

# **PROPOSAL BISNIS**

## **PUSH STREET WEAR**

Proposal ini disusun untuk memenuhi tugas mata kuliah Kewirausahaan

Dosen Pengampu : Laila Irawati skm, M M.



Disusun Oleh :

Putri Kinayah Sujani (23110505517)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S-1**  
**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**  
**UNIVERSITAS PAMULANG**  
**TANGERANG SELATAN**

**2024**

## **KATA PENGANTAR**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Proposal usaha PUSH Street wear ini adalah usaha kaos yang dibuat berdasarkan penelitian mengenai peluang usaha di wilayah Pamulang. Berbagai macam aspek dapat menguntungkan bagi para wirausahawan untuk mendirikan Perusahaan kaos ini.

Saya sebagai pendiri usaha PUSH Street Wear akan merasa bangga apabila dapat mengurangi angka pengangguran di wilayah Pamulang, dan tentunya semakin menumbuhkan rasa cinta terhadap lingkungan pamulang, karena dengan desain kaos yang mengajak untuk mencintai dan menjaga lingkungan.

Demikian proposal usaha dan bisnis PUSH Street wear dapat terselesaikan dengan baik berkah Ridho Allah SWT. Saya mengucapkan banyak-banyak terimakasih atas dorongan serta motivasi dari bberbagai pihak yang terlibat, khususnya orangtua dan rekan-sekan sekalian.

Tidak lupa kami mengharapkan saran serta kritik sehingga kami dapat menjalankan usaha PUSH Street wear ini menjadi lebih baik, maju dan berkembang.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Tangerang Selatan, 23 November 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Visi dan Misi.....	1
1.3 Tujuan.....	2
1.4 Riwayat Pendiri .....	2
<b>BAB II PEMBAHASAN .....</b>	<b>3</b>
2.1 Aspek Pemasaran .....	3
2.1.1 Gambaran Umum Pasar .....	3
2.1.2 Segmentasi Pasar .....	4
2.1.3 Strategi Pemasaran .....	5
2.2 Analisis SWOT .....	9
2.2.1 <i>Strength</i> (Kekuatan).....	9
2.2.2 <i>Weakness</i> (Kelemahan) .....	9
2.2.3 <i>Oppurtunity</i> (Peluang) .....	9
2.2.4 <i>Threat</i> (Ancaman).....	10
2.3 Aspek Produksi dan Operasi.....	10
2.3.1 Gambar produk disertai kemasannya .....	10
2.3.2 Proses Produksi .....	11
2.3.2 Peralatan / Mesin .....	16
2.3.3 Bahan-bahan.....	18
2.4 Aspek Organisasi dan Manajemen.....	18
2.4.1 Struktur Organisasi .....	18
2.4.1 Uraian Tugas .....	19
2.5 Aspek Keuangan .....	20
2.5.1 Rencana Anggaran Keuangan .....	20
2.5.2 Analisa Breck Event Point .....	22
<b>BAB III PENUTUP.....</b>	<b>23</b>
3.1 Kesimpulan .....	23
3.2 Saran.....	23

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Seiring berkembangnya zaman industri fashion semakin kreatif dan dinamis. Kaos sebagai salah satu item fashion paling populer terus mengalami inovasi dari segi desain dan fungsi. Melihat peluang ini saya tertarik untuk memulai bisnis kaos custem yang unik dan berkualitas, dengan pengalaman dan pengetahuan dibidang fashion saya dapat memahami kebutuhan konsumen akan produk yang tidak hanya stylish tapi nyaman dipakai. Untuk membedakan diri dari pesaing saya akan fokus pada kualitas dan keunikan barang.

Push Street Wear adalah usaha kaos dengan gaya pakaian yang banyak dipengaruhi oleh kaum budaya anak muda, dan hiphop. Hal ini dilihat dengan pakaian kasual yang santai seperti kaos oversize, hoodie dan sneakers dan tak lupa dengan desain yang menarik dan cinta lingkungan. merek kaos yang lahir dari semangat kreativitas dan kecintaan terhadap fashion.

Saya memilih usaha Push streetwear ini karena menawarkan beragam pilihan kaos dengan desain unik dan menarik, yang terinspirasi dari budaya pop, seni, dan isu-isu sosial. Kaos Push streetwear tidak hanya sebagai pakaian, tetapi juga sebagai media untuk mengekspresikan diri dan menyampaikan pesan.

Saya menawarkan berbagai jenis kaos, mulai dari kaos lengan pendek dan kaos lengan panjang, dengan pilihan ukuran dan warna yang lengkap. Desain Push streetwear selalu mengikuti tren terkini dan didominasi oleh gambar-gambar ilustrasi yang menarik, serta tulisan-tulisan yang penuh makna.

Saya ingin memposisikan Push Street Wear ini sebagai merek kaos yang tidak hanya stylish, tetapi juga memiliki nilai tambah. Kami ingin menjadi pilihan utama bagi anak muda yang ingin tampil beda dan peduli terhadap lingkungan.

### **1.2 Visi dan Misi**

Visi : Mewujudkan gaya busana kasual dan menjadi merek kaos lokal yang paling digemari oleh anak muda Indonesia, dikenal karena desain yang unik, kualitas premium, dan nilai-nilai positif yang diusung.

Misi :

- A. Menyediakan pakaian yang sesuai dengan zaman.
- B. Membuat desain sendiri.
- C. Mengikuti trend inspirasi desain kaos dari internet.
- D. Membangun Kerjasama dengan sesama desain.
- E. Membangun komunitas yang solid dengan para pelanggan.

### **1.3 Tujuan**

Push Street Wear ini bertujuan untuk menjadi merek kaos lokal yang paling digemari oleh anak muda Indonesia, dikenal karena desain yang unik, kualitas premium, nilai-nilai positif yang diusung, dan saya pun menyesuaikan desain-desain cinta lingkungan bertujuan untuk mengajak seluruh pelanggan Push Street Wear untuk ikut serta dalam berkomitmen untuk mencintai lingkungan, dan saya pun ingin selalu mengedukasi karyawan tentang pentingnya menjaga lingkungan dan mendorong mereka untuk menerapkan praktik-praktik ramah lingkungan di kehidupan sehari-hari.

### **1.4 Riwayat Pendiri**

Saya Putri Kinayah Sujani seorang Mahasiswa Manajemen S1 fakultas ekonomi dan bisnis. Selama kuliah saya aktif diberbagai organisasi antara lain :

HIMA Manajemen : Koordinator Acara di Inaugurasi HIMA Manajemen

Divisi Pendanaan di PRM HIMA Manajemen

Divisi HUMAS di MUBES HIMA Manajemen

RIMASI : Divisi HUMAS di MUBES RIMASI

Sekretaris Pelaksana di RTL (Rencana Tindak Lanjut) RIMASI

GMNI : Sekretaris Komisariat

Pengalaman-pengalaman ini memberikan saya kemampuan dalam perencanaan manajemen proyek dan komunikasi yang baik. Selain itu, saya juga memiliki ketertarikan pada dunia fashion, khususnya ketika saya meneliti bangsa pasar di daerah saya tinggal tepatnya di daerah Pamulang banyak orang yang memakai kaos karena dengan cuaca yang suhunya panas.

## **BAB II**

### **PEMBAHASAN**

#### **2.1 Aspek Pemasaran**

##### **2.1.1 Gambaran Umum Pasar**

###### **2.1.1.1 Nama Perusahaan**

Perusahaan kaos ini diberi nama Push street wear, yang dimana Push ini adalah gaya pakaian yang banyak dipengaruhi oleh kaum budaya anak muda, dan hiphop. hal ini ini dilihat dengan pakaian kasual yang santai seperti kaos oversize, hoodie dan sneakers dan tak lupa dengan desain yang menarik dan cinta lingkungan. merek kaos yang lahir dari semangat kreativitas dan kecintaan terhadap fashion.

Kami menawarkan beragam pilihan kaos dengan desain unik dan menarik, yang terinspirasi dari budaya pop, seni, dan isu-isu sosial. Kaos kami tidak hanya sebagai pakaian, tetapi juga sebagai media untuk mengekspresikan diri dan menyampaikan pesan.

###### **2.1.1.2 Jenis Perusahaan**

Perusahaan ini berbentuk CV (*Comanditaire Vennootschap*) yang bergerak dibidang fashion, Khususnya street wear.

###### **2.1.1.3 Tempat Usaha**

Lokasi Toko Push Street Wear berada di Jl. Waru 2 No 54 dekat dengan Universitas pamulang. Maka dari itu, kami mentargetkan pasar itu adalah mahasiswa universitas pamulang. Dengan ini strategi pemasaran Push Street Wear itu dengan cara membuat pamflet dan konten semenarik mungkin, tujuannya untuk menarik perhatian para konsumen kepada produk Push Street wear ini. Dan kami memposting pamflet dan konten itu dimedia sosial seperti whatsapp, Instagram dan tiktok. Sistem pemasaran yang kami gunakan yaitu ada dua sistem. Sistem *inventory* (persediaan) dan langsung diperjual belikan, serta sistem PO (*Pre-Order*).

#### 2.1.1.4 Manfaat Perusahaan

Di Push Street Wear kami percaya bahwa keberhasilan bisnis harus sesuai sejalan dengan berkelanjutan lingkungan. kami berkomitmen untuk menjalankan bisnis dan bertanggung jawab dan berdampak positif terhadap lingkungan. kami menyesuaikan desain desain cinta lingkungan bertujuan untuk mengajak seluruh pelanggan Push Streetwear untuk ikut serta dalam berkomitmen untuk mencintai lingkungan.

Kami pun ingin selalu mengedukasi karyawan tentang pentingnya menjaga lingkungan dan mendorong mereka untuk menerapkan praktik-praktik ramah lingkungan di kehidupan sehari-hari. Nah dengan adanya komitmen PT Push kami yakin banyak manfaat yang dikeluarkan oleh Perusahaan ini kepada customer khususnya lingkungan.

#### 2.1.2 Segmentasi Pasar

##### 2.1.2.1 Segmen Geografis

Segmen geografis untuk produk kaos di Push Streetwear mencakup wilayah perkotaan khususnya wilayah Mahasiswa Universitas Pamulang dengan konsentrasi pasar yang tinggi di kota-kota seperti Jakarta, Tangerang dan Surabaya, yang dikenal dengan gaya hidup urban dan fashion street wear yang berkembang pesat.

##### 2.1.2.2 Segmen Demografis

Segmen Demografis pada produk kaos di Push Streetwear mencakup pria dan Wanita berusia 16 hingga 30 tahun, yang memiliki minat terhadap budaya urban dan streetwear, serta memiliki penghasilan menengah keatas. Produk ini juga lebih disukai oleh individu yang aktif di media sosial dan mengikuti trend fashion terbaru.

##### 2.1.2.3 Segmen Psikografis

Segmen psikografis untuk produk kaos Push Streetwear mencakup individu yang memiliki gaya hidup aktif, kreatif, dan ekspresif, serta mereka yang mengikuti tren budaya urban dan street fashion. Konsumen ini cenderung memiliki nilai-nilai kebebasan berekspresi, keunikan, dan keinginan untuk tampil beda, serta lebih memilih produk yang mencerminkan identitas pribadi dan status sosial mereka.

### 2.1.3 Strategi Pemasaran

#### 2.1.3.1 *Product* (Produk)

Fungsi dari Produk kaos di Push Streetwear yaitu Kaos berfungsi sebagai pakaian sehari-hari yang nyaman dan praktis untuk digunakan dalam berbagai aktivitas. Bahan yang digunakan dirancang untuk memberikan kenyamanan, daya serap keringat, dan keawetan, sehingga cocok untuk gaya hidup aktif. Lalu kaos juga berfungsi untuk meningkatkan penampilan dan memberi kesan modis pada pemakainya. Desain-desain kreatif pada kaos Push Streetwear diharapkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang ingin tampil *stylish* dan *up-to-date* dengan tren fashion terbaru.

Tampilan kaos di Push Streetwear umumnya akan mengikuti estetika dan tren yang khas dari budaya streetwear, dengan desain yang modern, kreatif, dan berani. Desain grafis yang mencolok, seperti ilustrasi, logo, atau teks dengan font besar dan edgy. Desain tersebut seringkali mencerminkan elemen-elemen budaya urban, musik, seni, atau referensi visual dari subkultur tertentu. Kaos streetwear memiliki potongan yang lebih longgar (*oversized*) atau boxy, meskipun beberapa model mungkin juga tersedia dalam potongan slim fit sesuai dengan tren yang sedang berkembang. Kaos Push Streetwear pun menggunakan bahan berkualitas tinggi seperti katun Katun Combed 30s dengan bahan premium yang lembut, menyerap keringat dengan baik, dan nyaman dipakai sepanjang hari. Katun combed juga dikenal karena daya tahan yang lebih baik dan kelembutannya dibandingkan bahan katun biasa.

Kualitas kaos Push Streetwear dirancang dengan fokus pada kenyamanan, daya tahan, dan penampilan yang trend. Kaos yang diproduksi memiliki jahitan yang rapi dan kuat, memastikan bahwa produk tidak mudah rusak meskipun sering dicuci atau digunakan. Detail finishing yang baik akan mencakup lubang kancing, bordir, atau cetakan logo yang halus dan tidak mudah luntur. Kaos Push Streetwear menggunakan teknik sablon atau bordir berkualitas tinggi untuk mencetak desain pada kaos. Ini memastikan bahwa grafis atau logo tidak cepat pudar, mengelupas, atau terkelupas setelah beberapa kali dicuci dan menggunakan pewarna berkualitas



tinggi untuk memastikan warna tetap cerah dan tidak mudah memudar, bahkan setelah dicuci berkali-kali.

Pengemasan produk kaos Push Streetwear dirancang untuk mencerminkan identitas merek, sekaligus menjaga kualitas dan keselamatan produk selama distribusi. Pengemasan kaos mencakup penggunaan tas atau kantong khusus yang terbuat dari bahan ramah lingkungan atau bahan berkualitas tinggi, seperti kantong plastik tebal yang memiliki logo Push Streetwear yang tercetak dengan desain menarik. Pengemasan seperti ini akan memperkuat citra merek dan memberikan kesan premium pada produk. Selain itu, kaos Push streetwear ini akan dilipat dengan rapi dan dimasukkan dalam plastik pelindung atau dilapisi dengan kertas khusus untuk menghindari kerutan atau kerusakan pada bahan dan desain. Pada beberapa produk, terutama edisi khusus. Push Streetwear ini pun menggunakan bahan kemasan ramah lingkungan, seperti karton biodegradable, sebagai bagian dari komitmen untuk mengurangi dampak lingkungan.

#### 2.1.3.2 *Price* (Harga)

Harga jual produk kaos streetwear ini sepadan dengan bahan yang di produksi oleh PT Push Streetwear yang berkisar IDR 120.000 dengan ukuran lengan Panjang, dan IDR 110.000 dengan ukuran lengan pendek. Kami selalu memberikan diskon pada tanggal-tanggal cantik seperti tanggal 1.1 ataupun seterusnya, dengan memberikan diskon sebesar 30% dari harga jual. Kami pun menggunakan 3 metode pembayaran yaitu secara offline, online dan kredit. Kami menyediakan berbagai desain yang menarik di toko Push streetwear dan platform yang kami pakai yaitu shopee, Tokopedia, Lazada, tiktop shop dan Instagram. Pembayaran melalui kredit biasanya kami batas seminggu sekitar IDR 30.000.

#### 2.1.3.3 *Promotion* (Promosi)

Dalam system promosi Push Streetwear menggunakan strategi inbound berfokus pada menarik perhatian konsumen dengan menyediakan konten yang relevan dan menarik, serta membangun hubungan jangka panjang dengan audiens. Inbound marketing lebih menekankan pada pendekatan yang tidak mengganggu konsumen, melainkan memberikan nilai tambah yang bermanfaat bagi mereka, sehingga mereka tertarik untuk berinteraksi dengan merek tersebut. Push

Streetwear membuat blog atau artikel yang membahas tren mode terkini, tips styling, atau cerita di balik desain produk mereka. Konten yang relevan dan informatif ini dapat menarik audiens yang tertarik dengan gaya hidup streetwear.

Untuk memastikan bahwa konten yang dibuat mudah ditemukan oleh calon pelanggan di mesin pencari, perusahaan Push Streetwear ini mengoptimalkan situs web dengan kata kunci yang relevan dengan streetwear dan fashion. Ini membantu Push Street Wear muncul di hasil pencarian ketika orang mencari topik terkait, dan menggunakan email untuk mengirimkan penawaran, informasi produk terbaru, atau tips *styling* kepada pelanggan yang telah mendaftar *newsletter*. Ini berfungsi untuk menjaga hubungan dengan pelanggan yang sudah ada dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang.

Dalam setiap konten yang dibagikan, Push Street Wear dapat menambahkan ajakan bertindak yang mengarahkan audiens untuk mengambil langkah berikutnya, seperti berkunjung ke *website* untuk melihat produk terbaru, mengikuti akun media sosial, atau bergabung dalam komunitas online. Dengan menggunakan strategi inbound marketing, Push Street Wear dapat menarik perhatian konsumen yang lebih tersegmentasi dan membangun hubungan yang lebih autentik dengan audiens mereka, tanpa harus mengandalkan iklan yang mengganggu.

#### 2.1.3.4 *Place* (Tempat)

Tempat usaha kaos Push Streetwear merupakan sebuah perusahaan yang fokus pada produksi dan desain kaos berkualitas tinggi. Kamu bisa melihat langsung produk jadi Push Street wear ini di toko Push streetwear yang berada di Jl Waru 2 No 54, dan yang tidak hanya dijual langsung melalui toko fisik, tetapi juga dapat didistribusikan secara lebih luas melalui berbagai platform digital dan *e-commerce*, seperti di market place, kita bermitra langsung dengan Tokopedia, Shopee, dan Lazada. Di social Media, seperti Instagram. Untuk memungkinkan produk-produk kami menjangkau pelanggan di berbagai lokasi dengan lebih mudah dan efisien.

#### 2.1.3.5 *People* (Orang)

Orang di Perusahaan Push Streetwear merujuk pada staf atau karyawan, termasuk tenaga penjualan dan individu lainnya yang memiliki kompetensi dan kemampuan yang diperlukan untuk mendukung kesuksesan dan kelancaran operasional perusahaan, khususnya di industri streetwear.

Ada beberapa staff di PT Push Streetwear diantaranya, Direktur Utama, Staff Desain yang memiliki anggota 7 orang, Staff Produksi yang memiliki anggota 10 orang, Staff Pemasaran yang memiliki anggota 10 orang, Staff Keuangan yang memiliki anggota 5 orang, Staff Sumber Daya Manusia yang memiliki anggota 7 orang, dan Staff Gudang yang memiliki anggota 10 orang.

Tenaga penjualan yang berkompeten sangat penting, terutama jika perusahaan memiliki toko fisik maupun *platform e-commerce*. Mereka harus memiliki kemampuan untuk memasarkan produk dengan baik, membangun hubungan dengan pelanggan, serta memahami karakteristik konsumen streetwear.

Tenaga penjualan yang mampu mengelola hubungan dengan pelanggan, memberikan pengalaman pelanggan yang positif, serta membantu menciptakan loyalitas terhadap merek.

Kompetensi yang Diperlukan oleh staff-staff di toko Push Streetwear antara lain, Keahlian Teknis & Kreatif, di dunia streetwear, kompetensi dalam desain, teknologi, dan pemahaman tren sangat dibutuhkan. Karyawan yang kompeten di bidang ini dapat membawa inovasi yang membedakan produk Push Streetwear di pasar, Kemampuan Komunikasi yang baik dalam tim internal maupun dalam berinteraksi dengan pelanggan, komunikasi yang efektif sangat penting untuk menghindari kesalah pahaman dan memastikan bahwa visi perusahaan tercapai, dan keterampilan Penjualan dan Negosiasi yaitu, tenaga penjualan harus mampu mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan menawarkan solusi yang sesuai. Kemampuan negosiasi yang baik juga diperlukan untuk menciptakan kesepakatan yang menguntungkan bagi perusahaan dan pelanggan.

## 2.2 Analisis SWOT

### 2.1.1 *Strength* (Kekuatan)

1. Desain Unik dan Tren Push Streetwear menawarkan desain kaos yang mengikuti tren mode terkini, dengan fokus pada desain yang menarik bagi anak muda atau penggemar streetwear dan tidak lupa dengan desain yang bersifat mengajak untuk mencintai lingkungan.
2. Produk kaos yang berkualitas tinggi, nyaman dipakai, dan menggunakan bahan yang lembut dan menyerap keringat memberikan kenyamanan maksimal bagi pengguna.
3. Branding yang Kuat, dengan cara selalu bikin konten informatif dan konten edukasi yang menarik, untuk menambah citra merek.
4. Penjualan Multi-Platform : Adanya distribusi melalui berbagai platform e-commerce, media sosial, dan toko fisik, mempermudah aksesibilitas produk.

### 2.1.2 *Weakness* (Kelemahan)

1. Ketergantungan pada Tren : Bisnis fashion memang sangat bergantung pada tren yang cepat berubah. Jika desain kaos tidak mengikuti perubahan tren, produk kaos Push Street wear ini bisa menjadi kurang diminati.
2. Persaingan yang Ketat: Kaos Push streetwear memiliki pasar yang sangat kompetitif, dengan banyak merek terkenal dan desainer baru yang terus bermunculan. Seperti produk distro, Erigo, dan Giordani

### 2.1.3 *Oppurtunity* (Peluang)

1. Tren streetwear terus berkembang di kalangan anak muda dan penggemar fashion, membuka peluang untuk menarik pasar yang lebih besar.
2. Kolaborasi dengan Influencer : Bekerja sama dengan influencer untuk dapat membantu meningkatkan brand awareness dan penjualan.
3. Ekspansi ke Pasar Internasional: Dengan adanya *platform e-commerce* global, Push Streetwear memperluas pasar ke luar negeri, terutama di negara-negara yang memiliki minat tinggi terhadap fashion streetwear.
4. Melihat keadaan sekitar banyak orang-orang terutama anak mahasiswa yang minat tinggi terhadap fashion streetwear

5. Faktor suhu yang begitu panas di daerah pamulang, disitulah push streetwear memproduksi kaos yang adem, nyaman dipakai tapi mengikuti tren.

#### 2.1.4 *Threat* (Ancaman)

1. Perubahan Tren Konsumen : Preferensi mode yang cepat berubah dapat mengancam relevansi desain produk dalam jangka panjang.
2. Kompetisi dengan Merek Besar: Merek streetwear besar seperti Distro, Erigo, dan Giordani dapat menjadi ancaman dalam hal persaingan harga dan pengenalan merek.
3. Fluktuasi Harga Bahan Baku: Ketergantungan pada bahan baku tertentu (seperti katun) yang harganya bisa naik turun, berpotensi memengaruhi margin keuntungan.
4. Peniruan Desain: Desain yang populer dan sukses berpotensi ditiru oleh pesaing, yang dapat menurunkan keunikan produk.

### 2.3 Aspek Produksi dan Operasi

#### 2.3.1 Gambar produk disertai kemasannya

**Gambar** desain Push Streetwear





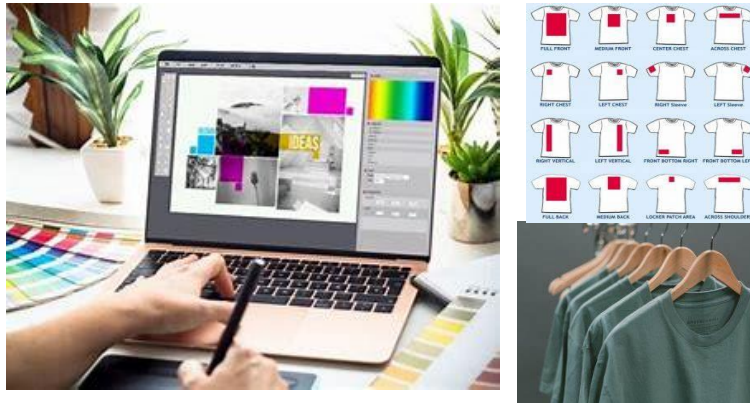
Gambar diatas adalah salah satu desain produk kaos Push Streetwear. Pengemasan kaos ini menggunakan bahan yang mudah di daur ulang kembali. Cara pengemasannya itu mula-mula kita lipat baju secara rapih, lalu masukan kedalam plastic yang sudah di sediakan, kemudian masukan kedalam karton biodegradable dan jangan lupa masukan stiker logo Push streetwear kedalam kotaknya, lalu masukan kedalam kantong belanja, siap untuk dibawa oleh customer.

### 2.3.2 Proses Produksi

Ada beberapa proses produksi kaos Push Streetwear. Perencanaan desain, proses pemotongan, proses penjahitan, proses pencetakan, proses finishing, terakhir proses pengepakan dan distribusi.

#### 2.3.1.1 Perencanaan Desain

Proses produksi kaos Push Streetwear dimulai dengan tahap perencanaan desain, di mana tim kreatif yang sudah terlatih sebelumnya bekerja sama dengan klien untuk menghasilkan konsep yang sesuai dengan tren dan keinginan pasar.



#### 2.3.1.2 Proses pemotongan

bahan baku yang dipakai untuk proses pembuatan kaos Push streetwear tidak jauh dengan bahan yang berkualitas tinggi, seperti kain cotton combed 30s kain yang adem, dan cocok untuk daerah beriklim tropis, bahannya pun lebih halus dan rata. diproses melalui tahap pemotongan dengan mesin otomatis yang akurat untuk memastikan ukuran yang tepat. Potongan kain ini akan menjadi bagian depan, belakang, lengan, dan bagian lainnya dari kaos yang akan dirakit.



#### 2.3.1.3 Proses penjahitan

Proses penjahitan kaos di PT Push Streetwear dilakukan dengan sangat teliti dan melalui serangkaian tahap yang memastikan setiap produk yang dihasilkan berkualitas tinggi. Tahap pertama dalam penjahitan adalah menyambung bagian depan dan belakang kaos. Biasanya, proses ini menggunakan mesin jahit dengan teknik jahitan lurus atau overlock untuk menyatukan sisi-sisi tubuh kaos pada bagian samping. Mesin jahit overlock sangat penting untuk memberikan kekuatan pada sambungan dan mencegah bahan kain terurai.

Setelah badan kaos selesai, bagian lengan dijahitkan dengan teknik yang sama, yakni menggunakan jahitan overlock atau jahitan rantai. Lengan kemudian dijahitkan pada badan kaos dengan teliti, memastikan kedua sisi terpasang dengan simetris dan rapi. Untuk bagian leher kaos, PT Push Streetwear menggunakan teknik jahit yang melibatkan ribbing atau pita elastis khusus yang diukur dengan presisi untuk memastikan kenyamanan dan ketahanan. Jahitan pada bagian leher umumnya menggunakan teknik jahit ganda atau jahit pita untuk memberikan tampilan yang lebih rapih dan lebih elastis, menghindari kerutan atau kelonggaran pada bagian leher kaos.

Setelah seluruh bagian utama kaos terjahit, bagian bawah kaos dan ujung lengan akan melalui proses penyelesaian dengan teknik jahit lipit atau topstitching. Teknik ini digunakan untuk merapikan bagian tepi agar terlihat lebih rapi dan memberikan ketahanan ekstra pada jahitan tersebut, mencegah benang terlepas setelah beberapa kali pencucian. Setiap kaos yang telah selesai dijahit akan menjalani pemeriksaan kualitas. Tim *Quality Control* akan memeriksa setiap jahitan untuk memastikan tidak ada cacat, seperti benang yang terlepas, jahitan yang longgar, atau kesalahan lainnya. Jika ditemukan cacat, kaos akan diperbaiki atau dibongkar jahitannya untuk diperbaiki sebelum melanjutkan ke tahap berikutnya.





#### 2.3.1.4 Proses Pencetakan

proses pencetakan atau bordir dilakukan menggunakan teknologi canggih, seperti sablon plastisol atau DTG (Direct to Garment), untuk menghasilkan gambar atau logo yang tajam dan tahan lama.



#### 2.3.1.5 Finishing

Setelah tahap penjahitan selesai, kaos akan melalui proses finishing, yaitu penyetrikaan atau pengeringan untuk menghilangkan kerutan dan memastikan kaos tampak lebih rapi dan siap pakai. Selama tahap ini, juga dilakukan pengecekan akhir untuk memastikan tidak ada cacat yang terlewatkan.



#### 2.3.1.6 Pengepakan dan distribusi

Setelah kaos selesai dijahit dan melalui pemeriksaan kualitas, kaos akan dipacking dengan hati-hati, dengan label dan kemasan yang sesuai dengan standar perusahaan. Kaos-kaos ini kemudian siap untuk didistribusikan ke toko atau pelanggan Push Streetwear. PT Push Streetwear menjaga setiap langkah dalam proses ini dengan standar kualitas tinggi untuk memastikan setiap produk yang dihasilkan dapat memenuhi harapan pelanggan dan memiliki daya tahan yang optimal.



### 2.3.2 Peralatan / Mesin

Push Streetwear yang bergerak di industri fashion dan pakaian streetwear, menggunakan berbagai macam peralatan dan mesin untuk mendukung proses produksi pakaian. Berikut beberapa jenis mesin yang digunakan:

#### 2.3.2.1 Mesin Jahit (Sewing Machines)

Mesin jahit adalah peralatan utama dalam produksi pakaian. Push Streetwear menggunakan beberapa jenis mesin jahit karena menyesuaikan dengan apa yang kita butuhkan. Yang pertama Push streetwear menggunakan jenis Overlock (Serge) yaitu Mesin yang digunakan untuk merapikan dan memotong bagian tepi kain agar tidak mudah rusak, dan Mesin Jahit Buttonhole yaitu untuk membuat lubang kancing pada pakaian.

#### 2.3.2.2 Mesin Cetak Sablon (Screen Printing)

Pada kaos Push streetwear, sablon adalah teknik cetak yang sangat populer, terutama untuk mencetak desain di kaos. Mesin sablon digunakan untuk mencetak desain menggunakan tinta yang dipindahkan ke bahan tekstil melalui layar mesh. Mesin sablon yang digunakan oleh Push streetwear antara lain. Mesin Sablon digital yang digunakan untuk mencetak desain pada berbagai jenis kain, dan mesin Heat Press yaitu Mesin yang menggunakan tekanan dan panas untuk mentransfer desain dari kertas transfer ke kain.

#### 2.3.2.3 Mesin *Cutting* (Pemotong)

Mesin pemotong digunakan untuk memotong bahan tekstil sesuai dengan pola atau desain yang telah ditentukan. Jenis mesin pemotong yang digunakan oleh Push Streetwear. Yaitu, mesin Pemotong Otomatis (CNC Cutting Machine) yang digunakan untuk memotong bahan dalam jumlah besar dan sangat presisi.

#### 2.3.2.4 Mesin Bordir

Untuk menambahkan logo atau desain bordir pada kaos Push streetwear. Mesin bordir otomatis memungkinkan desain yang lebih rumit dan presisi. Maka dari itu Push Streetwear menggunakan mesin bordir industri untuk produksi pakaian dan aksesoris, karena jenis usaha ini memerlukan kecepatan, ketelitian, dan kapasitas tinggi dalam memproduksi desain bordir

yang rumit. Push streetwear menggunakan dua tipe mesin bordir yaitu, yang pertama mesin Tajima ini terkenal karena kualitas dan ketahanannya, serta dapat menangani desain bordir yang rumit dengan kecepatan tinggi. Tajima juga memiliki berbagai model yang memungkinkan bordir multi-jarum, sehingga bisa memproduksi desain yang lebih kompleks dalam waktu lebih singkat. Lalu Mesin Barudan juga merupakan merek mesin bordir terkemuka yang digunakan oleh banyak perusahaan garment. Mesin Barudan terkenal dengan presisi dan kemampuannya untuk melakukan bordir pada berbagai jenis bahan dengan hasil yang rapi.

#### 2.3.2.5 Mesin Pencetak Digital (*Direct-to-Garment* / DTG)

Mesin pencetak di Push streetwear menggunakan mesin DTG yang untuk mencetak gambar atau desain langsung ke pakaian (seperti kaos) menggunakan tinta khusus, dan alhasil bordiran nya lembut dan tidak lengket.

#### 2.3.2.6 Mesin Pembuat Pola (*Pattern Making*)

Ada dua mesin pembuat pola yang digunakan oleh Push Streetwear yaitu, mesin plotter yang digunakan untuk mencetak pola yang sangat presisi dari desain digital, dan software CAD yaitu software desain pola atau CAD yang digunakan untuk merancang pola pakaian secara digital sebelum dipotong dengan mesin.

#### 2.3.2.7 Mesin Pressing

Push streetwear menggunakan dua mesin pressing yaitu diantaranya, yang pertama pressing steam yaitu untuk merapikan pakaian dan memberikan finishing yang halus dan rapi setelah proses jahitan selesai. Lalu Mesin Press yang Digunakan untuk memberikan tampilan akhir yang sempurna pada pakaian, seperti pembentukan kerah atau lipatan pada celana.

#### 2.3.2.8 Mesin Pencucian dan Pengeringan (*Garment Washing*)

Kaos Push streetwear menggunakan mesin pencucian khusus untuk memberi efek pudar atau distress pada pakaian (misalnya, celana jeans yang sudah di-wash). Mesin pengeringan juga digunakan untuk mengeringkan pakaian dalam jumlah besar.

#### 2.3.2.9 Peralatan Finishing dan Pengemasan

Peralatan seperti alat pemotong benang, alat pemanas untuk label, dan mesin pengemas juga digunakan dalam tahapan akhir produksi untuk memastikan pakaian siap dipasarkan, dan untuk memastikan pakaian siap dipasarkan, dan mesin atau alat untuk mengemas produk (seperti mesin penyegel plastik atau pengemasan dengan hanger).

#### 2.3.3 Bahan-bahan

##### 2.3.3.1 Cotton Combed 30s

Untuk membuat kaos push streetwear, Push streetwear menggunakan bahan yang dipilih berdasarkan kenyamanan, daya tahan, dan tampilan yang stylish. Bahan yang digunakan yaitu bahan katun combed 30s, kualitas bahan katunnya yang paling umum digunakan karena nyaman, breathable (menyerap keringat dengan baik), dan cukup tahan lama. Katun combed (lebih halus dan kuat) sering digunakan untuk kaos streetwear karena memberikan hasil akhir yang lebih lembut, memberikan kenyamanan bagi pemakainya, cocok untuk cuaca panas, dan mudah dicetak.

##### 2.3.3.2 Tinta

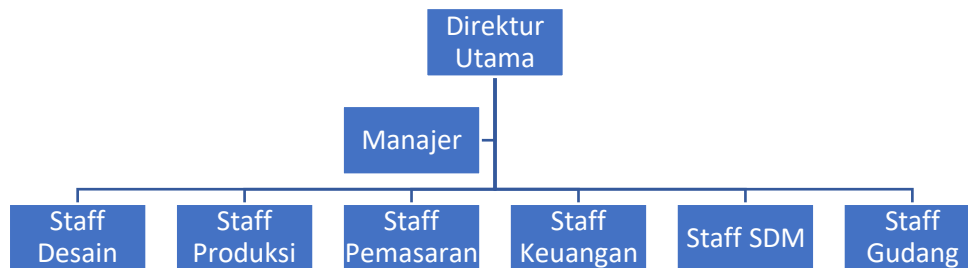
Tinta yang digunakan di Push Streetwear (atau perusahaan streetwear pada umumnya) umumnya dipilih berdasarkan kualitas, jenis bahan kain yang digunakan, serta jenis teknik cetak yang diterapkan pada produk seperti kaos, hoodie, jaket, dan aksesoris lainnya. Berikut adalah beberapa jenis tinta yang mungkin digunakan oleh PT Push Streetwear dalam proses produksi

### 2.4 Aspek Organisasi dan Manajemen

#### 2.4.1 Struktur Organisasi

Dalam menjalankan bisnis, PT Push streetwear membutuhkan beberapa tenaga kerja agar dapat beroperasi. Oleh karena itu pemilik PT Push Streetwear telah Menyusun suatu struktur organisasi yang diharapkan dapat menunjang bisnis yang sedang dijalankan.

**Gambar** Struktur Organisasi PT Push Streetwear



#### 2.4.2 Uraian Tugas

2.4.2.1 Direktur Utama : Bertanggung jawab atas keseluruhan operasional perusahaan.

2.4.2.2 Manajer : Mengatur keseimbangan sebuah manajemen dengan melakukan perencanaan, mengelola dan mengawasi seluruh kegiatan dalam usaha bisnis kaos Push streetwear, mengadakan evaluasi dan memberikan pengaruh baik kepada karyawan.

2.4.2.3 Staff Desain : Bertanggung jawab atas pembuatan desain kaos, menerima permintaan desain dari departemen pemasaran atau pelanggan, membuat desain produk baru dan melakukan revisi jika diperlukan dan mengirimkan desain final ke departemen produksi.

2.4.2.4 Staff Produksi : Mengelola proses produksi dari mulai desain hingga pengiriman barang jadi. Menerima desain dari departemen desain, memilih bahan baku yang sesuai, melakukan proses produksi, mulai dari pemotongan kain, penjahitan, hingga sablon, melakukan quality control untuk memastikan produk sesuai dengan standar, dan mengirimkan produk jadi ke gudang.

2.4.2.5 Staff Pemasaran : Mengelola kegiatan promosi dan penjualan, melakukan riset pasar untuk mengetahui tren dan kebutuhan konsumen, mengembangkan strategi pemasaran, melakukan promosi melalui berbagai saluran, seperti media sosial, website, dan pameran, menerima pesanan dari pelanggan, dan mengkoordinasikan dengan departemen produksi untuk memenuhi pesanan.

2.4.2.6 Staff Keuangan : Mengelola keuangan perusahaan, termasuk penerimaan dan pengeluaran, mengelola keuangan perusahaan, termasuk penerimaan pembayaran dari pelanggan, pembayaran kepada pemasok, dan penggajian karyawan, membuat laporan keuangan secara berkala.

2.4.2.7 Staff Sumber Daya Manusia : Mengelola sumber daya manusia, termasuk rekrutmen, pelatihan, evaluasi kinerja, dan mengurus administrasi kepegawaian.

2.4.2.8 Staff Gudang : Menerima produk jadi dari departemen produksi, menyimpan produk dalam kondisi yang baik, melakukan pengemasan produk sebelum dikirim, dan mengirim produk ke pelanggan sesuai dengan pesanan.

## 2.5 Aspek Keuangan

### 2.5.1 Rencana Anggaran Keuangan

#### 2.5.1.1 Modal Jangka Panjang

Item	Harga	Keterangan
Mesin Packing	Rp 150.000.000,00	Mesin untuk pengemasan produk secara otomatis.
Harga Toko	Rp 600.000	Biaya sewa atau perawatan tempat usaha.
Tenaga Kerja	Rp 5.000.000,00	Gaji tenaga kerja dalam jangka panjang (misalnya per bulan atau per tahun).
<b>Total Anggaran Jangka Panjang</b>	<b>Rp 155.600.000,00</b>	

#### 2.5.1.2 Modal Jangka Menengah-Jangka pendek

Item	Harga	Keterangan
Mesin Jahit Overlock	Rp 2.800.000,00	Mesin untuk menjahit pinggiran kain.
Mesin Bordir Komputer	Rp 90.000.000,00	Mesin bordir canggih untuk produk berkualitas.

Item	Harga	Keterangan
Mesin Jahit Buttonhole	Rp 57.000.000,00	Mesin untuk membuat lubang kancing.
Mesin Sablon Digital	Rp 2.400.000,00	Mesin untuk sablon pada produk tekstil.
Mesin Heat Press	Rp 4.400.000,00	Mesin untuk transfer desain sablon ke kain.
Mesin Pemotong Kain	Rp 2.400.000,00	Mesin untuk memotong kain dengan presisi.
Mesin Plotter	Rp 32.500.000,00	Mesin untuk memotong desain digital (misalnya untuk sablon).
5 Laptop	Rp 5.000.000,00	Laptop untuk operasional dan desain.
Mesin Pressing Steam	Rp 5.500.000,00	Mesin untuk merapikan produk jadi.
Lemari Pengering	Rp 8.000.000,00	Lemari untuk mengeringkan produk setelah sablon atau bordir.
Gunting Benang	Rp 5.000,00	Peralatan kecil untuk memotong benang.
Mesin Label Harga	Rp 50.000,00	Mesin untuk mencetak label harga pada produk.
<b>Total Anggaran Jangka Pendek</b>	<b>Rp 210.950.000,00</b>	



### 2.5.2 Analisa Breakeven Point

Total Biaya Tetap = Rp 216.550.000,00

Harga Jual per Unit = Rp 110.000,00

Biaya Variabel per Unit = Rp 60.000,00

**Rumus BEP:**

$BEP (\text{unit}) = \text{Total Biaya Tetap} : \text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit}$

$BEP (\text{unit}) = 216.550.000 : 110.000 - 60.000 = 216.550.000 : 50.000 = 4.331 \text{ unit}$

**BEP (unit) = 4.331 unit**

**Perhitungan BEP dalam Rupiah:**

$BEP (\text{Rp}) = 4.331 \text{ unit} \times 110.000$

$BEP (\text{Rp}) = \text{Rp } 476.410.000$

Jadi, untuk mencapai titik impas (break-even point) dalam bentuk nilai rupiah, kamu perlu menghasilkan **Rp 476.410.000** dari penjualan produk.

## **BAB III**

### **PENUTUP**

#### **3.1 Kesimpulan**

Dengan pengalaman saya dalam perencanaan manajemen proyek, dan komunikasi yang baik, serta ketertarikan saya dalam dunia fashion saya yakin dapat membangun bisnis kaos costem yang sukses. Melihat peluang besar di bangsa pasar kaos costem saya tertarik untuk memulai bisnis ini. Saya ingin menciptakan produk yang tidak hanya stylish tetapi juga berkualitas. serta memberikan pengalaman berbelanja yang memuaskan bagi pelanggan. melalui kaos Push streetwear saya berharap dapat memenuhi kebutuhan customer akan kaos Push yang unik dan personal dengan mengutamakan kualitas produk, layanan pelanggan, dan desain sesuai target pasar serta membangun hubungan jangka Panjang dengan pelanggan saya yakin dapat membangun bisnis Push streetwear yang berkelanjutan dan sukses. Untuk mencapai tujuan ini saya akan melakukan riset pasar yang mendalam dan menjalin kerja sama dengan desainer-desainer yang berbakat. Selain itu saya akan fokus kepada strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau target pasar dan membangun kesadaran merek. Strategi pemasaran yang dipakai itu dengan memanfaatkan social media untuk menjangkau target pasar.

#### **3.2 Saran**

Untuk menonjol di pasar yang kompetitif, Push Streetwear perlu terus memperkuat identitas brand yang unik, baik melalui desain produk, pesan yang dibawa, maupun cara berinteraksi dengan pelanggan. Sebuah brand story yang kuat akan membantu membangun loyalitas pelanggan. Kolaborasi dengan influencer, seniman, musisi, atau bahkan komunitas streetwear lokal sangat penting untuk membangun kredibilitas dan menciptakan buzz. Menjalिन hubungan yang autentik dengan komunitas akan menciptakan loyalitas yang lebih kuat dan membangun kepercayaan konsumen terhadap brand.

Dengan menghadirkan koleksi terbatas atau edisi khusus, Push Streetwear bisa menciptakan eksklusivitas yang akan meningkatkan permintaan dan minat terhadap produk. Sistem pre-order dan drop juga dapat meningkatkan rasa urgensi bagi pelanggan untuk segera membeli produk yang diinginkan. Melalui konten kreatif di media sosial,

Push Streetwear dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Pemanfaatan kampanye hashtag, challenge, dan kerja sama dengan influencer dapat memperkuat kehadiran brand di pasar. Diskon dan promosi juga dapat mendorong pembelian, terutama di awal peluncuran produk. Perhatikan tren fashion global yang semakin memperhatikan isu keberlanjutan. Penggunaan material ramah lingkungan dan kemasan yang dapat didaur ulang bisa menjadi nilai jual tambahan yang menarik bagi konsumen yang peduli terhadap dampak lingkungan.