

**LAPORAN AKHIR PROYEK BISNIS**

**HAYANA JACKET**



Diusulkan Oleh:

Taqiyya Fathna Azzahra

18312078

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2022

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa Laporan Akhir Proyek Bisnis yang berjudul “*HAYANA JAKCET*” ini merupakan karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan tiruan, salinan atau duplikasi dari laporan akhir proyek bisnis yang telah dipergunakan dan dipublikasikan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan. Selain itu, sumber informasi yang dikutip penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.

Apabila pada kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, saya bersedia menerima sanksi apapun sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan atau akibatnya.

Yogyakarta, 15 Februari 2022



Taqiyya Fathna Azzahra

LEMBAR PENGESAHAN  
LAPORAN AKHIR PROYEK BISNIS PROGRAM KEWIRAUSAHAAN  
“HAYANA JACKET”

Diajukan Oleh :

Nama : Taqiyya Fathna Azzahra

NIM : 18312078

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing  
Pada Tanggal 15 Februari 2022

Dosen Pembimbing



Mahmudi, Dr., M.Si., CMA.

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR MAGANG / WIRAUSAHA**

TUGAS AKHIR BERJUDUL

**Hayana Jacket**

Disusun Oleh : Taqiyya Fathna Azzahra

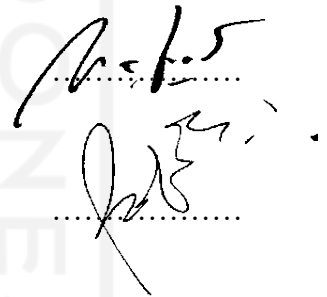
Nomor Mahasiswa : 18312078

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: Senin, 07 Maret 2022

Penguji/ Pembimbing TA : Mahmudi Dr.S.E., M.Si.


Penguji : Rifqi Muhammad S.E., M.Sc., Ph.D.



Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



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

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya, sehingga Tugas Akhir Proyek Bisnis dengan judul “*HAYANA JACKET*” ini dapat diselesaikan dengan baik. Penyusunan Laporan Akhir Proyek Bisnis ini dilakukan dalam rangka menyelesaikan studi untuk menempuh gelar Sarjana Akuntansi di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Saya menyadari bahwa penulisan laporan akhir ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan kemampuan serta pengetahuan yang saya miliki. Meskipun begitu, saya menyadari bahwa tanpa adanya bimbingan, bantuan serta do’a dari berbagai pihak, mungkin sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan banyak terimakasih kepada:

- (1) Bapak Mahmudi, Dr., M.Si., CMA. selaku dosen pembimbing atas kesediaan waktu, tenaga, serta pikiran untuk mengarahkan saya selama menjalankan proyek bisnis sampai dengan penyusunan laporan akhir ini;
- (2) Drs. Rifqi Muhammad, SE, MSc., PhD selaku dosen penguji laporan antara proyek bisnis saya atas masukan serta sarannya;
- (3) Seluruh bapak dan ibu dosen prodi Akuntansi atas ilmu dan arahnya selama saya berkuliah;
- (4) Ayah dan Ibu atas segala kasih sayang, do’a, dukungan, bimbingan, serta motivasi yang selalu diberikan;
- (5) Kakak dan adik; mas Hafidh, dek Nuha, dan dek Naila atas dukungan, bantuan, dan motivasi yang diberikan;
- (6) Teman seperjuangan saya sejak SMP; Mbak Rifda, atas dukungan, motivasi, bantuan, dan kebersamaannya sampai saat ini;
- (7) Malikhah, Aini, dan teman-teman seperjuangan saya lainnya atas semangat yang diberikan;
- (8) Teman-teman organisasi Badan Audit Kemahasiswaan atas motivasi serta kebersamaannya yang telah mengisi sebagian besar waktu saya

selama kuliah;

(9) Dan pihak lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu, dan besar harapan saya, semoga laporan akhir ini dapat bermanfaat bagi saya sendiri khususnya serta bagi pihak lain pada umumnya.



Yogyakarta, 15 Februari 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Taqiyya Fathna Azzahra'. The signature is stylized and fluid, written over the printed name below it.

Taqiyya Fathna Azzahra

## ABSTRAK

*Hayana Jacket* merupakan sebuah bisnis di bidang *fashion* yang berfokus pada jenis pakaian jaket. Produk yang ditawarkan tergolong unik, karena selain penggunaan bahan yang lebih tipis daripada bahan jaket pada umumnya, produk ini juga dapat digunakan dua sisi atau bolak-balik. Bisnis ini didirikan karena keinginan penulis untuk membuat produk jaket yang mana selain memberikan manfaat seperti jaket secara umum, juga dapat membuat pemakainya terlihat lebih *fashionable*. Kesan terhadap jaket yang biasanya digunakan saat sedang berada di perjalanan atau sedang sakit, juga dapat digantikan dengan kesan jaket sebagai aksesoris tambahan dalam berpenampilan.

Proyek bisnis dijalankan selama 6 bulan dimulai sejak bulan Agustus 2021 sampai dengan bulan Januari 2022. Saat ini, *Hayana Jacket* baru meluncurkan satu model jaket dengan berbagai pilihan warna.

**Keyword :** *Hayana Jacket*, jaket, unik, *fashionable*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	1
1.3 Tujuan Program.....	1
1.4 Luaran yang Diharapkan .....	2
1.5 Manfaat Program.....	2
1.6 Sistematika Penulisan Laporan .....	2
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	4
2.1 Pengertian Bisnis.....	4
2.2 Pengertian Kewirausahaan .....	4
2.3 Tujuan Kewirausahaan.....	4
2.4 Manfaat Kewirausahaan.....	5
2.5 Teori <i>Business Model Canvas</i> .....	5
2.6 Teori <i>Porter Five Force</i> .....	7
2.7 Analisis SWOT .....	8
BAB III METODOLOGI PELAKSANAAN PROYEK BISNIS.....	10
3.1 Gambaran Umum Rencana Usaha .....	10
3.2 Gagasan Kegiatan Usaha.....	11
3.3 Peluang Pasar .....	12
3.4 Analisis Kelayakan Usaha.....	12
3.5 Keberlanjutan Usaha Proyek Bisnis.....	15



BAB IV PELAKSANAAN DAN ANALISIS PROYEK BISNIS .....	16
4.1 Profil Bisnis.....	16
4.2 Realisasi Anggaran Proyek Bisnis .....	16
4.3 Pelaksanaan Proyek Bisnis.....	18
4.4 Identifikasi Masalah dan Pemecahannya .....	24
4.5 Analisis Pelaksanaan Proyek Bisnis .....	26
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	28
5.1 Kesimpulan .....	28
5.2 Rekomendasi .....	29
DAFTAR PUSTAKA .....	30
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	31



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Hayana .....	10
Gambar 2. Produk <i>Hayana Jacket</i> .....	10
Gambar 3. Sample produk.....	20
Gambar 4. Supplier kain .....	21
Gambar 5. Kelengkapan produk .....	21
Gambar 6. Proses pengeditan logo.....	21
Gambar 7. Bukti pembelian label .....	22
Gambar 8. Produk jadi .....	23
Gambar 9. Plastik pengemas produk.....	23
Gambar 10. Tahap pemantauan jadwal proyek bisnis.....	23
Gambar 11. Tahap pemantauan realisasi anggaran proyek bisnis .....	24
Gambar 12. Tahap perencanaan konten Instagram .....	24

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Sumber pendanaan .....	13
Tabel 2. Kebutuhan modal .....	14
Tabel 3. Penjualan .....	16
Tabel 4. Produksi .....	16
Tabel 5. Biaya pembelian bahan baku .....	17
Tabel 6. Biaya tenaga kerja langsung .....	17
Tabel 7. Biaya overhead.....	17
Tabel 8. Biaya promosi .....	17
Tabel 9. Harga pokok penjualan (HPP) .....	18
Tabel 10. Harga jual produk.....	18
Tabel 11. Laporan laba rugi .....	18
Tabel 12. Laporan arus kas .....	18
Tabel 13. Tahap pelaksanaan proyek .....	20
Tabel 14. Tahap pengemasan produk.....	23
Tabel 15. Tahap pemantauan dan pengendalian proyek .....	24

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1; <i>Curriculum Vitae</i> Mahasiswa .....	32
Lampiran 2: Laporan Realisasi Anggaran.....	33
Lampiran 3: Laporan Realisasi Jadwal dan Kegiatan .....	36
Lampiran 4: Laporan Kinerja ( <i>Performance Report</i> ) .....	36
Lampiran 5: Dokumentasi Proyek Bisnis .....	37



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pembahasan mengenai *fashion* tidak akan pernah ada habisnya. Apalagi, di zaman modern seperti sekarang ini dimana tren *fashion* berkembang dengan cepat, menyebabkan masyarakat terutama anak mudanya semakin pintar dalam pemilihan pakaian yang *trendy*. Dari sini, para pelaku usaha pun akan memiliki peluang sekaligus tantangan baru dalam usahanya.

Saat ini, pertimbangan masyarakat untuk membeli atau memiliki suatu produk *fashion* tidak hanya berdasarkan kenyamanan, melainkan juga bagaimana keindahan tampilan mereka saat menggunakan produk tersebut. Oleh karena itu, tantangan bagi para pelaku usaha terutama dalam bidang *fashion* adalah mampu untuk terus berinovasi dalam proses usahanya.

Salah satu produk di bidang *fashion* adalah jaket. Persepsi kebanyakan orang tentang penggunaan jaket adalah ketika berpergian mengendarai sepeda motor, berolahraga, atau bahkan saat sedang sakit. Oleh karena itu, penulis berinisiatif untuk membuat jaket yang *fashionable* sehingga tetap dapat digunakan pada kegiatan biasa sehari-hari.

### 1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam proposal ini, yaitu:

1. Apakah target pasar dapat menerima produk *Hayana Jacket*?
2. Bagaimana cara mempertahankan produk *Hayana Jacket* dalam persaingan bisnis di bidang *fashion*?

### 1.3 Tujuan Program

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dapat diketahui tujuan untuk membuat proposal ini yaitu:

1. Mengetahui apakah produk *Hayana Jacket* dapat diterima oleh target pasar
2. Cara mempertahankan produk *Hayana Jacket* dalam persaingan bisnis di bidang *fashion*.

#### **1.4 Luaran yang Diharapkan**

Usaha ini diharapkan menghasilkan luaran sebagai berikut:

1. Produk *Hayana Jacket* dapat diterima oleh target pasar
2. Produk *Hayana Jacket* mampu bertahan dalam persaingan bisnis di bidang *fashion*
3. Meningkatkan jiwa kreativitas mahasiswa
4. Membuka lapangan kerja

#### **1.5 Manfaat Program**

1. Mengasah *softskill* mahasiswa dalam kegiatan usaha secara langsung
2. Menambah pengalaman serta wawasan mahasiswa dalam kegiatan usaha

#### **1.6 Sistematika Penulisan Laporan**

Laporan akhir proyek bisnis ini terdiri dari 5 bab, yaitu:

1. Bab 1 Pendahuluan

Menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan program, luaran yang diharapkan, manfaat program, dan sistematika penulisan laporan.

2. Bab 2 Telaah Pustaka

Menjelaskan mengenai definisi bisnis, kewirausahaan,

tujuan kewirausahaan, manfaat kewirausahaan, teori bisnis model canvas, teori *porter five force*, dan analisis SWOT.

### 3. Bab 3 Metodologi Pelaksanaan Proyek Bisnis

Menjelaskan mengenai gambaran umum rencana usaha, gagasan kegiatan usaha, peluang pasar, analisis kelayakan usaha, dan keberlanjutan usaha proyek bisnis.

### 4. Bab 4 Pelaksanaan dan Analisis Proyek Bisnis

Menjelaskan mengenai profil bisnis, realisasi anggaran proyek bisnis, pelaksanaan proyek bisnis, identifikasi masalah dan pemecahannya, serta analisis pelaksanaan proyek bisnis.

### 5. Bab 5 Kesimpulan dan Rekomendasi

Menjelaskan mengenai kesimpulan akhir penelitian proyek bisnis dan saran-saran yang direkomendasikan berdasarkan pengalaman yang telah dilakukan untuk perbaikan proses pelaksanaan selanjutnya.

## **BAB II**

### **TELAAH PUSTAKA**

#### **2.1 Pengertian Bisnis**

Bisnis merupakan kegiatan yang dilakukan secara terorganisir untuk mendapatkan keuntungan dengan cara menghasilkan serta menjual barang maupun jasa (Hughes & Kapoor, 2014).

Sedangkan menurut Allan (2004), bisnis merupakan kegiatan usaha seorang individu yang terorganisir untuk memperoleh keuntungan dari penjualan barang maupun jasa dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat industri.

Berdasarkan dua pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa bisnis merupakan kegiatan terencana untuk memperoleh keuntungan dengan melakukan penjualan barang atau jasa.

#### **2.2 Pengertian Kewirausahaan**

Sedangkan menurut Rusydi dan Dr. Tien (2016), kewirausahaan merupakan kegiatan yang cenderung bermain dengan risiko dan tantangan, dimana seorang wirausaha 'bermain' dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk memperoleh keuntungan.

Menurut Eko Agus Alfianto (2012), kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang atau setiap orang dalam menangkap peluang-peluang usaha, yang kemudian dijadikan lahan bisnis olehnya.

Berdasarkan dua pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang yang berani dalam mengambil risiko dari peluang usaha yang ada.

#### **2.3 Tujuan Kewirausahaan**

Menurut Daryanto & Cahyono (2013), tujuan dari kewirausahaan adalah sebagai berikut:



1. Membiasakan perilaku semangat, sikap, dan kemampuan kewirausahaan dikalangan masyarakat
2. Menumbuhkan kesadaran akan pentingnya berkewirausahaan
3. Memperbanyak jumlah wirausahawan yang tangguh
4. Mendorong kemampuan wirausahawan untuk membuat kemajuan dan kesejahteraan masyarakat.

#### **2.4 Manfaat Kewirausahaan**

Menurut Eko Agus Alfianto (2012), manfaat dari kewirausahaan adalah sebagai berikut:

1. Terbukanya lapangan pekerjaan
2. Terbukanya peluang untuk mencapai tujuan
3. Menumbuhkan sikap pekerja keras sehingga tidak mudah menyerah
4. Sebagai contoh pribadi yang unggul, jujur, berani, tidak merugikan orang lain.

#### **2.5 Teori *Business Model Canvas***

*Business model canvas* merupakan salah satu cara untuk mengetahui bagaimana rupa perusahaan yang akan dijalani maupun yang sedang dijalani (Massepe, 2017).

Dalam buku Alexander Osterwalder (2014) yang dikutip oleh Andi Nur (2017), model bisnis kanvas dibagi menjadi 9 aspek bisnis, yaitu:

1. *Customer segments*

*Customer segments* merupakan pihak yang mengonsumsi produk atau menggunakan jasa suatu perusahaan. Pelanggan merupakan bagian terpenting bagi perusahaan agar tetap dapat beroperasi.

2. *Value proposition*

*Value proportion* merupakan alasan mengapa seorang pelanggan beralih dari perusahaan satu ke perusahaan lainnya, atau nilai perusahaan yang ditawarkan yang membuat pelanggan memiliki *willingness-to-pay*.

### 3. *Channel*

*Channel* merupakan penghubung antara perusahaan dan pelanggan dalam bentuk saluran komunikasi, distribusi, dan penjualan.

### 4. *Customer relationship*

*Customer relationship* merupakan hubungan yang dibangun oleh perusahaan untuk memaksimalkan pelayanan terhadap pelanggan.

### 5. *Revenue stream*

*Revenue stream* merupakan sumber pendapatan bagi perusahaan untuk mengestimasi arus pendapatan yang akan diterima nantinya.

### 6. *Key resources*

*Key resources* merupakan sumber daya utama perusahaan yang memungkinkan mereka menjalankan operasional utama dalam perusahaannya..

### 7. *Key activities*

*Key activities* merupakan aktivitas utama dalam perusahaan yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai visi keunggulan produk atau jasa yang ditawarkan kepada target pasar.

### 8. *Key partners*

*Key partners* merupakan rekan atau mitra utama yang

berkolaborasi dengan perusahaan,

#### 9. *Cost Structure*

*Cost structure* merupakan struktur biaya yang mana isinya menjelaskan tentang biaya apa saja yang akan muncul ketika menjalankan bisnis tertentu.

### 2.6 Teori *Porter Five Force*

Lima kekuatan porter meliputi (Porter & Millar, 1985):

#### 1. Kekuatan tawar menawar oleh pemasok

Terdapat dua pilihan dalam tawar menawar oleh pemasok, yaitu dengan naiknya harga atau turunnya kualitas produk atau jasa yang ditawarkan.

#### 2. Kekuatan tawar menawar oleh pembeli

Pembeli dapat berperan dalam penurunan harga produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dan menawarkan peningkatan kualitas pelayanan.

#### 3. Ancaman pendatang baru

Semakin banyak pendatang baru di pasar, semakin kecil pula porsi keuntungan suatu perusahaan di pasar tersebut

#### 4. Ancaman produk pengganti

Semakin banyak produk pengganti atau produk serupa, semakin besar pula persaingan yang ada di pasar.

#### 5. Persaingan dalam industri

Persaingan sesama industri menyebabkan perusahaan akan semakin berusaha keras untuk mempertahankan eksistensi dan mempertahankan pasar.

## 2.7 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah proses identifikasi dari beberapa macam faktor untuk membentuk strategi suatu perusahaan yang dilakukan secara sistematis (Rangkuti, 1998, p. 18). Analisis ini terdiri dari *Strength*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats*, dan berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai faktor-faktor tersebut (Fatimah, 2016):

### 1. *Strength* atau Kekuatan

Kekuatan merupakan nilai keunggulan komparatif bagi sebuah perusahaan. Mengenali kekuatan perusahaan sendiri sangat penting karena itu merupakan langkah awal untuk mencapai kualitas perusahaan yang tinggi.

### 2. *Weakness* atau Kelemahan

Berkebalikan dengan *strength*, kelemahan merupakan kekurangan yang ada pada suatu organisasi. Secara umum, tiap perusahaan atau organisasi pasti memiliki kelemahan. Hanya saja, perbedaannya mungkin terletak pada bagaimana mereka dapat meminimalisir kelemahan tersebut dengan kemampuan yang mereka miliki.

### 3. *Opportunities* atau Peluang

Peluang merupakan adanya sifat yang menguntungkan dari kondisi diluar bagi internal perusahaan. Suatu perusahaan dapat mengetahui peluang yang ada dengan melakukan analisis internal (membandingkan kekuatan dan kelemahan perusahaan) maupun membandingkan perusahaan dengan kompetitor.

### 4. *Threats* atau Ancaman

Ancaman merupakan kebalikan dari peluang, dimana adanya sifat yang merugikan atau dapat mengganggu berjalannya suatu perusahaan dengan baik. Ancaman yang

tidak segera ditanggulangi akan menghambat perusahaan untuk mencapai visinya.



## BAB III

### METODOLOGI PELAKSANAAN PROYEK BISNIS

#### 3.1 Gambaran Umum Rencana Usaha

##### 3.1.1 Nama Usaha dan Karakteristik

Nama usaha adalah hal yang sangat penting dan diperlukan supaya produk kita mudah diingat dan dikenal oleh masyarakat, khususnya target pelanggan usaha tersebut. Produk dari usaha ini diberi nama *Hayana Jacket*, dimana kata *Hayana* merupakan gabungan dari beberapa nama orang, sedangkan kata *jacket* merupakan bahasa inggris yang memiliki arti jaket.



Gambar 1. Logo Hayana

Saat ini, *Hayana Jacket* baru memproduksi dan meluncurkan 1 model jaket.



Gambar 2. Produk *Hayana Jacket*

Jaket dengan model yang simple ini memiliki panjang kurang lebih 1 meter. Desainnya dibuat unik dengan menggunakan bahan yang lebih tipis daripada jaket pada

umumnya, serta dapat digunakan secara bolak-balik. Selain resleting utama, sisi dalam dan luar jaket ini terdapat masing-masing 2 saku pada bagian kanan dan kiri maupun luar dan dalamnya, serta terdapat saku dengan resleting pada sisi luarnya.

### 3.1.2 Keunggulan Produk

Produk *Hayana Jacket* memiliki keunggulan, diantaranya:

- Memiliki desain yang unik untuk sebuah jaket, dimana pemakainya tidak sekedar menggunakan 'jaket', namun juga dapat memanfaatkannya sebagai pakaian yang *fashionable*.
- Bahannya yang lebih tipis daripada jaket pada umumnya namun memiliki manfaat yang sama seperti jaket pada umumnya membuat kesan baru bagi pemakainya.

### 3.1.3 Kelemahan Produk

- Produk *Hayana Jacket* baru meluncurkan 1 model jaket, sehingga pelanggan tidak memiliki opsi model lain meskipun memiliki opsi warna jaket.

## 3.2 Gagasan Kegiatan Usaha

Penulis tertarik menjalankan usaha jaket dengan dua sisi ini karena berdasarkan survei yang telah dilakukan di beberapa tempat, produk serupa masih jarang ditemukan dipasaran baik secara model maupun bahannya. Selain itu, alasan lain penulis tertarik menjalankan usaha ini adalah karena masyarakat saat ini sangat memperhatikan penampilan.

Selain menawarkan keindahan penampilan, kesan yang simpel namun *fashionable* serta dapat digunakan pada acara non-formal maupun semi-formal dapat menjadi salah satu daya tarik bagi masyarakat terutama target konsumen.

### 3.2.1 Target Konsumen

Target konsumen *Hayana Jacket* adalah wanita dari usia remaja hingga dewasa.

### 3.2.2 Pesaing

Sejauh ini, penulis belum menemukan adanya pesaing yang sama untuk produk *Hayana Jacket*. Pesaing dengan model jaket panjang mungkin banyak, namun kebanyakan dari produk tersebut menggunakan bahan jaket tebal seperti jaket pada umumnya.

### 3.2.3 Strategi Promosi

Strategi promosi yang digunakan untuk mempromosikan produk *Hayana Jacket* sejauh ini masih secara langsung. Untuk promosi secara daring atau *online*, penulis masih dalam tahap persiapan dan progres melalui instagram dan shopee. Tidak melepas kemungkinan penulis akan menggunakan media sosial atau *marketplace* lainnya.

### 3.2.4 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran masih dilakukan secara langsung dengan mengenalkan produk kepada teman, keluarga, dan orang-orang atau kenalan penulis lainnya.

## 3.3 Peluang Pasar

Antusiasme target konsumen (secara langsung) terhadap produk *Hayana Jacket* membuat penulis berpikir bahwa peluang pasarnya cukup meyakinkan, terlebih lagi jika nantinya didukung dengan penjualan dan promosi secara online.

## 3.4 Analisis Kelayakan Usaha

### 3.4.1 Aspek Hukum

- Pelaksana proyek : Perorangan



- Bidang proyek : Usaha di bidang *fashion*
- Lokasi proyek : Rumah penulis (Sleman, Yogyakarta)

### 3.4.2 Aspek Lingkungan

Usaha ini tidak memiliki dampak negatif yang berarti terhadap lingkungan, karena sisa kain yang tidak terpakai atau perca dapat dimanfaatkan lebih lanjut.

### 3.4.3 Aspek Manajemen

Secara umum, seluruh operasional usaha masih dilakukan secara mandiri oleh penulis, sehingga usaha belum memiliki struktur manajemen yang baik. Meskipun begitu, penulis memiliki rekan selama menjalankan proyek bisnis ini yang membantu dalam pemasaran, produksi, pengiriman, serta persiapan promosi secara online.

### 3.4.4 Aspek Keuangan

#### 3.4.4.1 Sumber Pendanaan

Sumber dana atau modal yang digunakan untuk memulai usaha produk *Hayana Jacket* berasal dari dana pribadi.

Keterangan	Persentase	Jumlah
Modal pribadi	100%	Rp 7.235.900

Tabel 1. Sumber pendanaan

#### 3.4.4.2 Kebutuhan Modal

No	Keterangan	Harga/unit	Total Unit	Total Harga
<b>1</b>	<b>Biaya Bahan Baku</b>			
	Kain bolak-balik	Rp83,913	23	Rp1,930,000
	Label kulit	Rp700	23	Rp16,100
<b>2</b>	<b>Biaya Lain-lain</b>			

	Plastik polymeaire	Rp2,300	23	Rp52,900
	Thanks Card	Rp300	23	Rp6,900
<b>3</b>	<b>Biaya Promosi</b>			Rp2,600,000
<b>4</b>	<b>Biaya tenaga kerja</b>			
	Penjahit 1	Rp100,000	11	Rp1,100,000
	Penjahit 2	Rp125,000	6	Rp750,000
		Rp130,000	6	Rp780,000
<b>TOTAL</b>				<b>Rp7,235,900</b>

Tabel 2. Kebutuhan modal

#### 3.4.4.3 Analisis ROI (*Return on Investment*)

*Return on Investment* merupakan rasio untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari investasi yang dilakukan (Kasmir, 2014).

Cara menghitung ROI:

$$\text{ROI} = (\text{Laba bersih} / \text{Total Investasi}) \times 100\%$$

Berikut perhitungan ROI proyek bisnis *Hayana*

*Jacket*:

$$\begin{aligned} \text{ROI} &= (-1.768.426 / 7.235.900) \times 100\% \\ &= -24,4\% \end{aligned}$$

Untuk saat ini, perhitungan ROI dari usaha *Hayana Jacket* adalah sebesar -24,4%, dimana angka ini menunjukkan bahwa usaha *Hayana Jacket* belum mampu menghasilkan laba dari investasi yang telah dilakukan. Hal ini disebabkan karena usaha yang dijalankan masih dalam tahap perintisan, sehingga modal yang dikeluarkan cenderung jauh lebih besar daripada pemasukan yang diterima.

#### 3.4.5 Aspek Operasional

- Desain Produk

Desain dari produk *Hayana Jacket* unik karena simpel namun tetap *fashionable*, serta dapat digunakan dua sisi.

a. Dimensi Produk

Produk *Hayana Jacket* baru memiliki 1 model dengan berbagai pilihan warna. Untuk memproduksi 1 jaket, dibutuhkan kain sepanjang 2,5 meter.

b. Nilai atau Manfaat

Manfaat dari produk *Hayana Jacket* adalah pemenuhan kebutuhan konsumen akan jaket, namun yang dapat digunakan fleksibel sebagai pelengkap *fashion*.

c. Harga Jual Produk

Harga jual produk *Hayana Jacket* adalah sekitar Rp 345.000. Harga ini dapat lebih tinggi atau lebih rendah tergantung jenis kain yang digunakan. Harga ini diperoleh dari penjumlahan harga pokok penjualan (HPP) awal dan keuntungan berdasarkan persentase. Untuk penjualan 5 produk pertama, penulis memberikan diskon sebesar 10%.

### 3.5 Keberlanjutan Usaha Proyek Bisnis

Usaha yang telah dijalani ini akan terus dikembangkan setelah masa proyek bisnis selesai, karena ini merupakan batu loncatan penulis membuka usaha sendiri setelah sebelumnya tertunda. Meskipun untuk saat ini fokus penulis masih pada 1 model jaket yang sama, tidak melepas kemungkinan di masa yang akan datang ada model atau jenis pakaian lainnya.

## BAB IV

### PELAKSANAAN DAN ANALISIS PROYEK BISNIS

#### 4.1 Profil Bisnis

*Hayana Jacket* merupakan sebuah usaha di bidang fashion yang menjual produk jaket. Latar belakang berdirinya usaha ini adalah diferensiasi produk, dimana produk yang dihasilkan masih jarang ditemukan di pasaran. Secara kualitas, produk *Hayana Jacket* tidak perlu diragukan lagi karena produk menggunakan bahan yang berkualitas serta adanya *quality check* sebelum pengiriman barang. Selain itu, pelayanan kepada pelanggan dilakukan secara maksimal dengan adanya pengembalian atau penukaran produk yang sudah dibeli dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Lokasi usaha berada di Yogyakarta, namun pengiriman dapat dilakukan ke seluruh Indonesia.

Kehadiran produk *Hayana Jacket* ini diharapkan dapat lebih memuaskan pemakainya tidak hanya dari sisi manfaat namun juga sisi penampilan.

#### 4.2 Realisasi Anggaran Proyek Bisnis

##### 4.2.1 Penjualan

Berikut merupakan penjualan produk *Hayana Jacket* selama 2 bulan (November – Januari):

No	Bulan	Ket	Harga/unit	Jumlah unit terjual	Total Penjualan
1	November	Diskon 10%	Rp310,500	2	Rp621,000
2	Desember	Diskon 10%	Rp310,500	3	Rp931,500
3	Januari		Rp345,000	2	Rp690,000
<b>TOTAL</b>					<b>Rp2,242,500</b>

Tabel 3. Penjualan

##### 4.2.2 Produksi

Keterangan	Produk
Unit diproduksi	23
Persediaan akhir	16

Unit terjual	7
--------------	---

Tabel 4. Produksi

#### 4.2.3 Biaya Pembelian Bahan Baku

No	Keterangan	Harga/jaket	Jumlah	Total
1	Kain bolak-balik	Rp83,913	23	Rp1,930,000
2	Label kulit	Rp700	23	Rp16,100
<b>TOTAL</b>				<b>Rp1,946,100</b>

Tabel 5. Biaya pembelian bahan baku

#### 4.2.4 Biaya Tenaga Kerja Langsung

No	Tenaga Kerja	Keterangan	Produk
1	Penjahit 1	Produksi unit	11
		Upah per unit	Rp100,000
		<b>Total</b>	<b>Rp1,100,000</b>
2	Penjahit 2	Produksi unit	6
		Upah per unit	Rp125,000
		<b>Total</b>	<b>Rp750,000</b>
3	Penjahit 2	Produksi unit	6
		Upah per unit	Rp130,000
		<b>Total</b>	<b>Rp780,000</b>
<b>TOTAL</b>			<b>Rp2,630,000</b>

Tabel 6. Biaya tenaga kerja langsung

#### 4.2.5 Total Biaya Overhead

No	Keterangan	Harga/unit	Jumlah unit	Total Harga
1	Plastik polymaire	Rp2,300	23	Rp52,900
2	Thanks card	Rp300	23	Rp6,900
<b>TOTAL</b>				<b>Rp59,800</b>

Tabel 7. Biaya overhead

#### 4.2.6 Biaya Promosi

No	Keterangan	Harga
1	Biaya promosi	Rp2,600,000
<b>TOTAL</b>		<b>Rp2,600,000</b>

Tabel 8. Biaya promosi

#### 4.2.7 Harga Pokok Penjualan (HPP)

Keterangan	Produk
Total biaya pembelian bahan baku	Rp1,946,100
Total biaya tenaga kerja langsung	Rp2,630,000
Total biasa overhead	Rp59,800
Total harga pokok penjualan (untuk 23 unit)	Rp4,635,900
<b>Harga Pokok Penjualan per unit</b>	<b>Rp201,561</b>

Tabel 9. Harga pokok penjualan

#### 4.2.8 Harga Jual Produk

Keterangan	Produk
Harga Pokok Penjualan	Rp201,561
Harga Jual (HPP+Laba 71%)	Rp345,000

Tabel 10. Harga jual produk

#### 4.2.9 Laporan Laba Rugi

Laporan Laba Rugi Bulan November 2021 - Januari 2022	
Penjualan	Rp2,242,500
Harga Pokok Penjualan	Rp1,410,926
<b>Laba/(rugi) kotor</b>	<b>Rp831,574</b>
Biaya operasional	
Biaya promosi	Rp2,600,000
<b>Laba/(rugi) bersih</b>	<b>-Rp1,768,426</b>

Tabel 11. Laporan laba rugi

#### 4.2.10 Laporan Arus Kas

Rincian	November	Desember	Januari
Saldo Awal	N/A	Rp217,878	Rp544,696
Kas Masuk	Rp621,000	Rp931,500	Rp690,000
Kas Keluar	Rp403,122	Rp604,683	Rp403,122
Saldo Akhir	Rp217,878	Rp544,696	Rp831,574
<b>Total Arus Kas</b>	<b>Rp217,878</b>	<b>Rp762,574</b>	<b>Rp1,376,270</b>

Tabel 12. Laporan arus kas

### 4.3 Pelaksanaan Proyek Bisnis

#### 4.3.1 Tahap Inisiasi Proyek

Hal yang menarik bagi penulis untuk memproduksi jaket ini adalah karena modelnya yang unik dan dapat digunakan bolak-balik atau dua sisi. Selain itu, proses pencarian kain yang tidak mudah juga membuat proyek ini menjadi suatu tantangan bagi penulis untuk terus berkembang dan berinovatif dalam menjalankan proyek. Dukungan dari orang-orang terdekat juga menjadi salah satu motivasi penulis untuk memulai usaha sendiri yang akhirnya dapat terealisasi melalui proyek bisnis ini.

#### 4.3.2 Tahap Perencanaan Proyek

Perencanaan proyek diawali dengan penyusunan proposal proyek bisnis yang berisikan analisis proyek, perencanaan anggaran, dll. Kemudian, penulis melakukan survei harga bahan baku yang diperlukan dan perlengkapan produksi lainnya, serta hal-hal lainnya yang menunjang berjalannya proyek bisnis ini.

Produksi jaket selama periode proyek bisnis sendiri direncanakan sebanyak 20 jaket dengan beberapa jenis warna berbeda.

#### 4.3.3 Tahap Pelaksanaan Proyek

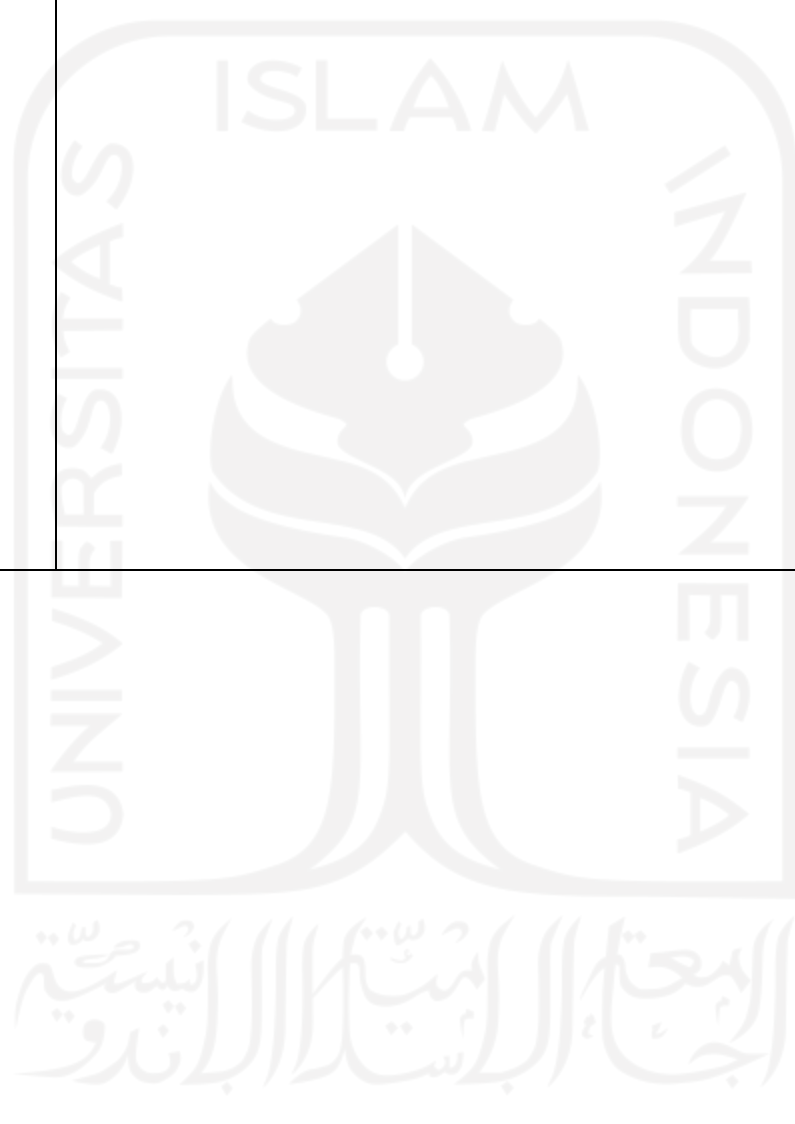
Tanggal	Deskripsi	Dokumentasi
20 Agustus 2021	Melakukan survey di beberapa toko kain besar di Jogja, namun belum menemukan bahan kain yang diinginkan. Meskipun begitu, penulis mencoba jenis kain lain yang akan dijadikan sample produk terlebih dahulu sehingga kemudian membeli satu jenis kain untuk satu unit produk.	
23 Agustus 2021	Mendatangi penjahit 1 dan memberikan desain model jaket yang akan dicontoh serta mendiskusikan detail modelnya.	

28 Agustus 2021

Sample produk jadi, namun ternyata bahan kain yang digunakan belum sesuai dengan ekspektasi.

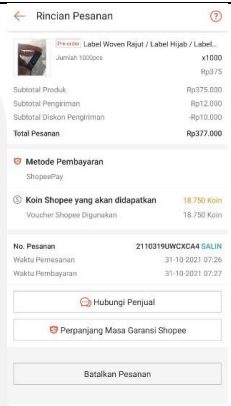


Gambar 3. Sample produk





26 September 2021	Melakukan survey ke Solo dan masih belum menemukan bahan jaket yang diinginkan. Meskipun begitu, penulis membeli beberapa bahan kain yang berbeda untuk menjadi bahan pertimbangan dengan total pembelian 37,5 meter kain (untuk memproduksi total 15 jaket).	 <p data-bbox="1225 680 1493 712">Gambar 4. Supplier kain</p>
28 September 2021	Membeli kelengkapan produk namun hanya mendapatkan bahan untuk 2 unit produk (kebanyakan toko kehabisan)	 <p data-bbox="1155 1128 1501 1160">Gambar 5. Kelengkapan produk</p>
29 September 2021	Melakukan pengeditan logo merk	 <p data-bbox="1150 1404 1522 1435">Gambar 6. Proses pengeditan logo</p>
10 Oktober 2021	Beli kelengkapan produk. namun hanya mendapatkan bahan untuk 2 unit produk lagi.	
14 Oktober 2021	Mulai produksi jaket batch 1 dengan total produk 8 unit	
29 Oktober 2021	Mendiskusikan label merk yang akan diproduksi dengan produsen label melalui chat di marketplace (Shopee)	

31 Oktober 2021	Membeli kain di Solo yang bahannya berbeda lagi dari pembelian sebelumnya. Namun, penulis hanya membeli total 5 meter kain (untuk memproduksi 2 unit jaket)	
31 Oktober 2021	Pesan label merk di shopee	
01 November 2021	Mendiskusikan packaging dengan produsen melalui chat di marketplace (Shopee)	
2 November 2021	Menghubungi penjahit 2, namun penjahit baru bisa mengambil kain pada tanggal 4 November	
4 November 2021	Mulai produksi batch 2 (untuk 6 produk)	
14 November 2021	6 produk jaket jadi	
20 November 2021	11 produk jaket jadi	
10 Januari 2022	Proses produksi 6 jaket	
29 Januari 2022	6 produk jaket jadi	

Gambar 7. Bukti pembelian label

Tabel 13. Tahap pelaksanaan proyek

- Pengemasan Produk

Deskripsi	Dokumentasi
-----------	-------------

Sebelum dikemas, produk melewati *quality check control* untuk memastikan bahwa tidak ada kesalahan atau cacat produksi. Setelah itu produk dilipat dan dikemas.



Gambar 8. Produk jadi



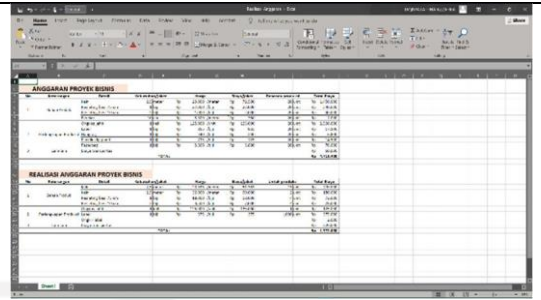
Gambar 9. Plastik pengemas produk

Tabel 14. Tahap pengemasan produk

#### 4.3.4 Tahap Pemantauan dan Pengendalian Proyek

Deskripsi	Dokumentasi
<p>Melakukan pengecekan jadwal produksi secara rutin untuk memastikan bahwa pelaksanaan proyek bisnis berjalan sesuai dengan rencana jadwal</p>	<p>Gambar 10. Tahap pemantauan jadwal proyek bisnis</p>

Melakukan pencatatan setiap ada pengeluaran untuk memastikan bahwa kas yang dikeluarkan sesuai dengan anggaran yang telah dibuat, dan untuk mengetahui selisih anggaran dengan realisasinya



Gambar 11. Tahap pemantauan realisasi anggaran proyek bisnis

Melakukan perencanaan konten di media sosial untuk menjangkau pasar yang lebih luas, dan yang nantinya akan digunakan sebagai salah satu aspek untuk menganalisis hasil operasional usaha.



Gambar 12. Tahap perencanaan konten instagram

Tabel 14. Tahap pemantauan dan pengendalian proyek

#### 4.3.5 Tahap Penutupan Proyek

Penutupan proyek dilakukan dengan menyusun laporan akhir proyek bisnis selama periode yang telah ditentukan.

### 4.4 Identifikasi Masalah dan Pemecahannya

#### 4.4.1 Identifikasi Masalah

- a. Belum adanya bahan kain yang pasti

Sampai dengan laporan akhir ini disusun, penulis masih belum menemukan jenis kain pasti yang akan digunakan untuk produksi. Hal ini disebabkan karena terbatasnya jumlah kain (yang saat ini digunakan) yang tersedia di supplier. Selain itu, rencana mencari kain ke luar kota lainnya juga tertunda karena adanya virus corona varian baru. Masalah ini

menjadi salah satu alasan penulis sempat merasa bimbang untuk memulai promosi produk secara online.

b. Kurang luasnya jangkauan pemasaran dan promosi produk

Kurang luasnya jangkauan promosi ini disebabkan karena belum jalannya promosi produk secara online. Selain karena alasan pada masalah di poin a, adanya pengunduran waktu kerjasama dengan pihak luar menyebabkan belum terlaksananya proses pemasaran dan promosi secara online.

c. Kurangnya jumlah tenaga kerja dalam operasional usaha

Kurangnya jumlah tenaga kerja membuat mayoritas kegiatan proyek bisnis ini masih dikerjakan sendiri oleh penulis. Selain menyita waktu, terkadang ada hal penting yang terlewatkan karena penulis justru lebih fokus pada hal lain yang kurang penting atau yang memiliki risiko lebih rendah.

#### 4.4.2 Pemecahan Masalah

a. Meskipun belum ada jenis kain pasti yang akan terus digunakan, penulis tetap mencoba untuk memproduksi produk dengan bahan kain yang berbeda-beda. Tujuannya adalah untuk mengetahui produk dengan jenis kain mana yang bagus dan yang paling diminati target konsumen.

b. Meskipun sampai pada penulisan laporan ini promosi produk secara online masih belum dijalankan, namun rencana yang disiapkan untuk promosi online ini sudah cukup matang dan siap untuk diimplementasikan.

c. Menambah wawasan mengenai detail sebuah usaha baik dengan membaca, menonton video, maupun mengikuti webinar, mini kursus serta mengajak orang lain untuk

bekerjasama atau berkolaborasi.

## **4.5 Analisis Pelaksanaan Proyek Bisnis**

### **4.5.1 Produksi**

#### **- Pembelian bahan baku**

Pembelian bahan baku pertama kali dilakukan pada minggu ketiga bulan Agustus 2021. Sebelumnya, penulis membuat 1 sampel produk terlebih dahulu, namun jenis kain yang digunakan ternyata masih belum sesuai dengan yang diharapkan. Pencarian bahan kain yang dilakukan secara langsung atau offline memakan waktu lebih banyak namun hal ini dilakukan supaya penulis lebih mengetahui detail bahan yang akan digunakan untuk proses produksi nantinya.

#### **- Proses produksi**

Proses produksi pertama dilakukan pada minggu kedua bulan Oktober 2021 di penjahit 1 dengan total produk yang dihasilkan adalah sebanyak 8 unit. Setelah itu, proses produksi kedua dilakukan pada minggu pertama bulan November 2021 di penjahit 2 dengan memasukkan bahan produk yang akan menghasilkan 6 unit produk. Berdasarkan pertimbangan waktu dan kualitas, penulis memutuskan untuk menggunakan jasa penjahit pada proses produksi kedua kedepannya.

### **4.5.2 Pemasaran dan Promosi**

Pemasaran yang masih dilakukan secara offline dimulai sejak minggu kedua bulan November 2021. Meskipun masih dilakukan secara offline, antusias masyarakat yang secara langsung melihat produknya sudah terlihat. Terlebih lagi dengan

adanya diskon pada masa awal penjualan.

Untuk pemasaran dan promosi secara online, penulis sedang dalam tahap perencanaan yang sudah cukup matang, sehingga diperkirakan akan diimplementasikan dalam waktu dekat. Nantinya, salah satu strategi promosi yang akan dilakukan penulis adalah dengan memberi harga diskon pada produk di waktu-waktu tertentu.

#### 4.5.3 Pesaing

Penulis belum menemukan adanya pesaing yang memiliki produk serupa dengan produk *Hayana Jacket*. Untuk model jaket panjang mungkin sudah banyak, namun kebanyakan dari produk tersebut menggunakan bahan jaket tebal seperti jaket pada umumnya. Meskipun begitu, penulis akan terus berinovasi dan mengembangkan produk supaya tetap dapat bersaing di bidang *fashion*.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Kesimpulan**

Proyek bisnis *Hayana Jacket* merupakan batu loncatan bagi penulis untuk mendirikan usahanya sendiri yang sempat tertunda. Proyek ini berjalan selama 6 bulan terhitung sejak bulan Agustus 2021 sampai dengan bulan Januari 2022, dimana 3 bulan pertama merupakan proses penyusunan proposal proyek bisnis sampai dengan proses produksi, dan 3 bulan terakhir merupakan proses penjualan, pengendalian, serta evaluasi atau penyusunan laporan akhir proyek bisnis.

Berdasarkan kegiatan proyek bisnis yang telah terlaksana ini, kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Rencana produksi awal memiliki target sebanyak 20 unit. Sebelum melakukan realisasi produksi, penulis memproduksi 1 jaket terlebih dahulu sebagai sampel. Hal ini bertujuan supaya penulis mengetahui apakah desain serta jenis kain yang digunakan sudah sesuai dengan ekspektasi. Realisasi produksi awal adalah sebanyak 17 unit, karena kurangnya jenis kain serupa yang tersedia. Setelah itu, penulis memproduksi produk lagi menggunakan jenis kain lain yang berbeda sebanyak 6 unit, sehingga total produksi selama proyek bisnis ini adalah sebanyak 23 unit. Sedangkan untuk produk yang terjual adalah sebanyak 7 unit.
2. Pemasaran serta promosi yang dilakukan selama periode proyek bisnis ini masih dilakukan secara langsung (offline). Meskipun begitu, antusias masyarakat yang mengenal produk secara langsung sudah terlihat. Pada saat menyusun laporan akhir ini, penulis sudah memiliki gambaran yang cukup matang untuk melakukan promosi produk secara online. Namun sayangnya,



pengimplementasian rencana tersebut baru akan dilakukan tepat setelah masa proyek bisnis ini berakhir. Akhirnya, untuk promosi awal produk, penulis memberikan diskon harga kepada pelanggan yang nantinya akan ada juga pada waktu-waktu tertentu.

## **5.2 Rekomendasi**

Belajar dari pengalaman pribadi serta ilmu baru yang didapatkan selama melaksanakan proyek bisnis, penulis dapat memberikan rekomendasi-rekomendasi sebagai berikut:

1. Sebelum memulai bisnis, buatlah perencanaan yang matang secara menyeluruh, serta urutkan prioritas kegiatan yang akan dilakukan didalamnya.
2. Jangan pernah menyepelekan masalah sekecil apapun, termasuk juga hal-hal kecil lainnya yang bersifat positif. Hal ini akan menghindarkan kita dari rasa penyesalan serta masalah yang lebih besar.
3. Dalam berbisnis, buatlah tujuan jangka panjang. Mempertahankan atau meningkatkan kualitas produk, berperilaku jujur, serta memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan mungkin tidak mudah. Namun, hal tersebut dapat menjadi salah satu faktor yang dapat membantu kita bertahan dalam persaingan usaha.
4. Carilah referensi-referensi bisnis lainnya untuk dijadikan inspirasi, supaya usaha yang sedang dijalankan dapat berkembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afuah, A. (2004). *Business Model: A Strategic Management Approach*. McGraw-Hill.
- Daryanti & Dwi Cahyono, A. (2013). *Kewirausahaan*. Gava Media.
- Eko Agus Alfianto. (2012). Kewirausahaan : Sebuah Kajian Pengabdian Kepada Masyarakat. *Heritage*, 1(2), 33–42.
- Fatimah, F. N. D. (2016). *Teknik analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia.
- Hughes, R. J., & Kapoor, J. R. (2014). *Pengantar Bisnis*. Salemba Empat.
- Kasmir. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Raja Grafindo Persada.
- Laba, P., & Manajemen, B. (2018). Heru Maruta, SE, M.E.Sy: Dosen pada program studi Akuntansi Syariah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Syariah Bengkalis. 19. *Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), 9–28.
- Massepe, A. N. B. (2017). BUSINESS MODEL Bagi mahasiswa program wirausaha. *ResearchGate*, October, 0–22.
- Osterwalder, A. (2014). *Business Model Generation*. Gramedia Pustaka.
- Porter, M. E., & Millar, V. E. (1985). *How information gives you competitive advantage*. Harvard Business Review Reprint Service.
- Rafida, T. (2016). *Wirausahawan, Pengantar* (M. Rifai (ed.)). Perdana Publishing. e-mail: perdanapublishing@gmail.com
- Rangkuti, F. (1998). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1. *Curriculum Vitae*

#### Daftar Riwayat Hidup



#### DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Taqiyya Fathna Azzahra  
Tempat & tanggal lahir : Sleman, 21 Januari 2000  
Alamat : Jl Karangenjem, RT/RW 02/029, Sardonoarjo,  
Ngaglik, Sleman, Yogyakarta  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Status Perkawinan : Belum menikah  
Agama : Islam  
No. Telp : 085156881755  
Email : [18312078@students.uii.ac.id](mailto:18312078@students.uii.ac.id)  
Pendidikan Terakhir : SMA BIAS Yogyakarta

#### RIWAYAT PENDIDIKAN

2015 – 2018 : SMA BIAS Yogyakarta  
2018 – Sekarang : Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII prodi Akuntansi

#### PENGALAMAN ORGANISASI

2019: Magang Divisi PSDM Badan Audit Kemahasiswaan UII  
2020: Kepala Divisi PSDM Badan Audit Kemahasiswaan UII  
2021: Wakil Ketua Badan Audit Kemahasiswaan UII

## Lampiran 2. Laporan Realisasi Anggaran

Proyek bisnis berlangsung selama 6 bulan. Dimulai dari bulan Agustus 2021 hingga bulan Januari 2022. Berikut merupakan realisasi anggaran proyek bisnis *Hayana Jacket*.

### A. Penjualan

Berikut merupakan penjualan produk sejak bulan November sampai dengan bulan Januari:

No	Bulan	Ket	Harga/unit	Jumlah unit terjual	Total Penjualan
1	November	Diskon 10%	Rp 310.500	2	Rp 621.000
2	Desember	Diskon 10%	Rp 310.500	3	Rp 931.500
3	Januari		Rp 345.000	2	Rp 690.000
<b>TOTAL</b>					<b>Rp 2.242.500</b>

### B. Produksi

Berikut merupakan jumlah produksi produk sejak bulan November sampai dengan bulan Januari:

Keterangan	Produk
Unit diproduksi	23
Persediaan akhir	16
Unit terjual	7

### C. Biaya Pembelian Bahan Baku

Berikut merupakan total biaya pembelian bahan baku produk sejak bulan November sampai dengan bulan Januari:

No	Keterangan	Harga/jaket	Jumlah	Total
	Kain bolak-balik	Rp 83.913	23	Rp 1.930.000
	Label kulit	Rp 700	23	Rp 16.100
<b>TOTAL</b>				<b>Rp 1.946.100</b>

#### D. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Berikut merupakan total biaya tenaga kerja langsung sejak bulan November sampai dengan bulan Januari:

No	Tenaga Kerja	Keterangan	Produk
1	Penjahit 1	Produksi unit	11
		Upah per unit	Rp 100.000
		<b>Total</b>	<b>Rp 1.100.000</b>
2	Penjahit 2	Produksi unit	6
		Upah per unit	Rp 125.000
		<b>Total</b>	<b>Rp 750.000</b>
3	Penjahit 2	Produksi unit	6
		Upah per unit	Rp 130.000
		<b>Total</b>	<b>Rp 780.000</b>
<b>TOTAL</b>			<b>Rp 2.630.000</b>

#### E. Total Biaya Overhead

Berikut merupakan total biaya overhead produk sejak bulan November sampai dengan bulan Januari:

No	Keterangan	Harga/unit	Jumlah unit	Total Harga
1	Plastik polymaire	Rp 2.300	23	Rp 52.900
2	Thanks card	Rp 300	23	Rp 6.900
<b>TOTAL</b>				<b>Rp 59.800</b>

#### F. Biaya Promosi

Berikut merupakan total biaya promosi produk sejak bulan November sampai dengan bulan Januari:

No	Keterangan	Harga/unit	Jumlah unit	Total Harga
1	Plastik polymaire	Rp 2.300	23	Rp 52.900
2	Thanks card	Rp 300	23	Rp 6.900
<b>TOTAL</b>				<b>Rp 59.800</b>

### G. Harga Pokok Penjualan (HPP)

Berikut merupakan harga pokok produksi produk sejak bulan November sampai dengan bulan Januari:

<b>Keterangan</b>	<b>Produk</b>
Total biaya pembelian bahan baku	Rp 1.946.100
Total biaya tenaga kerja langsung	Rp 2.630.000
Total biasa overhead	Rp 59.800
Total harga pokok penjualan (untuk 23 unit)	Rp 4.635.900
<b>Harga Pokok Penjualan per unit</b>	<b>Rp 201.561</b>

### H. Harga Jual Produk

Berikut merupakan harga jual produk sejak bulan November sampai dengan bulan Januari:

<b>Keterangan</b>	<b>Produk</b>
Harga Pokok Penjualan	Rp 201.561
Harga Jual (HPP+Laba 71%)	Rp 345.000

### I. Laporan Laba Rugi

Berikut merupakan Laporan Laba Rugi *Hayana Jacket* sejak bulan November sampai dengan bulan Januari:

<b>Laporan Laba Rugi</b>		
<b>Bulan November 2021 - Januari 2022</b>		
Penjualan	Rp	2.242.500
Harga Pokok Penjualan	Rp	1.410.926
<b>Laba/(rugi) kotor</b>	<b>Rp</b>	<b>831.574</b>
Biaya operasional		
Biaya promosi	Rp	2.600.000
<b>Laba/(rugi) bersih</b>	<b>-Rp</b>	<b>1.768.426</b>

## J. Laporan Arus Kas

Berikut merupakan Laporan Arus Kas *Hayana Jacket* sejak bulan November sampai dengan bulan Januari:

Rincian	November	Desember	Januari
Saldo Awal	N/A	Rp 217.878	Rp 544.696
Kas Masuk	Rp 621.000	Rp 931.500	Rp 690.000
Kas Keluar	Rp 403.122	Rp 604.683	Rp 403.122
Saldo Akhir	Rp 217.878	Rp 544.696	Rp 831.574
<b>Total Arus Kas</b>	<b>Rp 217.878</b>	<b>Rp 762.574</b>	<b>Rp 1.376.270</b>

## Lampiran 3. Laporan Realisasi Jadwal dan Kegiatan

Kegiatan	Agustus				September				Oktober				November				Desember				Januari			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Penyusunan Proposal Proyek Bisnis	■	■																						
Persiapan Produksi			■	■	■	■																		
Proses Produksi					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Pemantauan dan Pemasaran									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Penyusunan Laporan Antara Proyek Bisnis													■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Evaluasi dan Penyusunan Laporan Proyek Bisnis																	■	■	■	■	■	■	■	

## Lampiran 4. Laporan Kinerja (*Performance Report*)

Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Persentase (%)
20 unit x Rp 345.000 = Rp 6.900.000	- 5 unit x 310.500 = 1.552.500 - 2 unit x 345.000 = 690.000  <b>Total = Rp 2.242.500</b>	= (2.242.500/6.900.000) x 100% = <b>32,5%</b>

Laporan kinerja proyek bisnis *Hayana Jacket* untuk periode waktu penjualan selama 3 bulan menunjukkan bahwa persentase kinerja proyek adalah sebesar 32,5% dari target penjualan.

#### Lampiran 5. Dokumentasi Proyek Bisnis



Proses pembelian bahan baku



Proses pengeditan logo





Produk jadi



Packaging





Pemakaian produk

