

**LAPORAN AKHIR RANCANG BANGUN DAN PENERAPAN BISNIS
BISNIS CLOTHING DISEASE STAFF**

RANCANG BANGUN BISNIS



Disusun Oleh:
ALIEFYAN AINARO / 17311179

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

2021

LAPORAN AKHIR RANCANG BANGUN DAN PENERAPAN BISNIS BISNIS CLOTHING DISEASE STAFF

Dirancang dan diajukan demi memenuhi syarat ujian tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Disusun Oleh:

| | | |
|-----------------|---|-------------------------|
| Nama | : | ALIEFYAN AINARO |
| Nomor Mahasiswa | : | 17311179 |
| Jurusan | : | PROGRAM STUDI MANAJEMEN |
| Peminatan | : | OPERASIONAL |



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

2021

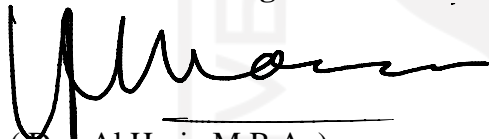
LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN AKHIR PENERAPAN BISNIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Pengusul : ALIEFYAN AINARO
Nomor Mahasiswa : 17311179
Program Studi : MANAJEMEN
Peminatan : OPERASIONAL
Nama Usaha : DISEASE STAFF
Judul Proposal : LAPORAN AKHIR RANCANG BANGUN DAN
PENERAPAN BISNIS (BISNIS CLOTHING DISEASE STAFF)

Yogyakarta, 07 Januari 2021

Telah Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing



(Drs. Al Hasin M.B.A.)

NIK/NIDN:

Telah dipertahankan/diuji dan disahkan
demi memenuhi syarat ujian tugas akhir guna memperoleh gelar
Sarjana Strata-1 pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan
Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Nama : ALIEFYAN AINARO
Nomor Mahasiswa : 17311179
Jurusan : MANAJEMEN
Peminatan : OPERASIONAL
Judul Proposal : LAPORAN AKHIR RANCANG BANGUN DAN PENERAPAN
BISNIS (BISNIS CLOTHING DISEASE STAFF)

Yogyakarta, 28 Januari 2021

Disahkan Oleh,

Pembimbing : (Al Hasin,Drs.,MBA.)
Penguji : (Siti Nursyamsiah,Dra.,M.M.)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

(Prof. Dr. Jaka Sriyana, S.E., M.Si.)

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah Tugas Akhir Rancang Bangun Bisnis ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan sumbernya secara lengkap dalam daftar pustaka.”

Yogyakarta, 17 Januari 2022

Penulis,

The image contains a large, faint watermark of the Universitas Islam Donesa logo, which features a stylized open book and the university's name in Indonesian and Arabic. Below the watermark, there is a small image of a 10,000 Rupiah Indonesian banknote with a handwritten signature in black ink over it.

Aliefyan Ainaro

(17311179)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

**TUGAS AKHIR BERJUDUL
RANCANG BANGUN DAN PENERAPAN BISNIS BISNIS CLOTHING DISEASE STAFF**

Disusun Oleh : **ALIEFYAN AINARO**
Nomor Mahasiswa : **17311179**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada hari, tanggal: Jumat, 28 Januari 2022

Penguji/ Pembimbing Tugas Akhir : Al Hasin, Drs., MBA.



Penguji : Siti Nursyamsiah, Dra., M.M.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



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



BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

Bismillahirrahmannirrahim

Pada Semester **Ganjil 2021/2022** hari, tanggal: **Jumat, 28 Januari 2022** Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir yang disusun oleh:

Nama : **ALIEFYAN AINARO**
No. Mahasiswa : **17311179**
Judul Tugas Akhir : **RANCANG BANGUN DAN PENERAPAN BISNIS BISNIS CLOTHING DISEASE STAFF**
Jenis Tugas Akhir : **Skripsi**
Pembimbing : **Al Hasin, Drs., MBA.**

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir tersebut dinyatakan:

1. **Lulus Ujian Tugas Akhir *)**
 - a. ~~Tugas Akhir tidak direvisi~~
 - b. ~~Tugas Akhir perlu direvisi~~
2. ~~**Tidak Lulus Ujian Tugas Akhir**~~

Nilai : **A**

Nilai (Publikasi/Diseminasi TA)* : **A**

Referensi : ~~Layak/Tidak Layak~~ *) ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji

Ketua Tim : **Siti Nursyamsiah, Dra., M.M.**

Anggota Tim : **Al Hasin, Drs., MBA.**

Keterangan:
*) Coret yang tidak perlu



Yogyakarta, 28 Januari 2022
Ketua Program Studi Manajemen

Anjar Priyono, SE., M.Si., Ph.D.

LAPORAN AKHIR RANCANG BANGUN DAN IMPLEMENTASI BISNIS

BISNIS FASHION CLOTHING DISEASE STAFF

Abstrak

Penulisan dari penelitian ini bertujuan untuk menguji implementasi dari rancangan dan kemampuan peningkatan brand image dari bisnis clothing, mengetahui insight dari perkembangan streetwear dan inovasi hasil jadi bahan dan produksi yang dilakukan oleh clothing Disease Staff. Penulisan ini memakai dan mengimplementasi beberapa strategi untuk penerapannya dan salah satunya merupakan supply chain management serta research and development. Teruntuk strategi supply chain management Disease Staff menerapkan beberapa variabel di antaranya dengan variabel harga, lokasi, fleksibilitas dan pelayanan. Teruntuk strategi research and development terdapat tiga variabel yang di antaranya yaitu variabel input, variabel proses dan variable output yang akan menentukan tujuan pengembangan produk. Hasil dari penulisan ini menunjukkan bahwa dengan dibarengi adanya aktivitas dalam mengimplementasikan serta mengaplikasikan strategi supply chain management serta research and development secara konstan dan signifikan dapat mengubah serta memberikan dampak yang baik dari brand image dengan hasilnya peningkatan dan perluasan segmentasi pasar dan calon pembeli serta peminat di sosial media dibarengi halnya dengan peningkatan penjualan dan output produk dari Disease Staff.

Kata kunci: *brand image, supply chain management, research and development, customer, insight, social media, streetwear, clothing.*

FINAL REPORT OF BUSINESS DESIGN AND IMPLEMENTATION

FASHION BUSINESS CLOTHING DISEASE STAFF

Abstract

The writing of this study aims to examine the implementation of the design and the ability to improve the brand image of the clothing business, to find out the insights from the development of streetwear and the innovation of finished materials and productions carried out by the Clothing Disease Staff. This paper uses and implements several strategies for its implementation and one of them is supply chain management and research and development. As for the supply chain management strategy, Disease Staff applies several variables including price, location, flexibility and service variables. For the research and development strategy, there are three variables, including input variables, process variables and output variables that will determine product development goals. The results of this paper indicate that accompanied by activities in implementing and applying supply chain management strategies as well as research and development on a constant and significant basis can change and have a good impact on the brand image with the result increasing and expanding market segmentation and potential buyers and social enthusiasts. media was accompanied by an increase in sales and product output from Disease Staff.

Keywords: *brand image, supply chain management, research and development, customer, insight, social media, streetwear, clothing.*

MOTTO

“ Hidup tidak mengampuni orang-orang yang lemah “

(Aliefyan Ainaro)

“ Orang yang terkaya adalah orang yang menerima pembagian (takdir) dari Allah dengan senang hati.”

(Ali Bin Husein)

" Balas dendam terbaik adalah menjadikan dirimu lebih baik."

(Ali Bin Abi Thalib)

الجامعة الإسلامية
الاستدراك بالاندية

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmatullah Wabarakatuh

Bismillahhi Rabbil'alamin, segala puji berbarengan kata syukur bagi Allah SWT yang telah menurunkan serta melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Shalawat serta salam yang senantiasa terucap kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi pedoman suri tauladan yang baik dan benar bagi seluruh umatnya dan untuk melakukan kebajikan sehingga penulis dapat menyelesaikan dan membereskan tugas akhir rancang bangun bisnis ini dengan judul : *LAPORAN AKHIR RANCANG BANGUN DAN PENERAPAN BISNIS (BISNIS CLOTHING DISEASE STAFF)* dengan baik dan lancar, untuk memenuhi syarat dari kelulusan serta dibarengi dengan syarat mendapat gelar Sarjana Manajemen untuk Program Studi Manajemen pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika di Universitas Islam Indonesia.

Penataan dan penyusunan penelitian ini dapat terselesaikan dengan lancar akibat tidak lepas dari masukan dan bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini, saya ingin ucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya teruntuk berbagai pihak yang sudah memberi bimbingan, masukan, dukungan dan dorongan setinggi-tingginya, teruntuk :

1. Bapak Drs. Al Hasin M.B.A. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan dengan sabar serta ikhlas kepada saya supaya dapat menyelesaikan tugas akhir rancang bangun bisnis ini dengan baik dan tepat.
2. Kepada kedua orang tua saya Bapak Surachman dan Ibu Susiyani selaku keluarga yang selalu memberikan dukungan dan paksaan utama baik dari hal *ekstern* maupun dari hal *intern* seperti *finance*, intuisi, motivasi, dan doa untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Irfan Nugraha, Setiawan Nufri dan anggota dari A Group of Sri Rejeki n' Friends lainnya selaku grup kumpulan teman-teman SMP saya yang selalu memberikan

olokan sebagai pacuan dan dukungan bagi saya selama proses untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

4. Imam Syahfrudin Dwi Cahyo, Thareq Nuryanto dan Akmal Haidar sebagai penggerak roda Disease Staff serta biro intrinsik dan ekstrinsik yang bersedia untuk menjalankan dari apa yang sudah saya usulkan.
5. Om Andes Setiaksa selaku penasihat saya dalam mencari serta mengembangkan berbagai pengalaman dan menjalankan berbagai macam perjalanan sejauh ini.
6. Vendor Inkside Sablon selaku vendor pertama dan terbaik saya dalam membuat produk-produk dari Disease Staff.
7. Kolega Football Club Saint Ale seluruhnya yang selalu memberikan tekanan, ejekan, dan makian antar sesama dengan maksud bentuk dukungan serta motivasi bagi saya dalam menargetkan dan menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teman-teman Wekaton FC, Lintas FC, Satwa United dan Markifer FC sebuah klub sepak bola yang selalu memberikan *space* untuk *me-release* pikiran saya.
9. Teman-teman Nakama Merchant Education Associate dari Tokopedia Semarang lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.
10. Dessy Anggitasari selaku teman seperjuangan yang selalu memberikan saran dan rekomendasi serta jalan yang baik dan benar kepada saya.

Saya mengharapkan segala bentuk masukan dan kritik yang baik dari berbagai pihak. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, *Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.*

Yogyakarta, 07 Januari 2021

Aliefyan Ainaro

DAFTAR ISI
LAPORAN AKHIR RANCANG BANGUN DAN IMPLEMENTASI BISNIS BISNIS
BRAND DISEASE STAFF

| | |
|--|----|
| LAPORAN AKHIR RANCANG BANGUN DAN PENERAPAN BISNIS BISNIS CLOTHING DISEASE STAFF | 1 |
| LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN AKHIR PENERAPAN BISNIS | 3 |
| PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME | 5 |
| Abstrak | 5 |
| MOTTO | 7 |
| KATA PENGANTAR | 8 |
| DAFTAR ISI | 10 |
| BAB I : PENDAHULUAN | 14 |
| 1.1 Latar Belakang | 14 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 20 |
| 1.3 Tujuan Penulisan | 20 |
| 1.4 Visi dan Benefits dari Model Bisnis | 20 |
| 1.4.1 Visi dari Model Bisnis | 20 |
| 1.4.2 Benefits dari Model Bisnis | 21 |
| 1.5 Ruang Lingkup Model Bisnis | 21 |
| 1.6 Variabel dari Ide Bisnis | 21 |
| 1.6.1 <i>What</i> | 21 |
| 1.6.2 <i>Who</i> | 22 |
| 1.6.3 <i>Where</i> | 22 |
| 1.6.4 <i>When</i> | 22 |
| 1.6.5 <i>Why</i> | 23 |
| 1.6.6 <i>How</i> | 23 |
| 1.7 Sistematika Laporan | 24 |
| BAB II : ANALISIS DAN PERANCANGAN BISNIS | 27 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1 <i>Value Proposition Design</i> | 27 |
| 2.1.1 <i>Business Model Canvas</i> | 28 |
| 2.2 Tinjauan Aspek Pemasaran | 32 |
| 2.2.1 Analisis Pasar | 32 |
| 2.2.2 Strategi Promosi | 35 |
| 2.2.3 Penerapan Kebijakan dari Nilai | 36 |
| 2.2.4 Saluran Distribusi | 37 |
| 2.3 Tinjauan Aspek Produksi/Operasi | 37 |
| 2.3.1 Bahan Pembuatan | 39 |
| 2.3.2 Vendor | 40 |
| 2.3.3 Layout (Tata Letak) | 40 |
| 2.3.4 Kapasitas Produksi | 41 |
| 2.3.5 Proses Produksi | 42 |
| 2.3.6 Lokasi Usaha | 42 |
| 2.3.7 Detail Produk | 43 |
| 2.4 Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia | 46 |
| 2.4.1 Struktur Organisasi | 46 |
| 2.4.2 Jumlah Sumber Daya Manusia | 47 |
| 2.4.3 Kualifikasi dan Kompetensi SDM | 48 |
| 2.4.4 Deskripsi Pekerjaan SDM | 49 |
| 2.4.5 Proses Rekrutmen | 51 |
| 2.4.6 Sistem Penilaian Kinerja | 52 |
| 2.4.7 Sistem Kompensasi | 53 |
| 2.5 Tinjauan Aspek Keuangan | 54 |
| 2.5.1 Perkembangan dan Proses Penjualan | 55 |
| 2.5.2 Performa Laporan Laba/Rugi | 57 |
| 2.5.3 Laporan Neraca | 61 |
| 2.5.4 Laporan Arus Kas | 64 |
| BAB III : LAPORAN PELAKSANAAN RANCANG BANGUN BISNIS | 67 |

| | |
|--|----|
| 3.1 Realisasi Aspek Pemasaran (Penjualan) | 67 |
| 3.1.1 Realisasi Analisis Pasar | 67 |
| 3.1.2 Realisasi Strategi <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran) | 68 |
| 3.1.3 Strategi Promosi | 69 |
| 3.2 Realisasi Aspek Produksi (Operasional) | 70 |
| 3.2.1 Strategi Operasi | 70 |
| 3.2.2 Ikon Brand | 73 |
| 3.2.3 <i>Phisycal Evidence</i> (Bukti Fisik Lokasi Usaha) | 73 |
| 3.2.4 Bahan Baku | 74 |
| 3.2.5 Layout (Tata Letak) | 74 |
| 3.2.6 Kapasitas Produksi | 75 |
| 3.2.7 Realisasi Proses Produksi | 75 |
| 3.2.8 Realisasi Produk | 76 |
| 3.3 Realisasi Aspek Sumber Daya (Organisasi) | 82 |
| 3.3.1 Realisasi Struktur Organisasi | 82 |
| 3.3.2 Realisasi Jumlah Sumber Daya Manusia | 83 |
| 3.3.3 Realisasi Deskripsi Pekerjaan SDM | 83 |
| 3.3.4 Realisasi Sistem Penilaian Kinerja | 84 |
| 3.3.5 Realisasi Sistem Penilaian Kinerja | 85 |
| 3.4 Realisasi Aspek Keuangan (Keuangan) | 85 |
| 3.4.1 Realisasi Tingkat Efisiensi Biaya | 85 |
| 3.4.2 Realisasi Laporan Laba Rugi | 86 |
| BAB IV : IDENTIFIKASI PERENCANAAN, REALISASI DAN GAP | 91 |
| 4.1 Perencanaan, Realisasi Dan Gap Pemasaran | 91 |
| 4.1.1 Analisis Pasar | 93 |
| 4.1.2 Strategi Pemasaran | 95 |
| 4.1.3 Product | 95 |
| 4.1.4 Price | 97 |
| 4.1.5 Place | 98 |

| | |
|--|-----|
| 4.1.6 Promotion | 100 |
| 4.2 Perencanaan, Realisasi Dan Gap Operasional | 102 |
| 4.2.1 Strategi Operasi | 103 |
| 4.2.2 Vendor (Input) | 104 |
| 4.2.3 Research & Development (Process) | 106 |
| 4.2.4 Produk (Output) | 107 |
| 4.3 Perencanaan, Realisasi Dan Gap Sumber Daya Manusia | 109 |
| 4.3.1 Perekrutan (Landasan Teori, Implementasi) | 110 |
| 4.3.2 Penilaian Kinerja (Landasan Teori, Implementasi) | 111 |
| 4.3.3 Kompensasi (Landasan Teori, Implementasi) | 112 |
| 4.4 Perencanaan, Realisasi Dan Gap Keuangan | 113 |
| 4.4.1 Kinerja Keuangan | 115 |
| _____ 116 | |
| _____ 117 | |
| _____ 118 | |
| 4.4.2 Laporan Retur Penjualan | 118 |
| BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN | 120 |
| 5.1 Kesimpulan | 120 |
| 5.2 Rekomendasi | 121 |
| DAFTAR PUSTAKA | 123 |
| LAMPIRAN | 127 |

BAB I : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan serta perkembangan Fashion di Indonesia saat ini terus menjadi tinggi dan menjajaki arus modernisasi. Pertumbuhan ini menjadikan masyarakat selaku warga yang selektif di dalam memastikan style menjadi bagian hidupnya. Style sangat erat hubungannya dengan fashion, sebab terdapatnya fashion yang sangat berpengaruh di dalam mendukung penampilan seorang supaya lebih menarik serta jadi trend centre di kalangan masyarakat. Produk fashion tercantum dalam produk yang bisa dipakai dalam waktu jangka panjang, sebab produk ini digunakan dengan pemakaian wajar selama satu tahun ataupun lebih. Produk fashion meliputi baju, sepatu, tas, pernak-pernik, aksesoris serta lain sebagainya.

Persaingan bisnis pada bidang fashion sangat ketat, paling utama pada bidang baju, pemasar bersaing dalam menawarkan produk dagangan mereka (produk yang dijual) dengan bermacam metode yang digunakan supaya konsumen tertarik dengan benda dijual oleh industri tersebut. Banyak pemasar yang berupaya menawarkan model baju terbaru yang memakai bahan yang berkualitas, bermutu dan pembuatan desain secara spesial yang terbuat oleh brand tersebut ataupun karakteristik khas dari produk tersebut, apalagi mereka membagikan penawaran harga yang cocok di kantong (murah). Seluruh opsi bergantung pada konsumen itu sendiri, mereka lebih memilah pakaian dengan harga yang terkategori mahal ataupun harga murah mutu terjamin. Di dalam melaksanakan persaingan bisnis, pemasar diharapkan mempunyai kreativitas yang besar di dalam menghasilkan inovasi, perihal tersebut jadi pertimbangan yang sangat berarti dalam aktivitas bisnis sebab dengan inovasi yang terbuat oleh pemasar sanggup membuat industri bertahan dalam sesuatu persaingan. Para pemasar pula wajib sediakan fasilitas buat konsumen supaya dapat mencari data secara perinci.

Permasalahan yang ditimbulkan dalam industri merupakan metode industri tersebut di dalam melaksanakan aktivitas menyebarkan data kepada para konsumennya, sebab banyak konsumen yang ragu hendak mutu sesuatu produk dan layanan/ sarana yang terbuat oleh industri. Saat sebelum melaksanakan pembelian terdapatnya perihal tersebut menjadikan

konsumen susah ataupun apalagi tidak dapat dalam membedakan mutu produk, baik mutu yang besar maupun mutu rendah (Leisching et al, 2012). Konsumen hendak melaksanakan pencarian data menimpa brand tersebut guna mengumpulkan informasi-informasi yang didapatkan sehingga terbentuk data yang efektif. Dalam perihal ini brand sanggup membagikan kemudahan bagi konsumennya dalam mengumpulkan sesuatu data hendak benda ataupun jasa. Khasiat utama dalam pencarian sesuatu data merupakan buat mengurangi terdapatnya risiko dalam belanja online.

Industri butuh menyebarkan data kepada konsumen dengan akurat, dengan data yang akurat data tersebut hendak menghasilkan kredibilitas merek (Erdem & Swait, 2004). Data yang pas serta akurat hendak berakibat pada anggapan mutu serta pula berakibat kepada pertimbangan merek serta opsi merk (Erdem & Swait, 2004).

Data yang efektif ialah salah satu khasiat yang diberikan oleh sesuatu brand ataupun merk dengan terdapatnya data yang efektif kurangi usaha konsumen dalam mencari data dan mencerna data dari brand itu sendiri (Leisching et al, 2012). Dengan membagikan sesuatu pelayanan yang berbentuk data dan pengetahuan konsumen tentang merek produk supaya industri sanggup tingkatkan keputusan pembelian ialah salah satu upaya tingkatkan brand trust.

Menurut Lin (2007) sebagaimana pengetahuan produk yang dipunyai oleh konsumen bersumber pada tingkatan kerutinan konsumen dalam memakai produk. Konsumen yang mempunyai pengetahuan yang besar di dalam sesi pengenalan mereka telah sanggup mengingat produk tersebut, baik dalam menganalisis dan metode berpikir yang logis dibandingkan dengan konsumen yang mempunyai pengetahuan produk rendah. Konsumen dengan pengetahuan produk yang besar lebih yakin hendak petunjuk intrinsik di dalam melaksanakan pertimbangan mutu produk, mereka sadar data produk itu berarti. Dibanding dengan konsumen yang mempunyai pengetahuan rendah mereka lebih menitikberatkan pada petunjuk ekstrinsik, contohnya semacam harga yang besar memastikan mutu serta merk yang populer telah berarti mempunyai mutu yang besar. Dengan pengetahuan konsumen yang rendah mereka tidak sempat melaksanakan penilaian produk sebab mereka tidak mempunyai pengetahuan dalam memperhitungkan produk.

Chaudhuri & Holbrook (2001) mendefinisikan brand trust merupakan keinginan rata-rata konsumen dalam mengandalkan sesuatu merk yang sanggup diandalkan buat melaksanakan gunanya yang dinyatakan. Keyakinan umumnya jadi suatu permasalahan apabila terdapat data asimetris serta kesempatan oportunistik. Berkurangnya data asimetris menyebabkan meningkatnya keyakinan. Oleh sebab itu upaya tingkatkan brand trust industri wajib membagikan pelayanan yang bisa menekankan pada data serta pengetahuan konsumen tentang merk produk supaya industri sanggup tingkatkan keputusan pembelian. Biar brand trust bertambah industri pula wajib tingkatkan layanan yang berpijak pada data dan pengetahuan konsumen tentang merk produk supaya industri sanggup tingkatkan keputusan pembelian.

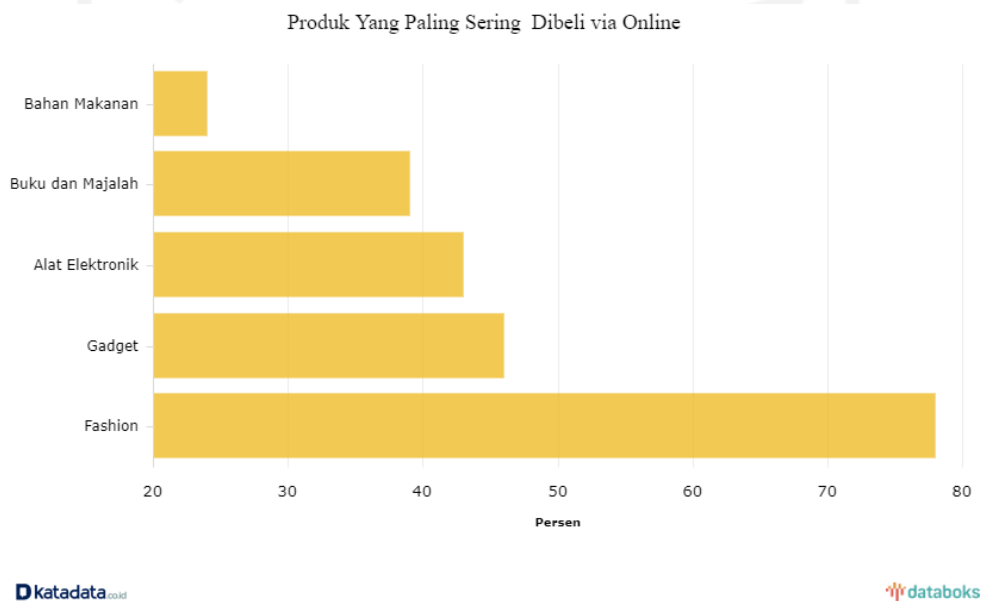
Sehabis terdapatnya keyakinan, konsumen hendak memutuskan buat membeli produk tersebut ataupun tidak jadi membeli. Keputusan pembelian merupakan 5 tahapan yang dilalui oleh konsumen yang awal pengenalan permasalahan, kedua pencarian data, ketiga penilaian alternatif, keempat keputusan pembelian, serta yang kelima merupakan pasca pembelian., perihal tersebut telah dicoba dari jauh- jauh hari saat sebelum melaksanakan pembelian aktual yang setelah itu berakibat sangat lama (Kotler & Keller, 2012: 227). Saat sebelum membeli sesuatu benda, pembeli terlebih dulu memilah benda yang hendak dibelinya yang cocok dengan apa yang diidamkan saat sebelum mereka memutuskan membeli. Opsi mereka ialah opsi yang telah cocok kepribadian dan terdapatnya kepuasan batin.

Industri clothing di Indonesia, merupakan sektor bisnis yang sangat strategis bagi perkembangan ekonomi di Indonesia. Clothing bukan lagi produk primer untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia semata, namun saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru di kalangan masyarakat, apalagi seiring bertumbuh kembangnya teknologi banyak orang yang menggunakan media sosial sebagai gaya hidup baru, mereka memakai pakaian lalu memamerkan apa yang sedang dipakai kepada teman pada akun sosial medianya.

Bisnis industri clothing tidak akan ada matinya, manusia selalu membutuhkan pakaian/sandang, karena clothing tersendiri merupakan kebutuhan manusia, berbeda dengan bisnis lainnya, di mana setiap orang tidak selalu membutuhkannya.

Industri clothing fashion brand memiliki tren yang baik di kalangan konsumen, di mana masyarakat khususnya kota Yogyakarta cenderung memiliki gaya hidup yang dapat terbilang mengikuti tren pasar, industri fashion itu sendiri terus berkembang seiring perkembangan zaman baik dalam segi inovasi produk maupun pembaharuan jenis produk.

Dilihat dari data statistik yang dirilis oleh Google tentang grafik perkembangan produk yang paling sering dibeli via transaksi online sebagai berikut



Gambar 1. 1 Jenis Produk Paling Sering Dibeli Konsumen via online oleh Google Indonesia

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa survei yang dilakukan oleh Google Indonesia mendapati fashion sebagai produk yang paling banyak ditransaksikan melalui e commerce. Selibhnya, 78 persen responden pernah membeli produk fashion dari marketplace belanja online.



Gambar 1. 2 Growth Category by E-commerce



Gambar 1. 3 Growth Category by E-commerce

Seperti dapat dilihat dari data yang dilaporkan oleh Hootsuite (We Are Social) pada Gambar 1.2 dan Gambar 1.3, fashion terus mendominasi aktivitas jual beli di e-commerce, dengan total pengeluaran sebesar \$9,81 miliar pada tahun 2020, yang sebanding dengan tahun 2019. Dibandingkan dengan peningkatan +50, 7%. Kesimpulan yang diambil dari kedua tokoh tersebut adalah minat dan daya beli masyarakat Indonesia terhadap produk pakaian dan fesyen di e-commerce mungkin cukup tinggi. Oleh karena itu, hal ini menjadi salah satu faktor yang menjadi peluang untuk mendirikan bisnis fashion di Indonesia.

Disease Staff merupakan merek *fashion* dengan fokus produk streetwear casual clothing yang lahir sejak awal 2016 dan berdiri kembali pada awal 2020 di kota Yogyakarta. Disease Staff merupakan *brand* yang memiliki tujuan untuk menyediakan sandang yang berkelas dan memakmurkan seluruh masyarakat Indonesia dengan konsep bisnis yang dikembangkan oleh Disease Staff.

Teruntuk bagian aspek pemasaran yang dijalankan dan diberlakukan oleh Disease Staff adalah melalui pemasaran offline serta online. Pemasaran online dilakukan dengan membuat akun bisnis di media sosial (Instagram dan Facebook) dan memasang iklan di media sosial dengan cara pengiklanan serta melalui postingan. Sedangkan pada pemasaran offline, Disease Staff menjalankan dengan step by step dari omongan ke omongan.

Untuk aspek keuangan karyawan Disease Staff, terlebih dahulu menggunakan dana pemilik sendiri sebesar Rp5.000.000,- untuk perencanaan keuangan jangka pendek dan jangka panjang, serta pencatatan keuangan harian dan bulanan untuk mengontrol arus kas yang ada.

Aspek SDM pegawai yang Disease Staff dikelola oleh seorang atasan dan seorang manager, bagian operasional terdiri dari 1 orang ahli dari teman terdekat saya, bagian pemasaran terdiri dari 1 orang ahli dari teman terdekat saya, dan bagian keuangan terdiri dari 1 orang ahli dari teman terdekat saya. Total ada 4 anggota dari Disease Staff dan 1 orang adalah manajer pada saat ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis dapat merumuskan beberapa pokok dari permasalahan yang terjadi pada bisnis clothing Disease Staff dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Bagaimana proses pelaksanaan bisnis Disease Staff jika dilihat dari aspek pemasaran, operasi, sumber daya manusia, dan keuangan ?
2. Adakah problema, kendala atau permasalahan yang muncul ketika bisnis clothing Disease Staff dijalankan jika dilihat dari aspek pemasaran ?
3. Adakah problema, kendala atau permasalahan yang muncul ketika bisnis clothing Disease Staff dijalankan jika dilihat dari aspek operasi ?
4. Adakah problema, kendala atau permasalahan yang muncul ketika bisnis clothing Disease Staff dijalankan jika dilihat dari aspek sumber daya manusia ?
5. Adakah problema, kendala atau permasalahan yang muncul ketika bisnis clothing Disease Staff dijalankan jika dilihat dari aspek keuangan?

1.3 Tujuan Penulisan

Untuk memberikan penjelasan mengenai proses pelaksanaan clothing Disease Staff. Adanya laporan ini untuk memberikan sebuah informasi terkait kendala atau permasalahan yang terjadi selama aktivitas dan pelaksanaan bisnis ini dari berbagai aspek yaitu pemasaran, operasi, sdm, dan keuangan. Serta dapat memberikan saran serta solusi maupun rekomendasi terkait masalah yang dihadapi terjadi.

1.4 Visi dan Benefits Model Bisnis

1.4.1 Visi dari Model Bisnis

Tujuan atau visi yang menjadi acuan dari pembuatan model bisnis Disease Staff ini adalah sebagai berikut:

1. Membangun dan menjadikan sebuah brand clothing lokal yang menyajikan dan menyediakan kebutuhan serta keinginan streetwear untuk seluruh kalangan penggiat kultur tersebut.

2. Produk clothing yang menyajikan material yang berkualitas yang selalu mengikuti desain market yang sudah ada dan belum ada bagi para customer, dibarengi dengan harga yang dapat terbilang terjangkau.
3. Menggagas model bisnis

1.4.2 Benefits dari Model Bisnis

Benefits atau manfaat yang menjadi acuan dari pembuatan model bisnis Disease Staff ini adalah sebagai berikut:

1. Menggagas konsep yang terbentuk
2. Memudahkan para penggiat clothing untuk mendefinisikan produk clothing teruntuk dan terutama pada kultur streetwear dalam kebutuhan bisnis yang mereka jalani.
3. Peluang dan kesempatan yang tersaji untuk para penjual ulang dalam sistem bisnis yang menjual produk clothing ini yang berupa diantaranya t-shirt, outerwear, headwear dan masih banyak lagi.
4. Tingkatkan ekonomi yang sangat terbantu dikarenakan para vendor lokal terutama vendor di daerah Yogyakarta dengan cara bekerja sama dalam proses produksi pembuatan clothing ini.

1.5 Ruang Lingkup Model Bisnis

Pada penyusunan model bisnis ini beberapa ruang lingkup yang diteliti dan dipelajari pada penyusunan model bisnis Inovasi produksi serta brand clothing lokal yang berdasar akan sistem online dan offline didasari dalam sebagian cakupan, yaitu:

1. Disease Staff merupakan merk clothing lokal berbasis offline dan online yang menyajikan produk streetwear berbentuk t-shirt, hoodie, sweatshirt, cap dan outter untuk para konsumen serta para penjual ulang dengan harga yang dapat terbilang terjangkau, tetapi senantiasa memiliki material produk yang bermutu.
2. Penerapan segmentasi geografis merupakan segala warga di daerah Yogyakarta.
3. Sasaran dari model bisnis ini merupakan konsumen laki- laki serta perempuan dengan umur 17- 35 tahun serta para pelakon distributor produk mode clothing.

4. Platform yang digunakan dalam model bisnis ini merupakan platform media offline store dan online office, ialah media sosial serta marketplace lokal.
5. Eksekusi dari perencanaan serta implementasi model bisnis, dan strategi bisnis Disease Staff..

1.6 Variabel dari Ide Bisnis

1.6.1 What

Disease Staff merupakan sebuah merek fashion lokal yang berfokus pada produk clothing *streetwear* dan melaksanakan bisnisnya lewat platform media sosial serta marketplace (online). Produk yang ditawarkan oleh Disease Staff terhadap konsumen ialah produk jadi yang membagikan kesan limited dan unmainstreamed yang menjadikan produk kultur *streetwear* ini mempunyai kesain yang berbeda dari kebanyakan brand dan mempunyai mutu produk yang setara seperti brand-brand besar lainnya. Disease Staff menyajikan desain-desain yang mengikuti tren pasar klutur *streetwear* yang sedang mengalami peningkatan.

1.6.2 Who

Disease Staff mempunyai basis pelanggan, dan target pasar utamanya adalah pria yang bekerja atau berkarir sebagai pelajar dengan berbagai preferensi atau hobi terkait mode dan yang aktif di media sosial. Tidak hanya pelanggan departemen "Disease Staff", tetapi toko online yang bertindak sebagai reseller juga merupakan pelanggan departemen "Disease Staff".

1.6.3 Where

Disease Staff bertempat dan beroperasi di Kota Yogyakarta, meliputi kegiatan packing dan distribusi serta pengembangan dan inovasi desain produk. Cakupan area bisnis karyawan Disease Staff mencakup seluruh wilayah di Indonesia, memanfaatkan platform online seperti media sosial dan marketplace untuk mendukung operasional bisnis. Hal ini memungkinkan konsumen untuk dengan mudah mengakses informasi dan berinteraksi dengan penggerak dari brand "Disease Staff".

1.6.4 When

Berdasarkan pada Maret 2020, yang menjadikan tahun yang sulit bagi seluruh masyarakat Indonesia, termasuk para pelaku bisnis dan pemimpin pasar. Pandemi virus corona telah membawa banyak konsekuensi negatif dan sulit bagi warga negara Indonesia, mulai dari dampak kesehatan, aktivitas baru hingga resesi ekonomi. Kelesuan ekonomi dan aktivitas baru sangat buruk bagi para pelaku bisnis di Indonesia, apalagi jika bisnis berjalan secara offline. Kebijakan dan peraturan pemerintah yang membatasi kapasitas pengunjung atau tidak keluar rumah membuat hal ini menjadi masalah baru bagi operator offline yang menghabiskan banyak uang, belum lagi menutup usaha karena pendapatan rendah, tetapi pengeluaran saat itu masih sama. Sebelum terbentuknya pandemi virus corona baru di Indonesia. Tapi itu bukan alasan, dan itu adalah faktor utama dalam bisnis yang tidak tumbuh. Pasalnya, dengan adanya pandemi Covid-19 dan kebijakan pemerintah dalam menghadapi pandemi, sebagian besar masyarakat Indonesia lebih sering mengakses internet atau dunia maya dibandingkan sebelum pandemi. Jadi, di masa pandemi ini, peluang berbisnis online sangat luas. Ditambah dengan peluang bisnis produk pakaian Indonesia, informasi penjualan produk pakaian 12.12 FLASH SALE di Indonesia pada 12 Desember 2020 masih menempati posisi teratas dalam daftar penjualan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa di masa wabah saat ini, minat dan energi masyarakat Indonesia untuk membeli produk pakaian online masih sangat tinggi.

1.6.5 Why

Menurut penjualan dan penjualan produk pasar di Indonesia pada tahun 2020, terbukti bahwa produk pakaian masih menjadi produk yang paling banyak dibeli di antara produk pariwisata dan akomodasi. Ditambah dengan informasi penjualan produk 12.12 FLASH SALE pada 12 Desember 2020, membuktikan bahwa produk pakaian menjadi produk yang sangat banyak dibeli oleh konsumen di pasar online. Peristiwa ini menegaskan bahwa meski Indonesia masih dilanda pandemi virus corona baru dan sebagian masyarakat menghadapi keterpurukan ekonomi, perhatian dan energi beli produk fesyen tetap kuat.

1.6.6 How

Dengan mempraktikkan dasar-dasar bisnis, teori, serta riset tadinya yang diaplikasikan lewat nilai-nilai yang ada dalam bisnis model yang diciptakan serta dibesarkan oleh Disease Staff. Disease Staff ialah brand lokal yang bangkit dan dijalankan oleh bisnis clothing yang melakukan segala bagian operasional secara offline dan online dengan fokus pada produk streetwear. Pada tahap awal rencana pengembangan bisnis, Disease Staff akan memproduksi berbagai jenis kaos dan sweater unisex sesuai dengan tren di Indonesia saat ini, untuk dijual secara online melalui jejaring sosial atau marketplace untuk digunakan sebagai toko online. Filosofi bisnis yang dianjurkan oleh Staf Disease saat melakukan transaksi jual beli adalah fokus pada jumlah produk yang terjual dalam periode tertentu dan penjualan yang stabil yang menyertai inovasi dan produk baru. Pertanyaan ini juga harus proporsional dengan upaya pemasaran yang dilakukan merek melalui platform media sosial atau marketplace, tidak hanya dengan berbagi konten tentang penjualan produk, tetapi juga dengan berbagi konten yang menarik dan konten yang membutuhkan dana untuk menggebrak pelanggan. Akibatnya, pemirsa di akun Disease Staff atau di pasar akan lebih tertarik dan aktif menjelajahi apa yang Disease Staff tawarkan, sehingga nantinya pelanggan akan menjadi komunitas yang kuat untuk brand Disease Staff dan menjadikan Disease Staff semakin bertumbuh serta masyarakat tidak hanya menjadi aspek percepatan usaha tetapi juga aspek pengembangan usaha.

1.7 Sistematika Laporan

Sistematika dari laporan sistem untuk desain dan implementasi bisnis dari Disease Staff ini memiliki beberapa bagian, termasuk awal, tengah/inti, dan bagian akhir. Konteks bagian awal tersusun dari sebuah sampul dibarengi dengan judul halaman. Pada konteks sisi inti pembahasan dari laporan rancang bangun dan penerapan bisnis ini terbagi menjadi tiga bagian termasuk keseluruhan pada Bab I, II, III, IV, dan V.

Bab 1: Pendahuluan

Bab pertama adalah pendahuluan, yang terdiri dari sub-bab seperti latar belakang, bisnis, manfaat bisnis, ruang lingkup model bisnis, filosofi bisnis, dan sistem pelaporan.

Bagian latar belakang menjelaskan alasan, peluang, dan munculnya ide bisnis yang berjalan berdasarkan data dan teori yang valid. Di bagian Tujuan dan Manfaat Bisnis, dijelaskan tujuan dan manfaat dari model bisnis yang dibuat. Ruang lingkup bagian model bisnis menjelaskan ruang lingkup dan batasan yang dibahas dalam model bisnis. Bagian ide bisnis menjelaskan asumsi 5W1H (apa, siapa, kapan, di mana, mengapa pembuatan dan bagaimana) yang menjadi dasar model bisnis ini. Bagian sistem dari laporan menjelaskan secara singkat bagaimana mempersiapkan laporan proyek akhir tentang desain dan implementasi bisnis.

Bab II: Analisis Dan Perancangan Bisnis

Unsur-unsur Bab 2 meliputi analisis dan desain bisnis, dan terdiri dari beberapa sub-bab, yaitu proposisi nilai, desain model bisnis, perencanaan implementasi, dan pengembangan bisnis. Pada bagian proposisi nilai, analisis pasar industri dijelaskan melalui analisis kanvas proposisi nilai. Di bagian desain model bisnis, diskusi rinci tentang kanvas model bisnis dijelaskan.

Bab III: Laporan Umum Pelaksanaan Kegiatan

Selain itu Bab 3 memuat laporan umum pelaksanaan kegiatan usaha dan terdiri dari beberapa sub bab yaitu Tinjauan Usaha dan Pelaksanaan Usaha. Pada bagian profil usaha bertujuan untuk menggambarkan profil usaha dan pelaksanaan usaha, meliputi ruang lingkup usaha, lokasi usaha, waktu pendirian dan perkembangan usaha secara umum.

Bab IV: Identifikasi Perencanaan, Realisasi dan Gap

Kemudian pada bagian Bab IV mencakup identifikasi perencanaan, realisasi dan gap yang terdapat beberapa sub bab yaitu Identifikasi Masalah, Tinjauan Teori, dan Pemecahan Masalah. Beberapa aspek masalah yang dihadapi akan dijelaskan pada bagian identifikasi masalah, dilanjut pada bagian tinjauan teoritis terpaut mengenai teori yang berkaitan dengan sebuah problema yang terjadi, diteruskan untuk bagian pemecahan dari sebuah masalah ini menguraikan tentang beberapa teori-teori dibarengi dengan pendekatan yang dipakai untuk menyelesaikan dan memberi solusi dari masalah yang dihadapi dan bagaimana tingkatan dari sebuah keefektivasnya.

Bab V: Kesimpulan Dan Rekomendasi

Dilanjutkan pada bagian Bab V mendasari kesimpulan dan rekomendasi menguraikan tentang pelaksanaan bisnis secara umum, pelaksanaan aspek fungsional dan penyelesaian masalah yang dihadapi sebagaimana telah diuraikan pada Bab IV, serta berisi saran kepada mahasiswa yang akan berkecimpung di bidang usaha yang sama dengan yang dijalankan.

Daftar Pustaka dan Lampiran

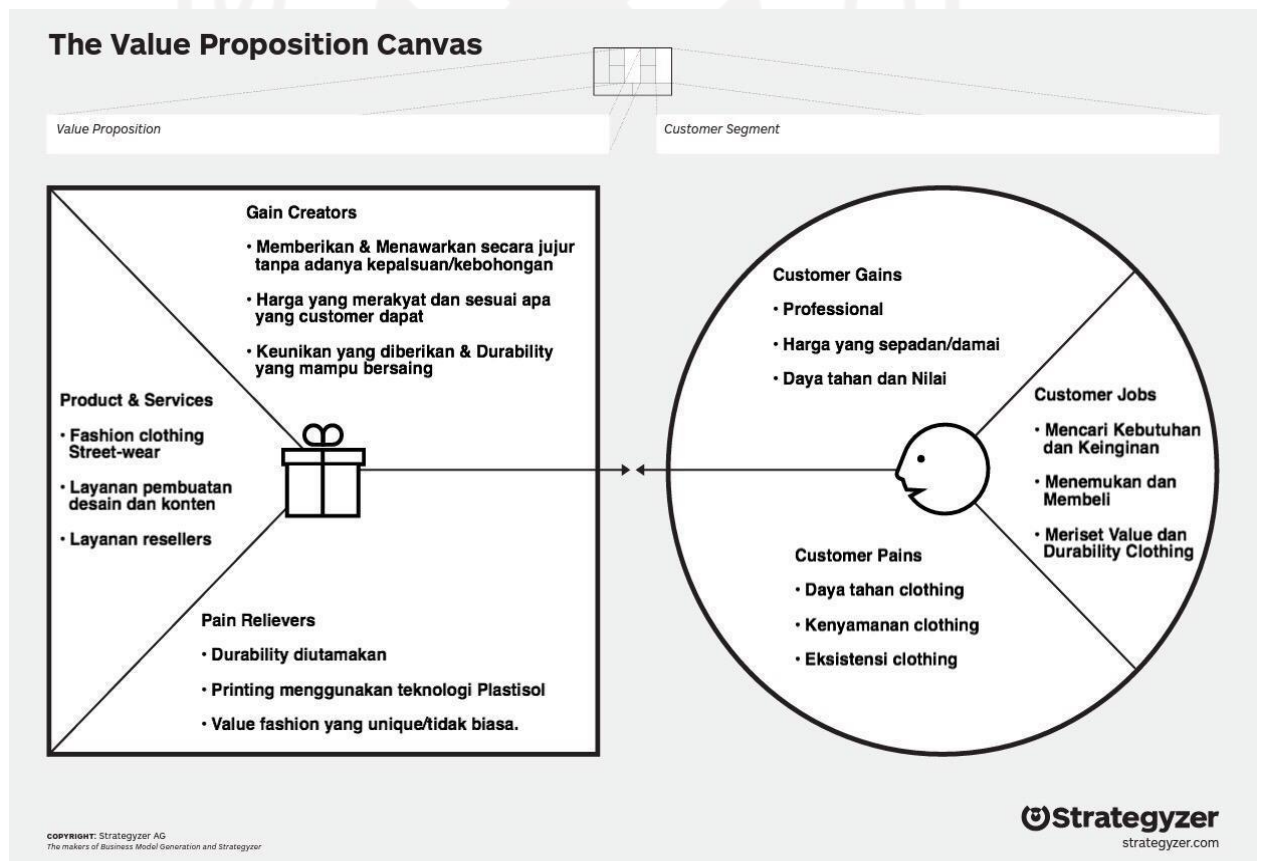
Pada bagian terakhir ini berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran dalam menunjang bisnis yang dijalankan. Adapun beberapa dari lainnya mencakup mengenai beberapa aspek laporan untuk perkembangan bisnis dari Disease Staff ini.



BAB II : ANALISIS DAN PERANCANGAN BISNIS

2.1 Value Proposition Design

Value Proposition Design (VPD) adalah peta desain yg mendeskripsikan korelasi antara customer segments serta value proposition sebagai elemen terpenting pada Business Model Canvas (BMC) dan diklaim menjadi Value Proposition Canvas (VPC). VPD artinya indera yg memudahkan pada mencari value proposition dari bisnis perusahaan serta menyesuaikan menggunakan kebutuhan serta kemauan dan impian pelanggan. Pada dasarnya fungsi asal VPD ini memiliki arti yang artinya bagaimana membuat suatu produk atau jasa yang diinginkan oleh pelanggan. Apabila BMC serius pada bagaimana cara menciptakan nilai terhadap suatu bisnis, VPC ini serius pada menciptakan nilai untuk pelanggan. di VPC sendiri terbagi sebagai tiga bagian, yaitu customer profile, value map serta fitting. (Osterwalder and Pigneur 2010).



Gambar 2.1 Penerangan Value Proposition Canvas Disease Staff

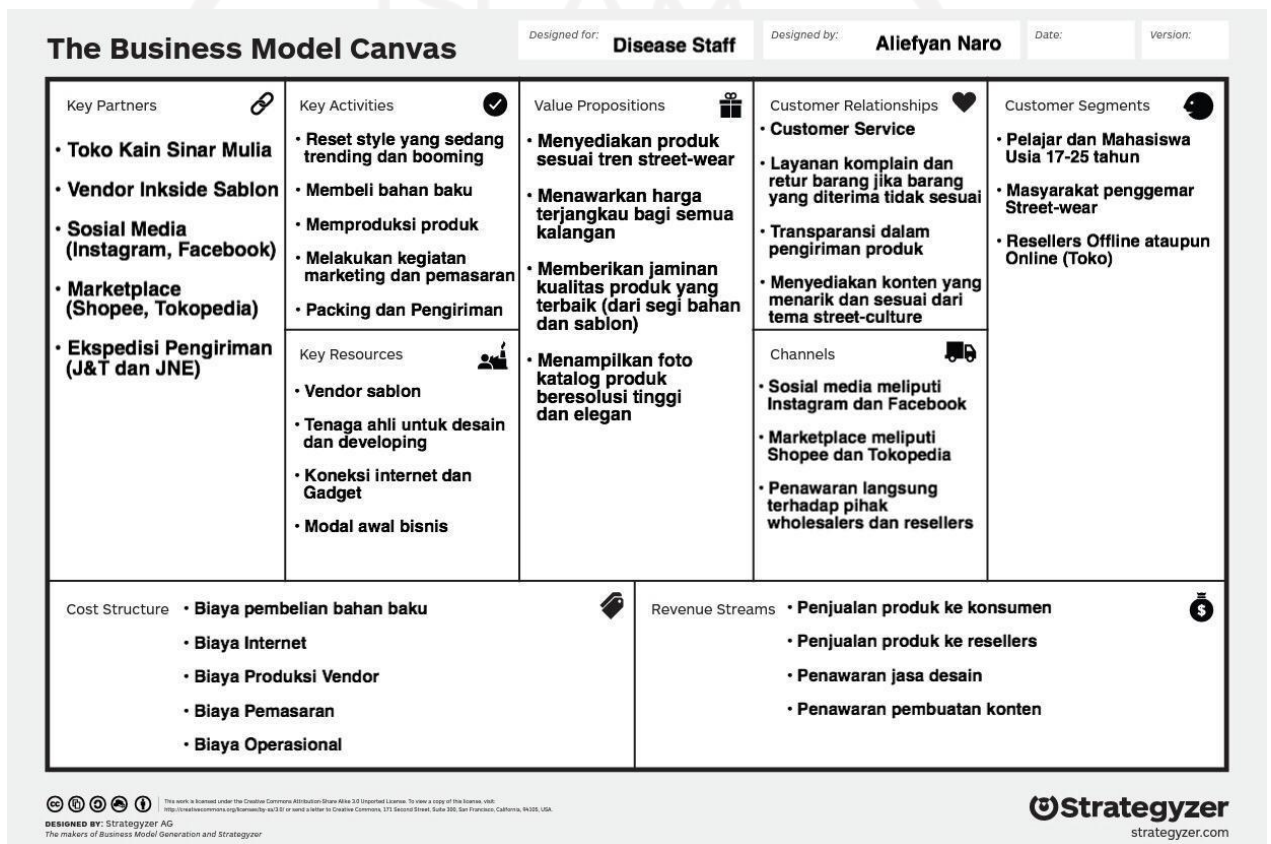
Pemahaman dari gambar 2.1 tentang Value Proposition Canvas, dapat ditarik tujuan bahwa Disease Staff menuju ke *customer segments* sebagian besar merupakan pelajar/ mahasiswa yang bermacam-macam kesukaan ataupun kegemaran yang berhubungan dengan streetwear dan aktif di sosial media. Tidak cuma pelajar serta mahasiswa yang jadi customer segment Disease Staff, berbarengan dengan toko online dan offline yang berfungsi selaku penjual ulang pula jadi customer segment Disease Staff. Sebab konsep bisnis Disease Staff tidak cuma melaksanakan aktivitas penjualan dari penjual ke konsumen ataupun Business to Customer, tetapi pula mempraktikkan aktivitas penjualan dari penjual ke penjual ataupun lebih diketahui dengan pihak penjual ulang. Sedangkan value proposition yang diperoleh dari analisis serta pemetaan lewat value proposition canvas Disease Staff diperoleh produk clothing streetculture yang membiasakan dengan tren yang lagi terjalin serta membuka kesempatan bisnis dengan sediakan layanan penjual ulang untuk toko online ataupun offline yang bahwasannya mau menjual produk streetwear dari Disease Staff dengan harga yang bisa dibilang terjangkau. Disease Staff tidak cuma sediakan produk buat dijual ulang untuk penjual ulang, tetapi pula sediakan gambar produk yang menarik untuk pemajangan produk di penjualan. Disease Staff pula sediakan jaminan retur ataupun penggantian produk bila produk yang didapatkan konsumen ada trouble ataupun kekurangan.

2.1.1 Business Model Canvas

Business Model Canvas atau bisa dikenal juga dengan BMC ialah peta desain yang menggambarkan ikatan antara customer segments serta value proposition selaku elemen terutama dalam Business Model Canvas serta diucap selaku Value Proposition Canvas atau VPC. Business Model Canvas ialah perlengkapan bantu yang efisien, simpel, serta terbukti buat menguasai, membetulkan, serta mempraktikkan model bisnis yang telah terdapat ataupun membuat model baru (Osterwalder and Pigneur 2010).

Salah satu kekuatan dan daya tarik Business Model Canvas atau BMC adalah mudahnya mengubah model bisnis dengan cepat dan memahami apa artinya mengubah satu elemen ke elemen lainnya. Business Model Canvas juga menampilkan model bisnis yang dapat menampung ide-ide kreatif dan inovatif dari banyak orang (kolaborasi) dan dapat

dengan mudah dipadupadankan. Business Model Canvas merupakan model bisnis yang terdiri dari 9 blok area aktivitas bisnis yang dituangkan dalam kanvas. 9 modul meliputi: Segmentasi Pelanggan, Proposisi Nilai, Saluran, Hubungan Pelanggan, Aliran Pendapatan, Sumber Daya Utama, Aktivitas Utama, Mitra Utama, dan Struktur Biaya. 9 bagian ini merinci 4 desain presentasi utama yang harus ada dalam suatu perusahaan. Keempat produk tersebut adalah Produk, Pelanggan, Infrastruktur dan Keuangan.



Gambar 2.2 Business Model Canvas Disease Staff

Teruntuk mengenai business model canvas, Disease Staff menerapkan bahwa ada 9 aspek yang telah dirancang dan disusun sebagai dasar dalam menjalankan bisnis. Kesembilan aspek itu berupa :

a. Segmentasi Pelanggan

Disease Staff mempunyai segmentasi pasar sebagian besar ialah pelajar serta mahasiswa dengan bermacam-macam kesukaan ataupun kegemaran yang berhubungan dengan clothing street kultur dan aktif pada media sosial. Tidak cuma pelajar serta mahasiswa

yang jadi customer segment Disease Staff, tetapi toko online serta offline yang berfungsi selaku penjual ulang pula menjadi customer segment Disease Staff. Sebab konsep bisnis Disease Staff tidak cuma melaksanakan aktivitas penjualan dari penjual ke konsumen, tetapi pula mempraktikkan aktivitas penjualan dari penjual ke pihak penjual ulang.

b. Proposi Nilai

Value proposition yang diperoleh dari analisis serta pemetaan lewat value proposition canvas Disease Staff diperoleh produk clothing streetwear yang membiasakan dengan tren yang sedang gencarnya terjalin serta membuka kesempatan bisnis dengan sediakan layanan penjual ulang untuk toko online ataupun offline yang mau menjual produk mode streetwear dari Disease Staff dengan harga yang bisa dibilang terjangkau dan efisien. Tidak cuma sediakan produk buat dijual kembali untuk penjual ulang, namun Disease Staff pula sediakan gambar produk buat dijadikan konten berjualan ataupun pemajangan.

c. Saluran

Didalam perihal ini, Disease Staff mempunyai sekiranya terdapat 3 Saluran dalam melaksanakan bisnisnya, ialah lewat offline store, marketplace, serta penawaran langsung. Media sosial yang jadi platform Disease Staff dalam melaksanakan bisnisnya merupakan Instagram serta Facebook. Dalam melakukannya Disease Staff berfokus dalam memancing pelanggan dengan membagikan beberapa konten-konten yang menarik yang cocok dengan sasaran segmentasi pasar serta memakai fitur iklan berbayar pada platform media sosial tersebut supaya memperoleh pelanggan atau calon pelanggan yang lebih luas dan lebar serta maksimal untuk bisa melaksanakan penjualan produk terhadap sosok pelanggan tersebut.

d. Hubungan Pelanggan

Pada dasarnya customer relationship yang diterapkan serta diimplementasikan oleh Disease Staff dalam melaksanakan bisnis nantinya mempunyai 3 aspek penting yang berarti seperti customer service, keterbukaan serta transparansi dalam proses pengemasan serta pengiriman produk, serta membagikan konten yang menarik untuk para pelanggan dan calon pelanggan ataupun konsumen tetap dari Disease Staff.

e. Aliran Pendapatan

Tentang Aliran Pendapatan, Disease Staff mendapatkan hasil dari kegiatan operasional utama, Disease Staff mempraktikkan tata cara asset sale secara langsung dengan produk clothing streetwear untuk para penyuka street kultur, selaku produk serta pula melaksanakan penawaran jasa desain pemasaran dan research development teruntuk memperoleh hasil tersendiri.

f. Sumber Daya Utama

Mengenai key resource atau bisa dikenal dengan sumber daya utama, Disease Staff mempunyai 4 aspek key resources berarti dalam melaksanakan bisnisnya yaitu diantaranya adalah vendor sablon yang ialah vendor outsourcing yang mempunyai kedudukan sangat berarti serta mendasar dalam bisnis clothing ini. Kedua ada tenaga pakar dalam pembuatan ilustrasi serta R&D prototype desain dari produk Disease Staff yang orang tersebut telah tercantum di dalam vendor outsourcing sablon. Selanjutnya ialah koneksi internet serta fitur penunjang berbentuk handphone dan laptop yang didasari oleh proses dalam melaksanakan bisnis clothing Disease Staff yang sebagian besar berbasis digital serta dijalankan secara online. Terakhir, ada aspek financial yang terdiri dari modal dini dalam melaksanakan bisnis serta buat mendukung implementasi penerapan bisnis yang berjalan.

g. Aktivitas Utama

Didalam key activities, Disease Staff mempunyai sebagian aktivitas teruntuk mendukung jalannya bisnis. Key activities ini yang diartikan meliputi proses penelitian produk, proses penciptaan produksi, aktivitas penyebaran dan pemasaran, sampai proses pengemasan, penataan dan pengiriman produk yang terjual.

h. Mitra Utama

Mengenai poin key partnership, Disease Staff memiliki 4 perihal dalam melaksanakan bisnisnya yang meliputi segala aspek penunjang bisnis mulai dari research development, platform untuk marketing, platform untuk selling, serta platform packing teruntuk dari pengiriman produk COD atau melalui kurir.

i. Struktur Biaya

Disease Staff mempunyai 3 tipe cost structure yaitu fixed cost yang dimana biaya-biaya senantiasa yang timbul yang bergantung pada jumlah penciptaan produksi divendor.

kedua variable cost yang terdiri dari bayaran langganan internet serta listrik yang dibayarkan pada setiap bulannya.

2.2 Tinjauan Aspek Pemasaran

2.2.1 Analisis Pasar

Bersumber dalam keterangan mengenai penjualan dan perkembangan penjualan produk marketplace dalam tahun 2020 pada Indonesia menunjukkan jibila produk clothing masih jadi produk yg sangat poly dibeli pada bawah produk ekspedisi (travel) dan akomodasi. Ditambah menggunakan keterangan mengenai penjualan produk dalam 12.12 End Year Sale dalam lepas 12 Desember 2020 kemudian yg menunjukkan jibila produk fashion atau clothing sebagai sebuah kriteria barang yg tak jarang dilirik & sangat masif dibeli sang para konsumen pada marketplace secara online. Perihal tadi menegaskan apabila atensi dan tenaga beli rakyat hendak produk streetwear masih sangat besar walaupun Indonesia sedang diterjang pandemi dan sebagian penduduk mengalami penurunan dalam aspek ekonomi mereka. Sehingga ihwal tadi membuahkan tujuan baru buat Disease Staff pada membuat usaha contoh brand merk lokal pada Indonesia yg berbasis online & mempraktikkan konsep menjual ke penjual ulang baik secara online ataupun offline..

Strategi Bauran Pemasaran

Buran pemasaran ialah sebuah strategi marketing buat menggapai visi dan misi suatu bisnis dari segi konsumen. Model bauran pemasaran menekankan pada bermacam aspek yang setelah itu diketahui dengan sebutan 4P ialah produk, harga, tempat serta promosi (produk, harga, tempat, promosi). Tetapi, bersamaan dengan pertumbuhan era marketing mix ataupun bauran pemasaran mempunyai pertumbuhan hendak jumlah aspeknya. Dari yang tadinya cuma 4P jadi 7P dengan 3 aspek bonus ialah: personel (orang), process (proses) serta physical evidence. Bauran pemasaran ialah seperangkat perlengkapan pemasaran terkendali yang dipadukan oleh industri buat menciptakan reaksi yang diidamkan pasar target(Kotler and Armstrong, 2012).

a. Produk

Terkait sebuah produk yang bahwasannya akan diimplementasikan Disease Staff menyajikan produk jadi clothing seperti halnya pakaian streetwear dengan 3 jenis yang berbeda.

b. *Price* (Harga)

Disease Staff mendasari dan menjabarkan strategi kebijakan harga dibarengi dengan teknik yang berbasis pada persaingan, yang di mana penetapan yang dilakukan dengan mengikuti apa yang dilakukan pesaing bisnis. teknik ini memiliki 3 pendekatan melalui sistem penjualan di bawah harga normal pesaing untuk menarik konsumen atau menyamakan harga agar persaingan tidak terlalu besar ataupun memberi harga lebih tinggi dari pesaingnya dengan asumsi bahwa produk yang mereka tawarkan memiliki kualitas lebih baik, dengan pemahaman di atas Disease Staff memberikan harga berkisaran seratus lima puluh ribu rupiah sampai dua ratus lima puluh ribu rupiah.

c. *Promosi*

Disease Staff berusaha memberikan dan mengimplementasikannya, dimana strategi tersebut disesuaikan dengan tujuan, target, dan dana. Pertama, Disease Staff membuat stok barangnya sangat terbatas. Saya memang membuat Disease Staff ingit dikenal dengan sangat eksklusif dan hanya diperuntukkan bagi sebagian orang, kemudian promosi dengan membentuk sebuah komunitas dibarengi dengan melalui instagram ads dan facebook ads.

d. *Place* (Tempat)

Disease Staff menerapkan toko fisik selaku lokasi dan bukti fisik di mana para pelanggan hendak melaksanakan kunjungan dan bercengkrama untuk mendasari mereka dengan produk yang dipasarkan. Disease Staff menggunakan platform marketplace berbentuk Shopee, dan media sosial berbentuk Instagram serta Facebook.

e. *Personel* (Orang)

Dalam melaksanakan bisnisnya Disease Staff mempunyai sebagian sumber energi manusia yang masing-masing bagian mempunyai kedudukan serta tanggung jawab berarti hendak jalannya bisnis. Disease Staff dalam melaksanakan bisnisnya mempunyai 2 tipe sumber energi SDM, ialah SDM internal serta SDM eksternal. Pada SDM internal Disease Staff mempunyai satu orang yang merangkap bermacam kedudukan serta tanggung jawab atas jalannya bisnis. Sedangkan pada SDM eksternal Disease Staff berkolaborasi serta bekerja sama dengan pihak outsourcing dalam wujud vendor penciptaan dari Inkside Sablon.

f. *Process* (Proses)

Dalam proses menjalankan bisnisnya Disease Staff memiliki beberapa tahap, di antaranya:

- *Research, Development & Prototype*

Pada tahap ini Disease Staff melakukan riset dan perencanaan terhadap produk yang akan diproduksi dan produk yang akan dipasarkan, serta melakukan inovasi agar dapat bersaing dengan merek lokal streetwear lain nantinya.

- *Produksi / Production*

Pada tahap produksi, Disease Staff melakukan kegiatan produksi, mulai dari pembentukan konsep, produksi, pengamatan, hingga *quality-control* menjadi produk jadi.

- *Pemasaran / Marketing*

Pada tahap pemasaran, Disease Staff melakukan kegiatan pemasaran berupa promosi sesuai dengan strategi yang sudah direncanakan sebelumnya dan dilakukan melalui platform *online* ataupun *offline*.

- *Transaksi / Transactions*

Pada tahap ini Disease Staff melakukan kegiatan perdagangan jual beli yang dilakukan secara *online* atau digital melalui *platform marketplace* berupa Shopee dan media sosial berupa WhatsApp maupun Instagram.

g. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Lokasi operasional, gudang, dan kantor Disease Staff bertempat di Jalan Palagan Tentara Pelajar KM.11,5, Donoharjo, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta. Sementara untuk vendor produksi bertempat di Pakisaji, Candibinangun, Pakem, Sleman Regency, Special Region of Yogyakarta 55582.

2.2.2 Strategi Promosi

Menurut Kotler serta Armstrong (2012: 62), Promosi merupakan sesuatu faktor yang digunakan buat memberitahukan pasar mengenai suatu produk ataupun itu merupakan sebuah jasa pada industri lewat advertising, promosi penjualan, ataupun publikasi. Sedangkan bagi (Lamb et al, 2009: 146), menerangkan bahwasannya sebuah strategi dari sebagian promosi merupakan perencanaan buat pemakaian demi meraih kemaksimalan dari

bagian-bagian penting didalam promosi yang meliputi pengiklanan, penjualan individu, serta kaitanya dengan sebuah promosi.

Teruntuk menerapkan jalannya bisnis, Disease Staff mematenkan beberapa dari jenis strategi untuk promosi, berikut :

a. Brand Image Strategy

Penerapan strategi brand image ini ialah mempunyai visi yang memuat mengenai cara peningkatkan nilai/value brand di suatu pasar ataupun pemahaman terhadap para audience dan calon pembeli yang hendak nantinya akan berinteraksi dengan Disease Staff. Strategi ini dicoba dengan menggunakan platform media sosial berbentuk Instagram serta Facebook yang dipecah jadi 2 jenis, *paid* serta *paidless*. *Pre-paid promotion* dicoba dengan metode melaksanakan instagram-ads serta facebook-ads. Sedangkan *paidless promotion* dilakukan dengan metode melaksanakan aktivitas penjualan dan pemonstingan banner didalam sosial media serta melaksanakan pamarasan dengan masif pada marketplace Facebook bertemakan dengan membuat kontroversi ataupun semata-mata membalas dan merespon adanya hal yang sedang viral dengan aktivitas desain periklanan yang telah direncanakan tadinya.

b. Personal Selling Strategi

Personal selling strategi ialah sebuah intuisi yang mempunyai visi buat melaksanakan marketing dan selling secara empat mata dan berhadapan langsung ataupun secara virtual dengan segmentasi pasar. Strategi ini dicoba dibarengi menggunakan platform aplikasi yang bernama Whats App dilanjut dengan menggunakan aplikasi yang bernama Instagram serta Facebook marketplace. Awalnya, Disease Staff melaksanakan penawaran dari penjualan produk Disease Staff terhadap calon pembeli yang telah terdapat pada bagian contact Whats App dari Disease Staff. Setelah itu, pihak Disease Staff hendak melaksanakannya pada aplikasi Instagram dimana telah terdapat dalam database Disease Staff melalui fitur pesan langsung. Selanjutnya tetapi bukan untuk yang terakhir, pihak Disease Staff hendak melaksanakan penawaran langsung secara konvensional di Facebook dengan metode bersosialisasi di sebagian grup jual beli dan marketplace dengan pengembangan yang telah direncanakan tadinya.

2.2.3 Penerapan Kebijakan dari Nilai

Perihal ini merupakan beberapa jumlah nilai yang akan dan wajib dibayarkan atas sebuah benda atau produk, ataupun jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka memperoleh khasiat dari mempunyai ataupun memakai benda tersebut (Kotler, 1997). Selain dari itu, harga ialah kesatuan dari nilai ataupun dimensi yang lain yang dapat menukar atau ditukar supaya mendapatkan hak pemakaian sesuatu benda/jasa. Bagi (Rismiati serta Suratno, 2001) ada beberapa tata cara penetapan harga yang bisa digunakan oleh industri antara lain merupakan: biaya plus penetapan harga, penetapan harga mark-up, penetapan harga impas, serta tata cara penetapan harga melalui sebuah entitas pasar.

Bersumber pada sebagian tata cara yang sudah dikemukakan di atas, Disease Staff menetapkan strategi kebijakan harga dengan memakai biaya plus penetapan harga. Berdasarkan tata cara ini, brand clothing wajib merumuskan dan mengimplementasikan biaya jual satu unit produk didasari atas modal pembentukan satu unit produk ditotalkan dengan sesuatu jumlah hitungan tertentu yang berguna untuk menutup kauntungan yang telah direncanakan dan diharapkan. Menjadikan tata cara tersebut mempunyai rumus kebijakan harga selaku harga keseluruhan sama dengan hasil keseluruhan ditambah dengan margin atau persentase keuntungan penjualan.

2.2.4 Saluran Distribusi

Pada aspek mengenai saluran distribusi ini adalah sekelompok organisasi yang saling bergantung yang membantu konsumen atau pengguna bisnis menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk atau layanan (Kotler & Armstrong, 2014: 363). Menurut (Suparyanto dan Rosad, 2015), saluran distribusi juga memiliki beberapa tingkat alternatif,

- a. Level 0, Produsen-Konsumen Akhir
- b. Level 1, Produsen-Pengecer-Pengguna Akhir
- c. Level 2, Produsen-Grosir-Pengecer-Pengguna Akhir
- d. Level 3, Produsen-Grosir-Grosir-Pengecer-Pengguna Akhir

Bersumber Berdasarkan penjelasan dan teori di atas, Disease Staff mempraktekkan saluran distribusi Level 0 dan Level 1. Jalur distribusi Level 0 yang diadopsi oleh Disease

Staff adalah menjual produk langsung ke konsumen. Pasar berupa penjualan offline, media sosial, dan pembeli. Saluran distribusi Level 1 yang diterapkan oleh Disease Staff adalah bekerja sama dengan pengecer untuk mendistribusikan produk ke pengguna akhir melalui mediasi pengecer.

2.3 Tinjauan Aspek Produksi/Operasi

Industri clothing yang dijalankan oleh Disease Staff mempunyai pola penciptaan yang sama semacam industri clothing pada biasanya, ialah dengan menggambar rancangan desain serta memberikannya kepada vendor penciptaan, berikutnya dikelola jadi produk streetwear semacam t shirt, hoodie, sweatshirt, long sleeve, cap serta yang lain, serta setelah itu dipasarkan kepada konsumen.

Pemilihan supplier umumnya sudah memikirkan dari sebuah mutu dari produk, service/ pelayanan yang merupakan perihal sangat berarti, walaupun terdapat beberapa dari aspek lain yang wajib untuk dipertimbangkan. Aspek utama yang dipertimbangkan oleh sesuatu industri kala memilah dengan supplier antara lain :

a. Harga

Aspek ini umumnya ialah aspek utama, apakah ada penawaran diskon, walaupun perihal itu kadang tidak jadi perihal yang sangat berarti. Harga yang diterapkan oleh Disease Staff sangat terjangkau untuk fokus segmentasi target pasar dengan range harga antara 150.000 sampai 250.000,- dengan satuan rupiah.

b. Kualitas

Sesuatu industri clothing bisa jadi membelanjakan dan mengeluarkan lebih besar biayanya teruntuk mendapatkan mutu produk yang baik. Disease Staff memberikan kualitas mutu produk yang cukup mempunyai standar internasional dengan menggunakan bahan cotton combed 24's USA Certified yang merupakan bahan yang kerap kali dipakai oleh brand-brand ternama di Los Angeles.

c. Pelayanan

Pelayanan spesial kadangkala kala bisa menjadi perihal yang sangat-sangat berarti dalam penjualan. Penggantian atas benda yang gagal dan rusak, petunjuk dari fashion

pemakaian, revisi dan evaluasi perlengkapan serta pelayanan yang sama atau sejenis bisa jadi kunci dalam pemilihan satu produk dengan produk daripada yang lain. Disease Staff berusaha mungkin untuk menerapkan pelayanan yang sebaik dan senyaman mungkin untuk para customer, dalam arti Disease Staff berusaha memenuhi setiap harapan dan setiap ekspektasi dari pembeli agar sama dengan realitanya.

d. Lokasi

Posisi usaha bisa memiliki pengaruh pada waktu pengiriman dan penerimaan, transportasi, beserta waktu di kala terdapat pesanan yang secara tiba-tiba ataupun pelayanan darurat. Pembentukan produk pada wilayah lokal bisa meningkatkan goodwill (pengaruh baik) dalam sesuatu ikatan yang bisa saling menolong perekonomian masing-masing pelaku usaha. Disease Staff berlokasi tidak jauh dari vendor Inkside Sablon, yaitu vendor produksi dari Disease Staff, dalam hal ini kami sebagai pelaku dari industri Disease Staff merasa sangat enak untuk menjalani beberapa aktivitas kegiatan produksi dari operasional antara kedua belah pihak ini.

e. Fleksibilitas

Hasrat yang baik dari sebuah brand serta keahlian vendor dalam merespon pergantian permintaan serta penuhi pergantian untuk sebuah desain pesanan bisa jadi aspek yang berarti dalam pemilihan produk yang akan dipasarkan. Disease Staff berusaha bekerja sama dengan Inkside Sablon dalam rangka untuk menambah pemasukan dari perusahaan, R&D dari Disease Staff berusaha untuk terus melangkah ke depan dengan dibarengi pendapat dan saran dari Inkside Sablon dalam hal marketing dan produksi dari sebuah desain yang sudah direncanakan.

2.3.1 Bahan Pembuatan

Bahan Pembuatan merupakan persediaan yg dibeli sang perusahaan clothing buat diproses sebagai barang 1/2 jadi & akhirnya barang jadi atau produk akhir berdasarkan perusahaan (Lukman Syamsuddin, 2001: 281). Bahan standar sangat memengaruhi proses produksi secara eksklusif, lantaran bahan standar adalah galat satu faktor primer pada menciptakan atau menghasilkan suatu produk. Dengan istilah lain bila persediaan bahan standar berjalan lancar maka proses produksi pula akan berjalan lancar. Proses produksi

clothing berjalan tidak lancar bila bahan standar yg diharapkan susah tersedia atau mengalami kelangkaan. Sebaliknya proses produksi akan berjalan secara lancar bila ketersediaan bahan standar yg akan diolah pada produksi tersedia & jauh dari kata kelangkaan. Oleh karenanya penyediaan bahan standar (investasi pada bahan standar) sangat krusial buat dilakukan sebuah industri clothing untuk berjalann sesuai targetnya.

Demi menghasilkan hasil jadinya, Disease Staff memakai memakai jenis kain cotton combed & polyester menjadi bahan standar primer & printing sablon plastisol menjadi penunjang produk berdasarkan Disease Staff. Bahan standar berupa cotton & sablon berdasarkan produk Disease Staff secara eksklusif bekerja sama menggunakan Inkside Sablon yg berlokasi dalam Pakisaji, Candibinangun, Pakem, Sleman Regency, Special Region of Yogyakarta 55582, galat satu vendor sandang terbaik & memiliki kualitas yg baik & istimewa, Disease Staff bekerja sama menggunakan Inkside Sablon semenjak 2016 sampai sekarang, vendor yg memiliki taraf customer service yg baik & output jadi yg aporisma dan berkualitas.

Demi melengkapi untuk tersediannya katalog artikel setiap bulannya, Disease Staff homogen-homogen mengeluarkan & merilis dua hingga tiga produk pada setiap bulannya, menggunakan mengedepankan penemuan & kualitas produk itu sendiri (berupa desain & upgrading bahan), Disease Staff pula membatasi kuantitas pada setiap produksinya, yg lebih mengutamakan kesan limited stock buat memengaruhi pasar menggunakan lebih teratur..

2.3.2 Vendor

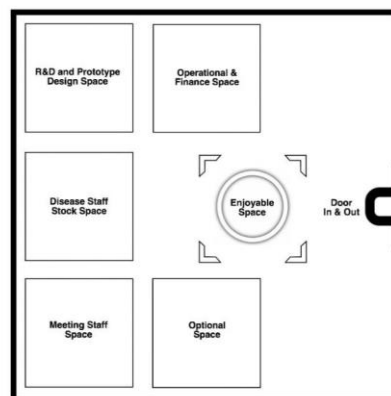
Pada bagian ini, vendor manufaktur yang mendukung proses dari pembuatan sebuah prouk streetwear untuk Disease Staff hanya fokus pada satu lokasi manufaktur, yaitu manufaktur penjualan Inkside Sablon di Daerah Istimewa Yogyakarta 55582, Kabupaten Sleman, Pakem, Kandi Binangun dan Pakisaji. Dilokasi tersebut terdapat 20 mesin sablon sebagai pabrik utama produksi pakaian. Sedangkan fasilitas penunjang seperti gudang dan fasilitas pengepakan dan operasi terletak di Jalan Pelajar Paragan KM.11.5, Donoharjo, Gagrik, Sleman dan Yogyakarta. Yogyakarta.

2.3.3 Tata Peletakan Layout Disease Staff

Rencana tata letak sangat berpengaruh dalam industri. Perencanaan tata letak dan tata letak dikatakan sangat berpengaruh karena berkaitan dengan efisiensi dan keberhasilan kinerja industri. Perencanaan tata letak adalah untuk menentukan bentuk bangunan pabrik dan secara optimal memilih penempatan mesin, peralatan pabrik, tempat kerja, dan fasilitas pelayanan (Reksohadiprodo, 2008). Tata letak atau layout peralatan produksi menentukan efisiensi produksi jangka panjang. Menetapkan satu atau lebih tata letak fasilitas produksi juga membantu menentukan penempatan area mesin dan fasilitas pendukung produksi lainnya, pergerakan material, penyimpanan material, dan pergerakan pekerja (Wignjosoebroto)., 2009).

Bedasar dari hal tersebut. Disease Staff menerapkan tata letak fasilitas ruang kerja atau jenis tata letak untuk memenuhi kebutuhan beberapa rekan kerja guna meningkatkan efisiensi dan memaksimalkan kapasitas produksi untuk memenuhi target pasar atau pasar. Kenyataannya, Disease Staff menggunakan semacam tata letak atau tata letak kelompok di lantai produksi. Pada tipe layout ini, setiap work set dalam proses produksi dilakukan berdasarkan job description-nya, mulai dari R&D, desain, keuangan operasional hingga rapat ruang. Hal ini membuat proses produksi menjadi lebih efektif karena setiap departemen hanya fokus pada satu job description saja.

Disease Staff Office Layout



As Soon As Possible in 2021

Gambar 2.3 Layout tempat produksi Disease Staff

2.3.4 Daya Tampung Produksi

Pada bagian ini, vendor Inkside Sablon memproduksi produk dan menghasilkan 15 pcs untuk satu artikel dalam jangkauan 2 minggu, yang berarti bisa mendapatkan 45 pcs produk katalog setiap bulannya dengan asumsi jika stok keluar sesuai target setiap bulannya.

2.3.5 Pewujudan Produksi

Pewujudan dari proses produksi yang diberlakukan dari Disease Staff terurai dengan 4 macam tahap, diantaranya adalah :

a. Persiapan Produksi

Pada perencanaan produksi, Brand Disease Staff akan melakukan riset dan pengembangan yang utamanya menjadikan patokan bagi apa yang harus dibuat dan apa yang harus dirilis, pada dasarnya Disease Staff mengikuti dan menelateni tren dan desain yang sedang terjadi di seluruh dunia terutama untuk bagian streetwear.

b. Pembuatan *Prototype*.

Tahapan selanjutnya adalah pembuatan *Prototype* atau sampel desain dan bahan dari rencana produk yang akan dieksekusi, memulai dari pemilihan bahan cotton combed, desain sampai pembenahan untuk *prototype* untuk menunjang kedalam proses mass production.

c. Proses Produksi (Intri Produksi)

Pada tahap ini, proses produksi merupakan tahapan inti sebagai penyatuan sebuah rancangan. Tahapan ini meliputi proses kerja sama vendor, penentuan desain yang akan dipilih dan penentuan bahan yang akan dipakai serta proses produksi sampai benar-benar hasil jadinya produk tersebut.

d. Pemantauan Produksi

Tahap sesi ini Disease Staff serta pihak vendor sablonisasi mempunyai konvensi buat melaksanakan proses pengawasan mutu penciptaan sebanyak 3 kali, ialah kala pasca produksi di mana perihal itu dicoba di vendor sablon yang dicoba oleh kepala vendor setelah itu pada di kala pembuatan ataupun proses penciptaan printing dan dicoba pula kala produk sudah datang dan tertata pada bagian penyimpanan oleh pihak operasional. Sesi pemantauan mutu penciptaan ini kedua pihak

mengimplementasikan tata cara Screening. Screening itu sendiri merupakan pengecekan yang dicoba secara seksama terpaut sesuatu produk yang dihasilkan supaya cocok dengan standar serta ketentuan yang telah diresmikan pada produk tersebut.

2.3.6 Tempat Usaha

Tempat usaha dan pengoperasional dan penyimpanan Disease Staff terletak di Jalan Palagan Tentara Pelajar KM.11,5, Donoharjo, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta. Sementara untuk vendor sablon dan produksi bertempat di Pakisaji, Candibinangun, Pakem, Sleman, Yogyakarta.

2.3.7 Uraian Produk

a. Beberapa Uraian Produk yang diproduksi

Disease Staff mengimplementasi dengan membuat 3 jenis pengimplementasian hasil jadi produk pakaian streetwear, yaitu diantaranya :

➤ T-Shirt



Gambar 3.2 T-Shirt Disease Staff VIKEND

- Textile Properties : Cotton Combed 20's USA Certified
- Color : Black
- Size : M – L – XL (True to size standard fit tee)
- Category : T-Shirt

- On Point : Plastisol Flat, Extra Lining Outside, Weight 500g, Hanging-Tag, Authentic Certificate, Official Box.

➤ Pullover Hoodie



Gambar Pullover Hoodie CHEAPER

- Textile Properties : Fleece Cotton PE USA Certified
- Color : Black
- Size : M – L – XL (True to size standard fit hoodie)
- Category : Outerwear
- On Point : Plastisol HD, Extra Lining Outside, Weight 1000g, Hanging-Tag, Authentic Certificate, Official Box.

➤ Sweatshirt



Gambar Sweatshirt LIVE

- Textile Properties : Babyterry PE 24's USA Certified
- Color : Black
- Size : M – L – XL (True to size standard fit sweatshirt)
- Category : Outerwear
- On Point : Discharge, Extra Lining Outside, Weight 1000g, Hanging-Tag, Authentic Certificate, Official Box.

b. Jumlah Produksi

Pada produksi peluncuran dan seterusnya, Disease Staff memproduksi sebanyak total 12 pcs untuk satu artikel katalog, dengan total untuk 1 artikel di atas menjadi 12 pcs.

c. Ragam Bungkusan dari Produk

Terkhusus pada ragam dari desain kemasan produknya, Disease Staff menggunakan desain yang cukup elegan dan aesthetic dengan menggunakan Pizza Box hitam berlogo DISEASE pada bagian luar dan menggunakan kertas roti untuk melapisi produk agar menambah kesan eksklusif dari produk tersebut dan menambahkan greeting cards & sertifikat serta poster berbeda di setiap artikelnnya.

d. Ragam Identitas dari Produk

Pada desain label produk Disease Staff menggunakan konsep *Simplicity Sign*. Disease Staff menyajikan desain label produknya dengan slogan EXPRESSIONS FOR AN UNCERTAIN REALMS, dikarenakan kalimat tersebut memiliki konektivitas dengan tema yang telah diusung oleh Disease Staff, yaitu: Produk yang telah dibuat ini adalah produk yang telah dihasilkan dari ekspresi dari sebuah ketidakpastian yang sering kali masyarakat sekitar jumpai di realita kehidupan. Hal tersebut diterapkan dengan beberapa aspek yang telah brand ini bangun sejak dari pertama kalinya berdiri, dengan mengutamakan slogan di atas, Disease Staff mampu memberikan pelanggan kesan yang bermakna melalui penyampaian desain yang diterapkan ke dalam produknya.



The image shows a product label design for Disease Staff. The central text is 'EXPRESSIONS FOR AN UNCERTAIN REALMS' in a bold, black, sans-serif font, arranged in three lines. Below this, the word 'DISEASE®' is written in a smaller, bold, black, sans-serif font. The background of the label is white with a faint, light gray watermark of the University of Jember logo and the text 'UNIVERSITAS JEMBER' and 'FACULTY OF MEDICINE'.

DISEASE®

Gambar 2. 4 Desain label produk Disease Staff

2.4 Catatan untuk Aspek Human Resource

2.4.1 Wujud dari Usaha

Struktur organisasi menjadi suatu alat strategik yang penting dalam pencapaian visi dan misi organisasi, karena struktur organisasi dibuat untuk mencapai sejumlah tujuan organisasi yaitu menunjang strategi organisasi, mengorganisasikan sumber daya dengan cara paling efisien dan efektif, mengadakan persiapan pembagian tugas dan pertanggungjawaban yang efektif antara perorangan atau kelompok, memastikan koordinasi kegiatan organisasi yang efektif dan menggambarkan proses pembuatan keputusan, mengembangkan dan menggambarkan garis-garis komunikasi ke atas, ke bawah, dan seluruh organisasi. Dalam

merancang struktur organisasi para pemimpin organisasi mampu menentukan harapan-harapan mengenai apa yang akan dilakukan individu-individu dan kelompok-kelompok tersebut dalam mencapai tujuan-tujuan organisasi. Struktur organisasi merupakan media yang membantu organisasi dalam mencapai tujuan-tujuannya (Gammahendra, Hamid, & Riza, 2014).

STRUKTUR ORGANISASI DISEASE STAFF



Bagan 3.1 Struktur Organisasi Disease Staff

Disease Staff memiliki wujud usaha sederhana yang terdiri dari pemilik atau pemilik usaha yang menempati struktur tertinggi yang mengatur jalannya organisasi dan berpartisipasi dalam pengambilan keputusan, serta bertanggung jawab atas pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, dan operasi. Keempat hal tersebut masing-masing berperan dalam mengelola dan menetapkan strategi, tergantung dari aspek manajemen yang dilakukan.

2.4.2 Jumlah Resource

Berdasar dari T. Hani Handoko (2001:4) mengemukakan bahwa manajemen sumber daya manusia adalah pencarian, pemilihan, pengembangan, pemeliharaan, dan penggunaan sumber daya manusia untuk mencapai tujuan baik individu maupun organisasi. Tujuan utama dari manajemen sumber daya manusia adalah untuk meningkatkan kontribusi sumber daya manusia (karyawan) kepada organisasi guna mencapai produktivitas organisasi yang bersangkutan (T. Hani Handoko, 2001: 118). Oleh karena itu, Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan aspek yang sangat penting dalam suatu perusahaan atau perusahaan untuk menjalankan suatu usaha di dalam perusahaan dan mencapai tujuannya.

Disease Staff memiliki 6 staf (SDM) yang terdiri dari 1 staf dan 5 penyedia produksi outsource. Staf SDM Disease Staff membawahi 6 posisi sekaligus. Ini mencakup enam posisi: Pemilik Bisnis, CEO, Manajer Pemasaran, Manajer SDM, Manajer Keuangan, dan Manajer Operasi. Di sisi lain, outsourcing SDM vendor produksi terdiri dari para pemimpin vendor.vendor.

2.4.3 Limitasi serta Keterampilan Resource

Pertama, Palan (2007) menunjukkan bahwa kemampuan bukanlah tentang apa yang dapat Anda lakukan, tetapi tentang apa yang orang dan apa yang dapat Anda lakukan. Kedua, Kessler (2011) menyimpulkan bahwa kompetensi adalah kualitas yang dimiliki karyawan terbaik untuk mendukung kesuksesan mereka. Sifat-sifat yang disebutkan di sini mendorong perilaku karyawan dengan harapan akan dilakukan dengan cara yang baik dan efektif, dan kinerja yang dihasilkan akan memenuhi berbagai tujuan yang ditetapkan oleh organisasi. Oleh karena itu, kemampuan dapat diartikan sebagai karakteristik yang mendasari perilaku manusia di tempat kerja.

Berdasarkan pengertian di atas, Disease Staff memiliki limitasi serta keterampilan sumber daya manusia untuk menjamin operasi bisnis sebagai berikut :

a. Pemilik

Pemilik adalah seseorang yang memiliki modal awal atau investasi untuk membangun bisnis dan memberikan hak kepada pemilik bisnis untuk memiliki bisnis sepenuhnya. Pemilik bisnis juga perlu bertanggung jawab menjalankan bisnis dan mengawasinya agar nantinya bisa berjalan sesuai dengan visi ataupun dari misi serta juga dengan tujuan awal perusahaan.

b. Bagian Marketing

Bagian Marketing adalah seorang manajer yang perlu memiliki keterampilan dan pengalaman dasar dalam kegiatan pemasaran. Bagian pemasaran juga harus mampu merencanakan rencana pemasaran dan strategi pemasaran yang tepat baik untuk strategi jangka pendek maupun jangka panjang. Oleh karena itu, manajer pemasaran perlu memiliki wawasan yang komprehensif dan mampu melacak tren pemasaran saat ini.

c. Bagian Resource

Pengembangan Resource adalah seseorang yang perlu memiliki keterampilan dasar dan pengalaman dalam kegiatan SDM perusahaan. Departemen sumber daya manusia juga harus mampu mencari, merekrut, dan mengelola staf di perusahaan dengan benar dan tepat. Sehingga SDM yang terdapat dalam perusahaan dapat bekerja secara optimal, efektif dan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan.

d. Departmen Finance

Departmen Keuangan adalah seseorang yang perlu memiliki keterampilan dan pengalaman dasar dalam kegiatan keuangan perusahaan. Bagian keuangan juga harus mampu merencanakan rencana keuangan perusahaan dan strategi keuangan yang tepat, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Memungkinkan pelaksanaan yang optimal maupun efektif dibarengi dengan keefisienan dari arus keuangan yang terdapat dalam perusahaan untuk mencapai visi dari perusahaan.

e. Departmen Operation

Bagian Operation diperuntukkan bagi mereka yang perlu memiliki keterampilan dan praktik dasar dalam operasi perusahaan. Kegiatan ini meliputi pembelian bahan baku, produksi dan pengiriman barang. Wilayah operasional juga harus mampu merencanakan rencana dan strategi operasional yang tepat bagi perusahaan, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Agar kegiatan dan kegiatan operasional yang terdapat dalam perusahaan dapat dilaksanakan secara optimal maupun efektif dibarengi dengan keefisienan dari arus keuangan yang terdapat dalam perusahaan untuk mencapai visi dari perusahaan.

2.4.4 Uraian Pekerjaan dari Kewajiban Resource

Menurut Menurut Hasibuan (2005), deskripsi pekerjaan ditulis dengan informasi yang menguraikan pekerjaan dan tanggung jawab, kondisi kerja, hubungan kerja, dan aspek pekerjaan di lokasi tertentu dalam suatu organisasi. Deskripsi pekerjaan menunjukkan kekokohan dan standar pekerjaan yang harus dilakukan oleh orang yang bertanggung jawab atas pekerjaan tersebut. Selain itu, deskripsi pekerjaan menjadi dasar untuk menentukan deskripsi pekerjaan dan evaluasi pekerjaan bagi karyawan dan perusahaan. Karena karyawan memiliki arahan dan acuan yang jelas dalam melakukan pekerjaannya, deskripsi pekerjaan

yang tepat dan jelas dapat membantu meningkatkan kinerja dan kinerja karyawan. Jika deskripsi pekerjaan tidak jelas, maka akan berdampak pada kurangnya efisiensi dan kinerja karyawan dalam melakukan pekerjaan, dan akibatnya pekerjaan menjadi tidak efektif dan mungkin tidak selesai seluruhnya.

Dengan mengacu pada uraian di atas, Disease Staff memiliki uraian tugas SDM yang cukup jelas untuk mendukung operasional bisnis. Di bawah ini adalah deskripsi pekerjaan Disease Staff SDM :

1. Pimpinan (Owner)

- Membuat kebijakan yang dapat memperkecil biaya pembelian
- Mengawasi kegiatan perusahaan

2. Bagian Pembelian (Operasional)

- Bertanggung jawab untuk memperoleh informasi mengenai harga barang
- Menentukan pemasok yang dipilih dalam pengadaan barang dan mengeluarkan order pembelian kepada pemasok yang lain
- Memeriksa daftar barang yang dipilih oleh bagian gudang

3. Bagian Penerimaan Barang (Operasional)

- Melakukan pemeriksaan terhadap jenis, mutu dan kuantitas barang yang diterima pemasok untuk dapat menentukan layak atau tidaknya barang diterima oleh perusahaan
- Bertanggung jawab untuk menerima barang dari pembeli yang berasal dari retur penjualan

4. Bagian Gudang (Operasional)

- Memilih barang yang dibutuhkan dan membuat daftar untuk diserahkan ke bagian pembelian
- Mengajukan pembelian berdasarkan jumlah stok barang di gudang dan untuk menyimpan barang yang diterima oleh bagian penerimaan

- Menerima, menimbang dan memeriksa kesesuaian barang yang ada di gudang

5. Bagian Keuangan

- Menerima laporan penerimaan barang yang digunakan untuk mencatat utang

6. Bagian Akuntansi

- Mencatat transaksi pembelian ke dalam registrasi bukti kas keluar untuk menyelenggarakan arsip dokumen atau bukti kas keluar yang berfungsi sebagai catatan utang
- Bertanggung jawab untuk mencatat harga pokok persediaan barang yang dibeli dalam kartu persediaan

2.4.5 Proses Rekrutmen

Menurut Simamora (2004), seleksi merupakan proses pemilihan dari sekelompok pelamar yang paling memenuhi kriteria seleksi untuk suatu posisi. Di sisi lain, Teguh (2009) menjelaskan bahwa seleksi adalah suatu proses yang terdiri dari berbagai langkah spesifik untuk memenuhi persyaratan suatu posisi tertentu dan memilih kelompok pelamar yang paling tepat. Pada intinya, proses seleksi terdiri dari beberapa langkah khusus yang digunakan untuk menentukan pelamar mana yang akan diterima. Prosesnya dimulai dengan pelamar melamar suatu posisi dan diakhiri dengan pemberitahuan penerimaan.

Saat merekrut staf, Disease Staff menggunakan proses berpartisipasi dan memberikan posisi langsung kepada calon karyawan. Disease Staff mendapatkan informasi dari internet ketika mencari karyawan melalui media sosial Facebook, media sosial Instagram, dan pemangku kepentingan, setelah itu Disease Staff mengunjungi calon karyawan untuk pencapaian dan pekerjaannya. Unit Disease Staff kemudian memberikan kerja dan kerjasama dengan kesepakatan tertulis untuk melaksanakan kegiatan tersebut. Disease Staff memberi waktu 3 hari untuk mengkonfirmasi pekerjaan melalui email atau WhatsApp.

Jika pihak-pihak yang terkena dampak setuju untuk merekrut dan bekerja sama dengan staf Disease Staff, mereka akan meninjau dan mengevaluasi kinerja dan kinerja

mereka setelah masa percobaan satu bulan. Namun, jika orang yang terkena dampak tidak setuju, staf epidemi akan menghormati keputusan tersebut dan ingin mencari pemangku kepentingan lain..

Di akhir training, Disease Staff ingin meninjau dan mengevaluasi kinerja dan kinerja karyawan masa depan. Jika pemangku kepentingan memenuhi kriteria posisi Disease Staff selama masa percobaan, pemangku kepentingan akan segera dipromosikan ke posisi permanen. Namun, jika calon pegawai tidak memenuhi kriteria pegawai Disease Staff, pegawai yang akan datang harus diberi tambahan waktu sebulan untuk memperbaiki, dan jika tidak ada alternatif, pegawai Disease Staff akan bekerjasama dengan pegawai yang akan datang. untuk karyawan lain.

2.4.6 Sistem Penilaian Kinerja

Menurut Latham dan Weley dalam Mondy,W. dan Noe, R.M. (2005), penilaian kinerja adalah seperangkat interaksi formal yang terstruktur antara bawahan dan atasan, biasanya dalam bentuk wawancara periodik, di mana kinerja bawahan ditinjau dan dibahas, dengan penekanan pada identifikasi kelemahan dan kekuatan serta sebagai peluang untuk perbaikan kinerja dan pengembangan keterampilan. Disease Staff mempraktikkan Sistem evaluasi kinerja dengan prosedur atau metode esai bagi karyawan. Metode esai adalah proses evaluasi kinerja di mana seorang evaluator menulis deskripsi singkat tentang kinerja seorang karyawan. Sistem penilaian kinerja diuji secara berkala setiap minggu dengan mencatat peristiwa penting yang tidak hanya menguntungkan bisnis, tetapi juga berdampak negatif terhadap bisnis. Atasan Anda dapat segera memperingatkan Anda jika seorang karyawan melakukan kesalahan yang merugikan bisnis Anda dan mengambil tindakan segera dan tegas berupa pemutusan kontrak kerja karyawan jika karyawan terus melakukan kesalahan. Pengawas prihatin. Sementara itu, jika ada karyawan yang telah mencapai tujuan mereka pada hari itu dan menerima kompensasi untuk bulan itu, manajer akan membayar bonus kompensasi.

2.4.7 Sistem Kompensasi

Menurut Hani Handoko (2003:155), kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima para karyawan sebagai balas jasa untuk kerja mereka. Upah atau gaji pokok adalah pembayaran yang diterima karyawan secara bulanan, mingguan, atau setiap jam sebagai hasil dari pekerjaan mereka. Insentif merupakan imbalan yang ditambahkan terhadap Upah atau gaji, biasanya berhubungan langsung dengan prestasi kerja.

Ada dua jenis sistem remunerasi yang diterapkan oleh Disease Staff diantaranya remunerasi moneter langsung dan remunerasi non-moneter. Skema kompensasi moneter langsung yang diadopsi oleh Disease Staff adalah dalam bentuk uang, atau gaji. Skema kompensasi nonmoneter yang diterapkan oleh Disease Staff kini hadir dalam bentuk penghargaan atas prestasi berupa pakaian dan liburan.

Sistem kompensasi adalah salah satu yang paling penting bagi personel Disease Staff, dan karyawan merasa diperhatikan, dihargai, dan betah di tempat kerja. Oleh karena itu, staf epidemi menetapkan jumlah kompensasi sebagai berikut :

1. **Pemilik Pertama**

Sistem penghargaan yang diterima pemilik dari Disease Staff dikatakan menerima 20 persen dari total pendapatan bersih mereka.

2. **Pemasaran**

Sistem penghargaan yang diterima pemasaran dari Disease Staff dikatakan 20 persen dari total laba bersih setelah dikurangi laba ditahan.

3. **Daerah Operasional**

Sistem penghargaan yang diterima Operasi dari Disease Staff berkisar 20 persen dari total surplus setelah dikurangi laba ditahan..

4. **Sumber Daya Manusia**

Sistem penghargaan yang diterima SDM dari Disease Staff berkisar 20 persen dari total laba bersih setelah dikurangi laba ditahan.

5. **Bidang Keuangan**

Sistem penghargaan yang diterima oleh keuangan dari Disease Staff mencapai 20 persen dari total laba bersih setelah dikurangi laba ditahan.

2.5 Tinjauan Aspek Keuangan

Untuk meningkatkan efisiensi pembayaran, Disease Staff menggunakan rincian berikut untuk merancang penggunaan dana, tergantung pada setiap bagian dari bagian perusahaan (operation, resource, marketing). Diantaranya :

a. Dari segi Operation

Bagian Operation dari Disease Staff membagi penggunaan dana menjadi beberapa bagian diantaranya:

- Pencarian dan Pengembangan serta Prototype

Di bidang pencarian, pengembangan dan prototyping, Disease Staff menggunakan dana dari proses perencanaan desain untuk meningkatkan total biaya Prototipe sebesar tiga ratus ribu rupiah.

- Produksi / Production

Di bidang produksi, Disease Staff menghabiskan seluruh aspek produksi, mulai dari kerjasama dengan pemasok sampai pada tahap finishing, dengan biaya operasional lainnya sebesar dua juta lima ratus ribu rupiah

- Biaya operasional lainnya

Biaya operasional lainnya termasuk pendanaan untuk kegiatan lapangan, termasuk hal-hal yang tidak direncanakan tetapi dikeluarkan ketika Disease Staff melakukan kegiatan, dengan total biaya lain-lain sebesar tiga ratus ribu rupiah.

b. Resource

Dari segi sumber daya manusia, Disease Staff menggunakan dana untuk melakukan proses rekrutmen, terutama total biaya sebesar seratus ribu rupiah. Hanya untuk mencari vendor sablon.

c. Pemasaran

Dari segi pemasaran, Disease Staff membagi penggunaan dana menjadi beberapa bagian, diantaranya :

- Iklan di Instagram

Di bagian iklan Instagram, Disease Staff akan menggunakan dana untuk menjalankan iklan promosi atau berbayar yang ditawarkan Instagram dengan total lima puluh ribu rupiah.

- Pemasaran di Facebook

Dalam kegiatan pemasaran Facebook, Disease Staff menggunakan dana tersebut untuk melakukan kegiatan promosi kelompok dan individu ke individu skala besar untuk orang terdekat dan orang lain di Facebook, dan menggunakan dana tersebut dengan membayar total biaya internet seratus ribu rupiah.

2.5.1 Urutan serta Uraian dari Pengeluaran Barang

Disease Staff telah menjalankan usaha sejak 3 Maret 2021 bulan lalu, dan selama tahun ini Disease Staff mampu menjual beberapa jenis produk dengan pernyataan sebagai berikut :

| Nomor . | Tanggal Penjualan | Produk Terjual | Harga Terjual | Quantit y | Total Keseluruhan | Keterangan Terjual Melalui |
|---------|-------------------|--------------------------------|---------------|-----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | 3-03-2021 | T-Shirt Disease Staff PARANOIA | 150.000,- | 1 | 150.000,- | Melalui Whatsapp |
| 2 | 4-03-2021 | T-Shirt Disease Staff PARANOIA | 150.000,- | 1 | 150.000,- | Melalui WhatsApp |
| 3 | 5-03-2021 | T-Shirt Disease Staff PARANOIA | 100.000,- | 1 | 100.000,- | Melalui WhatsApp |
| 4 | 6-03-2021 | T-Shirt Disease Staff PARANOIA | 100.000,- | 1 | 100.000,- | Melalui Facebook |

| | | | | | | |
|----|----------------|--------------------------------------|-----------|---|-----------|----------------------|
| 5 | 7-03-2021 | T-Shirt Disease Staff PARANOIA | 100.000,- | 1 | 100.000,- | Melalui Instagram |
| 6 | 8-03-2021 | T-Shirt Disease Staff PARANOIA | 100.000,- | 1 | 100.000,- | Melalui WhatsApp |
| 7 | 10-03- 2021 | T-Shirt Disease Staff PARANOIA | 150.000,- | 1 | 150.000,- | Melalui WhatsApp |
| 8 | 11-03- 2021 | T-Shirt Disease Staff PARANOIA | 100.000,- | 2 | 200.000,- | Melalui WhatsApp |
| 9 | 12-03- 2021 | T-Shirt Disease Staff PARANOIA | 100.000,- | 2 | 200.000,- | Melalui WhatsApp |
| 10 | 13-03- 2021 | T-Shirt Disease Staff PARANOIA | 150.000,- | 1 | 150.000,- | Melalui WhatsApp |
| 11 | 16-03- 2021 | T-Shirt Disease Staff VIKEND | 150.000,- | 1 | 150.000,- | Melalui Instagram |
| 12 | 18-03- 2021 | T-Shirt Disease Staff VIKEND | 100.000,- | 1 | 100.000,- | Melalui Instagram |
| 13 | 20-03- 2021 | T-Shirt Disease Staff VIKEND | 100.000,- | 1 | 100.000,- | Melalui Whatsapp |
| 14 | 24-03- 2021 | T-Shirt Disease Staff VIKEND | 100.000,- | 1 | 100.000,- | Melalui WhatsApp |

| | | |
|-------|----|-----------------------|
| TOTAL | 20 | Rp.1.800.000,- |
|-------|----|-----------------------|

Tabel Penjualan Disease Staff Bulan Maret 2021

Bersumber pada tabel di atas bisa disimpulkan kalau sepanjang satu bulan awal jalannya bisnis, Disease Staff sukses menjual 16 buah produk dengan total pemasukan Rp.1.800.000,- serta produk kode PARANOIA jadi produk dengan jumlah penjualan paling banyak serta telah habis terjual (12 buah), dilanjutkan produk kode VIKEND (4 buah). Jumlah tersebut pastinya telah lumayan baik secara dini untuk jalannya bisnis Disease Staff, mengingat Disease Staff Dengan modal terbatas untuk menjalankan bisnis, hasil ini akan digunakan untuk menilai proses bisnis Disease Staff masa depan dan masa depan.

2.5.2 Performa Laporan Laba/Rugi

Performa Laporan dari Laba Rugi Disease Staff

Disease Staff Laporan Laba Rugi Periode Maret 2021

| | | | | |
|-----------------------------------|---------|--|-----------|-----------|
| Pendapatan | | | | |
| Penjualan | | | 1.800.000 | |
| Potongan Penjualan | 360.000 | | 360.000 | |
| Pengeluaran Bersih | | | | 1.440.000 |
| Harga dari Pokok Penjualan | | | | (720.000) |
| Laba Kotor | | | | 720.000 |
| Beban Operasional | | | | |
| Beban Pengeluaran | | | | |
| Beban Administrasi | | | | |
| Beban packing | 40.000 | | | |
| Total Beban Pengeluaran | | | 40.000 | |
| Beban dari Administrasi | | | | |

| | | | | |
|--|--------|--|---------|-----------|
| Biaya Kuota Wi-Fi | 50.000 | | | |
| Beban <i>Bensin</i> | 50.000 | | | |
| Total Beban dari Administrasi | | | 100.000 | |
| Jumlah Beban Operasional | | | | (140.000) |
| Laba Bersih untuk Operasional | | | | 580.000 |
| Pemasukan & Beban Non Operasi | | | | |
| Pendapatan serta Beban Lainnya | | | | |
| | | | | |
| Total Laba Bersih | | | | 580.000 |

**Disease Staff
Laporan Laba Rugi
Periode April 2021**

| | | | |
|-----------------------------------|---------|-----------|-------------|
| Pendapatan | | | |
| Penjualan | | 3.000.000 | |
| Potongan Penjualan | 360.000 | 360.000 | |
| Pengeluaran Bersih | | | 2.640.000 |
| Harga dari Pokok Penjualan | | | (1.680.000) |
| Laba Kotor | | | 960.000 |
| Beban Operasional | | | |
| Beban Pengeluaran | | | |
| Beban Administrasi | | | |
| Beban packing | 60.000 | | |
| Total Beban Pengeluaran | | 60.000 | |

| | | | |
|--|--------|---------|-----------|
| Beban dari Administrasi | | | |
| Biaya Kuota Wi-Fi | 50.000 | | |
| Beban <i>Bensin</i> | 50.000 | | |
| Total Beban dari Administrasi | | 100.000 | |
| Jumlah Beban Operasional | | | (160.000) |
| Laba Bersih untuk Operasional | | | 800.000 |
| Pemasukan & Beban Non Operasi | | | |
| Pendapatan serta Beban Lainnya | | | 0 |
| Total Laba Bersih | | | 800.000 |

**Disease Staff
Laporan Laba Rugi
Periode Mei 2021**

| | | | |
|-----------------------------------|---------|-----------|-------------|
| Pendapatan | | | |
| Penjualan | | 3.600.000 | |
| Potongan Penjualan | 720.000 | 720.000 | |
| Pengeluaran Bersih | | | 2.880.000 |
| Harga dari Pokok Penjualan | | | (1.440.000) |
| Laba Kotor | | | 1.440.000 |
| Beban Operasional | | | |
| Beban Pengeluaran | | | |
| Beban Administrasi | | | |
| Beban packing | 80.000 | | |
| Total Beban Pengeluaran | | 80.000 | |
| Beban dari Administrasi | | | |

| | | | |
|--|--------|---------|-----------|
| Biaya Kuota Wi-Fi | 50.000 | | |
| Beban <i>Bensin</i> | 50.000 | | |
| Total Beban dari Administrasi | | 100.000 | |
| Jumlah Beban Operasional | | | (180.000) |
| Laba Bersih untuk Operasional | | | 1.260.000 |
| Pemasukan & Beban Non Operasi | | | |
| Pendapatan serta Beban Lainnya | | | |
| Total Laba Bersih | | | 1.260.000 |

**Disease Staff
Laporan Laba Rugi
Periode Juni 2021**

| | | | |
|-----------------------------------|---------|-----------|-------------|
| Pendapatan | | | |
| Penjualan | | 5.520.000 | |
| Potongan Penjualan | 720.000 | 720.000 | |
| Pengeluaran Bersih | | | 4.800.000 |
| Harga dari Pokok Penjualan | | | (2.880.000) |
| Laba Kotor | | | 1.920.000 |
| Beban Operasional | | | |
| Beban Pengeluaran | | | |
| Beban Administrasi | | | |
| Beban packing | 80.000 | | |
| Total Beban Pengeluaran | | 80.000 | |
| Beban dari Administrasi | | | |
| Biaya Kuota Wi-Fi | 50.000 | | |

| | | | |
|--|--------|---------|-----------|
| Beban <i>Bensin</i> | 50.000 | | |
| Total Beban dari Administrasi | | 100.000 | |
| Jumlah Beban Operasional | | | (180.000) |
| Laba Bersih untuk Operasional | | | 1.740.000 |
| Pemasukan & Beban Non Operasi | | | |
| Pendapatan serta Beban Lainnya | | | |
| Total Laba Bersih | | | 1.740.000 |

2.5.3 Laporan Neraca

**Disease Staff
Laporan Neraca
Periode Maret 2021**

| | |
|------------------------|-----------|
| Aktiva | |
| Aktiva Lancar | 4.000.000 |
| Kas | 750.000 |
| Aset Tetap | |
| | |
| Total Aset | 4.750.000 |
| Utang dan Modal | |
| Utang | |
| Utang Usaha | |
| Modal | |
| Modal Disetor | 4.750.000 |
| Laba Berjalan | |
| Laba Ditahan | |

| | |
|------------------------------|-----------|
| Total Utang dan Modal | 4.750.000 |
|------------------------------|-----------|

**Disease Staff
Laporan Neraca
Periode April 2021**

| | |
|------------------------------|-----------|
| Aktiva | |
| Aktiva Lancar | 4.580.000 |
| Kas | 750.000 |
| Aset Tetap | |
| | |
| Total Aset | 5.330.000 |
| | |
| Utang dan Modal | |
| Utang | |
| Utang Usaha | |
| Modal | |
| Modal Disetor | 4.750.000 |
| Laba Ditahan | 580.000 |
| Total Utang dan Modal | 5.330.000 |

**Disease Staff
Laporan Neraca
Periode Mei 2021**

| | |
|----------------------|-----------|
| Aktiva | |
| Aktiva Lancar | 5.280.000 |
| Kas | 850.000 |
| Aset Tetap | |

| | |
|------------------------------|-----------|
| | |
| Total Aset | 6.130.000 |
| | |
| Utang dan Modal | |
| Utang | |
| Utang Usaha | |
| Modal | |
| Modal Disetor | 4.850.000 |
| Laba Ditahan | 800.000 |
| Total Utang dan Modal | 5.650.000 |

**Disease Staff
Laporan Neraca
Periode Juni 2021**

| | |
|------------------------|-----------|
| Aktiva | |
| Aktiva Lancar | 4.000.000 |
| Kas | 1.000.000 |
| Aset Tetap | |
| | |
| Total Aset | 5.000.000 |
| | |
| Utang dan Modal | |
| Utang | |
| Utang Usaha | |
| Modal | |
| Modal Disetor | 5.000.000 |

| | |
|------------------------------|------------------|
| Laba Ditahan | 1.110.000 |
| Total Utang dan Modal | 6.110.000 |

2.5.4 Laporan Arus Kas

**Disease Staff
Laporan Arus Kas
Periode Maret 2021**

| | |
|--------------------------------------|------------------|
| Aktiva Operasi | |
| Kas dari pembeli | |
| Payment dari beban | 4.000.000 |
| Kas aktiva operasional | 4.000.000 |
| Aktiva Investasi | |
| Pembelian untuk Aktiva | |
| Penjualan untuk Aktiva | |
| Aktiva investasi | |
| Aktiva Pendanaan | |
| Pemasukan untuk Pemilik | 5.000.000 |
| Penarikan Dana oleh Pemilik | |
| Kas digunakan untuk aktiva pendanaan | 5.000.000 |
| PEMASUKAN AWAL PERIODE | 5.000.000 |
| PEMASUKAN AKHIR PERIODE | 1.000.000 |

**Disease Staff
Laporan Arus Kas
Periode April 2021**

| | |
|-----------------------|-----------|
| Aktiva Operasi | |
| Kas dari pembeli | 1.000.000 |

| | |
|--------------------------------------|-----------|
| Payment dari beban | (580.000) |
| Kas aktiva operasional | 200.000 |
| Aktiva Investasi | |
| Pembelian untuk Aktiva | |
| Penjualan untuk Aktiva | |
| Aktiva investasi | |
| Aktiva Pendanaan | |
| Pemasukan untuk Pemilik | |
| Penarikan Dana oleh Pemilik | (100.000) |
| Kas digunakan untuk aktiva pendanaan | (100.000) |
| PEMASUKAN AWAL PERIODE | 650.000 |
| PEMASUKAN AKHIR PERIODE | 850.000 |

**Disease Staff
Laporan Arus Kas
Periode Mei 2021**

| | |
|-------------------------|-----------|
| Aktiva Operasi | |
| Kas dari pembeli | 1.800.000 |
| Payment dari beban | (800.000) |
| Kas aktiva operasional | 1.000.000 |
| Aktiva Investasi | |
| Pembelian untuk Aktiva | |
| Penjualan untuk Aktiva | |
| Aktiva investasi | |
| Aktiva Pendanaan | |
| Pemasukan untuk Pemilik | |

| | |
|--------------------------------------|-----------|
| Penarikan Dana oleh Pemilik | (400.000) |
| Kas digunakan untuk aktiva pendanaan | (400.000) |
| PEMASUKAN AWAL PERIODE | 850.000 |
| PEMASUKAN AKHIR PERIODE | 1.400.000 |

Disease Staff
Laporan Arus Kas
Periode Juni 2021

| | |
|--------------------------------------|-------------|
| Aktiva Operasi | |
| Kas dari pembeli | 2.000.000 |
| Payment dari beban | (1.110.000) |
| Kas aktiva operasional | (890.000) |
| Aktiva Investasi | |
| Pembelian untuk Aktiva | |
| Penjualan untuk Aktiva | |
| Aktiva investasi | |
| Aktiva Pendanaan | |
| Pemasukan untuk Pemilik | |
| Penarikan Dana oleh Pemilik | |
| Kas digunakan untuk aktiva pendanaan | |
| PEMASUKAN AWAL PERIODE | 1.400.000 |
| PEMASUKAN AKHIR PERIODE | 750.000 |

BAB III : LAPORAN PELAKSANAAN RANCANG BANGUN BISNIS

Bab ini berisi laporan umum tentang aplikasi bisnis yang disusun menjadi beberapa subbagian. Implementasi profil aplikasi bisnis dan aspek manajemen. Bagian Profil Bisnis bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang profil bisnis dan aplikasi bisnis, termasuk arah bisnis, letak, kapan dibuat dan perkembangan bisnis secara keseluruhan. Bagian Aplikasi Bisnis berisi berbagai aspek seperti Human Resource, Production, Marketing serta Finance.

3.1 Realisasi Aspek Pemasaran (Penjualan)

Pada Realisasi Aspek Pemasaran (Penjualan) dengan bisnis yang sedang dilakukan, Disease Staff mengalami beberapa pertumbuhan dan pengembangan sebagai berikut:

- a. Disease Staff melakukan pemasaran yang sangat masif di media sosial terutama Facebook, dengan melakukan beberapa promosi di forum grup jual beli, Disease Staff mengalami peningkatan customer baru pada media sosial dan dari marketplace instagram.
- b. Disease Staff mengalami peningkatan penjualan dari kegiatan promosi masif melalui forum jual beli di Facebook tersebut, peningkatan customer baru dan target market baru menjadikan penjualan dari Disease Staff meningkat dengan signifikan.
- c. Disease Staff mendapat tawaran dari beberapa local brand menengah ke atas untuk bekerja sama dalam melakukan kolaborasi produk berguna untuk meningkatkan intensitas target market dan kepopuleran.

3.1.1 Realisasi Analisis Pasar

Bersumber dalam keterangan mengenai penjualan dan perkembangan penjualan produk marketplace dalam tahun 2020 pada Indonesia menunjukkan jibila produk clothing masih jadi produk yg sangat poly dibeli pada bawah produk ekspedisi (travel) dan akomodasi. Ditambah menggunakan keterangan mengenai penjualan produk dalam 12.12 End Year Sale

dalam lepas 12 Desember 2020 kemudian yg menunjukkan jibila produk fashion atau clothing sebagai sebuah kriteria barang yg tak jarang dilirik & sangat masif dibeli sang para konsumen pada marketplace secara online. Perihal tadi menegaskan apabila atensi dan tenaga beli rakyat hendak produk streetwear masih sangat besar walaupun Indonesia diterjang dengan pandemi dan sebagian penduduk mengalami penurunan dalam aspek ekonomi mereka. Sehingga ihwal tadi membuahkan tujuan baru buat Disease Staff pada membuat usaha contoh brand merk lokal pada Indonesia yg berbasis online & mempraktikkan konsep menjual ke penjual ulang baik secara online ataupun offline.

3.1.2 Realisasi Strategi *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran)

1. *Product* (Produk)

Produk yang dibuat oleh Disease Staff ialah produk raga berbentuk baju streetwear dengan 3 tipe yang berbeda, dan sediakan layanan untuk para reseller bila mau menjual kembali produk dari Disease Staff.

2. *Price* (Harga)

Disease Staff menetapkan strategi kebijakan harga dengan memakai metode yang berbasis pada persaingan, yang di mana penetapan yang dicoba dengan menjajaki apa yang dicoba pesaing bisnis. metode ini mempunyai 3 pendekatan lewat sistem penjualan di dasar harga wajar pesaing buat menarik konsumen ataupun membandingkan harga supaya persaingan tidak sangat besar maupun berikan harga lebih besar dari pesaingnya dengan anggapan kalau produk yang mereka tawarkan mempunyai mutu lebih baik, dengan uraian di atas Disease Staff membagikan harga berkisaran Rp. 150. 000,- sampai Rp. 250. 000,-

3. *Promotion* (Promosi)

Dalam Dalam aktivitas promosinya Disease Staff mempraktikkan sebagian strategi di mana strategi tersebut disesuaikan dengan tujuan, sasaran, serta dana. Awal, Disease Staff membuat stok barangnya sangat terbatas. Disease Staff ingin diketahui dengan sangat eksklusif serta cuma diperuntukkan untuk sebagian orang, setelah itu promosi dengan membentuk suatu komunitas dibarengi dengan lewat

instagram ads serta facebook ads. Setelah itu, Disease Staff memakai media sosial buat melaksanakan pendekatan terhadap audience secara mudah.

4. *Place* (Tempat)

Disease Staff menerapkan toko fisik selaku lokasi dan bukti fisik di mana para pelanggan hendak melaksanakan kunjungan dan bercengkrama untuk mendasari mereka dengan produk yang dipasarkan. Disease Staff menggunakan platform marketplace berbentuk Shopee, dan media sosial berbentuk Instagram serta Facebook..

5. *Personel* (Orang)

Dalam melakukan bisnisnya Disease Staff memiliki sebagian sumber tenaga manusia yang tiap-tiap bagian memiliki peran dan tanggung jawab berarti hendak jalannya bisnis. Disease Staff dalam melakukan bisnisnya memiliki 2 jenis sumber tenaga SDM, yakni SDM internal dan SDM eksternal. Pada SDM internal Disease Staff memiliki satu orang yang merangkap berbagai peran dan tanggung jawab atas jalannya bisnis. Sebaliknya pada SDM eksternal Disease Staff bekerja sama dan bekerja sama dengan pihak outsourcing dalam bentuk vendor penciptaan dari Inkside Sablon.

3.1.3 **Strategi Promosi**

Teruntuk menerapkan jalannya bisnis, Disease Staff mematenkan beberapa dari jenis strategi untuk promosi, berikut:

a. Strategi Citra Merek

Menerapkan strategi citra merek ini adalah untuk memiliki visi yang mencakup pemahaman calon pembeli dan pembeli potensial yang akan menambah nilai merek di pasar atau yang nantinya akan berinteraksi dengan Disease Staff. Strategi ini telah diuji menggunakan platform media sosial seperti Instagram dan Facebook, yang tersedia dalam dua jenis: berbayar dan gratis. Promosi prabayar sedang dicoba di Instagramads dan Facebookads. Promosi gratis dilakukan dengan melakukan penjualan media sosial dan spanduk, membuat kontroversi di pasar

bertema Facebook, atau pemasaran massal dalam menanggapi dan menanggapi isu-isu viral dengan kegiatan promosi yang telah direncanakan sebelumnya.

b. Strategi Penjualan Pribadi

Personal selling atau strategi penjualan pribadi ialah sebuah intuisi yang mempunyai visi buat melaksanakan marketing dan selling secara empat mata dan berhadapan langsung ataupun secara virtual dengan segmentasi pasar. Strategi ini dicoba dibarengi menggunakan platform aplikasi yang bernama Whats App dilanjutkan dengan menggunakan aplikasi yang bernama Instagram serta Facebook marketplace. Awalnya, Disease Staff melaksanakan penawaran dari penjualan produk Disease Staff terhadap calon pembeli yang telah terdapat pada bagian contact Whats App dari Disease Staff. Setelah itu, pihak Disease Staff hendak melaksanakannya pada aplikasi Instagram dimana telah terdapat dalam database Disease Staff melalui fitur pesan langsung. Selanjutnya tetapi bukan untuk yang terakhir, pihak Disease Staff hendak melaksanakan penawaran langsung secara konvensional di Facebook dengan metode bersosialisasi di sebagian grup jual beli dan marketplace dengan pengembangan yang telah direncanakan tadinya.

3.2 Realisasi Aspek Produksi (Operasional)

Industri clothing yang dijalankan oleh Disease Staff mempunyai pola penciptaan yang sama semacam industri clothing pada biasanya, ialah dengan menggambar rancangan desain serta memberikannya kepada vendor penciptaan, berikutnya dikelola jadi produk streetwear semacam t shirt, hoodie, sweatshirt, long sleeve, cap serta yang lain, serta setelah itu dipasarkan kepada konsumen.

3.2.1 Strategi Operasi

Strategi produksi operasi memainkan kedudukan berarti dalam memastikan kesuksesan industri ataupun organisasi dalam rangkaian kebijakan jangka panjang. Pengembangan strategi operasional memiliki makna dalam pemberian nilai tambah produk ataupun layanan yang diberikan industri buat pemenuhan permintaan konsumen. (Davis serta Heineke 2004), Strategi produksi dalam suatu usaha ialah perihal keterkaitan antara keputusan dalam operasional dengan strategi industri. Pelakon bisnis memikirkan keputusan

operasional yang kerap kali jadi tidak tidak berubah- ubah serta bertabiat jangka pendek. Pelakon bisnis memastikan sesuatu strategi fungsional yang berpedoman pada strategi bisnis, supaya bisa menciptakan sesuatu pola yang konsisten dalam keputusan operasional di kemudian hari. Pemilihan jenis strategi operasional dicoba regu manajemen dengan memikirkan pada strategi bisnis yang mempunyai kaitan sangat erat.

Perihal-perihal yang dipertimbangkan, ialah strategi bisnis bayaran rendah dengan keadaan pasar, hingga misi operasional hendak ditekankan pada bayaran selaku tujuan yang dominan, serta operasional hendak menekankan pada pengurangan bayaran lewat kebijakan-kebijakan semacam bayaran tenaga kerja, bahan baku, serta lain sebagainya. Strategi bisnis inovasi produk serta pengenalan produk baru dipergunakan buat meningkatkan pasar di mana keunggulan bisa diraih dengan membuat produk baru yang pas serta pada waktu yang pas.

Pada Realisasi Aspek Produksi (Operasional) dengan bisnis yang sedang dilakukan, Disease Staff mengalami beberapa pertumbuhan dan pengembangannya, diantaranya :

- a. Semua kemajuan dan dengan penelitian dan pengembangan baru departemen produksi, kemajuan dari volume pada departmen produksi telah meningkat dari 12 pcs per T-shirt menjadi 24 pcs per T-shirt.
- b. Pengantaran bahan jadi produksi dari vendor menjadi lebih fleksibel dan menghemat waktu serta tenaga, karena pihak vendor mengantarkan hasil produksi Disease Staff langsung menuju gudang penyimpanan.
- c. Spesifikasi bahan dari Disease Staff selalu mengalami evaluasi dan inovasi secara keseluruhan terkait kegunaan produk untuk customer, dari segi bahan, printing maupun lining dari jahitan produk.

Pertimbangan teori yang dicoba ada pula bagi William J Stevenson (2002: 701). Pemilihan supplier umumnya sudah memikirkan dari sebuah mutu dari produk, service/ pelayanan yang merupakan perihal sangat berarti, walaupun terdapat beberapa dari aspek lain yang wajib untuk dipertimbangkan. Aspek utama yang dipertimbangkan oleh sesuatu industri kala memilah dengan supplier antara lain :

- Harga

Aspek ini umumnya ialah aspek utama, apakah ada penawaran diskon, walaupun perihal itu kadang tidak jadi perihal yang sangat berarti. Harga yang diterapkan oleh Disease Staff sangat terjangkau untuk fokus segmentasi target pasar dengan range harga antara 150.000 sampai 250.000,- dengan satuan rupiah.

- Kualitas

Sesuatu industri clothing bisa jadi membelanjakan dan mengeluarkan lebih besar biayanya teruntuk mendapatkan mutu produk yang baik. Disease Staff memberikan kualitas mutu produk yang cukup mempunyai standar internasional dengan menggunakan bahan cotton combed 24's USA Certified yang merupakan bahan yang kerap kali dipakai oleh brand-brand ternama di Los Angeles.

- Pelayanan

Pelayanan spesial kadangkala kala bisa menjadi perihal yang sangat-sangat berarti dalam penjualan. Penggantian atas produk yang gagal dan rusak, petunjuk dari fashion pemakaian, revisi dan evaluasi perlengkapan serta pelayanan yang sama atau sejenis bisa jadi kunci dalam pemilihan satu produk dengan produk daripada yang lain. Disease Staff berusaha mungkin untuk menerapkan pelayanan yang sebaik dan senyaman mungkin untuk para customer, dalam arti Disease Staff berusaha memenuhi setiap harapan dan setiap ekspektasi dari pembeli.

- Lokasi

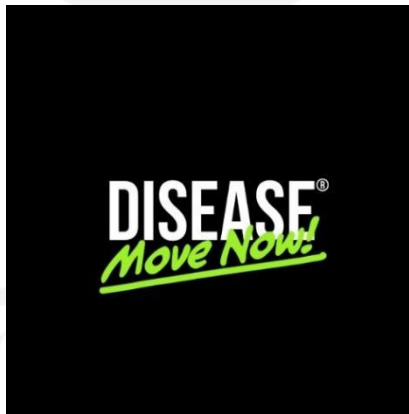
Posisi usaha bisa memiliki pengaruh pada waktu pengiriman dan penerimaan, transportasi, beserta waktu di kala terdapat pesanan yang secara tiba-tiba ataupun pelayanan darurat. Pembentukan produk pada wilayah lokal bisa meningkatkan goodwill (pengaruh baik) dalam sesuatu ikatan yang bisa saling menolong perekonomian masing-masing pelaku usaha. Disease Staff berlokasi tidak jauh

dari vendor Inkside Sablon, yaitu vendor produksi dari Disease Staff, dalam hal ini kami sebagai pelakon dari industri Disease Staff merasa sangat enak untuk menjalani beberapa aktivitas kegiatan produksi dari operasional antara kedua belah pihak ini.

- **Fleksibilitas**

Hasrat yang baik dari sebuah brand serta keahlian vendor dalam merespon pergantian permintaan serta penunji pergantian untuk sebuah desain pesanan bisa jadi aspek yang berarti dalam pemilihan produk yang akan dipasarkan. Disease Staff berusaha bekerja sama dengan Inkside Sablon dalam rangka untuk menambah pemasukan dari perusahaan, R&D dari Disease Staff berusaha untuk terus melangkah ke depan dengan dibarengi pendapat dan saran dari Inkside Sablon dalam hal marketing dan produksi dari sebuah desain yang sudah direncanakan.

3.2.2 Ikon Brand



Gambar 3.1 Logo Disease Staff

3.2.3 Physical Evidence

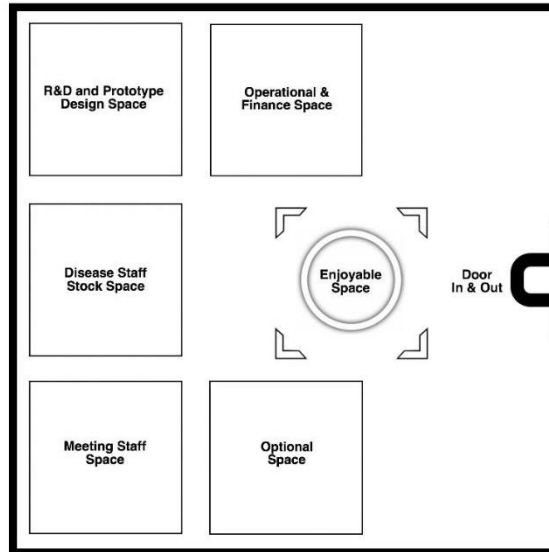
Titik operasional beserta office pusat Disease Staff terletak di Jalan Palagan Tentaran Pelajar KM.11,5, Donohardjo, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta. Sedangkan pemasok produk berlokasi di Pakisaji, Kandibinangun, Pakem, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55582.

3.2.4 Bahan Pembuatan

Dalam memproduksi produknya Disease Staff memakai tipe kain cotton combed serta polyester selaku bahan baku utama serta printing sablon plastisol selaku penunjang produk dari Disease Staff. Bahan baku berbentuk cotton serta sablon dari produk Disease Staff secara langsung bekerja sama dengan Inkside Sablon yang memiliki mutu yang baik serta istimewa, Disease Staff berkolaborasi dengan Inkside Sablon semenjak 2016 sampai saat ini, vendor yang memiliki tingkatan customer service yang baik serta hasil jadi yang optimal dan bermutu.

3.2.5 Tata Letak Layout

Disease Staff mempraktekkan layout atau jenis layout ruang kerjanya sesuai dengan kebutuhan beberapa rekan kerjanya untuk meningkatkan efisiensi dan mengoptimalkan kapasitas produksi untuk memenuhi target pasar atau pasar. Dalam praktiknya, koordinator Disease Staff mempraktekkan semacam tata letak tempat di lokasi pembuatan. Dalam jenis ini, setiap rangkaian tindakan dalam proses pembuatan diuji di semua deskripsi pekerjaan, mulai dari penelitian dan pengembangan desain, keuangan operasional hingga rapat. ruang. Dengan cara ini, proses pembuatan lebih efisien karena setiap departemen fokus menyelesaikan satu deskripsi pekerjaan..



Gambar 3.2 Layout operasional Disease Staff

3.2.6 Volume Pembuatan

Kapasitas vendor untuk memproduksi 15 buah. Barang dapat dikirim dalam waktu 2 minggu. Ini berarti dapat menerima 45 produk setiap bulan. Produk sesuai katalog saat stok gudang habis bulanan..

3.2.7 Realisasi Proses Produksi

Realisasi penjualan produk yang dijual oleh pusat pengendalian Disease Staff terbagi menjadi 4 bagian, sebagaimana :

a. Persiapan dari Produksi

Sebelum melanjutkan ke proses produksi, staf terlebih dahulu melakukan penelitian terhadap tren dan desain yang sedang berlangsung di pasar fashion saat ini, menentukan desain produk, menentukan bahan baku, dan menentukan jumlah produk yang akan dibuat dan diproduksi setelah itu..

b. Pembuatan *Prototype*.

Langkah selanjutnya adalah menghasilkan prototipe atau desain dan sampel material dari persiapan produksi. Dimulai dengan pembuatan kapas combed dan bergerak ke produksi massal, diakhiri dengan evaluasi desain dan prototipe.


c. Proses Produksi Utama


Langkah ini merupakan langkah utama dalam proses produksi. Langkah ini termasuk bekerja dengan pemasok untuk menentukan desain yang akan dipilih, bahan yang digunakan, serta proses manufaktur dan finalisasi produk.

d. Kontrol Kualitas Produk



Langkah pada waktu sesi ini, pihak Disease Staf serta sablonisasi mempunyai konvensi teruntuk melaksanakan proses pengawasan mutu penciptaan sebanyak 3 kali, ialah kala pasca produksi di mana perihal itu dicoba di vendor sablon yang dicoba oleh kepala vendor setelah itu pada di kala pembuatan ataupun proses penciptaan printing dan dicoba pula kala produk sudah datang di gudang penyimpanan yang dicoba langsung oleh pihak operasional.


3.2.8 Realisasi Produk



| No | Varian Produk | Foto dan Spesifikasi | Kelebihan | Kekurangan |
|----|------------------------------------|--|--|--|
| 1. | T-Shirt Disease Staff POM On Black |  <p>Cotton Combad 24's</p> <p>Printed with Plastisol Flat</p> | <p>1. Memiliki kriteria katun yang tebal serta tekstur katun yang lembut</p> <p>2. Teknik sablonasi plastisol yang mempunyai durabilitas ketahanan yang cukup lama</p> | <p>1. Tidak cocok dipakai pada saat siang hari karena akan terasa panas</p> <p>2. Tekstur katun yang tebal membuat t-shirt ini cukup berat apabila tercampur dengan air ataupun keringat</p> |


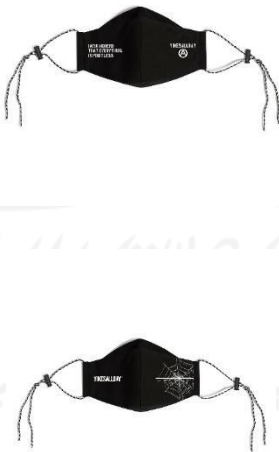
| | | | | |
|---|--|--|--|--|
| | | Extra and Double Lining | | |
| 2 | T-Shirt Disease Staff Monalisa 2020 Tribute On Black |  <p>Cotton Combad 20's Printed with Discharge Extra and Double Lining</p> | <p>1. Memiliki kriteria katun yang lebih tebal dari 24's serta tekstur katun yang kasar cocok untuk dipakai di musim dingin atau penghujan</p> <p>2. Teknik sablonasi Discharge yang mempunyai tekstur sablon yang menyatu dengan kain dan tidak terasa berat dan mengganggu apabila dipakai</p> | <p>1. Tidak cocok dipakai pada saat siang hari karena akan terasa panas</p> <p>2. Tekstur katun yang tebal membuat t-shirt ini cukup berat apabila tercampur dengan air ataupun keringat</p> |



| | | | | |
|---|---|---|---|--|
| 3 | T-Shirt Disease Staff Vikend On Black |  <p>Cotton Combed 24's Printed with Plastisol Flat Extra and Double Lining</p> | <p>1. Memiliki kriteria katun yang tebal serta tekstur katun yang lembut</p> <p>2. Teknik sablonasi plastisol yang mempunyai durabilitas ketahanan yang cukup lama</p> | <p>1. Tidak cocok dipakai pada saat siang hari karena akan terasa panas</p> <p>2. Tekstur katun yang tebal membuat t-shirt ini cukup berat apabila tercampur dengan air ataupun keringat</p> |
| 4 | T-Shirt Disease Staff Corona Tribute On Black |  <p>Cotton Combed 30's Printed with Discharge</p> | <p>1. Memiliki kriteria katun yang ringan dan tipis serta cocok untuk dipakai di segala aktivitas dan mempunyai tekstur kain yang sangat lembut serta elastis</p> <p>2. Teknik sablonasi Discharge yang mempunyai tekstur sablon yang</p> | <p>1. Tingkat durability katun yang sangat rentan sobek ataupun kusut</p> <p>2. Tekstur katun 30's membuat t-shirt ini cukup terang dan tembus apabila tercampur dengan air ataupun keringat</p> |

| | | | | |
|---|--|--|---|--|
| | | Extra and Double Lining | menyatu dengan kain dan tidak terasa berat dan mengganggu apabila dipakai | |
| 5 | Corduroy Long Sleeve Disease Staff LOGO on Brown |  <p>Corduroy Cotton</p> <p>Embroidery on Text</p> <p>Extra and Double Lining</p> | <p>1. Mempunyai kriteria katun yang tebal dan cocok apabila dipakai untuk penghangat badan serta tekstur kain yang bermotif membuat si pemakai menjadi lebih nyaman</p> <p>2. Sifat kain yang memiliki durabilitas yang tahan lama</p> <p>3. Tekstur kain yang membuatnya mempunyai kesan berkelas dan elegan</p> | <p>1. Bahan yang panas dan serat kain yang tidak mudah untuk menyerap udara ataupun zat cair</p> <p>2. Tekstur permukaan yang agak kasar membuat para pemakai yang mempunyai kulit yang tipis dapat menimbulkan sedikit iritasi apabila dipakai dalam jangka yang lama</p> |
| 6 | T-Shirt Disease Staff Corona Tribute On Black | | 1. Memiliki kriteria katun yang ringan dan tipis serta cocok untuk dipakai di | 1. Tingkat durability katun yang sangat rentan sobek ataupun kusut |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | |  <p>Cotton Combed 30's Printed with Discharge Extra and Double Lining</p> | <p>segala aktivitas dan mempunyai tekstur kain yang sangat lembut serta elastis</p> <p>2. Teknik sablonasi Discharge yang mempunyai tekstur sablon yang menyatu dengan kain dan tidak terasa berat dan mengganggu apabila dipakai</p> | <p>2. Tekstur katun 30's membuat t-shirt ini cukup terang dan tembus apabila tercampur dengan air ataupun keringat</p> |
| 7 | <p>Disease Staff Sweatshirt BOGO Front and Back on Grey</p> |  <p>Babyterry Fleece Cotton Plastisol HD Printed Extra and Double Lining</p> | <p>1. Bahan yang memiliki tekstur yang halus dan lembut</p> <p>2. Bahan yang mampu menyerap keringat dengan baik dan cepat</p> | <p>1. Bahan yang cepat melar apabila sering dicuci</p> <p>2. Bahan yang lebih tipis dibandingkan dengan fleece cotton biasa</p> |

| | | | | |
|---|---|--|---|---|
| 8 | <p>Disease Staff Pullover Hoodie Blinded On Black</p> |  <p>Fleece Cotton Plastisol HD with Press Extra and Double Lining</p> | <p>1. Bahan yang mempunyai kemampuan Breathability dengan baik</p> <p>2. Tekstur yang lembut dan elastis serta mempunyai durability yang cukup lama</p> | <p>1. Bahan yang mempunyai kualitas warna yang mudah pudar dan meledak</p> <p>2. Bahan yang mudah sekali kotor apabila terkena dengan debu</p> |
| 9 | <p>Disease Staff n Yikesallday Face-Mask Tribute to the Chaos</p> |  <p>Face Mask Cotton Bamboo</p> | <p>1. Cotton Bamboo mempunyai kriteria kain yang sangat elastis dan tidak membuat iritasi di bagian kulit luar</p> <p>2. Cotton Bamboo mempunyai tekstur yang lembut dan tidak mudah lemas untuk pemakaian jangka panjang</p> | <p>1. Jenis kain yang tebal dan terasa berat apabila terkena air</p> <p>2. Bagian lapisan dalam yaitu furing sangat tipis sehingga membuat masker kurang berguna dengan maksimum.</p> |

| | | | | |
|--|--|---|--|--|
| | | Furing cotton inside Printed in Rubber Extra laces n clip | | |
|--|--|---|--|--|

3.3 Realisasi Aspek Sumber Daya (Organisasi)

Pada perkembangan aktivitas dari Sumber Daya Manusia (organisasi) dengan bisnis yang sedang dilakukan, Disease Staff mengalami beberapa pertumbuhan dan pengembangan sebagai berikut:

- a. Departemen Sumber Daya Manusia Disease Staff telah memperluas pengetahuannya dalam mengembangkan gaya pakaian streetwear yang sedang trend. Sehingga menjadi detail dan paten dari evolusi street fashion ketika dihadapkan pada pertanyaan klien..
- b. Saat ini karyawan Disease Staff memiliki jadwal kerja yang fleksibel karena setiap acara bisnis diselenggarakan sebulan sekali, seperti tujuan, pemasaran, operasi, dll..
- c. Peningkatan Sumber Daya Manusia di Inkside Supplier Sablon mengalami beberapa perbaikan dan penyempurnaan oleh karyawannya agar proses produksinya lebih efisien dan detail dalam segala hal.

3.3.1 Realisasi Struktur Organisasi

STRUKTUR ORGANISASI DISEASE STAFF



Bagan : Struktur Organisasi Disease Staff

Koordinator Disease Staff memiliki struktur organisasi yang sederhana, yang terdiri dari pemilik atau pemilik bisnis yang mengatur organisasi, berpartisipasi dalam pengambilan

keputusan, dan menempati struktur yang lebih tinggi yang bertanggung jawab atas pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, dan operasi. Keempatnya masing-masing bertanggung jawab untuk mengelola dan merumuskan strategi sesuai dengan aspek manajemen yang diterapkan..

3.3.2 Realisasi Jumlah Sumber Daya Manusia

Disease Staff memiliki empat departemen Sumber Daya Manusia, termasuk tiga departemen Sumber Daya Manusia untuk Disease Staff dan satu departemen Outsourcing untuk vendor produk. SDM Karyawan Disease Staff memiliki tugas dan tanggung jawab di 5 posisi sekaligus, termasuk 6 posisi antara lain Pemilik Bisnis, Pemasaran, Sumber Daya Manusia, Keuangan dan Operasi. Pada saat yang sama, outsourcing tenaga kerja untuk vendor manufaktur terdiri dari satu manajer vendor..

3.3.3 Realisasi Deskripsi Pekerjaan SDM

Berikut deskripsi pekerjaan SDM yang telah diterapkan oleh Disease Staff :

1. Pimpinan (Owner)

- Membuat kebijakan yang dapat memperkecil biaya pembelian
- Mengawasi kegiatan perusahaan

2. Bagian Pembelian (Operasional)

- Bertanggung jawab untuk memperoleh informasi mengenai harga barang
- Menentukan pemasok yang dipilih dalam pengadaan barang dan mengeluarkan order pembelian kepada pemasok yang lain
- Memeriksa daftar barang yang dipilih oleh bagian gudang

3. Bagian Penerimaan Barang (Operasional)

- Melakukan pemeriksaan terhadap jenis, mutu dan kuantitas barang yang diterima pemasok untuk dapat menentukan layak atau tidaknya barang diterima oleh perusahaan

- Bertanggung jawab untuk menerima barang dari pembeli yang berasal dari retur penjualan

4. Bagian Gudang (Operasional)

- Memilih barang yang dibutuhkan dan membuat daftar untuk diserahkan ke bagian pembelian
- Mengajukan pembelian berdasarkan jumlah stok barang di gudang dan untuk menyimpan barang yang diterima oleh bagian penerimaan
- Menerima, menimbang dan memeriksa kesesuaian barang yang ada di gudang

5. Bagian Keuangan

- Menerima laporan penerimaan barang yang digunakan untuk mencatat utang
- Mencatat transaksi pembelian ke dalam registrasi bukti kas keluar untuk menyelenggarakan arsip dokumen atau bukti kas keluar yang berfungsi sebagai catatan utang
- Bertanggung jawab untuk mencatat harga pokok persediaan barang yang dibeli dalam kartu persediaan

3.3.4 Realisasi Sistem Penilaian Kinerja

Sistem penilaian kinerja ditinjau secara berkala setiap minggu dengan mencatat peristiwa penting yang mempengaruhi bisnis yang menguntungkan atau merugikan bisnis. Oleh karena itu, jika ada pegawai yang melakukan kesalahan yang dapat merusak pekerjaan, maka manajer dapat segera memberikan teguran, dan apabila pegawai tersebut terus melakukan kesalahan maka atasan akan mengambil tindakan drastis seperti segera memutuskan kontrak kerja dengan pegawai tersebut. Pada saat yang sama, jika ada karyawan yang melakukan pekerjaan pada hari itu, atasan membayar kompensasi saat menerima kompensasi bulanan.

3.3.5 Realisasi Sistem Kompensasi Kinerja

Mengenai sistem upah yang dipatenkan oleh clothing Disease Staff menggunakan dua jenis kompensasi, diantaranya upah moneter langsung dan upah non-moneter. Sistem upah moneter langsung yang diterapkan oleh personel CEO adalah dalam bentuk nilai uang yaitu upah. Sementara itu, sistem upah non-moneter yang diperkenalkan oleh Pusat Disease Staff adalah bonus berupa pakaian dan liburan.

3.4 Realisasi Aspek Keuangan (Keuangan)

Dalam rangka mengembangkan kegiatan keuangannya menjadi bisnis saat ini, Disease Staff mengalami perubahan sebagai berikut:

- a. Disease Staff mulai mencatat laporan keuangan seperti laporan laba rugi dibarengi dengan laporan neraca serta selanjutnya mengenai laporan arus kas penjualan.
- b. Karyawan Disease Staff juga menyimpan catatan transparan tentang pengeluaran dan penjualan.

3.4.1 Realisasi Tingkat Efisiensi Biaya

Untuk meningkatkan efisiensi pembayaran, Disease Staff menggunakan rincian berikut untuk merancang penggunaan dana, tergantung pada setiap bagian-bagian dari perusahaan (operation, resource, marketing). Sebagaimana :

- a. Dari Segi Operation

Pada aspek operasional Disease Staff membagi penggunaan dana menjadi beberapa bagian :

- Pencarian dan Pengembangan dan Sampel
Di bidang penelitian, pengembangan dan prototyping, Disease Staff menggunakan dana dari proses perencanaan desain untuk meningkatkan total biaya Prototipe sebesar tiga ratus ribu rupiah.
- Production

Di bidang produksi, Disease Staff menghabiskan seluruh aspek produksi, mulai dari kerjasama dengan pemasok hingga proses finishing, dengan biaya operasional lainnya sebesar dua juta lima ratus ribu rupiah.

- **Operasional Lain-Lain**

Biaya operasional lainnya termasuk pendanaan untuk kegiatan lapangan, termasuk hal-hal yang tidak direncanakan tetapi dikeluarkan ketika Disease Staff melakukan kegiatan, dengan total biaya lain-lain sebesar tiga ratus ribu rupiah.

b. Sumber Daya Manusia

Dari segi sumber daya manusia, Disease Staff menggunakan dana untuk melakukan proses rekrutmen, terutama total biaya sebesar seratus ribu rupiah Gunakan hanya untuk mencari vendor sablon.

c. Pemasaran

Dari segi pemasaran, Disease Staff membagi penggunaan dana menjadi beberapa bagian:

- **Iklan di Instagram**

Di bagian iklan Instagram, Disease Staff akan menggunakan dana untuk menjalankan iklan promosi atau berbayar yang ditawarkan Instagram dengan total lima puluh ribu rupiah.

- **Pemasaran di Facebook**

Dalam kegiatan pemasaran Facebook, Disease Staff menggunakan dana tersebut untuk melakukan kegiatan promosi kelompok dan individu ke individu skala besar untuk orang terdekat dan orang lain di Facebook, dan menggunakan dana tersebut dengan membayar total biaya internet seratus ribu rupiah.

**3.4.2 Realisasi Laporan Laba Rugi
Disease Staff
Laporan Laba Rugi
Periode Maret 2021**

| | | | |
|--------------------|---------|-----------|--|
| Pendapatan | | | |
| Perdagangan | | 1.800.000 | |
| Potongan Penjualan | 360.000 | 360.000 | |

| | | | |
|--|--------|---------|-----------|
| Pengeluaran Bersih | | | 1.440.000 |
| Harga dari Pokok Penjualan | | | (720.000) |
| Laba Kotor | | | 720.000 |
| Beban Operasional | | | |
| Beban Pengeluaran | | | |
| Beban Administrasi | | | |
| Beban packing | 40.000 | | |
| Total Beban Pengeluaran | | 40.000 | |
| Beban dari Administrasi | | | |
| Biaya Kuota Wi-Fi | 50.000 | | |
| Beban <i>Bensin</i> | 50.000 | | |
| Total Beban dari Administrasi | | 100.000 | |
| Jumlah Beban Operasional | | | (140.000) |
| Laba Bersih untuk Operasional | | | 580.000 |
| Pemasukan & Beban Non Operasi | | | |
| Pendapatan serta Beban Lainnya | | | |
| Total Laba Bersih | | | 580.000 |

Disease Staff
Laporan Laba Rugi
Periode April 2021

| | | | |
|---------------------------|---------|-----------|-----------|
| Pendapatan | | | |
| Perdagangan | | 3.000.000 | |
| Potongan Penjualan | 360.000 | 360.000 | |
| Pengeluaran Bersih | | | 2.640.000 |

| | | | |
|--|--------|---------|-------------|
| Harga dari Pokok Penjualan | | | (1.680.000) |
| Laba Kotor | | | 960.000 |
| Beban Operasional | | | |
| Beban Pengeluaran | | | |
| Beban Administrasi | | | |
| Beban packing | 60.000 | | |
| Total Beban Pengeluaran | | 60.000 | |
| Beban dari Administrasi | | | |
| Biaya Kuota Wi-Fi | 50.000 | | |
| Beban <i>Bensin</i> | 50.000 | | |
| Total Beban dari Administrasi | | 100.000 | |
| Jumlah Beban Operasional | | | (160.000) |
| Laba Bersih untuk Operasional | | | 800.000 |
| Pemasukan & Beban Non Operasi | | | |
| Pendapatan serta Beban Lainnya | | | 0 |
| Total Laba Bersih | | | 800.000 |

**Disease Staff
Laporan Laba Rugi
Periode Mei 2021**

| | | | |
|-----------------------------------|---------|-----------|-------------|
| Pendapatan | | | |
| Perdagangan | | 3.600.000 | |
| Potongan Penjualan | 720.000 | 720.000 | |
| Pengeluaran Bersih | | | 2.880.000 |
| Harga dari Pokok Penjualan | | | (1.440.000) |

| | | | |
|--|--------|---------|-----------|
| Laba Kotor | | | 1.440.000 |
| Beban Operasional | | | |
| Beban Pengeluaran | | | |
| Beban Administrasi | | | |
| Beban packing | 80.000 | | |
| Total Beban Pengeluaran | | 80.000 | |
| Beban dari Administrasi | | | |
| Biaya Kuota Wi-Fi | 50.000 | | |
| Beban <i>Bensin</i> | 50.000 | | |
| Total Beban dari Administrasi | | 100.000 | |
| Jumlah Beban Operasional | | | (180.000) |
| Laba Bersih untuk Operasional | | | 1.260.000 |
| Pemasukan & Beban Non Operasi | | | |
| Pendapatan serta Beban Lainnya | | | |
| Total Laba Bersih | | | 1.260.000 |

**Disease Staff
Laporan Laba Rugi
Periode Juni 2021**

| | | | |
|-----------------------------------|---------|-----------|-------------|
| Pendapatan | | | |
| Perdagangan | | 5.520.000 | |
| Potongan Penjualan | 720.000 | 720.000 | |
| Pengeluaran Bersih | | | 4.800.000 |
| Harga dari Pokok Penjualan | | | (2.880.000) |
| Laba Kotor | | | 1.920.000 |

| | | | |
|--|--------|---------|-----------|
| Beban Operasional | | | |
| Beban Pengeluaran | | | |
| Beban Administrasi | | | |
| Beban packing | 80.000 | | |
| Total Beban Pengeluaran | | 80.000 | |
| Beban dari Administrasi | | | |
| Biaya Kuota Wi-Fi | 50.000 | | |
| Beban <i>Bensin</i> | 50.000 | | |
| Total Beban dari Administrasi | | 100.000 | |
| Jumlah Beban Operasional | | | (180.000) |
| Laba Bersih untuk Operasional | | | 1.740.000 |
| Pemasukan & Beban Non Operasi | | | |
| Pendapatan serta Beban Lainnya | | | |
| Total Laba Bersih | | | 1.740.000 |

BAB IV : IDENTIFIKASI PERENCANAAN, REALISASI DAN GAP

Bab IV ini mengidentifikasi perencanaan, pelaksanaan, dan kesenjangan, memiliki beberapa subbagian seperti definisi masalah, tinjauan teoritis, dan pemecahan masalah. Bagian Identifikasi Masalah menjelaskan kasus-kasus yang dihadapi pelaku usaha ketika menjalankan usaha, dan bagian tinjauan teoritis ini berisi teori-teori yang relevan dengan kasus baru, kemudian bagian Pemecahan Masalah menjelaskan kasus-kasus yang digunakan oleh pelaku usaha untuk menyelesaikan masalah yang dialaminya. sebuah teori atau pendekatan. pengalaman dan seberapa efektif itu. Penulis membahas perencanaan, implementasi, dan mengidentifikasi kesenjangan dalam beberapa aspek seperti pemasaran, operasi, sumber daya manusia, dan keuangan. Dimana sisi pemasaran analisis pasar dan strategi pemasaran? Kemudian membahas aspek operasional termasuk input, proses, dan rilis produk. Aspek Sumber Daya Manusia memberikan informasi tentang perekrutan, penilaian kinerja dan remunerasi, dan entri terakhir memberikan informasi tentang aspek keuangan yang terkait dengan transparansi dalam laporan laba rugi, neraca dan arus kas, dan laporan laba rugi penjualan.

4.1 Perencanaan, Realisasi Dan Gap Pemasaran

Dengan paparan penerapan bisnis sebagaimana yang terdapat dalam bab III, hingga bila disandingkan dengan rancangan bisnis (business plan), pada aspek pemasaran hendak ditemui perencanaan, realisasi serta gap sebagaimana tabel berikut:

| Aspek | Rencana | Realisasi | Gap |
|-------------------|--|--|---|
| Pemasaran | | | |
| A. Analisis Pasar | | | |
| Target Pasar | Target pasar yang akan dituju adalah kalangan pria yang memiliki pekerjaan atau profesi sebagai pelajar dengan beragam kesukaan atau | Target pasar yang dituju pada realisasinya bukan hanya para pria yang menyukai kegemaran di dalam bidang fashion saja. | Penambahan target yang awalnya ditujukan kepada pria yang menyukai dan tertarik pada bidang fashion saja kini |

| | | | |
|-----------------------|--|--|--|
| | kegemaran yang berhubungan dengan <i>fashion</i> | | ditambah menjadi para pria yang menginginkan dan membutuhkan sandang dengan harga yang terjangkau serta memiliki bahan yang tebal yang tebal |
| B. Strategi Pemasaran | | | |
| 1. Product | Produk yang dijual ada 9 item | Mengimplementasikan rencana produk yang akan dijual | Adanya penambahan produk dengan menerima masukan dari harapan dan keinginan pembeli |
| 2. Price | <p>Harga produk yang akan dijual senilai :</p> <p>Half-Mask Rp.50.000,-</p> <p>T-Shirt Rp.150.000,-</p> <p>Crewneck Rp.200.000,-</p> <p>Hoodie</p> | Harga yang dijual sesuai dengan harga yang sudah direncanakan. | Tidak adanya perubahan harga dari rencana hingga realisasi. Kemungkinan harga akan berubah jika ada konsumen yang membeli produk ketika sedang ada potongan harga. |

| | | | |
|--------------|--|---|---|
| | Rp.250.000,- | | |
| | Outerwear | | |
| | Rp.300.000,- | | |
| 3. Place | Menjual produk secara online dan offline. | Dalam realisasinya menjual produk secara offline dan online. | Tidak adanya perubahan rencana hingga realisasi. |
| 4. Promotion | Akan melakukan promosi melalui sosial media, dan menerapkan promosi dengan strategi marketing mix. | Dalam pelaksanaannya promosi yang dilakukan menerapkan kegiatan advertising dan personal selling. | Strategi marketing mix belum sepenuhnya dilakukan, dikarenakan brand image yang terbentuk belum mencapai kata sempurna. |

4.1.1 Analisis Pasar

A. Identifikasi Masalah

Disease Staff telah membuat analisis terpaut pasar yang hendak dituju saat sebelum melaksanakan bisnisnya. R&D melaksanakan analisis pasar di awal disebabkan analisis pasar sangat berarti buat dicoba. Perihal ini dicoba buat memudahkan dalam memastikan kepada siapa produk hendak diperuntukan, tingkatan mutu semacam apa yang diidamkan, serta buat mengenali seberapa banyak tingkatan permintaan konsumen terhadap suatu produk yang hendak dihasilkan. Dengan terdapatnya analisis pasar diharapkan produk yang ditawarkan bisa cocok dengan yang diperlukan konsumen.

Sejalan dengan bisnis yang sudah berjalan, analisis terpaut pasar yang dituju yang awal mulanya diperuntukan cuma kepada golongan laki-laki yang menggemari mode streetwear hadapi pergantian sasaran pasar. Pergantian yang terjalin ialah pada kenyataannya

sasaran yang dituju tidak cuma golongan laki-laki yang menggemari mode streetwear saja melainkan sasaran berganti jadi seluruh golongan laki-laki buat kebutuhan sandang yang terjangkau serta spesifikasi produk yang baik. Perihal ini membuktikan kalau masih kurang cermatnya dalam menangkap kesempatan pasar.

B. Landasan Teori

Mengacu pada kasus di pembahasan tadinya di mana kurang cermatnya dalam menangkap kesempatan pasar yang terdapat pada sebagian teori terpaut kesempatan pasar. Kesempatan pula masuk ke dalam salah satu teori analisis yang kerap diucap dengan analisis SWOT ialah strength (kekuatan), weakness (kelemahan), opportunity (kesempatan), serta threat (ancaman). Teori analisis SWOT terpaut kesempatan digunakan buat memandang serta mencari kemampuan yang bisa dijadikan suatu kesempatan buat bisa terus tumbuh.

David (Fred R. David, 2005:7) mengartikan kesempatan selaku suasana berarti yang menguntungkan dalam area industri. Terdapatnya suasana berarti jadi salah satu sumber kesempatan, semacam perubahan teknologi, meningkatnya ikatan antara industri dengan pembeli ataupun pemasok, serta aspek area eksternal yang lain ialah cerminan kesempatan untuk industri. Ada pula penafsiran kesempatan pasar bagi Kotler (2008), merupakan sesuatu bidang kebutuhan pembeli di mana industri bisa beroperasi secara menguntungkan. Sehingga, bisa disimpulkan kalau kesempatan ialah analisis dalam memastikan keuntungan ataupun kemampuan dengan melaksanakan studi terhadap faktor- faktor eksternal yang pengaruhi aktivitas usaha. Area eksternal di kala ini jadi kekuatan yang tidak dapat dikendalikan, hingga dari itu industri wajib bisa membiasakan diri supaya bisa terus tumbuh serta bisa mencari kesempatan sehingga menguntungkan untuk industri.

C. Pemecahan Masalah

Dengan demikian R&D melaksanakan pengamatan serta analisa pasar secara ulang. Setelah itu, R&D mengambil keputusan dengan menaikkan sasaran pasar yang hendak dituju. Bersumber pada analisa yang telah dicoba keputusan ini diambil supaya industri bisa terus tumbuh serta sanggup penuhi kebutuhan warga sehingga bisa dengan gampang menjual

produk kepada sasaran pasar. Di sisi lain keahlian energi beli sasaran pasar buat membeli produk lumayan besar.

4.1.2 Strategi Pemasaran

Ada sebagian definisi terpaat pemasaran bagi sebagian pakar, antara lain bagi Kotler serta Keller (2009) penafsiran pemasaran merupakan proses buat menghasilkan, mengomunikasikan, serta menyerahkan sesuatu nilai kepada pelanggan serta mengelola ikatan pelanggan dengan metode yang menguntungkan organisasi serta pemangku kepentingan.

Di dalam pemasaran pula ada strategi pemasaran ataupun kerap diucap dengan bauran pemasaran (marketing mix). Bauran pemasaran bagi Kotler serta Amstrong (2012), ialah seperangkat perlengkapan pemasaran di dalam industri buat menggapai tujuan industri di pasar sasaran. Bagi Kotler serta Keller (2012) bauran pemasaran terdiri dari 4P ialah product (produk), place (tempat), price (harga), serta promotion (promosi). Bila suatu usaha bisa memakai keempat bauran pemasaran tersebut dengan baik industri mempunyai keunggulan kompetitif dari pesaing. Tetapi, dalam melaksanakan bisnisnya Disease Staff mempunyai sebagian kasus ataupun terdapatnya perbedaan antara rencana serta realisasi terpaat bisnis yang dijalankan. Kasus itu terletak pada place, promotion serta saluran distribusi.

4.1.3 Product

A. Identifikasi Masalah

Disease Staff memproduksi produk dengan mutu yang baik, harga relatif murah dibanding pesaing apabila calon pembeli tidak diberi ketahui terdapatnya produk tersebut, diingatkan ataupun dibujuk buat membelinya hingga produk tersebut tidak hendak dapat laku di pasaran serta seluruh suatu yang dicoba hendak percuma saja. Konsumen sangat membutuhkan data buat memastikan keputusan sesuatu produk yang hendak mereka beli di pasaran. Keputusan yang senantiasa diharapkan oleh produsen, apakah pesan yang diinformasikan melalui desain dan bentuk sudah bisa menjangkau pasar yang sudah diharapkan ataupun belum. Apabila sudah menjangkaunya berarti mencerminkan keberhasilan produk serta sudah pasti meningkatnya tingkat permintaan konsumen.

Disease Staff mencoba merealisasikan produknya sesuai dengan permintaan pasar, dengan beberapa riset yang sudah dikembangkan dan diimplementasikan. Namun, terdapat beberapa konsumen yang kurang merasa cocok dengan produk yang sudah direalisasikan, kemudian beberapa konsumen tersebut memberikan pandangan yang baik untuk Disease Staff mengenai proses produksi produknya.

B. Landasan Teori

Produk ialah seluruh suatu yang bisa ditawarkan produsen buat dicermati, dimohon, dicari, dibeli, digunakan, ataupun disantap pasar selaku pemenuhan kebutuhan ataupun kemauan pasar yang bersangkutan. Secara konseptual produk merupakan uraian subjektif dari produsen atas suatu yang dapat ditawarkan, selaku usaha buat menggapai tujuan organisasi lewat pemenuhan kebutuhan serta kemauan konsumen, cocok dengan kompetensi serta kapasitas organisasi dan energi beli pasar (Tjiptono, 2002).

Definisi produk bagi Kotler serta Armstrong (2000) merupakan selaku berikut: Seluruh suatu yang bisa ditawarkan ke pasar buat menemukan atensi, dibeli, dipergunakan, ataupun disantap serta yang bisa memuaskan kemauan ataupun kebutuhan. Bersumber pada 2 definisi menimpa produk di atas hingga bisa disimpulkan kalau produk ialah seluruh suatu yang ditawarkan produsen kepada konsumen buat penuhi kebutuhan konsumen serta sanggup membagikan kepuasan untuk penggunaannya.

C. Pemecahan Masalah

Perihal ini sangat prefer untuk diaplikasikan ke dalam industri yang sedang berkembang dan bertumbuh, sebab sebuah aktivitas produksi ini menjadikan aspek yang sangat memengaruhi untuk keberlangsungan kualitas hidup dari sebuah industri serta selaku salah satu metode yang menunjukkan dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat yang ke lebih luas dan lebar dari masukan dan usulan yang sudah mereka berikan untuk tim ini.

Disease Staff merealisasikan beberapa item yang sudah direkomendasikan oleh beberapa customer, tim R&D melakukan riset yang lebih menekankan lagi ke dalam pemenuhan kebutuhan dari para konsumen. Kegiatan ini berencana untuk memulai tindakan yang lebih agresif lagi guna mendapatkan persaingan di pasar yang lebih tinggi, dikarenakan industri ini berfokus kepada market segment di Yogyakarta.

4.1.4 Price

A. Identifikasi Masalah

Harga ialah salah satu perihal yang sensitif dalam suatu bisnis. Biasanya, konsumen hendak menjadikan harga selaku patokan buat menyamakan Bisnis dengan kompetitor. Sehingga, berarti buat Disease Staff dalam memastikan harga yang baik, sebab harga hendak memengaruhi terhadap penjualan. Jangan hingga salah memastikan harga yang membuat konsumen jadi tidak tertarik buat membeli produk dari industri ini.

Disease Staff membentuk dan mengimplementasikan harga yang sangat sesuai dan cukup terjangkau dibandingkan beberapa kompetitor yang berada di Yogyakarta, patokan harga ini juga tidak menghancurkan harga pasar yang berada di Yogyakarta.

Beberapa customer yang datang ke media sosial kami memang tidak semuanya bisa menerima dengan harga yang sudah dipatok, namun perihal ini tidak menjadi patokan Disease Staff untuk menurunkan atau menyesuaikan harga yang sudah dipatok untuk diturunkan kembali. Dengan harapan, Disease Staff mampu untuk mengarungi beberapa segmentasi pasar yang sudah dituju dan dibentuk. Karena industri ini akan berjalan sesuai rencana dalam bagian pematokan harga tersendiri.

B. Landasan Teori

Harga merupakan perwujudan nilai sesuatu benda ataupun jasa dalam satuan duit. Harga ialah nilai yang diberikan pada apa yang dipertukarkan. Harga dapat pula berarti kekuatan membeli buat menggapai kepuasan serta khasiat. Terus menjadi besar khasiat yang dialami seorang dari produk ataupun jasa tertentu, terus menjadi besar nilai ubah dari benda ataupun jasa tersebut. Tidak hanya itu harga bisa dimaksud nilai sesuatu benda ataupun jasa

yang diukur dengan jumlah duit yang dikeluarkan oleh pembeli buat memperoleh beberapa campuran serta benda ataupun jasa berikut pelayanannya.

Bagi Kotler & Armstrong (2008: 345) harga merupakan beberapa jumlah yang ditagihkan atas sesuatu produk ataupun jasa, ataupun jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan buat mendapatkan khasiat dari mempunyai ataupun memakai sesuatu produk ataupun jasa.

C. Pemecahan Masalah

Harga merupakan nilai moneter yang wajib dibayar oleh pelanggan buat mendapatkan ataupun mempunyai produk sesuatu industri. Ini merupakan komponen penghasil pemasukan yang berarti untuk industri. Keputusan penetapan harga wajib diambil dengan sangat hati-hati, sebab ini merupakan pedang bermata dua. Bila produk Disease Staff dihargai sangat besar, produk Disease Staff bisa jadi hendak membagikan kesan bermutu besar.

Pada akhirnya Disease Staff tidak meubah patokan harga yang sudah direncanakan karena Disease Staff ingin menjangkau segmentasi pasar menengah ke atas, dengan demikian pandangan yang akan didapatkan dari brand ini merupakan pandangan yang tetap terus konsisten dan tidak merugikan beberapa customer dengan konsep pergantian harga, Disease Staff tetap menyediakan produk yang berkualitas dengan perbandingan harga yang dapat terbilang terjangkau oleh segmen pasar menengah ke atas.

4.1.5 Place

A. Identifikasi Masalah

Terpaut tempat ataupun posisi buat melaksanakan penjualan membuktikan tidak terdapatnya pergantian antara rencana dini dengan realisasinya. Di mana, dalam rencana dini mau melaksanakan penjualan produk secara online serta offline. Konsep yang telah direncanakan serta diimplementasikan dini mempunyai offline store di wilayah kota Yogyakarta serta melaksanakan penjualan secara online lewat sosial media. Dalam realisasinya regu melaksanakan penjualan produk dengan metode online ataupun offline.

R&D mengambil keputusan buat melaksanakan penjualan secara kedua perihal tersebut disebabkan buat menjangkau para konsumen lokal buat ketahui signature dari Disease Staff tertentu. Di mana, dalam suatu industri, mempunyai suatu ruang selaku sarana buat customer merupakan salah satu perihal yang harus serta wajib dimiliki oleh setiap pelaku industri teruntuk lebih gampang serta mudah dalam menggaet sebagian segmentasi pasar.

B. Landasan Teori

Tempat ataupun lokasi menjadikan bagian penting buat menolong menyuksekkan suatu usaha yang hendak didirikan. Hingga, sangat berarti melaksanakan survey terlebih dulu buat memastikan posisi usaha. Bagi Kotler serta Amstrong (2014) Tempat meliputi aktivitas industri yang membuat produk ada buat sasaran konsumen. Bisa disimpulkan kalau place ialah saluran yang digunakan buat mendistribusikan produk kepada konsumen.

Bagi Kotler (2008) Salah satu kunci mengarah berhasil merupakan posisi. Posisi diawali dengan memilah komunitas, keputusan ini sangat tergantung pada kemampuan perkembangan murah serta stabilitas, persaingan, hawa politik, serta yang yang lain. Ada sebagian aspek yang butuh dipertimbangkan dalam memastikan posisi, yang dikemukakan oleh Tjiptono (2007) antara lain adalah akses, gampang buat dilalui ataupun tidak, visibilitas yaitu posisi yang diseleksi bisa dilihat dengan jelas ataupun tidak, kemudian lalu lintas yang terpaut seberapa banyak orang yang kemudian berlalu lalang serta tempat parkir yang luas serta nyaman.

C. Pemecahan Masalah

Dalam memastikan posisi usaha jadi salah satu perihal yang sangat dipertimbangkan. Memastikan posisi yang strategis jadi salah satu aspek yang bisa menolong keberhasilan suatu usaha. Dalam perihal tempat ataupun posisi tidak terdapatnya permasalahan yang besar, seluruh cocok rencana yang telah diterapkan. Penjualan produk secara online serta offline di kala ini dirasa sangat mempunyai banyak keuntungan sebab bisa menjangkau pasar secara luas.

Mengacu pada sebagian teori yang mengulas terpaut posisi regu menyadari kalau perihal ini lumayan memiliki kesan yang baik demi perkembangan bisnis. Mengenai mendirikan suatu posisi usaha pula wajib mencermati sebagian aspek supaya usaha yang Disease Staff dirikan bisa mempunyai tempat yang strategis. Perihal ini bila dicoba sanggup tingkatan keyakinan konsumen terpaut produk yang kami jual serta bisa berakibat pada kemajuan usaha ini.

4.1.6 Promotion

A. Identifikasi Masalah

Riset Disease Staff saat sebelum melaksanakan usaha sudah membuat rencana pemasaran yang hendak dicoba buat memperkenalkan produk kepada warga. Di sisi lain aktivitas promosi dicoba supaya memengaruhi volume penjualan buat menggapai volume yang optimal. Rencana pemasaran yang direncanakan dengan memakai strategi pemasaran berbentuk marketing mix serta melaksanakan promosi secara online ataupun offline. Sehabis bisnis berjalan Disease Staff melaksanakan pemasaran guna memperkenalkan produk yang dihasilkan kepada sasaran pasar yang dituju lewat media online serta offline. Pemasaran yang telah dicoba dengan melaksanakan strategi advertising, personal selling, serta sales promotion. Aktivitas pemasaran serta hambatan yang terjalin pada Disease Staff selaku berikut:

Awal, strategi periklanan (advertising), regu melaksanakan aktivitas secara online berbentuk memperkenalkan produk lewat media sosial berbentuk instagram. Di kala ini promosi lewat instagram dicoba dengan metode melaksanakan iklan lewat instastory, instagram pula sediakan tempat buat melaksanakan promosi dengan nama fitur Instagram Ads. Hambatan lain berbentuk belum rutinnya melaksanakan promosi lewat Facebook Ads, sebab masih terkendala pada segi bayaran yang wajib dikeluarkan. Tetapi, sepanjang ini melaksanakan pemasaran dengan metode promosi lewat Instastory Instagram, Instagram Ads serta Facebook Marketplace mempunyai akibat yang baik buat memperkenalkan produk kepada warga.

Kedua, dengan strategi personal selling pada sesi ini regu Disease Staff melaksanakan promosi secara langsung lewat tatap muka. Promosi diawali dengan menawarkan produk kepada sahabat terdekat terlebih dulu, setelah itu menciptakan promosi lewat mulut ke mulut sebab menciptakan penjualan dari satu sahabat ke sahabat lain. Promosi dari mulut ke mulut ini mempunyai keuntungan sebab bisa tingkatkan keyakinan konsumen. Sepanjang ini tidak terdapat hambatan yang dirasakan lewat strategi promosi ini.

B. Landasan Teori

Promosi jadi salah satu metode dalam pemasaran yang mempunyai kedudukan berarti buat memperkenalkan suatu produk kepada warga ataupun sasaran yang hendak dituju. Berikut ada penafsiran promosi bagi sebagian pakar, antara lain penafsiran promosi bagi Kotler serta Armstrong (2014:77), mengartikan promosi selaku aktivitas yang mengomunikasikan keunggulan produk serta membujuk pelanggan untuk membeli produk. Penafsiran promosi bagi Rangkuti (2011), merupakan aktivitas penjualan serta pemasaran dalam rangka menginformasikan serta mendesak permintaan dengan metode pengaruhi konsumen supaya membeli produk ataupun jasa yang dihasilkan. Buat mengomunikasikan produk kepada konsumen ada sebagian perlengkapan promosi yang bisa dicoba yang diketahui dengan bauran promosi (promotion Mix). Bauran promosi ialah perlengkapan yang digunakan buat mengomunikasikan produk yang dihasilkan kepada konsumen.

C. Pemecahan Masalah

Pada strategi promosi Disease Staff mempunyai sebagian hambatan ataupun kasus. Pada intinya kasus yang terjalin mencangkup belum seluruhnya melaksanakan aktivitas promosi dengan baik serta masih terkendala pada segi bayaran buat melaksanakan aktivitas promosi. Buat menyikapi kasus yang terjalin di dalam team, team mengambil keputusan buat senantiasa serta berupaya melaksanakan aktivitas pemasaran dengan semaksimal bisa jadi, selaku contoh senantiasa melaksanakan aktivitas promosi di media sosial secara berkepanjangan, kerap mengadakan diskon, serta membagikan promo menarik. Perihal ini butuh buat dicoba sebab aktivitas pemasaran ini jadi aspek yang sangat memengaruhi buat

kelangsungan hidup industri serta selaku salah satu metode buat memperkenalkan produk kepada warga luas. Tetapi, dengan terkendalanya bayaran yang terdapat buat aktivitas pemasaran regu manajemen Disease Staff belum sanggup melakukan aktivitas pemasaran semacam yang telah direncanakan. Hingga industri hendak terus berupaya mengoptimalkan aktivitas pemasaran yang telah dijalankan supaya bisa mewujudkan rencana yang belum terealisasi.

Tim manajemen Disease Staff meyakini bila aktivitas pemasaran bisa sepenuhnya dijalankan dengan baik serta senantiasa berupaya berinovasi dalam melaksanakan aktivitas promosi pemasaran hendak berakibat pada kenaikan penjualan produk serta produk hendak lebih diketahui oleh warga. Perihal ini dilandasi pada teori promosi yang telah dipaparkan pada bagian tadinya. Di mana, aktivitas promosi itu sendiri selaku salah satu metode buat mendesak konsumen dalam melaksanakan pembelian produk.

4.2 Perencanaan, Realisasi Dan Gap Operasional

Industri clothing yang dijalankan oleh Disease Staff mempunyai pola penciptaan yang sama semacam industri clothing pada biasanya, ialah dengan menggambar rancangan desain serta memberikannya kepada vendor penciptaan, berikutnya dikelola jadi produk streetwear semacam t shirt, hoodie, sweatshirt, long sleeve, cap serta yang lain, serta setelah itu dipasarkan kepada konsumen.

4.2.1 Strategi Operasi

Strategi produksi operasi memainkan kedudukan berarti dalam memastikan kesuksesan industri ataupun organisasi dalam rangkaian kebijakan jangka panjang. Pengembangan strategi operasional memiliki makna dalam pemberian nilai tambah produk ataupun layanan yang diberikan industri buat pemenuhan permintaan konsumen. (Davis serta Heineke 2004), Strategi produksi dalam suatu usaha ialah perihal keterkaitan antara keputusan dalam operasional dengan strategi industri. Pelakon bisnis memikirkan keputusan operasional yang kerap kali jadi tidak tidak berubah-ubah serta bertabiat jangka pendek. Pelakon bisnis memastikan sesuatu strategi fungsional yang berpedoman pada strategi bisnis, supaya bisa menciptakan sesuatu pola yang konsisten dalam keputusan operasional di

kemudian hari. Pemilihan jenis strategi operasional dicoba regu manajemen dengan memikirkan pada strategi bisnis yang mempunyai kaitan sangat erat.

Perihal-perihal yang dipertimbangkan, ialah strategi bisnis bayaran rendah dengan keadaan pasar, hingga misi operasional hendak ditekankan pada bayaran selaku tujuan yang dominan, serta operasional hendak menekankan pada pengurangan bayaran lewat kebijakan-kebijakan semacam bayaran tenaga kerja, bahan baku, serta lain sebagainya. Strategi bisnis inovasi produk serta pengenalan produk baru dipergunakan buat meningkatkan pasar di mana keunggulan bisa diraih dengan membuat produk baru yang pas serta pada waktu yang pas.

Dengan paparan penerapan bisnis sebagaimana yang terdapat dalam bab III, hingga bila disandingkan dengan rancangan bisnis (business plan), pada aspek operasional hendak ditemui perencanaan, realisasi serta gap sebagaimana tabel berikut:

| Aspek | Rencana | Realisasi | Gap |
|-------------------------------------|---|---|--|
| Operasional | | | |
| 1. Vendor (Input) | Vendor Inkside Sablon yang telah dipercaya dan tidak diragukan lagi kualitasnya. | Stock bahan baku yang berada di Vendor Inkside Sablon sangat sesuai dengan apa yang telah direncanakan oleh tim creative Disease Staff. | Tidak adanya perubahan rencana hingga realisasi. |
| 2. Research & Development (Process) | Disease Staff merancang dan mendesain produk yang sesuai permintaan pasar dibarengi dengan mengedepankan konsep dari Streetwear dan Street Culture. | Implementasi dari tim R&D berjalan dengan baik dan sama dilanjutkan dengan memproduksi sekiranya ada t-shirt dan hoodie serta crewneck. | Terdapat beberapa perubahan dari perancangan desain yang didasari dari produk outerwear. |

| | | | |
|--------------------|--|---|--|
| 3. Produk (Output) | Produk dibuat dengan model yang sudah tim ditentukan dengan mengikuti tren saat ini agar memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan. | Terdapat beberapa pelanggan yang mempunyai keinginan produk dengan desain tertentu. | Meriset produk dan memodifikasi desain dengan spesifikasi yang disarankan pelanggan terhadap produk Disease Staff. |
|--------------------|--|---|--|

4.2.2 Vendor (Input)

A. Identifikasi Masalah

Dalam input produknya, Disease Staf serta Inkside Sablon mengimplementasikan dan memakai tipe kain cotton combed serta polyester selaku bahan baku utama serta printing sablon plastisol selaku penunjang produk dari Disease Staff. Bahan baku berbentuk cotton serta sablon dari produk Disease Staff secara langsung bekerja sama dengan Inkside Sablon yang berlokasi pada Pakisaji, Candibinangun, Pakem, Sleman Regency, Special Region of Yogyakarta 55582, salah satu vendor baju terbaik serta memiliki mutu yang baik serta istimewa, Disease Staff berkolaborasi dengan Inkside Sablon semenjak 2016 sampai saat ini, vendor yang memiliki tingkatan customer service yang baik serta hasil jadi yang optimal dan bermutu.

Disease Staff dalam membuat produknya selalu mengutamakan tingkat dari supply and demand, dengan memberatkan sisi demand yang akan terus meningkat seiring berjalannya waktu, maka tim R&D memberlakukan sistem membatasi supply, dengan artian di mana tingkat supply yang sedikit dan demand yang cukup tinggi, maka hal tersebut membuat nilai serta value suatu industri akan meningkat dengan cepat, ditambah produk Disease Staff memberlakukan produksi dengan mengenali aspek pasar dan segmentasi pasar menengah ke atas dibarengi dengan proses implementasi desain yang terarah sesuai permintaan pasar.

B. Landasan Teori

Sebagaiman Bahan Pembuatan adalah bahan yang dibeli oleh industri untuk diolah menjadi produk setengah jadi dan akhirnya menjadi produk jadi dari industri (Lukman

Syamsuddin, 2001: 281). Bahan dari Pembuatan secara langsung mempengaruhi proses penciptaan, karena bahan Pembuatan merupakan bagian dalam pembuatan atau produksi suatu produk. Artinya, jika pasokan dan permintaan bahan baku mudah, proses pembuatannya juga akan mudah.. Proses penciptaan tidak berjalan dengan mudah bila bahan baku yang diperlukan tidak ada ataupun hadapi kelangkaan. Kebalikannya proses penciptaan hendak berjalan dengan mudah apabila ketersediaan bahan baku yang hendak diolah dalam penciptaan ada serta tidak hadapi kelangkaan. Oleh sebab itu penyediaan bahan baku (investasi dalam bahan baku) sangat berarti buat dicoba suatu industri demi kelancaran bisnisnya.

C. Pemecahan Masalah

Dalam penunji kebutuhan stok katalog postingan tiap bulannya, Disease Staff tidak menciptakan hambatan sama sekali hingga waktu saat ini ini. Produk yang dibuat rata-rata menghasilkan serta merilis 2 hingga 3 item di tiap bulannya, dengan mengedepankan inovasi serta mutu produk itu sendiri (berbentuk desain serta upgrading bahan), Disease Staff pula menghalangi kuantitas di tiap produksinya, yang lebih mengutamakan kesan limited stock yang memiliki watak berkelas buat memengaruhi pasar dengan lebih dapat dikendalikan.

4.2.3 Research & Development (Process)

A. Identifikasi Masalah

Research and development merupakan salah satu bagian sangat berarti dalam pembuatan produk ataupun jasa baru dari suatu industri. Kala mau unggul dari kompetitor serta wajib senantiasa terdapat gebrakan baru, supaya industri ataupun bisnis kecil yang dijalankan senantiasa satu langkah di depan kompetitor. R&D berisikan rangkaian proses studi serta pengembangan produk ataupun layanan yang mau terbuat. Tujuan utamanya merupakan supaya industri bisa meluncurkan produk ataupun jasa yang otentik secara maksimal. Perihal ini butuh dicoba buat mengenali kompetisi, tren apa yang lagi digemari, serta apakah terdapat industri ataupun bisnis lain yang sempat menghasilkan produk seragam.

Jangan hingga seketika desain yang terbuat sama persis dengan apa yang telah dipatenkan, kemudian industri dituntut cuma sebab tidak melaksanakan studi terlebih dulu.

Dalam proses ini Disease Staff menjalankan dan mengimplementasikan perencanaan yang akan membawakan dan mengemban tema konsep streetwear atau streetwear dengan dibarengi dengan budaya dari pakaian streetwear itu sendiri, terdapat beberapa item produk yang tidak seragam dengan apa yang sudah direncanakan. Karena beberapa item ini termasuk ke kriteria target pasar namun tidak masuk ke kriteria fashion street culture.

B. Landasan Teori

Riset serta Pengembangan ataupun Research and Development(R&D) merupakan sesuatu proses ataupun langkah-langkah buat mengembangkan sesuatu produk baru ataupun menyempurnakan produk yang sudah terdapat, yang bisa dipertanggungjawabkan (Sukmadinata, 2005:164). Secara simpel R&D bisa didefinisikan selaku tata cara riset yang secara terencana, sistematis, bertujuan buat mencari menemukan atau merumuskan, membetulkan, meningkatkan, menciptakan, menguji keefektifan produk, model, tata cara/strategi/metode, jasa, prosedur tertentu yang lebih unggul, baru, efisien, produktif, serta bermakna (Putra, 2011).

R&D memanglah ditunjukkan buat mencari temuan ke baruan serta keunggulan dalam rangka daya guna, efisiensi, serta produktivitas. Oleh sebab itu, R&D senantiasa dengan tegas dibedakan dari riset murni/bawah meski pasti saja tidak bisa dipisahkan dari riset murni. Apalagi kerap kali R&D didasarkan pada riset murni (Putra, 2011). Sehingga bisa dimaksud riset serta pengembangan merupakan sesuatu proses yang dipakai buat meningkatkan sesuatu produk baru berbentuk bahan ajar serta dapat dipertanggungjawabkan.

C. Pemecahan Masalah

Implementasi yang dilakukan adalah dengan cara mengubah konsep dari produk itu sendiri, dengan cara menggabungkan konsep casual (outerwear) dengan konsep street culture (desain). Penerapan ini jarang sekali terjadi di kalangan brand-brand, namun dengan strategi

ini Disease Staff mampu mengubah dan membentuk target pasar yang baru, dengan contoh outerwear yang sudah dicetak ini diberikan konsep desain printing yang berkonsep streetwear.

Bahan-bahan dari outerwear yang berupa cotton knit dan menggabungkan penerapan printing dengan proses bordir ke dalam produk tersebut membuat kesan yang berbeda dan jarang sekali untuk ditemukan. Strategi ini mengacu ke dalam pencarian dan pengembangan produk baru yang akan menjadi capaian di dalam bisnis clothing ini.

4.2.4 Produk (Output)

A. Identifikasi Masalah

Disease Staff memublikasikan sebagian model mode streetwear yang telah ditentukan, dengan menjajaki tren di kala ini supaya dapatenuhi kebutuhan penyuka serta pelanggan.

Produk yang disajikan Disease Staff terkadang kurang jadi selera pelanggan. Pelanggan menuntut buat model yang jadi selera mereka dengan spesifikasi tertentu. Banyak pelanggan yang memilah dengan model yang sudah disajikan namun dengan desain serta bahan tertentu.

B. Landasan Teori

Produk ialah benda ataupun jasa yang dihasilkan oleh industri dengan tujuan dapat ditawarkan ke pasar buat jadi bahan mengonsumsi. produk benda umumnya bahan baku mentah yang di penciptaan biar langsung dapat mengonsumsi oleh public.

Definisi produk bagi Kotler and Armstrong (2000) merupakan selaku berikut: Seluruh suatu yang bisa ditawarkan ke pasar buat menemukan atensi, dibeli, dipergunakan, ataupun disantap serta yang bisa memuaskan kemauan ataupun kebutuhan.

C. Pemecahan Masalah

Berbagai model yang disajikan bagi tren di kala ini tidak jadi jaminan buat produk kita diminati pelanggan. Pelanggan menuntut buat menghasilkan produk dengan selera tertentu.

Disease Staff langsung menjawab dengan kilat permintaan pelanggan tersebut. Sebab kepuasan pelanggan jadi kunci berhasil pada bisnis ini. Ini dijalani supaya Disease Staff menemukan keyakinan terhadap pelanggan, serta besok hendak kembali lagi mengenakan produk yang dihasilkan Disease Staff.

Pelanggan yang memohon buat dibuatkan cermin rias semacam selera mereka hendak langsung ditanggapi serta diarahkan supaya menemukan hasil yang lebih optimal. Meski proses pembuatan semacam yang diidamkan oleh pelanggan tentu membutuhkan waktu yang lebih lama serta lebih rumit buat pembuatannya.

Produk dihasilkan tidak sekedar supaya bisa diperjual belikan buat memperoleh duit saja. Produk dihasilkan supaya memperoleh kepuasan dari pelanggan serta tidak mengecewakan pelanggan atas apa saja yang sudah dikonsumsi.

Bagi Kotler (2002) kepuasan pelanggan merupakan perasaan bahagia ataupun kecewa seorang yang timbul sehabis menyamakan antara anggapan ataupun kesannya terhadap kinerja terletak di dasar harapan, pelanggan tidak puas. Tetapi, bila kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas serta bahagia.

4.3 Perencanaan, Realisasi Dan Gap Sumber Daya Manusia

Dengan paparan penerapan bisnis sebagaimana yang terdapat dalam bab III, hingga bila disandingkan dengan rancangan bisnis (business plan), pada aspek sumber daya manusia hendak ditemui perencanaan, realisasi serta gap sebagaimana tabel berikut:

| Aspek | Perencanaan | Realisasi | Gap |
|----------------------------|-------------|--------------------------------------|-----|
| Sumber Daya Manusia | | | |
| A. Proses Rekrutmen | | Melakukan perekrutan dengan menambah | |

| | | | |
|----------------------|---|---|--|
| B. Penilaian Kinerja | Merekrut karyawan yang memiliki pengetahuan khusus. Disease Staff mempraktikkan sistem evaluasi kinerja dengan tata cara esai ataupun essay method dengan karyawannya. | kriteria perusahaan yaitu memiliki pengetahuan basic microsoft office. Sistem penilaian kinerja ditinjau secara berkala setiap minggu dengan mencatat peristiwa penting yang mempengaruhi bisnis yang menguntungkan atau merugikan bisnis. | Tidak adanya perubahan rencana hingga realisasi. Tidak adanya perubahan rencana hingga realisasi. |
| C. Sistem Kompensasi | Memberikan kompensasi sesuai dengan pendapatan dari business Disease Staf yang sudah disetujui antara kedua belah pihak | Kompensasi yang diberikan sesuai dengan kinerja dan aturan kerja yang fleksibel | Tidak adanya perubahan rencana hingga realisasi. |

4.3.1 Perekrutan (Landasan Teori, Implementasi)

A. Landasan Teori

Menurut Simamora (2004), seleksi adalah proses pemilihan dari sekelompok pelamar yang paling memenuhi kriteria seleksi untuk posisi yang dibutuhkan di suatu perusahaan. Di sisi lain, Teguhu (2009) menggambarkan seleksi sebagai proses yang terdiri dari berbagai langkah tertentu dalam sekelompok kandidat yang memenuhi persyaratan untuk posisi tertentu dan paling cocok. Pada dasarnya, proses seleksi adalah serangkaian langkah khusus yang digunakan untuk memutuskan kandidat mana yang akan diterima. Proses ini dimulai ketika pelamar melamar pekerjaan dan diakhiri dengan keputusan penerimaan.

B. Implementasi

Berdasar atas proses rekrutmen departemen Disease Staff menggunakan proses untuk mengunjungi calon karyawan dan membimbing mereka melalui lowongan pekerjaan. Disease Staff menemukan karyawan melalui jejaring sosial Internet Facebook, SNS, Instagram. Setelah itu, Disease Staff memperoleh persetujuan tertulis untuk melakukan tugas dan mengusulkan pekerjaan dan kerjasama. Disease Staff memberi 3 hari untuk mengkonfirmasi pekerjaan melalui email atau Whatsapp..

Ketika pemangku kepentingan menyetujui tawaran dan kerja sama Disease Staff, ada masa percobaan satu bulan untuk melihat dan mengevaluasi pekerjaan dan kinerja. Namun, jika para pihak tidak setuju, staf medis akan menghormati keputusan tersebut dan mencari calon pekerja lain..

Setelah masa percobaan berakhir, Disease Staff ingin mempertimbangkan dan mengevaluasi kinerja dan efektivitas karyawan masa depan. Jika dia memenuhi kriteria Disease Staff selama masa percobaan, maka akan segera dipromosikan menjadi karyawan tetap. Namun, jika staf cadangan tidak memenuhi standar Disease Staff, koreksi diberikan satu bulan lagi untuk karyawan. Disease Staff hendak memberitahu pada pihak calon pekerja buat tidak dapat melanjutkan kerja sama serta hendak mencari calon pekerja lain.

4.3.2 Penilaian Kinerja (Landasan Teori, Implementasi)

A. Landasan Teori

Menurut Latham dan Weley dalam Mondy,W. dan Noe, R.M. (2005), penilaian kinerja adalah seperangkat interaksi formal yang terstruktur antara bawahan dan atasan, biasanya dalam bentuk wawancara periodik, di mana kinerja bawahan ditinjau dan dibahas, dengan penekanan pada identifikasi kelemahan dan kekuatan serta sebagai peluang untuk perbaikan kinerja dan pengembangan keterampilan.

B. Implementasi

Disease Staff menerapkan sistem penilaian kinerja bagi karyawannya dengan menggunakan metode esai atau form. Metode esai adalah proses evaluasi kinerja di mana evaluator menulis deskripsi singkat tentang pekerjaan karyawan..

Sistem penilaian kinerja ditinjau setiap minggu, mencatat dampak bisnis yang signifikan yang mungkin atau mungkin tidak bermanfaat bagi bisnis. Oleh karena itu apabila ada pegawai yang melakukan kesalahan yang dapat merusak pekerjaannya, maka manajer dapat segera memberikan teguran, dan apabila pegawai tersebut terus melakukan kesalahan maka atasan akan segera mengambil tindakan drastis berupa pemutusan hubungan kerja. kontrak untuk karyawan. Pada saat yang sama, jika ada karyawan yang melakukan pekerjaan pada hari ini, atasan membayar kompensasi saat menerima kompensasi bulanan..

4.3.3 Kompensasi (Landasan Teori, Implementasi)

A. Landasan Teori

Menurut Hani Handoko (2003:155), kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima para karyawan sebagai balas jasa untuk kerja mereka. Upah atau gaji pokok adalah pembayaran yang diterima karyawan secara bulanan, mingguan, atau setiap jam sebagai hasil dari pekerjaan mereka secara Insentif.

B. Implementasi

Ada dua jenis sistem pembayaran yang diterapkan oleh Disease Staff diantaranya pembayaran moneter langsung dan pembayaran non-moneter. Skema kompensasi moneter langsung yang diadopsi oleh Disease Staff adalah dalam bentuk uang, atau gaji. Skema kompensasi nonmoneter yang diterapkan oleh Disease Staff hadir dalam bentuk penghargaan atas prestasi berupa pakaian dan liburan..

Sistem kompensasi adalah salah satu yang paling penting bagi personel Disease Staff, dan karyawan merasa diperhatikan, dihargai, dan betah di tempat kerja. Oleh karena itu, staf epidemi menetapkan jumlah kompensasi sebagai berikut:

1. Pemilik Utama

Sistem penghargaan yang diterima pemilik dari Disease Staff dikatakan menerima 20 persen dari total pendapatan bersih.

2. Departmen Marketing

Sistem penghargaan yang diterima pemasaran dari Disease Staff dikatakan 20 persen dari total laba bersih setelah dikurangi laba ditahan.

3. Departmen Operation

Sistem penghargaan yang diterima Operasi dari Disease Staff berkisar 20 persen dari total surplus setelah dikurangi laba ditahan.

4. Departmen Resource

Sistem penghargaan yang diterima SDM dari Disease Staff berkisar 20 persen dari total laba bersih setelah dikurangi laba ditahan.

5. Departmen Finance

Sistem penghargaan yang diterima oleh keuangan dari Disease Staff mencapai 20 persen dari total laba bersih setelah dikurangi laba ditahan..

4.4 Perencanaan, Realisasi Dan Gap Keuangan

Dengan paparan penerapan bisnis sebagaimana yang terdapat dalam bab III, hingga bila disandingkan dengan rancangan bisnis (business plan), pada aspek keuangan hendak ditemui perencanaan, realisasi serta gap sebagaimana tabel berikut:

| Aspek | Perencanaan | Realisasi | Gap |
|-----------------------|---|--|--|
| Aspek Keuangan | | | |
| A. Anggaran Dana | Membuat pengadaan anggaran untuk proses produksi dan finishing. | Keseluruhan harga sesuai anggaran antara biaya produksi di vendor dan yang telah direncanakan. | Tidak adanya perubahan rencana hingga realisasi. |
| B. Retur Penjualan | Tidak ada rencana. | Owner bisnis melakukan tambahan dana untuk menutupi adanya retur penjualan. | Owner bisnis tidak menyiapkan dana lebih untuk retur penjualan sehingga bisa merugikan owner bisnis. |
| C. Kinerja Keuangan | | | |
| Isu Laba Rugi | Disease berupaya untuk bertumbuh dan | Disease Staff pada variabel yang meliputi Penjualan hadapi | |

| | | | |
|----------------------------|--|---|---|
| <p>Isu Neraca</p> | <p>berkembang dalam aspek keuangan, dengan berpacu pada penjualan yang akan terus diguncang agar terus sejajar dengan target pasar.</p> <p>Selalu bertumbuh untuk setiap bulan pada laporan harus terus mengalami inflasi yang selalu bertumbuh dan berkembang dalam aspek keuangan, dengan berpacu pada penjualan yang akan terus diguncang agar terus sejajar dengan target pasar yang nantinya dapat menjadi patokan dalam patokan aset, kewajiban serta ekuitas.</p> | <p>kenaikan di setiap bulannya menjajaki tiap perkembangan penjualan ini bersumber pada tata cara perbandingan pada bulan tadinya.</p> <p>Disease Staff sudah memperoleh atensi dari pelanggan loyal yang membagikan saran baik sehingga Disease Staff bisa mempertahankan aspek berikut yang ke depannya dengan mengimbangi inovasi produk yang bisa dibesarkan lebih perinci lagi hingga persaingan pasar yang mulai banyak serta kerap meniru inovasi Disease Staff sangat sedikit mungkin industri ini hadapi penyusutan.</p> | <p>Tidak adanya perubahan rencana hingga realisasi.</p> <p>Tidak adanya perubahan rencana hingga realisasi.</p> |
| <p>Isu Arus Kas</p> | <p>Cash flow yang diharapkan dan direncanakan adalah sebagaimana perincian yang menunjukkan jumlah pemasukan dan pengeluaran dalam suatu periode tertentu agar tetap terus bertumbuh dan berkembang pada setiap bulan, walaupun sedikit namun yang namanya bertambah</p> | <p>Laporan Arus Kas Disease Staff dikenal jumlah kas pada bulan juni serta mengacu pada tabel aliran kas tahunan di atas, tingkatan pengembalian internal yang didapat ialah sebesar Rp.750.000,-. Nominal ini lebih besar dari tingkatan pengembalian yang diidamkan.</p> | <p>Tidak adanya perubahan rencana hingga realisasi.</p> |

| | | | |
|--|---|--|--|
| | pasti tetap bertambah dan lama-lama juga akan terasa untuk kebaikan dari bisnis clothing ini. | | |
|--|---|--|--|

4.4.1 Kinerja Keuangan

4.4.1.1 Isu Laba Rugi

A. Implementasi

**Disease Staff
Laporan Laba Rugi
Periode Juni 2021**

| | | | |
|-----------------------------------|---------|-----------|-------------|
| Pendapatan | | | |
| Perdagangan | | 5.520.000 | |
| Potongan Penjualan | 720.000 | 720.000 | |
| Pengeluaran Bersih | | | 4.800.000 |
| Harga dari Pokok Penjualan | | | (2.880.000) |
| Laba Kotor | | | 1.920.000 |
| Beban Operasional | | | |
| Beban Pengeluaran | | | |
| Beban Administrasi | | | |
| Beban packing | 80.000 | | |
| Total Beban Pengeluaran | | 80.000 | |
| Beban dari Administrasi | | | |
| Biaya Kuota Wi-Fi | 50.000 | | |
| Beban <i>Bensin</i> | 50.000 | | |
| Total Beban dari Administrasi | | 100.000 | |
| Jumlah Beban Operasional | | | (180.000) |

| | | | |
|--|--|--|-----------|
| Laba Bersih untuk Operasional | | | 1.740.000 |
| Pemasukan & Beban Non Operasi | | | |
| Pendapatan serta Beban Lainnya | | | |
| Total Laba Bersih | | | 1.740.000 |

Pada tabel laba rugi pada bulan juni, Disease Staff pada variabel yang meliputi Penjualan hadapi kenaikan di setiap bulannya menjajaki tiap perkembangan penjualan ini bersumber pada tata cara perbandingan pada bulan tadinya.

4.4.1.2 Isu Neraca

A. Implementasi

Disease Staff Laporan Neraca Periode Juni 2021

| | |
|------------------------|-----------|
| Aktiva | |
| Aktiva Lancar | 4.000.000 |
| Kas | 1.000.000 |
| Aset Tetap | |
| | |
| Total Aset | 5.000.000 |
| | |
| Utang dan Modal | |
| Utang | |
| Utang Usaha | |
| Modal | |

| | |
|------------------------------|------------------|
| Modal Disetor | 5.000.000 |
| Laba Ditahan | 1.110.000 |
| Total Utang dan Modal | 6.110.000 |

Bersumber pada tabel neraca di atas, variabel pada tiap bulannya berbeda disebabkan keadaan industri yang dihadapi peningkatan di dalam penjualannya. Pada bulan awal serta kedua hadapi kenaikan yang mengacu dari bulan- bulan tadinya yang diasumsikan kalau branding pada Disease Staff telah baik sehingga meningkatkan pelanggan yang loyal.

Disease Staff sudah memperoleh atensi dari pelanggan loyal yang membagikan saran baik sehingga Disease Staff bisa mempertahankan aspek berikut yang ke depannya dengan mengimbangi inovasi produk yang bisa dibesarkan lebih perinci lagi hingga persaingan pasar yang mulai banyak serta kerap meniru inovasi Disease Staff sangat sedikit mungkin industri ini hadapi penyusutan.

4.4.1.3 Isu Arus Kas

A. Implementasi

**Disease Staff
Laporan Arus Kas
Periode Juni 2021**

| | |
|-------------------------|-------------|
| Aktiva Operasi | |
| Kas dari pembeli | 2.000.000 |
| Payment dari beban | (1.110.000) |
| Kas aktiva operasional | (890.000) |
| Aktiva Investasi | |
| Pembelian untuk Aktiva | |
| Penjualan untuk Aktiva | |

| | |
|--------------------------------------|-----------|
| Aktiva investasi | |
| Aktiva Pendanaan | |
| Pemasukan untuk Pemilik | |
| Penarikan Dana oleh Pemilik | |
| Kas digunakan untuk aktiva pendanaan | |
| PEMASUKAN AWAL PERIODE | 1.400.000 |
| PEMASUKAN AKHIR PERIODE | 750.000 |

Dari Laporan Arus Kas Disease Staff dikenal jumlah kas pada bulan juni serta mengacu pada tabel aliran kas tahunan di atas, tingkatan pengembalian internal yang didapat ialah sebesar Rp.750.000,-. Nominal ini lebih besar dari tingkatan pengembalian yang diidamkan. Sehingga proyek Disease Staff bisa diterima.

4.4.2 Laporan Retur Penjualan

A. Identifikasi Masalah

Pada masa awal saat membuat rancangan bisnis, pelaku bisnis tidak mempersiapkan merancang sistem serta dokumen buat transaksi retur penjualan yang akan direalisasikan. Dengan merancang sistem yang sediakan laporan menimpa komplain oleh pelanggan sampai ada retur penjualan.

Sepanjang aktivitas bisnis berlangsung, pelaku bisnis tidak melakukan sebagian kali penilaian sehingga menciptakan minimnya kontrol mutu terhadap kinerja yang memengaruhi terhadap aktivitas penjualan Disease Staff, paling utama yaitu buat memperhitungkan ketepatan waktu penciptaan produk, serta mutu benda yang dijual.

B. Landasan Teori

Retur ataupun pengembalian penjualan bagi Soemarso (2009: 41), Retur penjualan merupakan benda dagang yang dijual bisa jadi dikembalikan oleh pelanggan sebab kehancuran ataupun alasan-alasan lain, pelanggan diberikan potongan harga (sales

allowance). Serta bagi Mulyadi (2008: 226) Transaksi retur penjualan terjalin kala bila industri menerima pengembalian produk dari pelanggan.

Bagi penafsiran di atas bisa disimpulkan kalau retur penjualan merupakan pembatalan ataupun pengembalian produk yang dicoba oleh pelanggan sebab produk tersebut hadapi kehancuran, cacat ataupun perihal yang lain sehingga menyebabkan pembeli menerima sesuatu penggantian produk ataupun pengurangan harga. Terbentuknya retur penjualan disebabkan terdapatnya pesanan yang tidak cocok rusak ataupun cacat kala hingga ke pelanggan. Sehingga produk pesanan dikembalikan ke usaha.

C. Pemecahan Masalah

Perihal melaksanakan bisnis manufaktur yang dikerjakan oleh manusia telah normal apabila terjalin kehancuran yang tidak disengaja maupun kesalahan pada pengantaran produk ke posisi penerima. Sehabis terdapatnya pengembalian produk, pelakon bisnis melaksanakan penilaian serta pengecekan terhadap para pemegang kendali perusahaan. Kala ada pengembalian produk, hingga produk tersebut hendak ditaruh selaku benda ON THE STOCK. Namun rupiah yang dikembalikan kepada pelanggan hanya sekitar 60% sampai dengan 70% sehingga pembuat bisnis tidak rugi serta produk tersebut dapat dijual dan direvisi.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Teruntuk bagian Bab V, bahwasannya yang mendasari atas kesimpulan dan saran dari evaluasi yang menguraikan mengenai penerapan bisnis secara universal, dasar dari penerapan dan pengimplementasian untuk aspek fungsional serta penyelesaian permasalahan yang sedang dialami sebagaimana sudah dijabarkan dan diuraikan pada Bab IV. Untuk itu, bagian ini berisi anjuran kepada mahasiswa yang hendak berkecimpung di bidang usaha yang sama halnya dengan yang sudah ditekuni.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari apa yang sudah dilakukan dan dicapai untuk memulai serangkaian analisis serta beberapa poin mengenai strategi pemecahan masalah tentang minimnya *Brand Image* dari brand Disease Staff dan kurangnya jangkauan *insight* serta jangkauan pelanggan baru di sosial media dan toko *offline* yang akan segera pada tahap *finishing*, dapat diberikan dan dipaparkan sebagaimana kesimpulan berikut :

1. Penerapan dari strategi *market follower* dapat diterapkan dengan modal awal yang tidak terlalu berlebih ataupun banyak namun mendapati dampak yang terbilang besar nan tinggi bagi *Brand Image* pada penerapan suatu merek.
2. Strategi *copy the trend* yang sedang laku di pasar memiliki pengaruh serta kinerja yang cukup mumpuni dalam penerapan pemasaran *online*, diteruskan dengan strategi komunikasi intensif dengan beberapa market leader dengan membuat kerja sama yang saling menguntungkan guna merombak secara besar pasar yang berada di ruang lingkup jangkauan kota Yogyakarta.
3. Penerapan penjualan *wholesale* serta *direct selling* yang terbilang unik serta beda dari toko *thrifting* lain menjadi titik point terpenting ketika pelanggan datang untuk membeli suatu produk di toko *offline*.
4. Memberikan penawaran atau *offers* melalui empat mata dengan konsumen yang datang untuk melakukan pembelian merupakan strategi yang sangat efektif dan mendapati perspektif dari konsumen bahwasannya Disease Staff & Friends selalu memberikan kejutan di setiap transaksinya.

5. Beberapa strategi pemecahan masalah yang dilakukan oleh Disease Staff & Friends menghasilkan perputaran penjualan yang sangat menguntungkan, bahwasannya strategi ini mampu memberikan pengaruh besar terhadap market atau pasar yang berada di Yogyakarta, dengan melibatkan market leader di dalamnya, Disease Staff mampu menjalankan strategi untuk meningkatkan *brand image*-nya dengan lancar bersama dengan penjualan di setiap perilisannya.
6. Penerapan strategi Disease Staff & Friends ini mampu membalikkan modal awal dengan cepat sehingga mampu menutup beban utang yang dialami oleh Disease Staff.
7. Guna memecahkan permasalahan yang sudah ada di dalam internal Disease Staff, strategi ini akan terus berlaku dan berkembang untuk kurang lebih membutuhkan jangkauan waktu antara 4 sampai 6 bulan ke depan sehingga pemulihan produk original Disease Staff akan diproduksi kembali dengan aspek dan target pasar yang sudah ada di dalam Disease Staff & Friends.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil rancangan dan implementasi strategi serta beberapa kesimpulan dalam paparan serta cakupan diatas, maka saran serta rekomendasi dari evaluasi kami bagi calon pengusaha yang akan terjun langsung dalam brand clothing khususnya bisnis street fashion adalah sebagai berikut :

1. Awal dari segalanya, calon wirausahawan harus proaktif menerapkan dan mempelajari pertumbuhan dan perkembangan tren clothing, gaya, dan trendi yang terus-menerus terjadi di pasar tujuan.
2. Bagi kandidat yang memasuki dunia bisnis juga didorong untuk memetakan Value Proposition Canvas dan Business Model Canvas untuk menentukan segmentasi pasar dan model bisnis untuk diterapkan dan memberikan pemetaan desain berikut. Hubungan antar segmen pelanggan yang memiliki proposisi nilai yang harus diperhatikan.
3. Para kandidat wirausahawan harus bisa menggambarkan serta mengilustrasikan gambaran berupa target dan tujuan mengenai perkembangan bisnisnya dalam jangka waktu 3 bulan sampai 3 tahun ke depan.

4. Sebelum memulai serta men *take over* bisnis, para kandidat wirausahawan harus menerapkan dan membagi anggaran jumlah modal sesuai aspek-aspek serta poin-poin dari manajemen secara tepat sasaran, diharapkan nantinya bisnis akan berjalan sesuai target dengan efektif dan efisien.
5. Dalam konteks Resource, para kandidat wajib dapat menentukan dan mengimplementasikan apa saja kualifikasi serta deskripsi job desk SDM dengan cocok supaya dari implementasi bisnis dapat bekerja sesuai ekspektasi.
6. Hal ini lebih baik jika calon pengusaha bekerja dengan pihak kedua atau pemasok, dan dalam praktiknya calon pengusaha harus dapat mengajukan dan menyampaikan perjanjian kontrak yang sah yang disetujui secara hukum oleh kedua belah pihak untuk mencegah pekerjaan yang tidak diinginkan dan berpotensi merugikan.
7. Dalam hal penerapan tantangan pemasaran, calon wirausahawan harus dapat mengidentifikasi rencana dan strategi pemasaran untuk meningkatkan citra merek dan pemahaman mereka tentang media sosial dan toko fisik..
8. Dalam pemasaran, tidak hanya memakai fitur gratis di platform media sosial, namun calon wirausahawan perlu menggunakan dan mengaktifkan fitur iklan atau advertensi berbayar di platform media sosial untuk menjangkau pelanggan dan informasi yang lebih luas dan tertarget.

DAFTAR PUSTAKA

- Jay, Heizer. Barry, Render. (2004). *Operations Management. Seventh edition*. Prentice Hall
New Jersey.
- Chaudhuri, A. and Holbrook, M.B. 2001, "The chain of effects from brand trust and brand
affect to brand performance: the role of brand loyalty", *Journal of Marketing*, Vol. 65
No. 2, pp. 81- 93.
- David, Fred R. 2005. *Manajemen Strategis : Konsep. Edisi Sepuluh*. Jakarta : Salemba Empat
- David, F. R. (2006), *Strategic Management*, New Jersey: Prentice Hall.
- David, F. R. (2011), *Strategic Management Concept and Cases*, England: Pearson Education
Limited.
- Davis, Heineke. (2005). *Operation Management Intergrating Manufacturing And Service ,
Five Edition*.
- Eicher, J. (2001), *Fashion of Dress. In C. Newman (Ed.), National Geographic Fashion* (pp.
17-23), Washington D.C.: National Geographic Society.
- Erdem, T. and Swait, J. 2004. "Brand credibility, brand consideration, and choice." *Journal
of Consumer Research*, Vol. 31 No. 1 pp. 191-8.
- Featherstone, M. (2001), *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*, Bandung: Pustaka Pelajar.
- Gammahendra, F., Hamid, D., & Riza, M. F. (2014), Pengaruh Struktur Organisasi terhadap
Efektivitas Organisasi, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 7(2): 1–10.

- Gay, P. d., Hall, S., Janes, L., Mackay, H., & Negus, K. (1997), *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman (Culture, Media and Identities series)*, London: Sage Publications.
- Handoko, T. Hani. (1994), *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*, Edisi I, Yogyakarta: BPFE.
- Handoko, T. Hani. (2001), *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: BPFE.
- Handoko, T. Hani. (2003), *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: BPFE.
- Hasibuan, Malayu. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Kessler, R. 2011. *Competency Based Performance Reviews Evaluasi Kinerja Karyawan untuk Mencapai Sasaran Strategi Organisasi*. Jakarta: PPM.
- Kotler, Amstrong. 2000. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Kotler dan Amstrong, Yudhi. 2008, “Kualiatas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio”, *Jurnal EMBA*. Vol. 1, No. 3, Juni
- Kotler dan Keller. (2008), *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Keller. (2009), *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 1997, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler, philip dan Gery Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1.

Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Gery Armstrong. (2014). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 14. Jakarta: Erlangga.

Lamb. (2009). Essentials of marketing (6th ed). Mason, US: South-Western Cengage Learning

Leisching, Alexander, Geigenmuller, Anja, dan Enke Margit. 2012. "Brands You Can Rely On! An empirical investigation of brand credibility in services, Schmalencach Business Review,," pp. 44-58.

Lin, Nang-Hong, Bih-Shya Lin. 2007. The Effect of Brand Image and product Knowledge on Purchase Intention Moderated by price Discount. Journal of International Management Studies. Vol. August

Mondy, W. dan Noe, R.M. (2005). Human Resource Management (9th Edition). New Jersey : Pearson Prentice Hall.

Mulyadi.2008. Sistem Akuntansi. Jakarta: Salemba Empat.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2001). Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers: Wiley.

Palan. 2007. Competency Management Teknik Mengimplementasikan Manajemen SDM Berbasis Kompetensi Untuk Meningkatkan Daya Saing Organisasi. Jakarta: PPM.

Philip Kotler, 2002, Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta

Putra. (2011). Metode Research and Development. Hal. 67.

Rangkuti, Fredy, (2011). SWOT Balance Scorecard. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Reksohadiprojdo dan Handoko. H. 2008. Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: BPFE.
- Rismiati dan Ig. Bondan Suratno, (2001). Pemasaran Barang dan Jasa, Kanisius, Yogyakarta.
- S R, Soemarso.2009. Akuntansi Suatu Pengantar. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Simamora, H. 2004. Manajemen Sumber Daya Manusia. STIE YKPN, Yogyakarta.
- Stevenson J. William, Sum Chee Choung. Manajemen Operasi Persfektif Asia. Ed 9, Cet 1. Jakarta: salemba Empat, 2015
- Suparyanto dan Rosad. 2015. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: In Media.
- Syamsudin, Lukman. 2001. Manajemen Keuangan Perusahaan. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Teguh,Ambar.2009.Manajemen Sumber Daya Manusia.Jakarta:Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy dan Diana Anastasia. 2002. Total Quality Manajemen. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2007. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Ofset, Yogyakarta.
- Wignjosoebroto, Sritomo., 2009, "Tata Letak Pabrik dan Pemandahan Bahan", Guna Widya, Surabaya.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

PERKEMBANGAN DAN PROSES PENJUALAN

| Nomor | Tanggal Penjualan | Produk Terjual | Harga Terjual | Quantit y | Total Keseluruhan | Keterangan Terjual Melalui |
|-------|-------------------|-------------------------------------|---------------|-----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | 3-03-2021 | T-Shirt Disease Staff "PARANOIA" | 150.000,- | 1 | 150.000,- | Melalui Whatsapp |
| 2 | 4-03-2021 | T-Shirt Disease Staff "PARANOIA" | 150.000,- | 1 | 150.000,- | Melalui WhatsApp |
| 3 | 5-03-2021 | T-Shirt Disease Staff "PARANOIA" | 100.000,- | 1 | 100.000,- | Melalui WhatsApp |
| 4 | 6-03-2021 | T-Shirt Disease Staff "PARANOIA" | 100.000,- | 1 | 100.000,- | Melalui Facebook |
| 5 | 7-03-2021 | T-Shirt Disease Staff "PARANOIA" | 100.000,- | 1 | 100.000,- | Melalui Instagram |
| 6 | 8-03-2021 | T-Shirt Disease Staff "PARANOIA" | 100.000,- | 1 | 100.000,- | Melalui WhatsApp |

| | | | | | | |
|--------------|------------|-------------------------------------|-----------|-----------|-----------------------|----------------------|
| 7 | 10-03-2021 | T-Shirt Disease Staff "PARANOIA" | 150.000,- | 1 | 150.000,- | Melalui WhatsApp |
| 8 | 11-03-2021 | T-Shirt Disease Staff "PARANOIA" | 100.000,- | 2 | 200.000,- | Melalui WhatsApp |
| 9 | 12-03-2021 | T-Shirt Disease Staff "PARANOIA" | 100.000,- | 2 | 200.000,- | Melalui WhatsApp |
| 10 | 13-03-2021 | T-Shirt Disease Staff "PARANOIA" | 150.000,- | 1 | 150.000,- | Melalui WhatsApp |
| 11 | 16-03-2021 | T-Shirt Disease Staff "VIKEND" | 150.000,- | 1 | 150.000,- | Melalui Instagram |
| 12 | 18-03-2021 | T-Shirt Disease Staff "VIKEND" | 100.000,- | 1 | 100.000,- | Melalui Instagram |
| 13 | 20-03-2021 | T-Shirt Disease Staff "VIKEND" | 100.000,- | 1 | 100.000,- | Melalui Whatsapp |
| 14 | 24-03-2021 | T-Shirt Disease Staff "VIKEND" | 100.000,- | 1 | 100.000,- | Melalui WhatsApp |
| TOTAL | | | | 20 | Rp.1.800.000,- | |

LAMPIRAN 2**LAPORAN LABA RUGI****Disease Staff
Laporan Laba Rugi
Periode Maret 2021**

| | | | |
|-----------------------------------|---------|-----------|-----------|
| Pendapatan | | | |
| Penjualan | | 1.800.000 | |
| Potongan Penjualan | 360.000 | 360.000 | |
| Pengeluaran Bersih | | | 1.440.000 |
| Harga dari Pokok Penjualan | | | (720.000) |
| Laba Kotor | | | 720.000 |
| Beban Operasional | | | |
| Beban Pengeluaran | | | |
| Beban Administrasi | | | |
| Beban packing | 40.000 | | |
| Total Beban Pengeluaran | | 40.000 | |
| Beban dari Administrasi | | | |
| Biaya Kuota Wi-Fi | 50.000 | | |
| Beban <i>Bensin</i> | 50.000 | | |
| Total Beban dari Administrasi | | 100.000 | |
| Jumlah Beban Operasional | | | (140.000) |

| | | | |
|--|--|--|---------|
| Laba Bersih untuk Operasional | | | 580.000 |
| Pemasukan & Beban Non Operasi | | | |
| Pendapatan serta Beban Lainnya | | | |
| Total Laba Bersih | | | 580.000 |

**Disease Staff
Laporan Laba Rugi
Periode April 2021**

| | | | |
|-----------------------------------|---------|-----------|-------------|
| Pendapatan | | | |
| Penjualan | | 3.000.000 | |
| Potongan Penjualan | 360.000 | 360.000 | |
| Pengeluaran Bersih | | | 2.640.000 |
| Harga dari Pokok Penjualan | | | (1.680.000) |
| Laba Kotor | | | 960.000 |
| Beban Operasional | | | |
| Beban Pengeluaran | | | |
| Beban Administrasi | | | |
| Beban packing | 60.000 | | |
| Total Beban Pengeluaran | | 60.000 | |
| Beban dari Administrasi | | | |
| Biaya Kuota Wi-Fi | 50.000 | | |

| | | | |
|--|--------|---------|-----------|
| Beban <i>Bensin</i> | 50.000 | | |
| Total Beban dari Administrasi | | 100.000 | |
| Jumlah Beban Operasional | | | (160.000) |
| Laba Bersih untuk Operasional | | | 800.000 |
| Pemasukan & Beban Non Operasi | | | |
| Pendapatan serta Beban Lainnya | | | 0 |
| Total Laba Bersih | | | 800.000 |

**Disease Staff
Laporan Laba Rugi
Periode Mei 2021**

| | | | |
|-----------------------------------|---------|-----------|-------------|
| Pendapatan | | | |
| Penjualan | | 3.600.000 | |
| Potongan Penjualan | 720.000 | 720.000 | |
| Pengeluaran Bersih | | | 2.880.000 |
| Harga dari Pokok Penjualan | | | (1.440.000) |
| Laba Kotor | | | 1.440.000 |
| Beban Operasional | | | |
| Beban Pengeluaran | | | |
| Beban Administrasi | | | |
| Beban packing | 80.000 | | |

| | | | |
|--|--------|---------|-----------|
| Total Beban Pengeluaran | | 80.000 | |
| Beban dari Administrasi | | | |
| Biaya Kuota Wi-Fi | 50.000 | | |
| Beban <i>Bensin</i> | 50.000 | | |
| Total Beban dari Administrasi | | 100.000 | |
| Jumlah Beban Operasional | | | (180.000) |
| Laba Bersih untuk Operasional | | | 1.260.000 |
| Pemasukan & Beban Non Operasi | | | |
| Pendapatan serta Beban Lainnya | | | |
| Total Laba Bersih | | | 1.260.000 |

**Disease Staff
Laporan Laba Rugi
Periode Juni 2021**

| | | | |
|-----------------------------------|---------|-----------|-------------|
| Pendapatan | | | |
| Penjualan | | 5.520.000 | |
| Potongan Penjualan | 720.000 | 720.000 | |
| Pengeluaran Bersih | | | 4.800.000 |
| Harga dari Pokok Penjualan | | | (2.880.000) |
| Laba Kotor | | | 1.920.000 |
| Beban Operasional | | | |

| | | | |
|--|--------|---------|-----------|
| Beban Pengeluaran | | | |
| Beban Administrasi | | | |
| Beban packing | 80.000 | | |
| Total Beban Pengeluaran | | 80.000 | |
| Beban dari Administrasi | | | |
| Biaya Kuota Wi-Fi | 50.000 | | |
| Beban <i>Bensin</i> | 50.000 | | |
| Total Beban dari Administrasi | | 100.000 | |
| Jumlah Beban Operasional | | | (180.000) |
| Laba Bersih untuk Operasional | | | 1.740.000 |
| Pemasukan & Beban Non Operasi | | | |
| Pendapatan serta Beban Lainnya | | | |
| Total Laba Bersih | | | 1.740.000 |

LAMPIRAN 3**LAPORAN NERACA****Disease Staff
Laporan Neraca
Periode Maret 2021**

| | |
|------------------------------|-----------|
| Aktiva | |
| Aktiva Lancar | 4.000.000 |
| Kas | 750.000 |
| Aset Tetap | |
| | |
| Total Aset | 4.750.000 |
| | |
| Utang dan Modal | |
| Utang | |
| Utang Usaha | |
| Modal | |
| Modal Disetor | 4.750.000 |
| Laba Berjalan | |
| Laba Ditahan | |
| Total Utang dan Modal | 4.750.000 |

**Disease Staff
Laporan Neraca
Periode April 2021**

| | |
|------------------------------|-----------|
| Aktiva | |
| Aktiva Lancar | 4.580.000 |
| Kas | 750.000 |
| Aset Tetap | |
| | |
| Total Aset | 5.330.000 |
| | |
| Utang dan Modal | |
| Utang | |
| Utang Usaha | |
| Modal | |
| Modal Disetor | 4.750.000 |
| Laba Ditahan | 580.000 |
| Total Utang dan Modal | 5.330.000 |

Disease Staff
Laporan Neraca
Periode Mei 2021

| | |
|----------------------|-----------|
| Aktiva | |
| Aktiva Lancar | 5.280.000 |
| Kas | 850.000 |

| | |
|------------------------------|-----------|
| Aset Tetap | |
| | |
| Total Aset | 6.130.000 |
| | |
| Utang dan Modal | |
| Utang | |
| Utang Usaha | |
| Modal | |
| Modal Disetor | 4.850.000 |
| Laba Ditahan | 800.000 |
| Total Utang dan Modal | 5.650.000 |

**Disease Staff
Laporan Neraca
Periode Juni 2021**

| | |
|----------------------|-----------|
| Aktiva | |
| Aktiva Lancar | 4.000.000 |
| Kas | 1.000.000 |
| Aset Tetap | |
| | |
| Total Aset | 5.000.000 |

| | |
|------------------------------|------------------|
| | |
| Utang dan Modal | |
| Utang | |
| Utang Usaha | |
| Modal | |
| Modal Disetor | 5.000.000 |
| Laba Ditahan | 1.110.000 |
| Total Utang dan Modal | 6.110.000 |

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
 الجامعة الإسلامية الأندونيسية

LAMPIRAN 4**LAPORAN ARUS KAS****Disease Staff
Laporan Arus Kas
Periode Maret 2021**

| | |
|--------------------------------------|-----------|
| Aktiva Operasi | |
| Kas dari pembeli | |
| Payment dari beban | 4.000.000 |
| Kas aktiva operasional | 4.000.000 |
| Aktiva Investasi | |
| Pembelian untuk Aktiva | |
| Penjualan untuk Aktiva | |
| Aktiva investasi | |
| Aktiva Pendanaan | |
| Pemasukan untuk Pemilik | 5.000.000 |
| Penarikan Dana oleh Pemilik | |
| Kas digunakan untuk aktiva pendanaan | 5.000.000 |
| PEMASUKAN AWAL PERIODE | 5.000.000 |
| PEMASUKAN AKHIR PERIODE | 1.000.000 |

**Disease Staff
Laporan Arus Kas
Periode April 2021**

| | |
|--------------------------------------|-----------|
| Aktiva Operasi | |
| Kas dari pembeli | 1.000.000 |
| Payment dari beban | (580.000) |
| Kas aktiva operasional | 200.000 |
| Aktiva Investasi | |
| Pembelian untuk Aktiva | |
| Penjualan untuk Aktiva | |
| Aktiva investasi | |
| Aktiva Pendanaan | |
| Pemasukan untuk Pemilik | |
| Penarikan Dana oleh Pemilik | (100.000) |
| Kas digunakan untuk aktiva pendanaan | (100.000) |
| PEMASUKAN AWAL PERIODE | 650.000 |
| PEMASUKAN AKHIR PERIODE | 850.000 |

Disease Staff
Laporan Arus Kas
Periode Mei 2021

| | |
|-----------------------|-----------|
| Aktiva Operasi | |
| Kas dari pembeli | 1.800.000 |
| Payment dari beban | (800.000) |

| | |
|--------------------------------------|-----------|
| Kas aktiva operasional | 1.000.000 |
| Aktiva Investasi | |
| Pembelian untuk Aktiva | |
| Penjualan untuk Aktiva | |
| Aktiva investasi | |
| Aktiva Pendanaan | |
| Pemasukan untuk Pemilik | |
| Penarikan Dana oleh Pemilik | (400.000) |
| Kas digunakan untuk aktiva pendanaan | (400.000) |
| PEMASUKAN AWAL PERIODE | 850.000 |
| PEMASUKAN AKHIR PERIODE | 1.400.000 |

**Disease Staff
Laporan Arus Kas
Periode Juni 2021**

| | |
|-------------------------|-------------|
| Aktiva Operasi | |
| Kas dari pembeli | 2.000.000 |
| Payment dari beban | (1.110.000) |
| Kas aktiva operasional | (890.000) |
| Aktiva Investasi | |
| Pembelian untuk Aktiva | |

| | |
|--------------------------------------|-----------|
| Penjualan untuk Aktiva | |
| Aktiva investasi | |
| Aktiva Pendanaan | |
| Pemasukan untuk Pemilik | |
| Penarikan Dana oleh Pemilik | |
| Kas digunakan untuk aktiva pendanaan | |
| PEMASUKAN AWAL PERIODE | 1.400.000 |
| PEMASUKAN AKHIR PERIODE | 750.000 |

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
 الجامعة الإسلامية الأندونيسية

LAMPIRAN 5**LAPORAN PELAKSANAAN AKTIVITAS BISNIS**

| Tanggal | Aktivitas Bisnis | Permasalahan | Solusi | Penanggung Jawab |
|----------------|--|---|---|-------------------------|
| 08 Maret 2020 | Menghubungi Vendor Inkside Sablon untuk realisasi bisnis | | | Operasional |
| 09 Maret 2020 | Melakukan pembayaran atau payment DP untuk proses produksi | | | Keuangan |
| 10 Maret 2020 | Proses produksi yang berlangsung di vendor | | | Operasional |
| 11 Maret 2020 | Pembenahan Size Chart yang akan diimplementasikan ke dalam t-shirt | Sizing Chart lokal sangat tidak cocok untuk brand streetculture | Mengganti Size Chart dengan komposisi dari brand-brand luar | Operasional |
| 15 Maret 2020 | Pemantauan Langsung ke dalam proses produksi | | | Operasional |
| 18 Maret 2020 | Pemantauan Langsung ke dalam proses produksi | Terdapat kesalahan dari proses lining jahit pada kain lengan | Pembenahan ulang mengenai proses penjahitan | Operasional |

| | | | | |
|---------------|--|--|--|-------------|
| | | yang seharusnya double lining | | |
| 20 Maret 2020 | Pemantauan Langsung ke dalam proses produksi | | | Operasional |
| 21 Maret 2020 | Pengambilan artikel yang sudah jadi dan siap untuk di pasarkan | | | Operasional |
| 22 Maret 2020 | Pemasaran langsung melalui forum jual beli Facebook | | | Pemasaran |
| 23 Maret 2020 | Perilisan langsung ke dalam Sosial Media Instagram Official dari Disease Staff | | | Pemasaran |
| 24 Maret 2020 | Pemantau perkembangan sistem booking melalui Whatsapp | | | Operasional |
| 25 Maret 2020 | Cross Checking kepada postingan yang terdapat di Facebook | Postingan Viral dikarenakan hujatan dari netizen facebook yang mengecam keras untuk di take down | Tetap mengedukasi netizen dan mengedukasi admin dari forum jual beli | Operasional |
| 26 Maret 2020 | Push dari postingan yang terdapat di forum | | | Operasional |

| | | | | |
|---------------|---|--|--|-------------|
| | jual beli agar terus mendapatkan insight | | | |
| 27 Maret 2020 | Melakukan pendataan mengenai pemesanan dari produk Corona Tribute | | | Operasional |
| 28 Maret 2020 | Melakukan seleksi orderan yang terdapat di dalam kontak Whatsapp | | | Operasional |
| 30 Maret 2020 | Melakukan pencatatan ulang mengenai orderan yang akan dikirim | | | Operasional |
| 1 April 2020 | Pengiriman secara masif atau menyeluruh kepada para customer yang sudah melakukan order | | | Pemasaran |
| 2 April 2020 | Pengiriman melalui kurir J&T Express terhadap orderan yang berada di luar kota yogyakarta | | | Pemasaran |
| 4 April 2020 | Pengecekan ulang terhadap resi yang sudah diberikan | | | Pemasaran |

| | | | | |
|---------------|--|--|--|-------------|
| 4 April 2020 | Sounding nomor resi kepada para customer yang sudah melakukan order | | | Operasional |
| 5 April 2020 | Pengecekan dan pendataan ulang terhadap artikel Corona Tribute | | | Operasional |
| 7 April 2020 | Konfirmasi ulang mengenai paket yang sudah dikirim ke pembeli | | | Pemasaran |
| 8 April 2020 | Menanyakan perihal produk dari Disease Staff ke beberapa customer | Kain yang terlalu tipis dan gampang sekali menyerap keringat serta terlalu kencang jahitan di atas kerah | Mengevaluasi dan memberi arahan ke vendor agar mengenai kejanggalan dan keluhan kesah tersebut | Pemasaran |
| 9 April 2020 | Melakukan Research dan Development yang telah difilter dari beberapa pendapat dari pembeli | | | RnD |
| 10 April 2020 | Pembentukan rancangan desain t- | | | RnD |

| | | | | |
|---------------|---|--|---|---------------------|
| | shirt yang bernamakan POM | | | |
| 11 April 2020 | Penentuan tema yang akan dipakai ke dalam artikel POM | Pertikaian terhadap perancang desain dan kepala operasional dari Disease Staff mengenai artikel tersebut | Melakukan musyawarah terhadap kedua belah pihak | RnD |
| 12 April 2020 | Perancangan Desain Produk yang akan dirilis | | | RnD |
| 14 April 2020 | Revisi desain dari artikel POM | | | RnD |
| 15 April 2020 | Persetujuan pembuatan artikel POM kepada beberapa pihak internal | | | RnD |
| 16 April 2020 | Menghubungi vendor dan menyiapkan desain yang akan dicetak | | | Operasional |
| 17 April 2020 | Mendatangi vendor dari inkside sablon dan bernegosiasi mengenai pembuatan artikel POM | | | Operasional dan RnD |

| | | | | |
|---------------|---|---|---|-------------|
| 18 April 2020 | Persetujuan dan konfirmasi ulang terhadap pembuatan produk POM | | | Keuangan |
| 20 April 2020 | Pengecekan langsung mengenai proses penjahitan produk dari artikel POM | | | Operasional |
| 22 April 2020 | Pengecekan langsung mengenai proses printing produk dari artikel POM | | | Operasional |
| 24 April 2020 | Pengecekan langsung mengenai proses detail on point produk dari artikel POM | | | Operasional |
| 26 April 2020 | Konfirmasi mengenai kemunduran proses produksi dari artikel POM | Terjadi kesalahan dalam pemilihan bahan dari 6 produk yang sedang akan diproduksi | Tidak ada solusi, dan terjadi kemunduran proses produksi sekitar 3 hari dan masih dapat dimaklumi | Operasional |
| 30 April 2020 | Konfirmasi mengenai finishing produk dari POM | | | Operasional |

| | | | | |
|------------|---|---|---|-------------|
| 1 Mei 2020 | Pengambilan produk artikel POM ke vendor | | | Operasional |
| 2 Mei 2020 | Pengecekan kelengkapan produk dari artikel POM | Terjadi kekurangan jumlah produk sebanyak 1pcs. | Sablonasi ulang untuk kekurangan dari produk tersebut | Operasional |
| 3 Mei 2020 | Pemesanan paket plastik untuk penjualan produk Disease Staff | | | Pemasaran |
| 4 Mei 2020 | Pemesanan sticker pack yang akan menjadi freebies dari produk Disease Staff | | | Pemasaran |
| 5 Mei 2020 | Pemasaran produk dari artikel POM ke dalam forum jual beli Facebook | | | Pemasaran |
| 6 Mei 2020 | Following Up mengenai produk yang sudah dipasarkan | | | Pemasaran |
| 7 Mei 2020 | Pendataan ulang artikel POM yang telah rilis berdasar ukuran produk | | | Pemasaran |
| 8 Mei 2020 | Pendataan mengenai orderan yang sudah | | | Pemasaran |

| | | | | |
|-------------|--|--|--|-------------|
| | dibuat dan di pesan oleh customer | | | |
| 10 Mei 2020 | Pengecekan mengenai orderan yang sudah di pesan oleh customer | | | Operasional |
| 11 Mei 2020 | Pembagian orderan dari inside yogyakarta dan outside yogyakarta | | | Operasional |
| 12 Mei 2020 | Pemberlakuan sistem COD yang sudah di organisir oleh tim pemasaran | | | Pemasaran |
| 13 Mei 2020 | Implementasi COD | | | Operasional |
| 14 Mei 2020 | Implementasi COD | | | Operasional |
| 15 Mei 2020 | Implementasi COD | | | Operasional |
| 17 Mei 2020 | Pendataan ulang mengenai pesanan yang berada di luar daerah yogyakarta | | | Pemasaran |
| 18 Mei 2020 | Pengemasan pesanan yang berada di luar kota yogyakarta | | | Operasional |
| 19 Mei 2020 | Pengiriman secara masif yang dilakukan | | | Operasional |

| | | | | |
|-------------|--|--|--|-------------|
| | oleh tim operasional Disease Staff | | | |
| 20 Mei 2020 | Pemberlakuan revisi dan inovasi produk yang dilakukan oleh tim | | | Operasional |
| 21 Mei 2020 | Pemantauan pengeluaran mengenai dead stock barang yang masih tersedia | | | Operasional |
| 22 Mei 2020 | Pengiriman dan konfirmasi ulang mengenai resi pengiriman kepada customer | | | Pemasaran |
| 23 Mei 2020 | Pemberlakuan Sistem COD yang akan dibaring e dengan (biaya fee) | | | Operasional |
| 24 Mei 2020 | Implementasi COD dengan pemberlakuan sistem baru | | | Operasional |
| 25 Mei 2020 | Menciptakan insight marketing dengan cara pemberlakuan giveaway | | | Pemasaran |

| | | | | |
|-------------|--|--|--|-----------|
| 28 Mei 2020 | Konfirmasi paket yang sudah diterima oleh para customer | | | Pemasaran |
| 29 Mei 2020 | Cross Checking mengenai keluhan kesah terhadap produk dari Disease Staff | | | Pemasaran |
| 30 Mei 2020 | Pendapatan dan pelaporan dari hasil penjualan oleh tim keuangan | | | Keuangan |
| 1 July 2020 | Meeting ulang setelah satu bulan bebas melakukan kebebasan | | | Owners |
| 2 July 2020 | Merencanakan prototyping desain yang akan di rilis | | | Owners |
| 3 July 2020 | Menentukan apa yang selanjutnya akan di produksi oleh tim | | | RnD |
| 5 July 2020 | Mengumpulkan beberapa tanggapan dari beberapa customer Disease Staff | | | Pemasaran |
| 6 July 2020 | Penentuan produk t-shirt "PARANOIA" yang akan rilis di | | | RnD |

| | | | | |
|--------------|--|--|--|-------------|
| | artikel terbaru Disease Staff | | | |
| 7 July 2020 | Pengiriman Desain dan konfirmasi Desain ke dalam vendor produksi | | | RnD |
| 8 July 2020 | Konfirmasi desain yang komposisi produksi yang akan di implementasikan ke dalam artikel tersebut | | | Operasional |
| 10 July 2020 | Penentuan RIB atau karet kerah yang sesuai terhadap iklim tropis oleh vendor | | | Operasional |
| 11 July 2020 | Memasukan artikel terbaru lagi kepada pihak vendor | | | Operasional |
| 12 July 2020 | Pemberian konfirmasi desain Artikel 'Monalisa 2020 Tribute' yang akan di produksi | | | Operasional |
| 13 July 2020 | Beberapa revisi mengenai desain dari artikel monalisa 2020 tribute | | | RnD |

| | | | | |
|--------------|--|--|--|-------------|
| 14 July 2020 | Artikel dari Monalisa 2020 Tribute mulai masuk ke dalam proses produksi | | | Operasional |
| 15 July 2020 | Pembayaran tunai mengenai persetujuan desain yang akan di kerjakan oleh vendor | | | Keuangan |
| 17 July 2020 | Pemantauan Proses proffing dari desain PARANOIA | | | Operasional |
| 20 July 2020 | Pemantauan proses proffing dari implementasi artikel Monalisa 2020 Tribute | | | Operasional |
| 23 July 2020 | Tim Disease memasukan RnD dari desain VIKEND ke dalam proses produksi Inkside Sablon | | | RnD |
| 24 July 2020 | Meeting penentuan ketiga artikel yang akan di rilis ini akan dipisah per-mingguanya | | | Seluruh Tim |

| | | | | |
|----------------|---|--|--|-------------|
| 27 July 2020 | Pemantau langsung dari hasil akhir t-shirt PARANOIA | | | Operasional |
| 28 July 2020 | Penerimaan hasil akhir dari t-shirt PARANOIA | | | RnD |
| 29 July 2020 | Pembenahan space gudang dari Disease Staff yang akan menampung 3 artikel sekaligus | | | RnD |
| 30 July 2020 | Menyiapkan artikel PARANOIA yang akan dipasarkan dan disebarakan | | | Pemasaran |
| 2 Agustus 2020 | Pemasaran dan publikasi langsung produk dari Disease Staff ke forum jual beli facebook yang bertemakan PARANOIA | | | Pemasaran |
| 3 Agustus 2020 | Melakukan kerja sama pin post dengan admin dari forum jual beli | | | Operasional |
| 7 Agustus 2020 | Pendataan penjualan yang sudah | | | Pemasaran |

| | | | | |
|-----------------|---|---|---|-------------|
| | melakukan pemesanan di Whatsapp | | | |
| 10 Agustus 2020 | Pendataan Ulang yang dilakukan oleh tim operasional terhadap para customer | | | Operasional |
| 13 Agustus 2020 | Pembagian orderan COD dan Outside Yogyakarta | | | Operasional |
| 14 Agustus 2020 | Perencanaan dan Pematangan ulang agen COD | Sempat terjadi miss komunikasi dan keteledoran terhadap tim pemasaran dan operasional mengenai kontak customer dari region yogyakarta | Pembenahan dan penelitian ulang agar tidak terjadi hal yang sama terulang kembali | Operasional |
| 15 Agustus 2020 | Pengantaran Label Disease Staff ke Vendor guna untuk pemberlakuan mass production | | | Operasional |
| 18 Agustus 2020 | Pengambilan atau picking up produksi yang telah dilakukan sebelumnya | | | Operasional |

| | | | | |
|-----------------|---|--|--|-----------|
| 19 Agustus 2020 | Pemberian dan pemberhitungan aspek keuangan guna untuk pembagian keseluruhan staff yang ada | | | Keuangan |
| 20 Agustus 2020 | Penggenacaran pemasaran yang dilakukan oleh tim operasional untuk mengeluarkan stock yang ada | | | Pemasaran |
| 25 Agustus 2020 | Pembagian Dividen yang dilakuan oleh bagian keuangan Disease Staff kepada seluruh anggota | | | Keuangan |
| 03 Maret 2021 | Disease Mulai melakukan general meeting dengan pemilik brand Yikesallday | | | Owner |
| 05 Maret 2021 | Disease Staff meminta kerja sama dengan clothing brand Yikesallday | | | Owner |
| 10 Maret 2021 | Disease Staff melakukan merger dengan Yikesallday | | | Owner |

| | | | | |
|---------------|--|--|--|-------|
| 15 Maret 2021 | Disease Staff memulai kerja sama dengan Yikesallday | | | Owner |
| 17 Maret 2021 | Disease Staff memulai untuk mind mapping dengan owner dari Yikesallday | | | Owner |
| 18 Maret 2021 | Proyek awal dimulai dengan beberapa pengembangan desain dan manufaktur | | | Owner |
| 20 Maret 2021 | Pengambilan dan pemilihan tema yang akan dipakai untuk diaplikasikan ke dalam produk | | | Owner |
| 30 Maret 2021 | Penentuan dan pematangan tema konsep yang akan diberikan oleh Yikesallday | | | Owner |
| 05 April 2021 | Owner Disease Staff mengambil keputusan untuk merancang beberapa strategi marketing dari Yikesallday | | | Owner |

| | | | | |
|---------------|---|--|--|-------------------------------|
| 09 April 2021 | Owner Disease Staff menggambarkan serta menyuluhkan tema konten yang akan diberikan nantinya | | | Owner |
| 13 April 2021 | Disease Staff & Yikesallday memulai strategi dan pengembangan baru dalam bidang pemasaran | | | Disease Staff dan Yikesallday |
| 15 April 2021 | Disease Staff melakukan perhitungan tingkat insentif pasar yang ada di Yogyakarta | | | Owner |
| 18 April 2021 | Disease Staff memberikan sebuah perubahan bahan yang digunakan dan printing yang akan diaplikasikan | | | Owner |
| 21 April 2021 | Yikesallday melakukan gencaran promosi melalui Shopee dari rencana yang dibentuk oleh Disease Staff | | | Yikesallday dan Disease Staff |

| | | | | |
|---------------|---|--|--|-------------------------------|
| 27 April 2021 | Disease Staff dan Yikesallday mendapatkan atensi pelanggan baru dan berhasil menggaet customer baru untuk region yogyakarta | | | Disease Staff dan Yikesallday |
| 30 April 2021 | Memberikan penawaran/offers pada pelanggan baru dengan produk unggulan face-mask | | | Disease Staff |
| 02 Mei 2021 | Disease Staff branjak untuk menerapkan strategi pemasaran melalui facebook | | | Disease Staff |
| 05 Mei 2021 | Disease Staff merancang penerapan strategi baru yang dikemas dengan cara Cash On Delivery & Bonuses | | | Disease Staff |
| 08 Mei 2021 | Implementasi strategi Disease Staff yang sudah dikembangkan | | | Disease Staff |
| 10 Mei 2021 | Penerapan dan pengunggahan materi Disease Staff yang dupublikasikan ke | | | Disease Staff |

| | | | | |
|-------------|--|--|--|-------------------|
| | dalam sosial media Facebook | | | |
| 14 Mei 2021 | Pengembangan dan evaluasi dari teknik pengiklanan di marketplace shopee | Target audience sangat sedikit apabila mengiklan pada siang hari | Pergantian jam iklan pada malam sampai dini hari | Disease Staff |
| 17 Mei 2021 | Pengantian jam iklan yang akan diterapkan mulai tanggal 17 Mei pada jam 00.00 | | | Disease Staff |
| 20 Mei 2021 | Pembenaran mengenai spesifikasi produk yang sedang dipasarkan | | | Disease dan Yikes |
| 24 Mei 2021 | Photo produk untuk persiapan perilisan artikel dari Yikesallday | | | Disease dan Yikes |
| 28 Mei 2021 | Penetapan harga dan perancangan pemasaran serta operasional dari perilisan artikel | | | Disease dan Yikes |
| 02 Mei 2021 | Perilisan produk artikel terbaru dari Yikesallday berdasarkan konsep | | | Disease dan Yikes |

| | | | | |
|-------------|---|--|--|-------------------------|
| | perencanaan sebelumnya | | | |
| 05 Mei 2021 | Pengemasan produk jadi dari Yikesallday setelah pengiriman dari vendor | | | Disease Staff dan Yikes |
| 09 Mei 2021 | Pendistribusian barang jadi ke dalam marketplace shopee dan tokopedia | | | Disease Staff dan Yikes |
| 10 Mei 2021 | Pemberian label produksi pada setiap artikelnnya | | | Disease Staff dan Yikes |
| 12 Mei 2021 | Pembenahan mengenai caption dan pembenahan mengenai konten instagram | | | Disease Staff dan Yikes |
| 19 Mei 2021 | Pemberian evaluasi dan penggambaran perencanaan proses produksi ke depannya | | | Disease Staff dan Yikes |
| 20 Mei 2021 | Pengemasan proses pesanan yang akan dikirimkan di lokasi tujuan | | | Disease Staff dan Yikes |
| 22 Mei 2021 | Pengemasan proses pesanan yang akan | | | Disease Staff |

| | | | | |
|-------------------|--|--|--|--|
| | dikirimkan di lokasi tujuan | | | |
| 24 Mei 2021 | Pengemasan proses pesanan yang akan dikirimkan di lokasi tujuan | | | Disease Staff |
| 26 Mei 2021 | Pengemasan proses pesanan yang akan dikirimkan di lokasi tujuan | | | Disease Staff |
| 28 Mei 2021 | Pengemasan proses pesanan yang akan dikirimkan di lokasi tujuan | | | Disease Staff |
| 03 September 2021 | Pembentukan praktek brand image strategy menggunakan konsep thrifting business | | | Disease Staff |
| 05 September 2021 | Pertemuan dengan Market Leader Clas.2 nd | | | Disease Staff dan Clas.2 nd |
| 08 September 2021 | Pembahasan mengenai strategi business | | | Disease Staff dan Clas.2 nd |
| 10 September 2021 | Evaluasi strategi business thrifting | | | Disease Staff dan Clas.2 nd |

| | | | | |
|-------------------|--|--|--|----------------------------|
| 13 September 2021 | Penganturan tata letak toko offline untuk implementasi strategi | | | Disease Staff dan Clas.2nd |
| 16 September 2021 | Research mengenai paket borongan hoodie dan crewneck | | | Disease Staff dan Clas.2nd |
| 20 September 2021 | Pengambilan keputusan untuk pembelian dagangan | | | Disease Staff dan Clas.2nd |
| 23 September 2021 | Pembelian paket borongan sejumlah 3 ball | | | Disease Staff dan Clas.2nd |
| 27 September 2021 | Pembenahan mengenai tempat untuk pelaksanaan bongkaran | | | Disease Staff dan Clas.2nd |
| 29 September 2021 | Penataan paket barang yang datang untuk pembelakuan pembelian borongan | | | Disease Staff dan Clas.2nd |
| 02 Oktober 2021 | Perilisan dan pemberlakuan sistem borongan | | | Disease Staff dan Clas.2nd |
| 05 Oktober 2021 | Transaksi jual dari pembeli dengan pihak Disease Staff | | | Disease Staff |

| | | | | |
|-----------------|---|--|--|--|
| 06 Oktober 2021 | Pengimplementasian mengenai strategi pembuangan barang sisa paket | | | Disease Staff dan Clas.2 nd |
| 08 Oktober 2021 | Pengambilan keputusan untuk merger antara clas.2 nd dan Disease Staff | | | Disease Staff dan Clas.2 nd |
| 10 Oktober 2021 | Meeting perencanaan offline store untuk Disease Staff dengan Clas.2 nd | | | Disease Staff dan Clas.2 nd |
| 11 Oktober 2021 | Penentuan tempat Offline Store ruko yang berada di Jalan Palagan | | | Disease Staff dan Clas.2 nd |
| 12 Oktober 2021 | Penentuan Layout Design yang akan di gunakan dalam penataan display | | | Disease Staff dan Clas.2 nd |
| 16 Oktober 2021 | Pembersihan tempat dan pembenahan bagian-bagian yang rusak di dalam ruko | | | Disease Staff dan Clas.2 nd |
| 17 Oktober 2021 | Research n Development dari | | | Disease Staff dan Clas.2 nd |


| | | | | |
|-----------------|--|--|--|--|
| | pengembangan strategi pasar | | | |
| 19 Oktober 2021 | Pengambilan paket borongan dari bandung | | | Disease Staff |
| 20 Oktober 2021 | Pengecatan dekorasi ruko toko yang akan dipakai | | | Disease Staff |
| 22 Oktober 2021 | Pengadaan jadwal live borongan dari paket yang sudah datang | | | Disease Staff dan Clas.2 nd |
| 24 Oktober 2021 | Pengambilan pakey borongan yang sudah dipesan oleh beberapa customer | | | Disease Staff dan Clas.2 nd |
| 25 Oktober 2021 | Penataan Desain Layout yang akan dikembangkan di dalam offline store | | | Disease Staff dan Clas.2 nd |
| 26 Oktober 2021 | Evaluasi dan Revisi dari kinerja yang sudah menjual paket borongan | | | Disease Staff dan Clas.2 nd |
| 27 Oktober 2021 | Pengaplikasian dan implementasi pembehnahan dari strategi pemasaran yang sudah | | | Disease Staff |

| | | | | |
|-----------------|--|--|--|--|
| | direncanakan ke dalam marketplace facebook | | | |
| 30 Oktober 2021 | Pembagian hasil dari penjualan paket borongan yang sudah terjual | | | Disease Staff dan Clas.2 nd |




LAMPIRAN 6


REALISASI PRODUK

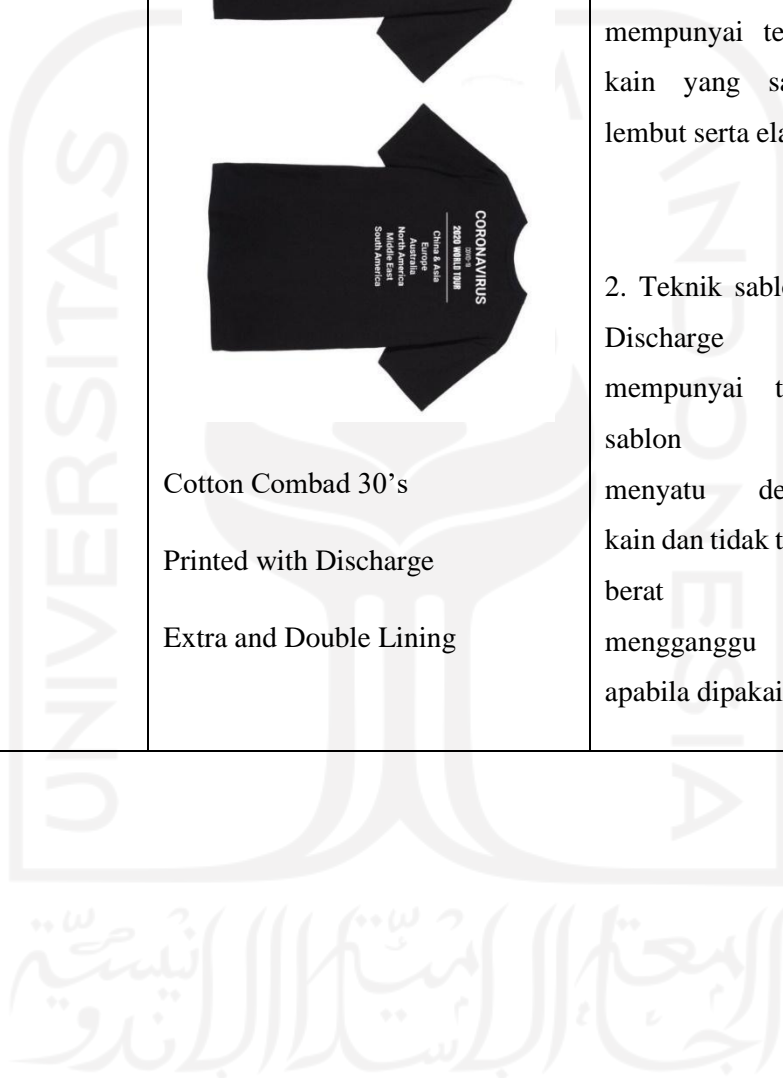
| No | Varian Produk | Foto dan Spesifikasi | Kelebihan | Kekurangan |
|----|--------------------------------------|--|--|---|
| 1. | T-Shirt Disease Staff "POM" On Black |  <p data-bbox="581 1192 829 1226">Cotton Combad 24's</p> <p data-bbox="581 1270 889 1304">Printed with Plastisol Flat</p> <p data-bbox="581 1348 878 1381">Extra and Double Lining</p> | <p data-bbox="1019 520 1265 699">1. Memiliki kriteria katun yang tebal serta tekstur katun yang lebut</p> <p data-bbox="1019 821 1265 1104">2. Teknik sablonasi plastisol yang mempunyai durabilitas ketahanan yang cukup lama</p> | <p data-bbox="1287 520 1549 699">1. Tidak cocok dipakai pada saat siang hari karena akan terasa panas</p> <p data-bbox="1287 821 1549 1104">2. Tekstur katun yang tebal membuat t-shirt ini cukup berat apabila tercampur dengan air ataupun keringat</p> |


| | | | | |
|---|--|---|--|--|
| 2 | T-Shirt Disease Staff “Monalisa 2020 Tribute” On Black |  <p data-bbox="581 940 878 1129">Cotton Combad 20’s Printed with Discharge Extra and Double Lining</p> | <p data-bbox="1019 268 1263 653">1. Memiliki kriteria katun yang lebih tebal dari 24’s serta tekstur katun yang kasar cocok untuk dipakai di musim dingin atau penghujan</p> <p data-bbox="1019 772 1263 1213">2. Teknik sablonasi Discharge yang mempunyai tektur sablon yang menyatu dengan kain dan tidak terasa berat dan mengganggu apabila dipakai</p> | <p data-bbox="1287 268 1552 449">1. Tidak cocok dipakai pada saat siang hari karena akan terasa panas</p> <p data-bbox="1287 569 1552 856">2. Tekstur katun yang tebal membuat t-shirt ini cukup berat apabila tercampur dengan air ataupun keringat</p> |
|---|--|---|--|--|




| | | | | |
|---|---|--|---|--|
| 3 | T-Shirt Disease Staff "Vikend" On Black |  <p data-bbox="581 993 829 1024">Cotton Combad 24's</p> <p data-bbox="581 1073 889 1104">Printed with Plastisol Flat</p> <p data-bbox="581 1150 873 1182">Extra and Double Lining</p> | <p data-bbox="1019 268 1263 447">1. Memiliki kriteria katun yang tebal serta tekstur katun yang lebut</p> <p data-bbox="1019 573 1263 856">2. Teknik sablonasi plastisol yang mempunyai durabilitas ketahanan yang cukup lama</p> | <p data-bbox="1287 268 1547 447">1. Tidak cocok dipakai pada saat siang hari karena akan terasa panas</p> <p data-bbox="1287 573 1547 856">2. Tekstur katun yang tebal membuat t-shirt ini cukup berat apabila tercampur dengan air ataupun keringat</p> |
|---|---|--|---|--|

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
| 4 | T-Shirt Disease Staff “Corona Tribute” On Black |  <p>Cotton Combad 30's Printed with Discharge Extra and Double Lining</p> | <p>1. Memiliki kriteria katun yang ringan dan tipis serta cocok untuk dipakai di segala aktivitas dan mempunyai tekstur kain yang sangat lembut serta elastis</p> <p>2. Teknik sablonasi Discharge yang mempunyai tektur sablon yang menyatu dengan kain dan tidak terasa berat dan mengganggu apabila dipakai</p> | <p>1. Tingkat durability katun yang sangat rentan sobek ataupun kusut</p> <p>2. Tekstur katun 30's membuat t-shirt ini cukup terang dan tembus apabila tercampur dengan air ataupun keringat</p> |
|---|---|--|--|--|






| | | | | |
|---|--|--|---|--|
| 5 | Corduroy Long Sleeve Disease Staff “LOGO” on Brown |  <p data-bbox="581 894 878 1079">Corduray Cotton Embordieri on Text Extra and Double Lining</p> | <p data-bbox="1019 268 1265 751">1. Mempunyai kriteria katun yang tebal dan cocok apabila dipakai untuk penghangat badan serta tektur kain yang bermotif membuat si pemakai menjadi lebih nyaman</p> <p data-bbox="1019 873 1265 1003">2. Sfat kain yang memiliki durabilitas yang tahan lama</p> <p data-bbox="1019 1125 1265 1310">3 Tekstur kain yang membuatnya mempunyai kesan berkelas dan elegan</p> | <p data-bbox="1287 268 1549 499">1. Bahan yang panas dan serat kain yang tidak mudah untuk menyerap udara ataupun zat cair</p> <p data-bbox="1287 621 1549 1104">2. Tektus permukaan yang agak kasar membuat para pemakai yang mempunyai kulit yang tipis dapat menimbulkan sedikit iritasi apabila dipakai dalam jangka yang lama</p> |
|---|--|--|---|--|


الجامعة الإسلامية
الاستاذ الدكتور

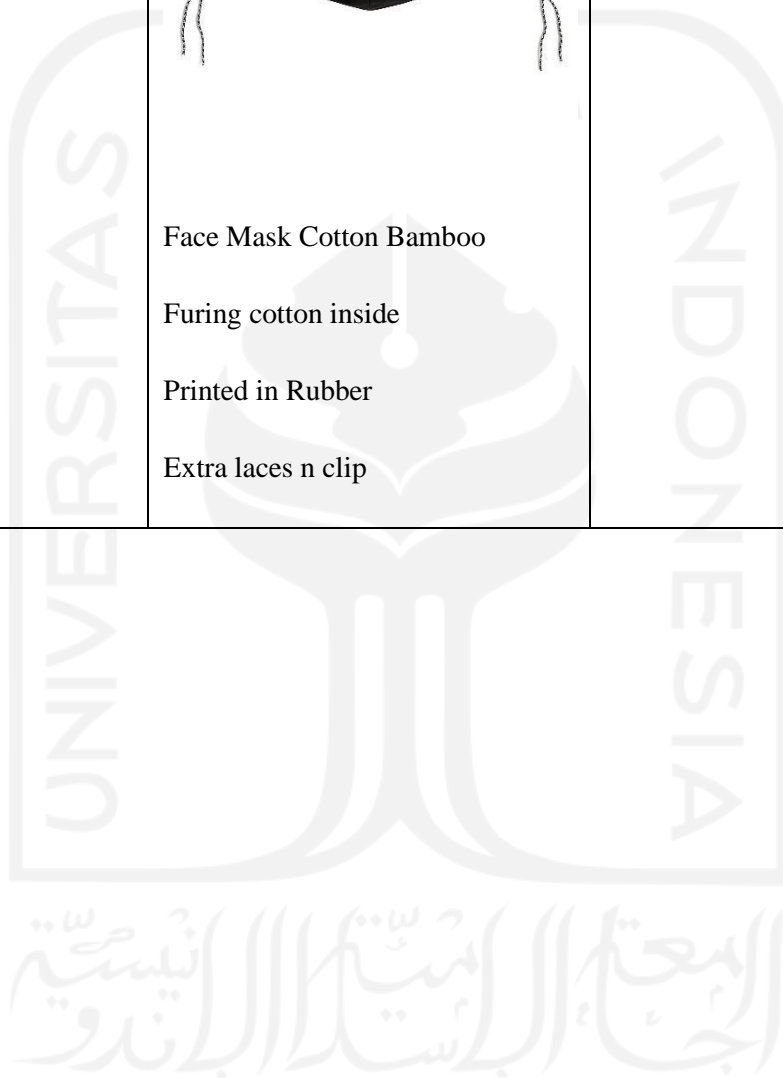
| | | | | |
|---|---|---|---|--|
| 6 | T-Shirt Disease Staff "Corona Tribute" On Black |  <p data-bbox="581 982 878 1171">Cotton Combad 30's Printed with Discharge Extra and Double Lining</p> | <p data-bbox="1019 268 1263 653">1. Memiliki kriteria katun yang ringan dan tipis serta cocok untuk dipakai di segala aktivitas dan mempunyai tekstur kain yang sangat lembut serta elastis</p> <p data-bbox="1019 772 1263 1213">2. Teknik sablonasi Discharge yang mempunyai tektur sablon yang menyatu dengan kain dan tidak terasa berat dan mengganggu apabila dipakai</p> | <p data-bbox="1287 268 1547 447">1. Tingkat durability katun yang sangat rentan sobek ataupun kusut</p> <p data-bbox="1287 573 1547 856">2. Tekstur katun 30's membuat t-shirt ini cukup terang dan tembus apabila tercampur dengan air ataupun keringat</p> |
|---|---|---|---|--|



| | | | | |
|---|---|--|--|---|
| 7 | Disease Staff Sweat Shirt "BOGO" Front and Back on Grey |  <p data-bbox="581 947 873 1129">Babyterry Fleece Cotton Plastisol HD Printed Extra and Double Lining</p> | <p data-bbox="1019 268 1263 451">1. Bahan yang memiliki terktur yang halus dan lembut</p> <p data-bbox="1019 573 1263 756">2. Bahan yang mampu menyerap keringan dengan baik dan cepat</p> | <p data-bbox="1287 268 1552 401">1. Bahan yang cepat melar apabila sering dicuci</p> <p data-bbox="1287 522 1552 705">2. Bahan yang lebih tipis dibandingkan dengan fleece cotton biasa</p> |
|---|---|--|--|---|

| | | | | |
|---|--|--|---|---|
| 8 | Disease Staff Pullover Hoodie “Blinded” On Black |  <p>Fleece Cotton Plastisol HD with Press Extra and Double Lining</p> | <p>1. Bahan yang mempunyai kemampuan Breathability dengan baik</p> <p>2. Tekstur yang lembut dan elastis serta mempunyai durability yang cukup lama</p> | <p>1. Bahan yang mempunyai kualitas warna yang mudah pudar dan meledak</p> <p>2. Bahan yang mudah sekali kotor apabila terkena dengan debu</p> |
| 9 | Disease Staff n Yikesallday Face-Mask Tribute to the Chaos |  | <p>1. Cotton Bamboo mempunyai kriteria kain yang sangat elastis dan tidak membuat iritasi dibagian kulit luar</p> <p>2. Cotton Bamboo mempunyai tekstur yang lembut dan tidak mudah lemas</p> | <p>1. Jenis kain yang tebal dan terasa berat apabila terkena air</p> <p>2. Bagian lapisan dalam yaitu furing sangat tipis sehingga membuat masker kurang berguna dengan maksimum.</p> |

| | | | | |
|--|--|---|---|--|
| | |  <p>Face Mask Cotton Bamboo</p> <p>Furing cotton inside</p> <p>Printed in Rubber</p> <p>Extra laces n clip</p> | <p>untuk pemakaian jangka panjang</p> | |
|--|--|---|---|--|



LAMPIRAN 7**REALISASI LAPORAN LABA RUGI****Disease Staff
Laporan Laba Rugi
Periode Maret 2021**

| | | | |
|-----------------------------------|---------|-----------|-----------|
| Pendapatan | | | |
| Penjualan | | 1.800.000 | |
| Potongan Penjualan | 360.000 | 360.000 | |
| Pengeluaran Bersih | | | 1.440.000 |
| Harga dari Pokok Penjualan | | | (720.000) |
| Laba Kotor | | | 720.000 |
| Beban Operasional | | | |
| Beban Pengeluaran | | | |
| Beban Administrasi | | | |
| Beban packing | 40.000 | | |
| Total Beban Pengeluaran | | 40.000 | |
| Beban dari Administrasi | | | |
| Biaya Kuota Wi-Fi | 50.000 | | |
| Beban <i>Bensin</i> | 50.000 | | |
| Total Beban dari Administrasi | | 100.000 | |
| Jumlah Beban Operasional | | | (140.000) |

| | | | |
|--|--|--|---------|
| Laba Bersih untuk Operasional | | | 580.000 |
| Pemasukan & Beban Non Operasi | | | |
| Pendapatan serta Beban Lainnya | | | |
| Total Laba Bersih | | | 580.000 |

**Disease Staff
Laporan Laba Rugi
Periode April 2021**

| | | | |
|-----------------------------------|---------|-----------|-------------|
| Pendapatan | | | |
| Penjualan | | 3.000.000 | |
| Potongan Penjualan | 360.000 | 360.000 | |
| Pengeluaran Bersih | | | 2.640.000 |
| Harga dari Pokok Penjualan | | | (1.680.000) |
| Laba Kotor | | | 960.000 |
| Beban Operasional | | | |
| Beban Pengeluaran | | | |
| Beban Administrasi | | | |
| Beban packing | 60.000 | | |
| Total Beban Pengeluaran | | 60.000 | |
| Beban dari Administrasi | | | |
| Biaya Kuota Wi-Fi | 50.000 | | |

| | | | |
|--|--------|---------|-----------|
| Beban <i>Bensin</i> | 50.000 | | |
| Total Beban dari Administrasi | | 100.000 | |
| Jumlah Beban Operasional | | | (160.000) |
| Laba Bersih untuk Operasional | | | 800.000 |
| Pemasukan & Beban Non Operasi | | | |
| Pendapatan serta Beban Lainnya | | | 0 |
| Total Laba Bersih | | | 800.000 |

**Disease Staff
Laporan Laba Rugi
Periode Mei 2021**

| | | | |
|-----------------------------------|---------|-----------|-------------|
| Pendapatan | | | |
| Penjualan | | 3.600.000 | |
| Potongan Penjualan | 720.000 | 720.000 | |
| Pengeluaran Bersih | | | 2.880.000 |
| Harga dari Pokok Penjualan | | | (1.440.000) |
| Laba Kotor | | | 1.440.000 |
| Beban Operasional | | | |
| Beban Pengeluaran | | | |
| Beban Administrasi | | | |
| Beban packing | 80.000 | | |

| | | | |
|--|--------|---------|-----------|
| Total Beban Pengeluaran | | 80.000 | |
| Beban dari Administrasi | | | |
| Biaya Kuota Wi-Fi | 50.000 | | |
| Beban <i>Bensin</i> | 50.000 | | |
| Total Beban dari Administrasi | | 100.000 | |
| Jumlah Beban Operasional | | | (180.000) |
| Laba Bersih untuk Operasional | | | 1.260.000 |
| Pemasukan & Beban Non Operasi | | | |
| Pendapatan serta Beban Lainnya | | | |
| Total Laba Bersih | | | 1.260.000 |

**Disease Staff
Laporan Laba Rugi
Periode Juni 2021**

| | | | |
|-----------------------------------|---------|-----------|-------------|
| Pendapatan | | | |
| Penjualan | | 5.520.000 | |
| Potongan Penjualan | 720.000 | 720.000 | |
| Pengeluaran Bersih | | | 4.800.000 |
| Harga dari Pokok Penjualan | | | (2.880.000) |
| Laba Kotor | | | 1.920.000 |
| Beban Operasional | | | |

| | | | |
|--|--------|---------|-----------|
| Beban Pengeluaran | | | |
| Beban Administrasi | | | |
| Beban packing | 80.000 | | |
| Total Beban Pengeluaran | | 80.000 | |
| Beban dari Administrasi | | | |
| Biaya Kuota Wi-Fi | 50.000 | | |
| Beban <i>Bensin</i> | 50.000 | | |
| Total Beban dari Administrasi | | 100.000 | |
| Jumlah Beban Operasional | | | (180.000) |
| Laba Bersih untuk Operasional | | | 1.740.000 |
| Pemasukan & Beban Non Operasi | | | |
| Pendapatan serta Beban Lainnya | | | |
| Total Laba Bersih | | | 1.740.000 |

LAMPIRAN 8

IDENTIFIKASI PERENCANAAN, REALISASI DAN GAP

| Aspek | Rencana | Realisasi | Gap |
|--|--|---|--|
| <p>Pemasaran</p> <p>A. Analisis Pasar</p> <p>Target Pasar</p> | <p>Target pasar yang akan dituju adalah kalangan pria yang memiliki pekerjaan atau profesi sebagai pelajar dengan beragam kesukaan atau kegemaran yang berhubungan dengan <i>fashion</i></p> | <p>Target pasar yang dituju pada realisasinya bukan hanya para pria yang menyukai kegemaran di dalam bidang fashion saja.</p> | <p>Penambahan target yang awalnya ditujukan kepada pria yang menyukai dan tertarik pada bidang fashion saja kini ditambah menjadi para pria yang menginginkan dan membutuhkan sandhang dengan harga yang terjangkau serta memiliki bahan yang tebal yang tebal</p> |
| <p>B. Strategi Pemasaran</p> <p>1. Product</p> | <p>Produk yang dijual ada 9 item</p> | <p>Mengimplementasikan rencana produk yang akan dijual</p> | <p>Adanya penambahan produk dengan menerima masukan dari harapan dan keinginan pembeli</p> |

| | | | |
|-----------------|---|---|--|
| <p>2. Price</p> | <p>Harga produk yang akan dijual senilai :</p> <p>Half-Mask Rp.50.000,-</p> <p>T-Shirt Rp.150.000,-</p> <p>Crewneck Rp.200.000,-</p> <p>Hoodie Rp.250.000,-</p> | <p>Harga yang dijual sesuai dengan harga yang sudah direncanakan.</p> | <p>Tidak adanya perubahan harga dari rencana hingga realisasi.</p> <p>Kemungkinan harga akan berubah jika ada konsumen yang membeli produk ketika sedang ada potongan harga.</p> |
| <p>3. Place</p> | <p>Outerwear Rp.300.000,-</p> <p>Menjual produk secara online dan offline.</p> | <p>Dalam realisasinya menjual produk secara offline dan online.</p> | <p>Tidak adanya perubahan rencana hingga realisasi.</p> <p>Strategi marketing mix belum sepenuhnya dilakukan, dikarenakan brand</p> |

| | | | |
|--------------|---|---|---|
| 4. Promotion | Akan melakukan promosi melalui sosial media, dan menerapkan promosi dengan strategi marketing mix | Dalam pelaksanaannya promosi yang dilakukan menerapkan kegiatan advertising dan personal selling. | image yang terbentuk belum mencapai kata sempurna |
|--------------|---|---|---|

| Aspek | Rencana | Realisasi | Gap |
|-------------------------------------|---|---|--|
| Operasional | | | |
| 1. Vendor (Input) | Vendor Inkside Sablon yang telah dipercaya dan tidak diragukan lagi kualitasnya. | Stock bahan baku yang berada di Vendor Inkside Sablon sangat sesuai dengan apa yang telah direncanakan oleh tim creative Disease Staff. | Tidak adanya perubahan rencana hingga realisasi. |
| 2. Research & Development (Process) | Disease Staff mercancang dan mendesain produk yang sesuai permintaan pasar dibarengi dengan mengedepankan konspep | Implementasi dari tim R&D berjalan dengan baik dan sama dilanjutkan dengan memproduksi sekiranya ada t-shirt dan hoodie serta crewneck. | Terdapat beberapa perubahan dari perancangan desain yang didasari dari produk outerwear. |

| | | | |
|--------------------|---|--|--|
| 3. Produk (Output) | <p>dari Streetwear dan Streetculture.</p> <p>Produk dibuat dengan model yang sudah tim ditentukan dengan mengikuti tren saat ini agar memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan.</p> | <p>Terdapat beberapa pelanggan yang mempunyai keinginan produk dengan desain tertentu.</p> | <p>Merreset produk dan memodifikasi desain dengan spesifikasi yang disarankan pelanggan terhadap produk Disease Staff.</p> |
|--------------------|---|--|--|

| Aspek | Perencanaan | Realisasi | Gap |
|--|---|--|---|
| <p>Sumber Daya Manusia</p> <p>A. Proses Rekrutmen</p> <p>B. Penilaian Kinerja</p> | <p>Merekrut karyawan yang memiliki pengetahuan khusus.</p> <p>Disease Staff mempraktikkan sistem evaluasi kinerja dengan tata cara esai</p> | <p>Melakukan perekrutan dengan menambah kriteria perusahaan yaitu memiliki pengetahuan basic microsoft office.</p> <p>Sistem evaluasi kinerja dicoba berkala tiap minggunya dengan metode mencatat kejadian-kejadian</p> | <p>Tidak adanya perubahan rencana hingga realisasi.</p> <p>Tidak adanya perubahan rencana hingga realisasi.</p> |

| | | | |
|----------------------|--|--|--|
| | ataupun essay method dengan karyawanya. | berarti yang memengaruhi terhadap bisnis, baik yang menguntungkan ataupun yang merugikan bisnis. | |
| C. Sistem Kompensasi | Memberikan kompensasi sesuai dengan pendapatan dari business Disease Staff yang sudah dusetujui antara kedua belah pihak | Kompensasi yang diberikan sesuai dengan kinerja dan aturan kerja yang fleksibel | Tidak adanya perubahan rencana hingga realisasi. |

| Aspek | Perencanaan | Realisasi | Gap |
|-----------------------|---|--|--|
| Aspek Keuangan | | | |
| A. Anggaran Dana | Membuat pengadaan anggaran untuk proses produksi dan finishing. | Keseluruhan harga sesuai anggaran antara biaya produksi di vendor dan yang telah direncanakan. | Tidak adanya perubahan rencana hingga realisasi. |
| B. Retur Penjualan | Tidak ada rencana. | Owner bisnis melakukan tambahan dana untuk menutupi adanya retur penjualan. | Owner bisnis tidak menyiapkan dana lebih untuk retur penjualan sehingga bisa |

| | | | |
|--|---|---|--|
| <p>C. Kinerja Keuangan</p> <p>Isu Laba Rugi</p> | <p>Disease berupaya untuk selalu bertumbuh dan berkembang dalam aspek keuangan, dengan berpacu pada penjualan yang akan terus diguncang agar terus sejajar dengan target pasar.</p> | <p>Disease Staff pada variabel yang meliputi Penjualana hadapi kenaikan di setiap bulannya menjajaki tiap perkembangan penjualan ini bersumber pada tata cara perbandingan pada bulan tadinya.</p> <p>Disease Staff sudah memperoleh atensi dari pelanggan loyal yang membagikan saran baik sehingga Disease Staff bisa mempertahankan aspek berikut yang ke depannya dengan mengimbangi inovasi produk yang bisa dibesarkan lebih perinci lagi hingga persaingan pasar yang mulai banyak serta</p> | <p>merugikan owner bisnis.</p> <p>Tidak adanya perubahan rencana hingga realisasi.</p> <p>Tidak adanya perubahan rencana hingga realisasi.</p> |
| <p>Isu Neraca</p> | <p>Selalu bertumbuh untuk setiap bulan pada laporan harus terus mengalami inflasi yang selalu bertumbuh dan berkembang dalam aspek keuangan, dengan berpacu pada penjualan yang akan terus diguncang agar</p> | | |

| | | | |
|----------------------------|--|---|---|
| <p>Isu Arus Kas</p> | <p>terus sejajar dengan target pasar yang nantinya dapat menjadi patokan dalam patokan aset, kewajiban serta ekuitas.</p> <p>cash flow yang diharapkan dan direncanakan adalah sebagaimana perincian yang menunjukkan jumlah pemasukan dan pengeluaran dalam suatu periode tertentu agar tetap terus bertumbuh dan berkembang pada setiap bulan, walaupun sedikit namun yang namanya bertambah pasti tetap bertambah dan lama-lama juga akan terasa untuk kebaikan dari bisnis clothing ini.</p> | <p>kerap meniru inovasi Disease Staff sangat sedikit mungkin industri ini hadapi penyusutan.</p> <p>Laporan Arus Kas Disease Staff dikenal jumlah kas pada bulan juni serta mengacu pada tabel aliran kas tahunan di atas, tingkatan pengembalian internal yang didapat ialah sebesar Rp.750.000,-. Nominal ini lebih besar dari tingkatan pengembalian yang diidamkan.</p> | <p>Tidak adanya perubahan rencana hingga realisasi.</p> |
|----------------------------|--|---|---|



LAMPIRAN 9**KINERJA KEUANGAN****Disease Staff
Laporan Laba Rugi
Periode Juni 2021**

| | | | |
|------------------------------------|---------|-----------|-------------|
| Pendapatan dari penjualan | | | |
| Penjualan | | 5.520.000 | |
| Diskon Penjualan | 720.000 | 720.000 | |
| Penjualan Bersih | | | 4.800.000 |
| Harga Pokok Penjualan (HPP) | | | (2.880.000) |
| Laba Kotor | | | 1.920.000 |
| Beban Operasi: | | | |
| Beban Penjualan | | | |
| Beban Admin | | | |
| Beban kemasan | 80.000 | | |
| Total Beban Penjualan | | 80.000 | |
| Beban Administrasi | | | |
| Biaya Kuota Internet | 50.000 | | |
| Beban Bensin | 50.000 | | |
| Total Beban Administrasi | | 100.000 | |
| Jumlah Beban Operasi | | | (180.000) |

| | | | |
|---|--|--|-----------|
| Laba Bersih Operasional | | | 1.740.000 |
| Pendapatan & Beban Non Operasi | | | |
| Pendapatan dan Beban Lainnya | | | |
| Laba Bersih | | | 1.740.000 |

**Disease Staff
Laporan Neraca
Periode Juni 2021**

| | |
|------------------------|-----------|
| Aktiva | |
| Aset Lancar | |
| Kas | 1.000.000 |
| Aset Tetap | |
| Persediaan | 4.000.000 |
| Total Aset | 5.000.000 |
| | |
| Utang dan Modal | |
| Utang | |
| Utang Usaha | |
| Modal | |
| Modal Disetor | 5.000.000 |
| Laba Ditahan | 1.110.000 |

| | |
|------------------------------|-----------|
| Total Utang dan Modal | 6.110.000 |
|------------------------------|-----------|

**Disease Staff
Laporan Arus Kas
Periode Juni 2021**

| | |
|--|-------------|
| Aktivitas Operasional | |
| Kas diterima dari pelanggan | 2.000.000 |
| Pembayaran kas untuk beban | (1.110.000) |
| Kas untuk aktivitas operasional | (890.000) |
| Aktivitas Investasi | |
| Pembelian Aktiva | |
| Penjualan Aktivas | |
| Kas untuk aktivitas investasi | |
| Aktivitas Pendanaan | |
| Kas diterima sebagai investasi pemilik | |
| Penarikan oleh pemilik | |
| Kas untuk aktivitas pendanaan | |
| KAS PADA AWAL PERIODE | 1.400.000 |
| KAS PADA AKHIR PERIODE | 750.000 |

LAMPIRAN 10

IDENTITAS PENULIS



Nama : Aliefyan Ainaro

Tempat, Tanggal Lahir : Sleman, 03 Januari 1999

Jenis Kelamin : Laki-laki

NIM : 17311179

Perguruan Tinggi : Universitas Islam Indonesia

Fakultas : Bisnis dan Ekonomika

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Operasional

Alamat : Ngaglik, Sleman, Yogyakarta 55581

Riwayat Pendidikan

1. SD N Rejodani
2. SMP N 4 Pakem
3. SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta
4. Universitas Islam Indonesia

Email : aliefyannaro@gmail.com