

Business Plan Fashion



STIKOM BALI

Oleh :

Nama Kelompok :

1. Ni Putu Sintia Adiati
NIM : 190030782
2. Sopiudin
NIM : 180030957
3. I Putu Upadana Putra
NIM : 190030805
4. Putu Ryan Jayendra Putra
NIM : 170030089

**Institut Teknologi dan Bisnis
ITB Stikom Bali
2021**

BAB I

Gambaran Usaha

1.1. Identitas Usaha

1.1.1. Nama Usaha

Kami Collection merupakan nama yang kami pilih untuk usaha yang saat ini kami jalankan Bersama. Kami Collection sendiri berasal dari Bahasa sehari – hari yang kami gunakan, kami berarti 4 persahabatan yang kami buat, dan dengan itu yang kami gunakan untuk nama perusahaan yang kami dirikan.

Selain itu pemilihan kata Kami Collection dirasa mudah diingat oleh masyarakat luas. Serta harapannya dengan membawa nama ini usaha kami bisa seperti persahabatan kami yang sangat erat.

1.1.2. Lokasi Usaha

Saat ini lokasi usaha kami berada di Jalan Teuku Umar. No 4 Denpasar Bali, melihat dari usaha yang kami dirikan tergolong baru jadi kami memilih tempat disana dena berharap usaha kami memiliki keuntungan yang lebih.

1.1.3. Logo Usaha



Logo dari usaha kami ditampilkan dengan gambar dari sepasang wanita dan pria yang menggunakan style elegan. Penggunaan kombinasi warna merah muda serta hitam sangat cocok, serta diharapkannya nanti produk robag tidak akan lekang oleh waktu dan trend. tekstil.

1.1.4. Visi dan Misi Usaha Kami Collection

- Visi
 1. Menjadi toko pakaian yang bisa dipercaya sampai kapanpun yang dapat mengguguli persiangan pasar.
 2. Bisa menjadi toko pakaian yang terus berdiri.
- Misi
 1. Memberikan layanan yang terbaik bagi para customer

2. Menjadi suatu acuan bagi masyarakat untuk rekreasi
3. Memberikan produk yang berkualitas bagi para customer
4. Meningkatkan nilai – nilai investasi
5. Menjadi acuan bagi para pesaing lainnya.

1.1.5. Budaya Perusahaan

1. Jaminan Kualitas (Quality Assurance) Kami akan selalu memastikan bahwa produk dan jasa kami telah memenuhi standar kualitas yang telah ditentukan. Dengan kualitas yang terjamin akan membangun dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan kami.
2. Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction) Mengutamakan kepuasan pelanggan merupakan hal yang paling utama karena hal tersebut menjadi tolak ukur seberapa senang pelanggan terhadap produk dan pelayanan.
3. Kerja Keras (Work Hard) Kerja keras sangat dibutuhkan dalam menjalankan sebuah usaha, maka dari itu dengan bekerja keras Robag.id akan selalu termotivasi untuk mengembangkan produk ke arah yang lebih baik demi terwujudnya visi yang telah ditetapkan bersama.
4. Kerja Tim (Team Work) Kerja tim sangat penting dalam menjalankan bisnis. Karena dengan adanya kerja sama tim dapat memaksimalkan dan memudahkan pekerjaan di dalamnya sehingga selalu dapat menawarkan produkproduk yang inovatif dan berkualitas kepada pelanggan.

1.1.6. Nilai yang Dijunjung Tinggi Perusahaan.

1. Kejujuran Jujur merupakan landasan dalam bekerja, apapun pekerjaannya dan dimanapun tempatnya kejujuran harus menjadi pondasinya. Dengan kejujuran, pasti akan meningkatkan kepercayaan dari pelanggan. Maka dari itu harus dilandasi dengan nilai kejujuran.
2. Profesional Di berbagai bidang apapun dan dimanapun kita bekerja nilai-nilai profesionalisme sangatlah harus dijunjung tinggi dan hal itu juga dapat berdampak positif terhadap usaha yang tengah kita jalani. Dengan sikap profesional kita dapat memposisikan diri agar mampu memahami tugas dan tanggung jawab dalam bekerja.
3. Respect Respect adalah nilai yang kami junjung tinggi dalam menjalankan usaha itu terkhusus lagi respect yang sangat kita junjung tinggi terhadap lingkungan, selain lingkungan kita juga respect terhadap pelanggan selalu mananggapi respon pelanggan dengan baik tanpa menyinggung perasaan pihak yang bersangkutan.
4. Profesionalitas Di perusahaan apapun dan dimanapun nilai-nilai profesionalitas pasti akan selalu dijunjung tinggi dan tentunya sangat berdampak positif bagi perusahaan. Maka dari itu kami menjunjung tinggi nilai profesionalitas, karena setiap karyawan kami harus mampu memiliki sikap profesional dan tidak mencampuri urusan pribadi dan pekerjaan dengan begitu dapat memposisikan diri, memahami tugas dan tanggung jawab yang dimiliki, serta fokus dan konsisten terhadap urusan pekerjaannya.
5. Toleransi Toleransi salah satu nilai yang kami junjung tinggi. Dengan tingginya nilai toleransi mampu membuat karyawan kami untuk saling menghargai dan tidak menjatuhkan satu dengan yang lainnya.

1.1.7. Motto Perusahaan

Kami memiliki tagline yang berbunyi “Just Do it” atau yang bisa kita artikan sebagai “Lakuin aja lah!”, seperti Motto Perusahaan dari Nike, Selain mudah diingat, tagline dari *brand* ini memiliki pesan untuk memotivasi orang-orang yang sedang ragu dalam mengambil keputusan.

1.2. Bidang Usaha

Kami Collection merupakan usaha yang fashion yang didalamnya menjual berbagai macam pakaian pria dan wanita serta aksesoris. Dengan bertambahnya kebutuhan masyarakat kami mencari terobosan agar masyarakat dapat tertarik dengan produk buatan kami dan mencari tahu apa yang diinginkan masyarakat di zaman modern ini dan melalui kreasi dan keuletan kami dalam berkarya di luar bidang akademik yaitu Desain, maka fashion pada masa kini bisa semakin berkembang dengan sangat cepat.

1.3. Analisis SWOT

SWOT adalah singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Analisis SWOT mengatur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman utama Anda ke dalam daftar yang terorganisir dan biasanya disajikan dalam bilah kisi-kisi yang sederhana.

Strengths (kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan) adalah berasal dari internal perusahaan Anda. hal-hal yang dapat Anda kontrol dan dapat berubah. Contohnya termasuk siapa yang ada di tim Anda, paten dan properti intelektual Anda, dan lokasi Anda.

Opportunities (peluang) dan *Threats* (ancaman) adalah hal eksternal yang mempengaruhi bisnis atau hal-hal yang terjadi di luar perusahaan Anda pada pasar yang lebih besar. Anda dapat memanfaatkan peluang dan melindungi dari ancaman, tetapi Anda tidak dapat mengubahnya. Contohnya termasuk pesaing, harga bahan baku, dan tren belanja pelanggan.

1.4. Dampak Usaha Terhadap Lingkungan

Melihat peluang usaha yang tinggi di Bali dan semakin berkembangnya serta semakin tingginya kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan yang berhubungan dengan kebutuhan fashion, maka kami berinisiatif untuk membuka suatu usaha Fashion yang dimana produknya berdasarkan update-update fashion masa kini dan kami juga akan menyediakan layanan pemesanan untuk para konsumen (order) sehingga konsumen bisa menikmati hasil pesannya sesuai keinginan.

Pakaian adalah kebutuhan primer manusia. Selain untuk melindungi dari terik matahari, bagi anak muda pakaian merupakan suatu cara mereka mengekspresikan dirinya. Karenanya akan banyak anak muda yang rela menghabiskan uangnya demi membeli pakaian/mode yang sesuai dengan keinginannya. Pakaian yang tepat dapat membuat pemakainya lebih percaya diri. Apalagi

apabila dilakukan dengan memadukan padankan baju, celana, jaket, sepatu, jam dsb yang dikenakan menjadi berbagai model dan disesuaikan dengan busana yang dikenakan.

Bali merupakan tempat yang sangat bagus untuk pemasaran dan pengembangan bisnis oleh-oleh dan pariwisata.. Hal itu dikarenakan masyarakat yang mempunyai pola pikir yang sudah maju dan modern dalam dunia fashion. Dengan bertambahnya kebutuhan masyarakat kami mencari terobosan agar masyarakat dapat tertarik dengan produk buatan kami dan mencari tahu apa yang diinginkan masyarakat di zaman modern ini dan melalui kreasi dan keuletan kami dalam berkarya di luar bidang akademik yaitu Desain, maka fashion pada masa kini bisa semakin berkembang dengan sangat cepat.

BAB II

ANALISIS PRODUK

2.1. Jenis Produk

Produk yang kami tawarkan ini ada 5 jenis produk :

Secara umum jenis produk dibagi menjadi dua yaitu produk konsumsi dan produk industri. Produk konsumsi adalah seluruh produk yang dapat digunakan oleh konsumen tingkat akhir dan dibagi lagi menjadi beberapa bagian seperti produk kebutuhan sehari-hari, produk belanja, produk khusus, dan unsought goods. Sedangkan pengertian produk industri adalah seluruh produk yang mampu dibeli oleh konsumen agar bisa digunakan sebagai bahan baku untuk selanjutnya bisa diproses menjadi produk baru. Produk industri juga dibagi menjadi beberapa bagian seperti bahan baku dan suku cadang, barang modal, perlengkapan dan layanan bisnis. Produk dari Robag.id sendiri masuk kedalam jenis produk konsumsi karena produk dibuat dan didesain khusus menjadi barang untuk konsumen tingkat akhir dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Sehingga konsumen tidak perlu lagi untuk mengolahnya hanya tinggal memakainya saja.

2.2. Nama dan Karakteristik Produk

Pada masa pandemi COVID-19 ini banyak orang yang diberhentikan dari pekerjaannya, terlebih lagi dari sektor pariwisata yang paling besar terkena dampaknya. Oleh sebab itu, kebanyakan dari mereka akan membuat usaha baru di rumah dengan memproduksi barang atau melayani jasa sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya. Namun tidak semuanya mengerti bagaimana cara memasarkan atau mempromosikan produk atau jasa yang mereka miliki. Tentu saja Kita tidak bisa mengandalkan promosi secara offline sebab sebagian besar orang jarang keluar rumah. Sehingga metode promosi yang paling cocok digunakan saat ini adalah menggunakan promosi online.

Dengan memanfaatkan tabungan dari kami tentunya akan sangat bermanfaat di masa sekarang ini yang sebagian besar masyarakat berdiam diri di rumah dan lebih banyak menghabiskan waktu dengan gadget. Dengan keadaan seperti ini, Kita bisa memanfaatkan dengan cara melakukan promosi secara online dengan menyasar calon konsumen potensial sehingga lebih meningkatkan adanya ketertarikan calon konsumen terhadap barang atau jasa yang dipromosikan, dan ini akan berdampak pada besarnya peluang mendapatkan penjualan.

2.3. Keunggulan Produk

1. Desain yang dihasilkan terus berkembang mengikuti trend dan perkembangan zaman.
2. Penguasaan teknologi produksi sehingga mampu menghasilkan produk dengan kualitas yang tinggi
3. Tim inti yang dimiliki dari manajemen dan produksi dengan latar belakang pendidikan dan skill yang mendukung Style (model) yang ditawarkan oleh toko kami disesuaikan dengan keperluan dan kepentingan konsumennya agar konsumen merasa tertarik untuk menggunakan produk kami.

Dengan keunggulan yang dimiliki produk toko kami diharapkan mampu bersaing dipasar lokal maupun pasar internasional, dengan terus melakukan inovasi dan gebrakan baru dalam pengembangan produk toko baju shopholic, peluang yang ada

dapat membawa produk usaha Kami Collection untuk dikenal dan digunakan oleh kalangan wanita dan pria.

2.4. Keunikan Produk

Keunikan Produk Keunikan dari produk Kami Collection sendiri yaitu mengikut trend zaman yang sedang berkembang serta produk kami sangat-sangat terlihat elegan dan produknya yang sangat menarik dan memiliki makna yang mendalam.

BAB III

ANALISIS PASAR

3.1. Segmentasi Pasar

1. Segmentasi Demografis

terdiri dari beberapa aspek seperti usia, jenis kelamin, status perkawinan, ras, jabatan, agama, pekerjaan dan lain-lain, Kami menyegmentasi calon pelanggan kami di usia 25 – 35 tahun, jenis kelamin laki-laki dan perempuan yang memiliki usaha atau sedang merintis usaha dibidang apapun. Namun, diluar dari aspek tersebut masih tetap bisa menjadi para calon pelanggan kami.

2. Segmentasi Geografis Karena skala bisnis kami belum terlalu luas, jadi kami

menyegmentasikannya di wilayah Bali saja. Namun, bila ada calon pelanggan kami yang berada diluar dari daerah tersebut, tidak menutup kemungkinan bagi kami untuk tetap menerima dan melayani mereka karena kami bisa tetap berkomunikasi dari jarak jauh bahkan bisa dilakukan tanpa tatap muka sekalipun.

3. Segmentasi Psikografis Pada segmentasi ini kami memfokuskan calon pelanggan kami yang memiliki kepribadian introvert, karena orang yang memiliki kepribadian introvert biasanya tidak tahu cara untuk memulai berinteraksi dengan banyak orang. Lalu, dari sisi gaya hidup, tentunya kami ingin calon pelanggan kami sudah menerapkan gaya hidup yang serba digital, karena mereka pasti akan berpikir jika menggunakan produk atau jasa kami pasti akan sangat praktis dan efisien dalam membantu mempromosikan atau meningkatkan penjualan dari usaha mereka.

3.2. Target Pasar

Target pasar yang bisa anda ketahui adalah untuk kalangan, anak sekolah, remaja dan dikalangan mahasiswa. Biasanya para produsen pakaian lebih senang menerima pesanan dalam jumlah banyak untuk satu pakaiannya. Karena Fashion kami harganya pun sangat terjangkau untuk kalangan anak sekolah, remaja dan mahasiswa.

3.3. Strategi Positioning

Agar dapat menarik perhatian calon pelanggan, Butik Shopaholic merancang sebuah strategi positioning

Beberapa positioning statement yang bisa digunakan, misalnya :

“ Kami Collection elegan nan trendi tetapi sangat mengIndonesia”

“ I love Indonesia, Kami Collection Indonesia”

3.4. Strategi Taktik Pemasaran

Kami memasarkan Kami Collection melalui promosi yaitu dengan:

- Membuat Iklan melalui jejaring social
- Melalui mulut ke mulut
- Mengandalkan informasi dari pelanggan ke orang lain
- Meningkatkan kualitas pelayanan
- Kami akan mempromosikan produk kami melalui jejaring social, promosi face to face.

Strategi penjualan kami adalah dengan cara :

- Kualitas produk atau layanan jasa yang diberikan

- Pelayanan yang baik pada saat proses penjualan
- Promosi dan promosi

BAB IV

RENCANA OPERASIONAL

4.1. Jenis dan Karakteristik Produk

Usaha kami bergerak dibidang usaha fashion, jadi ada beberapa fashion :

1. Pengembangan atau Penambahan Varian Produk

- Pengembangan produk adalah salah satu hal yang harus dilakukan oleh suatu bisnis untuk mempertahankan eksistensi yang telah diraih, menarik lebih banyak konsumen, serta mempertahankan keunggulan kompetitif bisnis tersebut di banding para pesaingnya. Kami menyadari bahwa persaingan di industri kreatif khususnya bidang *fashion* sangatlah ketat.
- Banyak produk pesaing yang hampir serupa dengan produk kami. Atas dasar tersebut, kami berupaya menawarkan nilai yang berbeda kepada konsumen agar kami memiliki diferensiasi tertentu di banding produk lain yang serupa. Kami berupaya untuk mengembangkan produk dengan mengeluarkan produk *outer* dengan model (desain) yang berbeda serta adanya penambahan detail-detail baru.
- Selain itu, kami juga akan mengembangkan produk *outer* Araina dengan melakukan penambahan varian motif *floral* dengan semua jenis ukuran motif dan penambahan pilihan perpaduan warna yang semakin beranekaragam.
- Diharapkan, pengembangan produk yang akan kami lakukan tersebut dapat memenuhi keinginan konsumen yang sebelumnya belum terpenuhi, menjangkau pasar yang lebih luas, dan para konsumen memiliki lebih banyak pilihan ketika membeli produk kami.
- Pengembangan pertama produk Araina adalah kami akan mengeluarkan produk *outer* dengan model yang berbeda namun tetap mempertahankan jenis *outer* kami yaitu Kimono. Kami memiliki alasan tersendiri mengapa kami tetap memproduksi jenis *outer* kami. Alasannya adalah karena kami merasa jenis *outer* Kimono lebih *simple* namun tetap modis.
- Kami juga akan menambahkan detail-detail yang berbeda dengan produk yang telah kami produksi. Pada *outer* sebelumnya, model *outer* Araina hanya menonjolkan detail perbedaan warna & motif untuk sisi depan baju dan pergelangan tangan baju. Bentuk potongan badan dan potongan tangan hanya potongan lurus.
- Sedangkan, untuk produk yang selanjutnya akan kami produksi memiliki perbedaan pada bentuk potongan badan yang sedikit mengikuti lekuk badan (*curve*). Bentuk potongan tangan juga sedikit melebar (*flare*) dan panjang lengan pada *outer* terbaru Araina menjadi 7/8 yang sebelumnya sampai tulang pergelangan tangan.
- Alasan perubahan model *outer* tersebut karena tidak semua konsumen menyukai bentuk potongan badan dan tangan yang cenderung kaku, serta tidak semua konsumen menyukai panjang lengan pada *outer* yang sampai tulang pergelangan tangan, terutama untuk konsumen kami yang tidak memakai hijab. Kami juga akan menambah slot/lubang tali beserta talinya di

bagian pinggang *outer*. Slot/lubang tali tidak akan mengganggu tampilan dari *outer* kami. Tali tersebut dapat dipasang atau dilepas sehingga dapat disesuaikan dengan keinginan konsumen untuk *outfit* mereka saat itu.

- Pengembangan kedua yang akan kami lakukan adalah penambahan varian motif *floral* dan paduan warna. Kami akan menambah varian motif *floral* dengan ukuran yang berbeda, yaitu motif dengan ukuran kecil, sedang, dan besar.
- Alasan kami tetap mempertahankan motif *floral* sebagai motif andalan kami adalah karena kami ingin fokus terhadap tujuan bisnis kami, yaitu sebagai pusat bisnis yang menjual *outer* kimono dengan motif *floral*.
- Selanjutnya, paduan warna yang akan kami tawarkan kepada konsumen juga bertambah. Jika sebelumnya kami hanya menyediakan paduan warna-warna netral dan *soft*, tidak menutup kemungkinan ke depannya kami akan menyediakan paduan warna-warna cerah untuk produk kami untuk memenuhi keinginan konsumen yang lebih tertarik terhadap warna-warna yang cerah. Kami berupaya untuk dapat mengembangkan bisnis kami secara bertahap, yang kami sesuaikan juga dengan keinginan konsumen dan potensi pasar yang ada saat itu.

2. Pengembangan dan Penyesuaian Segmen Pelanggan

- Pelaksanaan segmentasi pasar sangat penting dilakukan oleh kami untuk dapat mengidentifikasi, menganalisis, dan mengelompokkan konsumen kami berdasarkan jenis segmen pasar yang ada. Kami perlu mengetahui dan memahami produk yang kami jual tersebut tepat atau cocok untuk segmen pasar yang mana.
- Kami juga perlu mengetahui apakah segmen yang kami tetapkan memiliki tingkat potensial dan daya beli yang tinggi dari terhadap yang akan kami tawarkan. Hal tersebut kami lakukan sebagai upaya untuk meningkatkan kompetitif dari produk kami sendiri di banding pesaing lainnya. Kami juga berusaha untuk dapat memenuhi keinginan para konsumen sesuai dengan produk yang kami tawarkan.

4.2. Proses Produksi

Dalam proses produksi dari produk Kami Collection akan melibatkan kerjasama dengan beberapa unit usaha mulai dari supplier hingga distributor. Dari pihak supplier bahan baku Robag.id menggandeng usaha-usaha tekstil seperti konveksi untuk mendapatkan limbah kain berupa kain perca sebagai bahan utama dalam pembuatan produk Kami Collection dan dari proses produksi sendiri kita melibatkan pengerajin dan penjahit lokal yang ada di daerah sekitar rumah produksi. Adapun alat-alat dan bahan yang dibutuhkan dalam tahapan produksi ini adalah sebagai berikut :

4.2.1. Alat – Alatnya :

1. Mesin Jahit
2. Meteran

3. Cutton Tool

4.2.2. Bahan Bahan Nya :

1. Kain atau bahan bahan
2. Hiasan atau perhiasan untuk baju tersebut
3. Kancing

4.2.3. Cara proses nya

- Membuat pola
- Memecah pola
- Memotong kain
- Mengobras kain
- Menjahit kain
- Membuat lubang kancing
- Menghias kain.
- Memasang kancing.
- Pressing & packing

4.3. Lokasi Produksi

Lokasi produksi adalah posisi keberadaan suatu aktivitas produksi di tempat yang sesuai dengan ruang lingkup bentuk bisnis tersebut. Posisi lokasi produksi bersifat sangat fleksibel, karena semua itu di sesuaikan dengan bentuk bisnis atau usaha yang di jalankan dengan menempatkan perhitungan pendekatan skala ekonomi sebagai salah satu acuan dalam pengambilan keputusan yang di buat.

Penempatan skala ekonomi artinya di lihat dari segi nilai ekonomis, namun ada juga ukuran lain yang non ekonomis. Seperti kondisi dan situasi masyarakat, alam, dan stabilitas politik di tempat tesebut. Dikarenakan masih dalam usaha pengembangan untuk tempat dan lokasi produksi masih dilakukan secara terpisah mulai dari proses pengerajinan, penjahitan hingga proses sablon dilakukan di tempat yang berbeda tetapi untuk lokasi gudang penyimpanan produk kami menggunakan rumah pribadi dari salah satu anggota kami yang berdomisili didekat tempat pengerjain tas sehingga meminimalisise biaya distribusi ke gudang yaitu di Jalan Teuku Umar. No 4 Denpasar Bali.

4.4. Kapasitas Produksi

Suatu usaha prosukdi pakaian tentunya menghasilkan produksi atau kapasitas produk yang ditargetkan. Jadi kapasitas produksi kami disetiap bulannya mampu menghasilkan 100 barang yang akan diperjual belikan.

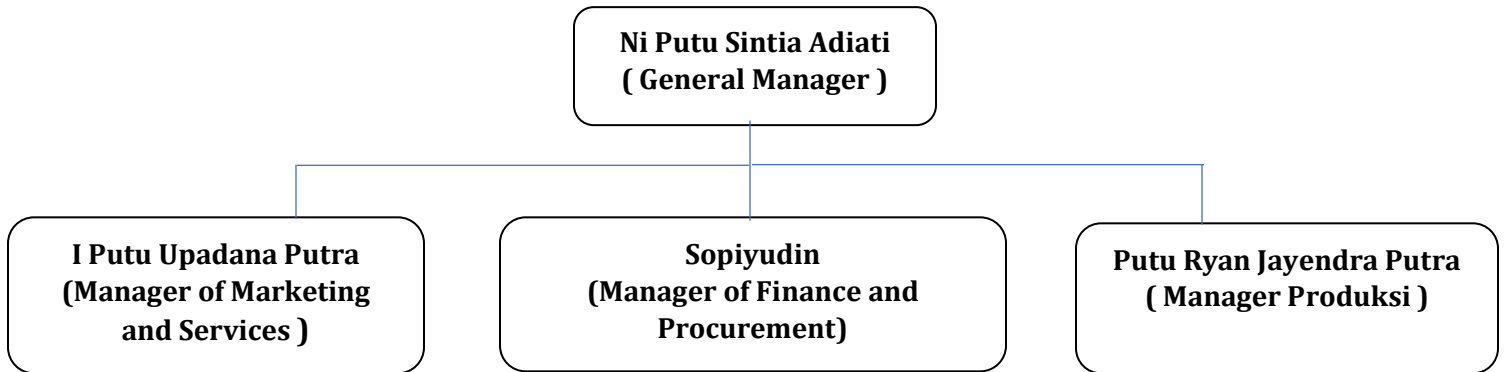
4.5. Target Penjualan

Dalam membangun usaha pasti sangat diperlukannya target penjualan sebagai tolak ukur dari berapa keuntungan dan perencanaan yang akan kita peroleh kedepannya, yang berdasarkan modal, jumlah produksi, serta waktu produksi, berikut merupakan target dari penjualan kami.

Dalam satu bulan harus mampu menjual 100 produk dari kami collection dengan estimasi kegagalan 8%.

BAB V ORGANISASI

5.1. Struktur Organisasi



5.2. Job Description

1. General Manager

Sebagai seorang manager umum, tugasnya adalah memiliki wewenang penuh terhadap setiap pengambilan keputusan, merencanakan segala macam kebutuhan dalam usaha ini dan mengorganisir serta mengontrol kinerja seluruh pegawai agar sesuai dengan tujuan usaha.

2. Manager of Marketing and Services

Mempunyai tanggung jawab dalam bidang pemasaran dan pelayanan terhadap konsumen.

Dalam bidang pemasaran, tugas yang harus dilakukan adalah :

- Menentukan segmentasi konsumen yaitu siapa saja target konsumen yang dituju (dalam hal ini, konsumen yang dipilih adalah mahasiswa Poltekpos).
- Melakukan promosi kepada konsumen (salah satu contohnya adalah dengan membuat brosur atau selebaran)
- Memperkirakan jumlah barang yang harus dijual.

Dalam bidang pelayanan terhadap konsumen, adapun tugasnya yaitu :

- Memberikan pelayanan terhadap konsumen sebaik-baiknya (Murah senyum, mengutamakan konsumen).
- Meningkatkan pelayanan untuk konsumen dari waktu ke waktu (Contohnya adalah memberikan diskon kepada konsumen yang royal).
- Menerima segala macam saran dan kritik dari konsumen.

3. Manager of Finance and Procurement

Bertanggung jawab untuk mengatur keuangan dan pengadaan barang atau produk.

Dalam hal keuangan, tugas-tugasnya adalah :

- Mengelola uang pengeluaran dan pemasukan.
- Menentukan harga jual barang atau produk.
- Melakukan evaluasi (pembukuan) terhadap kebutuhan biaya usaha setiap bulan.
- Menghitung keuntungan yang diperoleh setiap bulan berdasarkan hasil evaluasi atau pembukuan.

Sedangkan dalam hal pengadaan barang tugasnya yaitu :

- Merencanakan jumlah barang atau produk yang akan dikirim dari supplier.
- Melakukan komunikasi dengan pihak ketiga dalam proses pengiriman barang.
- Mengatasi masalah yang ada saat pengadaan barang.

4. Manager Produksi

Bertanggung jawab untuk mengatur pelaksanaan dan kelancaran dari produksi Kami Collection.

Dalam hal pelaksanaan dan kelancaran, tugas-tugasnya adalah :

- Merencanakan, mengarahkan, atau mengoordinasikan aktivitas kerja dan sumber daya yang diperlukan untuk membuat produk sesuai dengan spesifikasi biaya, kualitas, dan kuantitas.
- Memastikan efektivitas dan efisiensi produksi dengan melakukan koordinasi bersama departemen produksi lainnya untuk menentukan lini waktu, progres, tanggal penyelesaian, serta kapasitas produk yang dihasilkan.
- Bertanggung jawab atas kelancaran pelaksanaan operasional proses produksi snacks sesuai dengan perencanaan yang sudah disepakati.
- Merancang anggaran rencana kerja dan biaya untuk memenuhi kebutuhan target produksi, termasuk mempertimbangkan pengeluaran untuk bahan, dan sumber daya manusia.
- Merancang desain dari fashion terbaru dengan mengikuti trend terbaru.

5.3. Kualifikasi Sumber Daya

Sumber Daya Manusia (SDM) adalah faktor sentral dalam suatu organisasi. Apapun bentuk serta tujuannya, organisasi dibuat berdasarkan berbagai visi untuk kepentingan manusia dan dalam pelaksanaan misinya dikelola dan diurus oleh manusia. Jadi, manusia merupakan faktor strategis dalam semua kegiatan suatu organisasi. Sama halnya dengan Kami Collection yang dimana kita menjual produk – produk fashion dengan dibantu oleh 3 orang tenaga kerja. Tenaga kerja tersebut adalah rekan bisnis Toko Kami Collection yaitu

dari teman-teman yang ikut dalam membantu membangun usaha fashion ini yang mana akan juga ikut bekerja membuat desain dari fashion ini. Demi memperhemat biaya pengrekatan tenaga kerja dari luar, selain itu juga lebih mengerti dalam hal sikap dan kepribadiaanya sehari-hari.

5.4. Jadwal Kegiatan Perusahaan

Jadwal operasional produksi adalah dari hari Senin – Jumat, berikut adalah contoh jadwal Bulan April 2021 :

[illegible]

BAB VI

RENCANA KEUANGAN

6.1. Modal Start Up

1) Modal Awal

No	Keterangan	Qty	Dana
1	Dana Usaha	1 kali	Rp. 3.000.0000
2	Sewa Lokasi	1 bulan	Rp. 1.000.0000
3	Pengadaan Karyawan	1 kali	Rp. 800.000
4	Perlengkapan Usaha	1 kali	Rp. 2000.0000
Total			Rp. 6.800.000

2) Modal Kerja

a. Investasi Alat

No.	Keterangan	Qty	Harga Satuan	Jumlah
1	Mesin Jahit	5	Rp. 1000.0000	Rp. 5000.000
2	Meteran	5	Rp. 20.000	Rp. 100.000
3	Cuttion Tool	5	Rp. 20.000	Rp. 100.000
SUB TOTAL				Rp. 5.200.000

b. Biaya Bahan

No.	Keterangan	Qty	Harga Satuan	Jumlah
1	Kain atau bahan bahan	25	Rp. 50.000	Rp. 1.250.000
2	Hiasan atau perhiasan untuk baju tersebut	100	Rp. 5000	Rp. 500.000
3	Kancing	200	Rp. 1000	Rp. 200.000
TOTAL				Rp. 1.950.000

3) Modal Operasional

No.	Keterangan	Qty	Harga Satuan	Jumlah
1	Gaji Karyawan	1 Bulan	Rp. 1000.000	Rp. 1000.000
2	Promosi dan Pemasaran	1 Bulan	Rp. 2000.000	Rp. 2000.000
3	Penyusutan Alat	1 Bulan	Rp. 500.000	Rp. 500.000
TOTAL				Rp. 3.500.000

6.2. Perkiraan Penjualan

Keterangan	Jumlah
Produksi / Hari	15 pcs
Produksi / Minggu	50 pcs
Produksi / Bulan	200 pcs

a. Persiapan Harga Jual

Harga jual satu produk Kami Collection, yaitu

No	Nama Barang	Jumlah Barang	Harga Satuan	Jumlah Harga
1	Baju	25 buah	Rp.30.000	Rp.750.000
2	Celana	20 buah	Rp.80.000	Rp.1.600.000
3	Tas	20 buah	Rp.35.000	Rp.700.000
4	Sepatu	20 buah	Rp.50.000	Rp.1.000.000
5	Aksesoris	30 buah	Rp.7.000	Rp.210.000
TOTAL				Rp.4.260.000

- Biaya Total
Biaya total = Rp. 4.260.000
- Biaya dan Harga Per Unit
 - Biaya tetap yang dibutuhkan untuk 1 kali belanja adalah = Rp.4.260.000
 - Harga jual per buah baju Rp 50.000
 - Harga jual per buah celana Rp.100.000
 - Harga jual per buah tas Rp. 50.000
 - Harga jual per buah sepatu Rp.80.000
 - Harga jual per buah aksesoris Rp. 10.000
- Analisis Keuntungan
 - Pendapatan : 1. baju yang terjual x harga jual= 3 x Rp 50.000 = Rp.150.000
 - celana yang terjual x harga jual = 2 x Rp.100.000 = Rp.200.000
 - tas yang terjual x harga jual = 1 x Rp.50.000 = Rp.50.000
 - sepatu yang terjual x harga jual = 2 x Rp.80.000 = Rp.160.000
 - aksesoris yang terjual x harga jual = 10 x Rp.10.000 = Rp.100.000 +
- Total = Rp.660.000
 - Total biaya yang dibutuhkan dalam 1 kali belanja : Rp. 4.260.000
 - Keuntungan = Pendapatan -Total biaya belanja yang terjual
= Rp 660.000 - Rp 455.000
= Rp 205.000

Jadi, keuntungan yang diperoleh dalam satu hari adalah Rp 205.000