

AMOUREA

(Inovasi Buket Rajut Handmade Berbasis Custom Design dan Fast Service System)

[Logo Usaha]

Nama Tim	AMOUREA
Tahapan Bisnis	Tahap Awal
Kategori Bisnis	Industri Kreatif (Non Digital)
Nama Dosen Pembimbing	[Nama Dosen Pembimbing]
Nama, NPM, Fakultas Ketua	[Nama Ketua] [NPM] [Fakultas]
Nama, NPM, Fakultas Anggota 1	[Nama Anggota 1] [NPM] [Fakultas]
Nama, NPM, Fakultas Anggota 2	[Nama Anggota 2] [NPM] [Fakultas]
Nama, NPM, Fakultas Anggota 3	[Nama Anggota 3] [NPM] [Fakultas]
Nama, NPM, Fakultas Anggota 4	[Nama Anggota 4] [NPM] [Fakultas]

Jenis Usaha yang tidak diperkenankan pada seluruh kategori:

Jual beli barang/jasa yang bukan milik sendiri seperti waralaba, distributor, agen, reseller, dropshipper, jasa titip beli (jastip), jasa titip jual (konsinyasi), rebranding, thrifting luar negeri, judi online, pornografi, mengemas ulang barang curah (repackaging), dan barang dan jasa yang melanggar hukum untuk diperdagangkan.

Ketentuan Administrasi Proposal: Gunakan kertas A4, Times New Roman, Font 12, Spasi 1.

LATAR BELAKANG

Perkembangan industri kreatif di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, khususnya pada sektor produk handmade dan gift personalization. Di Kota Medan, tren pemberian buket pada momen wisuda, ulang tahun, anniversary, hingga perayaan akademik semakin meningkat di kalangan anak muda dan mahasiswa. Buket tidak lagi sekadar pelengkap acara, tetapi telah berkembang menjadi simbol apresiasi, kasih sayang, dan penghargaan atas pencapaian seseorang.

Namun, berdasarkan observasi pasar yang dilakukan, terdapat beberapa permasalahan utama yang masih sering ditemui. Pertama, mayoritas konsumen melakukan pemesanan secara mendadak (last minute), terutama untuk kebutuhan wisuda dan ulang tahun. Kedua, banyak pelaku usaha buket tidak mampu menerima pesanan di hari-H karena sistem produksi yang belum fleksibel. Ketiga, model buket yang tersedia di pasaran cenderung monoton dan kurang memberikan opsi desain yang benar-benar personal dan bermakna.

Di sisi lain, buket bunga asli memiliki keterbatasan daya tahan karena mudah layu dalam waktu singkat (2–5 hari). Sementara itu, buket artificial produksi pabrik sering kali kurang memiliki nilai emosional dan kesan eksklusif. Kondisi ini menunjukkan adanya celah pasar (market gap) yang nyata: kebutuhan akan produk buket yang tahan lama, dapat disesuaikan dengan keinginan konsumen (customizable), serta tersedia dengan pelayanan yang cepat dan responsif.

Melihat peluang tersebut, AMOUREA hadir sebagai inovasi buket rajut handmade yang mengusung konsep Eternal Love Craft. Nama AMOUREA berasal dari kata amour (Prancis) yang berarti cinta, merepresentasikan bunga rajut penuh kasih dan makna yang tidak mudah layu. Produk ini dirancang untuk menjawab kebutuhan pasar anak muda Medan yang menginginkan buket estetik, dapat di-custom, serta didukung pelayanan yang ramah, transparan, dan fast response.

Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) tahun 2023/2024, sektor ekonomi kreatif—termasuk kerajinan—berkontribusi lebih dari 7% terhadap total PDB Indonesia dan menjadi penggerak utama penciptaan lapangan kerja. Hal ini memperkuat relevansi AMOUREA sebagai usaha kreatif yang tidak hanya menjawab kebutuhan pasar, tetapi juga selaras dengan arah pembangunan ekonomi nasional.

Dengan pendekatan inovasi desain dan sistem pelayanan yang adaptif terhadap kebutuhan konsumen modern, AMOUREA memiliki potensi untuk berkembang sebagai brand buket rajut yang kompetitif, berkelanjutan, dan relevan dengan tren gifting masa kini. Program P2MW menjadi momentum strategis untuk mendorong pertumbuhan AMOUREA dari tahap rintisan menuju usaha yang terstandar, berdampak, dan scalable.

DESKRIPSI USAHA

A. Noble Purpose (10%)

AMOUREA dirancang bukan sekadar sebagai usaha berorientasi profit, tetapi sebagai gerakan kreatif yang memberikan dampak nyata bagi masyarakat dan lingkungan. Tujuan mulia ini menjadi fondasi utama dalam setiap keputusan bisnis AMOUREA.

1. Dampak Sosial dan Ekonomi

a. Pemberdayaan Mahasiswa dan Komunitas Lokal

Model produksi handmade AMOUREA memungkinkan sistem kolaboratif dengan mahasiswa dan perajin rajut lokal di Kota Medan. Skema ini secara langsung membuka peluang kerja paruh waktu berbasis keterampilan bagi mahasiswa, meningkatkan literasi kewirausahaan di lingkungan kampus, serta mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif skala mikro. Industri kreatif sendiri berkontribusi lebih dari 7% terhadap total PDB Indonesia dan menjadi penggerak utama UMKM nasional (Kemenparekraf, 2023/2024), memperkuat relevansi AMOUREA dalam ekosistem kewirausahaan mahasiswa.

b. Penciptaan Lapangan Kerja Produktif

Seiring pertumbuhan kapasitas produksi, AMOUREA akan membuka sistem kemitraan pengrajin dan reseller mahasiswa yang dapat memberikan penghasilan tambahan berbasis keterampilan. Pendekatan ini membangun kemandirian ekonomi tanpa bergantung pada modal besar.

2. Dampak Lingkungan

Buket bunga segar umumnya bersifat sekali pakai dengan masa manfaat sangat singkat (2–5 hari), berkontribusi pada limbah organik pascaacara. AMOUREA menghadirkan alternatif berkelanjutan melalui tiga prinsip produksi:

- Durable product — buket rajut tahan lama, dapat disimpan sebagai kenangan jangka panjang.
- Made-to-order system — produksi berbasis pesanan meminimalkan risiko overproduction dan limbah bahan baku.
- Penggunaan bahan yang dapat dimanfaatkan kembali — benang katun dari distributor lokal yang ramah lingkungan.

Pendekatan ini mendorong pola konsumsi yang lebih bertanggung jawab sesuai prinsip ekonomi sirkular.

3. Kesesuaian dengan Asta Cita dan SDGs

Kerangka	Indikator	Implementasi AMOUREA
Asta Cita	Penguatan Ekonomi Kerakyatan & UMKM	Usaha berbasis kewirausahaan mahasiswa, mendukung UMKM bahan baku lokal, menciptakan nilai tambah melalui kreativitas.
SDG 8	Decent Work & Economic Growth	Membuka lapangan kerja produktif berbasis keterampilan rajut bagi mahasiswa dan perajin lokal Kota Medan.
SDG 12	Responsible Consumption Production	Produk tahan lama sebagai alternatif barang sekali pakai; sistem made-to-order meminimalkan limbah produksi.

4. Keberlanjutan Usaha

Keberlanjutan AMOUREA didukung oleh beberapa faktor struktural:

- Recurring Moment-Based Demand: Momen wisuda, ulang tahun, anniversary, dan event kampus terjadi setiap tahun dengan segmen mahasiswa yang terus berganti, menciptakan siklus pasar yang bersifat regeneratif.
- Model Produksi Fleksibel dan Minim Risiko Stok: Sistem pre-order mengurangi risiko kerugian akibat stok tidak terjual.
- Potensi Diversifikasi Produk: Hampers tematik, souvenir event, corporate gift, dan dekorasi custom.
- Scalability: Standarisasi pola rajut dan sistem pelatihan memungkinkan ekspansi melalui kemitraan reseller di berbagai kampus.

B. Konsumen Potensial (20%)

Bagian ini menguraikan segmentasi pasar, target konsumen, posisi produk, ukuran pasar, dan analisis kompetitor AMOUREA secara sistematis melalui pendekatan STP, TAM/SAM/SOM, Persona Canvas, serta perbandingan kompetitor.

1. Segmentation, Targeting, dan Positioning (STP)

a. Segmentation

AMOUREA menyegmentasi pasar berdasarkan tiga dimensi utama:

Dimensi Segmentasi	Variabel	Profil Target
Demografis	Usia, Status, Lokasi, Ekonomi	Usia 17–30 tahun; mahasiswa & pelajar tingkat akhir; domisili Kota Medan; kelas ekonomi menengah.
Psikografis	Gaya hidup, Nilai, Minat	Aktif di media sosial (Instagram, TikTok); menyukai produk estetik dan unik; mengutamakan nilai emosional dalam pemberian hadiah.
Perilaku	Pola Pembelian, Motivasi	Membeli pada momen tertentu (wisuda, ulang tahun, anniversary); cenderung last-minute purchase; mempertimbangkan desain dan personalisasi sebagai faktor utama.

b. Targeting

Target Utama: Mahasiswa di Kota Medan yang membutuhkan buket estetik, dapat dicustom, dan tersedia dalam waktu cepat untuk berbagai momen akademik dan personal.

Target Sekunder: Pasangan muda, sahabat atau keluarga yang ingin memberikan hadiah unik, serta komunitas kampus dan event organizer skala kecil.

c. Positioning

AMOUREA diposisikan sebagai:

"Premium Custom Crochet Bouquet dengan Fast Service untuk Momen Spesial Mahasiswa"

Bukan sekadar buket rajut, AMOUREA menjual pengalaman gifting yang personal, bermakna, dan tahan lama. Posisi ini membedakan AMOUREA dari buket segar (tidak tahan lama) maupun buket pabrik (tidak personal), serta dari sesama buket rajut yang tidak memiliki sistem layanan responsif.

2. TAM, SAM, dan SOM

Estimasi ukuran pasar dilakukan secara rasional berbasis data populasi mahasiswa Kota Medan dan asumsi perilaku pembelian.

Pasar	Definisi	Estimasi Nilai	Asumsi & Dasar Perhitungan
TAM	Total Addressable Market — seluruh potensi pasar mahasiswa Medan	Rp3.000.000.000 / tahun	~100.000 mahasiswa aktif Medan × 30% membeli buket ≥ 1×/tahun × rata-rata Rp100.000/transaksi
SAM	Serviceable Available Market — kampus-kampus utama yang dapat dijangkau AMOUREA	Rp600.000.000 / tahun	~20.000 mahasiswa di kampus utama Medan × 30% × Rp100.000/transaksi
SOM	Serviceable Obtainable Market — target realistik tahun pertama (penetrasi 5% SAM)	Rp30.000.000 / tahun	~300 transaksi/tahun (25 buket/bulan) × Rp100.000 — realistik untuk usaha rintisan dengan kapasitas bertahap

3. Persona Canvas

Berdasarkan hasil observasi dan interaksi langsung dengan calon pembeli, berikut adalah representasi persona konsumen utama AMOUREA:

🎓 PERSONA: "THE CARING ACHIEVER"			
PROFIL	MOTIVASI	PAIN POINTS	GOALS
Nama: Rizky / Sari Usia: 19–22 tahun Status: Mahasiswa aktif Domisili: Medan Ekonomi: Menengah	<ul style="list-style-type: none"> Mengekspresikan rasa sayang melalui hadiah bermakna Tampil estetik di media sosial (konten wisuda, birthday) Mencari hadiah yang berkesan & tidak cepat layu 	<ul style="list-style-type: none"> Buket segar cepat layu, sayang dibuang Susah pesan mendadak di hari-H Pilihan desain monoton, kurang personal Penjual lambat respons, estimasi tidak jelas 	<ul style="list-style-type: none"> Buket yang bisa disimpan sebagai kenangan Custom sesuai karakter penerima Layanan cepat & komunikasi transparan Harga terjangkau namun berkualitas
INFORMATION & INFLUENCE		QUOTE	
Mendapatkan informasi produk melalui Instagram Reels, TikTok, dan rekomendasi teman. Keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh estetika konten,		"Aku mau kasih hadiah yang beda, yang bisa disimpan lama, bukan yang	

testimoni pembeli sebelumnya, dan kecepatan respons admin.	layu besoknya. Dan kalau bisa, langsung bisa dipesan hari ini juga."
--	--

4. Tabel Analisis Perbandingan dengan Kompetitor

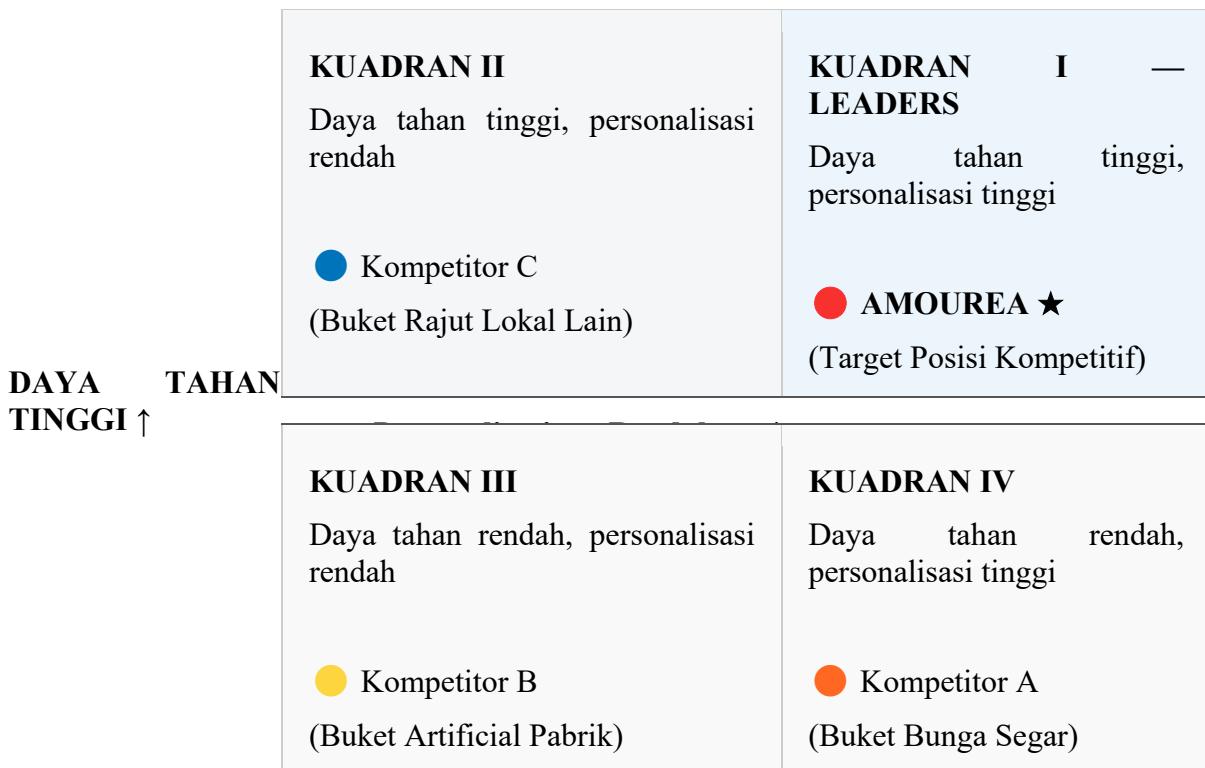
Analisis dilakukan terhadap tiga jenis kompetitor utama di pasar buket Kota Medan:

Aspek	AMOUREA (Produk Kami)	Kompetitor A (Buket Bunga Segar)	Kompetitor B (Buket Artificial Pabrik)	Kompetitor C (Buket Rajut Lokal Lain)
Jenis Produk	Buket rajut handmade custom	Bunga potong segar	Buket plastik/kain pabrik	Buket handmade rajut
Daya Tahan	✓ Tahan lama (permanen)	✗ 2–5 hari	⚠ Tahan lama, kurang estetik	✓ Tahan lama
Customisasi	✓ Tinggi (warna, model, pesan)	⚠ Terbatas	✗ Tidak bisa custom	⚠ Terbatas
Kecepatan Layanan	✓ Fast response + ready stock	⚠ Tergantung florist	✓ Ready stock	✗ Waktu penggeraan lama
Nilai Emosional	✓ Sangat tinggi (eternal craft)	✓ Tinggi (bunga segar)	✗ Rendah	⚠ Sedang
Harga	Rp75.000–150.000	Rp80.000–200.000+	Rp30.000–80.000	Rp100.000–200.000
Packaging Premium	✓ Ya	⚠ Varies	✗ Standar	⚠ Varies
Branding & Estetika	✓ Konsep kuat (Eternal Love)	⚠ Tergantung toko	✗ Generik	⚠ Belum terstruktur
Transparansi Harga & Waktu	✓ Ya (estimasi jelas)	⚠ Varies	✓ Ya	✗ Sering tidak jelas

Target Pasar	Mahasiswa/Gen Z Medan	Umum	Umum/event	Mahasiswa/umum
Keunggulan Utama	Custom + Fast + Durable + Branding	Natural & prestige	Murah & cepat	Durable
Kelemahan Utama	Kapasitas produksi masih terbatas	Cepat layu, mahal	Tidak personal	Respons lambat, desain monoton

5. Kuadran Perbandingan dengan Kompetitor

Kuadran berikut menggambarkan posisi AMOUREA dibandingkan kompetitor berdasarkan dua dimensi utama: Nilai Personalisasi (sumbu X) dan Daya Tahan Produk (sumbu Y).



Berdasarkan kuadran di atas, AMOUREA memposisikan diri di Kuadran I (Leaders) sebagai satu-satunya produk buket yang menggabungkan daya tahan tinggi sekaligus tingkat personalisasi yang tinggi. Posisi ini merupakan keunggulan kompetitif yang belum dioptimalkan oleh kompetitor manapun di pasar lokal Medan.

C. Produk Inovatif (25%)

AMOUREA menghadirkan inovasi yang menjawab secara langsung gap nyata di pasar buket Kota Medan: produk buket rajut handmade premium yang menggabungkan **daya tahan tinggi, sistem kustomisasi personal, dan layanan responsif** dalam satu kesatuan

pengalaman gifting yang bermakna. Inovasi ini bukan sekadar penggantian bahan, tetapi transformasi menyeluruh pada produk, layanan, dan ekosistem bisnis.

1. Identifikasi Masalah Konsumen (Problem Validation)

Berdasarkan observasi langsung dan interaksi dengan calon pembeli di kalangan mahasiswa Kota Medan, ditemukan empat permasalahan kritis yang belum terjawab oleh produk yang ada di pasar:

No	Problem	Kondisi Pasar Saat Ini	Dampak bagi Konsumen
1	Last-minute purchase	Mayoritas penjual butuh 2–5 hari pengrajin; tidak ada ready stock terstruktur	Konsumen gagal memberi hadiah tepat waktu, menurunkan momen emosional
2	Desain monoton & tidak personal	Produk buket di pasaran cenderung seragam, minim opsi warna dan gaya	Konsumen merasa hadiah tidak mencerminkan kepribadian penerima
3	Produk tidak tahan lama	Bunga segar layu 2–5 hari; artificial pabrik tidak estetik	Nilai emosional dan kenangan tidak dapat dipertahankan
4	Layanan tidak transparan	Respons lambat, estimasi waktu tidak jelas, komunikasi tidak profesional	Konsumen kehilangan kepercayaan dan beralih ke kompetitor

2. Solusi dan Deskripsi Produk AMOUREA

AMOUREA menghadirkan solusi komprehensif melalui **Buket Rajut Handmade Premium Berbasis Custom Design dan Fast Service System**. Produk ini bukan sekadar buket; ini adalah objek emosional yang dapat disimpan seumur hidup sebagai kenangan nyata dari momen berharga.

Aspek Produk	Deskripsi Detail
Nama Produk	AMOUREA — Eternal Love Craft Bouquet
Bahan Utama	Benang katun premium (Cotton Milk / Katun Combed) dari distributor lokal Medan; halus, kuat, dan tahan lama
Varian Produk	Mini Bouquet (5–7 bunga rajut) Standard Bouquet (10–12 bunga) Premium Bouquet (15+ bunga + hiasan) Bouquet + Hampers Package
Pilihan Kustomisasi	Warna benang (unlimited kombinasi) Jenis bunga rajut (mawar, tulip, sunflower, dll) Kartu pesan personal Packaging premium custom

Sistem Layanan	Pre-order (3–5 hari pengrajan) + Limited Ready Stock (untuk kebutuhan hari-H) + Fast Response Admin (<5 menit jam operasional)
Packaging	Kraft paper wrap premium + pita satin + thank you card + kotak hadiah opsional — seluruhnya siap dijadikan hadiah tanpa tambahan dekorasi
Daya Tahan	Permanen — tidak layu, tidak rusak, dapat disimpan sebagai dekorasi atau kenangan jangka panjang
Harga	Rp75.000 – Rp200.000 tergantung varian dan tingkat kustomisasi

3. Tiga Dimensi Inovasi AMOUREA

Keunggulan AMOUREA terletak pada integrasi tiga dimensi inovasi secara simultan — sesuatu yang belum dilakukan secara terstruktur oleh kompetitor manapun di pasar Medan:

 Inovasi Produk	 Inovasi Layanan	 Inovasi Branding
<ul style="list-style-type: none"> Buket rajut tahan lama (durable) sebagai alternatif unggul bunga segar Sistem kustomisasi penuh: warna, model bunga, kartu pesan Penggunaan benang katun premium lokal berkualitas tinggi Packaging premium all-in-one tanpa perlu tambahan dekorasi 	<ul style="list-style-type: none"> Fast response customer service (<5 menit) Estimasi waktu produksi transparan sejak awal Limited ready stock untuk kebutuhan mendadak (hari-H) Sistem tracking pesanan via WhatsApp yang terstruktur 	<ul style="list-style-type: none"> Konsep "Eternal Love Craft" — bunga yang tak pernah layu Menjual pengalaman & makna, bukan sekadar produk fisik Visual identity estetik yang kuat untuk konten media sosial Emotional storytelling dalam setiap packaging & komunikasi

4. Unique Selling Proposition (USP)

USP AMOUREA dirumuskan dalam satu kalimat positioning: "*Buket rajut premium yang bisa di-custom, tidak pernah layu, dan hadir tepat waktu untuk setiap momen berhargamu.*"

Empat pilar USP yang membedakan AMOUREA dari seluruh kompetitor:

#	Pilar USP	Deskripsi	Keunggulan vs Kompetitor
1	Custom Personal Bouquet	Konsumen dapat menentukan warna, model bunga, dan pesan khusus sesuai karakter penerima	Buket pabrik & segar tidak menawarkan kustomisasi mendalam

2	Fast & Transparent Service	Respons admin <5 menit + estimasi waktu jelas + ready stock untuk hari-H	Mayoritas buket rajut lokal butuh 5–7 hari tanpa kepastian
3	Durable Emotional Gift	Tahan lama seumur hidup — simbol cinta & pencapaian yang dapat dipajang atau disimpan	Bunga segar layu dalam 2–5 hari; tidak ada kenangan fisik jangka panjang
4	Premium Aesthetic Packaging	Packaging siap hadiah premium tanpa perlu wrapping tambahan; estetik untuk konten media sosial	Kompetitor lain mayoritas menawarkan packaging standar atau biaya tambahan

5. Validasi Pasar (Problem-Solution Fit & Product-Market Fit)

Validasi dilakukan melalui pendekatan riset kualitatif dan kuantitatif sebelum serta selama produk diluncurkan:

Metode Validasi	Temuan	Implikasi bagi Produk
Observasi pasar langsung	Tren permintaan buket meningkat signifikan menjelang periode wisuda (April–Mei dan Oktober–November)	Konfirmasi adanya recurring demand yang dapat diprediksi dan direncanakan
Interaksi calon pembeli	Majoritas konsumen menginginkan opsi custom warna dan desain yang tidak tersedia di pasar saat ini	Custom design system menjadi core product, bukan fitur tambahan
Penjualan awal (pre-launch)	Repeat order terjadi pada momen berbeda (wisuda → ulang tahun → anniversary)	Indikasi kuat product-market fit dan potensi loyalitas pelanggan tinggi
Analisis tren digital	Konten buket rajut di TikTok & Instagram menunjukkan engagement tinggi di kalangan Gen Z Indonesia (DataReportal 2025)	Strategi digital-first memiliki potensi jangkauan organik yang besar
Survei preferensi informal	Lebih dari 80% responden menyatakan lebih memilih hadiah yang tahan lama dibandingkan bunga segar jika harganya sebanding	Value proposition daya tahan terbukti relevan dengan preferensi target pasar

6. Penggunaan Bahan Lokal dan Rantai Pasok

AMOUREA secara sadar membangun rantai pasok berbasis ekosistem lokal Kota Medan untuk mendukung perputaran ekonomi daerah dan menjaga kualitas bahan baku:

- **Benang katun Cotton Milk & Katun Combed** — diperoleh dari distributor benang lokal Medan; kualitas tinggi, tersedia konsisten, harga kompetitif.
- **Aksesoris & wrapping premium** — kertas kraft, pita satin, stiker custom dari UMKM dan toko percetakan lokal Medan.
- **Packaging & thank you card** — desain custom dicetak melalui percetakan lokal, mendukung ekosistem usaha mikro sekitar.
- **Produksi home-based** — dilakukan di lingkungan kampus/rumah oleh anggota tim dan mitra pengrajin mahasiswa, menekan biaya overhead secara signifikan.

Pendekatan ini memastikan bahwa setiap rupiah yang diinvestasikan ke AMOUREA turut berputar dalam ekosistem ekonomi lokal Kota Medan.

Catatan: Foto produk, rancangan prototipe, dan dokumentasi produk AMOUREA disertakan pada Lampiran 2.

D. Pemasaran (20%)

Strategi pemasaran AMOUREA dirancang secara **data-driven dan digital-first**, mengacu pada perilaku konsumen Gen Z dan mahasiswa yang aktif secara visual di platform Instagram dan TikTok. Tujuan strategi ini adalah membangun kesadaran merek (brand awareness), mendorong konversi penjualan, memperluas pangsa pasar, dan membangun loyalitas pelanggan jangka panjang.

1. Bauran Pemasaran 7P

Elemen	Sub-elemen	Implementasi AMOUREA
PRODUCT	<ul style="list-style-type: none"> • Fitur & Kualitas • Kemasan • Varian 	Buket rajut handmade premium dengan sistem full-customization (warna, model, kartu pesan). Terdapat 4 varian: Mini, Standard, Premium, dan Hampers Package. Packaging all-in-one berbahan kraft premium + pita satin siap dijadikan hadiah tanpa dekorasi tambahan. Benang katun lokal berkualitas tinggi yang halus dan tahan lama.
PRICE	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi Harga • Diskon & Terms 	Value-based pricing: Rp75.000–Rp200.000 sesuai varian dan kompleksitas kustomisasi. Harga ditetapkan berdasarkan nilai emosional dan kualitas produk, bukan harga terendah. Incentif repeat order: diskon 10% untuk pembelian kedua. Down payment 50% untuk pre-order custom.
PLACE	<ul style="list-style-type: none"> • Saluran • Distribusi 	Direct-to-consumer (B2C): (1) Pre-order via Instagram DM & WhatsApp Business — saluran utama; (2) Marketplace Shopee/Tokopedia — tahap pengembangan Bulan 4+; (3) Pick-up point sekitar kampus utama Medan (opsional); (4) Pengiriman ekspedisi lokal (J&T, Anteraja) dengan packaging anti-rusak.
PROMOTION	<ul style="list-style-type: none"> • Konten Digital • Momentum • Influencer 	Konten foto & video estetik (Reels/TikTok): before-after custom, proses rajut, testimoni pelanggan, edukasi "Kenapa Buket Rajut Lebih Bermakna?". Momentum marketing terfokus: musim wisuda (April–Mei, Okt–Nov), Valentine, Hari Ibu, Hari Kartini. Kolaborasi micro-influencer kampus (500–5K followers) dengan audiens mahasiswa Medan. Limited Edition Series per musim untuk menciptakan urgency.
PEOPLE	<ul style="list-style-type: none"> • Tim • Pelatihan 	Tim inti 5 orang dengan peran terstruktur (CEO, COO, CMO, CFO, Admin). Standar respons admin <5 menit pada jam operasional. Program pelatihan internal: standarisasi pola rajut, quality control, dan customer

		service communication. Mitra pengrajin mahasiswa dilatih untuk ekspansi kapasitas produksi.
PROCESS	<ul style="list-style-type: none"> • Alur Pesanan • QC 	Alur terstandar: (1) Konsumen hubungi via IG/WA → (2) Admin konfirmasi desain & estimasi → (3) DP dibayar → (4) Produksi dimulai → (5) Quality check → (6) Packaging → (7) Pengiriman/pickup → (8) Follow-up kepuasan. SOP produksi: pola rajut terstandarisasi untuk menjaga konsistensi kualitas antarproduk.
PHYSICAL EVIDENCE	<ul style="list-style-type: none"> • Bukti Fisik • Identitas 	Packaging premium berlogo AMOUREA + thank you card bertanda tangan + stiker brand. Feed Instagram estetik & konsisten sebagai storefront digital utama. Katalog produk digital (PDF/highlight Instagram) untuk referensi konsumen. Testimoni pelanggan ditampilkan secara rutin sebagai social proof.

2. Marketing Funnel — Perjalanan Konsumen AMOUREA

AMOUREA memetakan perjalanan konsumen dari pertama kali mengenal brand hingga menjadi pelanggan loyal melalui 6 tahap funnel yang terstruktur:

Tahap	Funnel Stage	Aktivitas AMOUREA	Metrik Keberhasilan
1	AWARENESS (Kesadaran)	Konten TikTok/Reels viral (before-after, proses rajut) Kolaborasi micro-influencer kampus Hashtag brand #AMOUREA #BuketRajutMedan Postingan momentum (wisuda, valentine)	Reach, Impressions, Follower growth, View count
2	INTEREST (Ketertarikan)	Konten edukasi: "Kenapa Buket Rajut Lebih Awet?" Showcase varian & pilihan warna Story interaktif (poll, Q&A) Testimoni pelanggan & unboxing	Profile visits, Story replies, Saves, Link clicks
3	CONSIDERATION (Pertimbangan)	Katalog produk detail via Highlight Instagram Fast response DM/WA Transparansi harga & estimasi waktu Portofolio custom order sebelumnya	DM masuk, WA inquiry, Katalog downloads

4	INTENT (Niat Beli)	Konsultasi desain custom 1-on-1 via WA Simulasi pilihan warna & model Konfirmasi ketersediaan ready stock Penawaran DP yang fleksibel	Inquiry to order conversion rate
5	PURCHASE (Pembelian)	Proses order terstandar (konfirmasi → DP → produksi → pengiriman) Update progres produksi via WA Notifikasi pengiriman real-time	Order count, Revenue, Average order value
6	LOYALTY (Loyalitas)	Follow-up kepuasan pasca terima produk Program repeat order discount 10% Database ulang tahun pelanggan untuk reminder promo Ajak jadi affiliate/referral kampus	Repeat order rate, Referral count, Review/testimoni

3. Strategi Konten Digital (Content Calendar Framework)

Konsistensi konten adalah kunci membangun kepercayaan dan jangkauan organik. AMOUREA merancang framework konten mingguan yang terstruktur:

Frekuensi	Tipe Konten	Contoh Konten	Platform Utama
3x / minggu	Showcase Produk	Foto/video buket custom terbaru, pilihan warna baru, varian packaging	Instagram Feed, TikTok
2x / minggu	Behind the Scenes	Proses merajut, quality check, packing pesanan — membangun trust & koneksi emosional	Instagram Story, TikTok Reels
1x / minggu	Testimoni & Social Proof	Foto pelanggan dengan buket AMOUREA, review WhatsApp, video unboxing	Instagram Feed & Story
Momentum	Seasonal Campaign	Konten bertema wisuda, Valentine, Hari Ibu — dengan CTA jelas (link WA, order sekarang)	TikTok, Instagram, WhatsApp Broadcast

4. Customer Relationship Management (CRM)

AMOUREA membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, bukan sekadar transaksi satu kali. Empat pilar CRM AMOUREA:

 Fast Response	 Repeat Reward	 Moment Database	 After Sales
Standar respons admin <5 menit pada jam operasional (08.00–21.00). Konsumen tidak perlu menunggu lebih dari satu momen untuk mendapat kepastian.	Diskon 10% untuk pembelian kedua. Program referral: konsumen yang mengajak teman beli mendapat voucher atau free kartu pesan.	Database tanggal spesial pelanggan (ulang tahun, anniversary) untuk reminder promo personal via WA — meningkatkan repeat purchase organik.	Follow-up 2 hari setelah produk diterima. Permintaan testimoni dan foto. Tanggapan cepat atas complain untuk membangun kepercayaan jangka panjang.

5. Target Pemasaran dan Proyeksi Pertumbuhan

Berikut adalah target kuantitatif pemasaran AMOUREA dalam 12 bulan pertama:

Metrik	Bulan (Foundation) 1–3	Bulan (Growth) 4–6	Bulan 7–12 (Scale)
Instagram Followers	200–500	500–1.000	1.000–2.500
Order per Bulan	20–30 buket	35–50 buket	50–80 buket
Repeat Order Rate	10–15%	20–25%	30%+
Marketplace (Shopee)	Belum aktif	Mulai listing produk	Aktif, target 10 order/bulan
Omzet Bulanan	Rp2–3 juta	Rp3,5–5 juta	Rp5–8 juta

Pertumbuhan ini bersifat konservatif namun realistik, dengan asumsi konsistensi konten digital 5x/minggu, partisipasi aktif dalam momentum seasonal, dan pemanfaatan komunitas mahasiswa sebagai kanal word-of-mouth organik.

E. Sumber Daya (15%)

Kemampuan AMOUREA untuk tumbuh dan berkelanjutan sangat ditentukan oleh kekuatan sumber daya yang dimiliki, baik fisik maupun non-fisik. Bagian ini menguraikan struktur tim, aset operasional, dan rencana pengembangan kapasitas usaha.

1. Struktur Organisasi dan Pembagian Peran

Tim AMOUREA terdiri dari 5 mahasiswa dengan struktur fungsional yang disesuaikan dengan kebutuhan operasional usaha rintisan. Setiap anggota memiliki peran, tanggung jawab, dan keahlian yang saling melengkapi.

Jabatan	Nama Fakultas /	Tanggung Jawab Utama	Kompetensi Relevan
Founder / CEO	[Nama Ketua] [Fakultas]	Perumusan visi & strategi bisnis, pengambilan keputusan strategis, koordinasi tim, pengembangan produk & ekspansi pasar	Kewirausahaan, kepemimpinan, manajemen bisnis, riset pasar
COO (Operasional & Produksi)	[Nama Anggota 1] [Fakultas]	Pengelolaan proses produksi rajut, quality control produk, manajemen bahan baku & stok, standarisasi pola rajut	Keterampilan merajut handmade, manajemen produksi, kontrol kualitas
CMO (Marketing & Branding)	[Nama Anggota 2] [Fakultas]	Strategi konten media sosial (IG & TikTok), manajemen promosi & kampanye digital, analisis performa pemasaran, kolaborasi influencer	Desain grafis, content creation, social media marketing, branding
CFO (Keuangan & Administrasi)	[Nama Anggota 3] [Fakultas]	Pencatatan transaksi & pembukuan, perhitungan HPP & margin, perencanaan arus kas & anggaran, pelaporan keuangan	Akuntansi, manajemen keuangan UMKM, analisis bisnis
Admin Customer Service &	[Nama Anggota 4] [Fakultas]	Pengelolaan pesanan masuk, komunikasi pelanggan via WA & IG, koordinasi jadwal produksi & pengiriman, dokumentasi testimoni	Komunikasi, customer service, administrasi, koordinasi

2. Sumber Daya Fisik (Tangible Assets)

Berikut adalah aset fisik yang telah dimiliki dan yang akan diadakan melalui pendanaan P2MW untuk menunjang operasional produksi AMOUREA:

Kategori	Aset yang Sudah Dimiliki	Rencana Pengadaan (P2MW)
Peralatan Produksi	Jarum rajut berbagai ukuran, gunting, pengukur, penanda jahitan, bantalan jarum	Penambahan jarum rajut set lengkap, alat pembuat pompom, ring stitch markers premium

Bahan Baku Awal	Stok benang katun awal (beberapa warna), aksesoris dasar (mata boneka, kawat bunga)	Penambahan stok benang Cotton Milk premium (20+ warna), benang glitter untuk varian spesial
Packaging & Branding	Kraft paper, pita satin, stiker brand awal	Kotak packaging custom berlogo AMOUREA, thank you card cetak profesional, tissue paper branded
Perangkat Digital	Smartphone untuk fotografi produk & komunikasi, laptop untuk administrasi & desain	Ring light + mini tripod untuk foto produk profesional, storage tambahan untuk arsip desain
Ruang Produksi	Home-based production (ruang kerja anggota tim)	Penataan workstation produksi yang lebih terstruktur dan efisien

3. Sumber Daya Non-Fisik (Intangible Assets)

Sumber daya non-fisik AMOUREA merupakan modal kompetitif yang sulit ditiru oleh kompetitor dalam jangka pendek:

Aset Non-Fisik	Deskripsi	Nilai Strategis
Jejaring Komunitas Kampus	Akses langsung ke komunitas mahasiswa di kampus-kampus utama Medan melalui jaringan pertemanan, organisasi, dan UKM	Word-of-mouth organik yang efektif dan hemat biaya pemasaran
Brand Identity & Konsep	Konsep "Eternal Love Craft" yang kuat dengan identitas visual estetik yang konsisten	Diferensiasi emosional yang sulit ditiru; membangun loyalitas melampaui sekadar produk
Keterampilan Rajut Terstandar	Pola rajut bunga yang telah dikembangkan dan terstandarisasi oleh tim — aset intelektual produksi	Konsistensi kualitas antarproduk; mudah ditransfer ke mitra pengrajin baru
Akses Jaringan Mentor	Dukungan dosen pembimbing dan ekosistem P2MW (mentor bisnis, praktisi industri kreatif)	Akselerasi pengembangan bisnis dengan bimbingan profesional berpengalaman
Database Pelanggan Awal	Data kontak dan preferensi pembeli pertama AMOUREA yang berpotensi menjadi pelanggan loyal	Fondasi CRM untuk repeat order dan word-of-mouth terstruktur

4. Rencana Pengembangan Kapasitas

Dengan dukungan pendanaan P2MW, AMOUREA akan mengeksekusi rencana pengembangan kapasitas berikut dalam 12 bulan:

Aspek	Bulan 1–3	Bulan 4–6	Bulan 7–12
Kapasitas Produksi	20–30 buket/bulan (tim inti)	35–50 buket/bulan (+ 1 mitra pengrajin)	60–100 buket/bulan (+ 2–3 mitra pengrajin)
Standarisasi Kualitas	SOP produksi dasar tertulis, pola rajut terstandar	Quality checklist per produk, foto dokumentasi standar	Manual produksi lengkap untuk transfer ke mitra
Pelatihan Tim	Pelatihan customer service & komunikasi WhatsApp Business	Pelatihan fotografi produk & content creation	Pelatihan manajemen keuangan UMKM & pembukuan digital
Sistem Digital	WhatsApp Business aktif, IG Feed terstruktur	Integrasi marketplace (Shopee)	Website katalog produk / link bio profesional

F. Keuangan (10%)

Pengelolaan keuangan AMOUREA dirancang secara sistematis untuk memastikan efisiensi modal, ketercapaian titik impas, dan profitabilitas yang berkelanjutan. Seluruh proyeksi mengacu pada kondisi Tahap Awal dengan target operasional 12 bulan pertama.

1. Harga Pokok Produksi (HPP) per Unit

Perhitungan HPP dilakukan secara rinci per komponen untuk memastikan transparansi biaya dan penetapan harga jual yang tepat.

Nama Produk: AMOUREA Standard Bouquet (10–12 bunga rajut)

Komponen Biaya	Qty	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
A. BAHAN BAKU				
Benang Cotton Milk Premium (berbagai warna)	15	gram	1,5	22,5
Kawat bunga / wire stem	3	batang	1	3
Mata boneka / aksesoris dekorasi	1	set	2,5	2,5
Kertas Kraft wrapping premium	1	lembar	3	3
Pita satin	50	cm	50	2,5
Thank You Card cetak	1	pcs	1	1
Stiker brand AMOUREA	1	pcs	500	500
Tissue paper branded	2	lembar	250	500
Plastik OPP / wrap pelindung	1	pcs	300	300
Subtotal Bahan Baku				1.333
B. TENAGA KERJA LANGSUNG				
Upah tenaga kerja langsung (per buket)	1	org	25	25
Subtotal Tenaga Kerja Langsung				25
C. BIAYA OVERHEAD				
Listrik & kuota internet (alokasi per unit)	1	kali	1,5	1,5

Pemakaian alat rajut (depresiasi per unit)	1	kali	500	500
Kertas nota / admin (alokasi per unit)	1	kali	200	200
Subtotal Overhead				701
TOTAL HPP PER UNIT				63.000
Harga Jual per Unit				100.000
Laba Kotor per Unit				37.000
Margin Laba Kotor				37.0%

2. Break Even Point (BEP)

BEP dihitung untuk menentukan jumlah unit minimal yang harus terjual agar usaha mencapai titik impas (tidak rugi, tidak untung).

Komponen	Nilai	Keterangan
Biaya Tetap Bulanan (Fixed Cost)	Rp1.500.000	Promosi digital Rp500rb + kuota/internet Rp150rb + biaya administrasi & perlengkapan Rp200rb + depresiasi alat Rp150rb + biaya tak terduga Rp500rb
Harga Jual per Unit (P)	Rp100.000	Harga standar AMOUREA Standard Bouquet
Biaya Variabel per Unit (VC)	Rp63.000	Total HPP per unit (bahan baku + TKL + overhead)
Contribution Margin (P – VC)	Rp37.000	Laba kontribusi per unit untuk menutup biaya tetap
BEP dalam Unit	41 unit/bulan	$Rp1.500.000 \div Rp37.000 = 40,5 \approx 41$ buket
BEP dalam Rupiah	Rp4.100.000/bulan	$41 \text{ unit} \times Rp100.000$

Analisis BEP: Dengan target penjualan 35 buket/bulan pada awal operasional, AMOUREA belum mencapai BEP. Namun pada bulan ke-4 saat target naik menjadi 50 buket/bulan, usaha sudah melampaui BEP dan mulai membukukan laba bersih. Ini menunjukkan model bisnis yang sehat dengan jangka waktunya pendek.

3. Proyeksi Laba Rugi (12 Bulan Pertama)

Proyeksi disusun dalam tiga skenario untuk menggambarkan rentang kinerja yang mungkin terjadi:

Pos Keuangan	Skenario Konservatif (35 bkt/bln)	Skenario Moderat (50 bkt/bln)	Skenario Optimis (70 bkt/bln)
Pendapatan (Omzet Tahunan)	Rp42.000.000	Rp60.000.000	Rp84.000.000
Harga Pokok Penjualan (HPP)	(Rp26.460.000)	(Rp37.800.000)	(Rp52.920.000)
LABA KOTOR	Rp15.540.000	Rp22.200.000	Rp31.080.000
(-) Biaya Pemasaran & Promosi	(Rp3.000.000)	(Rp4.000.000)	(Rp5.500.000)
(-) Biaya Administrasi & Umum	(Rp1.800.000)	(Rp2.400.000)	(Rp3.000.000)
(-) Biaya Listrik, Internet, Kuota	(Rp1.200.000)	(Rp1.800.000)	(Rp2.400.000)
(-) Depresiasi Alat Produksi	(Rp600.000)	(Rp600.000)	(Rp600.000)
TOTAL BEBAN USAHA	(Rp6.600.000)	(Rp8.800.000)	(Rp11.500.000)
LABA BERSIH (sebelum pajak)	Rp8.940.000	Rp13.400.000	Rp19.580.000
Margin Laba Bersih	21,3%	22,3%	23,3%

4. Proyeksi Arus Kas (Cash Flow) — Skenario Moderat

Proyeksi arus kas menampilkan pergerakan kas nyata AMOUREA per triwulan dalam skenario moderat (50 buket/bulan):

Keterangan	Q1 Bln 1–3	Q2 Bln 4–6	Q3 Bln 7–9	Q4 Bln 10–12
ARUS KAS MASUK				
Pendapatan Penjualan (pre-order + ready stock)	9.000.000	12.000.000	15.000.000	18.000.000
Modal Awal / Pendanaan P2MW	5.000.000	0	0	0
Total Kas Masuk	14.000.000	12.000.000	15.000.000	18.000.000
ARUS KAS KELUAR				
Pembelian Bahan Baku & Kemasan	3.500.000	5.000.000	6.000.000	7.500.000
Upah Tenaga Kerja Produksi	2.250.000	3.000.000	3.750.000	4.500.000
Biaya Pemasaran & Promosi Digital	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Pembelian / Pengadaan Alat Produksi	2.000.000	0	500.000	0
Biaya Listrik, Kuota, Administrasi	450.000	450.000	450.000	450.000
Biaya Packaging & Branding (cetakan)	500.000	300.000	300.000	300.000
Total Kas Keluar	9.700.000	9.750.000	12.000.000	13.750.000
ARUS KAS BERSIH	4.300.000	2.250.000	3.000.000	4.250.000
Saldo Kas Awal	0	4.300.000	6.550.000	9.550.000
SALDO KAS AKHIR	4.300.000	6.550.000	9.550.000	13.800.000

Analisis Arus Kas: Arus kas AMOUREA menunjukkan tren positif yang konsisten sepanjang 12 bulan pertama. Saldo kas akhir tahun diproyeksikan mencapai Rp13.800.000, yang merupakan modal kerja sehat untuk memulai operasional tahun ke-2. Tidak ada periode kas negatif, yang mengindikasikan model bisnis yang finansial-sehat sejak dulu.

5. Analisis Kelayakan Investasi

Indikator	Nilai	Interpretasi
Modal Awal (P2MW + Modal Tim)	Rp5.000.000 Rp2.000.000 Rp7.000.000	$=^+$ Modal terkelola efisien melalui sistem pre-order dan home-based production
BEP Unit Bulanan	41 buket/bulan	Dicapai pada bulan ke-4 dengan target 50 buket/bulan
Payback Period	< 7 bulan	Modal awal kembali dalam kurang dari 7 bulan operasional (skenario moderat)
ROI Tahun Pertama	~191%	$(\text{Laba bersih Rp}13,4 \text{ jt} \div \text{Modal Rp}7 \text{ jt}) \times 100\% = 191\%$ — sangat sehat untuk usaha rintisan
Gross Margin	37%	Margin kotor per unit: $(\text{Rp}37.000 \div \text{Rp}100.000) \times 100\% = 37\%$ — kompetitif untuk industri handmade
Net Margin (skenario moderat)	22,3%	Setelah seluruh beban operasional — jauh di atas rata-rata UMKM pemula

PENUTUP

AMOUREA adalah lebih dari sekadar usaha buket rajut — ini adalah gerakan untuk mentransformasi cara generasi muda Indonesia mengekspresikan kasih sayang dan merayakan pencapaian, melalui sebuah objek indah yang tidak pernah layu.

Melalui proposal ini, kami telah memaparkan secara komprehensif bahwa AMOUREA memiliki seluruh fondasi yang diperlukan untuk menjadi usaha kreatif yang berkelanjutan dan berdampak:

- **Noble Purpose yang terukur:** mendukung SDG 8 & 12, memberdayakan mahasiswa dan perajin lokal, serta mendorong pola konsumsi yang lebih bertanggung jawab.
- **Pasar yang tervalidasi:** target SAM Rp600 juta per tahun dengan demand berulang (wisuda, ulang tahun, anniversary) dan validasi awal berupa repeat order nyata dari pelanggan.
- **Inovasi produk yang relevan:** buket rajut handmade premium dengan sistem kustomisasi penuh dan fast service — menjawab langsung empat pain point utama konsumen yang belum terjawab oleh kompetitor.
- **Strategi pemasaran berbasis data:** digital-first 7P marketing, marketing funnel 6 tahap, dan CRM terstruktur yang dirancang untuk membangun loyalitas pelanggan jangka panjang.
- **Keuangan yang sehat:** margin kotor 37%, BEP tercapai di bulan ke-4, payback period <7 bulan, dan ROI tahun pertama ~191% — angka yang mengindikasikan kelayakan investasi yang kuat.

Dukungan program P2MW akan menjadi akselerator yang memungkinkan AMOUREA melompat dari fase rintisan ke fase pertumbuhan yang terstruktur: meningkatkan kapasitas produksi, membangun sistem operasional yang terstandar, memperluas jangkauan pasar ke seluruh kampus di Kota Medan, dan pada akhirnya menjadi brand buket rajut premium yang dikenal secara regional.

Kami berkomitmen penuh untuk menjalankan usaha ini secara profesional, transparan, dan bertanggung jawab — dengan keyakinan bahwa AMOUREA tidak hanya mampu memberikan manfaat ekonomi bagi tim dan mitra, tetapi juga berkontribusi nyata pada ekosistem kewirausahaan mahasiswa dan ekonomi kreatif Kota Medan.

AMOUREA — Eternal Love Craft. Bunga yang tidak pernah layu, untuk momen yang selalu dikenang.

LAMPIRAN 1: Business Model Canvas (BMC) — AMOUREA

KEY PARTNERS	KEY ACTIVITIES	VALUE PROPOSITIONS	CUSTOMER RELATIONSHIPS	CUSTOMER SEGMENTS
<ul style="list-style-type: none"> Distributor benang katun lokal Medan UMKM percetakan lokal (packaging, kartu) Komunitas mahasiswa & UKM kampus Mitra pengrajin rajut mahasiswa Ekspedisi pengiriman lokal (J&T, Anteraja) 	<ul style="list-style-type: none"> Produksi buket rajut handmade custom Quality control per produk Manajemen pesanan (WA & IG) Konten & pemasaran digital Pengembangan desain & pola rajut baru 	<ul style="list-style-type: none"> Buket rajut tahan lama (permanen) Full customization (warna, model, pesan) Fast response & transparent service Ready stock untuk kebutuhan mendadak Packaging premium all-in-one Emotional branding: Eternal Love Craft 	<ul style="list-style-type: none"> Fast response WA/IG (<5 menit) Konsultasi desain 1-on-1 Program repeat order discount Database moment pelanggan After-sales follow-up 	<ul style="list-style-type: none"> Mahasiswa Kota Medan (17–30 thn) Gen Z aktif media sosial Pembeli momen: wisuda, birthday, anniversary Pasangan muda & keluarga Event organizer kampus kecil
	KEY RESOURCES <ul style="list-style-type: none"> Tim 5 mahasiswa multiprofesi Alat rajut & bahan baku lokal Pola rajut bunga terstandarisasi Akun IG & WA Business aktif 		CHANNELS <ul style="list-style-type: none"> Instagram DM & Story WhatsApp Business Marketplace Shopee/Tokopedia Word of mouth kampus Pickup point sekitar kampus 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Brand identity AMOUREA 		
COST STRUCTURE		REVENUE STREAMS	
<ul style="list-style-type: none"> • Bahan baku (benang, aksesoris): ~42% dari HPP • Tenaga kerja produksi: ~40% dari HPP • Packaging & branding: ~11% dari HPP • Pemasaran digital: Rp500rb–1 jt/bulan • Overhead (listrik, kuota, admin): ~5% dari HPP 		<ul style="list-style-type: none"> • Penjualan buket custom (pre-order): pendapatan utama • Penjualan ready stock: pendapatan sekunder • Seasonal Limited Edition Series: premium pricing • Hampers & souvenir event: diversifikasi (tahap 2) 	

LAMPIRAN 4: Rancangan Anggaran Biaya (RAB) — Maksimal Rp5.000.000

Kegiatan	Aktivitas	Nama Barang / Jasa	Qty	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
Produksi	Pembelian Bahan Baku	Benang Cotton Milk Premium (20 warna)	20	gulung	35.000	700.000
Produksi	Pembelian Bahan Baku	Benang Katun Combed (10 warna)	10	gulung	25.000	250.000
Produksi	Pembelian Bahan Baku	Kawat Bunga / Wire Stem	200	batang	1.000	200.000
Produksi	Pembelian Bahan Baku	Aksesoris Dekorasi (mata boneka, mutiara, dll)	5	set	30.000	150.000
Produksi	Pembelian Kemasan	Kertas Kraft Premium	200	lembar	3.000	600.000
Produksi	Pembelian Kemasan	Pita Satin (berbagai warna)	10	roll	15.000	150.000
Produksi	Pembelian Kemasan	Thank You Card Cetak Custom	200	pcs	1.000	200.000
Produksi	Pembelian Kemasan	Stiker Brand AMOUREA (cetak)	2	lembar A4	25.000	50.000
Produksi	Pembelian Kemasan	Tissue Paper Branded	200	lembar	250	50.000
Produksi	Pembelian Kemasan	Plastik OPP / Wrapping Pelindung	100	pcs	300	30.000
Produksi	Peralatan Produksi	Set Jarum Rajut Ergonomis (berbagai ukuran)	3	set	85.000	255.000

Produksi	Peralatan Produksi	Alat Pembuat Pompom	2	pcs	35.000	70.000
Produksi	Peralatan Produksi	Gunting Benang Presisi	3	pcs	15.000	45.000
Produksi	Peralatan Produksi	Stitch Markers & Penanda Jahitan	2	set	20.000	40.000
Pemasaran	Konten & Branding	Ring Light Mini (fotografi produk)	1	pcs	150.000	150.000
Pemasaran	Konten & Branding	Mini Tripod Smartphone	1	pcs	80.000	80.000
Pemasaran	Promosi Digital	Biaya Iklan Instagram (3 bulan)	3	bulan	150.000	450.000
Pemasaran	Promosi Digital	Cetak Katalog Produk (brosur)	50	lembar	2.000	100.000
Operasional	Administrasi	Kuota Internet Tim (3 bulan)	3	bulan	50.000	150.000
Operasional	Administrasi	Buku Catatan Pesanan & Keuangan	2	pcs	15.000	30.000
TOTAL PENDANAAN						3.750.000

Catatan: Total RAB sebesar Rp3.750.000 masih dalam batas maksimum pendanaan P2MW sebesar Rp5.000.000. Seluruh item pengadaan ditujukan untuk meningkatkan kapasitas produksi, kualitas produk, dan jangkauan pemasaran AMOUREA pada fase awal operasional.