**BUSINESS PLAN**

**“BISNIS TRIFT PAKAIAN SECOND”**



**Oleh:**

ARI WILLIAM HUTAPEA

(2113025030)

**PENDIDIKAN TEKNOLOGI INFORMASI**

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

**UNIVERSITAS LAMPUNG**

**2022**

# DAFTAR ISI Executive Summary ................................................................................................3 BAB I .......................................................................................................................4 PENDAHULUAN....................................................................................................4 A. Latar Belakang ..............................................................................................4 B. Bentuk Usaha.........................................................................................5 C.Jenis Usaha……………………………………………………………………………5 BAB II......................................................................................................................6 GAMBARAN UMUM DAN RENCANA USAHA................................................6 A. Analisis Produk……………………………………………….. B. Analisis Pasar .............................................................................................6 C. Metode Pemasaran ...............................................................................................7 D. Analisis Produksi.........................................................................................10 E. Analisis Sumber Daya ..............................................................................................12 F. Analisis Keuangan ..................................................................14

# BAB III...................................................................................................................18 PENUTUP ..............................................................................................................18

**EXECUTIVE SUMMARY**

Saya membuat bisnis ini bukan semata untuk membantu keuangan keluarga saya, namun saya melihat banyak para muda-mudi yang menurut saya layak untuk “tampil keren” tanpa harus merogoh kantong yang dalam, maka dari itu saya tawarkan alternatifnya, yaitu adalah barang thrifted yang sudah saya sortir atau selected dan dengan kualitas yang masih maksimal yang akan saya jual dengan harga yang terjangkau.

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang**

Gaya hidup remaja pada jaman sekarang sudah begitu konsumtif karenakeinginannya mengikuti jaman. Untuk diterima dan menjadi pusat perhatiandi lingkungannya biasanya remaja berusaha untuk mengikuti tren pakaian kekinian, misalnya dengan mengonsumsi pakaian dengan merk terkenal dan terbaru dengancara berbelanja (Kresdianto, 2014), terjadinya hal tersebut juga bisa dikarenakanadanya pengaruh dari media sosial yang digunakan remaja saat ini.

Gaya hidup remaja saat ini memang sangat dipengaruhi oleh sekitarnya, khususnya idola yang dipanutinya, sedangkan kemampuan finansial remajatersebut belum tentu sama dengan idolanya, yang mengakibatkan adanyapemaksaan untuk membeli barang yang sama. Terlebih seiring dengan pesatnyaperkembangan model pakaian, tentu akan menambah pengeluarandanmeningkatnya perilaku konsumtif dikalangan remaja. Perilaku konsumtif ini selain merugikan diri, juga dapat merugikan lingkungan karena limbah pakaianyang dapat menimbulkan polusi. Selain itu, total emisi gas rumah kaca dari produksi tekstil sudah mencapai 1,2 miliar ton per tahun, angka tersebut lebihbanyak dari industri pelayaran dan penerbangan, zat tersebut pun dapat memengaruhi kesehatan para pekerja tekstil dan juga pemakai dari pakaian, danzat tersebut dapat menyebar ke lingkungan (Ellen McArthur Foundation, 2018).

Dihitung dari tahun 2000 hingga 2020, produksi pakaian atau garmen di duniasudah meningkat dua kali lipat dari sebelumnya. Jenis pakaian yang dibeli olehkonsumen biasanya jaket, celana dan baju, jumlah konsumsi ini pun meningkat 60% persen dibanding pada tahun-tahun awal Abad 21. Dengan adanyapeningkatan tersebut, di beberapa negara bahkan sudah biasa dijumpai sampah- sampah baju bekas yang bahkan akhirnya menumpuk di tempat pembuangansampah (Sax, 2018). Produk-produk tekstil dunia ternyata 50 persennyadiproduksi oleh Tiongkok. Negara Tiongkok akhirnya harus dihadapkan denganadanya persoalan polusi masif dari industri garmennya. Namun, Tiongkok. menanggulanginya dengan cara mendaur ulang pakaian-pakaian bekas dari seluruh dunia untuk diolah lagi menjadi benang. Namun pada tanggal 1 Januari 2018, pemerintah Tiongkok sudah melarang adanya impor 24 bahan baku industri dari seluruh dunia untuk didaur ulang dikarenakan adanya proteksi perdagangan, dengan adanya peraturan tersebut tentu akan memberi dampak bagi polusi di seluruh dunia (Davis dan Ding, 2018). Jika dibandingkan dengan satu dekadeyang lalu, mengingkatnya polusi dari bisnis busana ini sudah diakui oleh Wakil Ketua Asosiasi Industri Busana dan Sepatu dari Amerika Serikat, yaituNateHerman. Nate Herman mengatakan setelah Tiongkok memberhentikan kegiatandaur ulangnya, maka dampaknya industri akan terancam pola bisnis dikedepannya.

Di jaman seperti saat ini, kegiatan daur ulang pun dinilai kurang tepat, karenapakaian manusia saat ini banyak berbahan dasar dari material sintetis, bukandari benang. Dengan adanya kondisi tersebut industri-industri busana akhirnyamemilih untuk memproduksi lagi bahan baku dibanding dengan harus mendaur ulang benang. Namun jika mempertahankan pola yang seperti itu makakedepannya pun akan berdampak pada lingkungan. Menurut Ellen McArthur Foundation yang ahli dalam polusi industri busana, memperkirakan bahwa total limbah bisnis busana seluruh dunia sudah bernilai sekitar US$500 miliar per tahun. Peneliti tersebut mengusulkan berbagai kebijakan kegiatan ramah lingkungan, selain dengan cara mendaur ulang, untuk menjamin industri busana kedepannyayang tidak lagi merusak bumi (Ellen McArthur Foundation, 2018). Maka dari itu, dengan adanya kegiatan jual-beli ulang pakaian bekas yang masih layak pakai dirasa bisa efektif, karena tidak perlu lagi untuk mendaur ulang, hanya perludengan cara perawatan saja bagi pakaian tersebut.

Jual-beli pakaian bekas sebenarnya sudah ada sejak lama, namun akhir-akhir ini kegiatan tersebut sedang ramai kembali di kalangan remaja. Istilah untuk kegiatantersebut diberi nama thrift shopping. Berbeda dengan jaman dulu, kegiatanthrift shopping ini bahkan sudah merambah ke media online yaitu media sosial danjugaplatform belanja online. Kegiatan ini sebenarnya merupakan sebuah metodebelanja yang bertujuan untuk penghematan, barang yang dibeli merupakan barang pakaian yang sudah pernah dipakai atau biasa disebut second-hand (barang bekas), namun kualitas dari pakaian dari thrift shop ini kebanyakan masih sangat layakuntuk dipakai. Sebenarnya kegiatan thrift shop saat ini cukup bertolak belakangdengan pengertian thrift shop yang dikemukakan oleh Parsons pada tahun 2002, menurutnya thrift shop merupakan salah satu kegiatan amal untuk menggalangdana. Berikut merupakan kutipan Parsons (2002) mengenai thrift shop atau store, “itu adalah sebuah toko yang menjual barang yang telah disumbangkan dimanakeuntungan yang didapat digunakan untuk tujuan beramal”. Sedangkan, saat ini kegiatan thrift shopping tidak hanya untuk menggalang dana saja. Tetapi, kegiatanthrift shopping saat ini sudah masuk sebagai gaya hidup bagi sebagian orang. Pada awalnya orang yang melakukan kegiatan thrift shop ini akan merasa malu, karena gengsi membeli barang bekas. Namun, pada tahun 2017 kegiatanthrift shop ini mulai naik dikalangan remaja, khususnya mahasiswa.

**B. Bentuk Usaha**

Bentuk usaha ini adalah *Home industry*. Dimana perusahaan ini masih bergerak dalam skala kecil dan kami menggunakan satu rumah sebagai store, pusat penjualan, dan pusat Quality control.

**C. Jenis usaha**

Jenis usaha ini merupakan jenis Usaha Dagang, dimana kami menjual barang jadi (dalam konteks ini *thrifted*) untuk diperjualbelikan.

**BAB II**

**GAMBARAN UMUM DAN RENCANA USAHA**

**A. Analisis Produk**

**Jenis Produk :**

Kami menawarkan anda barang thrift selected dari saya sendiri yang tentunya berkualitas terbaik.

**Nama Produk :**

Kami memberikan nama produk berdasarkan Bahasa italia “Beatus” yang berarti “Diberkahi”

**Karakteristik Produk :**

**Second item** : Kami harus akui kami memang menjual barang second item untuk awal penjualan kami karna target pasar yang juga memang adalah mahasiswa.

**Kebersihan** : Kami menjual barang yang memang sudah kami cuci wangi. Memang, banyak yang beranggapan kalau penjual barang thrift umumnya tidak memperhatikan kondisi barang nya, tetapi kami disini selalu menjual barang yang bukan hanya siap pakai, namun juga dikondisi telah dicuci rapih dan wangi.

**Pengiriman via online dan Offline** : Store kami menyediakan Store offline dan juga online dan juga bisa diakses dimana saja

**B.Analisis Pasar**

1. Segmentasi Pasar  
   Pengguna utama dari bisni percetakan saya adalah Mahasiswa
2. Target Pasar  
   Produk usaha : bisnis Thrift/ pakaian second  
   Target Lokasi : Universitas   
   Target demografi : Mahasiswa
3. Positioning  
   Ciri khas dari bisnis kami adalah, harga yang relative murah dibandingkan tokoh lain, namun memiliki kualitas produk yang baik, selain itu pakaian yang kami jual adalah pakaian import yang sangat layak untuk digunakan.

Top of Form

**C. Metode Pemasaran**

Segmentasi Targeting Positioning (STP) adalah bagian dari metode strategi pemasaran yang paling populer dan dinilai paling efektif.

* Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah proses pembagian pasar dengan mengklasifikasikan pasar kedalam kelompok-kelompok tertentu. Terdapat empat variabel yang digunakan dalam segmentasi pasar:  
1. Segmentasi Geografis, adalah membagi pasar dalam beberapa kelompok berdasarkan batas wilayah atau daerah. Dalam usaha saya, saya akan mengembangkannya ke daerah Provinsi Lampung.

2. Segmentasi Demografis, adalah pembagian kelompok berdasarkan umur atau usia, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan, agama, ras, dan pekerjaan. Dalam usaha yang saya kembangkan diperuntukkan bagi siapa saja. Segala umur, wanita maupun pria, siapa saja dapat menikmatinya.  
3. Segmentasi Psikografis, adalah pembagian konsumen berdasarkan kelas sosial, gaya hidup atau kepribadian. Dalam usaha saya diperuntukkan bagi siapa saja. Mulai dari kalangan bawah sampai kalangan atas namun saya lebih mengkhususkan untuk para Mahasiswa   
4. Segmentasi Perilaku, adalah pembagian kelompok konsumen berdasarkan pada pengetahuan, sikap, motivasi, penggunaan serta reaksi mereka terhadap suatu produk. Dalam segmen ini, usaha yang saya kembangkan yakni bisnis percetakan dapat masuk ke berbagai kelompok tersebut.

* Targeting (Penentuan Pasar)

Penentuan pasar merupakan proses pemilihan dan evaluasi segmentasi pasar untuk nantinya dipilih segmen mana yang akan menjadi sasaran.  
Dalam usaha yang saya kembangkan ini penentuan targetnya lebih terfokus ke mahasiswa yang memang memiliki kebutuhan namun minim budget, produk kami sangat cocok untuk para mahasiswa yang selalu ingin tampil keren namun minim budget.

* Positioning (Penempatan Produk)

Penempatan produk merupakan langkah-langkah dalam merancang suatu produk agar dapat memberi kesan yang khas yang dapat diingat oleh konsumen.  
Dalam bisnis ini saya akan membuat tempat yang kekinian sehingga dapat menarik konsumen hanya dengan tampilan saja, saya juga akan memberikan service yang terbaik untuk para konsumen.**D. Analisis Produksi**

1. Lokasi Usaha  
   - Letak pasar  
   Untuk lokasi usaha saya memilih di universitas-universitas, Pinggir jalan,   
   Dalam usaha saya saat ini akan merekrut orang-orang yang mengerti fashion kekinian.  
   Dalam usaha saya tidak mengganggu bahkan merugikan masyarakat sekitar karena limbah yang dihasilkan tidak berlebihan.  
   - Peraturan Pemerintah  
   Usaha yang saya kembangkan memilih lokasi yang bukan untuk kawasan industri  
   - Sarana prasarana pendukun  
   Tersedia pembuangan limbah dengan baik dan benar.
2. Perizinan Usaha  
   Perizinan Usaha yang akan saya ajukan adalah:  
   1. Surat Izin Tempat Usaha (SITU)  
   Dipakai untuk menandakan jika tempat usaha yang ingin kami pakai sudah bisa untuk digunakan dalam menjalankan bisnis. Pihak berwenang yang berhak merilis izin usaha ini adalah pemerintah daerah.
3. Regulasi Dalam Perencanaan Bisnis

- Bidang merek  
Usaha ini saya beri nama/merk class thrift shop

  
- Bidang konsumen  
Terdapat perlindungan konsumen bagi konsumen yang menggunakan prouk kami  
- Hukum dagang  
- Komunikasi efektif dalam organisasi bisnis

**E. Analisis Sumber Daya**

Pengelolaan Sumber Daya Rencana CC (Cetak Cepat)  
  
1. Sumber Daya Manusia  
Dalam usaha ini masih menggunakan 5 SDM di 1 tempat . Hal ini dikarenakan usaha yang saya kembangkan masih kecil dan menghemat pengeluaran.  
  
2. Money (Uang)  
Modal awal yang saya gunakan dalam kegiatan bisnis saya menggunakan uang pribadi saya sendiri, setelah bisnis berjalan saya akan menggunakan uang modal dari laba yang bisnis saya hasilkan.  
  
3. Materials (Materi)  
Materi yang saya gunakan adalah barang second import yang saya beli dengan menggunakan uang pribadi  
  
4. Method (Metode)  
Bisnis menerapkan metode dengan menentukan strategi penjualan yang disusun secara sistematis.  
  
5. Market (Pasar)  
Market atau pasar untuk bisnis ini adalah secara online dan offline, jika secara online bisa melalui media sosial sedangkan jika offline melalui promosi secara langsung dan juga dari mulut ke mulut.

**F. Analisis Keuangan**

Perencanaan Keuangan   
  
Beberapa Unsur dari Perencanaan Keuangan  
A. Sasaran / Tujuan Keuanga  
Sebagai tabungan dan sebagi modal untuk membuka usaha lebih baik lagi.  
B. Laporan Kekayaan Bersih Individu  
sebagai patokan untuk mengukur perkembangan menuju tujuan finansial di masa depan.  
C. Analisis arus kas  
Rencana pendapatan : 10.000.000 /bulan  
Rencana pengeluaran : 2.000.000/bulan  
E. Strategi pensiun  
Rencana tersebut harus mencakup strategi untuk mengakumulasi modal pensiun yang diperlukan dan distribusi seumur hidup yang direncanakan.  
F. Rencana manajemen risiko yang komprehensif  
Rencana manajemen risiko mencakup tinjauan menyeluruh atas asuransi jiwa dan kecacatan, pertanggungan kewajiban pribadi, pertanggungan properti dan korban, dan perlindungan jika terjadi bencana.  
G. Rencana investasi jangka panjang  
Rencana investasi ini menetapkan pedoman untuk memilih, membeli dan menjual investasi dan menetapkan tolok ukur untuk penilaian kinerja.  
H. Strategi pengurangan pajak  
Strategi tersebut harus mencakup identifikasi kendaraan investasi yang terkena pajak yang dapat mengurangi pajak penghasilan investasi.  
  
Beatus memiliki data-data dan rencana produksi sebagai berikut :  
  
Biaya variabel per unit  
50.000  
  
Biaya bahan baku :  
• bal pakaian 1 bal 1000.000  
• detergen 50.000  
Harga jual per unit 50.000-100.000

Biaya tetap  
• biaya tempat : 2.000.000  
• listrik dan air : 750.000  
  
  
  
• Menghitung BEP Unit  
BEP Unit = Biaya Tetap / (Harga Jual Per Unit – Biaya Variabel Per Unit)  
BEP Unit = Rp 2.750.000 / (Rp 100.000 – Rp 50.000)  
BEP Unit = Rp 2.750.000 / Rp 50.000  
BEP Unit = Rp 55  
Jadi BEP per unit dari contoh di atas adalah Rp. 55/unit  
• Untuk cara menghitung BEP Rupiah  
BEP Rupiah = Biaya Tetap / (Kontribusi Margin Per Unit / Harga Jual Per Unit)  
BEP Rupiah = Rp 2.750.000 / (Rp 50.000/ Rp 55.000)  
BEP Rupiah = Rp 2.750.000 / 0,9  
BEP Rupiah = Rp 3.055.000  
Jadi, BEP rupiah dari contoh di atas adalah Rp 3.055.000

**PENUTUP**

Bisnis pakaian thrift menjadi kebutuhan masyarakat terutama untuk mahasiswa yang yang ingin selalu tampil keren namun tidak memiliki budget. Banyakanya pelaku bisnis pakaian thrift disekitaran kampus maupun dipinggir jalan menjadikan tingginya tingkat persaingan antara para pelaku bisnis percetakan. Kegiatan bisnis ini dapat berlangsung selama 18 jam dalam sehari. Sistem yang mudah membuat banyak masyarakat menggunakan layanan ini sebagai alternatif pilihan untuk pemesananan produk kami. Mengutamakan promosi yang tinggi supaya menajdikan bisnis ini lebih dikenal dan memliki banyak pelanggan.untuk iklan kami mengutamakan menggunakan social media, dikarenakan generasi muda jaman sekarang hamper seluruhnya menggunakan social media sehingga mudah untuk mempromosikan produk kami. Faktor lain yang menjadi pendukung pertumbuhan bisnis pakaian saat ini adalah tingginya tingkat mobilitas kebutuhan fashion. Masyarakat saat ini cenderung mencari pakaian yang memiliki kualitas tinggi namun dengan harga yang terjangkau.

Usaha pakaian thrift ini dapat menjadi peluang besar didalam bisnis, karena banyaknya kebutuhan mahasiswa maupun masyarakat sehingga memaksa mereka untuk lebih hati-hati dalama memanage uang supaya bisa membeli kebutuhan lain, hal itu dapat dilakukan bisnis ini sehingga memiliki peluang serta keuntungan yang besar.