

## **PROJECT BASED LEARNING AREBAG: TOTEBAG CUSTOM**

### **Kelompok 5**

<b>Ari Dian Prastyo</b>	<b>J0403221088</b>
<b>Glorian Hilarius Kiantin Beda</b>	<b>J0403221078</b>
<b>Fikri Saputra</b>	<b>J0403221048</b>



**TEKNOLOGI REKAYASA PERANGKAT LUNAK  
SEKOLAH VOKASI IPB UNIVERSITY  
2024**

## DAFTAR ISI

<b>I PENDAHULUAN.....</b>	<b>2</b>
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Tujuan.....	3
<b>II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>4</b>
<b>III METODE KAJIAN STUDI KASUS.....</b>	<b>5</b>
3.1 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan.....	5
3.1.1 Lokasi Pelaksanaan Proyek.....	5
3.3.2 Waktu Pelaksanaan Proyek.....	6
3.2. Metode Pengumpulan Data.....	7
<b>IV HASIL DAN PEMBAHASAN (PROSES PEMBUATAN SAMPAI IMPLEMENTASI).....</b>	<b>8</b>
4.1 Pembahasan BMC.....	8
4.2. Project Based Learning.....	12
4.3. Finansial usaha.....	15
4.4. Hambatan dan kendala dalam implementasi project.....	17
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>	<b>18</b>
5. 1 Kesimpulan.....	18
5.2 Saran.....	18
<b>BAB VI DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>19</b>
<b>BAB VII LAMPIRAN (PPT, Foto).....</b>	<b>20</b>
6. 1 Lampiran Link PPT.....	20
6.2 Lampiran Katalog Produk.....	20
6. 2 Lampiran Foto Produk.....	21
6.3 Lampiran Foto Media Promosi.....	21
6.4 Lampiran Foto Bukti Customer.....	22

# I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Penggunaan plastik yang semakin meningkat telah menjadi permasalahan global yang mendesak. Plastik yang sulit terurai tidak hanya mencemari lingkungan, tetapi juga berdampak buruk pada kesehatan ekosistem dan manusia. Sampah plastik yang terus menumpuk mencemari tanah, air, hingga lautan, membawa risiko besar bagi kehidupan. Keberadaan plastik yang murah dan mudah didapatkan, sebagaimana diungkapkan oleh (Hana 2020) , telah menyebabkan ketergantungan yang sulit dihindari, meskipun dampak negatifnya sangat signifikan bagi keberlanjutan lingkungan.

Sebagai solusi terhadap permasalahan ini, diperlukan alternatif yang ramah lingkungan dan mudah diterapkan. Salah satu inovasi yang semakin populer adalah penggunaan tote bag. (Farida *et al.* 2020) menyebutkan bahwa tote bag merupakan pilihan yang praktis, stylish, dan dapat digunakan berulang kali, menjadikannya solusi pengganti kantong plastik sekali pakai. Selain fungsinya, tote bag juga semakin diminati sebagai bagian dari gaya hidup modern dan tren fashion yang mendukung keberlanjutan.

Namun, di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, desain menjadi aspek yang sangat penting. Konsumen tidak hanya mencari produk ramah lingkungan tetapi juga desain yang sesuai dengan identitas dan preferensi pribadi mereka. (Irvanto dan Sujana 2020) menegaskan bahwa desain yang menarik mampu meningkatkan daya tarik produk dan menciptakan citra merek yang kuat. Hal ini didukung oleh peran media sosial sebagai saluran pemasaran yang efektif untuk mempromosikan produk kreatif dan inovatif (Abbas *et al.* 2022).

Dalam upaya memberikan solusi, Arebag hadir dengan layanan pembuatan dan penjualan tote bag custom yang mengedepankan nilai keberlanjutan. Tote bag Arebag dirancang untuk memenuhi kebutuhan praktis sekaligus estetika, memungkinkan konsumen untuk menyesuaikan desain sesuai dengan keinginan mereka. Selain itu, setiap tote bag diproduksi dengan bahan berkualitas tinggi yang ramah lingkungan, sehingga tidak hanya berkontribusi dalam pengurangan sampah plastik, tetapi juga menjadi bagian dari gerakan mendukung gaya hidup berkelanjutan.

Dengan mengedepankan kreativitas, teknologi, dan kesadaran lingkungan, Arebag berkomitmen untuk memberikan dampak positif bagi lingkungan melalui produk yang fungsional, stylish, dan mendukung keberlanjutan. Kami percaya bahwa langkah kecil seperti penggunaan tote bag dapat menjadi kontribusi besar dalam menciptakan masa depan yang lebih hijau.

## **1.2 Tujuan**

Dengan latar belakang tersebut, Arebag bertujuan memberikan solusi yang sesuai, yakni:

1. Mengurangi penggunaan kantong plastik sekali pakai dengan menyediakan alternatif berupa tote bag ramah lingkungan, mendukung gerakan keberlanjutan global.
2. Mengembangkan desain custom tote bag yang unik, menarik, dan ramah lingkungan untuk memenuhi preferensi konsumen dari berbagai segmen, termasuk pelajar, profesional, dan komunitas.
3. Memberikan layanan desain custom tote bag yang personal dan fungsional untuk memenuhi kebutuhan konsumen dari berbagai segmen, sekaligus mendorong peningkatan penjualan.
4. Merancang dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif, khususnya melalui media sosial, untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang manfaat tote bag sebagai alternatif plastik sekaligus sebagai produk fashion yang mendukung gaya hidup berkelanjutan.

## **II KAJIAN PUSTAKA**

### **1. Dampak Penggunaan Plastik Terhadap Lingkungan**

Penggunaan plastik yang sulit terurai telah menjadi masalah lingkungan serius, menyebabkan pencemaran di darat dan laut serta mengancam ekosistem dan kesehatan manusia (Hana 2020). Masalah ini semakin parah dengan meningkatnya produksi plastik.

### **2. Tote Bag sebagai Alternatif Ramah Lingkungan**

(Farida *et al.* 2020) mengusulkan penggunaan tote bag yang dapat digunakan berulang kali sebagai solusi untuk mengurangi sampah plastik. Tote bag tidak hanya praktis tetapi juga semakin diminati sebagai bagian dari tren fashion yang peduli terhadap keberlanjutan.

### **3. Desain Produk dan Daya Tarik Konsumen**

(Irvanto dan Sujana 2020) menekankan bahwa desain yang menarik dapat meningkatkan kesadaran merek dan citra produk. Elemen grafis dan komposisi warna pada tote bag sangat penting untuk menciptakan kesan dinamis yang menarik perhatian konsumen (Adiani dan Mardiana 2019).

### **4. Peran Media Sosial dalam Pemasaran**

Media sosial merupakan saluran pemasaran digital yang efektif. Menurut (Abbas *et al.* 2022), keuntungan dari media sosial adalah kemampuannya untuk mendukung pertumbuhan perusahaan dengan memfasilitasi komunikasi dan pemasaran.

### **5. Desain sebagai Proses Kreatif dan Komunikatif**

Menurut (Maudi *et al.* 2014), desain adalah suatu sistem yang mencakup berbagai jenis perancangan dengan pendekatan yang holistik, di mana setiap masalah saling terkait sebagai satu kesatuan. (Syahrul 2019) menambahkan bahwa desain merupakan hasil dari proses berpikir kreatif yang berfungsi sebagai sarana komunikasi, baik dalam media digital maupun cetak.

### **6. Totebag sebagai Produk Fungsional dan Modern**

Totebag didefinisikan sebagai tas dengan dua tali yang dapat digantung di bahu atau dijinjing. Produk ini umumnya terbuat dari kain kanvas dan diminati terutama oleh anak muda karena desainnya yang modern dan up-to-date (Zahri *et al.* 2024). Selain menjadi tren fashion, totebag juga memiliki fungsi praktis dalam berbagai aktivitas sehari-hari.

### **7. Totebag sebagai Solusi Pengurangan Sampah Plastik**

(Nofisulastri *et al.* 2023) mengungkapkan bahwa totebag berbahan kain dapat menjadi alternatif ramah lingkungan untuk menggantikan kantong plastik. Tote bag dapat digunakan untuk membawa barang belanjaan di supermarket, swalayan, atau department store, sehingga membantu mengurangi ketergantungan terhadap kantong plastik sekali pakai.

### **III METODE KAJIAN STUDI KASUS**

#### **3.1 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan**

##### **3.1.1 Lokasi Pelaksanaan Proyek**

Pelaksanaan proyek bisnis Arebag dilakukan di beberapa lokasi yang memiliki fungsi spesifik sesuai dengan tahapan kegiatan:

###### **1. Lokasi Pengelolaan dan Perencanaan Proyek:**

- a) Tempat: Proyek ini akan dikelola dan direncanakan di tempat tinggal/kos, yang akan berfungsi sebagai pusat koordinasi utama.
- b) Kegiatan: Aktivitas seperti riset pasar, pengembangan desain, penyusunan rencana bisnis, dan pengelolaan pemasaran digital dilakukan di sini. Tempat ini membutuhkan akses ke perangkat laptop, koneksi internet yang stabil, dan software desain grafis.

###### **2. Lokasi Produksi Tote Bag:**

- a) Tempat: Proses produksi tote bag dilakukan oleh mitra produksi, yang mencakup pembuatan tote bag dari bahan kain kanvas hingga proses sablon atau digital printing untuk desain custom. Mitra ini telah dilengkapi dengan peralatan seperti mesin jahit, mesin cetak sablon, atau digital printing untuk memenuhi kebutuhan produksi.
- b) Kegiatan: Seluruh proses pembuatan tote bag, mulai dari menjahit bahan menjadi tote bag hingga pencetakan desain custom, dilakukan sepenuhnya oleh mitra produksi tersebut. Dengan mempercayakan produksi kepada mitra, proyek ini dapat memastikan efisiensi waktu, konsistensi kualitas, serta akses yang mudah terhadap bahan baku dan peralatan yang dibutuhkan.

###### **3. Lokasi Pemasaran dan Promosi:**

- a) Tempat: Platform digital seperti media sosial (WhatsApp, Instagram, dan TikTok) Arebag.
- b) Kegiatan: Aktivitas pemasaran digital, peluncuran produk, dan kampanye promosi dilakukan secara daring. Selain itu, jika memungkinkan, pameran atau bazar lokal dapat digunakan untuk memperkenalkan produk secara langsung kepada konsumen.

###### **4. Lokasi Evaluasi dan Perencanaan Pengembangan:**

- a) Tempat: Evaluasi dan perencanaan pengembangan proyek dilakukan melalui platform Zoom, yang berfungsi sebagai ruang kerja virtual untuk mengadakan pertemuan tim evaluasi.
- b) Kegiatan: Diskusi mengenai pencapaian proyek, penyusunan laporan evaluasi, dan perencanaan langkah-langkah pengembangan produk di masa depan.

### **3.3.2 Waktu Pelaksanaan Proyek**

Proyek bisnis ini direncanakan berlangsung selama empat bulan, dimulai dari September 2024 hingga Desember 2024. Berikut adalah tahapan pelaksanaan proyek berdasarkan waktu:

#### **1. Bulan 1: September 2024**

- a) Riset Pasar: Menganalisis tren desain tote bag, mengidentifikasi pesaing, dan menentukan target pasar.
- b) Pengembangan Konsep: Mengembangkan ide desain awal untuk tote bag serta menyusun rencana bisnis yang mencakup strategi pemasaran dan proyeksi keuangan.
- c) Pemilihan Bahan: Menentukan jenis bahan berkualitas tinggi yang akan digunakan untuk tote bag.
- d) Penyusunan Rencana Bisnis: Merumuskan strategi pemasaran, proyeksi keuangan, dan rencana operasional secara menyeluruh.

#### **2. Bulan 2: Oktober 2024**

- a) Penyempurnaan Desain: Membuat desain awal tote bag dan mendapatkan umpan balik dari kelompok fokus untuk melakukan perbaikan.
- b) Produksi Prototipe: Memproduksi beberapa prototipe tote bag berdasarkan desain yang telah disempurnakan.
- c) Pengembangan Strategi Pemasaran: Menyusun rencana pemasaran terperinci dan mulai membangun akun media sosial sebagai saluran promosi utama.

#### **3. Bulan 3: November 2024**

- a) Peluncuran Produk: Meluncurkan produk secara resmi melalui media sosial Arebag.
- b) Kampanye Promosi: Mengadakan kampanye pemasaran untuk menarik pelanggan baru, meningkatkan visibilitas produk, dan memperkenalkan nilai-nilai ramah lingkungan Arebag.
- c) Pemantauan Penjualan: Memantau hasil penjualan awal dan mendapatkan umpan balik dari pelanggan sebagai bahan evaluasi.

#### **4. Bulan 4: Desember 2024**

- a) Evaluasi Proyek: Menyusun laporan evaluasi yang mencakup pencapaian proyek, tantangan yang dihadapi, dan umpan balik dari pelanggan.
- b) Rencana Pengembangan: Merencanakan langkah-langkah untuk pengembangan produk di masa depan, seperti desain baru atau strategi perluasan pasar.
- c) Penyesuaian Strategi: Mengadaptasi strategi pemasaran berdasarkan hasil evaluasi dan penjualan untuk memastikan keberlanjutan proyek di bulan-bulan berikutnya.

### **3.2. Metode Pengumpulan Data**

Tahap pengumpulan data dilakukan untuk mendukung pengembangan ide bisnis serta memastikan produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan pasar. Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa metode:

#### **1. Studi Literatur**

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan informasi yang relevan dari sumber-sumber yang kredibel. Data yang dikumpulkan meliputi:

- a) Dampak Penggunaan Plastik terhadap Lingkungan: Informasi ini membantu memahami pentingnya solusi ramah lingkungan, seperti penggunaan tote bag untuk menggantikan kantong plastik.
- b) Popularitas Tote Bag: Artikel dan penelitian yang menunjukkan peningkatan permintaan terhadap tote bag sebagai produk fungsional dan tren fashion.
- c) Tren Desain Grafis: Referensi desain terbaru yang dapat diterapkan pada produk custom tote bag untuk menarik minat konsumen.
- d) Strategi Pemasaran Digital: Pengetahuan tentang cara memanfaatkan platform media sosial secara efektif untuk mempromosikan produk.

#### **2. Observasi Pasar**

Dilakukan dengan mengamati langsung kondisi pasar untuk memahami preferensi konsumen terhadap tote bag custom. Observasi dilakukan melalui:

- a) Penelusuran Toko Online: Mengamati desain tote bag yang populer, ulasan pelanggan, dan harga kompetitif di berbagai platform e-commerce untuk mendapatkan gambaran pasar.
- b) Media Sosial: Menganalisis tren desain, strategi promosi yang digunakan oleh kompetitor, serta pola interaksi antara kompetitor dan pelanggan melalui Instagram, Facebook, dan TikTok.

## **IV HASIL DAN PEMBAHASAN (PROSES PEMBUATAN SAMPAI IMPLEMENTASI)**

### **4.1 Pembahasan BMC**

Untuk menganalisis dan merancang model bisnis usaha jasa pembuatan dan penjualan desain custom totebag, kita dapat menggunakan Business Model Canvas. Berikut adalah penerapan BMC untuk usaha Custom Tote Bag:

#### **1. Key Partners (Mitra Utama)**

- a) Supplier bahan tote bag:

Mitra penyedia bahan baku ramah lingkungan, seperti blacu atau kanvas, untuk mendukung kualitas produk.

- b) Influencer:

Kolaborasi dengan influencer untuk meningkatkan promosi produk ke target pasar yang lebih luas.

- c) Vendor percetakan:

Pihak yang bertanggung jawab atas produksi dan pencetakan desain pada tote bag.

- d) Content Creator:

Membantu membuat konten menarik seperti video promosi atau showcase produk di media sosial.

- e) Jasa pengiriman:

Mitra logistik yang memastikan produk sampai ke tangan pelanggan dengan cepat dan aman.

#### **2. Key Activities (Kegiatan Utama)**

- a) Produksi tote bag:

Proses pembuatan tote bag mulai dari pemilihan bahan, pencetakan desain, hingga penyelesaian produk akhir.

- b) Pemasaran digital:

Aktivitas promosi produk melalui media sosial, marketplace, dan website untuk menjangkau target pasar.

- c) Customer service:

Memberikan layanan pelanggan yang responsif, membantu proses pemesanan, dan menangani keluhan.

- d) Kolaborasi desain:

Bekerja sama dengan desainer grafis atau komunitas kreatif untuk menciptakan desain yang menarik.

- e) Manajemen inventori:

Mengelola stok bahan baku dan produk jadi agar selalu tersedia untuk memenuhi permintaan.

### **3. Value Propositions (Proposisi Nilai)**

- a) Desain unik dan trendy:  
Membuat tote bag yang memiliki nilai estetika dan mengikuti tren gaya hidup modern.
- b) Desain custom sesuai permintaan:  
Memberikan kebebasan kepada pelanggan untuk menciptakan desain mereka sendiri.
- c) Kualitas premium:  
Menggunakan bahan berkualitas tinggi yang tahan lama dan nyaman digunakan.
- d) Ramah lingkungan:  
Mendukung keberlanjutan dengan menyediakan produk yang menggantikan kantong plastik sekali pakai.
- e) Kemudahan pemesanan:  
Proses pemesanan yang mudah melalui berbagai platform seperti WhatsApp, Instagram, dan marketplace.

### **4. Customer Relationships (Hubungan dengan Pelanggan)**

- a) Personalized service:  
Layanan yang personal untuk membantu pelanggan merasa diperhatikan dan dihargai.
- b) Respons cepat di media sosial:  
Membalas pesan dan komentar pelanggan dengan cepat untuk memberikan pengalaman yang menyenangkan.
- c) Feedback dan ulasan pelanggan:  
Menggunakan masukan dari pelanggan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan.

### **5. Customer Segments (Segmen Pelanggan)**

- a) Anak muda dan dewasa muda:  
Individu berusia 18-35 tahun yang aktif di media sosial dan peduli pada tren gaya hidup modern.
- b) Pelanggan dengan kebutuhan kustom totebag khusus:  
Individu atau komunitas yang memerlukan desain personal untuk acara tertentu..
- c) Komunitas/orang yang peduli akan lingkungan:  
Konsumen yang memilih produk ramah lingkungan untuk mendukung keberlanjutan.

### **6. Channels (Saluran)**

- a) Media sosial (WhatsApp, Instagram, TikTok):  
Platform utama untuk promosi, showcase desain, dan interaksi dengan pelanggan.

- b) Marketplace:  
Platform seperti Shopee dan Tokopedia digunakan untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas dan terbiasa belanja online.
- c) Website (opsional):  
(Opsional) Menyediakan katalog desain, testimoni, dan fitur pemesanan custom yang lebih interaktif.

## 7. Key Resources (Sumber Daya Utama)

- a) Bahan baku tote bag:  
Blacu dan kanvas berkualitas tinggi sebagai bahan utama produk.
- b) Desainer grafis:  
Tim kreatif untuk menciptakan desain custom sesuai kebutuhan pelanggan.
- c) Akun media sosial:  
Akun Instagram, TikTok, atau WhatsApp sebagai media promosi dan komunikasi.
- d) Tim produksi dan percetakan:  
Tenaga kerja yang terampil dalam proses produksi tote bag.
- e) Jaringan pengiriman:  
Sistem logistik yang memastikan produk sampai ke pelanggan dengan aman dan tepat waktu.

## 8. Cost Structure (Struktur Biaya)

- a) Biaya produksi:  
Termasuk bahan baku dan tenaga kerja..
- b) Biaya pemasaran:  
Pengeluaran untuk promosi digital, kampanye media sosial, dan kolaborasi dengan influencer.
- c) Biaya pengiriman:  
Ongkos kirim untuk mendistribusikan produk ke pelanggan.
- d) Biaya platform:  
Komisi atau biaya administrasi dari marketplace seperti Shopee dan Tokopedia.
- e) Biaya desain custom:  
Pengeluaran untuk layanan desain yang disesuaikan dengan permintaan pelanggan.

## 9. Revenue Streams (Sumber Pendapatan)

- a) Penjualan tote bag dengan desain jadi:  
Produk tote bag standar yang sudah memiliki desain tertentu.
- b) Penjualan tote bag custom:  
Produk yang dipesan dengan desain khusus sesuai permintaan pelanggan.
- c) Pendapatan dari kolaborasi:  
Kerjasama dengan komunitas atau perusahaan yang membutuhkan tote bag custom.

d) Pendapatan dari pemesanan grosir:

Pesanan dalam jumlah besar untuk acara khusus, seperti souvenir perusahaan atau komunitas.



Gambar 1. BMC arebag

## 4.2. Project Based Learning

Pendekatan Project Based Learning (PBL) diterapkan dalam proyek *Arebag* melalui beberapa tahapan utama yang melibatkan identifikasi masalah, perencanaan, pengembangan, implementasi, hingga evaluasi.

a) Gambaran Umum Usaha

Arebag adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang industri kreatif dengan fokus pada pembuatan dan penjualan *totebag custom*. Produk yang ditawarkan meliputi *totebag* dengan desain siap pakai, desain *custom*, dan desain khusus sesuai permintaan pelanggan. Arebag menggunakan bahan berkualitas tinggi seperti kanvas dan blacu yang ramah lingkungan, sehingga mendukung gerakan global untuk mengurangi limbah plastik. Selain fungsional, produk ini juga memiliki nilai estetika yang dapat disesuaikan dengan preferensi pelanggan.

Target pasar utama Arebag berusia 18-35 tahun dengan profesi pelajar, mahasiswa, profesional, dan komunitas yang peduli pada isu lingkungan serta menginginkan produk dengan desain personal yang unik. Dengan mengedepankan fleksibilitas desain, kualitas premium, dan harga terjangkau, Arebag berupaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen di berbagai segmen.

Dalam menjalankan usaha ini, Arebag memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp sebagai saluran utama pemasaran dan interaksi dengan pelanggan. Pengembangan penjualan juga dilakukan melalui marketplace seperti Shopee dan Tokopedia untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Untuk meningkatkan visibilitas, Arebag menggunakan strategi promosi digital, dan akan berkolaborasi dengan influencer, serta berpartisipasi dalam pameran dan bazar lokal.

Meskipun menghadapi tantangan seperti kurangnya eksposur awal dan aktivitas promosi yang belum konsisten, Arebag terus berupaya meningkatkan performa bisnisnya dengan memanfaatkan media digital secara maksimal dan melakukan diversifikasi strategi pemasaran. Dengan pendekatan kreatif, ramah lingkungan, dan berbasis teknologi, Arebag berkomitmen untuk memberikan dampak positif bagi lingkungan sekaligus memenuhi kebutuhan gaya hidup modern konsumen.

b) Identifikasi Masalah dan Peluang

Masalah:

- i. Penggunaan plastik sekali pakai yang meningkat pesat menciptakan limbah yang mencemari lingkungan, sehingga diperlukan alternatif yang ramah lingkungan.
- ii. Banyak konsumen mencari produk yang tidak hanya fungsional tetapi juga dapat disesuaikan dengan preferensi pribadi.

Peluang:

- i. Meningkatnya tren gaya hidup berkelanjutan (sustainable living) menciptakan permintaan untuk produk ramah lingkungan seperti *totebag*.
- ii. Pasar *totebag custom* memiliki potensi besar untuk menarik konsumen yang ingin mengekspresikan diri melalui desain personal.

c) Perencanaan Proyek

Riset Pasar:

- i) Mengamati tren desain populer melalui media sosial dan platform e-commerce.
- ii) Mengidentifikasi target pasar utama, yaitu pelajar, mahasiswa, profesional, dan komunitas yang peduli pada isu lingkungan.

Pengembangan Konsep:

- i) Merancang konsep *totebag* ramah lingkungan dengan dua pilihan desain: *custom* dan *ready-made*.
- ii) Menyusun *Business Model Canvas (BMC)* sebagai panduan operasional bisnis.
- iii) Penentuan Harga dengan meninjau pasar yang ada dengan membuat komparasi. Komparasi dapat terlihat pada gambar berikut.

Indikator	Arebag	Lavisproject	Luthera.id	El.totebag
Variasi Produk	Blacu, Kanvas	Blacu, Kanvas	Blacu, Kanvas, Drill	Kanvas
Kualitas Bahan	Premium	Biasa	Premium	Premium
Fitur Tambahan	Resleting	-	-	-
Harga Jual	Rp 33.000 - 40.000	Rp 37.900 - 39.900	Rp 40.000 - 75.000	Rp 95.000
Pengiriman	3-5 hari	4-6 hari	3-5 hari	5-7 hari
Desain Custom	Tersedia	Tersedia	Tidak Tersedia	Tersedia

Gambar 2. Komparasi Produk

#### Pemilihan Mitra Produksi:

- i) Bekerja sama dengan vendor lokal untuk memastikan kualitas bahan baku (kanvas dan blacu) serta proses cetak desain yang presisi.
- d) Pengembangan Proyek

#### Produksi Prototipe:

- i) Membuat prototipe pertama dengan desain yang sudah dirancang.
- ii) Menguji kualitas bahan, kenyamanan penggunaan, serta daya tahan desain cetakan.

#### e) Implementasi dan Eksekusi

- i) Peluncuran produk secara resmi di media sosial.
- ii) Promosi melalui unggahan konten media sosial.
- iii) Pengelolaan pesanan desain *custom* melalui platform yang disediakan.

#### f) Rencana Pengembangan Proyek untuk Kedepannya

- i) Ekspansi Pasar melalui Marketplace

Arebag berencana untuk memperluas pasar dengan memasuki marketplace besar seperti Shopee dan Tokopedia. Langkah ini diambil untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, baik di dalam maupun luar kota.

- ii) Pembuatan Website untuk Branding dan Penjualan

Untuk mendukung upaya branding, Arebag berencana untuk membuat website resmi yang tidak hanya berfungsi sebagai toko online, tetapi juga sebagai alat untuk memperkuat citra merek. Website ini akan menjadi platform utama untuk menampilkan koleksi desain totebag, memberikan informasi produk secara mendetail, serta memperkenalkan nilai keberlanjutan yang menjadi inti dari merek Arebag.

- iii) Menambahkan Varian Produk

Untuk memenuhi kebutuhan berbagai segmen pasar, Arebag akan menambah varian produk selain totebag. Produk tambahan bisa mencakup aksesoris ramah lingkungan seperti tas belanja kecil, pouch, atau tempat pensil berbahan

kanvas. Arebag juga akan terus berinovasi dengan memperkenalkan desain-desain baru yang lebih menarik dan kekinian. Kolaborasi dengan desainer grafis atau komunitas kreatif akan dilakukan untuk menciptakan desain yang lebih beragam dan sesuai dengan tren pasar yang berkembang.

- iv) Pengembangan Desain yang Lebih Menarik  
Arebag akan meluncurkan koleksi musiman yang mengikuti tren desain terkini. Koleksi ini dapat mencakup desain khusus untuk event atau perayaan tertentu, seperti tahun baru, hari lingkungan hidup, atau ulang tahun merek Arebag. Untuk menarik perhatian pasar yang lebih luas, Arebag akan menggandeng influencer dan komunitas dengan audiens yang relevan. Kolaborasi ini akan membantu mempromosikan desain terbaru dan meningkatkan brand awareness.
  - v) Peningkatan Pengalaman Pelanggan  
Arebag akan terus meningkatkan layanan pelanggan dengan menyediakan fitur live chat di website dan platform marketplace untuk memastikan bahwa pertanyaan dan keluhan pelanggan ditangani dengan cepat. Selain itu, sistem pengembalian barang yang lebih fleksibel juga akan diperkenalkan untuk memberikan kenyamanan bagi pelanggan.
- f) Evaluasi dan Perbaikan
- i) Umpulan balik pelanggan digunakan untuk memperbaiki desain dan layanan.
  - ii) Strategi pemasaran diadaptasi untuk meningkatkan jangkauan dan penjualan.

### 4.3. Finansial usaha

Modal awal Projek dapat terlihat pada tabel :

Modal		
No	Nama	Harga
1	Canva	Rp25.000

Tabel 1. Modal Awal

Tabel List Item ini menerangkan jenis produk yang dijual Arebag dan juga harga per item.

Item List		
ID	Nama	Harga
D_01	Desain Jadi	Rp33.000
D_02	Desain Custom	Rp35.000
D_03	Desain Request	Rp40.000

Tabel 2. List jenis Item

Tabel revenue ini merupakan tabel yang menghitung jumlah item terjual dan juga pendapatan/revenue yang didapat dari penjualan.

Revenue		
Jenis Item	Jumlah Terjual (item)	Revenue
Desain Jadi	8	Rp264.000
Desain Custom	0	Rp0
Desain Request	2	Rp80.000
Total Revenue		Rp344.000

Tabel 3. Revenue

Tabel dibawah ini menerangkan perbedaan biaya produksi antara tas dengan background putih dan hitam. Pada batch Pertama didapat produksi tas hitam sebanyak 1 buah dan tas putih sebanyak 9 buah. Dari tabel ini terlihat juga Laba Kotor yang diperoleh dari penjualan pada batch pertama.

Biaya Produksi		
Jenis Item	Harga per produksi	Jumlah Produksi
Tas Putih	Rp16.000	Rp144.000
Tas Hitam	Rp25.000	Rp25.000
Total Biaya Produksi		Rp169.000
<b>Laba Kotor</b>		<b>Rp175.000</b>

Tabel 4. Biaya Produksi-Laba Kotor

Tabel dibawah menerangkan biaya-biaya tambahan seperti ongkir, biaya penanganan, dan stiker. Dari tabel ini dapat diperoleh laba bersih dengan menghitung : Laba Kotor - Jumlah Biaya Tambahan - Modal Awal. Diperoleh bahwa laba bersih dari batch pertama sebesar Rp147.000.

Biaya Tambahan	
Jenis	Jumlah
Ongkir	Rp13.500
Biaya Penanganan	Rp4.500
Stiker	Rp10.000

Modal Awal	Rp25.000
Laba Bersih	Rp122.000

Tabel 5. Biaya Tambahan-Laba Bersih

#### **4.4. Hambatan dan kendala dalam implementasi project**

Selama pelaksanaan proyek Arebag, terdapat beberapa hambatan dan kendala yang dihadapi, yaitu:

##### **1. Jumlah Pelanggan yang Memesan Belum Memenuhi Target**

Jumlah pesanan totebag yang diterima masih di bawah target yang telah ditetapkan. Hal ini disebabkan oleh kurangnya eksposur produk kepada calon pelanggan potensial, terutama di awal peluncuran.

##### **2. Frekuensi yang Rendah di Media Sosial**

Aktivitas promosi di media sosial belum dilakukan secara konsisten, sehingga visibilitas merek masih rendah. Frekuensi unggahan konten promosi dan interaksi dengan audiens perlu ditingkatkan untuk menarik lebih banyak pelanggan.

##### **3. Ketergantungan pada Pemasaran Mulut ke Mulut**

Strategi pemasaran yang terlalu bergantung pada metode mulut ke mulut menjadi tantangan besar dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Tanpa diversifikasi metode pemasaran, potensi pelanggan baru sulit untuk dijangkau secara efektif.

## BAB V KESIMPULAN

### 5. 1 Kesimpulan

Usaha pembuatan dan penjualan desain custom tote bag merupakan solusi inovatif yang tidak hanya menjawab tantangan lingkungan terkait penggunaan plastik sekali pakai, tetapi juga memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin sadar akan pentingnya produk ramah lingkungan. Dengan menawarkan tote bag yang dapat dipersonalisasi, usaha ini memberikan fleksibilitas dan nilai tambah bagi pelanggan, memungkinkan mereka untuk mengekspresikan diri melalui desain yang unik dan menarik.

Dalam konteks pasar, kesadaran global yang semakin meningkat terhadap isu lingkungan menciptakan peluang yang besar bagi produk ramah lingkungan seperti tote bag. Selain itu, tren fashion yang bergerak ke arah produk fungsional dan sustainable mendukung potensi pertumbuhan usaha ini. Meskipun menghadapi tantangan berupa persaingan yang ketat dan harga yang mungkin lebih tinggi dibandingkan produk konvensional, strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial dan kolaborasi dengan komunitas dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan.

Melalui analisis SWOT, usaha ini menunjukkan kekuatan dalam produk yang berkualitas dan layanan yang dapat disesuaikan, meskipun ada kelemahan terkait harga dan penetrasi pasar. Oleh karena itu, dengan memanfaatkan peluang yang ada dan mengantisipasi ancaman dari kompetitor serta perubahan tren, usaha pembuatan dan penjualan desain custom tote bag memiliki potensi yang signifikan untuk berhasil dan memberikan dampak positif bagi lingkungan.

### 5.2 Saran

Untuk mendukung keberhasilan usaha pembuatan dan penjualan desain custom tote bag, penting untuk melakukan kampanye edukasi yang meningkatkan kesadaran masyarakat tentang dampak negatif penggunaan plastik sekali pakai. Selain itu, diversifikasi produk dengan mengembangkan variasi tas atau aksesori ramah lingkungan dapat menarik lebih banyak pelanggan. Inovasi desain juga perlu dilakukan dengan terus melakukan riset pasar untuk mengikuti tren terkini dan menghadirkan koleksi musiman yang menarik. Penggunaan media sosial harus dimaksimalkan sebagai alat promosi, dengan menciptakan konten yang menarik dan relevan untuk meningkatkan engagement dengan konsumen. Terakhir, peningkatan layanan pelanggan melalui sistem umpan balik yang efektif akan membantu memahami kebutuhan pelanggan dan meningkatkan pengalaman mereka, sehingga menciptakan loyalitas yang lebih tinggi terhadap merek.

## BAB VI DAFTAR PUSTAKA

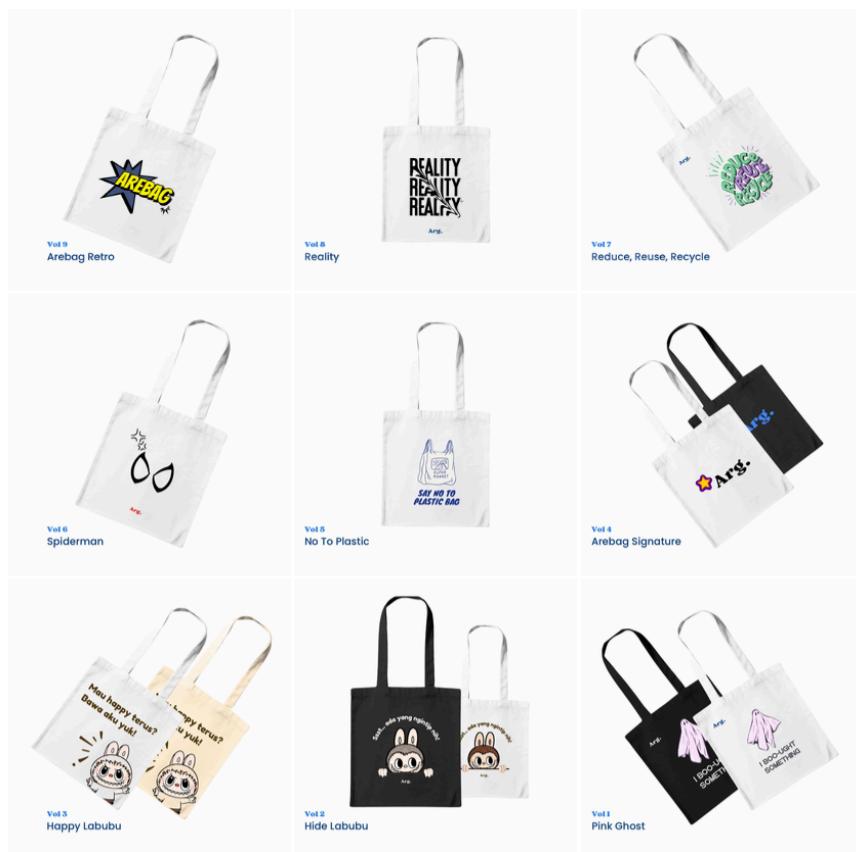
- Abbas DS, Eksandy A, Mulyadi M, Hidayat I, Sari RU. 2022. Digital Marketing Usaha Kecil dan Menengah Melalui Media Sosial. *JPU*. 1(1):29–37.doi:10.35912/jpu.v1i1.1015.
- Adiani N, Mardiana C. 2019. Desain Grafis Totebackpack Anti Air Untuk Pria.
- Farida N, Widoretno S, Yuliastuti E. 2020. Pembuatan Kantong Kain “Tote Bag” Sebagai Pengganti Kantong Plastik Pada Pemuda Wirausaha Blitar. *JGP*. 2(4):296.doi:10.17977/um078v2i42020p296-304.
- Hana L. 2020. Polemik Plastik dan Green Marketing Tas Belanja di Denpasar, Bali. *Jurnal Studi Kultural*. V(1):14–18.
- Irvanto O, Sujana S. 2020. Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger: (Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam di Kota Bogor). *JIMKES*. 8(2):105–126.doi:10.37641/jimkes.v8i2.331.
- Maudi FM, Nugraha LA, Sasmito B. 2014. Desain Aplikasi Sistem Informasi Pelanggan PDAM Berbasis WebGIS (Studi Kasus: Kota Demak). *Jurnal Geodesi Undip*. (3):98–110.doi:10.14710/jgundip.2014.5840.
- Nofisulastri N, Adawiyah SR, Dharmawibawa ID, Sarifuddin M. 2023. Pelatihan Tote Bag Teknik Eco-Shibori Kolaborasi Nusa Creative Community. *Nuras j. pengabdi. kpd. masy*. 3(1):20–28.doi:10.36312/njpm.v3i1.148.
- Syahrul Y. 2019. Penerapan Design Thinking Pada Media Komunikasi Visual Pengenalan Kehidupan Kampus Bagi Mahasiswa Baru Stmik Palcomtech Dan Politeknik Palcomtech. *bahasarupa*. 2(2):109–117.doi:10.31598/bahasarupa.v2i2.342.
- Zahri SH, Harimurti AW, Rifdah SD, Putri SA. 2024. Perancangan Cat Totebag Multifungsi untuk Mempermudah Mobilitas Pecinta Kucing. *Innovative*. 4(3):10718–10726.doi:10.31004/innovative.v4i3.10886.

## BAB VII LAMPIRAN (PPT, Foto)

### 6.1 Lampiran Link PPT

PPT Progress teknolo.pdf

### 6.2 Lampiran Katalog Produk



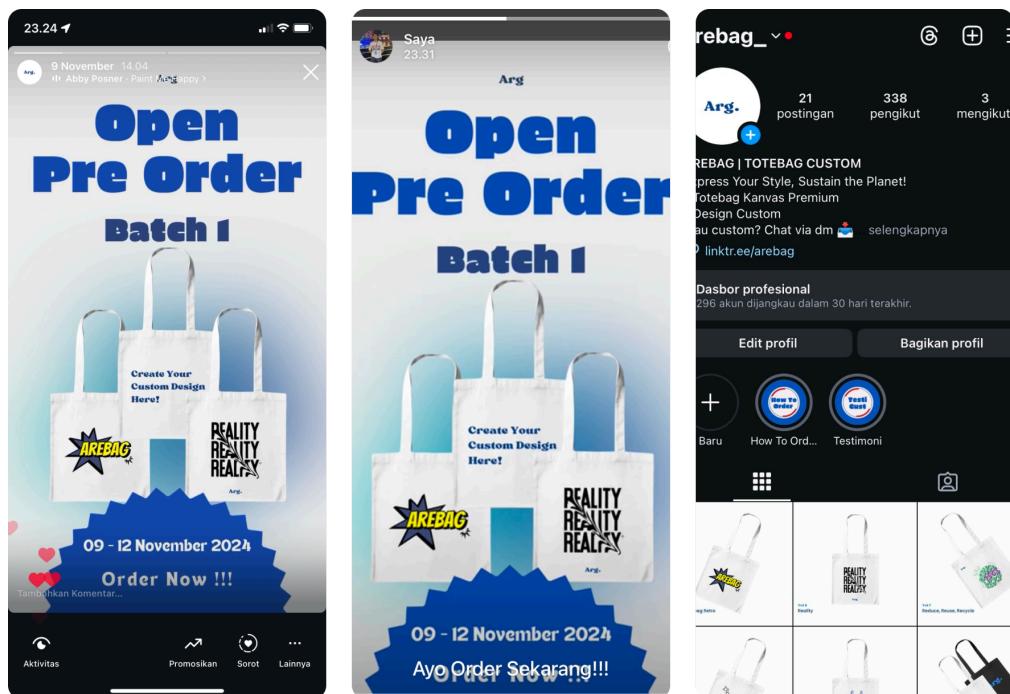
Gambar 3. Katalog Produk

## 6.2 Lampiran Foto Produk



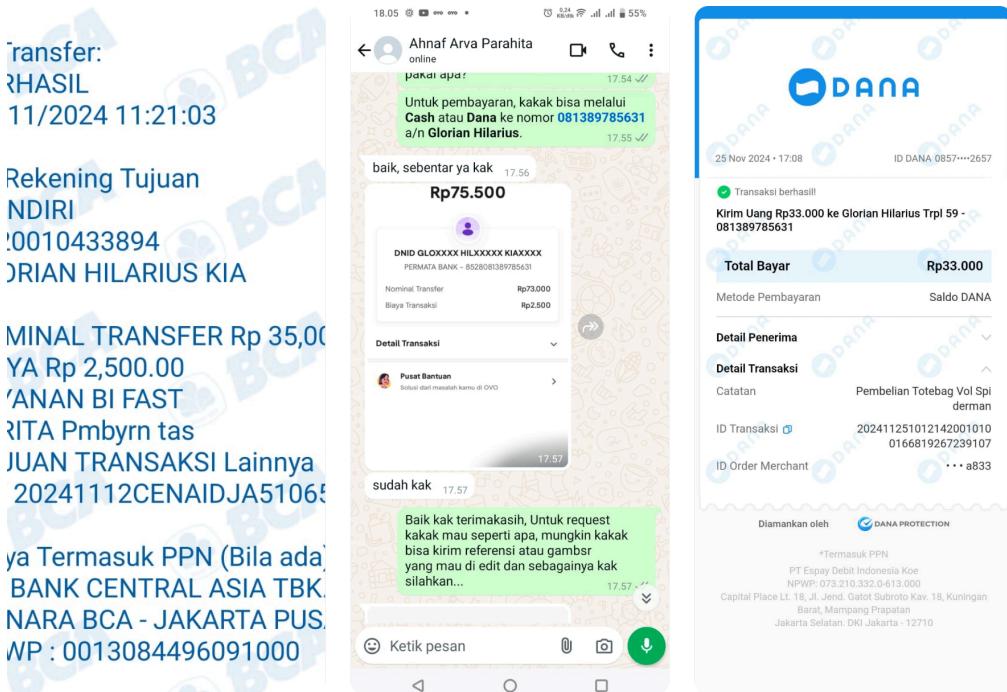
Gambar 4. Foto Produk

## 6.3 Lampiran Foto Media Promosi



Gambar 5. Media Promosi

## 6.4 Lampiran Foto Bukti Customer



Gambar 6. Bukti Customer