

**RANCANG BANGUN BISNIS PADA PERUSAHAAN NOTHING FUNNY ID**

**RANCANG BANGUN BISNIS**



Ditulis Oleh:

Nama : Dendy Putranto Prakoso

Nomor Mahasiswa : 15311136

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2020/2021**

# **RANCANG BANGUN BISNIS PADA PERUSAHAAN NOTHING FUNNY ID**

## **RANCANG BANGUN BISNIS**

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1 Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia



Ditulis Oleh:

Nama : Dendy Putranto Prakoso

Nomor Mahasiswa : 15311136

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2020/2021**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apa pun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 12 Februari 2021



Dendy Putranto Prakoso

Rancang Bangun Bisnis Pada Perusahaan Nothing Funny ID

Nama : Dendy Putranto Prakoso

Nomor Mahasiswa : 15311136

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 12 Februari 2021

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing



Hendy Mustiko Aji, BIBM., SE., M.Sc

## HALAMAN PENGESAHAN UJIAN

Telah dipertahankan/diujikan dan disahkan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana strata-I di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Nama : Dendy Putranto Prakoso

Nomor Mahasiswa : 15311136

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 12 Februari 2021

Disahkan oleh:

Penguji/Pembimbing Skripsi : Hendy Mustiko Aji, BIBM., SE., M.Sc..... 

Penguji : Muchsin Muthohar, Drs., MBA. .... 

Mengetahui Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Indonesia

(Dr. Jaka Sriyana, S.E., M.Si., Ph.D)

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR**

**TUGAS AKHIR BERJUDUL  
RANCANG BANGUN BISNIS PADA PERUSAHAAN NOTHING FUNNY ID**

Disusun Oleh : **DENDY PUTRANTO PRAKOSO**  
Nomor Mahasiswa : **15311136**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**  
Pada hari, tanggal: Selasa, 16 Maret 2021

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Hendy Mustiko Aji.,S.E., M.Sc.



Penguji : Muchsin Muthohar, Drs., MBA.



Mengetahui  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya. Oleh karena kuasa-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “*Rancang Bangun Bisnis Pada Perusahaan Nothing Funny ID*”. Karya tulis ini disusun dalam rangka untuk memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata-I di Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Program Studi Manajemen, Universitas Islam Indonesia.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik berkat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Hendy Mustiko Aji, BIBM., SE., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dengan sabar dan ikhlas, memberikan semangat, dukungan, dan dorongan kepada penulis agar dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
2. Bapak Dr. Jaka Sriyana, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Anjar Priyono, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Segenap dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
5. Ibu Eni Ratnawati yang tidak henti-hentinya untuk selalu mengingatkan untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Keluarga besar Sudiman, yang selalu memberi semangat untuk segera

menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Teman-teman Popular Magazine, yang selalu memberi tekanan untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini karena hidup akan selalu berjalan.
8. PB. Tirta Gudanggaram, yang selalu menjadi tempat saya meluapkan kelelahan dengan cara berolahraga badminton.
9. Muhammad Alsidhik Harifi, selaku teman mengerjakan tugas akhir yang selalu sedia untuk menemani mengerjakan tugas akhir ini.
10. Syifaul Ummah, yang sudah menemani dari awal sampai selesai menyusun tugas akhir ini. Terimakasih sudah selalu menemani, mendukung, dan mensupport.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca sangat diharapkan. Akhir kata, penulis memohon maaf atas segala keterbatasan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 12 Februari 2021

Penulis,

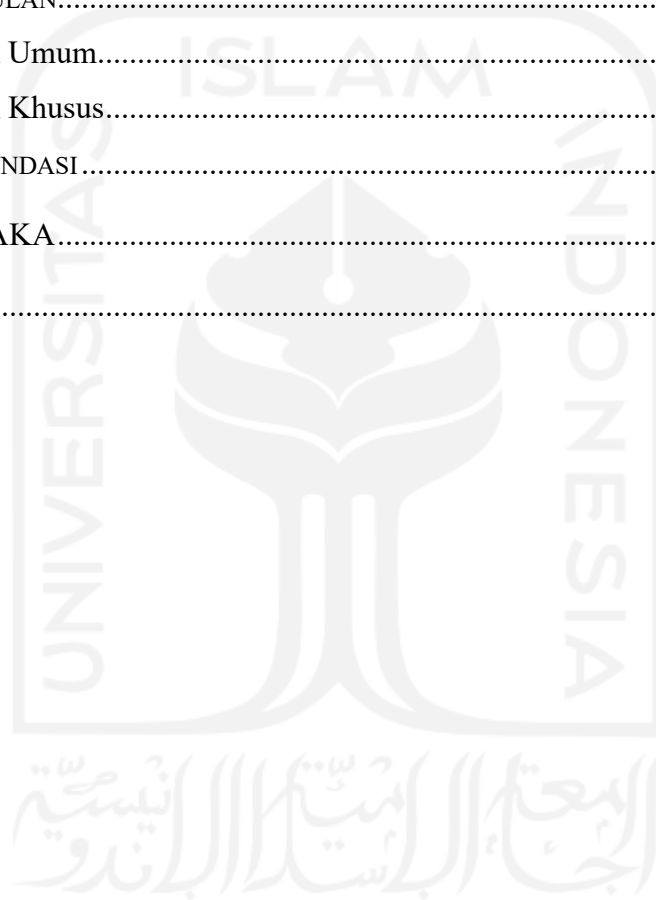
Dendy Putranto Prakoso



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	I
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME <b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>	
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	IV
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR .....	VI
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI .....	VIII
DAFTAR TABEL .....	X
DAFTAR GAMBAR.....	XI
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1    LATAR BELAKANG.....	1
1.2    RUMUSAN MASALAH .....	4
1.3    TUJUAN BISNIS .....	4
1.4    MANFAAT BISNIS.....	5
1.5    SISTEMATIKA LAPORAN.....	6
BAB II LAPORAN UMUM PELAKSANAAN KEGIATAN .....	8
2.1    PROFIL BISNIS.....	8
2.1.1    Sejarah Bisnis.....	8
2.1.2    Model Bisnis .....	9
2.1.3    Filosofi Merek.....	17
2.2    PELAKSANAAN BISNIS .....	18
2.2.1    Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia.....	18
BAB III IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH BISNIS.....	44
3.1    IDENTIFIKASI PERMASALAHAN .....	44
3.1.1    Permasalahan Marketing.....	44

3.2	TINJAUAN TEORITIS.....	45
3.1.2	Kualitas Layanan.....	46
3.2	PEMECAHAN MASALAH .....	47
3.2.1	Perubahan Produk yang dihasilkan .....	48
3.2.2	Pelayanan yang maksimal .....	49
BAB IV KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....		51
4.1	KESIMPULAN.....	51
4.1.1	Aspek Umum.....	51
4.1.2	Aspek Khusus.....	52
4.2	REKOMENDASI.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....		55
LAMPIRAN .....		56



## DAFTAR TABEL

Penilaian Kerja .....	28
Rincian Alokasi Dana .....	44
Pengeluaran Produksi .....	46
Penjualan Masker Kain.....	53
Penjualan Alat Pelindung Diri.....	54



## DAFTAR GAMBAR

Bisnis Model Kanvas .....	11
Logo Nothing Funny.....	19
Struktur Organisasi Nothing Funny.....	27



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam kehidupan ini, manusia tidak dapat lepas dari suatu benda yang berasal dari tekstil. Kata tekstil di dalam bahasa Indonesia ialah merupakan kata serapan dari bahasa Inggris *textile* meskipun kata tekstil itu sendiri diketahui berasal dari kata bahasa Latin, *texere* yang berarti lembaran. Yang perlu diketahui Tekstil sudah jadi bagian dari gaya hidup dan teknologi, karena tekstil tidak hanya menjadi busana, tapi juga untuk tekstil di industri. Banyak benda-benda di sekeliling kita yang terdiri dari tekstil. Contohnya pakaian, keset, kain adat dan lain sebagainya yang terbuat dari bahan tekstil, baik itu tekstil struktur maupun tekstil jenis lainnya. Dari waktu ke waktu, pakaian selalu mengalami perubahan tren dan fungsi. Mengingat pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok masyarakat, maka usaha di bidang produksi pakaian bisa dibidang sebagai usaha yang tak ada matinya, sama halnya dengan usaha di bidang makanan. Kebutuhan akan pakaian yang selalu ada dan selalu stabil membuat peluang usaha konveksi masih banyak diminati oleh para pebisnis. Permintaan pasar akan kebutuhan pakaian masih relatif meningkat dan hal ini menyebabkan banyak peluang terbuka untuk bisnis konveksi.

Salah satu pemain terbesar di bidang konveksi ialah PT Caladi Lima Sembilan atau biasa disebut C59. Perusahaan ini telah berdiri sejak tahun 1980. Didirikan oleh sepasang suami istri, Marius Widyarto Wiwied (Owner C59) dan Maria Goreti (Istri dari Pak Wiwied). Dimulai dengan sebuah keberaniannya, membeli satu mesin jahit dan

dua mesin obras, uang yang merupakan hasil dari menjual kado pernikahan mereka pada 12 Oktober 1980 silam.

Perusahaan C59 bisa dikatakan perusahaan besar di bidang tekstil. Karena sudah terlalu besar, beberapa perusahaan sering lupa bahwasannya mempertahankan sebuah pelanggan adalah nilai yang penting untuk sebuah perusahaan. C59 terus mengembangkan perusahaan dengan mengikuti perkembangan jaman tapi lupa untuk memberikan *service* yang memuaskan. Dapat dilihat dari beberapa argumen kontra tentang perusahaan ini, ada beberapa kasus yang cukup dapat membuat nilai atau citra perusahaan itu menurun.

Pengertian pelayanan menurut Zein (2009) adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Sedangkan definisi pelayanan menurut Mahmoedin (2010) adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal - hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Ada pula sudut pandang Ketua Umum Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API) Ade Sudrajat, yang mengatakan “Industri tekstil dan produk tekstil [TPT] kita ini unik sekali. Dalam 3 tahun terakhir, ekspor [TPT] kita terus tumbuh, tetapi untuk [industri TPT] yang orientasinya [ke pasar] dalam negeri justru terus mengalami penurunan.” Ini disebabkan karena kurangnya mengedukasi produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan-perusahaan Indonesia. Padahal kenyataannya produk-produk yang dihasilkan juga tidak kalah bagus dengan perusahaan asing. Masih banyak sekali pemahaman bahwasannya produk Asing lebih baik daripada produk lokal.

Edukasi kepada pelanggan merupakan suatu hal yang penting dan bisa menjadi hal yang menguntungkan bagi bisnis. Namun, seringkali sales maupun marketer tidak memahami hal ini, karena takut bahwa jika pelanggan semakin pintar, maka mereka bisa-bisa justru beralih kepada pesaing. Pandangan umum yang berlaku yakni jika pelanggan semakin pintar dan punya pengetahuan luas, maka itu memungkinkan mereka untuk mencari alternatif yang lebih baik, sehingga pelanggan akan beralih ke pesaing. Namun, menurut studi terbaru, seperti yang dikemukakan oleh MIT Sloan Management Review, tidak demikian. Riset yang dilakukan oleh beberapa professor dari Australia terhadap 1,200 klien Goldman Sachs menunjukkan bahwa perusahaan yang meningkatkan pelayanan dengan memberikan edukasi dan knowledge kepada pelanggan menghadirkan keuntungan tertentu. Riset tersebut menunjukkan, bahwa dengan melakukan edukasi kepada pelanggan, maka mereka cenderung untuk lebih mempercayai perusahaan tersebut. Seiring dengan perusahaan menyampaikan informasi mengenai produk dan layanan serta kenyataan penting yang terjadi di pasar, maka pelanggan juga semakin menghargai bentuk pelayanan yang diberikan tersebut.

Oleh karena itu, tugas akhir ini sebuah bisnis yang akan didirikan dengan sebuah niatan yang baik, dengan persiapan yang cukup matang, agar dapat menjadi perusahaan yang sukses. Perusahaan yang akan didirikan yaitu bernama Nothing Funny ID. Selain kesiapan yang cukup matang, perusahaan ini akan selalu berupaya untuk memberikan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan. Strategi-strategi juga telah disiapkan untuk dapat memberikan pelayanan yang maksimal untuk para pelanggan. Yang di mana mengedukasi para pelanggan akan sebuah nilai-nilai yang dapat diciptakan perusahaan dalam bentuk produk tersebut tidak kalah saing dengan perusahaan asing. Jika usaha yang akan dijalankan mendapatkan predikat sukses maka

kita dapat meningkatkan usaha kita menjadi usaha yang dapat menguntungkan bagi diri kita sendiri bahkan orang lain. Bahkan kita dapat memberikan peluang kerja bagi orang lain serta kita dapat memberikan inspirasi untuk orang lain agar menjadi seorang yang kelak sukses juga.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis merumuskan beberapa pokok permasalahan yang akan terjadi pada bisnis Nothing Funny ID dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Bagaimana cara Nothing Funny ID dapat menjadi pilihan pertama untuk para calon pembeli?
2. Bagaimana cara Nothing Funny ID dapat memberikan pelayanan yang dapat memberikan pemahaman tentang sebuah produk, dan dapat diterima oleh masyarakat Indonesia?

## **1.3 Tujuan Bisnis**

Perusahaan yang akan dibuat yaitu bernama Nothing Funny ID. Di dalam penulisan tugas akhir ini, bertujuan untuk menjelaskan semua aspek yang berada di dalam perusahaan, dari aspek pemasaran, operasi, sumber daya manusia, dan keuangan. Adapun beberapa pelayanan yang akan diberikan oleh perusahaan agar dapat memenangi pasar nasional maupun pasar internasional. Yang pertama, perusahaan akan memberikan pelayanan berupa langsung mendatangi pelanggan secara langsung (jika berada di Yogyakarta), lalu akan menjelaskan ke pelanggan tentang produk-produk yang dibutuhkan, menjelaskan opsi-opsi lain tentang seputaran produk, adapun



pelayanan chat 24jam melalui aplikasi WhatsApp, dan memberikan pelayanan *after sales*, yang diharap dapat menjalin hubungan yang baik antara pelanggan dengan perusahaan. Pelayanan tersebut akan senantiasa meningkatkan penjualan di perusahaan. Nothing Funny ID juga akan memberikan edukasi tentang produk-produk yang akan ditawarkan dengan strategi yang akan diterima oleh masyarakat khususnya Indonesia, dan bahwasannya dapat membantu meningkatkan penjualan di dalam negeri.

#### **1.4 Manfaat Bisnis**

Adapun sebuah manfaat-manfaat yang dapat diberikan keti membangun usaha Nothing Funny ID, yaitu:

1. Membuka lapangan pekerjaan

Yang di mana pekerja-pekerja (karyawan atau buruh) akan berasal dari lingkungan sekitar. Di sisi lain juga akan mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia yang setiap tahun angka pengangguran terus meningkat.

2. Membantu anak yatim piatu

Semua keuntungan yang didapatkan ketika bulan Ramadhan di setiap tahunnya, akan diberikan kepada anak-anak yatim piatu di Indonesia dan akan disalurkan melalui Panti Asuhan Yatim Piatu terdekat. Nama yatim piatu yang akan diberikan sumbangan yaitu Panti Asuhan Mustika Tama. Yang berlokasi di Jl. Padokan, Padokan Kidul, Tirtonirmolo, Kec. Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasi tersebut cukup berdekatan dengan lokasi produksi dari Nothing Funny ID.

3. Membantu meningkatkan penjualan dalam negeri

Selain penjualan untuk kepentingan pribadi, Nothing Funny ID akan ikut serta

dalam meningkatkan penjualan di Indonesia. Yang di mana itu akan meningkatkan kepercayaan investor-investor untuk menanam saham di perusahaan-perusahaan lokal. Karena banyak sekali manfaat-manfaat yang didapatkan ketika para Investor sudah melirik ke perusahaan yang menjanjikan. Seperti salah satu contoh bisa menjadi sumber modal. Sumber modal tersebut bisa digunakan jika semisal akan dilakukannya sebuah pengembangan di perusahaan.

### **1.5 Sistematika Laporan**

Sistematika laporan rancang bangun dan implementasi bisnis memiliki beberapa bagian, yakni Bab I, II, III, dan IV. Bab I berisikan pendahuluan di mana terdiri dari sub bab latar belakang dan sistematika laporan. Pada bagian latar belakang diuraikan tentang munculnya ide bisnis yang dijalankan serta bagaimana proses menganalisis kelayakan dari bisnis tersebut. Pada bagian sistematika laporan menjelaskan secara singkat bagaimana laporan tugas akhir rancang bangun dan implementasi bisnis disusun.

Pada bagian Bab II laporan umum pelaksanaan kegiatan bisnis, terdiri dari beberapa sub bab yaitu profil bisnis dan pelaksanaan bisnis. Pada bagian profil bisnis, menguraikan tentang profil bisnis dan pelaksanaan bisnis secara umum yang meliputi bidang usaha, lokasi usaha, kapan berdiri, dan perkembangan bisnis secara umum. Pada bagian pelaksanaan bisnis berisikan tentang beragam aspek aspek yang ditinjau, seperti Sumber Daya Manusia, Operasi / Produksi, Pemasaran, dan Keuangan.

Pada bagian Bab III terkait identifikasi dan pemecahan masalah terdapat beberapa sub bab bagian, yaitu identifikasi masalah, tinjauan teoritis, dan pemecahan masalah. Pada bagian identifikasi masalah menguraikan tentang permasalahan yang

dihadapi oleh pelaku bisnis di dalam membuat suatu bisnisnya, kemudian bagian tinjauan teoritis berisikan tentang teori yang berkaitan dengan permasalahan yang muncul, lalu pada bagian pemecahan masalah menguraikan tentang teori atau pendekatan apa yang dipakai untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi dan bagaimana tingkat efektifitasnya.

Pada bagian Bab IV kesimpulan dan rekomendasi menguraikan tentang pelaksanaan bisnis secara umum, pelaksanaan aspek fungsional , serta berisi saran kepada calon wisudawan yang akan berkecimpung di bidang usaha yang sama dengan yang dijalankan.



## BAB II

### LAPORAN UMUM PELAKSANAAN KEGIATAN

#### 2.1 Profil Bisnis

Perusahaan Nothing Funny ID, ialah perusahaan yang bergerak di bidang Tekstil, dan telah berdiri sejak Januari 2020. Adapun penjelasan lebih detil tentang perusahaan Nothing Funny ID, akan dijelaskan dengan dimulai dengan Sejarah bisnis, lalu Model Bisnis, dan yang terakhir penjelasan tentang Merk.

##### 2.1.1 Sejarah Bisnis

NothingFunnyID berawal dari keinginan penulis untuk membuat usaha pada industri tekstil yang dapat bermanfaat bagi masyarakat sekitar. Sebelumnya, pada tahun 2017-2019, penulis pernah bekerja di perusahaan yang bergerak di bidang konveksi, yaitu Husky Apparel YK. Selama bekerja di Husky Apparel YK, ada beberapa aspek yang menurut penulis perlu untuk dibenahi untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal. Selama masa jabatan di perusahaan sebelumnya, penulis hanya menjadi karyawan di perusahaan tersebut, oleh karena itu masih sangat tidak leluasa jika ingin melakukan suatu perubahan atau pergerakan tersebut. Jadi pada tahun 2017-2019 penulis hanya bisa bekerja sesuai dengan SOP yang sudah ditentukan sebelum-sebelumnya.

Masuk tahun 2020, *penulis* (Dendy Putranto Prakoso) sudah yakin akan keluar dari perusahaan tersebut dan akan mendirikan perusahaannya sendiri. Menurutnya, banyak sekali yang perlu diubah agar dapat mendapatkan hasil yang lebih maksimal. Tepat pada tanggal 12 Januari 2020, ia secara resmi keluar dari Husky Apparel YK.

Tidak terlalu lama, setelah beberapa hari keluar, ia mendirikan usahanya sendiri yang bergerak dalam bidang konveksi juga, yaitu Nothing Funny ID. Nothing Funny didirikan oleh 2 orang. Pendiri Nothing Funny ID yaitu Dendy Putranto Prakoso (Dendy), dan Amir Akbar Andheka Marta (Dheka). Mereka teman akrab sejak kuliah (tahun 2015). Sesuai dengan peminatan mereka sewaktu kuliah, Dendy di Pemasaran dan Dheka di Operasi. Ilmu-ilmu yang mereka dapatkan sewaktu kuliah, coba mereka terapkan di kehidupan nyata.

Nothing Funny ID adalah bisnis Konveksi. Perusahaan ini berfokus pada buah jasa pembuatan pakaian. Kaos, Korsas, Jaket, dan Polo adalah fokus utama pembuatan di Nothing Funny ID. Nothing Funny ID mempunyai sebuah “Rumah Produksi” yang berlokasi di Minggiran MJ 2 / 1266, RT 61 RW 16, Suryodiningratan, Mantrijeron, YK 55141. Semua kegiatan operasional yang berada di rumah produksi tersebut. Dari pemotongan kain, penyablonan, jahit, dan pengemasan.

Nama Nothing Funny ID diambil dari bahasa Inggris yang berarti “Tidak ada yang lucu”. Ide penggunaan nama tersebut muncul ketika pada saat awal-awal mempunyai ide bisnis ini ditertawakan oleh banyak orang. Padahal pada dasarnya bisnis ini dapat menjadi peluang bisnis yang cukup besar jika dikemas dengan baik dan benar. Bisnis di sisi lain dapat mengajarkan orang-orang agar tidak menyepelekan apa pun hal itu, besar maupun kecil. Untuk itulah, untuk menunjukkan dan membuktikan keseriusan dijalankannya bisnis ini kepada orang lain, maka penulis memilih untuk menggunakan nama Nothing Funny ID.

### **2.1.2 Model Bisnis**

Untuk menjelaskan model bisnis, kami menggunakan metode Model Bisnis

Kanvas yang diciptakan oleh Alexander Osterwalder dengan ditambahkan unsur pesaing diakhirnya, yaitu:

Bisnis Model Kanvas <b>NOTHING FUNNY ID</b>				
<b>Key Partners</b> - Knitto (toko Kain) - Sinar Mulia (toko kain) - Bu Barini (penjahit) - Bu Erwin (penjahit dan penyablon)	<b>Key Resources</b> - Pemotong kain - Penyablon - Penjahit - Sales - Accounting	<b>Value Propositions</b> - Pelayanan yang memuaskan - Edukasi yang jelas dan detail untuk pelanggan - Kualitas bahan yang bagus	<b>Channels</b> - JNT - TIKI - Wahana - Indah Cargo - GoSend - Instagram - WhatsApp	<b>Customer Segments</b> - Sekolah Menengah Pertama - Sekolah Menengah Akhir - Universitas - Instansi
<b>Key Activities</b> - Pembelian Kain - Pemotongan Kain - Penyablonan/ Pembordiran Kain - Penjahitan Kain - Pengemasan barang			<b>Customer Relationships</b> - Admin Whatsapp - Direct message Instagram - Followup Testimoni	
<b>Revenue Streams</b> - Penjualan produk - Penjualan kain perca		<b>Cost Structure</b> - Mesin - Gaji Karyawan - Iklan - Tinta Sablon - Endorse		

**Gambar 1. Bisnis Model Kanvas**

### 1. *Key Partner*

Ada beberapa toko kain yang menjadi partner bisnis Nothing Funny, salah satunya Knitto. Perusahaan asal Bandung ini cukup besar juga, cukup banyak variasi kain yang disediakan oleh Knitto. Ada pula perusahaan lainnya yaitu Sinar Mulia Laksana. Sama seperti Knitto, Sinar Mulia Laksana juga perusahaan kain yang cukup besar. Namun jika dibandingkan dari segi harga, Sinar Mulia Laksana sedikit lebih mahal dibanding Knitto. Knitto menjadi pilihan pertama untuk pembelian kain, namun jika tidak tersedia barang yang diinginkan, langsung Sinar Mulia Laksana yang menjadi pilihan berikutnya.

Ada pula beberapa penjahit yang bekerja sama dengan Nothing Funny.

Perempuan berjasa itu bernama Ibu Erwin dan Ibu Barini. Semua produk dari Nothing Funny ID, yang menjahit antara mereka berdua.

## 2. Key Activites

Step awal, setelah mendapatkan pemesanan, akan dilakukan pembelian kain di supplier kain, salah satunya perusahaan Knitto. Pembelian kain sesuai dengan pemesanan pelanggan. Lalu, jika sudah ada kainnya, proses selanjutnya ialah pemotongan kain. Pemotongan sesuai dengan pola yang sudah dibuat sebelumnya. Pola tersebut untuk membentuk kain potongan sesuai dengan ukuran yang dibutuhkan. Proses selanjutnya yaitu menyablon atau dibordir tergantung permintaan. Menyablon juga berbagai dengan berbagai cara. Awalnya memasukkan gambar ke screen, lalu mulai memasukan tinta ke kaos melalui perantara screen tersebut. Jika sudah nanti akan dikeringkan dengan hotgun agar tintanya kering dan dapat meresap ke kain. Untuk proses potong dan sablon biasanya dilakukan dengan jangka waktu 3-4 hari tergantung jumlah yang akan dikerjakan. Lalu masuk tahap jahit. Untuk jahit sendiri perlu keahlian khusus untuk melakukan pekerjaan tersebut. Untuk tahap jahit biasanya memakan waktu 2-3 hari tergantung dengan jumlah yang akan dikerjakan. Kelima, ini adalah step yang terakhir, yaitu pengemasan barang. Dilakukan pengemasan dengan plastik kaos. Untuk tahap pengemasan barang biasanya memakan waktu 1-2 hari tergantung dengan jumlah yang akan dikerjakan.

**Tabel 2.1**

**Waktu Produksi**

PRODUKSI	
KEGIATAN	WAKTU
MEMOTONG KAIN	1
MENYABLON / MEMBORDIR	3
JAHIT	3
<i>PACKING</i>	1
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>

3. *Key Resources*

Pemotong kain, adalah salah satu keahlian yang dibutuhkan diproduksi. Kegiatannya mungkin terlihat gampang, namun untuk mendapatkan hasil yang maksimal, proses pemotongan harus detail dan rapi agar dapat efisien dan efektif. Penyablon, juga keahlian penting yang sangat dibutuhkan diproduksi. Di dalam proses sablon ada beberapa proses juga, memecah warna (mendapatkan warna yang mirip dengan desain), membuat screen, membuat sablon agar presisi. Itu semua dilakukan oleh penyablon.

Penjahit, seperti pada umumnya, sebuah pakaian jadi agar menjadi pakaian yang enak digunakan, jahit adalah kuncinya agar nyaman di badan. Walau ukuran setiap manusia itu mempunyai badan yang berbeda-beda, namun kami sebisa mungkin membuat ukuran yang sesuai dengan orang Indonesia agar sesuai dengan target pasar.



*Sales Person*, adalah garda terdepan di suatu bisnis menurut kami. Semua bisnis akan berjalan lancar jika penjualannya lancar. Dari segi penjualan, menjaga relasi kepada pelanggan, menjaga nama baik perusahaan, itu semua dilakukan oleh sales.

*Accounting*, adalah seseorang yang akan mencatat semua pengeluaran dan pemasukan di Nothing Funny ID. Para Owner bisnis saling mengakui bahwasannya mereka kurang suka membawa uang milik perusahaan dikarenakan takut suatu ketika malah digunakan yang tidak sebagaimana mestinya.

#### 4. *Value propositions*

Pelayanan yang sangat menyenangkan, dari sebelum adanya pengadaan, kami sudah memberikan proposal penawaran untuk para calon pelanggan, lalu diikuti dengan followup tentang pengadaan-pengadaan, setelah itu semisal ada project, kita berikan kejelasan tentang bahan, sablon, bordir, dan harga yang cukup detail, jika pelanggan cukup bingung, kami akan merekomendasikan beberapa untuk hasil yang lebih maksimal dan sesuai dengan keinginan pelanggan. Jika ada pelanggan yang menanyakan tentang sejauh mana produknya dikerjakan, dengan senang hati kami akan selalu memberi kabar sejauh mana project tersebut dikerjakan. Lalu setelah selesai, kami akan mengantar proyek tersebut (khusus Yogyakarta) agar dapat membangun relasi kembali. Setelah beberapa hari setelah project diantar, kami akan meminta testimoni untuk pengembangan yang lebih baik lagi di kemudian hari.

#### 5. *Customer Segments*

Sekolah : Dari muridnya sampai guru- gurunya bisa menjadi pasar kami. Dari pengadaan kaos untuk kelas, angkatan, seragam olahraga, polo-polo kegiatan, dan pengadaan lainnya.

Universitas : Dari mahasiswa, karyawan dan dosen bisa menjadi pasar. Dari pengadaan kaos panitia, korsa himpunan, polo kegiatan dosen, dan pengadaan lainnya.

Instansi : Akan selalu ada pengadaan setiap tahun untuk pengadaan kaos atau polo untuk perusahaan.

#### 6. *Channel*

- Kami menggunakan jasa pengiriman JNT, Tiki dan Wahana untuk pengiriman luar Yogyakarta namun masih dalam pulau Jawa.
- Kami menggunakan jasa Indah Cargo untuk pengiriman luar pulau Jawa.
- Kami menggunakan jasa Gojek dengan fitur Gosend untuk pengiriman dalam kota.
- Ada pula Instagram menjadi penyalur dalam bentuk Video, Foto Catalog Produk, agar dapat dilihat oleh para pelanggan Whatsapp Status juga menjadi media pelanggan melihat Video dan Foto dari Nothing Funny IDE

#### 7. *Customer Relationship*

- Whatsapp, adalah aplikasi utama kami untuk menjawab semua pertanyaan pelanggan. Karena kami berbasis online store, oleh karena itu perlu sekali adanya admin yang menjaga kestabilan membalas chat dari para pelanggan. Instagram, ada pula dijadikan untuk para pelanggan melihat perkembangan yang ada di Nothing Funny ID. Adapun promo, hari-hari besar, ataupun hadiah yang akan dibagikan

kepada *followers* Nothing Funny ID. Di Instagram pun juga ada fitur *direct message* untuk melakukan pertanyaan-pertanyaan. Disitu juga akan langsung dijawab oleh para admin yang memegang akun Instagram Nothing Funny ID.

- Untuk menjalin hubungan yang dapat dilakukan terus menerus, akan ada *Testimoni* yang akan ditanyakan kepada pelanggan yang telah melakukan order di Nothing Funny ID. Untuk menjadi lebih baik lagi, kami harus melihat dari sudut pandang pelanggan juga apa yang perlu diperbaiki lagi.

#### 8. *Revenue Streams*

- Pendapatan utama ialah dari penjualan produk.
- Keuntungan yang didapatkan dari setiap produk kisaran 10rb setiap produknya. Ini didapatkan dengan perhitungan Harga Pokok Produksi, lalu ditambahkan 10rb. *Margin* yang didapatkan dari harga jual tersebut yang akan menjadi keuntungan perusahaan. Jadi untuk mendapatkan hasil yang maksimal, kuantitas yang terjual harus cukup banyak.
- Ada pula kain perca yang dapat kami jual. Kain perca didapat dari sisa-sisa setiap project yang masuk. Jika dinilai kain perca tersebut nilai 0 rupiah, tapi jika disatukan, ada yang akan membeli setiap karungnya.

#### 9. *Cost Structure*

- Pembelian mesin, cukup paling banyak memakan modal di awal untuk pembelian seperangkat mesin- mesin yang dibutuhkan untuk produksi. Di antara ada mesin press, hotgun, mesin potong, dan lain-lain. Ada juga peralatan-peralatan untuk mensupport produksi seperti meja

sablon, screen, meja potong, dan lain-lain.

- Adapun tinta sablon, ada banyak jenis untuk tinta sablon yang digunakan. Salah satunya yang paling sering digunakan ialah tinta sablon plastisol.
- Gaji karyawan, pengeluaran setiap bulan wajib dikeluarkan oleh perusahaan. Setiap *person* yang berada di perusahaan mempunyai gaji yang berbeda-beda. Tergantung dari pekerjaan apa yang dilakukannya.
- Untuk menunjang penjualan, perusahaan juga akan mengendorse beberapa influencer untuk mensupport penjualan, agar perusahaan Nothing Funny ID bisa lebih cepat dimengerti oleh masyarakat luas.
- Iklan juga akan dilakukan di beberapa media sosial seperti InstagramAds, FacebookAds. Nothing Funny ID masih berbasis online store, oleh karena itu iklan-iklan juga harus kencang agar penjualan tetap stabil dan sesuai target.

#### 10. Pesaing

Untuk melengkapi Bisnis Model Kanvas, kami memasukkan unsur pesaing didalam strategi bisnis karena menurut perusahaan perlu sekali untuk mengenal siapa pesaing perusahaan sebenarnya. Adapun beberapa konveksi yang cukup mempunyai nama terkhusus di Yogyakarta, yaitu: In Tshirt, Worker Konveksi, dan Kofeksi Jogja. Dari tiga perusahaan tersebut, karena mereka sudah cukup mempunyai nama, oleh karena itu mereka mematok harga jual yang cukup mahal. Disini Nothing Funny ID mempunyai kesempatan untuk masuk ke pasar dengan harga yang lebih murah namun produk

yang dihasilkan juga memuaskan.

### 2.1.3 Filosofi Merek



**Gambar 2. Logo Nothing Funny**

Nothing Funny ID, gabungan dari 2 arti, Nothing Funny dan ID. Nothing Funny, diambil dari kata “Tidak ada yang lucu” dalam bahasa Inggris. Ketika awal-awal mempunyai ide bisnis ini, pernah dianggap bisnis ini buang-buang waktu dan sedikit ditertawakan oleh beberapa orang. Padahal pada dasarnya bisnis ini bisa menjadi peluang bisnis yang cukup besar jika dikemas dengan baik dan benar. Bisnis di sisi lain dapat mengajarkan orang-orang agar tidak menyepelekan apa pun hal itu, besar maupun kecil. Lalu ID maksudnya Indonesia.

Lalu ada logo kecil di pojok kanan atas, itu menggambarkan senyum tipis manusia jika dilihat dari samping. Itu bermaksud bahwa walau perusahaan ini tidak lucu, tetapi pelayanan yang akan kami sajikan dengan pelayanan yang dapat membuat para pelanggan nyaman. Semua pelayanan harus dengan senyum agar terkesan ramah di depan pelanggan.

## **2.2 Pelaksanaan Bisnis**

### **2.2.1 Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia**

#### **a. Sistem Rekrutmen**

Nothing Funny ID memulai bisnis dengan berawal 2 orang. Ada pekerjaan yang perlu diisi untuk melengkapi struktur manajemen agar dapat berjalan semestinya. Manajer keuangan ialah pekerjaan yang akan dibuka untuk lowongan pekerjaan. Ada beberapa spesifikasi awal yang perlu dipenuhi untuk mengisi pekerjaan tersebut:

- Di bawah umur 25 tahun
- Dapat mengakses Excel dan Drive
- Bersedia kontrak selama 6 bulan
- Jujur dan tanggung jawab

Untuk mengisi kekosongan pekerjaan tersebut, tim memutuskan untuk meminta tolong personal individu yang sekiranya sudah memenuhi syarat-syarat tersebut. Setelah dipikirkan, akhirnya kami mencoba untuk mengajak Syifaul Ummah. Rekan kerja sewaktu menjadi panitia Manifest 2017. Sudah cukup mengenal dan cukup mengerti tipe orang yang seperti bagaimana.

#### **1. Tim Manajemen dan Struktur organisasi**

Pelaku bisnis telah memiliki tim manajemen yang memiliki *background* dalam bidang manajerial suatu usaha, serta memiliki beberapa staf yang memiliki pengalaman dalam mengolah minuman, dan memiliki skill tambahan bagaimana melayani konsumen dengan ramah.

Tim manajemen Nothing Funny ID sudah terbentuk sejak 2 bulan sebelum operasional usaha, yang mana terlebih dahulu dilakukan perekrutan sesuai dengan spesifikasi yang dibutuhkan. Pembentukan tim ini dilakukan dengan pertimbangan hasil diskusi serta saran dari kesepakatan para owner. Tim manajemen Nothing Funny ID terdiri dari :

### **1) Owner Nothing Funny ID**

Owner dari Nothing Funny ID terdiri dari 2 orang, Di mana masing masing individu memiliki pengalaman di bidang bisnis kuliner dan bidang bisnis non kuliner.

Adapun data diri pengelola perusahaan adalah sebagai berikut:

#### **a. Chief Executive Officer**

Nama :Dendy Putranto Prakoso

TTL : Yogyakarta, 14 Juni 1997

Dendy dipercaya untuk memimpin Nothing Funny karena pada sebelumnya ia pernah bekerja di perusahaan konveksi dan lebih banyak paham tentang

bisnis konveksi. CEO turut andil dalam proses pembangunan bisnis, yaitu melakukan pengawasan, memberi masukan dan pembuatan program program ke pelaku bisnis. Adapun peran yang telah dilakukan oleh CEO adalah sebagai berikut :

1. Memimpin jalannya organisasi
2. Melakukan kontrol dan pengawasan di setiap divisi dengan mengadakan rapat setiap bulannya. Rapat diadakan setiap 2 bulan sekali dan dipimpin langsung oleh CEO.
3. Menganalisa dan memberikan arahan terhadap program program yang telah dibuat oleh manajer.

## **2) Marketing Manager**

Nama : Dendy Putranto Prakoso

TTL : Yogyakarta, 14 Juni 1997

Bagian pemasaran dipegang kembali oleh Dendy. Di mana pernah memiliki pengalaman dalam mengelola bisnis pada bisnis sebelumnya berupa bisnis penjualan di bidang *fashion* dan kuliner. Di perusahaan sebelumnya ia juga menjabat sebagai Manajer Pemasaran. Sehingga, akan menambah pengalaman dalam mengelola



penjualan. Di sisi lain juga sudah memiliki bekal terkait pemasaran dikarenakan dalam konsentrasinya mengambil bidang pemasaran.

Memasarkan, branding, dan memperkenalkan jasa kepada masyarakat luas agar produk yang dihasilkan perusahaan dapat dikenal dan mampu mendatangkan calon konsumen. Adapun rencana pemasaran yang telah dilakukan oleh manajer pemasaran adalah sebagai berikut:

1. Membuat program marketing plan jangka pendek dan jangka panjang.
2. Membuat program pemasaran melalui sosial media, adapun sosial media yang digunakan untuk media pemasaran adalah instagram dan beberapa marketplace.
3. Membuat strategi promosi yang menarik untuk menarik masyarakat.

### **3) Financial Manager**

Nama : Syifaul Ummah

TTL : Pati, 29 Desember 1998

Syifa menjadi *staff* keuangan karena ia telah mencoba mempelajari bisnis *konveksi*. Di sisi lain juga sudah memiliki bekal terkait keuangan dikarenakan dalam konsentrasinya mengambil

keuangan. Sehingga ia ditugaskan untuk menjadi financial manager.

Manajer keuangan bertanggung jawab untuk membantu perencanaan bisnis dan pengambilan keputusan dengan memberi nasihat keuangan yang sesuai. Adapun pekerjaan yang telah dilakukan oleh manajer keuangan adalah sebagai berikut :

1. Membuat laporan di setiap bulannya
2. Membuat neraca saldo harian dan direkapitulasi setiap tutup buku.
3. Merekapitulasi anggaran yang telah digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan.

#### **4) Operasional Manager**

Nama : Amir Akbar Andheka

TTL : Klaten, 23 Maret 1997

Dheka sebagai Manajer pemegang operasional, dan mempunyai pengalaman bekerja di bagian operasional disalah satu bisnis fashion yang ada di Yogyakarta. Selain itu dia juga memiliki bekal terkait operasional dikarenakan dalam konsentrasinya mengambil manajemen operasi.

Menjalankan operasional perusahaan manajer operasional serta melakukan pengawasan terhadap karyawan, selain itu juga melakukan quality control terhadap produk yang dibuat setiap harinya. Adapun peran yang telah dilakukan oleh CEO adalah sebagai berikut :

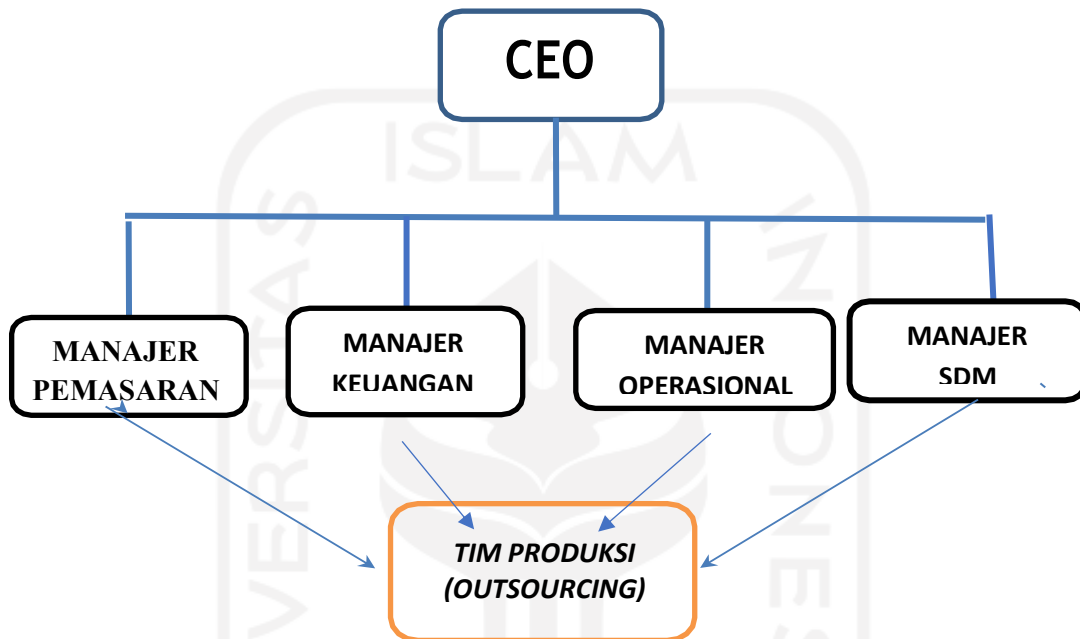
1. Melakukan quality control terhadap produk yang dibuat setiap harinya.
2. Membuat SOP yang harus dilakukan oleh tukang.
3. Membuat manajemen stok bahan baku.
4. Manajer operasional bertanggung jawab atas kedisiplinan tukang.

#### **5) Manajer Sumber Daya Manusia**

Merencanakan dan mengoordinasikan tenaga kerja perusahaan, penarikan, pelatihan, orientasi, melakukan pencatatan dan melaporkan pekerjaan. Adapun pekerjaan yang telah dilakukan oleh manajer keuangan adalah sebagai berikut :

1. Melakukan rekrutmen karyawan.
2. Melakukan seleksi, interview dan penerimaan karyawan.
3. Membuat program penilaian karyawan setiap bulannya.

4. Memberikan gaji setiap bulannya kepada karyawan.
5. Memberikan bonus insentif kepada karyawan yang berhak menerima insentif.



**Gambar 3, Struktur Organisasi Nothing Funny ID**

## **2. Sistem Penilaian Kerja**

Tim manajemen membuat suatu sistem penilaian berdasarkan pada sikap, kemampuan, dan perilaku karyawan ketika sehari-hari menjalankan tugas dan kewajibannya. Penilaian tersebut dilakukan oleh antar karyawan dengan metode penilaian 360°. Dengan adanya sistem penilaian kinerja diharapkan karyawan mampu menjaga produktivitas dan *professional* serta bertanggung jawab. Sistem penilaian kinerja disusun bersama dengan tim manajemen dan

pemilik usaha.

**Tabel 2.2**

**Penilaian Kinerja Setiap Bulan**

Komponen	Operasi	Keuangan	Pemasaran	SDM
Sifat dan Sikap	8	9	9	8
Kedisiplinan	7	9	8	7
Kerja sama Tim	8	8	9	9
Tanggung Jawab	9	9	7	8
Komunikasi	7	8	9	7
Total	39	43	42	39

Pengisian poin setiap kriteria yaitu antara 0-10 dan standar performa yang telah ditetapkan adalah 50. Dengan adanya penilaian kinerja ini harapannya adalah para karyawan dapat bekerja dengan rasa tanggung jawab dan tingkat professional yang tinggi yaitu di atas performa standar.

Apabila terdapat karyawan yang memiliki performa di bawah standar akan diberikan teguran tetapi apabila sudah terlewat batas, maka perusahaan akan memotong gaji/bonus atau diberhentikan. Sebaliknya, apabila terdapat karyawan yang memiliki performa yang terus meningkat maka akan diberikan bonus yang sesuai.

Acuan penilaian kinerja yang dibuat oleh Nothing Funny ID adalah SOP atau *standar operating procedure*. SOP ini dibuat, disusun, dan dipertimbangkan sebelum pelaku bisnis

menjalankan usaha. Pelaku bisnis melihat beberapa referensi yang terdapat di beberapa media dan disesuaikan dengan bisnis. Nothing Funny ID sangat mengutamakan kejujuran, ketepatan waktu bekerja dan kreativitas. Oleh karena itu, tim manajemen membuat SOP bagi karyawan, yaitu:

3. Jam kerja karyawan sudah disesuaikan dan dapat diubah oleh perusahaan dengan kesepakatan yang telah dibicarakan sebelumnya.

3. Lokasi bekerja fleksibel bagi finance dan marketing tetapi harus selalu memberikan kabar keberadaan jikalau sewaktu-waktu dibutuhkan.

3. Jam operasional setiap hari perusahaan, yaitu:

*Operational* : 8.00 – 17.00

*Finance* : 9.00 – 21.00

*Marketing* : 24jam

3. Peraturan dan Tata Tertib Pegawai

Peraturan dan tata tertib pegawai adalah sebagai berikut:

- Menaati ketentuan jam kerja.
- Memberikan laporan pekerjaan yang telah diselesaikan setiap harinya.
- Melaksanakan tugas/pekerjaan dengan sebaik-baiknya, bertanggung jawab, jujur dan

mengedepankan tujuan perusahaan

### 3. Hak Karyawan

- Pegawai berhak mendapatkan upah dan dibayarkan tepat waktu.
- Pegawai berhak menolak pekerjaan apabila dirasa dapat membahayakan atau tidak sesuai dengan job deskripsi pegawai tersebut.
- Pegawai berhak memberikan pendapat yang positif untuk memajukan bagi perusahaan dan kesejahteraan bagi pegawai dengan baik dan sopan.

### 3. Larangan Bagi Karyawan

- Melakukan perbuatan yang dapat membahayakan diri sendiri atau orang lain.
- Mangkir (tidak masuk kerja tanpa alasan)
- Memengaruhi pegawai lain untuk tidak melakukan kewajibannya.
- Menyalahgunakan waktu kerja untuk kepentingan komersial pribadi.
- Membuat isu-isu yang dapat menimbulkan terjadinya kerusakan dalam lingkungan perusahaan dan atau merugikan perusahaan.
- Memberikan keterangan palsu atau yang dipalsukan dan memalsukan dokumen yang berhubungan dengan kepentingan perusahaan.

- Mabuk, madat, memakai obat bius atau narkotika atau obat terlarang lainnya di lingkungan perusahaan.
- Melakukan perbuatan asusila di lingkungan perusahaan.
- Melakukan tindakan kejahatan misalnya: mencuri, menggelapkan, menipu, memperdagangkan barang-barang terlarang baik dalam lingkungan perusahaan maupun di luar lingkungan perusahaan.
- Membongkar/membocorkan rahasia perusahaan atau mencemarkan nama baik perusahaan dan keluarganya yang seharusnya dirahasiakan.

### 3. Sistem Kompensasi

Setelah menyusun sistem penilaian kinerja, pelaku bisnis melakukan pertimbangan untuk memberikan kompensasi yang sesuai dan diterima oleh karyawan ketika perekrutan.

Sistem kompensasi ini dipertimbangkan dengan membandingkan kompensasi yang diberikan oleh pesaing sehingga calon karyawan dapat menerima dengan harapan ketika nanti bekerja di Nothing Funny ID mereka merasa diperhatikan dan betah dalam bekerja. Berikut adalah kompensasi yang ditetapkan oleh perusahaan:

Gaji Finance : 500.000 / bulan



Gaji Marketing : 500.000 / bulan

Gaji Operasional : 500.000 / bulan

Apabila per bulan mencapai di atas target yang telah ditentukan tim Marketing, akan ada bonus 25% dari gaji yang sudah ditentukan.

#### **4. Tinjauan Aspek Operasi**

Strategi operasi dalam sebuah usaha merupakan hal keterkaitan antara keputusan keputusan dalam operasi dengan strategi perusahaan. Pelaku bisnis mempertimbangkan keputusan operasi yang seringkali menjadi tidak konsisten dan bersifat jangka pendek. Pelaku bisnis menentukan suatu strategi fungsional yang berpedoman pada strategi bisnis, agar dapat menghasilkan suatu pola yang konsisten dalam keputusan – keputusan operasi di kemudian hari.

Pemilihan tipe strategi operasi dilakukan tim manajemen dengan mempertimbangkan pada strategi bisnis yang memiliki kaitan sangat erat. Hal – hal yang dipertimbangkan, yaitu strategi bisnis biaya rendah dengan kondisi pasar, maka misi operasi akan ditekankan pada biaya sebagai tujuan yang dominan, dan operasi akan menekankan pada pengurangan biaya melalui kebijakan – kebijakan seperti biaya tenaga kerja, bahan baku, dan lain sebagainya. Strategi bisnis inovasi produk dan pengenalan produk baru dipergunakan untuk menumbuhkan pasar di mana keunggulan dapat diraih dengan membuat produk baru yang tepat dan pada

waktu yang tepat.

**a. Bahan Baku**

Kualitas bahan baku menjadi prioritas Nothing Funny ID dalam membeli bahan baku dari *supplier*, karena bahan baku berkualitas menghasilkan produk dengan kualitas terbaik untuk diberikan kepada konsumen.

Bahan baku mentah dibeli dari beberapa *supplier*, yaitu Toko Kain Knitto, Toko Kain Sinar Mulia, dan Toko Kain Mulia Laksana. Pertimbangan pembelian bahan baku dari toko tersebut adalah karena bahan baku yang dijual toko tersebut merupakan bahan baku berkualitas bagus dan ketersediaannya bahan baku tersebut, dengan menerapkan kualitas produk yang baik maka pilihan jatuh pada *supplier* tersebut. Nothing Funny ID menyediakan 4 produk yang dapat dibuat, yaitu Kaos, Polo, Jaket, dan Korsas/Kemeja. Berikut bahan yang digunakan:

**Tabel 2.3**

**BAHAN NOTHING FUNNY**

Kain <i>Cotton Combed</i>	1kg	110,000
Kain Lacoste CVC	1kg	108.000
Kain Nagata	1kg	43.000
Kain <i>Cotton Flecee</i>	1kg	128.000

**b. Produksi**

Proses produksi yang dilakukan oleh Nothing Funny ID yaitu mengolah bahan baku mentah menjadi produk hasil, salah satunya berbentuk Kaos. Terdapat beberapa tahapan produksi sampai dengan menghasilkan produk seperti Kaos atau Polo. Tahap pertama, Nothing Funny ID mencari vendor sablon dengan keahlian tertentu untuk memproduksi barang serta dapat mengikuti arahan yang diberikan oleh Nothing Funny ID. Kedua, mencari *supplier* bahan baku dengan kualitas bagus, selanjutnya *supplier* akan berkonsultasi dengan pihak Nothing Funny ID. Setelah pengambilan keputusan, bahan baku (kain) akan dilakukan pemotongan kain. Jika sudah dipotong, potongan tersebut akan disablon sesuai dengan permintaan pelanggan. Selesai di sablon, lanjut akan dijahit sesuai dengan ukuran permintaan pelanggan. Tahap terakhir yaitu packing produk tersebut. Proses pembuatan barang akan diproduksi selama 8-11 hari, namun agar hubungan terjalin baik dengan pelanggan, para pelanggan akan diinfokan untuk proses produksi selama 14hari, agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan jika melakukan pengerjaan yang melebihi batas *deadline*. Selama pengerjaan, Nothing Funny ID melakukan *quality control* terhadap proses produksi. Setelah produk dihasilkan, Produk bersifat *costumized* sehingga konsumen dapat menentukan sendiri bentuk desain yang ingin dimiliki oleh pelanggan sesuai dengan kebutuhannya. Keunggulan dari

Nothing Funny ID adalah produk yang dihasilkan dengan memberikan pelayanan terbaik dan selalu memberikan keramahan kepada para konsumen serta para pemasok. Dari awal sampai akhir produk akan diberi gambaran tentang tahap-tahap pembuatan produk. Hal ini dilakukan agar terjalin komunikasi yang baik dengan para konsumen maupun pemasok. Kualitas yang baik dari bahan baku terpilih. Bahan baku didapatkan dari pemasok, kemudian dibuat produk sesuai dengan standar yang sudah ditentukan terlebih dahulu agar menghasilkan barang-barang berkualitas.

a) Alur produksi

1. Mencari bahan : bahan apa saja yang diperlukan untuk proses pembuatan pakaian.
2. Pemotongan : Pemotongan kain sesuai dengan pola ukuran-ukuran yang telah dipesan.
3. Menyablon atau Membordir Setelah proses pemotongan, hasil potongan tersebut akan disablon atau pun dibordir sesuai dengan permintaan.
4. Menjahit pakaian : Setelah proses sablon atau border selesai, proses selanjutnya yaitu menjahit potongan-potongan tersebut menjadi sebuah pakaian jadi.
5. Pengemasan : Setelah menjadi sebuah pakaian, dilanjutkan dengan proses pengemasan, menggunakan plastik bening untuk dimasukkan satu per satu.

6. *Finishing* : Jika semua proses sudah selesai, maka dilakukan proses *finishing* dan pengecekan terhadap produk untuk melihat apakah ada bagian yang kurang baik atau kurang rapi. Setelah proses *finishing* produk siap diberikan kepada pelanggan.

## 5. Tinjauan Aspek Pemasaran

### a. Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP)

1. Segmen yang hendak disasar Nothing Funny ialah Sekolah, Universitas, Komunitas, Instansi, dan perusahaan. Yang di mana selalu ada pembuatan pakaian yg itu diperlukan kalangan tersebut. Di sisi lain, hampir semua kalangan pasti akan melakukan pembuatan pakaian. Sehingga, menjadi peluang yang sangat besar bagi Nothing Funny ID untuk menghadirkan jasa berupa pembuatan pakaian.
2. Setelah melakukan segmentasi, targeting kami lebih memfokuskan kepada sekolah terlebih dahulu, yang di mana akan lebih mudah untuk kita edukasi dan berikan arahan tentang suatu produk yang akan kami tawarkan. Di sisi lain juga umur-umur anak sekolah akan terus bertambah, apa yang akan dilakukan juga semakin banyak, dan kemungkinan akan repeat order akan lebih besar kemungkinannya.
3. Sehingga, positioning yang Nothing Funny akan

lakukan dengan menghasilkan produk dengan kualitas yang terbaik dengan harga yang terjangkau.

#### **b. Taktik Perusahaan**

Disini akan dijelaskan *Unique Selling Propositions (USP)* dari perusahaan Nothing Funny ID. Harga terjangkau, pelayanan menyenangkan, dan kualitas terbaik. Tiga hal tersebut yang akan menjadi USP dari Nothing Funny ID. Harga terjangkau, setelah dibandingkan dengan beberapa perusahaan konveksi di Yogyakarta, harga sebuah kaos kisaran 48 – 55 rb dengan sebuah spek yang sama. Dengan realitanya dengan harga jual segitu, perusahaan lain pada umumnya biasanya sudah mendapatkan 13-25rb per pcs nya, oleh karena itu harga jual yang akan diterapkan Nothing Funny mulai dari 45rb, dengan harga jual 45rb itu sudah mendapat keuntungan 10rb setiap pcsnya.

Pelayanan yang menyenangkan, yang di mana dijelaskan di bagian latar belakang, berupa perusahaan akan memberikan pelayanan berupa langsung mendatangi pelanggan secara langsung , lalu akan menjelaskan ke pelanggan tentang produk-produk yang dibutuhkan, menjelaskan opsi-opsi lain tentang seputaran produk, adapun pelayanan chat 24jam melalui aplikasi WhatsApp, dan memberikan pelayanan *after sales*, yang diharap dapat menjalin hubungan yang baik antara pelanggan dengan perusahaan. Pelayanan tersebut akan

senantiasa meningkatkan penjualan di perusahaan. Nothing Funny ID juga akan memberikan edukasi tentang produk-produk yang akan ditawarkan dengan strategi yang akan diterima oleh masyarakat khususnya Indonesia. Pelayanan yang akan diberikan oleh Nothing Funny ID yang paling diutamakan. Perusahaan akan sangat berusaha sebisa mungkin untuk memberikan kenyamanan kepada pelanggan agar dapat terjadinya *repeat order* kemudian hari. Mengingat target pasar utama Nothing Funny ID yaitu para sekolah, sangat masuk akal jika semestinya *repeat order* yang diharapkan dari perusahaan.

Kualitas terbaik, dari beberapa bahan yang serupa, namun produksi pabrik yang berbeda, Nothing Funny ID sudah memilih supplier kain yang sekiranya paling cocok digunakan oleh masyarakat Indonesia. Cotton Combed dari perusahaan Knitto dan Sinar Mulia ialah Cotton Combed terbaik. Di sisi lain juga, harga dari kain tersebut tidak terlalu mahal, dan untuk mendapat keuntungan 10rb per pcs itu masih dapat dijalankan.

#### c. Strategi 4P

Terdapat beberapa strategi pemasaran yang akan dilakukan Nothing Funny ID untuk jasanya. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Nothing Funny ID salah satunya dengan menggunakan strategi 7P atau yang sering disebut dengan *marketing mix*. Strategi pemasaran 4P terdiri dari *product* (Produk), *price* (Harga), *place* (Tempat), *promotion* (Promosi),

Nothing Funny ID akan menerapkan strategi 4P sebagai berikut:

1. Product: Di mana jasa yang ditawarkan perusahaan yaitu pembuatan pakaian (kaos, polo, jaket, kemeja, korsa) dengan kualitas yang maksimal dengan jahit rantai, hot press, dan packaging. Untuk detailnya:

- a) Kaos

Bahan : Cotton combed 30s, 24s, 20s, Cotton  
Bamboo

Sablon : Rubber Matsui, Plastisol

- b) Polo

Bahan: PE, CVC, dan Cotton

Bordir: 1 - 5 titik

- c) Jaket

Bahan: Cotton Fleece

Sablon: Rubber Matsui, Plastisol

Bordir : 2 Titik

- d) Kemeja

Bahan: American Drill, Nagata, dan Hisofi

Bordir: 3 Titik



2. Price: Untuk harga ini pricelist yang akan kami tawarkan

a) Kaos : Mulai dari Rp 45.000

b) Polo : Mulai dari Rp 70.000

c) Jaket : Mulai dari Rp 135.000

d) Kemeja dan korsa: Mulai dari Rp95.000

Kebijakan penentuan harga dilihat dari 2 faktor, yaitu Nothing Funny ID mempunyai target di mana setiap project mempunyai target setiap pcsnya mendapatkan keuntungan Rp10.000, dan penentuan harga dilihat dari HPP ditambah Rp 10.000. Dilihat dari segi pesaing juga, rata-rata pesaing lain juga mematok mendapatkan keuntungan di atas Rp 13.000 per pcs nya.

Namun harga yang ditentukan itu sewaktu-waktu dapat berubah, faktor-faktor yang dapat mengubah harga yaitu: kuantitas pemesanan, melihat siapa pemesannya, dan tanggal jadi yang diinginkan oleh pelanggan.

3. Place

Perusahaan Nothing Funny ID, pada saat ini hanya akan berjalan dengan Online Store. Yang di mana melihat kebutuhan Offline Store belum terlalu

dibutuhkan dan di sisi lain perlu modal tambahan lagi untuk pembukaan sebuah toko. Aplikasi Whatsapp dan Instagram menjadi media utama kami untuk menyalurkan semua yang dibutuhkan untuk para pelanggan.

Di lain waktu, jika semisal pelanggan ingin menuju ke Rumah Produksi, juga akan kami beritahu. Namun sebelumnya sudah di intro Rumah Produksi hanya untuk sebuah produksi, jadi kurang nyaman kalau ingin membahas sebuah project di Rumah Produksi.

#### 4. Promotion

Ada 2 jenis promosi yang akan dilakukan Nothing Funity ID, yaitu promosi Langsung dan Tidak langsung. Promosi langsung akan menggunakan bantuan sebuah Proposal Penawaran yang di dalam proposal penawaran tersebut terdapat Jenis Bahan, Warna, serta harga setiap item yang akan digunakan. Promosi langsung akan dilakukan tim marketing dengan cara datang ke target pasar yang telah ditentukan dan memasarkan jasa dengan bertemu tatap muka langsung atau melalui media bantu seperti Whatsapp, Line, serta nomor perusahaan yang dapat dihubungi.

Promosi tidak langsung yaitu menggunakan media sosial. Yang di mana media sosial utama Nothing Funny ID yaitu Instagram (@nothingfunny.id). Di media sosial Instagram, akan disajikan beberapa konten seperti Edukasi tentang bahan kain, harga, project yang sudah bekerja sama dengan Nothing Funny, serta konten-konten lainnya yang akan meningkatkan *insight* dari media sosial tersebut.

Promosi Langsung dan Tidak Langsung, ini harus sesuai dengan *timeline* (jadwal) yang sudah ditentukan. Kapan harus bergerak untuk datang ke perusahaan, ke sekolah, atau kapan memposting konten tentang edukasi bahan, edukasi harga, dan lain lain nya. Semua promosi harus berjalan beriringan agar strategi dan sudah ditetapkan dapat memperoleh hasil yang maksimal.

## **6. Tinjauan Aspek Keuangan**

### **a. *Initial Outlays* atau Kebutuhan Investasi**

Sebelum memulai jalannya usaha, pelaku bisnis menyusun rincian pembelian perlengkapan dan peralatan yang digunakan untuk operasional perusahaan. Dana yang pelaku bisnis keluarkan sebesar Rp. 25.435.000, (dua puluh lima juta empat ratus tiga puluh lima ribu rupiah).

**Tabel 2.4**

**Rincian Alokasi Dana**

KAS	Rp 5,000,000
BAHAN BAKU	Rp 2,500,000
SMARTPHONE	Rp 1.500,000
LAPTOP	Rp 3,500,000
<b>TOTAL</b>	<b>Rp 12.500.000</b>

Berdasarkan tabel di atas, maka modal kerja yang harus tersedia sejumlah Rp. 12.500.000. Sejumlah Rp 7.500.000 dialokasikan untuk kas dan bahan baku. Dan Rp. 5.000.000 untuk peralatan. Sehingga modal kerja yang dibutuhkan untuk awalan sebesar Rp. 12.500.000.

1. Sumber Modal

Untuk memulai usaha Nothing Funny ID, pelaku usaha menggunakan dana yang berasal dari pelaku usaha sendiri tanpa melibatkan dana dari pihak luar, yang artinya bahwa modal awal 100% berasal dari penyertaan. Modal awal yang telah ditentukan sesuai dengan persenan pembagian deviden. Pembagiannya ialah 50% Dendy, 40% Dheka, dan 10% milik perusahaan. 10% milik perusahaan, modal dibagi 2

antara Dendy dan Dheka.

## 2. Asumsi Aliran Kas

Untuk mendapatkan asumsi aliran kas, perusahaan harus mengasumsikan penjualan terlebih dahulu. Adapun tabel asumsi penjualan pada bulan Juli – September 2020, yaitu:

**Tabel 2.5**  
**Asumsi penjualan**

ASUMSI PENJUALAN					
PRODUK	BULAN			Harga per@	TOTAL PENJUALAN
	JULI	AGUSTUS	SEPTEMBER		
KAOS	220	230	240	45000	Rp 31.050.000
HOODIE	50	50	50	135000	Rp 20.250.000
KORSA	30	30	30	120000	Rp 10.800.000
POLO	40	40	40	75000	Rp 9.000.000

Total penjualan dibulan Juli – September yaitu sebesar Rp 71.100.000. Data diambil dengan cara membandingkan penjualan dibulan Juli – September sewaktu bekerja diperusahaan sebelumnya (Husky Apparel YK) dengan membagi 3. Data tersebut dibagi 3 dikarenakan perusahaan yang sebelumnya telah berjalan selama 3 tahun, dan perusahaan Nothing Funny

ID baru berjalan di tahun pertama.

Kemudian tahapan selanjutnya ialah mengasumsikan pengeluaran selama 3 bulan tersebut. Berikut adalah laporan asumsi pengeluaran di 3 bulan tersebut:

**Tabel 2.6**  
**Asumsi Pengeluaran Produksi**

Keterangan	Produk	Jumlah	Harga	Total
Pengeluaran selama 3 bulan	Pembelian bahan baku :	Jumlah :	Harga/satuan :	Harga total :
	Kain Katun	170 kg	Rp 110.000	Rp 18.700.000
	Kain Lacoste	41,5 kg	Rp 108.000	Rp 4.482.000
	Kain Fleece	144 kg	Rp 128.000	Rp 18.432.000
	Kain Nagata	64 meter	Rp 43.000	Rp 2.752.000
	Tinta Sablon	20 kaleng	Rp 122.000	Rp 2.440.000
	Bordir	120 pcs	Rp 14.000	Rp 1.680.000
	Kelistrikan	3 bulan	Rp 100.000	Rp 300.000
	Gaji Finance	3 bulan	Rp 500.000	Rp 1.500.000
	Gaji Marketing	3 bulan	Rp 500.000	Rp 1.500.000
	Gaji Pegawai Outsourcing	870 pcs	Rp 5.000	Rp 4.350.000
		<b>Total</b>		

Total pendapatan di Bulan Juli - September adalah Rp 71.100.000

Total pengeluaran di Bulan Juli - September adalah Rp 56.136.000

Laba Bersih = Total pendapatan - Total pengeluaran

Laba Bersih = Rp 71.000.000 – Rp 56.136.000 = Rp 14.964.000,00

Jadi, laba bersih di Bulan Juli – September 2020 adalah Rp 14.964.000



## **BAB III**

### **IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH BISNIS**

#### **3.1 Identifikasi Permasalahan**

Setiap perusahaan akan selalu dihadapi masalah-masalah ketika sudah dimulai. Sama halnya dengan Nothing Funny ID, ketika sudah dimulai telah dihadapi di berbagai masalah yang menimpa perusahaan. Adapun beberapa masalah yang datang dari berbagai divisi, namun Tugas Akhir ini hanya akan memaparkan permasalahan yang terdapat di aspek Pemasaran, yaitu:

##### **3.1.1 Permasalahan Marketing**

- Perusahaan Nothing Funny ID awalnya menginfokan bahwasannya pelayanan chat di DM maupun WA yaitu 24jam. Namun realitanya perusahaan tidak bisa menepati hal tersebut, karena memang belum bisa sepenuhnya membalas tepat waktu dikarenakan memang ada jam istirahat dan keterbatasan orang di dalam management.
- Target penjualan yang sudah ditetapkan, masih belum dapat mencapai target. Banyak faktor yang menjadikan perusahaan tidak dapat mencapai target. Dari segi target yang berubah secara mendadak dikarenakan COVID-19. Target pasar yang awalnya adalah sekolah, namun di tahun 2020 ini sekolah tutup dikarenakan mengikuti peraturan PSBB yang sudah ditetapkan oleh pemerintah. Oleh karena itu, di tengah berjalannya perusahaan langsung mengubah target pasar, yaitu langsung berpindah ke UMKM dan mulai menjual produk-produk siap jual seperti Masker dan APD. Walaupun tetap berjalan namun penjualan tidak sesuai target yang



sudah ditentukan di awal.

### **3.2 Tinjauan Teoritis**

Kajian teori merupakan landasan yang dijadikan pegangan dalam penulisan laporan penelitian ini. Teori yang ada didasarkan pada rujukan dan disusun sebagai tahapan-tahapan dalam menganalisis permasalahan. Secara garis besar tinjauan teori meliputi penjualan, dan kualitas layanan, serta kajian studi terdahulu yang dijadikan sebagai acuan dan penentuan analisis.

#### **3.2.1 Penjualan**

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Penjualan adalah suatu transfer hak atas benda-benda. Dari penjelasan tersebut dalam memindahkan atau mentransfer barang dan jasa diperlukan orang-orang yang bekerja di bidang penjualan seperti pelaksanaan dagang, agen, wakil pelayanan dan wakil pemasaran.

Menurut Philip Kotler yang diterjemahkan oleh Ronny A. Rusli dan Hendra dalam buku "Manajemen Pemasaran" pengertian penjualan adalah : "Penjualan adalah proses sosial manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain". Penjualan adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.

Suatu kesatuan usaha yang dinamis yang terdiri dari berbagai bagian yang berkaitan secara teratur, dan berusaha mencapai suatu tujuan adalah pengertian dari sistem. Jadi pengertian sistem penjualan adalah suatu kesatuan usaha transfer hak atas benda-benda yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan laba atau keuntungan.

### **3.1.2 Kualitas Layanan**

Dalam usaha untuk penyedia jasa, kualitas layanan memainkan peranan penting dalam memberi nilai tambah terhadap pengalaman *service* secara keseluruhan. Sama seperti halnya dengan kualitas produk, seorang pelanggan akan mengevaluasi kualitas layanan berdasarkan persepsi mereka sendiri. Kualitas layanan yang merupakan bagian yang tak terpisahkan dari kepuasan konsumen. Walaupun pakuannya adalah produk utama, namun kualitas pelayanan juga merupakan fokus utama sebuah perusahaan. Bisnis Konveksi merupakan gabungan bauran pemasaran barang dan jasa. Menurut Kotler (2012) kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa jika citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak konsumen. Jika kenyataannya adalah lebih baik dari pelayanan yang diharapkan, layanan dapat dikatakan memiliki kualitas tinggi. Sementara itu, jika kenyataannya adalah sama dengan pelayanan yang diharapkan, maka layanan ini dianggap memuaskan. Sebaliknya, jika kenyataannya tidak memenuhi layanan yang diharapkan, maka layanan tersebut dapat dikatakan memiliki kualitas rendah. Kualitas layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Jika pelayanan yang akan

diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Kualitas layanan sangat erat kaitannya dengan kepuasan konsumen, kualitas yang diberikan oleh perusahaan menjadi sarana penunjang untuk mencapai kepuasan, hal ini dikarenakan jika adanya pelayanan yang baik dari perusahaan maka pelanggan akan merasakan adanya perlakuan lebih yang diberikan oleh perusahaan terhadap konsumen.

Kualitas layanan yang dirasakan sangat penting untuk keberhasilan organisasi karena hubungannya langsung dengan kepuasan pelanggan dan niat perilaku (Parasuraman et al., 1985). Organisasi yang menyediakan layanan unggul juga mengalami kepuasan pelanggan tingkat tinggi dan dari mulut ke mulut yang menguntungkan (Gilbert et al., 2004; Gilbert dan Veloutsou, 2006). Persepsi pelanggan tentang kualitas layanan penting bagi organisasi internasional karena langkah-langkah tersebut rentan terhadap faktor dan variasi budaya.

Kualitas layanan adalah salah satunya antecedent kepuasan konsumen, tetapi layanan kualitas kurang berpengaruh pada niat beli daripada kepuasan konsumen. Kelompok peneliti lain percaya bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan memengaruhi retensi secara bersamaan (Taylor dan Baker, 1994). Meskipun kualitas antara kualitas layanan dan niat perilaku belum terselesaikan, tetapi yang dominan adalah bahwa kualitas layanan adalah konstruk atasan dan merupakan penentu utama kepuasan pelanggan.

### **3.2 Pemecahan Masalah**

Dari beberapa masalah yang sudah dijelaskan di atas, sebagaimana perusahaan harus bisa memecahkan sebuah masalah yang terdapat di perusahaannya. Adapun

beberapa langkah yang telah diambil perusahaan untuk memecahkan masalah, yaitu:

### 3.2.1 Perubahan Produk yang dihasilkan

Yang berawal produksi hanya berdasarkan permintaan dari pelanggan. Di saat awal-awal masa pandemi, kami memutuskan untuk mengeluarkan produk “Masker Kain” dan “APD Suite” untuk dijual secara umum. Walaupun hasilnya tidak cukup banyak, namun cukup menutup sekitar 50% dari target awal yang sudah ditetapkan awal tahun. Perusahaan merasa pada saat itu menjual Masker Kain dan APD adalah langkah yang paling tepat untuk dilakukan, karena tidak adanya sama sekali pengadaan Kaos, Polo, ataupun Hoodie pada saat itu. Berikut kami lampirkan penjualan Masker Kain di penjualan bulan Juli - September :

**Tabel 3.1**

#### **Penjualan Masker Kain**

PENJUALAN MASKER KAIN			
BULAN	PCS	HARGA JUAL	TOTAL PENJUALAN
JULI	325	Rp 5.000	Rp 1.625.000
AGUSTUS	1256	Rp 5.000	Rp 6.280.000
SEPTEMBER	1589	Rp 5.000	Rp 7.945.000

Penjualan masker pada bulan Juli - September itu bertotal Rp 15.850.000

Net Profit Margin ialah sebesar 52%

Net Income (pendapatan bersih) yaitu Rp 8.242.000

Berikut lampiran penjualan Alat Pelindung Diri (APD) di penjualan bulan Juli - September 2020 :

**Tabel 3.2**  
**Penjualan Alat Pelindung Diri**

PENJUALAN APD			
BULAN	PCS	HARGA JUAL	TOTAL PENJUALAN
JULI	230	Rp 70.000	Rp 16.100.000
AGUSTUS	312	Rp 70.000	Rp 21.840.000
SEPTEMBER	270	Rp 70.000	Rp 18.900.000

Penjualan masker pada bulan Juli - September itu bertotal Rp 56.840.000. Net Profit Margin ialah sebesar 14,29%, maka Net Income (pendapatan bersih) yaitu Rp 8.120.000.

Dari penjualan APD dan Kain masker pada bulan Juli - September saja sudah mendapatkan pendapatan bersih sebesar: Rp 8.242.000 + Rp 8.120.000 = Rp 13.362.000. Ini sudah cukup untuk mengganti target bulanan yang sudah ditetapkan di awal. Di sisi lainpun perusahaan menjadi belajar hal baru membuat produk APD dan Masker.

### **3.2.2 Pelayanan yang maksimal**

Untuk masalah jam kerja yang sebelumnya ditetapkan akan tersedia 24 jam, setelah berjalannya ternyata perusahaan kurang bisa melaksanakan hal tersebut dengan maksimal. Oleh karena itu perusahaan mengganti jam Customer Service dari jam 07.00 – 21.00 WIB. Ditambah lagi, Nothing Funny ID akan memberikan layanan

terbaik seperti Kolom Testimoni, garansi barang, dan pengantaran barang kepada pelanggan. Itu akan meningkatkan nilai pelayanan dari perusahaan jika dapat dilaksanakan dengan maksimal.

Kolom Testimoni difungsikan untuk melihat hal-hal dari sudut pandang pelanggan, yang di mana akan menjadikan Nothing Funny ID lebih baik di kemudian hari. Adapun isinya kolom tersebut tentang Saran dan Kritik untuk Produk yang dihasilkan dan pelayanan telah diberikan oleh Nothing Funny ID.



## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **4.1 Kesimpulan**

Adapun kesimpulan dari tugas akhir ini, akan dibagi menjadi 2 (dua), Aspek Umum dan Aspek Khusus, untuk detailnya yaitu :

##### **4.1.1 Aspek Umum**

Kesimpulan yang pelaku bisnis dapatkan dalam aspek umum mencakup beberapa aspek, yaitu aspek Pemasaran, aspek Operasi, dan aspek Keuangan.

1. Pertama, kesimpulan dari aspek Pemasaran, pelaku bisnis mengakui bahwa aspek Pemasaran menjadi salah satu aspek penting yang mendukung berjalannya kegiatan operasional sebuah usaha untuk mencapai tujuan. Kesimpulan dari aspek Pemasaran, pelaku bisnis mengakui kegiatan pemasaran sangat penting sekali untuk dilakukan. Pemasaran sebagai salah satu cara untuk memperkenalkan sebuah produk kepada masyarakat luas agar dapat menanamkan produk ke dalam benak konsumen. Pada tahap ini melakukan analisis pasar, menentukan segmen, target, dan positioning, menentukan strategi pemasaran terkait 4P dan mengidentifikasi pesaing yang ada. Sehingga, secara keseluruhan pelaku bisnis sudah menerapkan aspek ataupun teori yang ada pada manajemen Pemasaran yang pelaku bisnis dapatkan dan pelajari semasa kuliah S1.
2. Kedua, kesimpulan dari aspek Operasi mencakup terkait kesiapan dan kelayakan dalam memproduksi sebuah produk. Pelaku bisnis sadar pentingnya

untuk mengidentifikasi terlebih dahulu terkait bahan baku yang akan digunakan, produk yang akan dihasilkan, proses pembuatan produk, mengetahui peralatan, dan perlengkapan yang akan digunakan. Pada bagian aspek Operasi sangat perlu perencanaan yang sangat matang agar menghasilkan produk yang memiliki kualitas yang baik dan memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan pesaing. Secara keseluruhan pelaku bisnis telah menerapkan aspek ataupun teori yang ada pada manajemen Operasi yang pelaku bisnis dapatkan dan pelajari semasakuliah S1.

3. Ketiga, kesimpulan dari aspek Keuangan. Aspek keuangan memiliki peran yang tak kalah penting yang pada intinya berfungsi untuk mengelola keuangan pada perusahaan. Pengelolaan yang dilakukan mencakup perhitungan biaya bahan baku serta produksi, menentukan laba yang diharapkan, menghitung aliran uang atau kas masuk dan keluar. Pada aspek keuangan sangat penting untuk memberikan laporan keuangan yang baik dan benar, mulai dari pencatatan penjualan sampai hasil akhir laporan keuangan. Serta sangat perlunya pengawasan langsung dari pelaku bisnis, karena pada bagian keuangan ini sangat rawan terjadinya kesalahan atau kebocoran keuangan jika tidak dilakukan dengan baik dan benar dan akan berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan.

#### **4.1.2 Aspek Khusus**

Nothing Funnuy ID memiliki pola produksi yang sama seperti industri konveksi secara umum, mulai dari mengambil bahan baku kain dari *supplier* hingga menghasilkan produk dan diberikan kepada konsumen. Dalam menjalankan usaha, tim manajemen melakukan tinjauan aspek operasi yang di dalamnya terdapat strategi



operasi, lokasi, *back stage*, dan *front stage* dari Nothing Funny ID.

Serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh pelaku usaha tanpa diketahui oleh konsumen disebut *back stage*. Rangkaian kegiatan *back stage* adalah untuk memenuhi kebutuhan produksi; pembelian bahan baku dari *supplier* sesuai dengan rincian kebutuhan dari jenis-jenis produk Nothing Funny ID yang akan diproduksi; menentukan kebutuhan peralatan dan melakukan survei harga alat dimulai dari harga termurah hingga harga termahal untuk mengoptimalkan biaya operasional; melakukan produksi produk dimulai dari mencari bahan, pengukuran bahan baku, pemotongan bahan baku sesuai hasil pengukuran, menyablon potongan kain, penjahitan potongan kain untuk dijadikan kaos, kemudian *finishing*.

Selain *back stage*, Nothing Funny ID juga melakukan kegiatan *front stage*, serangkaian kegiatan dari pelaku usaha yang diketahui oleh konsumen. Nothing Funny ID menyediakan sistem pertemuan antara pihak Nothing Funny ID dengan pelanggan di luar Rumah Produksi Nothing Funny ID. Sistem ini tergantung dengan keadaan pelanggan juga itu, tempat bertemu juga menyesuaikan dengan lokasi pelanggan. Jika sudah sepakat pada suatu tempat, nanti dari pihak Nothing Funny ID akan membawakan beberapa *sample* (contoh pakaian) yang akan dibuat oleh pelanggan. Nothing Funny ID juga memasarkan produk melalui akun instagram @nothingfunny.id .

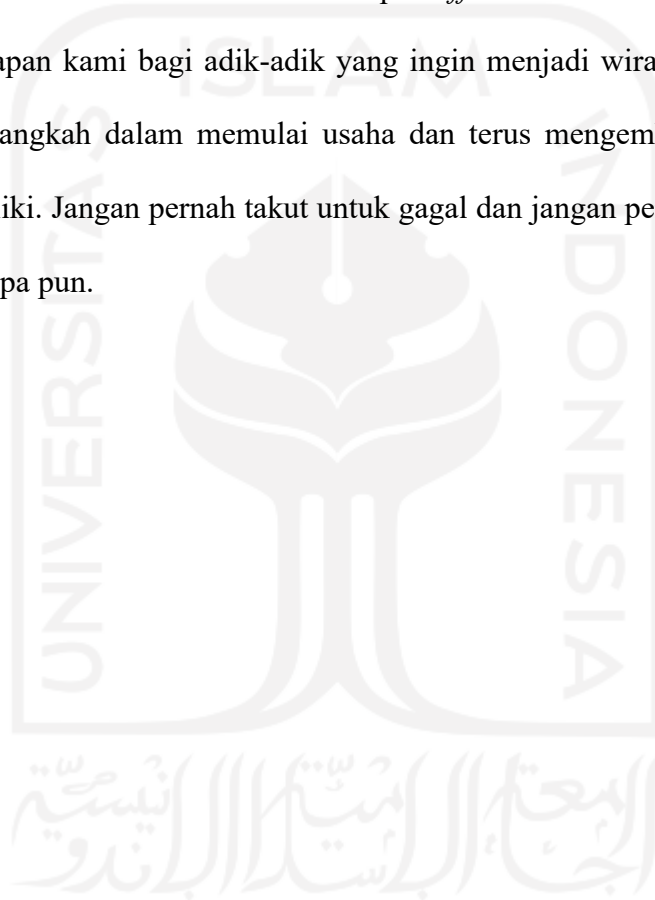
#### **4.2 Rekomendasi**

Saat ini bisnis *Tekstil* terkait pakaian yang mendukung penampilan sedang menjadi trend. Adanya banyak potensi peluang yang muncul saat ini akan berdampak menguntungkan jika dimanfaatkan dengan baik dan benar mengingat kebutuhan hidup

masyarakat yang terus bertambah dan berubah-ubah.

Dalam menjalankan bisnis *tekstil* memang terkesan harus memiliki modal yang besar, namun jika pandai membaca peluang semua bisa dimulai dari kecil terlebih dahulu. Banyaknya kesempatan yang sebenarnya bisa diambil, dipikirkan dengan kreativitas, dan diwujudkan dalam bentuk yang nyata. Serta saat ini menjalankan bisnis *tekstil* dapat dilakukan secara *online* maupun *offline*.

Besar harapan kami bagi adik-adik yang ingin menjadi wirausahawan muda untuk berani melangkah dalam memulai usaha dan terus mengembangkan ide-ide kreatif yang dimiliki. Jangan pernah takut untuk gagal dan jangan pernah malu untuk belajar kepada siapa pun.



## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Zein. 2009. *Aplikasi Pemasaran dan Salesmanship*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Gilbert, G.R. and Veloutsou, C. (2006), "A cross-industry comparison of customer satisfaction", *Journal of Services Marketing*, Vol. 20 No. 5, pp. 298-308.
- Gilbert, G.R., Veloutsou, C., Goode, M.M.H. and Moutinho, L. (2004), "Measuring customer satisfaction in the fast food industry: a cross-national approach", *Journal of Services Marketing*, Vol. 18 No. 5, pp. 371-83.
- Kotler, Philip and Kevin L. Keller. 2012. *Marketing Management*. 14th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Mahmoedin. (2010). *Kualitas Pelayanan*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing* Vol. 49, 41-50.
- Taylor, A. Steven, Baker, L. Thomas (1994), An Assessment of the Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction in the Formation of Consumers' Purchase Intentions, *Journal of Retailing*, Vol. 70, No. 2, pp.163-178.

## LAMPIRAN

### Alternatif Strategi

	Strategi Bisnis	
	Strategi Biaya Rendah	Strategi Inovasi Produk
Kondisi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensitif terhadap harga</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensitif terhadap produk</li> </ul>
Pasar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Volume yang tinggi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Volume yang rendah</li> </ul>
Misi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Standarisasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sesuai permintaan</li> </ul>
Operasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penekanan pada biaya rendah sementara mempertahankan kualitas yang dapat diterima</li> <li>• Proses operasi yang tepat</li> <li>• Pengawasan kualitas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penekanan pada fleksibilitas sementara mempertahankan biaya, kualitas yang layak</li> <li>• Produk yang tepat</li> <li>• Menggunakan <i>quality control</i></li> </ul>

## Bahan Baku

Kain <i>Cotton Combed</i>	1	110,000
Kain Lacoste CVC	1	108.000
Kain Nagata	1	43.000
Kain <i>Cotton Flecee</i>	1	128.000
Tinta Sablon	1	122,000
Benang	1	12,000

## Produk

NO	NAMA PRODUK	BAHAN KEBUTUHAN	JUMLAH KEBUTUHAN	SUPLIER	HARGA
1	Kaos	Kain Cotton	0,25 kg	Knitto	Rp27.500
		Combed Benang	1/50	Sinar Mulia	Rp280
		Jahit	1/35	Provenio	Rp3.450
		Tinta Sablon		Indo	Rp31.230
2	Polo	Kain Lacoste CVC	0,45 kg	Sinar Mulia	Rp48.600
		Benang Jahit	1/30	Sinar Mulia	Rp467
		Benang Bordir	1/20	Sinar Mulia	Rp700
					Rp49.767

3	Jaket/Hoodie	Kain <i>Cotton</i>	0,7	Mulia	Rp89.000
		<i>Flecee</i> Benang	1/30	Laksana	Rp467
		Jahit	1/35	Sinar Mulia	Rp3.450
		Tinta Sablon		Provenio Indo	Rp93.517
4	Kemeja/Korsa	Kain Nagata	2	Knitto	Rp86.000
		Benang Jahit	1/20	Sinar Mulia	Rp700
		Benang Bordir	1/20	Sinar Mulia	Rp700
					Rp87.400

### Alur Kegiatan

