbangkan kegunaan *Tote Bag* membuat inovasi dan perubahan di dalamnya. Salah satu perubahan yang dicanangkan adalah penggunaan produk yang ramah lingkungan, dengan memanfaatkan sisa kain pada industri pakaian dan *banner* sebagai bahan lapisan membuat *Tote Bag* ini ramah lingkungan dan tahan air.

B. Bentuk Usaha

Bentuk dari perusahaan ini yakni *home industry*. Yang mana perusahaan ini masih bergerak dalam skala kecil dan menggunakan satu rumah sebagai pusat produksi, administrasi, dan pemasaran sekaligus secara bersamaan. Selain itu modal usaha dan tenaga kerja yang diserap juga sedikit.

C. Jenis Usaha

Perusahaan ini termasuk kedalam jenis usaha konveksi dan sablon yang memproduksi tas *totebag* secara *custom*.

BAB II

PRODUK/JASA

A. Keunggulan Produk

Produk yang akan kami buat memiliki suatu nilai tambah yang dapat menjadi keunggulan dibandingkan dengan produk-produk kompetitor. Keunggulan kami antara lain :

1. Anti Air

Totebag yang akan kami produksi bersifat anti air. Anti air ini dikarenakan kami menggunakan limbah banner bekas kegiatan mahasiswa yang sudah tidak terpakai. Banner tersebut kami jadikan sebagai pelapis pada bagian dalam totebag yang mana banner tersebut dilapisi oleh kain jenis american drill. Sehingga pengguna tidak perlu takut jika totebag terkena air atau bahkan hujan.

2. Terdapat Banyak Kantong didalam Totebag dan Menggunakan Retsleting

Totebag yang akan kami produksi memiliki banyak kantong didalam totebag tersebut, sehingga setiap pengguna dapat menggunakan kantong-kantong tersebut untuk memasukan barang-barang tertentu. Selain itu juga produk kami menggunakan retsleting pada setiap kantongnya dan pada bagian atas totebag sehingga akan memunculkan kesan praktis.

3. Ramah Lingkungan

Totebag yang akan kami produksi bersifat ramah lingkungan. Hal ini dikarenakan bahan baku yang kami dapatkan berasal dari limbah sisah produksi. Seperti halnya kain pelapis terluar kami gunakan jenis kain american drill yang banyak sisah/tidak terpakai di setiap konveksi sehingga dapat menjadi limbah. Dari limbah kain tersebut kami manfaatkan untuk menjadi lapisan terluar dari totebag yang akan kami produksi. Selain itu juga kami menggunakan banner bekas kegiatan mahasiswa yang sudah tidak terpakai, daripada banner tersebut

menjadi sampah dan merusak lingkungan maka kami manfaatkan untuk menjadi lapisan dalam totebag sehingganya totebag bersifat anti air. Hal tersebut tidak dimiliki oleh para kompetitor.

Berdasarkan nilai tambah yang kami miliki dibandingkan kompetitor maka hal tersebut menjadi keunggulan kami. Kami yakin sekali *target market* kami akan banyak membeli produk kami karena produk yang kami buat adalah solusi dari permasalahan banyak mahasiswa/i (*Target Market*). Permasalahan mereka salah satunya ialah ketika para mahasiswa/i sedang duduk disuatu tempat dan tidak sengaja totebagnya terkena air maka seluruh isi didalam totebag tersebut akan basah karena totebag tersebut tidak anti air. Maka dari itu, kami menciptakan totebag anti air sebagai solusi dari permasalahan *target market* kami.

BAB III

PEMASARAN

A. Analisis Pasar

Target market dari produk TARLING (*Totebag* Anti Air dan Ramah Lingkungan) dapat dikategorikan sebagai berikut :

- **Demografi**

Target market jika dilihat dari segi demografi, menyisir masyarakat dengan umur 17-25 tahun, serta mencakup keseluruhan yakni laki-laki dan perempuan

- **Geografi**

Jika dilihat secara geografi ataupun kewilayahan, target market terkhusus menyisir masyarakat Bandar Lampung, meskipun tidak menutup kemungkinan terdapat konsumen dari luar provinsi bahkan luar pulau dengan pembelian melalui *marketplace*.

B. Strategi Pemasaran

- **Penjualan *Online* Melalui *Marketplace***

Saat ini perkembangan teknologi semakin pesat, penjual dan pembeli suatu produk tidak perlu bertemu untuk melakukan transaksi, yakni dilaksanakan secara *online* melalui berbagai *marketplace*. Dengan menggunakan strategi penjualan *online* ini, akan semakin banyak target market yang dapat dijangkau, serta tentu saja produk dapat bersaing serta mengikuti perkembangan teknologi.

- ***Social Media Advertisement***

Sosial media merupakan hal yang sedang digandrungi oleh seluruh kalangan saat ini, ini merupakan peluang dalam pemasaran, dengan menggunakan *social media advertisement*, tentu saja produk akan semakin cepat dikenal. Dalam *social media advertisement*, dapat ditentukan untuk wilayah mana saja, usia berapa saja, yang akan dijangkau, dan opsi lain yang dapat dipilih secara manual dan tentu saja disesuaikan dengan kebutuhan.

BAB IV

MANAJEMEN DAN ORGANISASI

A. Struktur Organisasi :

- Direktur Utama : Aisyah Lupiana
- Manajer Operasioanl :
- Manajer Keuangan :
- Manajer Pemasaran :

B. Uraian Tugas :

- Direktur Utama
 1. Mempimpin perusahaan dengan membuat kebijakan- kebijakan perusahaan.
 2. Memilih,menentukan,mengawasi para pekerjan
 3. Menyetujui anggaran tahunan perusahaan dan melaporkan laporan pada pemegang saham.
- Manajer Operasional
 1. Mengawasi jalannya operasional perusahaan.
 2. Meninjau dan memmbangun kinerja yang optimal.
- Manajer Keuangan
 1. Mengontrol arus keluar masuk kas.
 2. Merencanakan anggaran perusahaan.
 3. Mengelola fungsi akuntansi dalam.
- Manajer Pemasaran
 1. Menyusun strategi pemasaran.
 2. Menganalisis peluang usaha dan menyesuaikan dengan kondisi pasar.
 3. Merencanakan perluasan pangsa pasar dan jaringannya

BAB V KEUANGAN DAN RENCANA PENDANAAN

A. Analisis Keuangan

1.	Biaya Peralatan dan Investasi	= <u>Rp 3.800.000,-</u> +
	TOTAL	= Rp 3.800.000,-
2.	Biaya Operasional	
	a. Biaya Tetap	= Rp 555.000,-
	b. Biaya Variabel	= <u>Rp 257.000,-</u> +
	TOTAL	= Rp 812.000,-
3.	Biaya Pemasaran	
	a. Facebook dan Instagram Advertisement	= Rp 100.000,-
	b. Pamflet 100 lembar X Rp 100,-/lembar	= <u>Rp 100.000,-</u>
	TOTAL	= Rp 200.000,-
	Total Pengeluaran Dana :	
	a. Biaya Peralatan dan Investasi	= Rp 3.950.000,-
	b. Biaya Operasional	= Rp 812.000,-
	c. Biaya Pemasaran	= <u>Rp 200.000,-</u> +
	Jumlah Pengeluaran Dana	= Rp 4.962.000,-

B. Analisis Perhitungan Laba Usaha

1.	Produksi Siklus 1 (Awal)	
	Totebag anti air custom (20pcs X Rp.50.000 ,-/pcs)	= Rp 1.000.000,-
2.	Produksi Siklus 2 (Awal)	
	Totebag anti air custom (20pcs X Rp.50.000 ,-/pcs)	= Rp 1.000.000,-
3.	Produksi Siklus 3 (Awal)	
	Totebag anti air custom (20pcs X Rp.50.000 ,-/pcs)	= Rp 1.000.000,-
4.	Produksi Siklus 4 (Awal)	
	Totebag anti air custom (20pcs X Rp 50.000,-/pcs)	= <u>Rp 1. 000.000,-</u>
5.	Produksi Siklus 5 (Awal)	
	Totebag anti air custom (20pcs X Rp 50.000,-/pcs)	= <u>Rp 1. 000.000,-</u>
6.	Produksi Siklus 6 (Awal)	
	Totebag anti air custom (20pcs X Rp 50.000,-/pcs)	= <u>Rp 1. 000.000,-</u>
7.	Produksi Siklus 7 (Awal)	
	Totebag anti air custom (20pcs X Rp 50.000,-/pcs)	= <u>Rp 1. 000.000,-</u> +
8.	Produksi Siklus 8 (Awal)	
	Totebag anti air custom (20pcs X Rp 50.000,-/pcs)	= <u>Rp 1. 000.000,-</u> +
	TOTAL	= Rp 8.000.000,-

Total Pendapatan

- a. Pendapatan Total = Rp 8.000.000,-
- b. Biaya Total = Rp 4.962.000,- -
- Laba Bersih = Rp 3.038.000,-**

C. Analisis Kelayakan Usaha

1. Break Event Point (BEP)

BEP dalam satu bulan dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{BEP total produksi} &= \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Volume Produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp 4.962.000,-}}{160} \\ &= \mathbf{Rp\ 31,012} \end{aligned}$$

Artinya, pada tingkat rata-rata harga Rp 31,012 usaha ini berada pada titik impas

$$\begin{aligned} \text{BEP Volume Produksi} &= \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Harga}} \\ &= \frac{\text{Rp 4.962.000,-}}{\text{Rp 50.000,-}} \\ &= \mathbf{Rp\ 98,4} \end{aligned}$$

Artinya pada jumlah volume produksi Rp 98,4 usaha ini berada pada titik impas.

2. B/C Ratio

$$\begin{aligned} \text{B/C Ratio} &= \frac{\text{Hasil Penjualan}}{\text{Total Biaya Operasional}} \\ &= \frac{\text{Rp 8.000.000,-}}{\text{Rp 812.000,-}} \\ &= \mathbf{Rp\ 9,853} \end{aligned}$$

B/C ratio > 1 maka usaha ini layak untuk dijalankan. Artinya setiap satuan biaya yang dikeluarkan diperoleh hasil penjualan sebesar Rp Rp 9,853 kali lipat.

3. Return On Investment

$$\begin{aligned} \text{ROI} &= \frac{\text{Keuntungan}}{\text{Total Biaya Operasional}} \\ &= \frac{\text{Rp 3.038.000,-}}{\text{Rp 812.000,-}} \\ &= \mathbf{Rp\ 3,74} \end{aligned}$$

Artinya usaha ini layak untuk dikembangkan karena setiap pembiayaan sebesar Rp 1,00 diperoleh keuntungan sebesar Rp 3,74

D. Rencana Pengadaan

No.	Tahapan Kegiatan	Bulan Ke-								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Konsultasi									
2	Survey alat dan bahan									
3	Pembelian alat									
4	Pembelian alat									
5	Studi kelayakan									
6	Riset pasar									
7	Produksi dalam usaha									
8	Promosi									
9	Evaluasi									
10	Pembuatan Laporan									

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Media Sosial

01.46      6%

tarling_totebag   



TARLING
TOTE BAG ANTI AIR & RAMAH LINGKUNGAN

7
Postingan

8
Pengikut

9
Mengikuti

TARLING TOTE BAG
Produk/Layanan
Punya totebag mudah basah kena air?
Jangan bingung, kini sudah hadir TARLING 
TOTE BAG ANTI AIR & RAMAH LINGKUNGAN
 081373652667
▼Klik Link Dibawah▼
www.tarling.com/
Bandar Lampung, Bandar Lampung

Edit Profil

Promosi

Insight

Kontak

 

TOTE BAG AESTETIK


TOTE BAG HIJAIYAH


TOTE BAG KITE


TOTE BAG WOMEN


TOTE BAG SEBAT DESU


TOTE BAG PETS


    

  

Contoh Produk



