

LAPORAN STUDI KELAYAKAN

“ECO GLOW”



PERBANAS INSTITUTE

Disusun oleh:

- Firqi Barrygian (1712000169)
- Andika Alfario (1712000130)
- Alan Tirta Setiawan (1712000016)
- Muhamad Febri (1712000056)
- Ardiawan (1712000141)

Perbanas Institute

S1 Manajemen

Jakarta

2020

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	2
KATA PENGANTAR.....	4
RINGKASAN EKSEKUTIF	5
BAB I.....	6
PEMBUKAAN	6
1. Pendahuluan	6
2. Tujuan membuat laporan SKB	7
3. Kunci Kesuksesan Usaha	8
BAB II.....	9
ANALISIS MAKRO EKONOMI	9
1. Analisis Ekonomi	9
2. Analisis Demografi	9
3. Analisis Sosial Budaya	10
4. Analisis Hukum dan Politik.....	10
5. Analisis Teknologi.....	10
BAB III.....	11
ANALISIS SWOT	11
BAB IV.....	13
ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA	13
1. Kemampuan Pemilik	13
2. Struktur Organisasi.....	13
3. Uraian Pekerjaan / <i>Job Description</i>	13
4. Spesifikasi Pekerjaan / <i>Job Spesification</i>	15
5. Jumlah Tenaga Kerja dan Gaji	16
BAB V.....	17
ASPEK PRODUKSI.....	17
1. Lokasi Usaha.....	17
2. Proses Produksi	17
3. Kualitas Barang/Produk	19
4. Penggunaan Teknologi.....	19
BAB VI.....	20
Aspek Pemasaran.....	20
1. Segmentation.....	20

2. Targeting.....	20
3. Positioning.....	21
4. Analisis Potensi Pasar.....	21
5. Customer Engagement dan CRM (Customer Relationship Management)	21
6. <i>Marketing Mix</i> / Bauran Pemasaran.....	23
BAB VII.....	24
Aspek Keuangan.....	24
1. Investasi Awal dan Modal Kerja Awal	24
2. Penyusutan	25
3. Proyeksi Penjualan dan Proyeksi Biaya.....	25
4. Proyeksi Arus Kas (<i>Cash Flow</i>) selama 5 tahun (2021 s.d 2025).....	26
5. Net Present Value (NPV).....	26
6. Internal Rate of Return (IRR).....	27
7. Payback Period.....	27
BAB VIII.....	29
Kesimpulan dan Rekomendasi.....	29
1. Kesimpulan.....	29
2. Rekomendasi.....	29
LAMPIRAN.....	30
BUSINESS MODEL CANVAS	30
DAFTAR PUSTAKA	31

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT karena berkat rahmat-Nya kami bisa menyelesaikan tugas proposal bisnis ini, yang diajukan guna memenuhi tugas dari mata kuliah Studi Kelayakan Bisnis.

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu sehingga proposal ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Proposal ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat kami harapkan demi sempurnanya proposal ini.

Penulis,

Firqi Barrygian

Andika Alfario

Alan Tirta Setiawan

Muhamad Febri

Ardiawan

RINGKASAN EKSEKUTIF

Jumlah pencemaran lingkungan di Indonesia khususnya Jakarta semakin hari semakin meningkat. Tingkat pencemaran lingkungan akibat sampah tersebut didominasi oleh sampah plastik yang tak dapat di daur ulang. Rendahnya kesadaran masyarakat dan juga ditambah dengan plastik masih menjadi sesuatu yang dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia untuk melakukan berbagai macam kegiatan. Untuk itu dibutuhkan sesuatu untuk dapat menggantikan peran plastik yang dapat digunakan oleh masyarakat Indonesia sekaligus ramah lingkungan.

Eco Glow merupakan produsen tas Tote Bag lokal yang memproduksi produknya di kawasan Jakarta Selatan. Eco Glow juga merupakan bentuk usaha yang didirikan dengan 2 maksud, yang pertama adalah untuk mendukung dan mengapresiasi kebijakan pemerintah untuk mengurangi pemakaian barang-barang yang berbahan dasar plastik. Yang kedua adalah, sebagai penyedia tas Tote Bag untuk mensubstitusi kantong plastik yang biasanya sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Dengan ini Eco Glow berharap dapat menjadi jawaban yang selama ini masyarakat minta, yaitu sebagai penyedia barang dan produk yang tidak berbahan dasar plastik untuk mendukung segala macam aktivitas dan pekerjaan.

Untuk keperluan usaha dan produksi yang mencakup dari sewa tempat usaha, perizinan, sampai ke peralatan dan teknologi yang digunakan senilai Rp.60.000.000. Untuk modal kerja yang mencakup dari mengumpulkan bahan-bahan bekas dari pemasok, biaya listrik dan air, sampai ke gaji pegawai senilai Rp.27.500. Jadi untuk total biaya investasi dan modal awal sejumlah Rp.87.500.000. Dari total biaya modal awal tersebut, terdapat perhitungan untuk modal kotor perbulan. Jika memenuhi standar usaha untuk dapat menjual setidaknya 176 tas dalam waktu 1 bulan, maka laba kotor yang didapatkan adalah Rp.1.540.000.

BAB I

PEMBUKAAN

1. Pendahuluan

Di Indonesia tren produk populer telah bergantian dari tahun ketahun, dan untuk tahun 2020 ini khususnya untuk provinsi DKI Jakarta tren Tote bag dan tas jaring sedang menjadi tren hangat yang sedang digandrungi ditengah wabah Covid-19 ini. Pemakaian dari kedua bentuk tas ini dapat menggantikan peran kantong plastik untuk aktivitas berbelanja, selain berbelanja kedua tas ini juga dapat dipakai untuk para pekerja yang ingin secara kasual membawa barang-barang mereka secara mudah untuk dibawa ke tempat kerja mereka. Tote bag dan tas jaring mempunyai keunikan dalam aspek desain dan bahan dasar yang digunakan beraneka ragam, ditambah dengan varian ukuran untuk setiap jenis produk ada bermacam-macam. Kepala Seksi Pengelolaan Sampah Dinas Lingkungan Hidup DKI Jakarta telah memutuskan bahwa mulai Juli 2020 larangan penggunaan tas plastik sekali pakai mulai diberlakukan secara tegas demi meningkatkan kebersihan dan menciptakan lingkungan yang lebih baik. Pemerintah juga telah melakukan sosialisasi dan penyesuaian selama 6 bulan, dari Januari hingga Juni 2020. Dengan adanya kebijakan tersebut, Eco Glow telah memutuskan untuk menjadikan Tote bag sebagai produk untuk sebagai bentuk rencana usaha yang akan dijalankan dan sebagai bentuk dukungan atas keputusan pemerintah untuk menghindari pemakaian produk berbahan dasar plastik.

Bentuk produk dari usaha ini adalah produk tas yang menggunakan bahan dasar dari barang-barang yang sudah tidak terpakai, seperti Tote bag yang dimana juga merupakan langkah awal Eco Glow dalam mendukung gerakan dalam tidak menggunakan barang-barang yang tidak mudah terurai seperti plastik. Selain gerakan dalam rangka pengurangan pemakaian plastik, produk yang ditawarkan memiliki bentuk sebagai produk yang digunakan dalam kepentingan sehari-hari, yaitu produk dalam bentuk tas yang dapat menjadi alternatif untuk berbagai macam kebutuhan. Alasan Eco Glow memproduksi dan menawarkan produk ini adalah Eco Glow ingin mengajak masyarakat untuk lebih mencintai lingkungan dengan mengurangi sampah plastik. Maka dengan itu masyarakat sudah dapat mengurangi pencemaran lingkungan yang akan berdampak terhadap laut, dan sungai. Serta dapat meminimalisir terjadinya banjir akibat penumpukan sampah plastik.

Eco Glow mempunyai pekerja-pekerja didalamnya yang bekerja disetiap divisi-divisi tertentu. Latar belakang dari setiap pekerja atau SDM dari Eco Glow merupakan mahasiswa jurusan Manajemen dari kampus Institute Perbanas Jakarta. Eco Glow sejauh ini mempunyai 4 divisi, yaitu divisi produksi, divisi keuangan, divisi personalia & umum, dan divisi pemasaran, yang dimana setiap divisi tersebut di isi oleh setiap mahasiswa yang mempunyai kompetensi dan kapabilitas di bidang tertentu. Eco Glow juga

mengaplikasikan etika bisnis untuk tetap jujur dalam menjalankan usaha, karena bagaimanapun juga usaha yang akan dijalankan nantinya berdasarkan itikad dan intensi yang baik dalam membantu produktivitas para konsumen.

Usaha bisnis dalam bentuk Tote bag mempunyai potensi untuk memikat minat para calon konsumen, seperti yang telah diketahui bahwa situasi Covid-19 yang sedang terjadi ini telah memunculkan sebuah kebijakan dari pemerintah, yaitu menghindari pemakaian plastik sekali pakai yang dapat menjadi sumber penyebaran virus. Dengan itu, Eco Glow menyediakan produk yang dapat dipakai secara berulang kali, dikarenakan Tote bag relatif lebih awet dan tahan lama dan dapat menjadi alternatif dari plastik dengan harga yang lebih terjangkau dan juga sebagai dukungan dari tindakan preventif dari pemakaian plastik sekali pakai. Dan karena salah satu target pasar dari Eco Glow adalah anak-anak muda, terdapat layanan untuk melakukan kustomisasi produk, yang dimana layanan itu sangat mendukung dikarenakan keinginan dan kebutuhan dari target pasar tersebut bersifat dinamis atau berubah-ubah.

Produksi pembuatan Tote bag ini dilakukan di Jalan Mampang Prapatan. Lokasi ini terbilang cukup strategis karena berdekatan dengan lokasi kampus Perbanas Institute Jakarta. Selain itu, pembeli bisa datang langsung melihat-lihat proses produksi dan dapat memesan langsung.

Banyak pelaku usaha yang memiliki usaha dengan produk serupa dan diantaranya terbilang cukup dikenal, salah satunya adalah brand Tote bag lokal yang kini sudah merambah ke pasar Internasional yaitu “My White Bag”. Usaha ini dimulai oleh seorang wanita bernama Mita yang memulai bisnis kaus namun berpindah ke bisnis Tote bag. Dimulai dengan modal sebesar Rp.100.000, kini brand “My White Bag” sudah mulai menerima pesanan Tote Bag dari negara-negara luar seperti Singapura, Malaysia dan Brunei. Kini brand tersebut telah merambah ke saluran distribusi melalui *reseller* untuk mengekspansi usaha mereka. Dapat disimpulkan bahwa peluang bisnis ini bisa terbilang cukup menjanjikan terlihat dari segala pencapaian dan kesuksesan yang didapatkan oleh brand Tote bag “My White Bag”.

2. Tujuan membuat laporan SKB

Berikut merupakan tujuan Eco Glow dalam membuat laporan Studi Kelayakan Bisnis dengan bentuk laporan tertulis:

1. Untuk memenuhi standar nilai tugas dalam mata kuliah Studi Kelayakan Bisnis.
2. Untuk Mengambil peluang berwirausaha dengan memanfaatkan materi perkuliahan yang telah dipelajari melalui kelas Studi Kelayakan Bisnis.

3. **Kunci Kesuksesan Usaha**

Seperti yang telah dijelaskan dalam pendahuluan, secara garis besarnya kunci kesuksesan usaha dari Eco Glow adalah para SDM yang menjadi tiang pondasi di setiap aspek usaha. SDM yang ditempatkan di berbagai macam divisi seperti, divisi pemasaran, personalia sampai keuangan mempunyai latar belakang sebagai mahasiswa ekonomi dari kampus Institute Perbanas Jakarta. Selain itu, tiap SDM dibalik Eco Glow memahami betul bentuk dan rotasi keinginan dan kebutuhan yang datang dari masyarakat. Dengan meningkatnya pencemaran lingkungan akibat sampah plastik dan didukung dengan penyakit COVID-19 yang sedang terjadi, Eco Glow ingin mengambil andil dengan memproduksi produk yang dapat mencegah segala macam bentuk virus dan penyakit melalui Tote Bag yang dapat menjadi substitusi dari plastik sekali pakai.

BAB II
ANALISIS MAKRO EKONOMI

1. Analisis Ekonomi

Tahun	Pertumbuhan ekonomi (%)
2016	5,85
2017	6,22
2018	6,17
2019	6,23
2020	5,06

***2020 Triwulan 1**

Berdasarkan pertumbuhan ekonomi kota Jakarta menunjukkan tingkat pertumbuhan ekonomi secara umum mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

2. Analisis Demografi

Tahun	Jumlah penduduk	Pertumbuhan (%)
2016	10.300.000	1,1
2017	10.370.000	1,06
2018	10.467.629	1
2019	10.504.100	0,73
2020	10.570.000	0,7

***2020 diproyeksikan bertambah 72ribu orang menurut BPS**

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa tingkat pertumbuhan jumlah penduduk kota Jakarta meningkat yang memungkinkan prospek usaha cukup baik karena konsumen sebagai target pasar cukup besar.

3. Analisis Sosial Budaya

Seiring perubahan dari waktu ke waktu menyebabkan masyarakat Indonesia khususnya masyarakat daerah provinsi Jakarta adalah masyarakat kota yang cenderung konsumtif untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Segalanya ingin didapatkan dengan mudah dan harga murah dengan kualitas terjaga. Eco Glow totebag menyediakan tas untuk kebutuhan masyarakat sehari-hari dalam berbelanja dengan harga terjangkau.

4. Analisis Hukum dan Politik

Dalam perencanaan pembentukan perusahaan, terdapat aspek-aspek perizinan dan prosedur-prosedur yang harus dilalui dan dilengkapi oleh Eco Glow, diantaranya adalah:

A. Membuat Surat Izin Tempat Usaha (SITU)

B. Membuat Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)

C. Membuat Surat Keterangan Domisili Usaha

D. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

F. Surat Izin Prinsip

5. Analisis Teknologi

Perkembangan teknologi pada saat ini sudah sangat pesat hampir seluruh masyarakat di Indonesia menggunakan media sosial, e-commerce untuk berinteraksi dan memenuhi kebutuhan sehari-hari. Eco Glow merupakan salah satu usaha yang merencanakan untuk merambah ke bagian pemasaran melalui sosial media dan E-commerce, dikarenakan telah banyak jenis usaha serupa yang juga sudah melakukan perkembangan teknologi melalui media sosial yang tersedia untuk memenuhi permintaan konsumen. Selain teknologi dalam bentuk internet dan sosial media, Eco Glow menggunakan teknologi mesin untuk memproduksi sekian bahan baku yang nantinya akan menjadi hasil akhir sebagai produk jadi.

BAB III

ANALISIS SWOT

- Faktor Internal

1. *Strengths* (Kekuatan)

- Keunggulan Produk

Kami menawarkan suatu produk Tote bag dengan harga yang terjangkau dan dibuat dengan bahan tidak terpakai dengan kualitas tinggi.

- Kreativitas

Kami menawarkan kreativitas dalam merancang Tote bag dengan desain yang *trendy* dan dapat di custom oleh konsumen.

- Bahan baku mudah di dapat

Bahan baku pembuatan Tote bag sangat mudah di dapat karena memanfaatkan barang bekas dan kain yang mudah di dapat dengan harga yang terjangkau.

2. *Weakness* (Kelemahan)

- Belum memiliki cukup pengalaman

Pengalaman untuk memulai usaha yang masih sangat minim merupakan suatu kelemahan yang harus diatasi.

- Kurangnya Sumber Daya Manusia

Keterbatasan sumber daya manusia sebagai produsen atau pembuat totebag sehingga proses pengerjaannya yang lama.

- Faktor Eksternal

3. *Opportunities* (Peluang)

- Permintaan produk totebag yang tinggi

Banyaknya permintaan masyarakat yang menyukai totebag dengan desain *trendy* dan dapat di costum sesuai dengan apa yang di inginkan. Dengan adanya peningkatan customisasi desain totebag ini maka akan menambah desain terbaru.

- Sistem Pemasaran

Pemasaran yang akan kami lakukan cukup mudah. Kami akan memasarkannya di lingkungan kampus, tempat tinggal, dan melalui media sosial.

4. *Threats* (Ancaman)

- Keacuhan Konsumen

Salah satu bentuk ancaman yang dikhawatirkan dan dapat terjadi adalah keacuhan konsumen. Terkadang masyarakat masih menggunakan kantong plastik pada saat berbelanja ini menandakan bahwa masyarakat tidak mendukung dengan adanya gerakan ramah lingkungan.

- Banyaknya Pesaing

Banyaknya pesaing yang muncul menjual produk yang sama dan menawarkan harga yang lebih terjangkau.

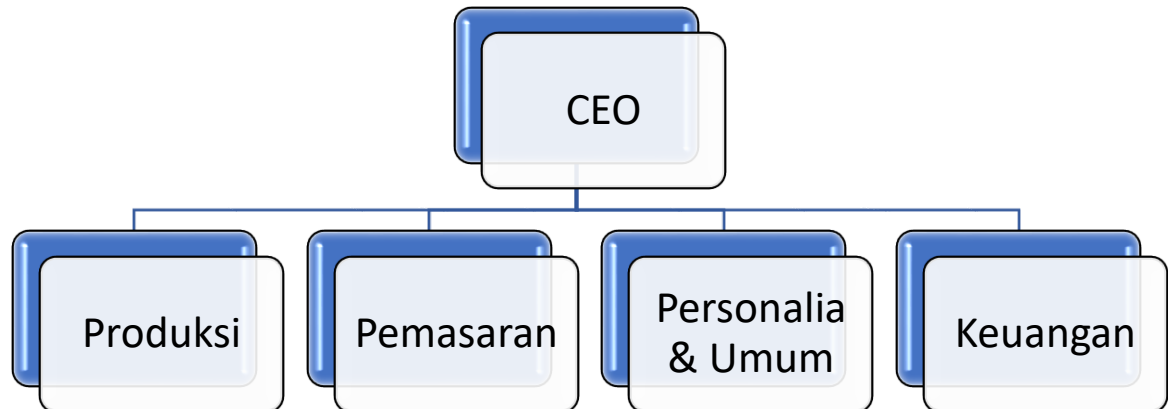
BAB IV

ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA

1. Kemampuan Pemilik

Latar belakang dari para pemilik perusahaan Eco Glow merupakan mahasiswa jurusan Manajemen dari kampus Institute Perbanas. Setiap orang yang berada dalam struktur organisasi perusahaan, mempunyai wawasan dan pengetahuan yang luas dalam bidang SDM dan pemasaran yang sangat diperlukan untuk menjalankan rencana bisnis Tote Bag ini.

2. Struktur Organisasi



3. Uraian Pekerjaan / Job Description

Divisi Produksi:

- Membuat tujuan jangka pendek yang berkaitan dengan aktivitas produksi
- Mengatur dan mengontrol mesin

- Mengatur jam kerja para pekerja
- *Me-monitoring* aktivitas produksi
- Menentukan dan memeriksa standar dari kualitas bahan baku yang digunakan
- Membuat laporan produksi dan melaporkan pada direksi

Divisi Pemasaran:

- Membuat tujuan jangka pendek yang berkaitan dengan kegiatan dan aktivitas pemasaran
- Membina hubungan yang baik dengan konsumen dengan pelayanan seperti *after sales service*
- Membuat rumusan berupa target penjualan
- Melakukan riset terhadap *needs and wants* konsumen
- Melaporkan kegiatan pemasaran dalam bentuk laporan kepada direksi

Divisi Personalia:

- Melakukan kordinasi dan sosialisasi terhadap para karyawan di dalam perusahaan
- Membuat daftar hadir karyawan
- Membuat perjanjian kerja yang dapat berupa kontrak dengan para karyawan

Divisi Keuangan:

- Menyusun dan mengkordinasi anggaran perusahaan
- Memastikan penggunaan dana perusahaan bersifat efektif dan efisien
- Mengelola data dan memproses informasi untuk menghasilkan laporan keuangan yang akurat bagi perusahaan
- Membuat keputusan atas segala tindakan yang berkaitan dengan pembiayaan dan investasi
- Bekerja sama dengan bidang departemen lain seperti bagian produksi dan pemasaran dan membuat laporan analisis tentang kelangsungan perusahaan yang akan disampaikan kepada direksi

CEO:

- Memimpin kegiatan yang berada di dalam perusahaan
- Menentukan target jangka panjang dan menengah bagi perusahaan
- Menyesuaikan dana yang akan digunakan pada waktu mendatang
- Membuat daftar pemegang saham
- Membuat laporan tahunan perusahaan

4. Spesifikasi Pekerjaan / *Job Specification*

Divisi Produksi:

- Laki-laki atau Perempuan
- Minimal Pendidikan D3
- Cekatan
- Rajin
- Mampu bekerja sama secara tim

Divisi Pemasaran:

- Minimal Pendidikan D3
- Mempunyai kemampuan *selling skills* yang baik
- Rajin
- Mampu berkomunikasi
- Dapat menentukan pengambilan keputusan
- Inisiatif
- Kreatif

Divisi Personalia:

- Laki-laki atau Perempuan
- Minimal Pendidikan D3
- Mempunyai pengetahuan yang luas tentang SDM
- Mampu mengelola SDM
- Dapat berkomunikasi dengan baik
- Ramah
- Mampu bekerja secara tim dan individu

Divisi Keuangan:

- Laki-laki atau Perempuan
- Pendidikan minimal D3
- Pernah mengikuti pelatihan di organisasi eksternal
- Mempunyai pemahaman tentang keuangan dan akuntansi
- Mempunyai pemahaman tentang perpajakan

CEO:

- Laki-laki atau Perempuan
- Pendidikan minimal D3
- Mempunyai jiwa kepemimpinan yang tinggi
- Mempunyai kapabilitas untuk mengelola SDM
- Mempunyai keahlian dalam melakukan analisis bisnis atau business analytics
- Dapat berkomunikasi secara verbal maupun non-verbal dengan baik
- Mempunyai kemampuan *multi-tasking* atau mengerjakan segala aktivitas dalam satu waktu

5. Jumlah Tenaga Kerja dan Gaji

Department	Position	Qty	Monthly Salary
CEO	Director	1	Rp 5.000.000
Marketing	Employee	1	Rp 4.000.000
Production	Employee	1	Rp 4.000.000
Finance	Employee	1	Rp 4.000.000
Personalia	Employee	1	Rp 4.000.000
TOTAL			Rp 21.000.000

BAB V

ASPEK PRODUKSI

1. Lokasi Usaha

Seperti yang telah dijelaskan melalui bab I, Pendahuluan, proses produksi dan pembuatan Tote bag ini dilakukan di Jalan Mampang Prapatan. Tujuan dari penempatan lokasi usaha di lokasi tersebut adalah karena lokasi ini terbilang cukup strategis karena berdekatan dengan lokasi kampus Perbanas Institute Jakarta dan universitas lainnya. Selain itu, salah satu target pasar dari Eco Glow yang merupakan mahasiswa dapat menyaksikan proses produksi dan langsung dapat membeli produk yang diinginkan.

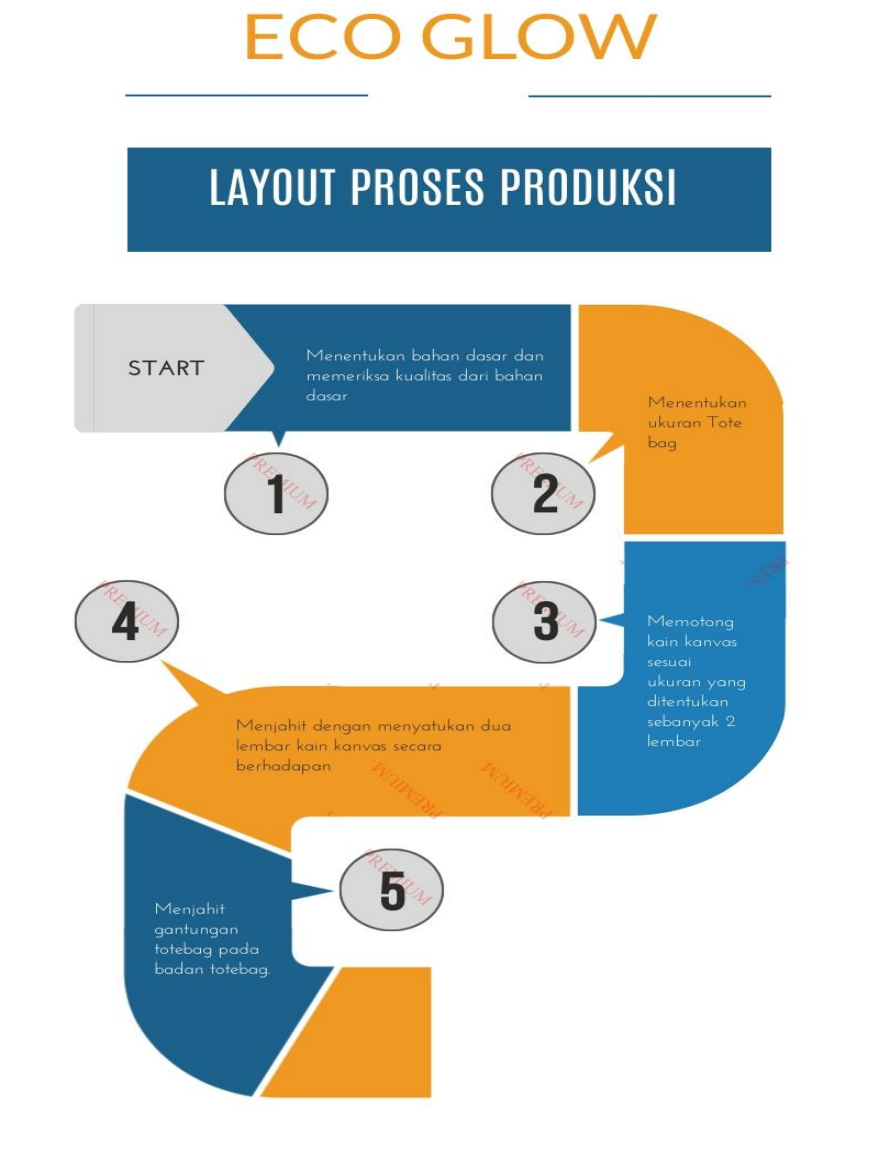
2. Proses Produksi

a.) Produksi pembuatan tas Tote bag Eco Glow tidak berbeda jauh dengan pembuatan Tote bag pada umumnya, yang membedakan adalah bahan yang digunakan yaitu menggunakan bahan berkategori *used* atau sudah terpakai. Berikut adalah langkah – langkah pembuatan Tote bag:

1. Pertama-pertama menentukan bahan dasar dan memeriksa kualitas dari bahan yang akan digunakan. Dikarenakan konsep Tote bag ini adalah menggunakan bahan yang sudah tidak terpakai, penting untuk memeriksa terlebih dahulu kualitas dari bahan tersebut. Setelah memeriksa, selanjutnya menentukan dalam memakai bahan sesuai dengan persediaan yang diterima. Bahan yang digunakan adalah denim, kanvas dan spunbond.
2. Selanjutnya adalah menentukan ukuran Tote bag dengan bahan material yang telah ditentukan, sebagai contoh kanvas sebagai bahan dasarnya. Proses mengukur dan memberi tanda dengan menggunakan pensil atau kapur jahit pada kain kanvas yang telah disiapkan. Ukuran tote bag kanvas sendiri antara lain: Tote bag kanvas kecil: 30 x 35 cm, Tote bag kanvas sedang: 35 x 40 cm, Tote bag kanvas besar: 60 x 50 cm.
3. Selanjutnya adalah proses memotong kain kanvas sesuai dengan ukuran dari masing-masing totebag sebanyak 2 lembar.
4. Kemudian menjahit dengan menyatukan dua lembar kain kanvas tadi secara berhadapan. Jahitan dilakukan secara lurus dan sisakan satu sisi yang tidak dijahit. Sebagai sentuhan akhir, setelah dijahit, proses obras akan dilakukan untuk serat-serat kanvas tidak mudah terurai.

- Langkah terakhir menjahit gantungan totebag pada badan totebag. Sebelum proses menjahit, bagian gantungan yang akan dijahit akan ditandai terlebih dahulu dengan melipat bagian atas tote bag dalam tiga kali lipatan.

b.) **Layout**



3. Kualitas Barang/Produk

Eco Glow memproduksi produk yang terbuat dari bahan dasar yang termasuk dalam kategori *used* atau terpakai. Bahan-bahan yang digunakan adalah bahan dalam bentuk kanvas, denim dan spunbond. Walaupun bahan dasar untuk pembuatan produk Tote bag memakai bahan-bahan yang telah terpakai atau sudah tidak terpakai, Eco Glow tetap memastikan bahwa bahan-bahan dasar tersebut merupakan bahan dasar dengan kualitas terbaik yang diperoleh oleh beberapa pemasok yang terpercaya.

4. Penggunaan Teknologi

Berikut adalah daftar-daftar dari mesin, perangkat dan alat yang digunakan dalam pembuatan Tote bag oleh Eco Glow:

1. Mesin Jahit
2. Mesin Obras
3. Mesin Bordir
4. Bahan dan Alat jahit lengkap yang terdiri dari:
 - Kain
 - Jarum jahit
 - Jarum pentul
 - Benang
 - Gunting kain
 - Gunting benang
 - Gunting mesin
 - Pengurai jahitan
5. *Cutting mat* (alat pemotong bahan)
6. Pita ukur
7. Alat tulis
8. Setrika
9. Meja setrika
10. Rader (alat untuk menandai pola)

BAB VI

Aspek Pemasaran

1. Segmentation

Bisnis yang kami rencanakan ini mengandung beberapa variabel segmentasi, dimulai dari segi Geographic, Demographic, Psychographic, dan Behavioral.

Dari perspektif *Geographic*, Saat ini, ditengah tingginya pencemaran lingkungan akibat sampah plastik menjadikan bisnis daur ulang sangat menjanjikan. Banyak bisnis yang sudah memulai gerakan anti-pemakaian plastik ini, sebagai contoh bisnis-bisnis yang bergerak di bidang *Food and Beverage* sudah tidak menyediakan kantung plastik sebagai wadah teruntuk para konsumen yang ingin mengkonsumsi makanan tersebut di rumah mereka. Untuk itu, produk kami yang bergerak di business model Totebag ini dapat menjadi solusi atas semua permasalahan tersebut. Konsumen dapat memakai Totebag yang telah kami produksi untuk berbagai macam kebutuhan, seperti Ketika membeli makanan dan berbelanja ke supermarket.

Dari segi *Demographic*, masyarakat yang berstatus sebagai pelajar merupakan salah satu target pasar kami, dikarenakan demand atau permintaan yang cukup banyak yang datang dari para mahasiswa dan pelajar. Namun, produk yang kami buat adalah produk yang bersifat *generic*, yang artinya adalah kami mengharapkan produk kami dapat digunakan oleh semua kalangan.

Dari segi *psychographic*, kami mendesain *totebag* dengan desain yang *trendy* dan dapat di custom oleh konsumen. Adanya *totebag* ini diharapkan masyarakat dapat mengurangi penggunaan sampah plastik seperti jika belanja pada supermarket, minimarket, dan juga pasar.

Dari segi *Behavioral*, pada dasarnya sudah berbagai macam produk sejenis yang banyak bermunculan, akan tetapi dengan desain monoton yang membuat konsumen tidak tertarik untuk membelinya. Untuk itu *problem solving* kami adalah di aspek inovasi bentuk dan inovasi produk dalam memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan tren yang ada pada saat ini dengan menawarkan produk yang ramah lingkungan yaitu produk yang bebas dari bahan dasar plastik.

2. Targeting

Sistem Targeting yang kami implementasikan untuk produk kami adalah *Product Specialization*. Produk yang memiliki model bisnis Tote bag ini kami desain untuk dapat membantu konsumen untuk mengerjakan segala jenis kebutuhan. Kami menyediakan Totebag dengan desain yang lebih *Trendy* untuk para konsumen yang berprofesi sebagai mahasiswa dan pelajar, yang dimana mereka memiliki

kecenderungan ingin tampil lebih *stylish* atau bergaya. Selain itu, kami menyediakan Totebag yang berukuran besar dengan muatan kapasitas yang lebih luas untuk para konsumen yang berprofesi sebagai pekerja kantoran dan Ibu rumah tangga. Selain dari fitur-fitur produk, kami menyediakan layanan tambahan berupa kustomisasi produk. Layanan ini kami sediakan teruntuk para konsumen yang memiliki keinginan untuk memiliki totebag yang sesuai dengan karakteristik mereka masing-masing, karena semua produk dan layanan yang kami berikan ini demi memunculkan adanya *customer satisfaction* dari setiap jenis konsumen.

3. Positioning

Eco Glow akan hadir sebagai brand yang menyediakan produk tas kasual dalam bentuk Tote bag yang akan memenuhi segala jenis kebutuhan orang-orang dalam menjalankan aktivitasnya. Produk ini terbuat dari bahan dasar yang termasuk dalam kategori *used* atau terpakai, namun Eco Glow tetap memastikan bahwa bahan dasar tersebut merupakan bahan dasar dengan kualitas terbaik yang diperoleh oleh beberapa pemasok yang terpercaya. Eco Glow menggunakan bentuk aktifitas pemasaran yang inovatif dan tidak monoton dengan menggunakan *native advertising* yang terintegrasi dengan media sosial untuk menarik target pasar, yaitu orang-orang yang melek akan teknologi dan aktif dalam bermedia sosial.

4. Analisis Potensi Pasar

Produk ini memiliki peluang bisnis yang cukup menjanjikan. Karena saat ini penggunaan Tote bag meningkat seiring dengan kebijakan – kebijakan yang dikeluarkan oleh walikota diberbagai daerah seperti kota Bogor, kota Depok, dan kota Jakarta yang tidak memperbolehkan penggunaan plastik pada setiap melakukan transaksi jual beli barang pada supermarket, mini market, maupun pasar.

5. Customer Engagement dan CRM (Customer Relationship Management)

Eco Glow adalah perusahaan yang memprioritaskan kepuasan konsumen melalui produk yang dijual dan melalui layanan *while-buying service dan after sales services*. Dengan memiliki tujuan untuk mendapatkan customer loyalty, dibutuhkan customer engagement yang baik yang dipertujukan untuk para konsumen. Eco Glow merencanakan beberapa bentuk *customer engagement* atau aktifitas yang dapat membangun ikatan antara perusahaan dan konsumen, yang diantaranya adalah:

- Memanfaatkan media sosial sebagai *marketing tools*

Sosial media merupakan tempat yang cocok untuk pelaku bisnis untuk tetap terikat dengan para konsumennya. Dari segala jenis aktifitas yang bisa dilakukan di sosial media seperti product advertising atau periklanan, sosial media juga merupakan tempat yang pas untuk penerapan *crowdsourcing*. Eco Glow dapat membuat katalog digital dan dibagikan melalui Instagram dan menanyakan pendapat para konsumen terhadap produk tas tersebut dan konsumen dapat memberikan ide-ide mereka melalui desain yang mereka buat secara pribadi dan yang paling menarik akan dijadikan satu produk yang akan dijual secara massal.

- Merespon segala umpan balik atau *feedback*

Eco Glow merencanakan memberikan sebuah layanan dalam bentuk sapaan kepada para konsumen melalui Email. Tujuan dari bentuk pelayanan ini adalah untuk menilai kepuasan konsumen terhadap produk yang telah dibeli dan membangun hubungan yang baik antara perusahaan dan konsumen melalui segala *feedback* yang diberikan, positif dan negatif. Segala *feedback* dibutuhkan untuk perusahaan dalam rangka membentuk kepuasan konsumen yang dapat berujung kepada loyalitas konsumen.

- Memberikan pengalaman yang berkualitas

Eco Glow menerapkan sistem diskon untuk dua jenis konsumen, yaitu 1st-timer consumer dan 2nd-timer consumer. Untuk konsumen yang baru pertama kali membeli produk atau 1st-timer consumer, setelah mereka membeli suatu produk mereka akan mendapatkan potongan 10% di pembelian yang berikutnya. Untuk konsumen yang sudah membeli produk Eco Glow sebelumnya atau 2nd-timer consumer, mereka mendapatkan tambahan potongan 5% dan mendapatkan 1 Tote Bag yang dapat dikustomisasi sesuai dengan keinginan mereka di pembelian yang ketiga.

Dari segala jenis bentuk interaksi perusahaan dengan konsumen yang merupakan bagian dari customer engagement, Eco Glow berencana untuk menggunakan aplikasi *Barantum*, sebagai *CRM tools* untuk mengumpulkan data-data pelanggan melalui berbagai *platform* seperti website perusahaan, telepon, dan media sosial. *Barantum* sendiri merupakan salah satu dari sekian banyak *CRM tools* yang sering dipakai oleh banyak perusahaan yang baru berdiri. Data yang dikumpulkan oleh CRM akan menghasilkan rincian data kepada perusahaan mengenai segala hal yang berhubungan dengan konsumen seperti, informasi pribadi konsumen, riwayat pembelian, dan perilaku konsumen dalam mempertimbangkan untuk membeli sebuah produk. Setelah mendapatkan data-data mengenai konsumen, data-data tersebut dapat dijadikan sebagai bahan analisis untuk kepentingan evaluasi perusahaan yang bertujuan dalam meningkatkan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan sehingga menimbulkan *customer satisfaction*

6. *Marketing Mix* / Bauran Pemasaran

Eco Glow mengimplementasi marketing mix dalam bentuk 4p, dan berikut merupakan perincian untuk masing-masing aspek dari marketing mix:

- ***Product/Produk***

Eco Glow merupakan bentuk usaha yang menerapkan *customized business model* yang membuat varian jenis Tote bag sebagai produk utamanya. Eco Glow memberikan produk yang berbeda dan terlihat menarik serta dibuat dengan desain yang trendy dan bisa di *customize* atau di kustomisasi sesuai keinginan konsumen dengan menggunakan bahan yang berkualitas. Dengan adanya totebag ini, diharapkan dapat mengurangi sampah plastik.

- ***Promotion/Promosi***

Promosi yang Eco Glow lakukan adalah dengan menawarkan pada teman sesama mahasiswa dan promosi yang dilakukan melalui mulut ke mulut atau *word of mouth*. Lalu aktifitas promosi yang dilakukan pada sosial media dengan memberikan potongan harga dengan syarat mengupload Tote bag yang sudah di beli konsumen pada sosial medianya dan me-ngetag sosial media perusahaan di Instagram.

- ***Place/Distribution/Tempat***

Saluran distribusi atau *distribution channels* yang ingin di implementasikan oleh Eco Glow adalah saluran distribusi melalui *brokers and distribution*. *Distribution channels* yang diterapkan oleh Eco Glow berbeda dengan bentuk *distribution channels* yang diterapkan oleh kebanyakan kompetitor yang memiliki produk sejenis, yang dimana mereka lebih menerapkan *direct sales* sebagai bentuk distribusi yang hanya melayani konsumen melewati proses yang dilakukan oleh pihak pertama saja yaitu pihak dari perusahaan itu sendiri. Dengan menggunakan saluran pihak ketiga seperti reseller, wholeseller dan retailer, Eco Glow mengharapkan untuk lebih bisa menjangkau segala *potential customer* dari seluruh daerah di Indonesia.

- ***Price/Harga***

Strategi penetapan harga yang Eco Glow lakukan adalah dengan menggunakan strategi penetapan harga berbasis permintaan dengan metode *penetration pricing*, yaitu menetapkan produk dengan harga rendah untuk memperkenalkan produk baru. Hal ini dilakukan agar dapat memperoleh peningkatan pada volume penjualan. Harga untuk setiap produk Tote Bag dimulai dari penetapan harga untuk setiap ukuran tas, dimulai dari ukuran *Small* dengan harga jual Rp.7.500/pcs, ukuran *Medium* Rp.10.500/pcs dan ukuran *Large* dengan harga jual Rp.15.000/pcs.

BAB VII

Aspek Keuangan

Berikut beberapa biaya yang diproyeksikan untuk kebutuhan Produksi pembuatan tas Tote bag Eco Glow:

1. Investasi Awal dan Modal Kerja Awal

KEBUTUHAN DANA INVESTASI & MODAL KERJA				
No.	Uraian	Harga	Jumlah	Total
		Satuan Rp.	Unit/org.	Rp.
A.	INVESTASI :			
1	Sewa tempat usaha (1 tahun)	30.000.000	-	30.000.000
2	Perizinan tempat usaha	3.500.000	-	3.500.000
3	Peralatan & Perlengkapan kerja :			
	a. Mesin pembuat tas			
	- Mesin Jahit	1.500.000	1	1.500.000
	- Mesin obras	500.000	1	500.000
	- Mesin bordir	500.000	1	500.000
	b. Peralatan lainnya :			
	- Setrika	250.000	1	250.000
	- Meja Setrika	250.000	1	250.000
	- Lain-Lain (gunting, jarum, kain dll.)	500.000	-	500.000
	b. Kursi & Meja kerja	2.000.000	4	8.000.000
	c. Laptop	3.000.000	2	6.000.000
	d. Printer	1.500.000	1	1.500.000
	e. Filing Cabinet	1.000.000	1	1.000.000
	f. AC	3.000.000	2	6.000.000
	g. Lain-lain	500.000	-	500.000
	TOTAL BIAYA INVESTASI			60.000.000
B.	MODAL KERJA (1 bulan) :			
	a. Material (bahan bekas)	4.000.000	-	4.000.000
	b. Alat tulis kantor (ATK)	500.000	-	500.000
	c. Listrik, air dan telepon	1.000.000	-	1.000.000
	d. Biaya pemasaran	500.000	-	500.000
	e. Gaji pegawai :			
	- CEO/Director	5.000.000	1	5.000.000
	- Production	4.000.000	1	4.000.000
	- Marketing	4.000.000	1	4.000.000
	- Finance	4.000.000	1	4.000.000
	- Personalia & Umum	4.000.000	1	4.000.000
	f. Biaya tak terduga	500.000	-	500.000
	TOTAL MODAL KERJA			27.500.000
	TOTAL KEBUTUHAN DANA AWAL			87.500.000

2. Penyusutan

BIAYA PENYUSUTAN PERALATAN & PERLENGKAPAN KERJA PER TAHUN						
No.	Uraian	Harga	Jumlah	Total	Umur	By. Penyusutan
		Satuan Rp.	Unit	Rp.	Ekonomis	per thn. Rp
1	Mesin pembuat tas :					
	- Mesin Jahit	1.500.000	1	1.500.000	5	300.000
	- Mesin obras	500.000	1	500.000	5	100.000
	- Mesin Bordir	500.000	1	500.000	5	100.000
2	Setrika & Meja setrika	500.000	1	500.000	2	250.000
3	Kursi & Meja kerja	2.000.000	4	8.000.000	5	1.600.000
4	Laptop	3.000.000	2	6.000.000	5	1.200.000
5	Printer	1.500.000	1	1.500.000	5	300.000
6	Filing Cabinet	1.000.000	1	1.000.000	5	200.000
6	AC	3.000.000	2	6.000.000	5	1.200.000
TOTAL						5.250.000

3. Proyeksi Penjualan dan Proyeksi Biaya

Untuk menghitung proyeksi laba kotor, diasumsikan Target Produksi, dan Target Penjualan sebagai berikut:

TARGET PRODUKSI & TARGET PENJUALAN			
No.	Uraian	Proyeksi (unit)	
		per hari	1 bln (22 h.h.)
1	Target Produksi	10	220
2	Target Penjualan (80% dr. produksi)	-	176

Berdasarkan asumsi dari target penjualan dan target produksi diatas, maka berikut ini disajikan biaya-biaya yang memproyeksikan laba kotor (*gross profit*) per bulan:

PROYEKSI LABA KOTOR (per bulan)	
Jumlah Penjualan 176 unit @ Rp165.000	29.040.000
Harga Pokok Penjualan :	
- Biaya produksi 200 unit (material)	4.000.000
- Biaya tenaga kerja	21.000.000
- Biaya Lain2	2.500.000
Total Biaya Produksi 200 unit @ Rp137,500	27.500.000
Laba Kotor	1.540.000

4. **Proyeksi Arus Kas (Cash Flow) selama 5 tahun (2021 s.d 2025)**

PROYEKSI ARUS KAS (CASH FLOW)							
URAIAN	Perbulan*	2021	2022	2023	2024	2025	Asumsi
PENERIMAAN :							
- Jumlah Penjualan (unit)	176 unit	2112 unit	2305 unit	2770 unit	3320 unit	3985 unit	Tetap 80% dari jlh.produksi
- Harga Jual per unit (Rp)	165.000	1.980.000	165.000	165.000	165.000	165.000	Tetap Rp165,000,- per unit
Jumlah Penerimaan	29.040.000	348.480.000	380.325.000	457.050.000	547.800.000	657.525.000	
PENGELUARAN :							
- Biaya Produksi :		-					
• Jlh. yang diproduksi	200 unit	2400 unit	2880 unit	3460 unit	4150 unit	4980 unit	Setiap tahun meningkat ± 20%
• Biaya material per unit	20.000	20.000	20.000	22.000	22.000	22.000	Thn. 2023 harga material per unit naik Rp22 rb.
Jumlah Biaya Produksi	4.000.000	48.000.000	57.600.000	76.120.000	91.300.000	109.560.000	
- Biaya Tenaga Kerja :							
• 1 org. CEO + 4 org. employee	21.000.000	252.000.000	252.000.000	252.000.000	312.000.000	312.000.000	Thn.2024 naik Rp1 juta (Rp5 jt.x 12 =Rp60 jt)
• 1 org. peg. divisi produksi (Rp4 jt/bln)	-	-	-	-	48.000.000	48.000.000	Thn 2024 Rencana tambahan1 pegawai
Jumlah Biaya Tenaga Kerja		252.000.000	252.000.000	252.000.000	360.000.000	360.000.000	
- Biaya Penyusutan		5.250.000	5.250.000	5.250.000	5.250.000	5.250.000	
- Biaya Lain-Lain	2.500.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	36.000.000	36.000.000	Thn 2024 tambahan biaya Rp500 rb/bln
Jumlah Pengeluaran	27.500.000	335.250.000	344.850.000	363.370.000	492.550.000	510.810.000	
Laba sebelum pajak	1.540.000	13.230.000	35.475.000	93.680.000	55.250.000	146.715.000	
Pajak 10%	-	1.323.000	3.547.500	9.368.000	5.525.000	14.671.500	
Laba setelah pajak (EAT)		11.907.000	31.927.500	84.312.000	49.725.000	132.043.500	
CASH FLOW (Proceed = EAT + Penyusutan)		17.157.000	37.177.500	89.562.000	54.975.000	137.293.500	

* data sebelumnya

5. **Net Present Value (NPV)**

Berdasarkan *cash flow* di atas, dengan menggunakan asumsi *Cost of Capital* (CoC), maka perhitungan *Net Present Value* (NPV) sebagaimana di bawah ini:

Net Present Value (NPV)					
Th.	EAT	Depr.	Proceed	DF (10%)	P.V
1	11.907.000	5.250.000	17.157.000	0,9091	15.597.272,73
2	31.927.500	5.250.000	37.177.500	0,8264	30.725.206,61
3	84.312.000	5.250.000	89.562.000	0,7513	67.289.256,20
4	49.725.000	5.250.000	54.975.000	0,6830	37.548.664,71
5	132.043.500	5.250.000	137.293.500	0,6209	85.248.461,67
Σ	309.915.000	26.250.000	336.165.000		236.408.861,91
Rata²	61.983.000			Investasi	60.000.000,00
				NPV.	176.408.861,91

Kesimpulan : Proyek ini Layak dilaksanakan karena NPV > 0

6. Internal Rate of Return (IRR)

Sebagai data pembandingan untuk menghitung IRR, maka diasumsikan *Cost of Capital* ke-2 sebesar 20%.

Th.	EAT	Depr.	Proceed	DF (10%)	P.V	DF (20%)	P.V
1	11.907.000	5.250.000	17.157.000	0,9091	15.597.272,73	0,8333	14.297.500,00
2	31.927.500	5.250.000	37.177.500	0,8264	30.725.206,61	0,6944	25.817.708,33
3	84.312.000	5.250.000	89.562.000	0,7513	67.289.256,20	0,5787	51.829.861,11
4	49.725.000	5.250.000	54.975.000	0,6830	37.548.664,71	0,4823	26.511.863,43
5	132.043.500	5.250.000	137.293.500	0,6209	85.248.461,67	0,4019	55.175.178,43
Σ	309.915.000	26.250.000	336.165.000		236.408.861,91		173.632.111,30
				Investasi	60.000.000,00		60.000.000,00
				NPV.	176.408.861,91		113.632.111,30

IRR =	$1 + \frac{NPV1}{(NPV1 - NPV2)}$	$(I2 - I1)$
	$10\% + \frac{176.408.861,91}{(176.408.861,91 - 113.632.111,30)} \times 10\%$	
	$10\% + \frac{176.408.861,91}{62.776.750,61} \times 10\%$	
	$10\% + 28,10\%$	
IRR =	38,10%	
Kesimpulan : Proyek ini Layak dilaksanakan karena IRR > CoC (10%)		

7. Payback Period

Payback Periode					
Th.	EAT	Depr.	Proceed	Arus Kas	Arus Kas Kumulatif
0				-60.000.000	-60.000.000
1	11.907.000	5.250.000	17.157.000		-42.843.000
2	31.927.500	5.250.000	37.177.500		-5.665.500
3	84.312.000	5.250.000	89.562.000		83.896.500
4	49.725.000	5.250.000	54.975.000		138.871.500
5	132.043.500	5.250.000	137.293.500		276.165.000

Sisa thn.ke-2 : 5.665.500 dibagi proceed thn.ke-3 seb.89.562.000 = 0,06

Maka Payback Periode : 2 tahun 6 hari

Kesimpulan : Proyek ini Layak dilaksanakan karena Payback Periode lebih cepat dari umur ekonomis (5

KESIMPULAN PROYEK:

SECARA KESELURUHAN PROYEK INI LAYAK UNTUK DILAKSANAKAN DENGAN PERTIMBANGAN $NPV > 0$, $IRR > CCoc$ (10%) dan PAYBACK PERIOD 2 TAHUN 6 HARI LEBIH CEPAT DARI RATA-RATA UMUR EKONIMIS (5 TAHUN).

BAB VIII

Kesimpulan dan Rekomendasi

1. Kesimpulan

Setelah membuat dan meneliti laporan yang terdiri dari berbagai aspek pembahasan untuk proposal Studi Kelayakan Bisnis, maka dapat disimpulkan bahwa proyek usaha ini dapat dijalankan.

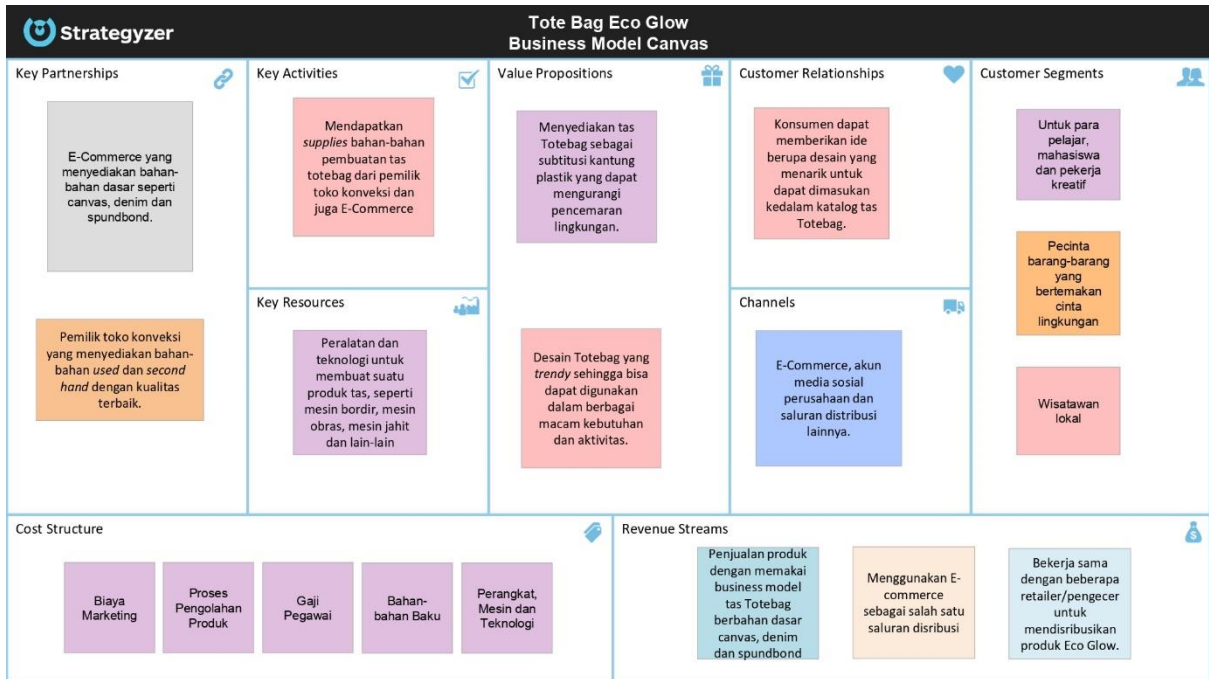
Didukung dengan kondisi makro Indonesia, bahwa usaha bisnis tas Tote Bag dapat meningkatkan probabilitas kesuksesan untuk menjalankan usaha. Tingkat kebutuhan akan tas Tote Bag semakin hari kian meningkat dikarenakan rusaknya ekosistem akibat sampah plastic yang tak dapat di daur ulang dan ditambah dengan virus COVID-19 yang sedang mewabah. Selain itu, dari aspek SDM, Pemasaran sampai dengan aspek keuangan pun telah menjelaskan bahwa ide usaha ini layak untuk dijalani.

2. Rekomendasi

Dari *Business Model Canvas* yang telah dibuat beberapa waktu yang lalu, dapat direkomendasikan bahwa *business model* yang harus diimplementasikan oleh Eco Glow adalah bentuk Manufaktur atau *Brick and Mortar*. Pada dasarnya, Eco Glow yang memproduksi, mendistribusi dan menjual langsung produknya kepada konsumen dapat menggunakan *business model* Manufaktur, yang dimana Eco Glow sebagai produsen dapat menjual langsung produknya kepada konsumen dan juga dapat bekerja sama dengan pihak ketiga atau distributor untuk meningkatkan *product sales*. Eco Glow juga dapat menggunakan business model Brick and Mortar, yang dimana konsumen dapat langsung membeli produk-produk tertentu di toko fisik dari Eco Glow. Namun terlepas dari berbagai jenis *business model* yang digunakan oleh Eco Glow, kami tetap mengharapkan bahwa produk kami tidak hilang dari segi fungsi dan esensinya. Kami sangat berharap bahwa orang-orang yang sesuai dengan target segmentasi kami dapat terbantu dengan adanya produk kami. Karena kami, Eco Glow yakin bahwa sebagus apapun rencana bisnis kami, namun tanpa menjalankan etika bisnis yang menjadi pondasi utama dari visi misi kami, maka bisnis itu tidak dapat berjalan dengan semestinya.

LAMPIRAN

BUSINESS MODEL CANVAS



DAFTAR PUSTAKA

Sulastri, L. (2016, February). *Studi Kelayakan Bisnis untuk Wirausaha*, 1. Retrieved from digilib.uinsgd: <http://digilib.uinsgd.ac.id/3141/1/Studi%20KBW.pdf>