

# **Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKMK)**

## **Proposal**

### **Bisnis Manufaktur FurniTine**

Disusun untuk memenuhi Ujian Akhir Semester (UAS) pada mata kuliah ENPR6170002  
Sustainable Business Model yang Dibimbing

oleh **Febby Candra Pratama**



Oleh:

Leonardo Jefferson Santoso\_2602068006

Vincent Fernando Atmajaya\_2602084123

Wilford Sebastian Cakra\_2602084060

**Universitas Bina Nusantara**

**BINUS Business School Undergraduate Program**

**Program Studi Kewirausahaan**

**Malang**

**2023**

# DAFTAR ISI

Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKMK) .....	1
Proposal .....	1
BAB 1. PENDAHULUAN .....	3
1.1. Latar Belakang.....	3
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan .....	4
1.4. Luaran Kegiatan.....	4
1.5. Manfaat Program .....	4
BAB 2. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA.....	6
2.1. Gambaran Umum Produk .....	6
2.2. Analisis Potensi Usaha .....	6
2.3. Analisis Ekonomi.....	7
2.3.1. Asumsi Cashflow .....	7
2.3.2. Analisis Rasio .....	7
2.3.3. Analisis Payback Period .....	8
BAB 3. BUSINESS MODEL CANVAS.....	9
3.1. Gambar BMC.....	9
3.2. Penjelasan BMC .....	9
BAB 4. BUSINESS MODEL TEMPLATE .....	14
4.1. Gambar BMT.....	14
4.2. Penjelasan BMT.....	14
BAB 5. METODE PELAKSANAAN.....	22
5.1. Aspek Produksi/ Operasional .....	22
5.2. Aspek Pemasaran.....	23
BAB 6. BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN.....	26
6.1    Anggaran Biaya .....	26
6.2    Jadwal Kegiatan.....	26
DAFTAR PUSTAKA .....	28
Lampiran 1. Kontribusi Anggota Kelompok .....	29
Lampiran 2. Biodata Ketua dan Anggota, serta Dosen Pendamping.....	30
Lampiran 3. Justifikasi Anggaran Kegiatan .....	34
Lampiran 4. Susunan Organisasi Tim Pelaksana dan Pembagian Tugas .....	36

# BAB 1. PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Sektor industri furnitur adalah sektor yang menjanjikan dan selalu mengalami pertumbuhan di Indonesia setiap tahunnya. Berdasarkan pernyataan dari Menteri Perindustrian Agus Gumiwang Kartasasmita, pertumbuhan industri furnitur pada kuartal I-2020 mengalami kenaikan sebesar 7,28% dan sebesar 8,04% pada kuartal I-2021. Daya beli pasar terhadap furnitur di Indonesia tergolong kuat dan hal ini dilatar belakangi oleh perubahan perilaku belanja rumah tangga untuk kebutuhan menata rumah. Selain itu sektor industri furnitur tergolong sektor industri yang stabil, buktinya berdasarkan data dari Kompas.Com, sektor industri furnitur tetap mengalami peningkatan meskipun ketika di pada masa pandemi Covid-19 sedang mewabah. Hal itu sekaligus menunjukkan jika sektor industri furnitur memiliki ketahanan yang tinggi dengan bisa tetap tumbuh pada waktu yang tidak kondusif.

Disamping demand akan furniture yang cukup baik, tidak dapat dipungkiri bahwa negara Indonesia tepatnya kota Malang saat ini sedang mengalami isu global yaitu pencemaran lingkungan akan sampah plastik. Penggunaan sampah plastik seakan tidak terhindarkan karena selain praktis, plastik juga cenderung murah sehingga banyak yang lebih memilih menggunakan plastik tanpa peduli dampak tindakannya. Berdasarkan data dari DLH kota Malang, saat ini di kota Malang yang juga akan menjadi tempat beroperasi nya FurniTine, setiap harinya Malang menghasilkan sampah sebanyak 485 ton termasuk sampah plastik. Jumlah tersebut hanya perhitungan dari sampah yang masuk ke TPA dan tidak termasuk sampah yang dibuang ke tempat yang tidak seharusnya seperti sungai dan semacamnya. Tercatat pada 2021, sebanyak 2,2 ton sampah dari masyarakat yang tinggal di dekat sungai Brantas berakhir di sungai itu sendiri sehingga sungai sangat tercemar. Untuk membantu mengatasi permasalahan tersebut, FurniTine hadir sebagai perusahaan sustainable yang dapat membantu mengurangi pencemaran sampah plastik. Demand dan permasalahan yang ada juga sangat sesuai dengan visi dan misi FurniTine jadi Furnitne berdiri karena adanya isu yang kuat dan kesempatan yang baik.

Furnitine hadir sebagai bisnis yang peka terhadap kedua faktor tersebut dimana kami menjadi jembatan bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan menata rumah mereka sekaligus menjadi bentuk dukungan terhadap isu sampah plastik di kota Malang. FurniTine adalah bisnis yang bergerak di sektor industri furnitur yang terbuat dari 96% sampah plastik dan beroperasi di kota Malang dengan skala pengiriman seluruh Indonesia. FurniTine adalah bisnis dengan produk sustainable yang membantu pengurangan jumlah sampah plastik di kota Malang dengan menjadikan sampah plastik sebagai material utama pembuatan furnitur. Tidak hanya membantu mengurangi, FurniTine adalah bisnis dengan siklus yang meminimalisir limbah produksi karena setiap furniture yang tidak terpakai bisa diubah menjadi furnitur baru yang berbeda lewat berbagai proses.

Hal yang menjadi pembeda antara FurniTine dan bisnis furnitur lainnya adalah selain kami berusaha menciptakan produk yang ramah terhadap lingkungan, kami juga menawarkan produk kualitas tinggi dengan harga terjangkau. Hal ini dikarenakan FurniTine dapat menekan biaya produksi lewat raw material yang mudah ditemukan dan tersedia dimana-mana. Selain

itu, FurniTine adalah bisnis yang peka terhadap perkembangan tren furnitur sehingga produk yang dihasilkan tidak sembarangan dan karena melewati berbagai proses yang telah benar-benar dipertimbangkan, FurniTine menciptakan produk yang kualitasnya tidak kalah dengan produk lain di pasaran. Seiring berjalannya bisnis, kami juga akan memberi kemudahan bagi customer dimana kami menyediakan jasa kirim yang terjangkau dan cepat sekitar kota Malang, jadi customer yang ingin membeli produk tidak perlu takut membayar mahal untuk biaya pengiriman produk.

FurniTine adalah bisnis yang bergerak secara B2C dan B2B. Kami mengincar konsumen dengan usia 23 tahun keatas karena usia 23 tahun adalah usia rata-rata bagi manusia yang telah berkeluarga dan konsumen yang telah berkeluarga cenderung memiliki demand yang tinggi pada furnitur untuk memenuhi kebutuhan penataan rumah mereka. FurniTine juga akan memasok produk kepada bisnis lain seperti toko-toko penjual furnitur dan perkantoran serta developer properti karena usaha-usaha tersebut membutuhkan furnitur untuk memenuhi kebutuhan fasilitas tempat beroperasi. FurniTine dapat ditemui secara offline lewat toko mebel dan showroom furnitur tetapi juga dapat dipesan secara online melewati sosial media. FurniTine memanfaatkan sosial media juga untuk menunjukkan penawaran dan produk terbaru serta menerima keluhan customer terhadap produk maupun pelayanan.

## **1.2. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana cara menghasilkan Furniture berkualitas dengan menggunakan limbah plastik?
2. Bagaimana Furniture dari bahan limbah plastik bisa membantu mengatasi masalah pencemaran?
3. Apakah furniture yang terbuat dari sampah plastik aman bagi kesehatan manusia?
4. Apakah penciptaan furniture dari bahan sampah akan memberi dampak pada dunia pekerjaan?

## **1.3. Tujuan**

1. Menghasilkan produk Furniture yang berkualitas menggunakan limbah plastik.
2. Mengoptimalkan pemanfaatan limbah plastik yang selama ini hanya mencemari lingkungan.
3. Menciptakan Furnitirue yang aman dan nyaman bagi manusia.
4. Membuka peluang usaha baru di bidang manufaktur.

## **1.4. Luaran Kegiatan**

1. Laporan Kemajuan;
2. Laporan Akhir;
3. Produk Usaha;
4. Akun media sosial.

## **1.5. Manfaat Program**

1. Bagi pengusul, program PKM-K ini menjadi sarana untuk mewujudkan ide-ide untuk berwirausaha dan membuka lapangan kerja sebagai bentuk bantuan bagi masyarakat kota Malang.
2. Bagi pengguna, produk PKM-K berupa produk Furniture berbahan dasar limbah plastik ini dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran untuk peduli terhadap kelestarian lingkungan serta menarik minat pengguna terhadap produk-produk daur ulang.
3. Bagi pengelola lingkungan hidup, dengan kehadiran usaha PKM-K ini diharapkan dapat membantu upaya untuk meminimalkan biaya penanganan sampah, biaya pemulihan lingkungan yang tercemar, risiko kerusakan alam, dan memberi peluang pemberdayaan ekonomi lokal.

## BAB 2. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

### 2.1. Gambaran Umum Produk

Produk furniture dari FurniTine menawarkan berbagai macam jenis produk berbahan dasar sampah plastik di Kota Malang. Dalam setiap produk furniture, banyak hal yang didapatkan sebagai berikut:

#### a. Keamanan

Setiap produk FurniTine dibuat dengan mengutamakan keamanan pengguna. Uji coba untuk mengecek keamanan furniture akan dilakukan secara berkala. Produk yang tidak lolos akan diperbaiki agar keamanannya bisa terjamin.

#### b. Kenyamanan

Produk dari FurniTine juga menjamin kenyamanan para pengguna produk ini nantinya. Produk-produk yang dibuat akan disesuaikan dengan keinginan pembeli. Pembeli juga bisa mencoba produk-produk yang ada dan bisa memberikan saran untuk meningkatkan kenyamanan produk FurniTine

#### c. Keterjangkauan harga

Harga dari produk-produk yang ada juga lebih terjangkau tanpa mengurangi kualitas produk. Bahan utama yang berasal dari sampah plastik menjadi keuntungan dari produk ini karena biaya produksi tidak semahal furniture lain. Dengan demikian, produk ini bisa lebih terjangkau harganya dibanding produk furniture dengan bahan lainnya dan juga bisa bersaing dengan produk lain.

### 2.2. Analisis Potensi Usaha

Menurut data dari BPS (Badan Pusat Statistik) kota Malang, pada tahun 2022 kota Malang memiliki jumlah rumah tangga sebesar 227.385. Jumlah ini tergolong stabil ketika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Bahkan pada tahun 2022, jumlah rumah tangga di kota Malang mengalami peningkatan meskipun dalam jumlah yang tidak besar. Berikut adalah tabel perbandingan jumlah rumah tangga di kota Malang dari tahun ke tahun.

Kota Malang	Jumlah Rumah Tangga di Kota Malang		
	2020	2021	2022
Kota Malang	226 712	227 064	227 385

Sumber: BPS, Proyeksi dan Sensus Penduduk. Data Tahun 2020 dan 2021 menggunakan data penduduk tengah tahun (Juni).

Dari data jumlah rumah tangga kota Malang tersebut, dapat diperkirakan ada 227.385 rumah tangga yang berpotensi untuk membeli produk FurniTine demi memenuhi kebutuhan menata rumah mereka.

Tetapi tidak sebatas rumah tangga saja yang memiliki kebutuhan terhadap furnitur tetapi juga perkantoran dan toko mebel. Jumlah tempat usaha di kota Malang tercatat ada 17.401 pada tahun 2022 dan meningkat dari tahun-tahun sebelumnya. Berikut tabel perbandingan jumlah tempat usaha di kota Malang dari tahun ke tahun.

Kecamatan di Kota Malang	Banyaknya Tempat Usaha dan Pedagang Menurut Kecamatan di Kota Malang					
	Tempat Usaha (Unit)			Pedagang (Orang)		
	2020 ↑↓	2021 ↑↓	2022 ↑↓	2020 ↑↓	2021 ↑↓	2022 ↑↓
Kedungkandang	1 803	1 803	1 883	1 375	1 375	925
Sukun	3 674	3 674	3 633	2 824	2 824	2 596
Klojen	7 812	7 812	8 101	4 296	4 296	4 535
Blimbing	2 670	2 670	2 668	1 931	1 931	2 187
Lowokwaru	1 112	1 112	1 116	478	478	768
<b>KOTA MALANG</b>	17 071	17 071	17 401	10 904	10 904	11 011

Sumber: Dinas Perdagangan Kota Malang

Dengan data tersebut, dapat diperkirakan jika ada sekitar 17.401 usaha yang berpotensi mengisi tempat usaha mereka dengan produk furnitur dari FurniTine.

## 2.3. Analisis Ekonomi

### 2.3.1. Asumsi Cashflow

	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4
<b>Arus Kas masuk</b>				
Investasi	Rp,8.554.250,00			
Penerimaan pembayaran	Rp,162.000.000,00	Rp,324.000.000,00	Rp,432.000.000,00	Rp,486.000.000,00
<b>Jumlah Kas Masuk</b>	Rp,162.000.000,00	Rp,324.000.000,00	Rp,432.000.000,00	Rp,486.000.000,00
<b>Arus Kas Keluar</b>				
		<b>Total</b>		
<b>Biaya Belanja Bahan (60%)</b>	Rp 48.651.000,00	Rp 97.302.000,00	Rp 129.736.000,00	Rp 145.953.000,00
Bahan plastik bekas	Rp 2.640.000,00	Rp 5.280.000,00	Rp 7.040.000,00	Rp 7.920.000,00
Resin	Rp 9.801.000,00	Rp,19.602.000,00	Rp,26.136.000,00	Rp 29.403.000,00
Katalis	Rp 6.300.000,00	Rp 12.600.000,00	Rp 16.800.000,00	Rp 18.900.000,00
Besi	Rp 8.160.000,00	Rp 16.320.000,00	Rp 21.792.000,00	Rp 24.480.000,00
Cat	Rp 7.080.000,00	Rp 14.160.000,00	Rp 18.880.000,00	Rp 21.240.000,00
Thinner	Rp 6.480.000,00	Rp 12.960.000,00	Rp 17.280.000,00	Rp 19.440.000,00
Kertas karton	Rp 8.190.000,00	Rp 16.380.000,00	Rp 21.840.000,00	Rp 24.570.000,00
		<b>Total</b>		
<b>Biaya Sewa dan Jasa (15%)</b>	Rp 27.600.000,00	Rp55.200.000,00	Rp 79.200.000,00	Rp 79.200.000,00
Sewa Gudang	Rp 24.000.000,00	Rp 48.000.000,00	Rp 72.000.000,00	Rp 72.000.000,00
Sewa Kendaraan	Rp 3.600.000,00	Rp 7.200.000,00	Rp 7.200.000,00	Rp 7.200.000,00
		<b>Total</b>		
<b>Biaya Transportasi Lokal (10%)</b>	Rp 8.400.000,00	Rp 9.400.000,00	Rp 10.400.000,00	Rp 10.400.000,00
Kegiatan penyiapan bahan dan pembuatan produk	Rp 1.200.000,00	Rp 1.200.000,00	Rp 1.200.000,00	Rp 1.200.000,00
Kegiatan pemasaran	Rp 7.200.000,00	Rp 8.200.000,00	Rp 9.200.000,00	Rp 9.200.000,00
		<b>Total</b>		
<b>Biaya Lain-lain (15%)</b>	Rp 18.000.000,00	Rp 36.000.000,00	Rp 48.000.000,00	Rp 54.000.000,00
Jasa pembuatan produk	Rp 18.000.000,00	Rp 36.000.000,00	Rp 48.000.000,00	Rp 54.000.000,00
		<b>Total</b>		
<b>Jumlah Kas Keluar</b>	Rp 102.651.000,00	Rp 197.902.000,00	Rp 267.336.000,00	Rp 289.553.000,00
<b>Total</b>	Rp 59.349.000,00	Rp 126.098.000,00	Rp 164.664.000,00	Rp 196.447.000,00

### 2.3.2. Analisis Rasio

Tahun	Forecast Penerimaan	Discount Faktor 20%	PV dari Penerimaan
1	Rp 59.349.000,00	0,834	Rp 49.497.066,00
2	Rp 126.098.000,00	0,695	Rp 87.638.110,00
3	Rp 164.664.000,00	0,578	Rp 95.175.792,00
4	Rp 196.447.000,00	0,482	Rp 94.687.454,00
Total PV dari Penerimaan			Rp 326.998.422,00
Inventasi			Rp 8.554.250,00
Net Present Value			Rp 318.444.172,00

No.	Kriteria Analysis	Nilai	Hasil
-----	-------------------	-------	-------

1.	<i>Net Present Value</i>	Rp 318.444.172,00	Layak
----	--------------------------	-------------------	-------

### 2.3.3. Analisis Payback Period

FurniTine mulai melakukan penjualan pada bulan kedua. Di bulan ini modal awal produksi 15 produk sebanyak Rp 8.554.250,00 sudah berhasil tertutup dengan terjualnya seluruh produk tersebut. Bahkan, FurniTine mendapat keuntungan bersih sebesar Rp 4.945.750,00 dari total hasil penjualan sebesar Rp 13.500.000,00.

No.	Kriteria Analysis	Nilai	Hasil
1.	<i>Payback Periode (pp)</i>	Bulan ke-2	Layak



## BAB 3. BUSINESS MODEL CANVAS

### 3.1. Gambar BMC

#### *Business Model Canvas*

Furnitine's Business Model Canvas



### 3.2. Penjelasan BMC

#### *FurniTine BMC Description*

##### Customer Segment

Kelompok pelanggan yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau preferensi serupa. Bagian ini berfungsi untuk memahami dan mengidentifikasi segmen pelanggan yang berbeda membantu dalam menyesuaikan penawaran nilai, saluran distribusi, dan strategi pemasaran untuk memenuhi kebutuhan mereka secara efektif. Isi Customer Segment kami berikut:

- Toko Mebel, Toko Mebel menjadi tempat pemasaran produk kami karena sebagai bisnis baru kami belum memiliki showroom pribadi untuk menunjukkan produk produk kami dan tidak ada tempat bagi customer untuk melihat produk furniTine secara langsung.
- Customer Tunggal, Kami memilih Customer yang berusia produktif dan berkeluarga karena rentang usia tersebut adalah rentang usia yang telah memiliki rumah sehingga memiliki demand yang tinggi terhadap furniture.
- Hotel, Developer Properti dan Kantor menjadi cutomer segment kami karena bukan hanya sekedar berminat, industri tersebut membutuhkan furniture untuk mengisi bangunan dan tempat kegiatan bisnis beroperasi.

##### Value Propositions

Penjelasan tentang produk atau layanan yang memberikan manfaat atau memecahkan masalah bagi pelanggan. Fungsi bagian ini menentukan dan mengkomunikasikan nilai unik

yang ditawarkan oleh bisnis Anda kepada pelanggan, membedakan diri dari pesaing, dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara yang lebih baik. Isi Value Propositions kami sebagai berikut:

- Eco Friendly, Kami FurniTine memiliki prinsip eco friendly dalam proses pembuatan produk dan hasil produk jadi nya dapat mengurangi dampak negatif pada bumi. kami memperhatikan detail kecil yang mungkin dapat mencemari lingkungan mulai dari penggunaan bahan baku , proses produksi, penggunaan energi, edukasi pada staff atau karyawan dan lain lain.
- Cheap but Luxury, Plastik merupakan bahan dasar pembuatan produk kami namun dalam konteks ini plastik bukan lah bahan dengan nilai jual rendah melainkan dapat menjadi bahan yang bernilai jual tinggi, kami akan terus berusaha dan berinovasi dalam membuat furniture dengan harga terjangkau namun memiliki nilai atau value yang tinggi atau di sebut luxury mulai dari Design , Penampilan nya, Kegunaan nya, maupun kekuatan produk nya.
- Strong Material, value ini yang merupakan value tersusah yang harus kita ciptakan bagi konsumen, ada hal hal yang membuat value ini susah yaitu yang utama soal bahan dasar kita yang berupa plastik dimana plastik bukan merupakan bahan berjenis keras. namun kita yakin dalam pembuatan produk plastik akan tetap menjadi bahan utama kami dengan cara menurunkan kadar plastik nya dan mencampur kan dengan bahan atau zat lain untuk membuat plastik ini menjadi solid. karena kekuatan furniture merupakan aspek penting kita akan tetap menciptakan value ini agar terealisasi pada bisnis kami.

#### Channel

Jalur atau metode yang digunakan untuk berinteraksi dengan pelanggan dan memberikan penawaran nilai kepada mereka. Di bagian ini memastikan penawaran nilai dapat mencapai pelanggan dengan cara yang efisien dan efektif, baik melalui saluran fisik (toko, distributor) maupun saluran digital (platform online, aplikasi). Isi Channel kami sebagai berikut:

- Online Shop, akan menjadi tempat penjualan yang lumayan besar untuk FurniTine karena dapat mencakup banyak customer dan pasar dengan skala besar. Penjualan online juga dapat menguntungkan apabila barang di toko offline habis.
- Social Media, digunakan untuk melakukan promosi dan pendekatan pada customer. dengan memberikan balasan pada komentar secara baik dan intim pada customer agar mereka merasakan pelayanan yang benar benar memperhatikan mereka, selain itu kami juga akan melakukan penawaran lain nya berupa furniture baru yang akan di publish di media social .
- Toko Mebel, akan lebih kecil dari pada showroom jadi toko bersifat eceran, kita juga akan menargetkan middle to low customer, agar semua kalangan dapat mengerti tujuan spesifik dari bisnis ini bukan sekedar membeli furniture.
- Eco Friendly event, merupakan pameran bertema ramah lingkungan untuk memperkenalkan produk kita lebih jauh, karena dengan kita masuk ke pameran akan lebih cepat kita mengetahui respon mau negatif atau pun positif dari customer, karena

produk kami merupakan produk yang sedikit sensitif dari segi penggunaan bahan. Lalu penjualan dari pameran juga akan sangat menguntungkan dari segi Branding produknya sendiri, Pemasaran, Customer personality dan lain lain.

- Showroom, secara spesifik seperti Informa, Selma dan lain lain yang menampung brand Furniture lain, dengan begitu penjualan dan branding dari FurniTine sendiri dapat diperluas, dan segmen customer kita dapat lebih bervariasi dan design furniture juga dapat diperbanyak.

### Customer Relationship

Hubungan pelanggan adalah jenis interaksi dan hubungan yang dibangun antara bisnis dan pelanggan. Fungsinya adalah memahami jenis hubungan yang diharapkan atau diinginkan oleh pelanggan, dan mengembangkan strategi untuk membangun hubungan yang kuat, baik itu personalisasi, self-service, dukungan pribadi, atau lainnya. Isi Customer Relationship kami sebagai berikut:

- Voucher Disc, Voucher diskon yang kami tawarkan berupa potongan harga pengiriman dan potongan harga furniture dengan jumlah tertentu berdasarkan besar jumlah biaya yang dilakukan oleh customer. Voucher diskon akan didapatkan dan semakin meningkat ketika pembelian yang dilakukan oleh customer juga semakin besar.
- Feedback, Kami menampung setiap complain dan masukkan customer untuk menjadi bahan pertimbangan dalam penciptaan produk selanjutnya agar lebih sesuai dengan keinginan pasar. Complain dapat disampaikan melalui sosial media seperti Instagram, WhatsApp, dan website resmi dari FurniTine.
- Customer Service, Customer service bertujuan untuk memuaskan customer FurniTine dengan meningkatkan pelayanan sebaik mungkin. Bentuk pelayanan yang dapat diberikan adalah ramah dan cepat tanggap pada complain customer dan request pembelian dari customer, pelayanan pengiriman barang yang cepat, dll.
- Website Education, Website education adalah bentuk customer relationship yang meyakinkan customer yang ragu akan sustainability produk FurniTine. Kami akan menjelaskan mengapa produk kami sustainable mulai dari raw material yang dipakai dan proses yang berlangsung agar customer lebih yakin dan paham jika produk kami tidak merusak lingkungan.
- Program Reward, Program reward bertujuan untuk mempertahankan customer untuk tetap nyaman bersama FurniTine dengan memberikan berbagai hadiah yang lebih beragam, tidak hanya voucher diskon. Program reward juga memiliki tingkatan berdasarkan jumlah pembelian tertentu dan ketika semakin meningkat maka hadiah yang ditawarkan semakin banyak.

### Revenue Stream

Sebuah cara di mana bisnis mendapatkan pendapatan dari pelanggan melalui penjualan produk atau layanan. Mengidentifikasi model pendapatan yang paling sesuai untuk bisnis Anda, seperti penjualan langsung, biaya berlangganan, iklan, atau penjualan produk tambahan. Isi Revenue Stream kami sebagai berikut:

- Penjualan Produk, yang terjangkau dan berkualitas menjadi satu satunya pemasukkan dalam bisnis FurniTine karena kami ingin memusatkan bisnis kami pada furniture yang disukai dan sustain.

### Key Resources

Aset fisik, finansial, intelektual, atau manusia yang diperlukan untuk menjalankan bisnis. Fungsi bagian ini untuk mengidentifikasi dan mengelola sumber daya yang diperlukan agar bisnis dapat beroperasi secara efisien dan menghasilkan penawaran nilai yang baik. Isi Key Resource kami sebagai berikut:

- Sales, disini akan melakukan penawaran dan penjualan produk kepada pelanggan. Mereka juga bertugas untuk mencari pelanggan baru dan mengenalkan produk kepada banyak orang.
- Modal, menjadi salah satu key resource yang sangat penting dalam bisnis ini. Modal disini bisa berupa uang, bangunan, dll. Untuk mendapatkan modal ini, kami perlu mencari investor sebagai tambahan dan juga modal utamanya pasti dari kami sendiri.
- Employee, akan membantu segala proses yang ada di perusahaan. Seluruh proses di perusahaan mulai dari produksi, penjualan, pengiriman, dan promosi akan dilakukan oleh karyawan.
- Delivery Team, akan melakukan pengiriman-pengiriman barang langsung kepada customer. Kami juga melihat masalah pengiriman barang yang sering terjadi mulai dari salah kirim, pengiriman terlambat, hingga kerusakan barang. Oleh karena itu, team kami ini akan meningkatkan kualitas pengiriman dan menjamin keamanan produk.
- Creative and design team, bertugas untuk membuat desain dari produk-produk FurniTine. Team ini juga akan mencari preferensi pelanggan jadi produk yang dihasilkan bisa sesuai dengan keinginan pelanggan. Kemudian, mereka juga harus mencari tahu tentang tren saat ini.

### Key Activities

Tindakan atau proses yang paling penting dalam menjalankan bisnis dan memberikan penawaran nilai kepada pelanggan. Pada bagian ini mengidentifikasi dan fokus pada kegiatan yang kritis untuk kesuksesan bisnis, seperti produksi, pengembangan produk, pemasaran, atau dukungan pelanggan. Isi Key Activities kami sebagai berikut:

- Pengumpulan sampah, adalah kegiatan pengumpulan raw material oleh FurniTine yang dilakukan oleh key partner kami yaitu tukang rosok (Veolia) sebagai penunjang proses produksi furnitur yang berbahan utama sampah plastik.
- Produksi furnitur, adalah kegiatan pembuatan produk utama penghasil revenue bagi bisnis FurniTine karena FurniTine berdiri sebagai bisnis dengan penjualan utama adalah sebuah Furniture berkualitas.
- Penjualan, adalah kegiatan utama yang akan dilakukan setelah proses produksi furniture selesai. Proses ini merupakan kegiatan utama dari FurniTine yang menghasilkan pemasukkan bagi FurniTine.

- Design furniture, adalah kegiatan untuk menciptakan produk sesuai dengan preferensi masyarakat. Kegiatan design dilakukan oleh Creative and Design Team agar produk yang dihasilkan oleh FurniTine peka terhadap perkembangan design dan masyarakat suka dengan nilai estetika dari furnitur Funitine.

#### Key Partner

Pihak luar yang berkontribusi pada operasional atau penawaran nilai bisnis. Fungsi dari adanya Key Partner yaitu membangun kemitraan yang saling menguntungkan dengan pihak lain, seperti pemasok, distributor, atau mitra strategis, untuk memperluas kapabilitas bisnis dan mencapai tujuan bersama. Isi dari Key Partner kami sebagai berikut:

- Tukang rosok (Veolia), adalah key partners yang akan menjadi pemasok utama raw material bagi FurniTine berupa plastik dan tukang rosok adalah key partner yang sangat penting karena tanpa pemasok sampah proses produksi tidak dapat dilakukan.
- Influencer, adalah key partner yang membantu dalam aspek promosi yang membantu FurniTine sebagai bisnis baru untuk meningkatkan brand awareness nya dan lebih dikenal oleh customer sesuai segmen kami.
- Show room, key partners yang akan membantu FurniTine untuk menunjukkan dan memasarkan produknya karena sebagai bisnis baru kami belum memiliki show room pribadi. Show room ini berfungsi untuk menunjukkan bukti fisik produk kepada customer agar dapat lebih meyakinkan customer.

#### Cost Structure

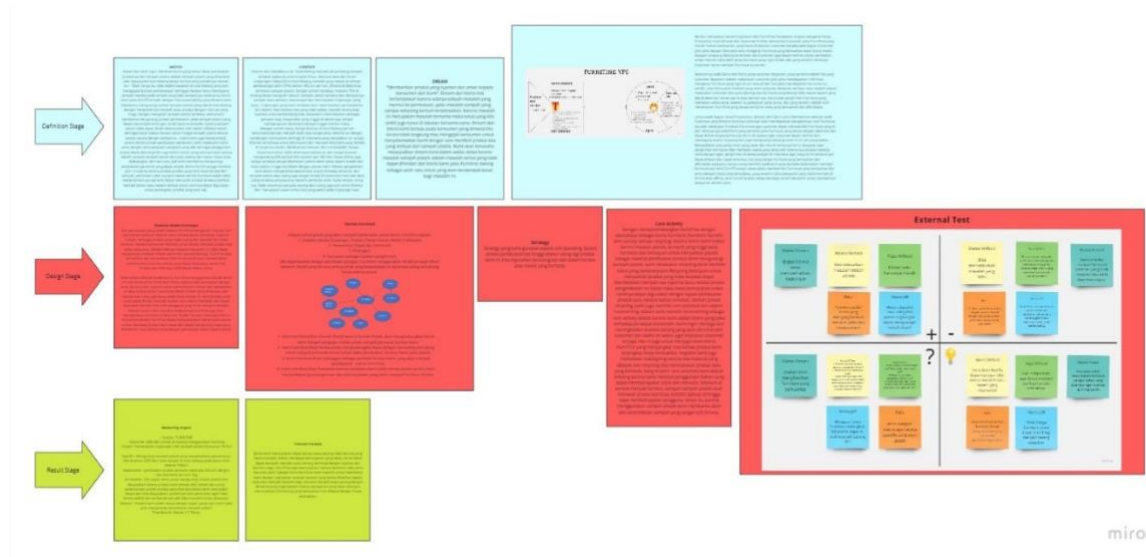
Mengacu pada semua biaya yang terkait dengan operasional bisnis dan pengiriman penawaran nilai. Pada bagian ini memiliki fungsi untuk mengidentifikasi dan mengelola biaya-biaya yang terkait dengan bisnis, termasuk biaya tetap (gaji, sewa) dan variabel (bahan baku, pengiriman) untuk memastikan bisnis berjalan dengan baik dan menghasilkan keuntungan. Isi Cost Structure kami sebagai berikut:

- Cost structure, salary muncul dari pembayaran terhadap pekerja di FurniTine yang terdiri dari delivery team, sales, employee, dan creative and design team.
- Pengeluaran Pembuatan Produk muncul dari biaya pembuatan yang dilakukan oleh pihak yang bekerja sama dengan FurniTine yaitu Rumah Plastik karena pembuatan produk yang tidak ditangani oleh pihak kami.
- Biaya akan Raw Material muncul karena untuk membuat produk FurniTine yang akan ditangani oleh Rumah Plastik, kami perlu bekerja sama dengan perusahaan yang mengumpulkan sampah seperti Veolia yang pastinya menghasilkan biaya.
- Ads cost, adalah biaya pengiklanan produk di sosial media seperti instagram, Tiktok, dan berbagai sosial media yang banyak diminati saat ini dan juga dengan promosi secara offline agar kami agar lebih dikenal oleh masyarakat dan meningkatkan brand awareness

## BAB 4. BUSINESS MODEL TEMPLATE

### 4.1. Gambar BMT

#### *BMT FurniTine*



### 4.2. Penjelasan BMT

#### *BMT Definition Stage*

##### *Motive& Context*

Motif dan Konteks dalam Definition Stage berisi mengenai masalah yang ingin ditangani dengan kehadiran bisnis yang akan dibuat dan pembahasan mengenai mengapa hal itu menjadi masalah. Bagian ini berfungsi untuk menentukan permasalahan yang menjadi fokus dalam bisnis dan juga agar produk yang dibuat pada bisnis ini bisa sesuai target. Jika tidak ada motif dan konteks yang jelas dapat menyulitkan pebisnis dalam menemukan ide bisnis.

##### *Motive FurniTine*

Alasan dari kami ingin membuat bisnis yang bahan dasar pembuatan produknya dari sampah plastik adalah sampah plastik yang dihasilkan oleh masyarakat kota Malang setiap harinya yang jumlahnya ratusan ton. Tidak hanya itu, tidak sedikit kawasan di kota Malang yang sulit menggapai fasilitas pembuangan sehingga mereka harus membuang sampah mereka pada tempat yang tidak semestinya. Karena itu, bisnis kami yaitu FurniTine hadir dengan nilai sustainability yang dimana kami membantu mengurangi jumlah sampah plastik yang ada di kota Malang dengan mengubahnya menjadi suatu produk dengan nilai jual yang tinggi. Dengan mengolah sampah plastik tersebut, usaha kami membantu mengurangi proses pembakaran pada sampah plastik yang dapat menambah emisi gas rumah kaca ke atmosfer karena sampah plastik tidak dapat diolah secara alami oleh bakteri didalam tanah sehingga butuh waktu ratusan tahun hingga sampah plastik terurai secara natural dengan sempurna. Usaha kami juga hemat energi, karena dalam proses pembuatan perabotan, kami melakukan kerja sama dengan para pengrajin pengrajin yang ada sehingga penggunaan energi dapat dikurangi dan juga bahan bahan yang

kami gunakan semua adalah sampah sampah plastik dari kota malang dan bukan impor atau didatangkan dari luar kota, jadi kami membantu mengurangi penghasiian gas emisi yang dapat terjadi. Bisnis FurniTine juga memiliki poin circularity karena produk-produk yang kami buat berasal dari sampah, jadi bukan tidak mungkin ketika pemilik furniture sudah tidak menginginkannya lagi kami dapat mencacah produk tersebut kembali menjadi bahan baku seperti semula untuk nantinya dapat digunakan untuk pembuatan produk yang baru lagi.

### ***Context FurniTine***

Dilansir dari Katadata.co.id, Kota Malang menjadi penyumbang sampah terbesar kedua di provinsi Jawa Timur. Menurut data dari Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Kota Malang, sampah yang masuk ke tempat pembuangan akhir (TPA) sekitar 485 ton per hari, dimana di dalamnya termasuk sampah plastik. Dengan jumlah tersebut, mustahil TPA di Malang dapat mengolah seluruh sampah plastik tersebut dan dampaknya sampah akan semakin menumpuk dan menciptakan lingkungan yang kotor. Lingkungan yang kotor tersebut akan menimbulkan permasalahan lain seperti menciptakan bau yang tidak sedap, menjadi sarang bagi nyamuk untuk berkembang biak, berpotensi menimbulkan berbagai penyakit bagi masyarakat yang tinggal di sekitarnya, sampai mempengaruhi ekosistem tempat tinggal makhluk hidup.

Sebagai contoh kasus, Sungai Brantas di kota Malang pernah terkontaminasi dan menjadi salah satu sungai yang memiliki air dengan kandungan mikroplastik tertinggi di Indonesia yang menjadikan air sungai Brantas berbahaya untuk dikonsumsi dan merusak ekosistem yang berada di sungai itu sendiri. Berdasarkan temuan dari tim Ekspedisi Sungai Nusantara tahun 2022, ditemukan bahwa air dari sungai Brantas mengandung 636 partikel Mikroplastik per 100 liter. Dapat dilihat juga sungai tersebut banyak ditemukan plastik sekali pakai seperti kresek dan botol plastik hingga styrofoam dengan ukuran kecil. Melalui pengalaman kami dalam menganalisa ketertarikan orang terhadap kerajinan dari sampah plastik daur ulang juga sangat rendah di karenakan hasil dari daur ulang tersebut yang kurang menarik perhatian anak muda sampai orang tua. Pada umumnya penyuka barang daur ulang juga sulit untuk ditemui dan merupakan suatu komunitas yang peduli pada lingkungan saja.

### ***Dream***

Dream dalam Definition Stage berisi tentang impian dari pemilik bisnis terhadap bisnisnya. Dalam dream ini bisa berisi visi dan misi dari pemilik bisnis serta kepeduliannya terhadap sekitar. Fungsi bagian ini untuk memberikan arah dan tujuan bisnis dibuat.

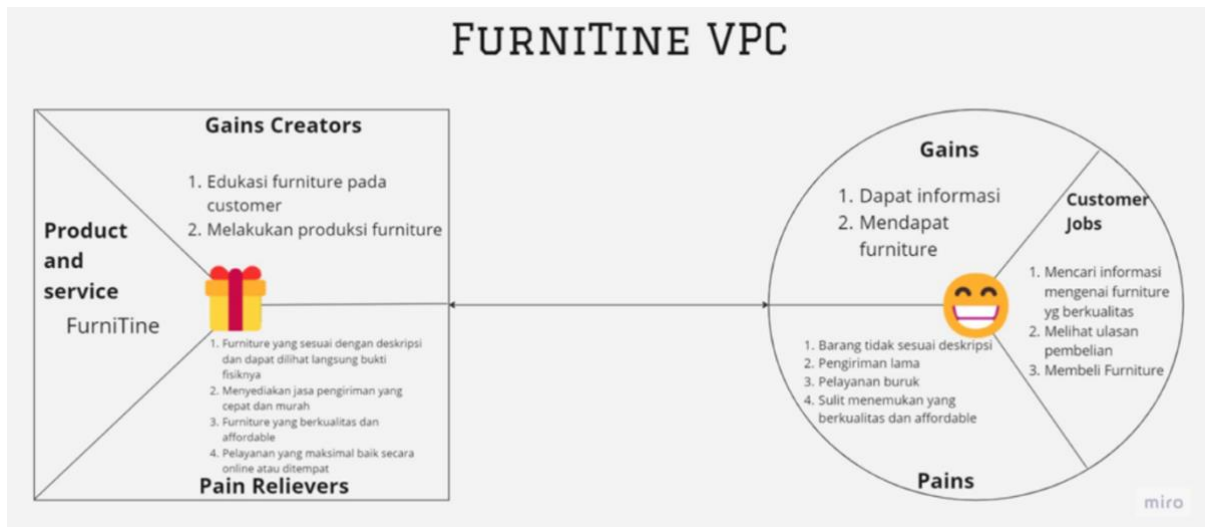
### ***Dream FurniTine***

“Memberikan produk yang nyaman dan aman kepada konsumen dan bumi”. Dream dari bisnis kita berlandaskan karena adanya sebuah masalah yang muncul ke permukaan, yaitu masalah sampah yang sampai sekarang belum terselesaikan. Karena masalah ini merupakan masalah bersama maka solusi yang kita ambil juga harus di lakukan bersama sama. Dream dari bisnis kami bertuju pada konsumen yang dimana kita secara tidak langsung mau mengajak konsumen untuk menyelamatkan bumi dengan cara membeli produk kita yang terbuat dari sampah plastik. Kami akan berusaha mewujudkan dream kami dalam waktu dekat karena masalah sampah plastik adalah masalah serius yang tidak dapat dihindari dan bisnis kami yaitu Furnitine datang sebagai salah satu solusi yang akan berdampak besar bagi masalah ini.

## *Value Proposition*

Value Proposition pada Definition Stage berisi nilai-nilai yang ditawarkan dari produk atau jasa dari suatu bisnis kepada pelanggan. Nilai yang ditawarkan ini bisa berupa manfaat, keunggulan, dan lainnya. Fungsinya bagian ini adalah untuk melihat keunggulan yang dimiliki oleh suatu bisnis dan melihat apakah dengan kehadiran produk ini bisa menjawab kebutuhan pelanggan. Selain itu, dapat dilihat juga apakah produk ini bisa sesuai dan menyelesaikan masalah yang dihadapi pelanggan.

### *Value Proposition FurniTine*



Berikut merupakan Value Proposition dari FurniTine, Penjelasan singkat mengenai Value Proposition kami dimulai dari Customer Profile, Kebutuhan Customer yaitu FurniTure yang murah namun berkualitas, yang harus dilakukan customer berada pada bagian Customer Jobs yaitu dengan Mencari tahu mengenai Furniture yang berkualitas lewat Social media ataupun langsung datang ke tempat, lalu Customer juga dapat melihat ulasan pembelian untuk mencari tahu lebih lanjut furniture yang ingin di beli, dan yang terakhir tentunya Customer harus membeli Furniture itu sendiri.

Selanjutnya pada Gains dan Pains yang customer dapatkan, yang pertama adalah hal yang customer dapatkan setelah melakukan customer Jobs yaitu mendapatkan informasi mengenai Furniture yang ingin di cari atau di beli, lalu jelas mendapatkan furniture itu sendiri. Lalu Pains yaitu masalah yang akan customer dapatkan sembari atau setelah selesai melakukan customer jobs yaitu Barang atau furniture yang datang tidak sesuai seperti yang ada di deskripsi misal warna atau bentuk nya, lalu proses pengiriman Furniture yang memakan waktu lama, Setelah itu pelayanan yang buruk, dan yang terakhir adalah sulit menemukan FurniTure yang sesuai keinginan atau yang berkualitas dan affordable.



Lanjut pada bagian Value Proposition, dimulai dari Gains yaitu Memberikan edukasi pada Customer yang dimana nantinya customer akan mendapatkan pengetahuan soal Furniture, lalu ada melakukan Produksi Furniture agar customer dapat memperoleh Furniture yang di beli. Selanjutnya pada Pains yang pertama yaitu Furniture yang sesuai dengan deskripsi dan dapat dilihat langsung fisiknya hal ini di tujukan agar customer dapat melihat dan memegang secara langsung dan juga mengurangi peluang salah kirim, lalu yang kedua , Menyediakan jasa pengiriman yang cepat dan murah tentunya hal ini ditujukan agar pengiriman furniture tidak memakan waktu yang lama oleh karena itu kita akan bekerja sama dengan agen pengiriman di setiap wilayah di Indonesia agar biaya kirim kemana pun dapat ditekan dan cepat tentunya, lalu yang ketiga Furniture yang berkualitas dan affordable walaupun setiap orang memiliki preferensi yang berbeda beda dalam membeli furniture tapi kami FurniTine akan tetap selalu memberikan Furniture yang berkualitas dan tentu dengan harga yang terjangkau, yang terakhir yaitu pelayanan yang maksimal baik di Online atau offline, kami Furnitine akan selalu bersikap ramah berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik kami.

### ***BMT Design Stage***

#### ***Business Model Archetype***

Business Model Archetype pada Design Stage adalah sebuah bentuk klasifikasi untuk menggambarkan struktur dan karakteristik dari sebuah model bisnis. Fungsi dari bagian ini yaitu untuk memberikan bantuan dalam melakukan analisis dan memahami bisnis model secara detail dan terperinci. Cara yang bisa dilakukan dengan membandingkan bisnis dengan model bisnis perusahaan lain dalam industri yang sejenis dan mencari kesamaan serta perbedaan dari beberapa bisnis tersebut.

#### ***Business Model Archetype FurniTine***

Dari perusahaan yang sudah mapan, FurniTine mengambil inspirasi dari perusahaan pakaian H&M di mana mereka dapat membuat lingkaran sirkuler, sehingga produk yang sudah usang dari pembeli dan tidak terpakai, mereka kumpulkan kembali untuk diubah menjadi produk siap pakai yang baru. Dengan adanya lingkaran berputar ini, H&M dapat mengurangi produksi limbah tekstil dari perusahaannya. FurniTine juga terinspirasi dari perusahaan IKEA Furniture dimana mereka dapat membuat furniture dari bahan yang dapat ditemukan setiap hari. Produk dari IKEA juga 100% dapat didaur ulang.

Maka untuk arketipe model bisnis, FurniTine menggunakan Model Bisnis Circular dimana FurniTine lebih fokus pada produk berkualitas dengan umur panjang dan meminimalkan penambahan limbah dari pembuatan produk karena bahan utamanya adalah limbah yang dihasilkan oleh masyarakat. Kami juga fokus pada siklus sirkular di mana produk yang rusak dapat diubah menjadi produk baru, desain berbeda, dan dapat digunakan kembali baik oleh pengguna yang sama maupun berbeda. Namun bukan tidak mungkin kedepannya FurniTine juga akan menggunakan Community Business Modell. Dengan merangkul Bisnis Komunitas Modell, FurniTine dapat mengumpulkan bahan baku utama untuk membuat produk

lebih cepat dan dapat mengurangi biaya yang dikeluarkan saat bekerja sama dengan perusahaan besar seperti Veolia.

### ***Parties Involved***

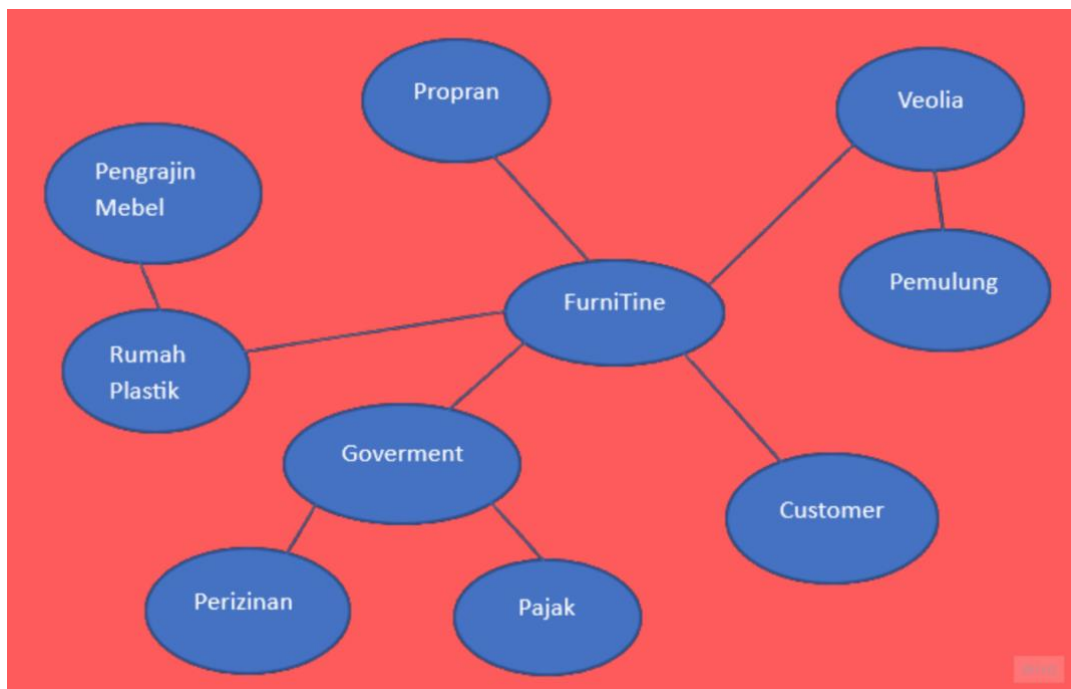
Parties Involved pada Design Stage berisi siapa saja pihak dan pemegang kepentingan yang ada dalam bisnis serta berpengaruh dalam pengambilan keputusan bisnis. Disini juga nantinya akan dijelaskan mengenai tugas atau kepentingan dari berbagai pihak tersebut. Pada bagian ini, fungsi parties involved adalah untuk mengetahui pihak mana yang diajak kerjasama untuk mewujudkan tujuan bisnis.

### ***Parties Involved FurniTine***

Ada beberapa pihak-pihak yang akan menjadi stakeholder untuk bisnis FurniTine dalam segi Produksi, Distribusi dan lain lain yaitu :

1. Supplier (Veolia, Scavenger, Propan, Plastic House, Meble Craftsman)
2. Pemerintah (Pajak dan Perizinan)
3. Pelanggan
4. Karyawan (Sebagai layanan pengiriman)

Jika digambarkan dengan pemetaan jaringan, Furnitine menggunakan Model Jaringan Mesh Network Model yang dimana semua pihak yang berpartisipasi di dalamnya saling terhubung tanpa adanya pusat:



1. Kami membutuhkan Rumah Plastik karena Rumah Plastik akan menghubungkan bisnis kami dengan pengrajin meble untuk menjadi pemasok furnitur kami.

2. Kami membutuhkan Veolia untuk menghubungkan kami dengan komunitas pemulung untuk menjadi pemasok utama bahan baku pembuatan furnitur kami, yaitu plastik.
3. Kami membutuhkan pelanggan sebagai pembeli furnitur kami. yang akan menjadi pendapatan utama FurniTine.
4. Kami membutuhkan karyawan karena meskipun kami tidak memproduksi sendiri, kami menyediakan jasa pengiriman dan ada karyawan yang perlu menjual furniture di toko.

### ***Strategy***

Strategi dalam Design Stage adalah serangkaian tindakan yang dilakukan untuk menuju keberhasilan bisnis. Strategi ini bisa berbentuk rencana-rencana ataupun proses yang dilakukan. Fungsinya tentu saja untuk membuat bisnis yang dijalankan berhasil dan mengurangi risiko kegagalan dalam bisnis.

### ***Strategy FurniTine***

Strategy yang kami gunakan adalah Life Spanding. Dalam proses pembuatannya hingga didaur ulang lagi produk kami ini bisa digunakan berulang kali dan dalam bentuk atau model yang berbeda.

### ***Core Activites***

Core Activites pada Design Stage berisi penjelasan mengenai kegiatan inti yang menjadi keunggulan dalam bisnis. Kemudian, ada juga penjelasan mengenai REstrategi(Reduce, Reuse, Recycle)yang digunakan dan juga mengenai RE dari sirkularitas. Bagian ini juga berfungsi untuk mengetahui apa hal yang menjadi kekurangan dalam bisnis dan bisa ditingkatkan atau ditutupi oleh keunggulan lain dan mengembangkan hal yang sudah menjadi keunggulan dalam bisnis.

### ***Core Activites FurniTine***

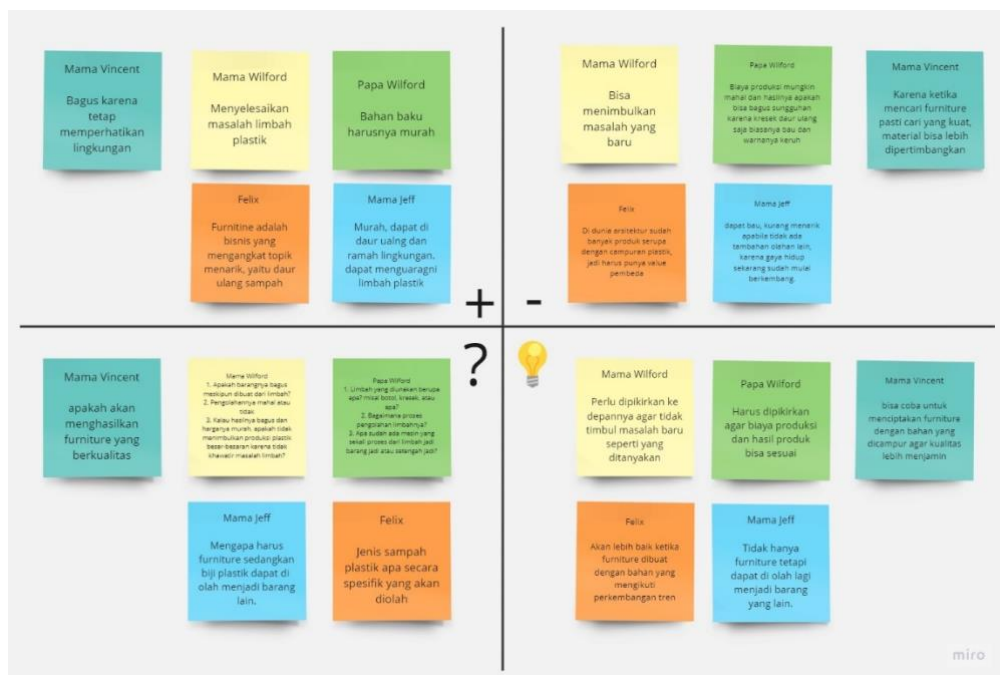
Dengan mempertimbangkan FurniTine dengan spesialisasi sebagai bisnis Furniture, Furnitine memiliki core activity berupa recycling. Karena bisnis kami timbul karena masalah plastik, demand yang tinggi pada furniture dan bertujuan untuk menjadikan plastik sebagai material pembuatan produk demi mengurangi sampah plastik, kami melakukan recycling demi memiliki siklus yang berkelanjutan. Recycling bertujuan untuk menjadikan produk yang tidak terpakai dapat dikembalikan menjadi raw material baru melalui proses pengembalian ke bahan baku lewat pencacahan untuk nantinya dapat digunakan dengan tujuan pembuatan produk baru melalui bahan tersebut. Setelah proses recycling, kami juga memiliki core activities lain seperti reconverting. Alasan kami memilih reconverting sebagai core activity adalah karena kami adalah bisnis yang peka terhadap pendapat konsumen. Kami ingin menjaga dan meningkatkan kualitas barang yang akan diterima oleh customer dari waktu ke waktu agar kepuasan customer terjaga. Hal ini juga untuk menjaga moto bisnis FurniTine yang mengangkat nilai bahwa produk kami terjangkau tetap berkualitas. Kegiatan kami juga melibatkan redesigning karena raw material yang didapat dari recycling bisa menciptakan produk baru yang berbeda. Yang terakhir core activities kami adalah refusing karena kami menolak penggunaan bahan yang

dapat membahayakan alam dan manusia. Sebelum di bentuk menjadi furnitur, sampah plastik akan melewati proses sterilisasi terlebih dahulu sehingga tidak membahayakan pengguna. Selain itu, karena menggunakan sampah plastik kami membantu alam dari pencemaran sampah yang sangat sulit terurai.

### External Test

External Test dalam Design Stage berisi mengenai umpan balik dari pihak luar mengenai bisnis model. Hal ini menjadi sangat penting untuk keberlangsungan bisnis karena dari sini bisnis model yang dibuat akan mendapatkan banyak masukan dan bisa berbenah lagi. Fungsi dari External Test pastinya untuk mengetahui kelebihan, kekurangan, pertanyaan seputar bisnis, dan ide atau saran dari pihak luar untuk bisnis kita.

### External Test FurniTine



### BMT Result Stage

### Measuring Impact

Measuring Impact pada bagian Result Stage berisi dampak-dampak yang dimiliki Business Model. Dampak yang dimaksud juga bermacam-macam mulai dari sosial, ekologi, ekonomi, dan lainnya. Kemudian, pada bagian ini juga berfungsi untuk menganalisis dan mencari penyelesaian mengenai dampak-dampak yang ditimbulkan oleh Business Model terutama dampak buruk dan juga memperkirakannya untuk jangka pendek maupun panjang.

### Measuring Impact FurniTine

- Output : FURNITINE
- Outcome : 60% dari rumah di malang menggunakan Furnitine

- Impact : Pencemaran lingkungan oleh sampah plastik bisa turun 70 Ton

Metode SMART

Specific : Mengurangi sampah plastik yang menyebabkan pencemaran 10% di tahun 2027 dari total sampah di kota Malang pada tahun 2022 seberat 700ton

Measurable : pembuatan produk perbulan sebanyak 500 unit dengan rata rata berat per unit 2Kg

Achievable : IYA, tujuan kami untuk mengurangi limbah plastik bisa diwujudkan karena produk kami terbuat dari limbah dan untuk perencanaan jumlah produk yang bisa diproduksi kami rasa sudah sesuai dan bisa diwujudkan. Jumlahnya kami perkirakan agar tidak terlalu sedikit dan terlalu banyak jadi tidak mustahil untuk dilakukan.

Relevan : Produk kami sudah sesuai dengan tujuan yang ingin kami capai yaitu mengurangi pencemaran sampah plastik.

Time Bound : Sekitar 5-7 Tahun

### ***Value Created***

Value Created pada bagian Result Stage berisi mengenai nilai yang telah diciptakan melalui keberadaan bisnis. Bagian ini berfungsi untuk melihat apakah nilai yang dihasilkan sudah sesuai dengan tujuan dan kondisi saat ini. Selain itu, hal ini juga sangat berpengaruh terhadap keberhasilan bisnis ke depannya.

### ***Value Created FurniTine***

Bisnis kami menciptakan value bahwa suatu barang tidak bernilai yang setara sampah, ketika mendapat penanganan yang tepat, hal tersebut dapat berubah menjadi suatu barang berharga dengan kualitas dan bernilai tinggi. FurniTine juga menunjukkan bahwa berbisnis tidak perlu merusak alam. Sebagai bisnis furniture kami memilih untuk membantu alam dengan mengubah sampah samoa yang ketika dibiarkan begitu saja akan menjadi masalah bagi manusia menjadi suatu barang dengan demand yang tinggi setelah melalui penanganan yang tepat sekaligus menunjukkan jika barang yang berkualitas bisa didapat dengan harga terjangkau.

## **BAB 5. METODE PELAKSANAAN**

### **5.1. Aspek Produksi/ Operasional**

Metode pelaksanaan menyajikan uraian tentang

1. teknik/cara membuat produk komoditas usaha, mengemas dan
2. memasarkannya sekaligus tahapan pekerjaan dalam pencapaian tujuan program.
3. Pada tahapan pekerjaan, uraikan aktivitas-aktivitas yang dilakukan dan alat/bahan yang digunakan. Perancangan produk:

1. Bagian Creative akan membuat desain produk
2. Desain yang telah dibuat akan diserahkan kepada CEO
3. Jika telah disetujui, desain produk akan dikirim ke mitra yang akan melakukan produksi furniture.

Promosi produk:

1. Proses promosi akan dilakukan melalui sosial media dan juga bagian Sales
2. Produk-produk baru dan promo harga akan diposting di sosial media agar bisa diketahui banyak orang terutama para pembeli
3. Sales juga akan menawarkan produk kepada para calon pembeli secara langsung.

Produksi produk:

1. Pengumpulan sampah plastik dilakukan oleh mitra (pemulung)
2. Sampah yang telah dikumpulkan akan melalui proses pencucian dan pengeringan
3. Sampah plastik akan melalui proses pencacahan menjadi bahan mentah untuk Furniture
4. Bahan mentah akan diproses menjadi furniture sesuai pesanan pelanggan
5. Furniture yang telah jadi akan melalui proses pewarnaan dan akan dijemur hingga kering

Pengiriman produk:

1. Produk yang sudah selesai diproduksi akan diberikan ke bagian pengiriman
2. Produk-produk akan dimasukkan ke dalam kendaraan-kendaraan pengiriman dan segera diberangkatkan
3. Rute pemberangkatan akan dilakukan penyesuaian agar barang bisa terkirim tepat waktu dan juga agar menghemat bahan bakar kendaraan
4. Kapasitas maksimal pengangkutan juga akan disesuaikan untuk menjaga keamanan barang

## 5.2. Aspek Pemasaran

# Segmenting

No.	Segmenting (Age)	Characteristic
1.	Umur 25-32	Kisaran Umur tersebut adalah umur Ideal untuk menikah, jadi pengantin baru bisa menjadi potensial customer dari FurniTine, Karena mereka pasti akan mencari keperluan rumah tangga termasuk furniture. Furniture yang indah, modern, elegan juga menjadi tujuan para pengantin muda,
2.	Umur 35-45	Kisaran umur ini merupakan umur pengantin tua atau sudah lama biasa nya akan lebih jarang untuk membeli furniture tapi kami juga memperkirakan umur Furniture sebelum nya yang seharusnya sudah rusak ataupun berusia tua, oleh karena itu umur pengantin tua juga menjadi potensi customer kami.
No.	Segmenting (In Family Phase)	Characteristic
1.	Keluarga baru	Biasanya Keluarga baru belum memiliki anak, kemungkinan besar mereka mungkin tertarik pada furnitur yang terjangkau namun berkualitas baik, dengan penekanan pada desain yang modern dan multifungsi.
2.	Keluarga dengan Anak kecil	Akan mulai membeli furniture dengan tema yang unik dan modern karena mereka ingin yang terbaik untuk anak-anak nya. Furniture yang dipilih biasanya yang nyaman dan aman tentunya contoh kasur tingkat dan lain lain.
3.	Keluarga dengan Anak Remaja	Keluarga dengan remaja memiliki kebutuhan yang berbeda karena anak-anak mereka semakin besar dan perlu

		ruang yang lebih mandiri. Mereka mungkin mencari furnitur seperti meja belajar yang cocok untuk pekerjaan rumah dan studi, tempat tidur dengan ruang penyimpanan tambahan, atau furnitur yang dapat disesuaikan dengan perubahan kebutuhan remaja mereka.
<b>No.</b>	<b>Segmenting (Income &amp; Social Class)</b>	<b>Characteristic</b>
1.	Menengah	Customer dengan income menengah akan membeli furniture yang fungsional, terjangkau dan tahan lama dari segi kualitas dan umur bahannya sendiri.
2.	Tinggi	Customer yang memiliki income tinggi pasti akan mencari barang yang terkesan mewah, eksklusif serta premium dari segi kualitas, penampilan, kenyamanan dan lain lain, itu semua ada di Furniture danri Furnitine.

## Targeting

Age akan menjadi targeting kami, lebih spesifik nya Customer dengan umur berkisar 25-32 karena pada umur tersebut banyak pengantin baru yang mulai berkeluarga dan mencari keperluan untuk di rumah nya. Furniture menjadi salah satu hal wajib yang pasti akan di beli, karakteristik furniture yang di beli adalah yang nyaman, tahan lama, estetik, modern, terjangkau dan lain lain nya. Semua itu sudah tersedia di Furnitine, Pengantin Baru menjadi salah satu customer potensial yang stabil dalam segi pembelian karena setiap tahun nya pasti akan ada pengantin baru yang muncul dan mencari kebutuhan mereka jadi customer ini akan selalu memiliki daya beli yang besar. Lifetime Value Customer dimana pembelian akan stabil sepanjang berjalan nya bisnis.

## Positioning

Furnitin adalah bisnis furnitur yang menawarkan produk berkualitas dengan design yang mewah kepada customer dengan harga yang bervariasi namun terjangkau. Hal tersebut karena kami berusaha menekan biaya pembuatan produk dengan menciptakan furnitur dari material yang pada mulanya tidak memiliki nilai sama sekali yaitu sampah plastik, menjadi bernilai tinggi karena melalui berbagai proses yang penuh pertimbangan. Kami juga menekankan kualitas tinggi pada produk kami sehingga customer tidak perlu takut dan ragu akan kebersihan produk karena produk yang berasal dari sampah plastik, apakah produk tahan



lama, produk yang dihasilkan modis atau tidak dan sebagainya. FurniTine adalah bisnis yang mengutamakan kepentingan customer sehingga kami berusaha menciptakan produk, memberi servis, dan penawaran terbaik. Bagi mereka yang butuh produk berkualitas namun tetap terjangkau, Produk dari FurniTine adalah produk yang sangat tepat.

## **Marketing Mix**

Tentu! Berikut adalah contoh pembuatan marketing mix 4P untuk perusahaan furniture:

### **1. Produk (Product):**

Furniture yang menggunakan bahan plastik dan memiliki nilai sustainability dengan design yang menawan, mewah tetapi di bandrul dengan harga yang masih terjangkau.

### **2. Harga (Price):**

Harga dari Furniture kami masih dapat bersaing dengan merek Furniture lain nya walaupun Furniture kami memiliki bahan baku yang terbilang murah. Harga dari Furniture kami beragam karena kami tidak hanya menjual 1 jenis Furniture, contoh meja dan kursi jelas memiliki harga yang berbeda karena proses produksi meja memerlukan lebih banyak bahan baku di bandingkan kursi. Kami membedakan harga berdasarkan ukuran dari Furniture nya di kisaran Rp,500.000 - Rp,100.000.

### **3. Distribusi (Place):**

Online Shop, Social media, Toko Mebel, Eco Friendly Event, ShowRoom, Toko Fisik, Developer Property.

### **4. Promosi (Promotion):**

Social Media, Brosur, Pameran Furniture berikut adalah dimana kami akan melakukan promosi secara rutin untuk memperluas pasar penjualan furniture kami dan juga mengenalkan Furniture kami.

## BAB 6. BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

### 6.1 Anggaran Biaya

No	Jenis Pengeluaran (Perbulan)	Sumber Dana	Besaran Dana (Rp)
1	Bahan habis pakai (contoh: ATK, kertas, bahan, dan lain lain) maksimum 50% dari jumlah dana yang diusulkan	Belmawa	Rp 4.054.250,00
		Perguruan Tinggi	-
		Instansi Lain (Jika ada)	-
2	Sewa dan jasa (sewa/jasa alat; jasa pembuatan produk pihak ketiga, dan lain lain), maksimum 25% dari jumlah dana yang diusulkan	Belmawa	Rp 2.300.000,00
		Perguruan Tinggi	-
		Instansi Lain (Jika ada)	-
3	Transportasi lokal maksimum 10% dari jumlah dana yang diusulkan	Belmawa	Rp 700.000,00
		Perguruan Tinggi	-
		Instansi Lain (Jika ada)	-
4	Lain-lain (contoh: biaya komunikasi, biaya bayar akses publikasi, biaya adsense media sosial, dan lain lain) maksimum 15% dari jumlah dana yang diusulkan	Belmawa	Rp 1.500.000,00
		Perguruan Tinggi	-
		Instansi Lain (Jika ada)	-
Jumlah			Rp 8.554.250,00
Rekap Sumber Dana		Belmawa	Rp 8.554.250,00
		Perguruan Tinggi	-
		Instansi Lain (Jika ada)	-
		Jumlah	Rp 8.554.250,00

Tabel 4.1 Rekapitulasi Rencana Anggaran Biaya

### 6.2 Jadwal Kegiatan

No	Jenis Kegiatan	Bulan					Person Penanggung Jawab
		1	2	3	4	5	
1	Perancangan design furnitur	■	■	■	■	■	Wilford Sebastian Cakra
2	Menjalin kerja sama dengan partner yang akan melakukan produksi furnitur		■				Vincent Fernando Atmajaya

3	Produksi furnitur						Wilford Sebastian Cakra, Vincent Fernando Atmajaya, Leonardo Jefferson Santoso
4	Pembuatan sosial media sebagai media promosi						Leonardo Jefferson Santoso
5	Promosi via sosial media						Leonardo Jefferson Santoso
6.	Promosi onsite dari toko ke toko						Vincent Fernando Atmajaya
7.	Pengiriman barang ke customer						Wilford Sebastian Cakra
8.	Pembuatan laporan kemajuan						Wilford Sebastian Cakra, Vincent Fernando Atmajaya, Leonardo Jefferson Santoso
9.	Pembuatan laporan akhir						Wilford Sebastian Cakra, Vincent Fernando Atmajaya, Leonardo Jefferson Santoso

## DAFTAR PUSTAKA

Ramadhan, 2018. *Perilaku Buang Sampah Sembarangan dan Dampaknya Bagi Lingkungan*. [Online] Available at: <https://pontianak.tribunnews.com/2018/12/12/perilaku-buang-sampah-sembarangan-dan-dampaknya-bagi-lingkungan#:~:text=%22Dampak%20dari%20pembuangan%20sampah%20sembarangan%20dapat%20menyebabkan%20lingkungan,penyakit%20dan%20dapat%20mencemari%20lingkungan%20d>

*Ini Daerah Penghasil Sampah Terbanyak di Jawa Timur | Databoks* (2023). Available at: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/31/ini-daerah-penghasil-sampah-terbanyak-di-jawa-timur> (Accessed: 7 July 2023).

*Jumlah Rumah Tangga di Kota Malang 2020-2022 (2020) Badan Pusat Statistik*. Available at: <https://malangkota.bps.go.id/indicator/12/39/1/jumlah-rumah-tangga-di-kota-malang.html> (Accessed: 08 July 2023).

Usia ideal Menikah Menurut Pemerintah, Kesehatan, Hingga Islam (2022) gaya hidup. Available at: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20221129134106-282-880270/usia-ideal-menikah-menurut-pemerintah-kesehatan-hingga-islam> (Accessed: 08 July 2023).

*Badan Pusat Statistik* (2023). Available at: <https://malangkota.bps.go.id/indicator/33/122/1/jumlah-tempat-usaha-dan-pedagang-di-kota-malang.html> (Accessed: 7 July 2023).

## Lampiran 1. Kontribusi Anggota Kelompok

Kontribusi akademik setiap anggota kelompok pada proposal PKMK dalam perspektif business model berkelanjutan ini dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Kontribusi Anggota Kelompok

No	Nama Mahasiswa	Kontribusi Akademik	%
1	Leonardo	Mengisi bab 3 dan bab 6 serta berpartisipasi pada semua bab	100
2	Vincent	Mengisi bab 1 dan bab 5 serta berpartisipasi pada semua bab.	100
3	Wilford	Mengisi bab 2 dan bab 4 serta berpartisipasi pada semua bab	100
	Total		100

## Lampiran 2. Biodata Ketua dan Anggota, serta Dosen Pendamping

### Biodata Ketua

#### A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Wilford Sebastian Cakra
2	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	Program Studi	Digital Business Innovation
4	NIM	2602084060
5	Tempat dan Tanggal Lahir	Tulungagung, 2 November 2003
6	Alamat E-mail	Wilford.cakra@binus.ac.id
7	Nomor Telepon/HP	081513043785

#### B. Kegiatan Kemahasiswaan Yang Sedang/Pernah Diikuti

No	Jenis Kegiatan	Status dalam Kegiatan	Waktu dan Tempat
1	Kegiatan Paskah KMaK	Staff divisi acara	10 April 2023, Gereja St. Albertus de Trapani
2	Disability Empowering	Peserta	2023, Binus Malang
3	-	-	-

#### C. Penghargaan Yang Pernah Diterima

No.	Jenis Penghargaan	Pihak Pemberi Penghargaan	Tahun
1	-	-	-
2	-	-	-
3	-	-	-

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan PKM-K.

Malang, 07 – 07 - 2023

Ketua Tim



Wilford Sebastian Cakra

## Biodata Anggota 1

### A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Leonardo Jefferson Santoso
2	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	Program Studi	Digital Business Innovation
4	NIM	2602068006
5	Tempat dan Tanggal Lahir	Surabaya, 9 Oktober 2004
6	Alamat E-mail	Leonardo.santoso@binus.ac.id
7	Nomor Telepon/HP	08113399897

### B. Kegiatan Kemahasiswaan Yang Sedang/Pernah Diikuti

No	Jenis Kegiatan	Status dalam Kegiatan	Waktu dan Tempat
1	Misdinar	Peserta	2018-2019 Surabaya Paroki Roh kudus
2	Lomba Basket	Peserta	2017, Petra 2
3	Disability Empowering	Peserta	2023, Binus Malang

### C. Penghargaan Yang Pernah Diterima

No.	Jenis Penghargaan	Pihak Pemberi Penghargaan	Tahun
1	-	-	-
2	-	-	-
3	-	-	-

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan PKM-K.

Malang, 07 – 07 - 2023

Anggota Tim



Leonardo Jefferson Santoso

Biodata Anggota 2

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Vincent Fernando Atmajaya
2	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	Program Studi	Digital Business Innovation
4	NIM	2602084123
5	Tempat dan Tanggal Lahir	Samarinda, 17 Agustus 2004
6	Alamat E-mail	Vifa178@gmail.com
7	Nomor Telepon/HP	087811146999

B. Kegiatan Kemahasiswaan Yang Sedang/Pernah Diikuti

No	Jenis Kegiatan	Status dalam Kegiatan	Waktu dan Tempat
1	Lomba Ide Bisnis ( Economic Day 2022)	Peserta	8 November 2022, Universitas Katholik Indonesia Atmajaya (Online)
2	Lomba Ide Bisnis Eco Day	Peserta	25 November 2022, Universitas Bina Nusantara (Onsite)
3	Kegiatan sosial (Binus for Donomulyo)	Sukarelawan	12 September 2022, Malang Selatan (Onsite)

C. Penghargaan Yang Pernah Diterima

No.	Jenis Penghargaan	Pihak Pemberi Penghargaan	Tahun
1	-	-	-
2	-	-	-
3	-	-	-



Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan PKM-K.

Malang, 07 – 07 - 2023

Anggota Tim

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'VFA', is written over a set of horizontal lines.

Vincent Fernando Atmajaya

### Lampiran 3. Justifikasi Anggaran Kegiatan

No.	Jenis Pengeluaran	Volume	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1	Belanja Bahan (maks. 50%)			
	Bahan plastik bekas	100 KG	Rp 2.200,00	Rp 220.000,00
	Resin	15 Liter	d Rp 54.450,00	Rp 816.750,00
	Katalis	5 Liter	Rp 105.000,00	Rp 525.000,00
	Besi	10 Pasang	Rp 68.000,00	Rp 680.000,00
	Cat	5 KG	Rp 118.000,00	Rp 590.000,00
	Thinner	5 Liter	Rp 108.000,00	Rp 540.000,00
	Kertas karton	15 Lembar	Rp 45.500,00	Rp 682.500,00
	SUBTOTAL	-	-	Rp 4.054.250,00
2	Belanja Sewa (maks. 25%)			
	Sewa Gudang	1 unit	Rp 2.000.000,00	Rp 2.000.000,00
	Sewa kendaraan	1 unit	Rp 300.000,00	Rp 300.000,00
	SUBTOTAL		-	Rp 2.300.000,00

3	Perjalanan lokal (maks. 10 %)			
	Kegiatan penyiapan bahan dan pembuatan produk	1	Rp 100.000,00	Rp 100.000,00
	Kegiatan pemasaran	12	Rp 50.000,00	Rp 600.000,00
	SUBTOTAL		-	Rp 700.000,00
4	Lain-lain (maks. 15 %)			
	Jasa pembuatan produk	15 produk	Rp 100.000,00	Rp 1.500.000,00
	SUBTOTAL		-	Rp 1.500.000,00
	GRAND TOTAL		-	Rp 8.554.250,00
GRAND TOTAL (Terbilang .....)				

## **Lampiran 4. Susunan Organisasi Tim Pelaksana dan Pembagian Tugas**

<b>No</b>	<b>Nama/NIM</b>	<b>Program Studi</b>	<b>Bidang Ilmu</b>	<b>Alokasi Waktu (jam/ minggu)</b>	<b>Uraian Tugas</b>
1	Vincent Fernando Atmajaya-2602084123	Kewirausahaan	Digital Business Innovation	28 (dua puluh delapan jam/minggu)	Bertanggung jawab pada proses dari produksi yang dilakukan key partner hingga produk sampai di gudang dan dikirim ke customer.
2	Leonardo Jefferson Santoso-2602068006	Kewirausahaan	Digital Business Innovation	28 (dua puluh delapan jam/minggu)	Bertanggung jawab pada pencatatan penggunaan dana dan membuat laporan keuangan.
3	Wilford Sebastian Cakra-2602084060	Kewirausahaan	Digital Business Innovation	28 (dua puluh delapan jam/minggu)	Bertanggung jawab pada proses restock bahan untuk produk dan mengirimkannya kepada key partner.