

WICAPU KREATIF JASA DAN BAHAN KOMPOSIT

TUGAS AKHIR PRAKTEK BISNIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Magister Manajemen
Konsentrasi Manajemen Strategis**



Diajukan oleh

Wisnu Cahyo Purnomo

20911035

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

WICAPU KREATIF JASA DAN BAHAN KOMPOSIT

Laporan Akhir Implementasi Bisnis (LAIB)

Program Magister Manajemen



Diajukan oleh

Wisnu Cahyo Purnomo

20911035

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam penulisan Laporan Akhir Implementasi Bisnis (LAIB) ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”.

Sleman, 9 Desember 2022

Wisnu Cahyo Purnomo

HALAMAN PENGESAHAN



Yogyakarta, 31 Desember 2022

Telah diterima dan disetujui dengan baik oleh :

Dosen Penguji I

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Dessy Isfianadewi', is written over a vertical line. The signature is somewhat stylized and overlaps the line.

Dr. Dessy Isfianadewi, MM

Dosen Penguji II

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Anjar Priyono', is written in a cursive style.

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

Dosen Penguji III

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Rifqi Muhammad', is written in a cursive style.

Rifqi Muhammad, SE., SH., M.Sc., SAS., Ph.D.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah S.W.T atas rahmatnya penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini yang penulis persembahkan kepada :

1. Allah S.W.T, yang telah memberikan nikmat iman dan Islam kepada penulis dan Nabi Muhammad S.A.W juga atas segenap keluarga, para sahabat, para tabi'in dan tabi'in-tabi'in serta para pengikutnya hingga akhir zaman.
2. Bapak, ibu, istri dan kakak adik penulis yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi dalam menempuh pendidikan.
3. Ibu Dr. Dessy Isfianadewi,MM. dan Bapak Anjar Priyono, SE.,M.Si.,Ph.D selaku pembimbing penulisan praktek bisnis.
4. Bapak Rifqi Muhammad, SE., SH., M.Sc.,SAS.,Ph.D selaku dosen penguji praktek bisnis.
5. Rekan rekan kerja di Wicapu Kreatif yang senantiasa berjuang membesarkan Wicapu Kreatif.

HALAMAN MOTO

“Allah meninggikan drajat orang-orang yang beriman diantara kamu sekalian dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.”

(Q.S. Al-Mujadalah:11)

“ Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(Q.S. Al-Insyirah ayat 5-6)

“ Barang siapa menginginkan soal-soal yang berhubungan dengan dunia, wajiblah ia memiliki ilmunya ; dan barangsiapa yang ingin di akhirat wajiblah ia mengetahui ilmunya pula dan barangsiapa yang menginginkan kedua-duanya, wajib ia memiliki ilmu kedua-duanya pula.”

(HR. Bukhari dan Muslim)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah S.W.T karena atas rahmatNya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Laporan Akhir Implementasi Bisnis (LAIB) yang berjudul **“WICAPU KREATIF” Jasa dan Bahan Komposit** dengan tepat. Sholawat serta salam tidak lupa dipanjkatkan bagi junjungan kita Nabi Muhammad S.AW.

Laporan Akhir Implementasi Bisnis (LAIB) wajib ditempuh oleh mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Program Studi Magister Manajemen, Universitas Islam Indonesia sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang studi (S2)

Selama pelaksanaan Laporan Akhir Implementasi Bisnis (LAIB), Penulis menemui kesulitan dan hambatan dalam penulisan laporan namun berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Laporan Akhir Implementasi Bisnis (LAIB) ini dapat terwujud meskipun masih terdapat kekurangan. Karena itulah, pada kesempatan kali ini penulis juga mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang membantu dalam penulisan ini khususnya kepada:

1. Allah S.W.T, yang telah memberikan nikmat iman dan Islam kepada penulis dan Nabi Muhammad S.A.W juga atas segenap keluarga, para sahabat, para tabi'in dan tabi'in–tabi'in serta para pengikutnya hingga akhir zaman.
2. Universitas Islam Indonesia.
3. Fakultas Bisnis dan Ekonomika.
4. Program Studi Magister Manajemen.
5. Bapak dan Ibu penulis yang selalu memberikan motivasi belajar.
6. Dosen pembimbing Praktek Bisnis I, Dr. Dessy Isfianadewi, MM.
7. Dosen pembimbing Praktek Bisnis, II Anjar Priyono, SE, M,Si., Ph.D
8. Istri Penulis, Dyantri Maharani Sholekhah, SE,SS
9. Karyawan andalan Wicapu Kreatif Putro Pamungkas dan karyawan yang tidak bisa di sebutkan satu persatu.

Harapan penulis semoga Laporan Akhir Implementasi Bisnis (LAIB) ini bisa bermanfaat bagi semua pihak dan semoga seluruh bantuan yang telah disumbangkan dapat diterima Allah S.W.T sebagai amal Sholeh dan dibalasnya dengan pahala yang besar, Aamiin Ya Rabbal Alamin.

Sleman, 9 Desember 2022

DAFTAR ISI

HALAMAN MPUL	1
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
RINGKASAN BISNIS PLAN	xvi
BAB 1.	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Bisnis	3
1.3 Tujuan Bisnis	3
1.4 Manfaat Bisnis	4
1.5 Sistematika Laporan.....	4
BAB 2	6
LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Keputusan Manajemen Operasi Strategis	6
2.2 Keputusan Manajemen Strategi Bisnis	7
2.2.1 Analisis SWOT	7
2.2.2 Porter Competitive Strategy.....	8
2.2.3 Analisis Business Model Canvas	9
2.2.4 Siklus Produk dan Jendela Konsumen	13

2.2.5	<i>Business Model Innovation</i>	15
2.2.6	<i>Sustainable Business Model Innovation</i>	15
2.3	Keputusan dalam Manajemen Sumber Daya Manusia	19
2.3.1	<i>Recruitment</i>	19
2.3.2	Kompensasi.....	23
2.4	Keputusan dalam Manajemen Pemasaran.....	23
2.4.1	<i>Segmentation, Target Markets, dan Positioning</i>	23
2.4.2	<i>Marketing Mix</i>	24
2.4.3	<i>Brand Awareness</i>	26
2.4.4	<i>Integrated Marketing Communication</i>	27
2.5	Keputusan dalam Manajemen Keuangan.....	28
2.5.1	Analisis Keuangan	28
2.5.2	Jenis Laporan Keuangan	30
BAB 3	31
PERENCANAAN BISNIS	31
3.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	31
3.1.1	Sejarah Perusahaan	31
3.1.2	Lokasi Perusahaan.....	31
3.1.3	Arti Logo dan Tagline.....	33
3.1.4	Visi dan Misi Perusahaan.....	34
3.1.5	Struktur Hukum dan Organisasi.....	34
3.1.6	<i>Framework</i>	35
3.1.7	<i>Business Model Canvas</i> Wicapu Kreatif.....	37
3.1.8	Keterbaruan Bisnis.....	40
3.2	Aspek Operasional	41
3.2.1	Desain Produk.....	41
3.2.2	Bahan baku yang digunakan	47
3.2.3	Proses Produksi	49
3.2.4	Spesifikasi Produk.....	55
3.3	Aspek Strategi	57
3.3.1	Analisis Pesaing Industri Desain Ilustrasi.....	57
3.3.2	Penentuan Strategi.....	59

3.3.3	<i>Porter's 5 Force Analysis</i>	59
3.3.4	Resiko yang dihadapi	60
3.4	Aspek Sumber Daya Manusia	61
3.4.1	Struktur Organisasi	61
3.4.2	<i>Job Description</i>	63
3.4.3	Sistem Penilaian Kerja	64
3.4.4	Sistem Kompensasi	66
3.5	Tinjauan Teoritis tentang Manajemen Strategik	68
3.6	Pemecahan Masalah tentang Manajemen Strategik	69
3.7	Aspek Pemasaran	71
3.7.1	Potensi Pasar	71
3.7.2	Aspek Pasar	73
3.7.3	Rencana Pemasaran	74
3.7.4	Saluran Distribusi	78
3.7.5	Penentuan Harga	80
3.8	Aspek Keuangan	81
3.8.1	Kebutuhan Modal	81
3.8.2	Penyusutan (Depresiasi)	83
3.8.3	Proyeksi Pendapatan	85
3.8.4	Proyeksi Laba Rugi	85
3.8.5	Proyeksi Arus Kas	87
3.8.6	Proyeksi Neraca	91
3.8.7	<i>Break Event Point</i>	92
3.8.8	<i>Payback Periode</i>	93
3.8.9	<i>Net Present Value</i> dan <i>Profitability Index</i>	94
3.8.10	<i>Internal Rate of Return</i>	95
3.8.11	Hasil Analisa <i>Capital Budgeting</i>	96
BAB 4	98
ANALISIS PRAKTEK BISNIS	98
4.1	Profil Perusahaan	98
4.1.1	Realisasi Bisnis Wicapu Kreatif	99
4.1.2	<i>Real Business Model Canvas</i> Wicapu Kreatif	102

4.2	Analisis Keputusan Manajemen Operasi	104
4.2.1	Perencanaan Aspek Operasional	104
4.2.2	Realisasi Keputusan Manajemen Operasi	105
4.3	Analisis Kepuasan Manajemen Strategi	108
4.3.1	Analisis SWOT	108
4.4	Analisis Keputusan dalam Manajemen Sumber Daya Manusia	109
4.4.1	Perencanaan Aspek Sumber Daya Manusia	109
4.4.2	Realisasi Aspek Sumber Daya Manusia	110
4.4.3	Perbandingan Perencanaan dan Realisasi Sumber Daya Manusia	111
4.5	Analisis Keputusan dalam Manajemen Pemasaran	111
4.5.1	Perencanaan Pemasaran	111
4.5.2	Realisasi Pemasaran	112
4.5.3	Perbandingan Perencanaan dan Realisasi Pemasaran	113
4.6	Analisis Keputusan dalam Manajemen Keuangan	113
4.6.1	Perencanaan Keuangan	113
4.6.2	Realisasi Keuangan	122
4.7	Evaluasi Bisnis	136
4.7.1	Temuan Praktek Bisnis	136
4.7.2	Rencana/Usulan Pengembangan Bisnis	137
BAB 5	139
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	139
5.1	Kesimpulan	139
5.2	Rekomendasi Implikasi Bisnis/Manajerial	140
DAFTAR PUSTAKA	141
LAMPIRAN	145

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Karakteristik Business Model Innovation.....	18
Tabel 2. 2 Kriteria Karyawan.....	21
Tabel 2. 3. Dampak Positif dan Negatif <i>Brand Awareness</i>	26
Tabel 3. 1 Keterbaruan Bisnis.....	40
Tabel 3. 2. Alat dan bahan	49
Tabel 3. 3. Waktu yang digunakan untuk produksi	54
Tabel 3. 4 Analisis Pesaing Industri Desain Ilustrasi	57
Tabel 3. 5. Penilaian Kinerja.....	65
Tabel 3. 6. Kebutuhan Modal Wicapu Kreatif.....	81
Tabel 3. 7. Depresiasi Aset Wicapu Kreatif dari tahun 2018	83
Tabel 3. 8. Depresiasi Aset Wicapu Kreatif dari tahun 2019	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 9. Proyeksi Pendapatan.....	85
Tabel 3. 10. Proyeksi Laba Rugi.....	85
Tabel 3. 11. Proyeksi Arus Kas	87
Tabel 3. 12. Proyeksi Neraca	91
Tabel 3. 13 Laporan Perubahan Modal.....	92
Tabel 3. 14. Break Event Point.....	92
Tabel 3. 15. Payback Periode.....	93
Tabel 3. 16. Net Present Value	94
Tabel 3. 17. Profitability Index.....	95
Tabel 3. 18. Internal Rate of Return	96
Tabel 3. 19. Hasil Analisa Capital Budgeting.....	96
Tabel 4. 1 Rencana keuangan laba rugi 2021	114
Tabel 4. 2 Rencana keuangan laba rugi 2022	118
Tabel 4. 3 Realisasi Keuangan Laba Rugi 2021	122
Tabel 4. 4 Realisasi Keuangan laba rugi 2022.....	126

Tabel 4. 5 Perbandingan Perencanaan dan Realisasi Jumlah Item Terjual.....	132
Tabel 4. 6 Perbandingan Perencanaan dan Realisasi Pendapatan.....	133
Tabel 4. 7 Perbandingan Perencanaan dan Realisasi Laba.....	134
Tabel 4. 8 Depresiasi Aset Wicapu Kreatif	135

DAAFTR GAMBAR

Gambar 2. 1 Format Business Model Canvas.....	10
Gambar 2. 2 Siklus Produk	14
Gambar 2. 3 Jendela Konsumen	14
Gambar 2. 4 Alur Perekrutan Karyawan.....	22
Gambar 3. 1 Lokasi Wicapu Kreatif dalam googel map	32
Gambar 3. 2 Layout Wicapu Kreatif.....	32
Gambar 3. 3 Logo Wicapu Kreatif	33
Gambar 3. 4 Kerangka Kerja Wicapu Kreatif	35
Gambar 3. 5 BMC Wicapikreatif.....	37
Gambar 3. 6 Desain produk	43
Gambar 3. 7 Cetakan silikon untuk sabun	43
Gambar 3. 8 Cetakan silikon untuk semen	44
Gambar 3. 9. Cetakan silikon untuk resin.....	44
Gambar 3. 10 Cetakan silikon untuk gypsum.....	45
Gambar 3. 11 Cetakan silikon untuk lilin	45
Gambar 3. 12 Silikon untuk praktek kesehatan	46
Gambar 3. 13. Bahan mentah yang kami jual.....	46
Gambar 3. 14 Gambar Aktifitas Soaial Wicapu Kreatif.....	47
Gambar 3. 15. Layout Produksi	50
Gambar 3. 16 . Proses Produksi	51
Gambar 3. 17. Proses pemesanan cetakan <i>custom</i>	53
Gambar 3. 18. Kemasan produk Wicapu Kreatif.....	56
Gambar 3. 19. Label Pengiriman Wicap Kreatif	56
Gambar 3. 20. Struktur Organisasi	61
Gambar 3. 21. Sistem Kompensasi.....	66
Gambar 3. 22. Tahapan penyusunan strategi	69
Gambar 3. 24. Map jasa pemesanan cetakan	71
Gambar 3. 25. Map Penjual bahan komposit kompetitor	72

Gambar 3. 26. Penampakan pemesanan cetakan min 50 pcs custom	73
Gambar 3. 27. Pemesanan custom minimal 1000 pcs	73
Gambar 3. 28. Jendela Konsumen	75
Gambar 3. 29 Produk	75
Gambar 3. 30. Lokasi Wicapu Kreatif	76
Gambar 3. 31. Kartu nama Wicapu Kreatif	77
Gambar 3. 32. Pameran yang diikuti Wicapu Kreatif	77
Gambar 3. 33 . Sosial media untuk personal selling	78
Gambar 3. 34. Posisi kami dalam distribusi	79
Gambar 3. 35 Tampilan Excel Penentuan Harga Cetakan	80
Gambar 4. 1. Logo pertama	98
Gambar 4. 2. Logo Kedua	98
Gambar 4. 3. Logo Saat ini	99
Gambar 4. 4. Booth Pameran Wicapu Kreatif	100
Gambar 4. 5. Whatsapp Bisnis Wicapu Kreatif	100
Gambar 4. 6. Instagram Wicapu Kreatif	100
Gambar 4. 7. Youtube Wicapu Kreatif	101
Gambar 4. 8 Tiktok Wicapu Kreatif	101
Gambar 4. 9. Shopee Wicapu Kreatif	101
Gambar 4. 10. Seminar dan pelatihan	102
Gambar 4. 11. Website Wicapu Kreatif (https://wicapukreatif.com)	102
Gambar 4. 12. Channel Youtube Wicapu Kreatif	112
Gambar 4. 13. Testimoni	112

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Izin Usaha (NIB)

- Lampiran 2. Fasilitas Produksi
- Lampiran 3. Data penjualan
- Lampiran 4. Cash flow perusahaan
- Lampiran 5. Foto Pameran
- Lampiran 6. Testimoni
- Lampiran 7. Foto pelatihan untuk membuka pasar baru
- Lampiran 8. Pendaftaran HKI Merek
- Lampiran 9. NPWP Wicapu Kreatif
- Lampiran 10. Akta Notaris Wicapu Kreatif
- Lampiran 11 .Surat Tanda Uji dan Dokumentasi Pengujian

RINGKASAN BISNIS PLAN

Wicapu Kreatif merupakan bisnis jasa manufaktur dan penyedia bahan-bahan komposit. Bisnis ini melayani pembuatan cetakan custom tanpa minimal order. Dasar bisnis diambil dari hasil skripsi S1 penulis dipicu dari kekurangan literasi saat menyusun skripsi. Dengan membuka diskusi di youtube untuk mendapatkan masukan guna mendapat link literasi justru yang di dapat penulis adalah pesanan. Nama Wicap Kreatif diambil dari nama pendiri bisnis. Wicapu Kreatif terus melakukan inovasi dan terus mengikuti perubahan perilaku konsumen khususnya situasi pandemi Covid-19 yang dimana kebutuhan dan kebiasaan manusia yang berubah. Bisnis Custom sangat menjanjikan karena era ini custom lebih digemari. Wicapu Kreatif selain menerapkan sistem custom juga memiliki ciri khas khusus yaitu melakukan pendampingan terhadap penggunaan produk. Wicapu Kreatif terbuka dan terus berkomunikasi guna memitigasi kebutuhan konsumen. memotong-motong kebutuhan konsumen setipis mungkin guna bisa membuat produk yang benar-benar sesuai keinginan konsumen. Dengan keunggulan custom dan pendampingan, Wicapu Kreatif mampu menambah nilai yang diterima dari konsumen dari produk yang mereka beli.

Wicapu Kreatif di dirikan oleh Wisnu Cahyo Purnomo pada tahun 2018 di Sleman, yang ide bisnis didapat dari tugas akhir teknik mesin. Tahun 2017 Wicapu Kreatif telah berjalan tetapi hanya fokus dalam mengenal pasar dan penyempurnaan alur produksi. Wicapu Kreatif telah melakukan pengemangan bisnis dengan cara mendaftarkan HKI logo dan proses produksi, pembuatan legal CV, di tambah dengan menyediakan bahan-bahan komposit seperti resin, katalis dan fiber. Pengembangan produk perlu dikomunikasikan ke konsumen melalui semua sosial media kami terutama Youtube. Youtube Wicapu Kreatif sudah memiliki 76.000 Subscriber dan termonetisasi, instagram 6.600 pengikut. Dari sosial media, Wicapu kreatif juga bisa menghasilkan pemasukan yang hasil pemasukan dari sosial media kami gunakan untuk membuat konten. Media sosial kami lainnya ada tiktok, web, blog, facebook, Whatsapp dan Telegram. Wicapu Kreatif juga mendampingi konsumen yang telah membeli produk dengan cara pembuatan panduan cara penggunaan dan perawatan, jawab-jawab pertanyaan serta diskusi di media sosial maupun secara khusus melakukan zoom dengan konsumen.

Pendapatan Wicapu Kreatif tahun 2021 yang dimana dapat meningkat dari tahun 2020. Tetap menguntungkan walaupun melakukan penjualan di saat pandemi Covid-19. Strategi diferensiasi produk dilakukan untuk tetap bisa meningkatkan penjualan dengan menjual produk lini covid yang dimana dibutuhkan masyarakat karena terjadi perilaku kebutuhan konsumen yang disebabkan pandemi. Setelah berlalunya pandemi, Kebutuhan konsumen tetap berlangsung dikarenakan saat pandemi konsumen memulai usaha baru karena dirumahkan dan setelah pandemi berlalu usaha mereka yang didukung oleh produk Wicapu Kreatif tetap berjalan dan orderan terus meningkat. Tahun 2022 ini sampai semester 1 berakhir penjualan sudah melebihi separuh dari tahun 2021.

BAB 1.

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Wicapu Kreatif adalah usaha yang berasal dari tugas akhir saat menempuh pendidikan S1 Teknik Mesin Universitas Islam Indonesia. Pada saat menjalankan proses tugas akhir dialami kesulitan untuk mencari referensi dalam hal pengolahan. Dimana dalam tugas akhir yang dikerjakan, terdapat proses penggunaan karet untuk difungsikan sebagai cetakan. Ditemui kendala dalam mencari literatur tentang proses yang baik dalam pembuatan cetakan karet. Adanya keterbatasan tersebut maka dilakukan proses pembuatan cetakan berbahan karet dengan melakukan perbaikan-perbaikan melalui prinsip *trial and error*. Saat melakukan proses pembuatan cetakan karet, dibuatkan dokumentasi dalam bentuk video. Kemudian video diunggah di youtube guna mendapatkan masukan dari berbagai pihak. Diluar dugaan respon yang diperoleh bukannya mendapatkan masukan tetapi justru langsung mendapatkan 3 *order-an* sekaligus dari 3 orang yang berbeda. *Order-an* yang diarahkan ke Wicapu Kreatif berupa pembuatan cetakan dari bahan karet. Berdasarkan 3 orderan tersebut, digunakan sebagai bahan kajian Wicapu Kreatif dalam menyikapi pasar. Hal ini terjadi pada tahun 2017. Setelah menyelesaikan orderan pertama. Sejak saat itu Wicapu Kreatif terus menerima orderan yang jumlahnya semakin hari dan bulan terus meningkat.

Pada awal perintisan usaha ini didirikan tidak mendapatkan dukungan dari orang-orang terdekat. Bahkan ada unsur ketidakpercayaan bahwa usaha ini akan berjalan dan berhasil. Namun ada suatu keyakinan yang kuat yang dimiliki Wicapu Kreatif bahwa usaha ini akan jalan dan berhasil.

Usaha Wicapu Kreatif dimulai dari garasi rumah dan belum memiliki karyawan. Segala kegiatan masih dilakukan sendiri, dari hulu kehilir. Pada bulan Oktober 2017 Wicapu Kreatif mulai mengerjakan pesanan untuk mengumpulkan modal guna membeli beberapa mesin perkakas. Perkakas tersebut seperti mesin amplas, mesin jigsaw, meja level dan *toolkids*. Dibutuhkan waktu enam bulan lamanya untuk mengumpulkan modal. Berawal dari Rp 350.000

hingga bisa digunakan untuk membeli alat-alat perkakas diluar dana pembelian bahan baku utama. Sebelum perkakas ada proses produksi dilakukan dengan meminjam alat dari tim Robot Kapal UII. Setelah memiliki alat sendiri, pada saat itulah produksi cetakan dilakukan sepenuhnya di garasi Wicapu Kreatif. Pada saat itu pula muncul nama Wicapu Kreatif.

Nama ini muncul untuk memberikan identitas dari aktivitas yang dilakukan. Nama Wicapu Kreatif diambil dari nama pemilik yaitu Wisnu Cahyo Purnomo yang diambil dua huruf awal pada setiap suku kata. Imbuhan kreatif digunakan untuk memberi label bahwa usaha ini berada pada lingkup industri kreatif. Industri kreatif merupakan usaha yang memiliki maret yang besar. Tak mengherankan dalam kurun waktu 7 bulan pesanan di Wicapu Kreatif mengalami peningkatan yang signifikan, akibatnya diperlukan perekrutan karyawan dalam membantu proses produksi. Karyawan yang dibutuhkan Wicapu Kreatif adalah berlatar belakang pendidikan teknik mesin atau pengecoran logam. Syarat ini ditentukan karena di dalam usaha ini *basic* pengetahuannya berasal dari teknik mesin dan pengecoran logam. Sebelum bekerja, karyawan baru diberi pelatihan selama satu bulan. Sehingga diharapkan adanya pelatihan dapat membuat karyawan dapat mengikuti alur kerja di Wicapu Kreatif dengan baik.

Kebutuhan akan dunia *custom* sangat besar khususnya dalam olahan *resin art* dan karet. Namun ada saat ini jasa pembuatan cetakan hanya menerima partai besar minimal 1000 pcs dan tidak melayani permintaan secara eceran. Pada kenyataannya dunia resin dan karet dalam industri manufaktur sangat berperan vital bagi berjalannya produksi. Adapun proses produksi manufaktur yang terpengaruh yaitu pada proses pembuatan perhiasan, produk olahan sabun, pembuatan karakter 3d dari resin, produk *art resin* dan produk komponen teknik. Karena belum tersedianya jasa produksi yang menerima pemesanan *custom* tanpa minimal order, maka banyak pasar yang tidak terpenuhi kebutuhannya. Maka hal ini merupakan peluang yang bisa diambil oleh Wicapu Kreatif untuk melayani pasar yang belum terlayani

Saat ini, Wicapu Kreatif sudah mengerjakan pesanan cetakan sebanyak 2449 orderan. Setiap orderannya memiliki jumlah pesanan dari 1 cetakan – 50 cetakan. Disamping itu Wicapu Kreatif sedang melakukan pengurusan HKI merek dan desain industri. Serta upaya legalitas usaha sedang dilakukan hingga pada proses mengurus administrasi dalam bentuk CV. Selain itu produk Wicapu kreatif sedang dilakukan proses pengujian produk di Kementerian Perindustrian (Balai Besar Standarisasi dan Pelayanan Jasa Industri Kulit Karet dan Plastik). Hal ini dilakukan

karena Wicapu Kreatif pada kelanjutannya ingin bisa memasuki dunia bisnis yang lebih besar lagi dengan cara membuat legalitas dan sertifikasi produk. Sebagai bentuk CSR, Wicapu Kreatif menyediakan tempat untuk praktek bagi siswa SMK dengan jurusan pengecoran, mesin maupun desain.

1.2 Rumusan Bisnis

Dari uraian dalam latar belakang kami merumuskan rumusan bisnis sebagai berikut :

1. Apakah selama ini kebutuhan konsumen akan cetakan terkendala batas minimal pemesanan jika akan membuat cetakan secara *custom*?
2. Apakah penyedia bahan komposit lengkap yang ada di DIY dan sekitarnya masih sulit ditemui?
3. Apakah masyarakat kekurangan literatur tentang bahan komposit?

1.3 Tujuan Bisnis

Dengan adanya pasar yang membutuhkan produk cetakan karet *custom* dan tanpa minimal order, maka Wicapu Kreatif mengambil peluang untuk membuka jasa pembuatan cetakan custom tanpa minimal order. Cetakan yang kami produksi bisa digunakan untuk mencetak sabun, gypsum, lilin, resin dan semen.

Di pasaran produk cetakan, dan bahan komposit (resin, fiber dan katalisator) sangat besar dibutuhkan konsumen.. Kami melihat di DIY dan Jateng ini belum banyak toko yang menjual bahan dan perlengkapan secara komplit maka kami mencoba mengambil kesempatan tersebut dengan mengembangkan usaha kami dalam hal penjualan bahan mentah komposit. Semenjak kami menjalankan bisnis ini di tahun 2018-2021, membuat kami memiliki banyak supplier dari Tiongkok dan dari Jakarta yang sudah terjalin kerjasama untuk pemenuhan bahan baku dalam memproduksi cetakan. Oleh karena itu dari pengalaman kami bekerjasama dengan suplayer, kami mencoba mengambil produk lainnya dari suplayer berupa resin, katalis dan fiber.

Dari kami berada di dunia komposit, membuka usaha jasa pembuatan cetakan yang dilandasi keilmuan saat menempuh S1 Teknik Mesin, ternyata banyak dari masyarakat yang kebingungan cara yang benar dalam mengolah resin sehingga hal tersebut membuat kualitas dari pembuatan resin dari masyarakat masih kurang maksimal. Melalui semua media sosial kami, pelatihan dan beberapa seminar kami ingin berbagi dengan cara belajar bareng dengan

masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan mereka dalam pengolahan resin yang lebih baik lagi.

1.4 Manfaat Bisnis

Manfaat bisnis dari Wicapu Kreatif yang paling kami unggulkan ada dua, yaitu Wicapu Kreatif berperan meningkatkan produk dari konsumen dan menyerap tenaga kerja lulusan SMK di lingkungan bisnis. Untuk manfaat bagi konsumen yaitu konsumen awalnya mengalami keterbatasan dalam proses produksi. Dimana sebagai contoh produsen sabun mandi padat saat membuat cetakan mengalami kesulitan jika dalam produksi sabun akan memberikan logo pada produk mereka. Dimana jika produsen sabun tersebut akan membuat cetakan dengan logo ada batasan minimal pemesanan cetakan seperti yang kami jelaskan detail diatas.

Dari keterbatasan itu produsen jarang memberikan logo pada produk mereka dan mereka menjual sabun mereka secara gelondongan sehingga harga produk mereka rendah. Dengan adanya cetakan kami maka keterbatasan tersebut sudah bisa diatasi. Produsen sabun bisa memberi logo merk di setiap produk mereka tanpa batas minimal pemesanan dan bisa pesan cetakan sesuai bentuk yang mereka inginkan.

Manfaat bagi masyarakat sekitar yaitu kami membuka lapangan kerja bagi lulusan SMK yang bertempat tinggal di lingkungan sekitar Wicapu Kreatif. Serta kami juga mempekerjakan orang dilingkungan bisnis untuk bisa mengemas paket-paket pesanan yang akan dikirim ke seluruh Indonesia dan luar negeri.

Selain dua unggulan dari keberadaan bisnis kami, Wicap Kreatif juga memiliki keunggulan lain yaitu Wicapu Kreatif berperan melakukan edukasi di kanal youtube, serta melalui seminar gratis bagi yang ingin belajar tentang dunia komposit. Wicapu Kreatif juga memberikan layanan konsultasi bagi masyarakat yang ingin mendapat bimbingan tentang komposit melalui WA yang sudah kami sediakan khusus.

1.5 Sistematika Laporan

Penulisan tugas akhir ini diuraikan bab demi bab yang berurutan untuk mempermudah pembahasannya. Pokok-pokok permasalahan dalam penulisan ini dibagi menjadi lima bab yaitu :

- a. Bab I berisi tentang latar belakang pembuatan usaha Wicapu Kreatif

- b. Bab II berisi tentang landasan teori dimana didalamnya terdapat keputusan manajemen operasi, keputusan dalam manajemen sumber daya manusia, keputusan dalam manajemen pemasaran dan keputusan dalam manajemen keuangan.
- c. BAB III berisi tentang perencanaan bisnis dimana didalamnya terdapat gambaran umum perusahaan, aspek operasional, aspek strategi, aspek sumber daya manusia, aspek pemasaran, aspek keuangan, tinjauan teoritis tentang manajemen strategi dan tentang pemecahan masalah tentang manajemen strategi
- d. Bab IV berisi analisis praktek bisnis dimana didalamnya terdapat profil perusahaan, analisis keputusan manajemen operasi, analisis keputusan manajemen strategi, analisis keputusan dalam manajemen sumber daya manusia, analisis keputusan dalam manajemen pemasaran, analisis keputusan dalam manajemen keuangan dan evaluasi bisnis.
- e. Bab IV berisi kesimpulan dan rekomendasi

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Keputusan Manajemen Operasi Strategis

Dalam manajemen operasi strategis manajer operasi dalam bekerja akan merangkai berbagai aktivitas di perusahaan yang bertujuan untuk menciptakan sebuah nilai berupa barang maupun jasa. (Heizer, J., Render, B. and Munson, C, 2017) dalam bukunya menyebutkan adanya 10 (sepuluh) keputusan manajemen operasi strategis yaitu :

1. *Design of good and services*, Berjalannya suatu perusahaan tidak lepas dari adanya sumberdaya manusia didalamnya. Sumber daya manusia yang baik akan menjadi pondasi dan tulang punggung perusahaan. Didukung juga oleh kualitas yang baik dengan biaya produk rendah namun menghasilkan keuntungan tinggi.
2. *Managing quality*, Dalam mengelola kualitas dari perusahaan tidak lepas dari kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang perusahaan berikan. Dengan melihat kepuasan pelanggan dan umpan balik dari pelanggan perusahaan mendapatkan strategi yang bisa perusahaan gunakan untuk keberlanjutan perusahaan.
3. *Process and capacity strategy*, Efektifnya perusahaan dalam melakukan dan menentukan banyaknya struktur biaya yang harus dikeluarkan dapat dikelola menggunakan manajemen kapasitas pada teknologi yang dimiliki perusahaan, SDM yang dimiliki perusahaan. .
4. *Location strategy*, Lokasi perusahaan menentukan hilirisasi produk dari perusahaan, dari bahan mentah, produksi dan dapat dijual ke pelanggan. Sehingga perlu dipertimbangkan posisi perusahaan tidak jauh dari suplayer, infrastruktur pendukung industry dan pelanggan.
5. *Layout Strategy*, Dengan menata letak sumberdaya di perusahaan mulai dari peralatan, SDM, dan stok bahan baku, dapat mengefektifkan perusahaan dalam memproduksi. Sehingga pergerakan produksi tidak memakan waktu lama, yang dihabiskan dari tidak tertatanya sumberdaya yang dimiliki perusahaan.
6. *Human resources and job design*, Kejelasan bagi sumberdaya manusia di perusahaan sangat diperlukan, dengan adanya kejelasan tersebut seorang pekerja akan lebih fokus

terhadap yang dikerjakan dan hasilnya bisa kita lacak jika nantinya ada kegagalan produksi.

7. *Supply chain management*, Dengan adanya rantai pasokan, maka perusahaan akan lebih efektif dalam melakukan keputusan pembelian, pengkoordinasian dan kemana akan mencari.
8. *Inventory management*, Stok dalam suatu perusahaan harus di pertimbangkan dari lama penyimpanan, mudah sulitnya di produksi maupun di dapatkan dari suplayer. Hal tersebut harus terus dijaga ke seimbangannya agar perusahaan tidak terbebani dengan ketidaksanggupan jika ada permintaan banyak dan juga konsumen tidak kecewa karena barang kosong.
9. *Scheduling*, *Penjadwalan harus melihat periode-periode penting yang dihadapi perusahaan. periode dari kebutuhan konsumen yang meningkat, periode bahan baku sulit karena tidak di masa panen bagi yang berbahan dasar hasil kebun. Agar produksi dan permintaan konsumen selalu terpenuhi.*
10. *Maintenance*, Untuk menjaga fasilitas perusahaan dan tidak terjadi suatu kerusakan yang parah maka pemeliharaan berkala harus dilakukan.

2.2 Keputusan Manajemen Strategi Bisnis

Sebah bisnis dalam melakukan keputusan strategi harus melakukan pertimbangan-pertimbangan kusus. Pertimbangan yang bisa perusahaan lakukan agar tidak gagal atau meminimalisir kegagalan makan dalam keputusan manajemen stretegis bisnis bisa melakukan *environmental scanning*, *strategy formulation*, *strategy implementation* terakhir *control and evaluaton* (Wheelen, 2018). Untuk itu ada beberapa analisis yang bisa digunakan yaitu :

2.2.1 Analisis SWOT

Analisis SWOT, kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity), dan ancaman (threats). Bisa digunakan sebagai mitigasi atau *environmental scanning* di perusahaan. Dalam memitigasi terdiri dari dua lingkungan dimana lingkungan eksternal diluar kendali manajemen perusahaan dan lingkungan internal yang bisa diatasi dan di kendalikan oleh manajemen perusahaan. Kedua pandangan tersebut dapat di simpulkan perusahaan harus menentukan posisi mereka berada di lingkungan eksternal dan di lingkungan internal membentuk karakter di pekerjaan yang di lakukan (Wheelen, 2018).

2.2.2 Porter Competitive Strategy

Suatu bisnis perlu melakukan analisis agar dapat bersaing dalam industri dan mampu mengikuti perubahan yang ada. Teori *Porter's Competitive Strategy* digunakan untuk keputusan strategi bersaing yang tumbuh dari pemahaman tentang aturan persaingan menentukan daya tarik industri untuk mengatasi dan mengubah aturan-aturan tersebut untuk kepentingan perusahaan. Aturan persaingan diwujudkan dalam lima kekuatan kompetitif (Porter, 1985), yaitu:

1. Entry Barrier

Dalam hal apapun pendatang baru tidaklah mudah termasuk didalam bisnis, banyak sekali hambatan termasuk hambatan pendatang bisnis bar berupa, skala ekonomi, diferensiasi produk, identitas merek, kebutuhan modal, saluran distribusi dan kebijakan pemerintah.

2. Determinants of Supplier Power

Kakuatan pemasok menjadi salahsatu modal utama dalam bisnis, pasokan yang lancar dan stabil membuat bisnis kita stabil. Dimulai dari harga yang selal bisa terkontrol, bahan baku yang senantiasa tersedia serta distribusi yang lancar dari suplayer.

3. Determinants of Substitution Threat

Pesaing dari produk tidak selalu berasal dari competitor produsen produk yang sama dengan yang kita hasilkan. Namun juga bisa berasal dari produk yang tidak serupa namun bisa mewakili sedikit fungsi dari produk kita. Oleh karena itu dengan adanya hal ini perlu di perhatikan *Relative Price Performance of Substitutes*, *Switching Costs* dan *Buyer Propensity to Substitut*.

4. Determinants of Buyer Power

Kuatnya pembeli dapat mempengaruhi harga dari suatu produk. Nilai tawar pembeli terhadap perusahaan yang menjual produk dan jasa dapat mempengaruhi biaya investasi dikarenakan tuntutan lebih dari pembeli.

5. *Rivalry Determinants*

Intensitas persaingan antar perusahaan dalam satu industri sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut: *industry growth, fixed costs/value added, intermittent overcapacity, product differencies, brand identity, switching costs, concentration & balance, informational complexity, diversity of competitors, corporate stakes, dan exit barriers.*

Lima kekuatan diatas menentukan kemampuan kompetitif perusahaan dalam suatu industri guna memperoleh pengembalian investasi yang dapat melampaui modal. Tiga jenis dasar keunggulan kompetitif yang dikombinasikan engan ruang lingkup aktifitasnya yaitu:

1. *Cost Leadership*

Menjadi pemimpin pasar dalam segi harga bisa juga di manfaatkan untuk menjual produk lebih banyak dengan harga yang lebih rendah sehingga pendapatan perusahaan dapat maksimal.

2. *Differentiation*

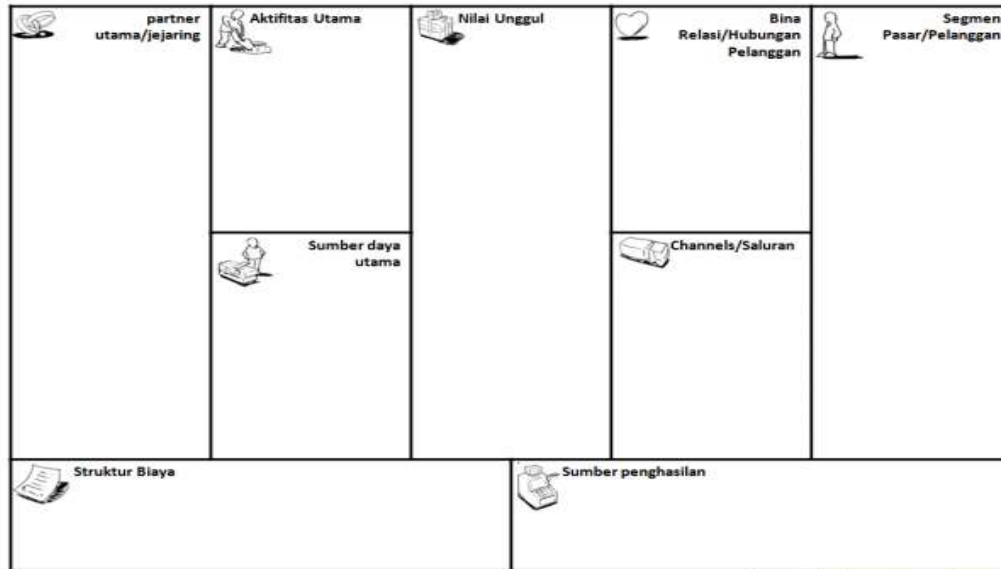
Proses sebuah perusahaan mencari, menemukan dan menentukan dari keunikan dalam industri yang di pilih. Kekhasan keunikan yang di tawarkan perusahaan meningkatkan potensi pasar perusahaan.

3. *Focus*

Strategi fokus terhadap pilihan lingkup persaingan bisnis dalam suatu bisnis. Pengoptimalan strategi pada bidang yang di pilih untuk mencapai keunggulan kompetitif di segmen pasar yang menjadi sasaran.

2.2.3 Analisis *Business Model Canvas*

(Umar, 2018) Berbisnis harus memiliki strategi untuk menghadapi pesaing, salahsatunya menggunakan *business model canvas* dan *marketing mix*.



<http://www.businessmodelgeneration.com>

Sumber : (Baumassepe, 2017)

Gambar 2. 1 Format Business Model Canvas

Menurut (Bau Massepe, 2017) Bisnis Model Kanvas adalah salah satu alat untuk membantu melihat lebih akurat bagaimana gagasan usaha yang sedang atau yang akan dijalani. Dengan alat ini kita seakan melihat bisnis seutuhnya dari hulu sampai hilir secara lengkap dan mendetail. Dengan demikian kita bisa menjelaskan gambaran secara lengkap yang sangat membantu dalam berjalannya bisnis kita kedepannya. Dengan mengevaluasi satu demi satu elemen-elemen kunci kita jadi lebih mudah menganalisis apa yang kurang tepat, dan pada akhirnya kita bisa mengambil langkah untuk mencapai tujuan bisnis kita.

Alexander Osterwalder dalam bukunya Business Model Generation (2010) (Osterwalder A. a., 2010) menciptakan sebuah framework yang sederhana dan mudah dimengerti untuk menggambarkan bisnis kita yaitu Business Model Canvas. Model Bisnis Kanvas merupakan model bisnis yang dituang ke dalam visual gambar dan dibagi menjadi 9 Aspek Bisnis yang meliputi :

a. Customer Segments

Menurut Kotler Segmentasi adalah membagi sebuah pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli dengan keinginan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda-beda.

Dengan adanya pelanggan maka perusahaan bisa bergerak. Bahkan perusahaan dikatakan berhasil dalam menciptakan suatu produk berdasarkan produk tersebut mampu terjual dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan baik.

b. *Value Propositions*

Value propositions Dengan adanya nilai tambah yang perusahaan berikan kepada pelanggan melalui produk atau jasa yang mereka bayar merupakan hasil inovasi dan desain dari perusahaan yang benar-benar dapat meningkatkan *revenue stream*.

c. *Channels*

Channels adalah cara perusahaan untuk melakukan komunikasi dengan supplier dan pelanggan.

d. *Customer Relationships*

Perusahaan akan menempatkan hubungan mereka dengan konsumen di posisi seperti apa, Sehingga konsumen terus bisa bergantung dengan perusahaan dengan posisi yang mereka tempati.

e. *Revenue Streams*

Aliran Pendapatan yang tertera dalam BMC bertujuan untuk menjelaskan pendapatan perusahaan diperoleh dari mana saja. Dalam penentuan aliran pendapatan ada beberapa cara yaitu :

- Penjualan asset, pendapatan yang diperoleh melalui pemindahan kepemilikan produk berbentuk fisik.
- Biaya penggunaan, merupakan imbal balik dari layanan jasa yang telah perusahaan berikan kepada konsumen.
- Biaya berlangganan hampir sama dengan biaya penggunaan, namun di sini biaya yang diperoleh perusahaan akan berjalan terus menerus selama masih terjadi kesepakatan berlangganan.
- Sewamenyewa merupakan pendapatan dari pemberian sementara atas hak dari suatu produk dari perusahaan kepada konsumen dengan periode waktu yang telah disepakati.

- Lisensi, pendapatan dari jalur ini didapatkan atas izin dari perusahaan kepada konsumen untuk menggunakan hak atas kekayaan intelektualnya.
- Biaya Broker, adalah penghasilan yang didapatkan perusahaan melalui perantara mereka terhadap kesepakatan dari dua belah pihak lain. Atau biasa umum di sebut makelar.
- Iklan, Penghasilan didapatkan perusahaan dari imbaljasa pengiklanan dari suatu produk maupun jasa.

f. *Key Resources*

Aset yang sangat penting yang diperlukan perusahaan, dimana terdiri dari empat hal yaitu fasilitas fisik, intelektual, SDM dan keuangan. Kempatnya harus terpenuhi agar perusahaan mampu berjalan dengan baik.

- Fasilitas Fisik, Aset fisik perusahaan seperti bangunan, alat, mesin
- Intelektual, berupa HKI, brand, hak cipta, dan database konsume maupun suplayer.
- SDM, Sumberdaya manusia yang unggul merupakan asset yang baik bagi perusahaan.
- Keuangan, kebutuhan akan sumberdaya keuangan penting bagi perusahaan. ada sumber keuangan seperti uang tunai kredit dan juga jaminan keuangan seperti asuransi.

g. *Key Activities*

Merupakan kunci dari perusahaan, yang dimana aktifitas ini adalah jantung dari bisnis perusahaan. Ada tiga hal aktvitas kunci dari suatu perusahaan yaitu :

- Produksi, aktifitas membuat suatu produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen, bisa berupa jasa maupun barang.
- Pemecahan masalah, yaitu aktifitas perusahaan yang membantu memecakan masalah dari konsumen dan juga memberikan arahan terhadap konsumen untuk bisa menghadapi masalah tersebut.

- Platform, Aktivitas persahaan melalui media digital, dengan menyediakan hardwer dan software.

h. *Key Partnership*

Menjalin kerjasama dengan partner merupakan kunci dari perusahaan. dimana dengan berpartner prusahaan mamu berbagi beban sehingga dapat bersaing dengan kompetitor dengan lebih baik. Selain itu pula perusahaan dapat lebih efisien dalam bekerja dengan adanya partner.

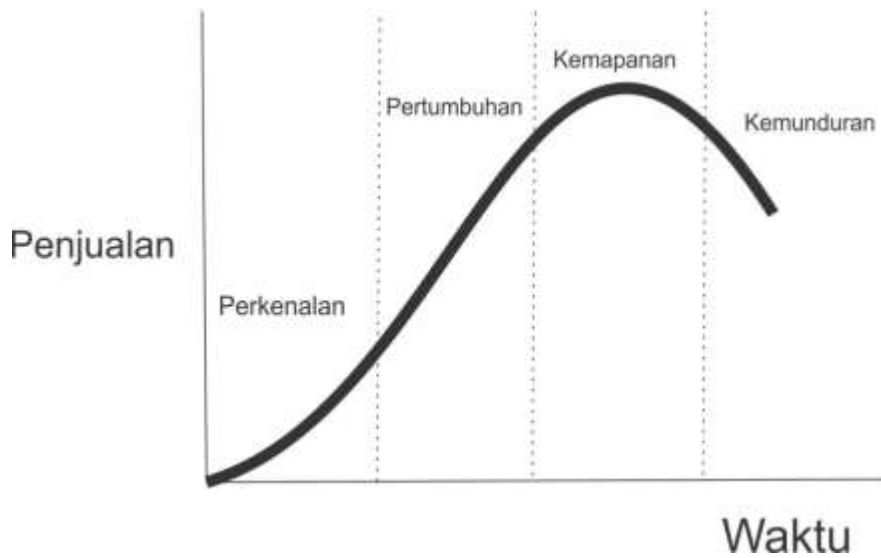
i. *Cost Structure*

Struktur biaya pada perusahaan terdiri dari hal- hal yang harus di bayarkan perusahaan agar perusahaan tersebut dapat bejalan dengan baik. Struktur biaya ada beberapa karakterustinya yaitu :

- Biaya Tetap, biasa pokok yang harus di keluarkan perusahaan seperti, gaji, listrik, sewa dan pemeliharaan alat.
- Biaya Variabel, biaya yang jumlah nilai pengeluarannya belum bisa di pastikan, tergantung dari produksi yang dilakukan perusahaan.
- Sekala ekonomi, dalam hal ini hanya berlaku jika bisnis tersebut melakukan perluasan penjualan. Dari perluasan tersebut menyebabkan biaya rata-rata produk per unit menjadi lebih rendah.

2.2.4 *Siklus Produk dan Jendela Konsumen*

Sebuah prosuk pasti mengalami sebuah siklus. Menurut Philip Kotler siklus hidup produk merupakan konsep penting dalam memberikan dinamika suatu produk. Dari hal itu diartikan bahwa masa-masa perkembangan produk harus selalu diperhatikan dukarenakan setiap produk memiliki tahapan tahapan yang tidak selalu berbentuk kurva S seperi gambar 2.2 . Bisa kurva S berjalan lama ada juga yang baru masa pengenalan, atau pertumbuhan sudah mati sebelum mencapai kemapanan. Serta perhatian juga harus di perketat ketika produk sudah mencapai posisi kmapanan. Karena siklus setelah kemapanan adalah kemunduean maka dari itu dipersiapkan produk inovasi agar bisa menopang siklus produk sebelumnya sebelum terjadi kemunduran dan mati.



Gambar 2. 2 Siklus Produk

Dengan melihat jendela konsumen keputusan manajemen strategis bisnis dapat lebih terfokus pada pokok-pokok tujuan yang memiliki nilai lebih dan tidak melakukan sesuatu yang sia-sia. Jika suatu produk diinginkan namun tidak diperoleh maka perusahaan wajib melakukan perhatian. Jika suatu produk diinginkan dan sudah diperoleh oleh konsumen maka pertahankan. Jika suatu produk tidak diinginkan namun diperoleh maka hapus atau matikan saja produk tersebut terakhir jika produk tidak diinginkan dan tidak diperoleh maka abaikan saja.

Diinginkan	Perhatian	Pertahankan
Tidak Diinginkan	Abaikan	Matikan
	Tidak Diperoleh	Diperoleh

Gambar 2. 3 Jendela Konsumen

2.2.5 Business Model Innovation

Business model innovation yang paling populer adalah *business model canvas* *Business Model* menstimulasi konsep tentang organisasi apat bekerja dan menciptakan suatu nilai secara terstruktur dan sistematis (Cosenz, 2020). Faktor internal dan faktor eksternal dapat berpengaruh terhadap *Business Model Innovation*. Perusahaan di tuntut terus bergerak dengan mengembangkan kemampuan mereka sehingga perusahaan memiliki keunggulan ompetitif. (Teece, 2010).

2.2.6 Sustainable Business Model Innovation

Keberlanjutan perusahaan tidak bisa dibiarkan begitu saja, walau perusahaan sudah berjalan dengan baik tetap harus memperhatikan perubahan-perubahan yang ada guna keberlanjutan perusahaan. Karena tidak ada yang abadi di dunia ini, yang abadi hanyalah perubahan itu sendiri. Perusahaan terus di dorong untuk berinovasi dan juga beradaptadi dengan adanya perubahan. Keevisienan produksi juga bisa di sebut usaha perusahaan yang beradaptasi dengan perubahan.

Slahsatu hal yang banyak dilakukan perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi yaitu menerapkan sistem *just in time* sehingga perushaan tidak membayar lebih atas tenaga yang mereka keluarkan dan biaya stok barang. Karena mereka cukup membayar produksi sesuai yang di pesan.

Menurut (Todeschini, 2017) beberapa indikator mengenai trend faktor pendorong inovasi terkait keberlanjutan dalam *Business Model Innovation* yang dapat di impilikasikan pada pembuatan *Business Model Canvas*, berikut faktor pendorong inovasi berkelanjutan:

a. Circular Economy

Faktor ini mendorong adanya inovasi perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. hasil dari faktor ini munculnya sistem pengembangan, pengembalian yang efektif serta efisien dan muncul pola-pola baru yang dapat menghasilkan suatu produk yang kualitasnya lebih baik dari produk sebelumnya. Ada tiga hal pokok dari faktor ini yaitu:

- **Upcycling**, Dengan munculnya *green industry* maka sistem ini sangat berperan dari inovasi perusahaan terutama dalam memanfaatkan sisa material produksi menjadi produk bernilai tinggi dan memperpanjang usia pakai dari material atau produk. Sehingga mengurangi kebutuhan material baru yang berdampak pada penghematan sumberdaya alam.
- **Recycling**. Mendaur ulang merupakan salahsatu hal yang menjadi faktor utama karena dampak lingkungan sangat tinggi bagi industry. Oleh karena itu dengan menerapkan sistem daur ulang maka perusahaan memiliki nilai lebih di mata konsumenn.
- **Vegan**, memproduksi produk dengan menghindari atau meminimalisir olahan hewan maka dapat ikut mendorong *green industry*. Karena energi yang di keluarkan dari industry peternakan jauh lebih besar dari industri vegan.

b. Corporate Social Responsibility

Indonesia telah mengaur CSR dalam perundang-undangan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 tentang hak kewajiban dan tanggung jawab penanam modal. Dalam Undang-undang perusahaan Nomor 40 Tahun 2007 juga menyebutkan bahwa setiap perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab soal dan lingkungan.

CSR menurut (Feldman, 2013) Ada enam, Pertama, praktik CSR mempengaruhi respon konsumen terhadap perusahaan serta produk atau jasa yang ditawarkan. Kedua, strategi CSR untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Ketiga, konsumen menggunakan kriteria trade-off antara fitur produk CSR dan fitur produk tradisional seperti harga, kualitas, kenyamanan dan kurangnya informasi, dominasi merek perusahaan atau kualitas produk. Keempat, evaluasi konsumen terhadap CSR perusahaan mengenai seberapa bertanggung jawab suatu perusahaan dalam bidang yang relevan seperti ekonomi, hukum, etika, dan filantropis. Kelima, evaluasi konsumen mengenai kesesuaian antara karakteristik atau minat konsumen secara positif mempengaruhi persepsi konsumen terhadap aktivitas CSR perusahaan. Keenam, konsumen yang menerima komunikasi tentang kegiatan CSR perusahaan

meningkatkan kesadaran CSR mereka, yang pada gilirannya, menghasilkan sikap positif terhadap pembelian produk dari perusahaan CSR.

c. *Sharing Economy and Collaborative Consumption*

Mengingat dampak lingkungan bagi perkembangan industri sangatlah melekat, maka sistem sharing dan berkolaborasi kembali menjadi pendorong terjadinya inovasi. Dengan melakukan sharing dan kolaborasi sudah dapat dipastikan akan lebih efisien dan memiliki dampak lingkungan yang lebih baik.

d. Inovasi Teknologi

Peningkatan kebutuhan akan cetakan yang bisa menyesuaikan kebutuhan dari konsumen, maka disini kami membuatkan sistem proses pemesanan cetakan secara custom. Dengan sistem pengerjaan menggunakan mesin 3d printer dan laser cutting di kombinasi dengan pengecoran karet secara manual, maka kami bisa memberikan alternative kepada konsumen dengan tanpa batas minimal pemesanan. Sistem just in time kami gunakan agar tidak membuang bahan baku mentah.

- **Bahan Baku Berkelanjutan**, mempertimbangkan pengembangan dengan sistem *just in time* berbagai jenis bahan baku sudah kami siapkan di area toko offline bahan mentah komposit Wicapu Kreatif. Sehingga saat ada pesanan maka kami akan mengkalkulasi kebutuhan dan kami serahkan ke bagian bahan mentah untuk di proses.
- **Zero Waste**, yang dilakukan di Wicapu Kreatif mengolah kembali sisa luberan dari karet dari proses pengecoran untuk di mix di dalam proses selanjutnya. Sehingga limbah material akan terminimalisir tanpa mengurangi kekuatan cetakan.
- **Wearables**, Kebutuhan konsumen akan cetakan yang mampu digunakan dalam proses cepat tanpa berhenti, menciptakan nilai tambahan melalui kebaruan, fungsionalitas yang ditingkatkan atau diperluas, dan eksklusivitas.

e. **Consumer Awareness**

Kesadaran konsumen terhadap ke khasan dari suatu produk membuka pintu dalam pemenuhan kebutuhan manusia dalam bidang custom. (Laukkanen, 2014) Dalam melakukan *Sustainable Business Model Innovation*. Memiliki tiga hambatan besar yaitu;

- a) **Hambatan regulasi** Hambatan ini bersifat struktural didalam undang-undang suatu wilayah. Sehingga menyebabkan keberlanjutan bisnis di suatu wilayah tidak berjalan.
- b) **Hambatan pasar dan keuangan** apresiasi atas inovasi yang rendah dari pasar berdampak terhadap keuangan perusahaan. Sehingga perusahaan tidak melakukan kelanjutan.
- c) **Hambatan perilaku dan sosial** Prilaku yang belum berjalan dengan adanya inobvasi membuat inovasi dari perusahaan tidak bisa berjalan dengan baik di masyarakat, sehingga tidak ada pengembangan bisnis yang lebih berkelanjutan.

Tabel 2. 1 Konsep dari karakteristik model bisnis inovasi yang berkelanjutan (Holtström, 2019).

Tabel 2. 1. Karakteristik Business Model Innovation (BMI)

Konsep	Karakteristik Utama Keberlanjutan dalam BMI
Pengembangan Berlanjut	Bisnis harus bergerak dan wajib harus berkembang guna menutu kemungkinan perusahaan akan tersalip competitor.
Arus Pendapatan dan Profitabilitas	Aliran pendapatan perusahaan tidak selamanya berasal dari arah yang sama dan arah tersebut tidak selamanya akan berjalan dengan lancar, maka perlu perusahaan menyiapkan aliran pendapatan dari arah lain yang masih selinier dengan perusahaan mereka.
Pengembangan Sistem	Pengembangan sistem layanan produk wajib bagi perusahaan. karena tidak ada yang abadi kecuali perubahan Sehingga pengembangan sangat

Layanan Produk	wajib jika perusahaan ingin terus berkelanjutan.
Kolaborasi	Dengan melakukan kolaborasi, perusahaan akan lebih cepat berkembang dan fokus terhadap yang mereka kerjakan.
Sumber Daya dan Kemampuan	Meningkatkan sumberdaya dan kemampuan bertujuan untuk adaptif terhadap perubahan dan perkembangan
Menangkap Perubahan	Perubahan bisa kita mitigasi sejak awal dan dicarikan solusi, sehingga jika perubahan itu benar-benar terjadi perusahaan sudah siap dengan inovasi yang mereka siapkan.
Mengidentifikasi Hambatan	Dengan melakukan pemetaan hambatan, perusahaan mampu bersaing di model bisnis yang mereka kembangkan.
Efisiensi	Just in time merupakan contoh efisiensi perusahaan, agar perusahaan tetap bisa meningkatkan bisnis ke bisnis yang berkelanjutan.
Perspektif Pelanggan	Memahami kebutuhan pelanggan dan perubahan kebutuhan pelanggan merupakan hal yang dilakukan perusahaan untuk tetap memberikan nilai kepada pelanggan.

2.3 Keputusan dalam Manajemen Sumber Daya Manusia

2.3.1 Recruitment

Proses rekrutmen meliputi beberapa langkah poin penting, menurut (Simamora, 1997);

1. Penyusunan strategi untuk merekrut.

Dalam melakukan penyusunan strategi ini, tentunya departemen sumber daya manusia bertanggung jawab dalam menentukan kualifikasi-kualifikasi tertentu dalam melaksanakan pekerjaan, jumlah posisi yang akan diterima, bagaimana karyawan akan direkrut, di mana dan kapan.

2. Pencarian pelamar-pelamar kerja.

Setelah rencana dan strategi perekrutan disusun, aktivitas perekrutan bisa berlangsung, melalui sumber-sumber perekrutan yang ada. Banyak atau sedikitnya pelamar dipengaruhi oleh usaha dari pihak perekrut di dalam menginformasikan lowongan, salah satunya adanya ikatan kerjasama yang baik antara perusahaan dengan sumber-sumber perekrutan eksternal berupa institusi pendidikan seperti sekolah, universitas, akademi dan juga promosi melalui media sosial.

3. Penyisihan pelamar-pelamar yang tidak cocok.

Setelah lamaran- lamaran diterima, haruslah disaring guna menyisihkan individu yang tidak memenuhi syarat berdasarkan kualifikasi- kualifikasi pekerjaan sesuai dengan bidang pekerjaan. Pada tahap ini SDM yang memiliki kompetensi yang sesuai dengan harapan perusahaan akan terlihat. Di dalam proses ini memerlukan perhatian besar khususnya untuk membendung diskualifikasi karena alasan yang tidak tepat atau tidak memenuhi kompetensi, sehingga di dalam proses ini dibutuhkan kecermatan dari pihak penyaring. Sehingga nantinya tidak ada kesalahan dalam penyaringan para pelamar, makanya kecermatan sangat dibutuhkan.

4. Pembuatan kumpulan pelamar.

Kelompok pelamar (applicant pool) terdiri atas individu-individu yang telah sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh perekrut dan merupakan kandidat yang layak untuk posisi yang dibutuhkan. Dalam hal ini, mereka-mereka yang telah mengalami proses penyaringan dengan tepat.

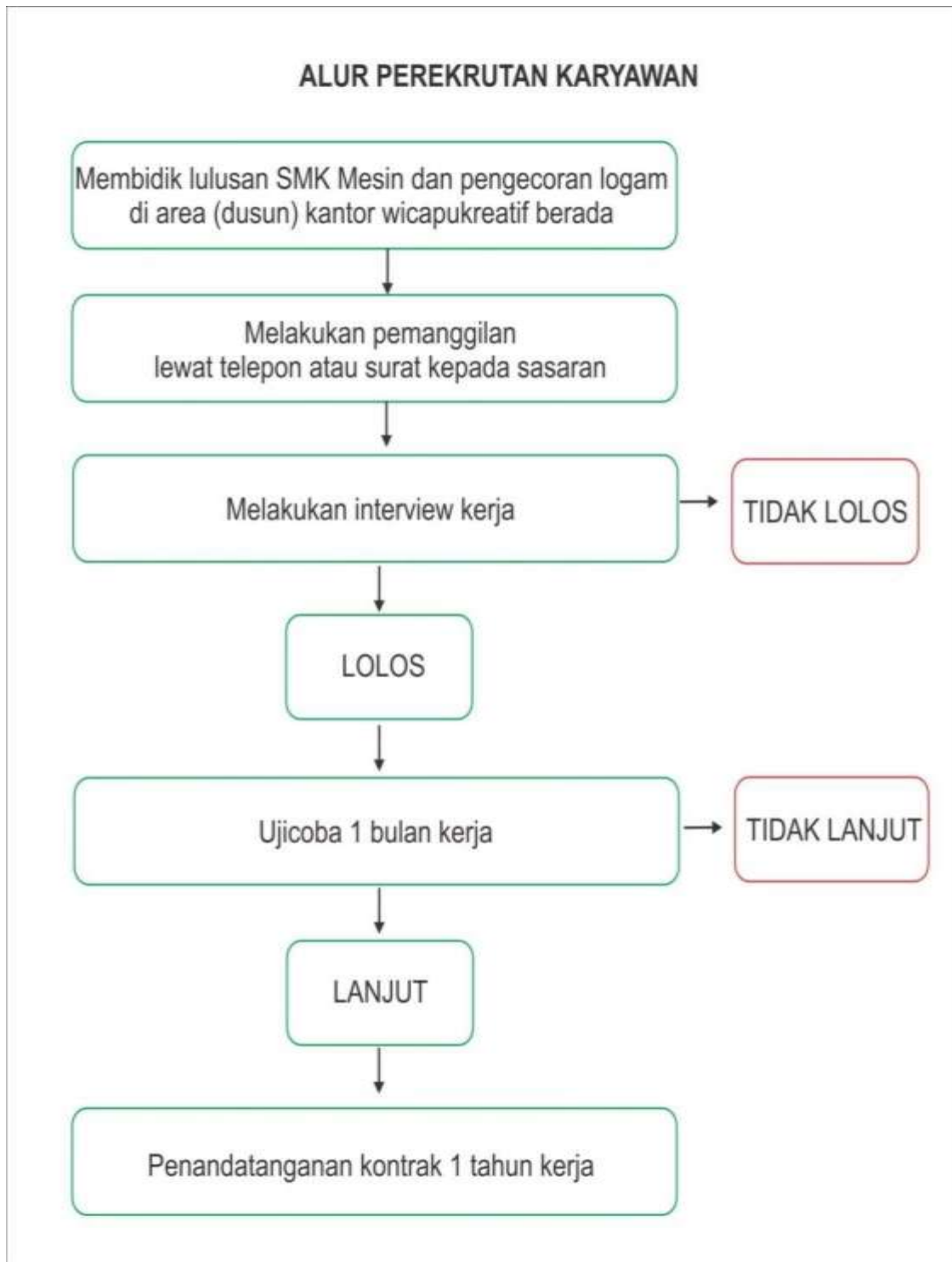
Proses rekrutmen karyawan di Wicapu Kreatif yaitu melakukan perekrutan secara ketat dan diutamakan yang berdomisili di sekitar lokasi kantor Wicapu Kreatif. Dimana dari salah satu tujuan perusahaan ini ada yaitu untuk membuka lowongan pekerjaan untuk

lulusan SMK di sekitar kantor Wicapu Kreatif. Dimana lulusan SMK yang kami bidik memiliki kriteria yang sudah kami susun sesuai table 1 lalu kami melakukan pemanggilan untuk melakukan perekrutan. Jika terjadi kesepakatan kerja maka kami melakukan pelatihan kepada karyawan selama 1 bulan dan di bulan kedua kami melihat perkembangannya jika baik maka kami akan menyodorkan kontrak kepada karyawan tersebut. Sebagai detail alur perekrutan karyawan di Wicapu Kreatif seperti gambar 4

Kriteria karyawan yang kami susun guna memenuhi kebutuhan kantor ada kriteria umum dan kriteria khusus. Kriteria umum yaitu:

Tabel 2. 2 Kriteria Karyawan.

No	Kriteria Umum	Kriteria Khusus
1.	WNI	Lulusan SMK mesin atau pengecoran logam
2.	Laki-laki atau perempuan.	Tidak memiliki asma
3.	Tidak ketergantungan dengan obat terlarang.	Bisa mengoperasikan komputer, terutama software gambar 3d.
4.	Tidak sedang dalam kontrak kerja dengan perusahaan lain.	Berlokasi tinggal di DIY terutama Sleman dan lebih khusus di kapanewon Ngaglik.
5.	Mau belajar hal baru	



(Sumber: Wicapu Kreatif 2019)

Gambar 2. 4 Alur Perekrutan Karyawan

2.3.2 Kompensasi

Kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima para karyawan sebagai balas jasa untuk kerja mereka. Kompensasi juga merupakan salah satu cara yang paling efektif bagi departemen personalia guna meningkatkan prestasi kerja, motivasi serta kepuasan kerja karyawan. Sistem kompensasi yang baik akan mampu memberikan kepuasan bagi karyawan dan memungkinkan perusahaan memperoleh, mempekerjakan, dan mempertahankan karyawan. (Dr. H. Masram, 2015).

Secara umum kompensasi memiliki beberapa tujuan, menurut (Martoyo, 1994) berpendapat bahwa tujuan kompensasi adalah:

1. Pemenuhan kebutuhan ekonomi karyawan atau sebagai jaminan economic security bagi karyawan.
2. Mendorong agar karyawan lebih baik dan lebih giat.
3. Menunjukkan bahwa perusahaan mengalami kemajuan.
4. Menunjukkan penghargaan dan perlakuan adil organisasi terhadap karyawannya (adanya keseimbangan antara input yang diberikan karyawan terhadap perusahaan dan output atau besarnya imbalan yang diberikan perusahaan kepada karyawan).

2.4 Keputusan dalam Manajemen Pemasaran

2.4.1 *Segmentation, Target Markets, dan Positioning*

Dalam menjalankan sebuah bisnis maka keputusan-keputusan yang dibuat tidak bisa dilakukan secara sembarangan. Upaya menjaga eksistensi perusahaan yaitu terus bisa mengambil keputusan yang tepat. Untuk membangun kepuasan pelanggan, yang dilakukan perusahaan yaitu melakukan identifikasi kebutuhan pelanggan. Menurut (Kotler, 2016) *target markets, segmentation, , and positioning* adalah hal utama dari pemasaran.

1. Segmentation

Perusahaan perlu melihat kebutuhan dari pasar sehingga bisa memposisikan posisi produk mereka. Segmentasi dapat dibedakan menjadi tiga variabel. Ketiganya tidak bisa

diabaikan jika perusahaan ingin menjaga eksistensi. Tiga variabel segmentasi pasar, yaitu:

- a. **Demographic**, dilihat dan di ukur dari pendidikan , jenis kelamin, pekerjaan, dan wilayah.
- b. **Psychographic**, dilihat dan di ukur dari keperibadian, dan pola konsumsi.
- c. **Behavioral**, dilihat dan di ukur dari loyalitas pelanggan dan pencari kebermanfaatan.

2. Targeting

Perusahaan telah mengetahui segmentasi pasar selanjutnya dilanjutkan dalam hal target pemasaran. Ada lima hal yang harus dipertimbangkan, yaitu:

- a. **Fokus pada manfaat**, setiap segmen membutuhkan manfaat yang berbeda beda.
- b. **Ukuran**, melihat seberapa besar potensi pasar yang menjadi target perusahaan.
- c. **Aksesibilitas**, memetakan hal-hal yang menghambat dan kemudahan dalam perusahaan mengkomunikasikan ke segmen pasar yang di targetkan.
- d. **Perbedaan**, dalam setiap segmen harus memiliki sebuah variabel perbedaan yang dapat diukur.
- e. **Profitabilitas**, melihat segmen pasar yang lebih menguntungkan bagi perusahaan.

3. Positioning

Berawal dari segmentasi, lalu menentukan target maka selanjutnya perusahaan harus melakukan *positioning*. Perusahaan menempatkan produk di benak pelanggan yang dituju melalui *brand* kualitas produk, keunggulan layanan yang bisa diunggulkan dari kompetitor perusahaan.

2.4.2 Marketing Mix

Menurut Philip Kotler (2007;223) Keputusan Pembelian yaitu : “beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk”. Sedangkan menurut Chapman dan Wahlers (1999: 176) keputusan pembelian adalah “sebagai keinginan konsumen untuk membeli suatu produk. Konsumen akan

memutuskan produk yang akan dibeli berdasarkan persepsi mereka terhadap produk tersebut berkaitan dengan kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhannya”.

Marketing Mix menurut Kotler yang dialih bahasakan oleh Benyamin Molan (2007; 17) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Dan menurut Saladin (2006; 3), bahwa bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah Serangkaian dari variabel pemasaran yang dikuasai oleh pemasar dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran. Sehingga *Marketing Mix* adalah sekumpulan variabel yang terkendali. *Marketing Mix* digunakan oleh pemasar agar produknya dapat memasuki pasar sasaran atau target market. Item bauran pemasaran meliputi:

- a. Produk yaitu terdiri atas keragaman produk, kualitas, desain, fitur, merek, kemasan, ukuran, dan garansi.
- b. Harga yaitu terdiri atas daftar harga, diskon, promo, jangka pembayaran dan syarat kredit.
- c. Lokasi yaitu terdiri atas saluran distribusi, cangkupan, pengelompokan, lokasi, penyimpanan, dan transportasi.
- d. Promosi yaitu terdiri atas promosi penjualan, iklan, tenaga penjual, public relation, penjualan langsung. Dari beberapa definisi tersebut, maka dapat disimpulkan *marketing mix* / bauran pemasaran ialah senjata perusahaan untuk memasarkan produknya agar dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian konsumen.

(Wilson Setiawan M.M, 2014) dalam penelitiannya menyebutkan *marketing Mix* dibagi menjadi empat yaitu produk, harga, promosi, dan lokasi. Dimana dari variabel tersebut setelah melakukan pengujian maka nilai koefisien korelasi dan Adjusted R menghasilkan nilai 0,881. Hal tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian sangat kuat.

2.4.3 Brand Awareness

Kemampuan konsumen dan calon konsumen dalam mengenali suatu merek, produk, atau jasa. Perusahaan membutuhkan *brand awarness* karena dari sinilah perusahaan membentuk basis konsumen maupun penjualan. Memiliki *brand awareness* yang kuat adalah kunci bagi perusahaan agar bisa unggul dalam persaingan bisnis. Pasalnya, konsumen cenderung memilih produk atau jasa dari *brand awareness* yang dikenalnya dan inilah yang membuat penjualan semakin meningkat. (Annisa, 2021). Brand awareness, memiliki dampak positif dan negatif, table 3

Tabel 2. 3. Dampak Positif dan Negatif *Brand Awareness*

Dampak Positif	Dampak Negatif
Berperan penting untuk membantu membedakan suatu produk dengan produk lainnya.	Perusahaan secara tidak sengaja terbatas atau membatasi diri mereka dalam zona tertentu dalam pengenalan produk
Munculnya nilai emosional dari konsumen dengan <i>brand</i> dan produk .	Produk yang berbeda memiliki nilai emosional yang berbeda beda dari konsumen
Keunggulan <i>brand awareness</i> membantu peningkatan penjualan	Pengalaman tidak baik yang dialami pelanggan terhadap suatu produk akan mudah ter sebarluaskan dan menyetempel nilai buruk terhadap <i>brand</i>

Sumber : (ekrut.com, 2021)

Dalam menentukan peningkatan suatu usaha memiliki indikator yang bisa di lihat seperti yang disebutkan (Annisa, 2021) peningkatan brand awareness bisa di lihat dari 4 indikator di bawa ini :

1. *Brand recall*

Brand recall suatu kemampuan yang dilakukan konsumen dalam mengingat suatu brand dengan mudah walau hanya melihat gambar logo, bunyi-bunyian maupun produk.

2. *Brand recognition*

Brand recognition adalah kemampuan pelanggan untuk membedakan suatu produk dari merek tertentu hanya dengan slogan, pengemasan, logo dan *tagline*.

3. *Top of mind awareness*

Top of mind awareness yaitu ingatan pertama yang muncul di benak pelanggan ketika ditanyai pertanyaan tentang kategori produk.

4. *Brand dominance*

Brand dominance yaitu dimana konsumen hanya mengingat satu nama merek dalam kategori produk. Walau sebenarnya produk sejenis sama dan bahkan mereknya banyak namun yang di ingat hanya satu saja.

2.4.4 *Integrated Marketing Communication*

Mengintegrasikan semua hal yang digunakan untuk promosi sehingga dapat bekerja secara kompak dan saling mendukung. (Kharat, 2020) *Integrated Marketing Communication* membuat pesan iklan konsisten dan tidak saling tindih.

Efektivitas *Integrated Marketing Communication* yaitu dinilai dari konten pemasaran yang saling bersinergi. Sehingga komunikasi perusahaan dan calon konsumen berjalan secara lancar. Media promosi bagi perusahaan untuk menyampaikan konten yang ingin mereka sampaikan ke konsumen ada berbagai cara, berikut adalah media penyampaian informasi ke pada konsumen :

1. ***Advertising (iklan)***, yaitu penyampaian informasi menggunakan media periklanan dari perusahaan kepada calon konsumen dengan konten barang atau jasa yang perusahaan hasilkan.
2. ***Sales Promotion (promosi penjualan)***, yaitu cara instan untuk menarik konsumen berupa diskon, cash back dan undian
3. ***Event and experiences (acara dan pengalaman)***, yaitu kegiatan yang dilakukan perusahaan kepada calon konsumen agar mereka mengenal lebih dari produk yang perusahaan jual.

4. ***Public relations and publicity (hubungan masyarakat dan publisitas)*** sebuah bentuk pendekatan dan pengenalan kepada konsumen untuk membangun citra perusahaan yang baik, agar tertarik membeli produk mereka.
5. ***Direct marketing (penjualan langsung)***, yaitu menawarkan produk secara langsung dengan konsumen untuk mendapatkan tanggapan tentang produk dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan.
6. ***Online and social media marketing (pemasaran online dan media sosial)***, yaitu menawarkan produk mereka secara daring melalui media-media sosial yang ada.
7. ***Mobile marketing (pemasaran menggunakan mobile)***, yaitu pemasaran yang dilakukan dengan berbagai perangkat mobile.
8. ***Personal selling (penjualan perorangan)***, yaitu melakukan penjualan secara langsung secara empat mata.

2.5 Keputusan dalam Manajemen Keuangan

Keputusan manajemen keuangan untuk menganalisis kelayakan bisnis melalui penghasilan yang di peroleh, meminimalisir terjadinya resiko, mencari sumber penghasilan yang tepat (Brigham, 2008). Dalam keputusan manajemen keuangan ada tiga yaitu:

1. **Keputusan Bisnis**, investasi dan pembiayaan berkolaborasi untuk bisa melakukan investasi, dan sebaliknya, akan melakukan investasi memerlukan pembiayaan.
2. **Keputusan Investasi**, pengelolaan dana bertujuan, menahan dana untuk memperoleh asset.
3. **Keputusan Pendanaan**, perolehan penghasilan dari aktivitas perusahaan digunakan untuk pembiayaan operasional harian perusahaan dan investasi.

2.5.1 Analisis Keuangan

Analisis laporan keuangan untuk menilai perusahaan dengan perusahaan lain di industry yang sama serta melihat posisi perusahaan dari waktu-kewaktu (Brigham, 2008).

(Brigham, 2008) dan (Fabozzi, 2003) memberikan beberapa teknik analisis keuangan perusahaan yaitu:

1. **Capital budgeting** adalah proses memitigasi asset dan investasi perusahaan yang dapat memperoleh keuntungan dalam setahun.
2. **Analisis Rasio**, metode menganalisa neraca perusahaan.
3. **Analisis Perubahan Laba Kotor (Gross Profit Analysis)**, adalah cara menganalisa untuk mengetahui sebab perubahan laba kotor satu perusahaan dalam suatu periode ke periode. Apakah sudah sesuai dari yang di rencanakan.
4. **Analisis Break Even Point**, adalah suatu analisa untuk mengetahui perusahaan sudah mencapai pemenuhan modal atau sudah mampu menutup modal. Dan setelahnya perusahaan akan mendapatkan keuntungan.

(Graham, 2001) pada surveinya analisis kelayakan investasi dari suatu proyek perusahaan menggunakan metode *capital budgeting*, Berbagai perusahaan dalam membuat keputusan menggunakan *Net Present Value (NPV)* , *Payback Period (PP)*, *Accounting Rate For Return (ARR)*, *Internal Rate of Return (IRR)*.

1. Net Present Value

NPV (*Net Present Value*) merupakan metode untuk memitigasi nilai saat ini dengan target yang ingin dicapai di waktu yang akan datang. Hasil yang diterima tergantung resiko proyek yang di rencanakan dan biaya modal yang harus di bayar (Atrill, 2015).

2. Payback Periode

Periode balik modal dari investasi awal perusahaan yang hasil analisisnya berupa satuan waktu.

3. Accounting Rate for Return (ARR)

ARR adalah metode aliran uang non-diskon, itu mewakili akses di diharapkan pendapatan tahunan operasi dibagi dengan awal investasi yang diperlukan. Jika ARR lebih tinggi dari harga yang dapat diterima kembali maka kita menerima proyek, dan dalam kasus lebih rendah daripada ARR kita menolak proyek.

4. *Internal Rate of Return (IRR)*

IRR dimana NPV dalam arus kas dari semua proyek bernilai sama dengan nol. Hasil dari perhitungan IRR akan merekomendasikan proyek diterima ketika IRR melewati nol.

2.5.2 Jenis Laporan Keuangan

Laporan keuangan terdiri dari berbagai jenis. Laporan keuangan yang sering dilakukan oleh perusahaan ada empat hal, yaitu:

Terdapat beberapa jenis laporan keuangan yang dipakai oleh berbagai perusahaan. Ada empat jenis laporan keuangan yang sering digunakan oleh perusahaan, antara lain:

1. Laporan Perubahan Modal, menunjukkan hasil keuntungan bersih perusahaan yang di putarkan kembali di perusahaan dan mempengaruhi modal secara keseluruhan.
2. Neraca, merupakan laporan keuangan yang paling sering dilihat untuk menilai perusahaan sehat atau tidak. Disini bisa di lihat kekayaan perusahaan dalam waktu yang di tentukan.
3. Laporan Laba Rugi, dalam laporan ini memperlihatkan sampai mana perusahaan memperoleh keuntungan dan melihat kemampuan berjalannya perusahaan.
4. Laporan Arus Kas, dalam laporan ini menunjukkan informasi tentang kas bersih perusahaan dari kegiatan operasional, pendanaan dan investasi.

BAB 3

PERENCANAAN BISNIS

3.1 Gambaran Umum Perusahaan

3.1.1 Sejarah Perusahaan

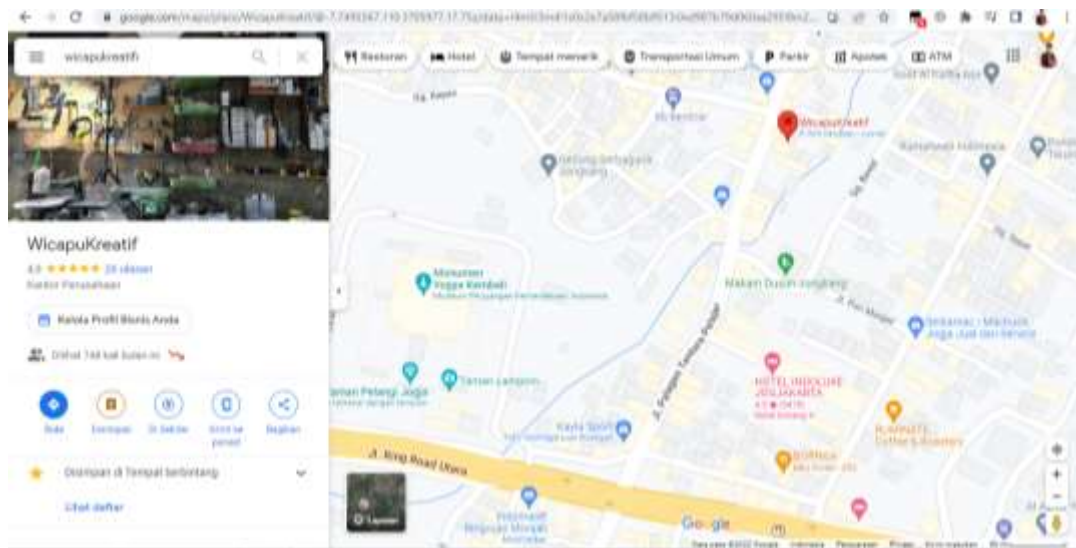
Wicapu Kreatif merupakan bisnis jasa dan bahan komposit yang bergerak dalam bidang jasa manufaktur dari komposit. Wicapu Kreatif berdiri tahun 2018 di Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Awalnya berfokus pada penyelesaian cetakan silikon untuk kebutuhan perkuliahan dan pengambilan data dalam skripsi. Kemudian pada semester kedua tahun 2018 merambah ke cetakan custom. Wicapu Kreatif di dirikan oleh Wisnu Cahyo Purnomo. Dengan latar belakang pendidikan S1 Teknik Mesin yang masih linier dengan pekerjaan teknis yang ada di Wicapu Kreatif.

Wicapu Kreatif merupakan jasa manufaktur yang idenya muncul dari kegelisahan owner yang kesulitan mendapatkan literasi dalam mengerjakan skripsi di Teknik Mesin. Dimana detailnya sudah penulis tuliskan dalam pendahuluan. Perencanaan bisnis ini akan membawa Wicapu Kreatif dapat memenuhi pasar dalam pembuatan cetakan guna mencetak semen, gypsum, lilin dan semen yang sebelumnya hanya untuk mencetak resin. Dalam praktek bisnis ini juga dilakukan pengujian produk di balai karet dan kulit untuk mengetahui ketahanan dari produk Wicapu Kreatif.

3.1.2 Lokasi Perusahaan

Wicapu Kreatif merupakan bisnis pembuatan hingga penjualan yang memerlukan ruangan luas untuk menjalankannya, Saat ini lokasi bisnis adalah lokasi khusus yang penulis atau owner siapkan untuk bisnis ini. Lokasi berada di Jalan Palagan Tentara Pelajar No 91 A Jongkang, Sariharjo, Ngaglik, Sleman DIY, kompleks usaha keluarga Ngadimin Purwosumarto dimana dilokasi tersebut terdiri beberapa bisnis lainnya. Namun karena penulis baru saja menikah dan belum memiliki rumah pribadi, maka penulis dan keluarga tinggal di lokasi bisnis di lantai 2 bagian depan. Sedangkang lantai satu dan lantai dua

bagian depan digunakan menjalankan bisnis. Lokasi Wicapu Kreatif terletak di Jalan Palagan Tentara Pelajar, Dusun Jongkang.



Sumber: (Googel maps 24-7-2022)

Gambar 3. 1 Lokasi Wicapu Kreatif dalam googel map



Sumber : (Wicapu Kreatif 2021)

Gambar 3. 2 Layout Wicapu Kreatif

3.1.3 Arti Logo dan Tagline

Wicapu Kreatif adalah usaha yang bergerak dalam bidang jasa dan penyedia bahan komposit. Dimana jasa yang dikerjakan oleh Wicapu Kreatif adalah jasa pembuatan cetakan dari bahan karet. Dimana cetakan yang kami produksi bisa untuk mencetak semen, gypsum, lilin, sabun dan resin. Untuk bahan komposit yang Wicapu Kreatif sediakan berupa resin, katalis resin, dan fiber. Sebagai identitas toko, maka kami membuat logo dan *take line* seperti gambar di bawah ini



Gambar 3. 3 Logo Wicapu Kreatif

Logo Wicapu Kreatif terdiri dari huruf c dan a dengan posisi vertikal dimana yang dikasih warna adalah bagian kosongnya. Arti logo ini adalah botol minum yang selalu menjadi harapan mendapatkan air untuk menyegarkan tenggorokan. Seperti dunia yang berhubungan dengan cetakan dan resin. Pesanan di pabrik ada batas minimum dan bahan resin masih sulit dicari. Sehingga membatasi UMKM untuk mendapatkan cetakan yang dibutuhkan. Bisnis kami hadir untuk melegakan dan menjadi harapan mereka dalam cetakan karet dengan tanpa batas minimum order dan pesanan sesuai bentuk yang diinginkan. Logo Wicapu Kreatif ini pada bulan Agustus 2022 sudah dilakukan pendaftaran HKI Logo dan merek di Dinas Perindustrian Daerah Istimewa Yogyakarta.

Tagline yang digunakan adalah Jasa dan Bahan Komposit. Wicapu Kreatif ingin memberitahukan bahwa kami bergerak dalam bidang jasa dalam bidang manufaktur komposit dan menyediakan bahan-bahan komposit. Dimana dari tagline tersebut konsumen langsung mengetahui aktivitas dari bisnis kami.

3.1.4 Visi dan Misi Perusahaan

Wicapu Kreatif merupakan perusahaan yang memberikan manfaat kepada berbagai pihak. Wicapu Kreatif ikut menjadi fasilitator bagi perubahan industri dengan cara memenuhi pasar yang selama ini belum terpenuhi dan juga berperan aktif dalam penyediaan lapangan pekerjaan bagi lulusan SMK.

Visi : Menjadi perusahaan manufaktur yang mempermudah dunia komposit di Indonesia dan bermanfaat bagi lingkungan.

Misi :

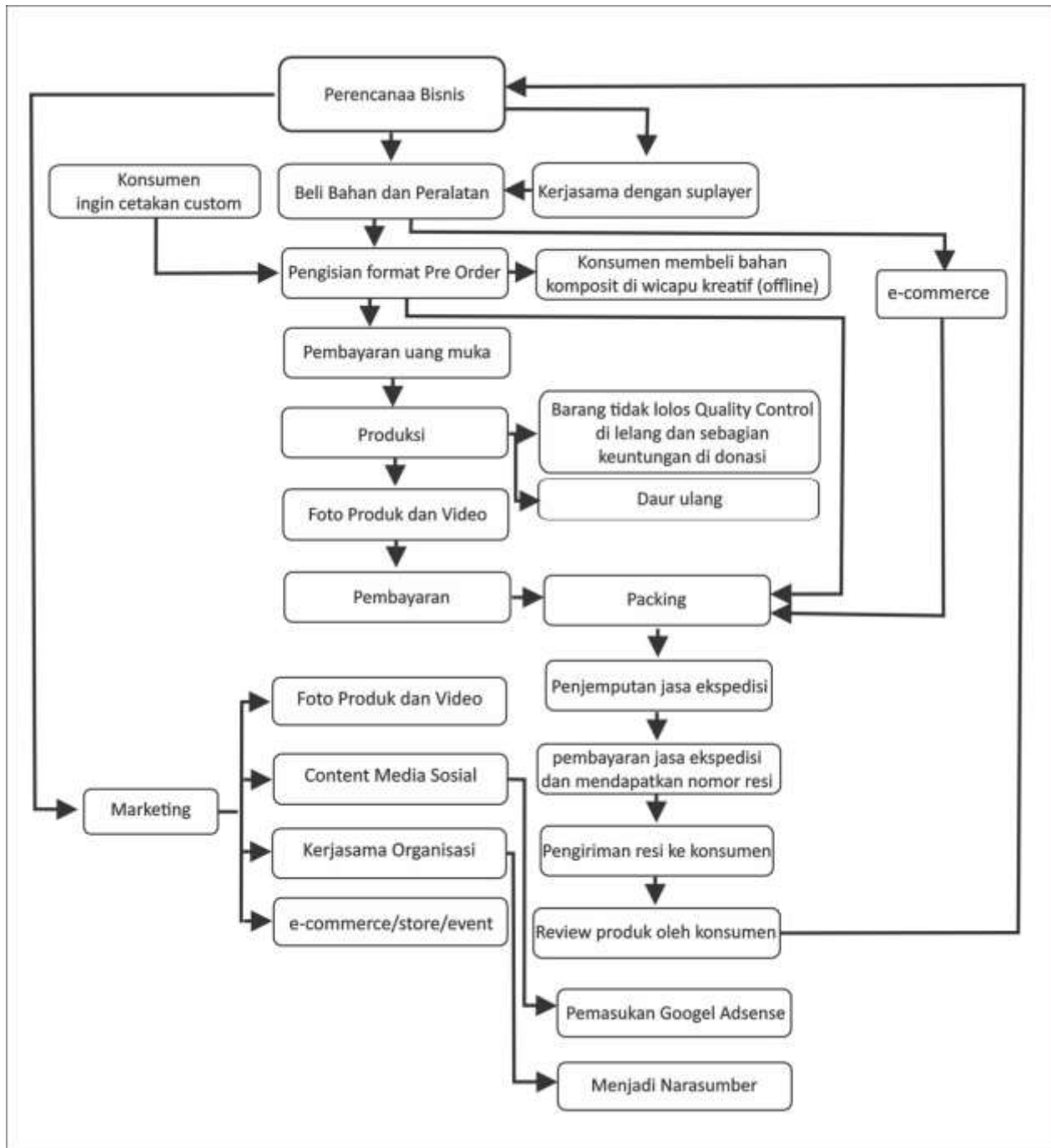
- Menerima jasa pembuatan cetakan karet *custom* tanpa minimum order
- Membuka Toko bahan komposit (Resin, katalis dan fiber)
- Melakukan standarisasi cetakan karet yang kami produksi melalui dinas perindustrian.
- Melakukan pendampingan kepada pembeli melalui Youtube, Instagram dan Facebook.
- Menerima karyawan lulusan SMK dari lingkungan terdekat dari lokasi bisnis terlebih dahulu.

3.1.5 Struktur Hukum dan Organisasi

Wicapu Kreatif sebagai perusahaan yang berada di wilayah Indonesia mendaftarkan usahanya secara resmi sebagai Usaha Mikro Kecil Menengah dan mendapatkan Nomor Izin Berusaha (NIB) serta SPPL (Surat Pernyataan Kesanggupan Pengelolaan dan Pemantauan Lingkungan Hidup). Serta pada tahun 2022 ini Wicapu Kreatif sudah memiliki legal Hukum sebagai CV dengan nama CV WICAPU KREATIF MAHARANI. Usaha ini dilakukan agar bisnis yang dimiliki sesuai dengan perundang-undangan di Indonesia. Serta di tahun 2023 akan menambah satu anggota dalam CV dikarenakan pihak pertama Direktur yaitu penulis dan pihak kedua dimana yang berposisi sebagai komsaris

menikah. Sehingga secara hukum menjadi lemah. Oleh karena itu setelah rapat akhir tahun dan rencana awal tahun akan dilakukan penambahan anggota di tahun 2023.

3.1.6 Framework



Sumber: (Wicapu Kreatif, 2022)

Gambar 3. 4 Kerangka Kerja Wicapu Kreatif

Wicapu Kreatif adalah bisnis yang bergerak dalam bidang jasa dan penjualan bahan mentah komposit. Karena pergerakan bisnis ini salahsatunya dalam bidang jasa maka Wicapu Kreatif menerima masukan dan orderan cetakan sesuai keinginan konsumen. Selain itu Wicapu Kreatif juga bergerak dalam bidang penjualan bahan mentah komposit. Dimana penjualan dilakukan secara offline dan online. Dalam mendapatkan bahan baku, Wicapu Kreatif bekerjasama dengan suplayer. Suplayer dengan Wicapu Kreatif bekerjasama dengan saling memberi masukan. Dimana kami memberi masukan terhadap barang yang mereka suplay dan kami mendapatkan potongan harga dalam membeli bahan baku.

Alur selanjutnya yaitu Wicapu Kreatif menerima pesanan secara *pre-order* dalam penerimaan *pre-order* harus terjalin akad yang jelas dan tegas agar tidak ada pihak yang di rugikan. Dimana semua pembahasan baik di chat maupun di telepon harus di tuangkan dalam format *pre-order* yang sudah kami siapkan dan detail order harus jelas sesuai pesanan. Tahapan selanjutnya yaitu pembayaran uang muka senilai 30-50% di timbang dari banyaknya pesanan. Jika sudah melakukan pembayaran uang muka maka lanjut ke tahap produksi. Tahapan produksi alurnya di bahas detail pada bagian aspek operasional proses produksi terutama gambar 3.15.

Tahapan berikutnya setelah alur produksi selesai maka kami melakukan pengambilan foto dan video produk yang sudah jadi untuk di kirimkan kepada konsumen pemesan. Setelah pelunasan dari konsumen maka kami akan melakukan tahapan packing, pengiriman lewat ekspedisi, mendata resi untuk di kirim ke konsumen dan yang paling terakhir kami menunggu *review* dari konsumen untuk menerima masukan guna pengembangan Wicapu Kreatif.

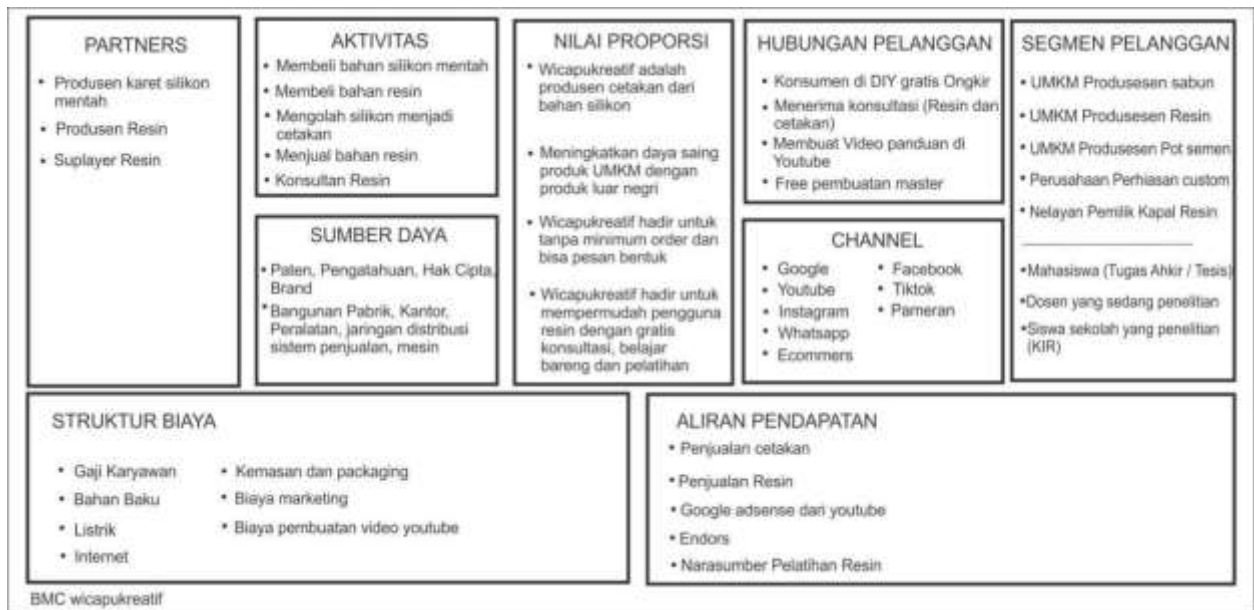
Dalam proses tentunya tidak ada yang sempurna. Dalam proses produksi tidak selamanya berhasil lancar. Cacat produksi terjadi walau sudah kami jaga baik-baik dalam melakukan proses produksi. Agar tidak menimbulkan kerugian maka kami akan melakukan penjualan lelang, yang hasilnya 50% kami donsikan ke panti asuhan langganan kami. Serta jika produk pesanan tersebut merupakan produk yang tidak boleh keluar dari konsumen yang telah memesan maka kami akan menghancurkan dan mendaur ulang baan untuk proses produksi berikutnya.

Dalam bisnis marketing berperan penting. Disini kami melakukan perhatian kusus terhadap marketing. Dalam marketing Wicapu Kreatif melakukan foro produk, kerjasama dengan oganisasi, pembuatan konten di media sisoal dan melakukan penjualan di *e-commerce*. Dalam

marketing ini kami juga bisa mendapatkan pemaskan melalui *adsense* google terhadap monetisasi akun youtube, website dan menjadi narasumber di seminar dan pelatihan tentang dunia komposit.

Dalam bisnis Wicapu Kreatif mengedepankan etika. Etika kerja salahsatunya terdapat dalam kerangka kerja bagian produksi. dimana saat cetakan gagal dan cetakan yang kami buat memiliki desain yang tidak bisa di jual bebas (ada ikatan dengan konsumen pemesan) maka kami akan melakukan daur ulang terhadap cetakan dengan memvideo cetakan saat di hancurkan. Serta master milik konsumen tidak untuk konsumen lainnya guna menjaga kepercayaan konsumen. Dalam melakukan publikasi hasil, kami juga akan meminta izin terhadap pemesan apakah pesanan yang kami kerjakan boleh di tampilkan di sosial media kami.

3.1.7 Business Model Canvas Wicapu Kreatif



Sumber: (Wicapu Kreatif, 2021)

Gambar 3. 5 BMC Wicapikreatif

Penelitian Harry Bowman (2019, penerapan BMC akan meningkatkan performa bisnis perusahaan dalam menjalankan strategi transformasi digital.

a. Segmen Pelanggan

Pasar Wicapu Kreatif terdiri UKM produsen sabun, semen, gypsum, lilin, resin selain itu mahasiswa dan pelajar. Tidak ada batas wilayah dalam area pelanggan. Wicapu Kreatif melayani pemesanan dari Indonesia dan luar Indonesia.

b. Nilai Proporsi

Nilai tambah yang diberikan Wicapu Kreatif kepada konsumen terdiri dari produk, jasa dan pendampingan melalui video panduan dan tutorial.

c. Channel

Channel adalah saluran untuk berhubungan dengan para pelanggan. Komunikasi, distribusi, dan jaringan penjual atau *sales* merupakan salah satu usaha perusahaan untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Channel yang di gunakan Wicapu Kreatif menggunakan semua platform media sosial terutama Youtube. Dimana Youtube kami sudah memiliki 73.674 Subscriber sehingga terbuka jalan kepada kami untuk mempromosikan inovasi Wicapu Kreatif.

d. Hubungan Pelanggan

Hubungan dengan pelanggan Wicapu Kreatif adalah tipe hubungan yang mengorbankan. Setiap pelanggan adalah keluarga bagi Wicapu Kreatif , pelanggan Wicapu Kreatif diajak untuk ikut membangun Wicapu Kreatif dengan memberi masukan, dan kami memberikan jawaban serta tindakan.

e. Aliran Pendapatan

Aliran pendapatan Wicapu Kreatif seperti yang ada di BMC menjelaskan dari mana saja Wicapu Kreatif mendapatkan pemasukan. Pemasukan yang didapatkan Wicapu Kreatif berasal dari penjualan cetakan, penjualan resin (bahan komposit). Dari google adsense, endorse dan Narasumber sebagai pelatihan. Jadi bentuk pemasukan Wicapu Kreatif ada yang berupa penjualan aset dan juga biaya penggunaan. Sehingga Wicapu Kreatif bisa memaksimalkan pendapatan walau konsumen atau calon konsumen tidak jadi membeli produk Wicapu Kreatif, Wicapu Kreatif tetap mendapatkan pemasukan dari sektor *non asset sale*. Bentuk lain dari

kedua hal sebelumnya Wicapu Kreatif juga mendapatkan pemasukan dari biaya pengiklanan produk yang kami unggah di youtube.

f. Sumber Daya

Aset yang sangat penting yang diperlukan perusahaan, dimana terdiri dari empat hal yaitu fasilitas fisik, intelektual, SDM dan keuangan. Kempatnya harus terpenuhi agar perusahaan mampu berjalan dengan baik.

- Fasilitas Fisik, Aset fisik perusahaan seperti bangunan, alat, mesin
- Intelektual, berupa HKI, brand, hak cipta, dan database konsume maupun suplayer.
- SDM, Sumberdaya manusia yang unggul merupakan asset yang baik bagi perusahaan.
- Keuangan, kebutuhan akan sumberdaya keuangan penting bagi perusahaan. ada sumber keuangan seperti uang tunai kerdit dan juga jaminan keuangan seperti asuransi.

g. Aktivitas

Merupakan kunci dari perusahaan, yang dimana aktifitas ini adalah jantung dari bisnis perusahaan. Ada tiga hal aktvitas kunci dari suatu perusahaan yaitu :

- Produksi, aktifitas membuat suatu produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen, bisa berupa jasa maupun barang.
- Pemecahan masalah, yaitu aktifitas perusahaan yang membantu memecakan masalah dari konsumen dan juga memberikan arahan terhadap konsumen untuk bisa menghadapi masalah tersebut.
- Platform, Aktivitas persahaan melalui media digital, dengan menyediakan hardwer dan software.

h. Partner

Menjalin kerjasama dengan partner merupakan kunci dari perusahaan. dimana dengan berpartner perusahaan mampu berbagi beban sehingga dapat bersaing dengan kompetitor dengan lebih baik. Selain itu pula perusahaan dapat lebih efisien dalam bekerja dengan adanya partner.

i. Struktur Biaya

Struktur biaya pada perusahaan terdiri dari hal-hal yang harus di bayarkan perusahaan agar perusahaan tersebut dapat berjalan dengan baik. Struktur biaya ada beberapa karakterustinya yaitu :

- Biaya Tetap, biasa pokok yang harus di keluarkan perusahaan seperti, gaji, listrik, sewa dan pemeliharaan alat.
- Biaya Variabel, biaya yang jumlah nilai pengeluarannya belum bisa di pastikan, tergantung dari produksi yang dilakukan perusahaan.

Sekala ekonomi, dalam hal ini hanya berlaku jika bisnis tersebut melakukan perluasan penjualan. Dari perluasan tersebut menyebabkan biaya rata-rata produk per unit menjadi lebih rendah

3.1.8 Keterbaruan Bisnis

Wicapu Kreatif yang di mulai dari 2018 dan saat praktek bisnis harus terdapat keterbaruan dalam bisnis maka saat ini Wicapu Kreatif melakukan pembaruan. Dimana hal sebelum dan sesudah adanya keterbaruan di Wicapu Kreatif terdapat di tabel bawah ini :

Tabel 3. 1 Keterbaruan Bisnis

Sebelum	Sesudah
Pelayanan pembuatan cetakan 7-14 hari	Pelayanan pembuatan cetakan 3-5 hari kerja paling cepat 1 hari kerja sesuai warna dalam framework (Gambar 3.4)
Tidak menjual bahan mentah	Menjual bahan mentah
Tidak ada toko untuk menjual bahan mentah	Membuka toko offline

Catatan pemesanan dan nota belum digital	Catatan pemesanan dan nota secara digital
Membuka toko online di semua toko online	Fokus di Shopee
Produk cetakan belum dilakukan uji standarisasi	Melakukan uji standarisasi

Selain melakukan pembaruan, kami juga mempertahankan hal-al yang dinilai baik seperti membuat konten tentang komposit dan cetakan di sosial media. Membuat panduan pembelian di youtube. Membuat video pendampingan pasca pembelian di youtube. Aktif Tanya jawab dengan konsumen untuk bisa terus mendapatkan data yang konsumen butuhkan.

Hal utama di dalam pembaruan bisnis yaitu melakukan percepatan dalam proses kerja dimana dari 7-14 hari kerja menjadi 5-10 hari kerja dan ada yang paling cepat yaitu 1 hari kerja. Hal ini dilakukan dengan upgrading karyawan untuk menerapkan sistem baru.

Keterbaruan sistem framework di Wicapu Kreatif yang diterapkan dari jendela konsumen pandangan Michael Porter membuat system framework bisa berjalan cepat. Dimana tidak selamanya berjalan melewati *step by step*, bisa langsung ke hal yang dibutuhkan konsumen contohnya seperti garis merah dan biru pada gambar 3.4 *Framework*.

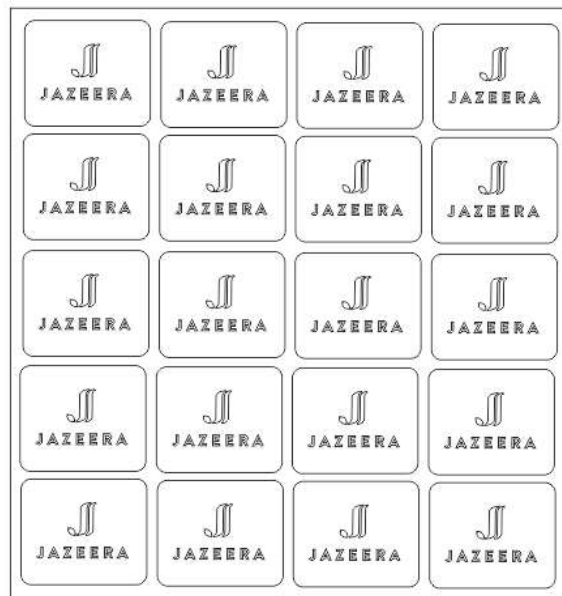
Karena semakin banyaknya data pemesan maka kami memutuskan untuk melakukan digitalisasi guna mempermudah kami dalam melakukan pencatatan PO sampai pembuatan nota. Sebelumnya kami masih membuat catatan di buku order.

3.2 Aspek Operasional

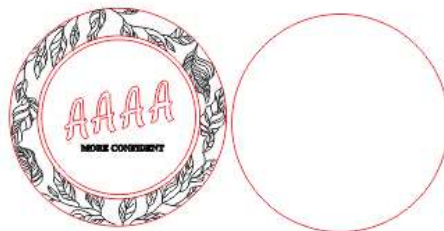
3.2.1 Desain Produk

Aktivitas usaha produksi dan jasa tidak lepas dengan desain produk. Dimana desain produk merupakan salah satu rangkaian pengembangan produk yang dimulai dari analisis

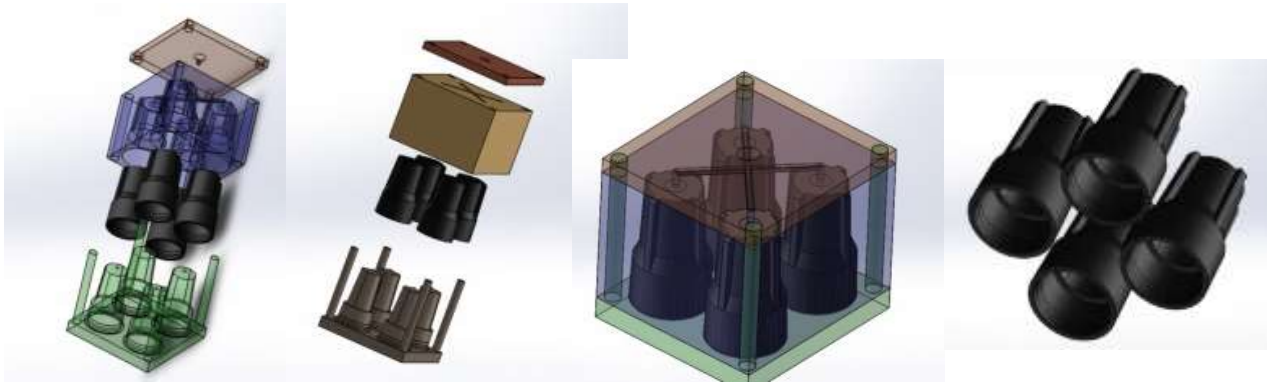
persepsi dan peluang pasar dan kemudian diakhiri dengan tahap produksi (Drs. Agus Dudung, 2012). Wicapu Kreatif menawarkan jasa pembuatan cetakan dari silikon dan bahan mentah kebutuhan komposit. Gambar di bawah ini adalah contoh produk cetakan Wicapu Kreatif.



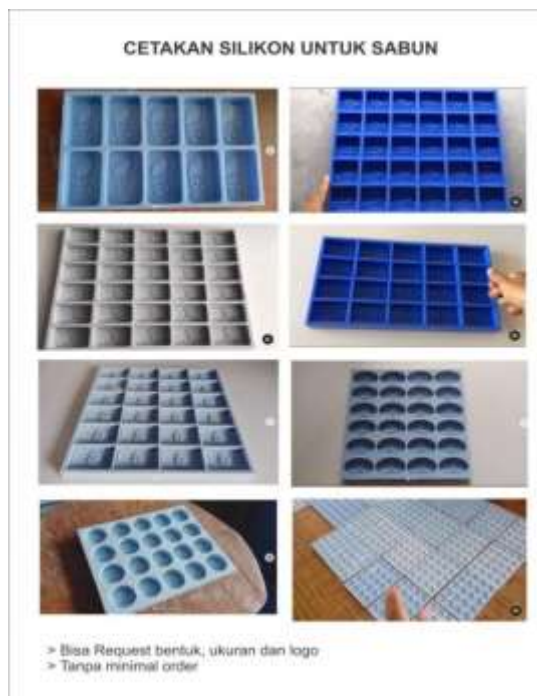
2mm bening



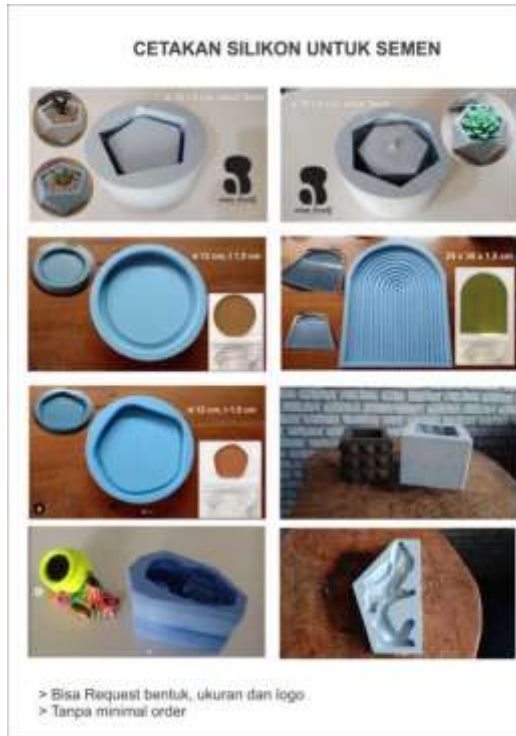
YG MERAH CUTTING
YG HITAM GRAFIR



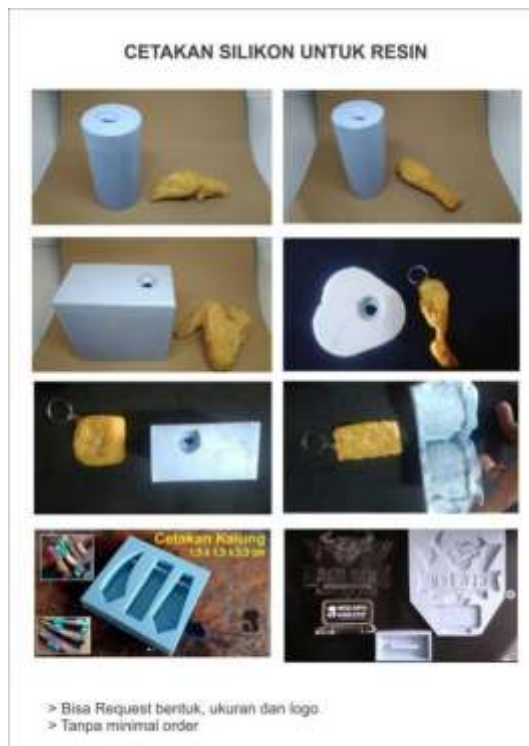
Gambar 3. 6 Desain produk



Gambar 3. 7 Cetakan silikon untuk sabun



Gambar 3. 8 Cetakan silikon untuk semen



Gambar 3. 9. Cetakan silikon untuk resin



Gambar 3. 10 Cetakan silikon untuk gypsum



Gambar 3. 11 Cetakan silikon untuk lilin

SILIKON ALAT KESEHATAN



Gambar 3. 12 Silikon untuk praktek kesehatan

BAHAN MENTAH

KONSULTASI GRATIS
SAMPE BISA
(WA, Instagram, youtube)

PAKET
HEMAT
BELAJAR
RESIN
BONUS
VIDEO
PANDUAN

Rp17.500

KONSULTASI GRATIS
SAMPE BISA
(WA, Instagram, youtube)

PAKET
HEMAT
BELAJAR
RESIN
BONUS
VIDEO
PANDUAN

Rp15.000

PEWARNA RESIN

Rp 201.600

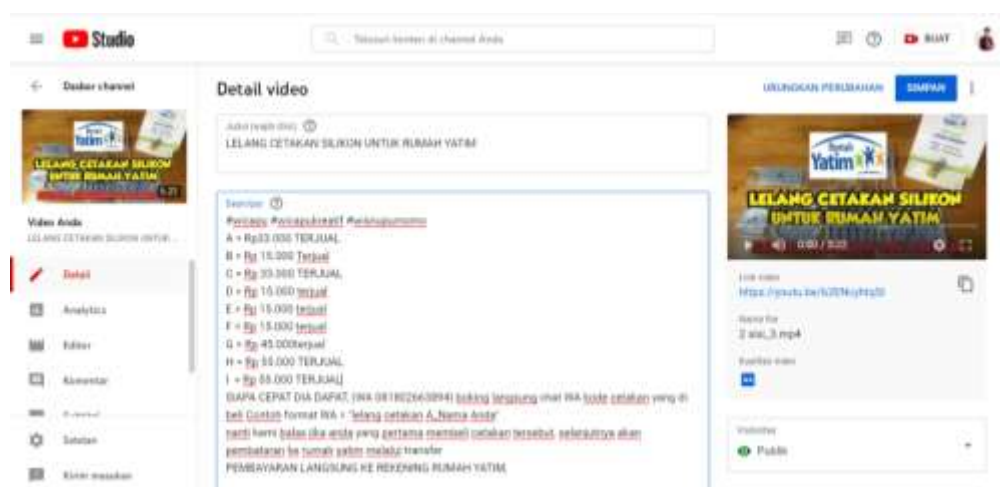
Rp 12.500

23Rb/warna (Bisa kirim ke seluruh Indonesia)

The image is a promotional graphic for resin raw materials. It features two main product packages at the top, each with a price tag. Below these are several smaller images showing different resin dyes in various colors and packaging. The text includes 'BAHAN MENTAH' (Raw Materials), 'PEWARNA RESIN' (Resin Dyes), and '23Rb/warna (Bisa kirim ke seluruh Indonesia)' (23 colors, can be shipped to all of Indonesia). Prices are listed in Indonesian Rupiah (Rp).

Gambar 3. 13. Bahan mentah yang kami jual

Wicapu Kreatif tidak hanya mengeluarkan produk sesuai pesanan konsumen, namun Wicapu Kreatif juga mengeluarkan produk edisi sedekah dimana kami bekerjasama dengan lembaga zakat Rumah Yatim. Kami melakukan lelang cetakan di media sosial kami. Pembeli mentransfer uang senilai harga produk ke rekening Rumah Yatim secara langsung, bukti transfer dikirim ke Wicapu Kreatif. Selanjutnya produk kami kirim ke alamat konsumen.



Sumber: (Youtube, Wisnu Purnomo Wicapu Kreatif <https://youtu.be/b2ENcyhtqSI>)

Gambar 3. 14 Gambar Aktifitas Sosial Wicapu Kreatif

3.2.2 Bahan baku yang digunakan

1) Jumlah kebutuhan

Kebutuhan bahan baku di Wicapu Kreatif kami jaga ketat dikarenakan untuk menjaga kontinuitas produksi. Perencanaan yang optimal dalam menjaga ketersediaan bahan baku secara tidak langsung dapat menjaga perolehan laba perusahaan yang telah direncanakan, dengan tahapan pengolahan data seperti membuat struktur produk, membuat peramalan permintaan produk untuk dua bulan berikutnya, membuat Master Production Schedules, menghitung jumlah kebutuhan bersih, dan menghitung biaya total

pembelian bahan baku. Sedangkan untuk bahan baku yang mudah rusak kami menggunakan *Just in time* dimana *Just in time* adalah sebuah konsep pengendalian persediaan yang seluruh kegiatan dalam proses produksi menghindarkan pemborosan.

2) Supplier yang digunakan

Supplier di Wicapu Kreatif terdiri dari dua tempat dimana hal ini kami lakukan untuk tetap menjaga kesediaan bahan jika di salah satu terdapat kendala distribusi. Kedua supplier kami pertama berada di Cikarang dan juga di Semarang.

3) Harga

Untuk harga bahan baku yang kami dapatkan lebih murah dari yang ada di pasaran seperti bahan karet silikon, resin dan fiber. Dikarenakan kami mengambil dalam jumlah banyak dan rutin di setiap bulannya. Hal itu sudah terjalin perjanjian antara Wicapu Kreatif dan juga supplier.

4) Kualitas

Kualitas bahan baku yang digunakan di Wicapu Kreatif didapatkan dari supplier yang sudah bekerjasama dengan kami sejak 2018, dari perjalanan kami melakukan kerjasama belum ada kiriman bahan baku yang tidak sesuai dengan spesifikasi yang kami minta. Serta kami hanya menerima bahan baku yang kemasannya masih bagus sehingga meminimalisir bahan baku yang rusak masuk ke Wicapu Kreatif.

Daya simpan dari bahan mentah yang kami beli dari supplier tidak ada masa kadaluarsa sehingga tidak ada kekhawatiran bahan baku akan habis tanggal. Untuk kualitas bahan sendiri pernah penulis teliti di Tugas Akhir saat menempuh program studi S1 Teknik Mesin. Dimana penulis membandingkan beberapa bahan baku karet mentah yang cocok untuk kami gunakan produksi.

Jenis silikon seri RTV 52 digunakan karena dari hasil penelitian (Purnomo, 2017). Penggunaan silikon seri ini tidak terlalu kental, sehingga mudah digunakan untuk membuat cetakan dengan master yang memiliki area yang sempit dan memiliki sudut tajam. Di Dalam hasil cetakan juga halus dan memiliki pori-pori yang lebih kecil dari seri yang lainnya.

5) Proses penyimpanan

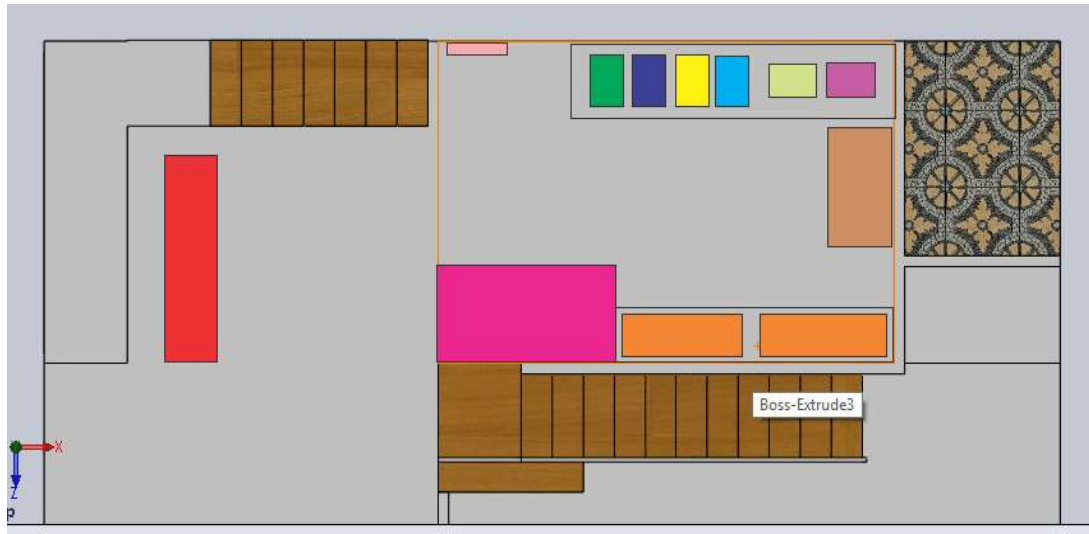
Proses penyimpanan bahan baku yang akan kami gunakan untuk produksi kami simpan di area produksi. Untuk bahan karet silikon kami letakkan pada almari penyimpanan yang posisinya berada di bagian atas. Sedangkan untuk resin dan fiber kami letakan di lantai dengan kemasan jerigen untuk resin dan kardus untuk fiber.

3.2.3 Proses Produksi

a) Alat dan bahan yang digunakan

Tabel 3. 2. Alat dan bahan

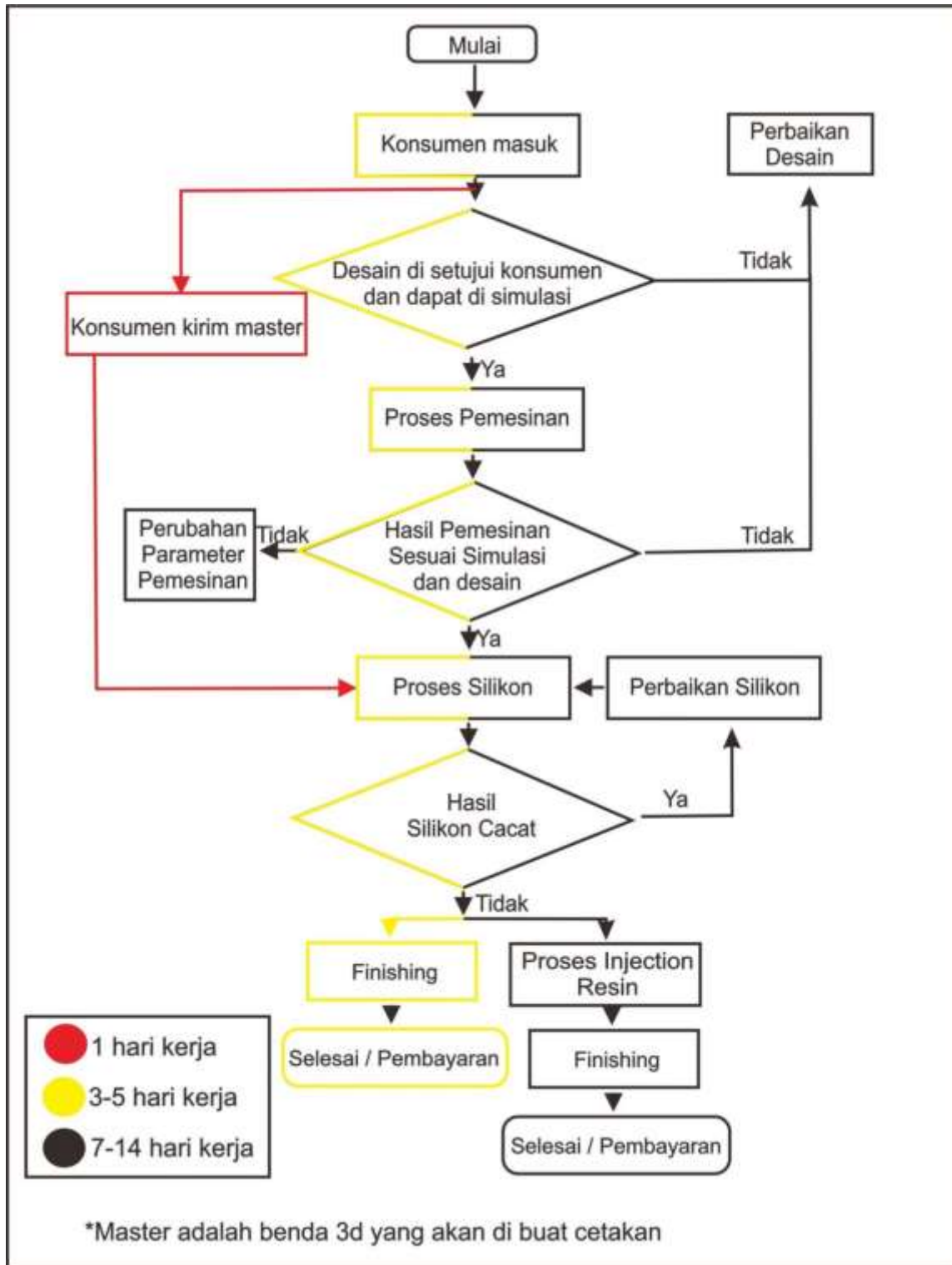
Alat	Bahan
Kompresor	Karet silikon mentah
Laser engraving mini	Katalisator karet silikon
Mesin jig saw	Resin
Mesin amplas	Katalis Resin M
Mesin trimer	Isolasi dan double tape
Mesin gerinda	Akrilik
Mesin pasah	Polyfoam
Mesin bor	
Komputer Kantor	
Fasilitas Pembuatan Video	
3D Print	



- meja level
- meja kerja
- mesin lepas
- mesin jigsaw
- mesin amplas
- mesin drill
- panel listrik
- inverter las
- kompresor
- Laser cutting

Gambar 3. 15. Layout Produksi

b) Urutan proses produksi



Gambar 3. 16 . Proses Produksi

Urutan proses produksi di Wicapu Kreatif didalam praktek bisnis mengalami percepatan produksi. Ada tiga produksi yang terdiri dari 1 hari pengerjaan, 3-5 hari pengerjaan dan 7-14 hari pengerjaan. Penjelasan alur produksi 7-14 hari kerja dimulai dari konsumen masuk. Konsumen masuk ke Wicapu Kreatif dengan cara mengisi sistem PO yang kami kirimkan ke konsumen. PO yang di buat konsumen dilanjutkan ke bagian desain. Pada proses desain konsumen dan Wicapu Kreatif melakukan komunikasi intens melalui WA guna menemukan desain terbaik dari segi produksi dan kesesuaian produk yang di inginkan konsumen. Proses desain dan simulasi akan di ulang sampai benar-benar konsumen menyetujui desain dan hasil simulasi sudah baik.

Tahap berikutnya yaitu proses pemesanan. Dimana proses pemesanan ini setelah jadi akan di koreksi guna memastikan hasil pemesanan sesuai dengan desain. Jika tidak sesuai maka proses pemesanan akan di ulang. Hasil pemesanan yang sudah sesuai desain akan masuk ke tahap pengecoran karet silicon. Hasil pemesanan dinamakan master. Seperti tahap sebelumnya, hasil dari proses pengecoran akan di cek apakah terjadi kecacatan atau sudah sesuai dengan master. Jika sudah sesuai dengan master maka akan masuk ke tahap berikutnya yaitu pengecoran resin. Jika silikon tidak sesuai master maka akan di ulang tahap pengecoran. Tahap terakhir adalah pengecoran resin. setelah resin selesai di cor dan kering maka resin di dikeluarkan dari cetakan. Dimana dalam proses pengecoran resin ada luberan resin dan luberan resin tersebut harus di bersihkan guna mendapatkan hasil yang di inginkan. Semua tahapan selalu kami komunikasikan dengan konsumen. jadi selama pemesanan kami akan melakukan komunikasi secara intens dngan konsumen pemesan.

Penjelasan proses produksi di dua paragraf diatas adalah tahapan lama yaitu 7-14 hari kerja (gambar 3.15 warna hitam). Dimana dalam praktek bisnis kali ini sudah di munculkan proses produksi baru yang hanya membutuhkan waktu 1 hari dan 3-5 hari kerja. Berikut penjelasan tahapan yan menjadi pembaruan di praktek bisnis ini.

1. Proses 3-5 hari kerja

Proses 3-5 hari kerja di Wicapu Kreatif secara tahap sama dengan tahapan 7-14 hari kerja. Dalam gambar 3.15 berwarna biru. Perbedaan dari tahapan 7-14 hari kerja yaitu terletak dalam proses injeksi resin. Tahap 3-5 hari kerja ini tidak melewati tahapan injeksi resin. Tanpa melewati injeksi resin dapat memangkas 60% waktu proses.

2. Proses 1 hari kerja

Proses 1 hari kerja merupakan trobosan yang berani kami buat dalam praktek bisnis kali ini secara radikal. Dimana proses ini sangat berbeda dari dua tahap yang sudah kami sediakan. Proses satu hari kerja ini dimulai dari konsumen masuk, Ketika konsumen masuk dan mengisi PO akan kami Tanya apakah konsumen memiliki master sendiri. Jika konsumen memiliki master maka kami akan langsung memasukan ke proses pengecoran silikon. Master milik konsumen di kirim ke alamat Wicapu Kreatif. Master dari konsumen nantinya akan kami kembalikan lagi ke pemilik masternya dan tidak digunakan ke konsumen lainnya. Proses silicon selesai maka di cek apakah hasil sesuai master dari konsumen. jika sudah sesuai maka pesanan masuk ke proses pembayaran. Jika belum sesuai maka tahapan pengecoran silicon akan di ulang.

wicapa kreatif
jasa & produk kerajinan

LANGKAH PEMESANAN CETAKAN SILIKON

1. Hubungi WA wicapu Kreatif 081802663894
2. Konsumen mengirimkan master ke wicapu kreatif
 - a. Master adalah benda 3d yang akan di cetak
 - b. Material master yang dapat kami proses yaitu akrilik, resin, lilin, tanah liat, gipsum, semen, karet plastik.
 - c. Master cetakan di kirim ke alamat : Jl Palagan Tentara Pelajar Jongkang, Sariharjo, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta (55581) Rt 04 Rw 35 No 91.
 - d. Apabila tidak memiliki master bisa menggunakan master yang tersedia di wicapukreatif (bentuk terbatas)
3. Wicapu menerima master dari konsumen
4. Pemrosesan cetakan silikon 6-12 hari kerja
5. Wicapu mengirimkan cetakan silikon ke konsumen, konsumen menyelesaikan pembayaran

CONTOH CETAKAN SILIKON
Lebih lengkapnya ada di channel youtube kami

HARGA

Rumus untuk : 1 - 500cm ³	Rumus untuk : 500-1.200cm ³	Rumus untuk : >1.200cm ³
$\frac{\text{Volume (cm)}}{4} \times 3.000$	$\frac{\text{Volume (cm)}}{4} \times 2.000$	$\frac{\text{Volume (cm)}}{4} \times 1.000$

WicapuKreatif | Wicapu Kreatif | wicapukreatif.com

Gambar 3. 17. Proses pemesanan cetakan *custom*

Untuk tahapan saat produksi di Wicapu Kreatif adalah implementasi dari hasil penelitian (Purnomo, 2017). Dalam penelitian tersebut membuat perhiasan dari awal sampai menjadi produk jadi. Tahap yang ada di Wicapu Kreatif tidak sepenuhnya sampai *finish* menjadi produk perhiasan namun hanya sampai finish pada cetakan dan hasil resin.

c) Waktu yang digunakan

Waktu yang digunakan dalam proses produksi yaitu 5 hari kerja dimana dengan rincian jam kerja seperti table di bawah ini, dengan catatan waktu produksi dimulai dari desain yang sudah di setujui oleh konsumen pemesan.

Tabel 3. 3. Waktu yang digunakan untuk produksi

No.	Proses	Waktu kerja
1.	Pemesinan	1 hari kerja
2.	Perakitan master	1 hari kerja
3	Pengecoran	1 hari kerja
4.	Menunggu karet matang	1 hari kerja
5.	Pembongkaran master	15 menit
6.	Finishing	15 menit

Sumber: (Wicapu Kreatif, 2021)

Dalam kelanjutan dari proses produksi yaitu pelunasan dari konsumen dan dilanjutkan proses pengiriman.

d) Pengawasan kualitas

Pengawasan kualitas produksi kami lakukan dalam setiap tahap dimana dalam produksi fokus dipegang satu penanggung jawab. Saat terjadi kesalahan pada suatu tahap maka mudah untuk dilacak dan segera diperbaiki. Pengecekan peralatan produksi selalu dilakukan setiap pagi sebelum aktivitas dimulai. Selain itu mesin yang kami gunakan juga dilakukan pengecekan berkala ditandai dengan kontrol dari kartu kontrol yang di sematkan pada setiap mesin. Dengan terawatnya peralatan produksi maka sudah meminimalisir kesalahan produksi dan menjamin kualitas produk kami.

3.2.4 Spesifikasi Produk

Memulai dan pengembangan produk tidak dapat berjalan baik tanpa adanya rencana dan penelitian untuk mengetahui, cara produksi, jenis bahan baku, proses yang tepat dalam distribusi. Produk yang dihasilkan dimulai dari hasil Tugas Akhir dari penulis yang di kembangkan lagi guna terus menyesuaikan kebutuhan konsumen akan cetakan dan bahan komposit. Wicapu Kreatif pada tahun 2022 melakukan pengujian terhadap produk cetakan di Kementerian Perindustrian Balai Besar Standardisasi dan Pelayanan Jasa Industri Kulit Karet dan Plastik. Nomor pengujian 1529/LPBKKP/KARET/XI/22.

3.2.4.1 Produk yang di hasilkan

Jenis produk yang dihasilkan Wicapu Kreatif cetakan karet untuk mencetak semen, gypsum, lilin, sabun dan resin sesuai dengan request konsumen, namun di sisi lain kami juga menyiapkan produk yang dapat di beli langsung.

3.2.4.2 Kualitas

Kualitas produk kami terjamin karena kami menggunakan tahapan pemrosesan yang sudah pernah dilakukan dan di uji dalam ujian pendadaran saat penulis akan menyelesaikan S1 di teknik Mesin UII. Serta dalam proses PO kami juga melakukan sampel terhadap pesanan sebelum turun produksi secara besar. hal itu kami lakukan guna meminimalisir dan meniadakan kegagalan. Sampel kami komunikasikan ke konsumen, jika konsumen setuju maka akan segera di proses secara masal.

3.2.3.3 Kemasan

Kemasan produk Wicapu Kreatif dikemas dengan kardus dan di lapis *bubble wrap*. Dan di setiap kardusnya terdapat label pesanan yang di pesan dan identitas Wicapu Kreatif. Namun ada juga kemasan berupa packing kayu.



Sumber: (Wicapu Kreatif, 2021)

Gambar 3. 18. Kemasan produk Wicapu Kreatif

3.2.3.4 Label Pengiriman



Sumber: (Wicapu Kreatif, 2021)

Gambar 3. 19. Label Pengiriman Wicap Kreatif

Label produk Wicapu Kreatif yang di sematkan dalam setiap produk yang kami kirim ke tangan konsumen seperti gambar 20. Label terdapat identitas produk yang ada di dalamnya, nama pemesan dan identitas kami.

3.2.3.5 Penyimpanan dari produk jadi

Penyimpanan produk jadi kami letakan pada etalase kaca yang tertutup dan setiap produk kami bungkus plastik sehingga lebih menjaga kualitas kebersihan dari produk. Namun jika produk adalah *pre order* maka tidak masuk ke etalase terlebih dahulu. Pesanan langsung dikemas dalam kardus dan dibungkus plastik *bubble wrap* dan dikirim melalui jasa ekspedisi yang konsumen telah pilih.

3.3 Aspek Strategi

3.3.1 Analisis Pesaing Industri Desain Ilustrasi

Dalam pesaing bisnis yang se linier belum pernah kami jumpai, namun yang sama-sama bergerak dalam dunia cetakan seperti table di bawah ini. Untuk perbandingan dengan produk kompetitor, disini kami membandingkan dari segi fungsi, kalitas, spesifikasi teknis, biaya produksi, layanan. Disini kami mengambil sampel tiga kompetitor dikarenakan kompetitor pertama adalah produsen cetakan dari cina, kompetitor kedua adalah jasa pembuatan cetakan plastic, kompetitor ketiga adalah penjual bahan komposit terdekat dengan lokasi bisnis kami., dimana rinciannya ada di table bawah ini :

Tabel 3. 4 Analisis Pesaing Industri Desain Ilustrasi

Aspek Perbandingan	Wicapu Kreatif	Cetakan silikon Impor dari Tiongkok	Roni Plastik	Toko Kimia Ngasem Baru
Minimal Order	Tanpa minimal order	Tanpa minimal order	Minimal pemesanan 100 Unit	Tidak
Bisa request bentuk dan ukuran	Bisa request bentuk dan ukuran	Tidak Bisa	Bisa request bentuk dan ukuran	Tidak Bisa
Daya tahan produk	Bisa untuk mencetak	Hanya bisa untuk semen, resin dan	Hanya bisa untuk lilin	Tidak

	semen, gypsum, lilin, semen dan sabun	sabun	dan sabun	
Kelenturan produk	Sangat lentur	Lentur	kaku	Tidak
Untuk teknis layanan kami ada free ujicoba 1 cetakan sebelum produksi cetakan 50 Unit	Gratis ujicoba	Tidak ada gratis Ujicoba	Tidak ada gratis Ujicoba	Tidak
Desain	Free pendesainan	Tidak menerima desain dari luar	Desain dikenakan biaya	Tidak
Harga	Lebih murah karena bisa [esan satu unit saja	Walau pesan 1 unit tetap kena biaya yang setimpal dengan 25 Unit	Mahal karena minimal 100 Unit	Tidak
Memberi panduan ke konsumen	iya	Tidak Bisa	Tidak Bisa	Tidak Bisa
Menjual Bahan Komposit mentah	iya	Tidak	Tidak	Iya

3.3.2 Penentuan Strategi

Strategi Wicapu Kreatif yaitu strategi *diferention*. Dari tiga strategi Michael Porter *cost leadership*, *diferention*, dan fokus, *diferention* yang kami gunakan sebagai patokan utama karena Wicapu Kreatif membuat produk yang sama tetapi memiliki ciri khas yang berbeda. Tetapi kami juga beririsan dengan *cost dan focus*.

3.3.3 Porter's 5 Force Analysis

1. Ancaman Pendetang Baru

Ancaman dari pendatang baru saat ini masih belum ada. Namun kami tidak memungkiri nantinya akan ada pendatang baru. Oleh karena itu kami melakukan pendaftaran HKI dalam Logo dan desain produksi. Serta kami akan menaik kelaskan bisnis kami di alat produksi dan tempat produksi yang layak dan berstandar.

2. Produk Substitusi

Produk substitusi dari produk Wicapu Kreatif, yaitu produk cetakan karet berbentuk bangun ruang polos tanpa logo. Yang dilakukan pembeli selain *custom*, mereka membeli cetakan yang sudah tersedia. Wicapu Kreatif memberikan alternatif produk agar pelanggan tetap dapat mendapatkan cetakan baik pesan maupun langsung.

3. Daya Tawar Pemasok

Supplier bahan mentah karet dan komposit resin terdiri dari distributor langsung. Perubahan bahan baku yang harganya selalu naik membuat suplayer melakukan komunikasi intens kepada Wicapu Kreatif. Bahkan pihak supplier memberikan fasilitas ke Wicapu Kreatif berupa harga khusus sehingga kerjasama sejak tahun 2017 terus terjalin baik. Tentunya *win win solution* tetap kami junjung.

4. Daya Tawar Pelanggan

Pembeli tidak menentu jumlahnya, kenaikan jumlah pelanggan biasa terjadi di bulan Oktober- November. Kami membuka layanan admin yang selalu sedia dan siap untuk membalas semua pesan yang masuk. Mulai dari konsumen yang akan

memesan dan juga konsumen yang sedang bertanya-tanya saja. Bahkan admin kami juga bersedia untuk diajak sharing tentang resin dan cetakan. Selain itu, kami menyediakan video panduan tentang perawatan cetakan, resin dan bahan komposit lainnya yang dapat diakses secara gratis oleh konsumen dan calon konsumen.

5. Persaingan yang Kompetitif

Menciptakan nilai lebih dari usaha dibanding usaha kompetitor mempermudah konsumen untuk mengenali keberadaan Wicapu Kreatif. Dimana konsumen dapat mengetahui dengan nilai dari produk melalui pengenalan melalui iklan dan aktivitas perusahaan di sosial media.

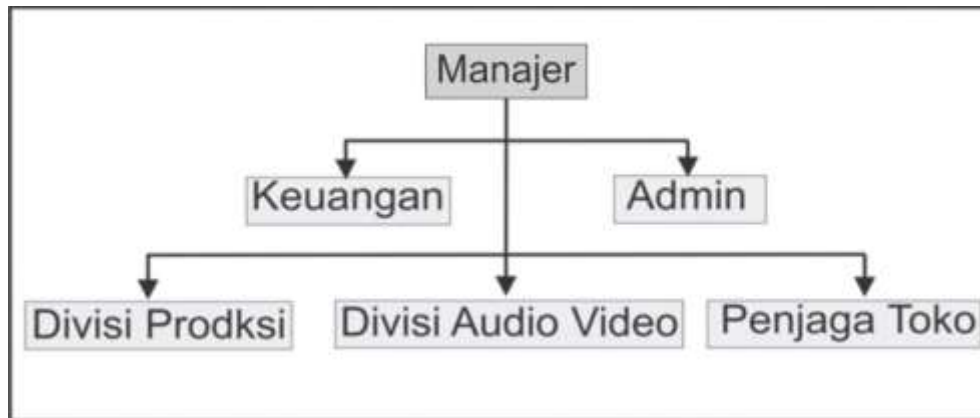
3.3.4 Resiko yang dihadapi

Menjalankan suatu bisnis dapat dipastikan mempunyai resiko. Resiko ringan hingga resiko berat. Wicapu Kreatif mempunyai resiko yang dihadapi, yaitu:

- 1) Wicapu Kreatif membuat inovasi dimana tidak semua masyarakat mengerti akan inovasi yang kami lakukan, sehingga publikasi terus kami lakukan guna mempermudah masyarakat dalam memahami inovasi yang kami tawarkan.
- 2) Perlu melakukan penelitian dan pengujian secara terus menerus tentang material karet yang menjadi bahan baku, dimana selama pengolahan masih menimbulkan limbah karet yang tidak terpakai.
- 3) Pesaing yang mendatangkan barang impor bisa memotong rantai produksi dan pasokan yang sudah di bangun. Namun hal tersebut tetap bisa kami hadapi dengan kami meluncurkan produk custom tanpa minimal order.

3.4 Aspek Sumber Daya Manusia

3.4.1 Struktur Organisasi



Gambar 3. 20. Struktur Organisasi

Kebutuhan sumber daya manusia Wicapu Kreatif merupakan kebutuhan akan sumber daya manusia bukan sekedar kuantitas tetapi juga menyangkut kualitas. Dalam penginderaan jarak jauh atau peramalan terhadap sumber daya manusia di Wicapu Kreatif yang akan datang perlu perencanaan sumber daya manusia yang dirancang untuk menjamin bahwa kebutuhan organisasi akan pegawai dapat terpenuhi secara tetap dan dengan tepat.

Untuk mendapatkan jumlah sumberdaya manusia yang pas maka dilakukan peramalan. Pendekatan-pendekatan untuk meramal SDM dapat dimulai dari perkiraan terbaik dari para manajer sampai pada simulasi komputer yang rumit. Asumsi yang sederhana mungkin cukup untuk jarak tertentu, tetapi jarak yang rumit akan diperlukan untuk yang lain. (Dr. H. Masram, 2015).

1. Jangka waktu peramalan

Peramalan SDM harus dilakukan melalui tiga tahap: perencanaan jangka pendek, menengah dan panjang. Peramalan terhadap kebutuhan SDM (permintaan) Penekanan utama dari peramalan SDM saat ini adalah meramalkan kebutuhan SDM organisasi atau permintaan kebutuhan akan SDM. Ramalan permintaan dapat berupa penilaian subjektif atau matematis. Metode meramalkan permintaan, yaitu:

a) Metode penilaian terdiri dari:

- Estimasi dapat top down atau bottom up, tetapi pada dasarnya yang berkepentingan ditanya “Berapa orang yang akan anda butuhkan tahun depan?”
- Rules of thumb mempercayakan pedoman umum diterapkan pada situasi khusus dalam organisasi . Contoh; pedoman “one operations managers per five reporting supervisors” membantu dan meramalkan jumlah supervisor yang dibutuhkan dalam suatu divisi. Bagaimanapun, hal ini penting untuk menyesuaikan pedoman untuk mengetahui kebutuhan departemen yang sangat bervariasi.
- Teknik Delphi menggunakan input dari kelompok pakar. Opini pakar dicari dengan menggunakan kuesioner terpisah dalam situasi diramalkan. Opini pakar kemudian digabungkan dan dikembalikan kepada para pakar untuk opini tanpa nama yang kedua. Proses ini akan berlangsung beberapa pakar hingga pakar pada umumnya setuju pada satu penilaian. Sebagai contoh, pendekatan ini telah digunakan untuk meramalkan pengaruh teknologi pada Manajemen SDM dan kebutuhan perekrutan staff.
- Teknik kelompok Nominal, tidak seperti Delphi, membutuhkan pakar untuk bertemu secara langsung. Gagasan mereka biasanya timbul secara bebas pada saat pertama kali, didiskusikan sebagai kelompok dan kemudian disusun sebagai laporan

b) Metode Matematika, terdiri dari:

- Analisis Regresi Statistik membuat perbandingan statistik dari hubungan masa lampau diantara berbagai faktor. Sebagai contoh, hubungan secara statistik antara penjualan kotor dan jumlah karyawan dalam rantai retail mungkin berguna dalam meramalkan sejumlah karyawan yang akan dibutuhkan jika penjualan retail meningkat 30 %.
- Metode Simulasi merupakan gambaran situasi nyata dalam bentuk abstrak sebagai contoh, model ekonometri meramalkan pertumbuhan dalam pemakaian software akan mengarahkan dalam meramalkan kebutuhan pengembangan software.
- Rasio Produktivitas menghitung rata-rata jumlah unit yang diproduksi per karyawan. Rata-rata ini diaplikasikan untuk ramalan penjualan untuk menentukan

jumlah karyawan yang dibutuhkan, sebagai contoh, suatu perusahaan dapat meramalkan jumlah penjualan representative menggunakan rasio ini.

- Rasio jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan dapat digunakan untuk meramalkan tenaga kerja tak langsung. Sebagai contoh, jika perusahaan biasanya menggunakan satu orang klerikal untuk 25 tenaga kerja produksi, yang rasio dapat digunakan untuk membantu estimasi untuk tenaga klerikal. (Dr. H. Masram, 2015).

3.4.2 Job Description

Jobs description di wicapukreatif berangkat darikebutuhan yang diperlukan di wicapukreaif. Yang nantinya berhubungan dengan aktivitas manajemen sumberdaya manusia mulai dari job analysis and design, human resource planning, recruitment, selection. Dimana penjelasan tentang pekerjaan di Wicapu Kreatif yaitu:

1. Manajer, melakukan perencanaan, pengorganisasian, pemberian perintah, koordinasi dan pengawasan dengan keuangan, administrasi, divisi produksi, penjaga toko dan divisi video di setiap hari kerja.
2. Keuangan, melakukan aktifitas mengeluarkan uang dan membuat laporan keuangan di wicapureatif serta berkoordinasi dengan manajer.
3. Admin , melakukan aktifitas dengan cara menjawab pesan yang masuk di kantor dan mengkoordinasikan pesan yang masuk kepada divisi yang bersangkutan terhadap tugas yang masuk dalam pesan. Serta merekap resi untuk disampaikan kepada onsmen yang bersangkutan.
4. Produksi, melakukan proses produksi mulai dari pembuatan master, pemesinan, pengecoran, dan finishing cetakan serta menyerahkan pekerjaan ke admin dan manajer
5. Media, melakukan aktifitas berupa pengoprasian kamera, editing video, mematangkan konsep video dengan manajer, keuangan serta menyiapkan kebutuhan pengambilan gambar sampai konten siap untuk di unggah oleh admin dan diserahkan ke admin.
6. Penjaga Toko, Melayani pembeli yang masuk, saat kosong membantu pengemasan paket melaporkan nota rekap penjualan ke admin.

3.4.3 Sistem Penilaian Kerja

Penilaian kinerja adalah suatu proses membandingkan kinerja karyawan dengan standar yang ditetapkan oleh organisasi. Pengertian penilaian kinerja menurut (Noe, R.A., Hollenbeck, J.R., Gerhart, B., Wright, M.P, 2000) bahwa penilaian kinerja hanya merupakan salah satu bagian dari proses manajemen kinerja secara luas. Manajemen kinerja didefinisikan sebagai suatu proses dimana manajer yakin bahwa aktivitas dan output karyawan telah sesuai dengan sasaran organisasi. Mencakup semua kebijakan, praktik dan sistem yang memengaruhi perilaku, sikap dan kinerja karyawan di perusahaan.

Kinerja merujuk pada tingkat keberhasilan dalam melaksanakan tugas serta kemampuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kinerja dinyatakan baik dan sukses jika tujuan yang diinginkan dapat tercapai dengan baik. (James L Gipson dan John Ivancevich, 1994)

Dalam sistem penilaian kerja yang kami lakukan bertujuan untuk melakukan evaluasi yang objektif terhadap kinerja karyawan pada masa yang sedang berlangsung dan masa lalu yang digunakan untuk membuat keputusan di bidang SDM. selain itu dengan adanya penilaian maka manajer dapat memperbaiki kinerja, merencanakan dan memicu perkembangan karir karyawan sehingga terjadi dampak positif terhadap perusahaan dengan meningkatnya SDM.

Untuk melaksanakan sistem penilaian maka dilakukan langkah-langkah penilaian formal menurut, (Gibson, Ivancevich, 1992) kemampuan menghasilkan data yang akurat dan reliable akan meningkat jika mengikuti suatu proses sistematis yang terdiri dari 6 (enam) langkah, yaitu:

1. Mengadakan standar kinerja untuk setiap posisi dan kriteria evaluasinya.
2. Mengadakan kebijaksanaan evaluasi kinerja berkaitan dengan kapan penilaian dilakukan, seberapa sering dan siapa yang harus menilai.
3. Memiliki penilai yang mengumpulkan data kinerja karyawan
4. Memiliki penilaian yang mengevaluasi kinerja karyawan
5. Mendiskusikan evaluasi tersebut dengan karyawan
6. Membuat keputusan dan menyimpan hasil evaluasi tersebut.

Dalam menentukan penilaian maka dilakukan pengukuran kinerja, yang terdiri dari pendekatan komparatif, pendekatan atribut dan pendekatan keperilakuan. Namun dalam melakukan penilaian tetap terjadi masalah-masalah, terutama kurangnya objektivitas, adanya bias dalam penilaian, terlalu ketat atau terlalu longgarnya penilaian ada pula memilih memberikan penilaian tengah dan yang terakhir kecenderungan penilaian karena kedekatan antar individu

Dalam uraian diatas maka dalam Wicapu Kreatif disusun sistem penilaian kinerja sebagai berikut :

Tabel 3. 5. Penilaian Kinerja

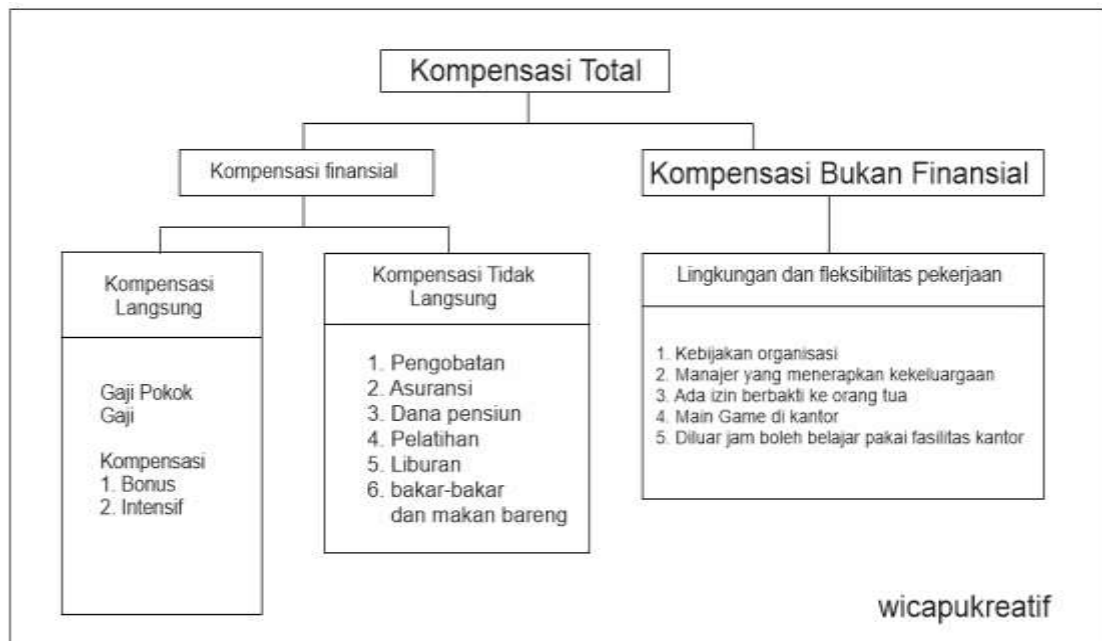
No	Aspek Penilaian	Istimewa	Memuaskan	Cukup
1.	Kreatifitas	Selalu melihat persoalan dari beberapa segi. Banyak mengembangkan gagasan baru	Melihat suatu hal dari semua sisi dan mencoba memberi gagasan	Jarang sekali menghasilkan gagasan
2.	Kerjasama	Sangat istimewa dalam kerjasama kelompok, lebih mementingkan kelompok dari urusan pribadi.	Terlalu fokus di kerjaan sendiri namun masih mau membantu bidan lain	Fokus dengan pekerjaan sendiri dan tidak ikut mementingkan kelompok
3.	Tanggung Jawab	Penuh tanggung jawab baik dari pekerjaannya sendiri dan kelompok	Penuh tanggung jawab baik dari pekerjaannya sendiri	Kadang-kadang tanggung jawab baik dari pekerjaannya sendiri
4.	Pelaksanaan instruksi	Pelaksanaan pekerjaan dilakukan dengan baik dan berinisiatif memberikan umpan balik untuk perbaikan	Pelaksanaan pekerjaan dilakukan dengan baik kadang-kadang berinisiatif tanpa memberikan umpan balik	Hanya menjalankan instruksi dan kaku

5.	Kemampuan dan profesionalisme	Mengetahui bidang pekerjaannya, mampu memahami bidang pekerjaan lain dan bisa ikut memakamkan rekan kerjanya.	Mengetahui bidang pekerjaannya, mampu memahami bidang pekerjaan lain	Mengetahui bidang pekerjaannya saja
6.	Kebersihan dan kerapian	Cara kerja rapi bersih rapi setiap saat	Cara kerja rapi bersih rapi	Cara kerja kutrang rapi bersih rapi

Hal di atas disusun karena dengan keadaan Wicapu Kreatif hal diatas adalah yang paling tepat untuk dapat menilai kerja karyawan.

3.4.4 Sistem Kompensasi

Sistem kompensasi di Wicapu Kreatif, berupa kompensasi finansial dan finansial, secara lebih detailnya ada pada gambar 3. 20



Gambar 3. 21. Sistem Kompensasi

Sistem kompensasi dari wicapukreaif yaitu ada dua hal yaitu kompensasi finansial dan bukan finansial. Untuk yang bukan finansial ada dua juga yaitu langsung dan tidak langsung. Untuk yang finansial langsung yaitu bonus dengan syarat yaitu meregulasi jumlah bolos. Kami membatasi Izin dan Membolos maksimal 3 kali dalam 1 bulan kerja. Jika karyawan Izin dan membolos lebih dari 3x maka tidak akan mendapat bonus 500 ribu. Hal ini kami lakukan karena karyawan di tempat kami adalah anak muda yang belum berkeluarga Tanggung jawab mereka masih belum bagus jadi agar win win solusi kami melakukan hal diatas.

Untuk yang non finansial ada enam dimana ada pengobatan, asuransi, dana pension, pelatihan liburan dan bakar-bakar makanan bareng. Untuk pengobatan kami utamakan dikarenakan kesehatan SDM sangat penting bagi kami dengan cara kami melakukan pemberian vitamin berkala pada karyawan. Untuk asuransi kami menggunakan BPJS ketenagakerjaan dan BNI life. Untuk dana pensiun ini kami menggandeng BNI. Dimana selama karyawan masih bekerja di Wicapu Kreatif maka dana pensiun yang dibayarkan ditanggung kantor namun jika karyawan keluar maka dilanjutkan sendiri. Untuk pelatihan, disini kami melatih dengan cara pelatihan secara pribadi atau meminta bantuan orang yang berkompeten di dalamnya. Untuk bakar-bakar makanan sebelum nya adalah piknik bersama-karena masih pandemic maka kami putuskan untuk melakukan di kantor saja.

Dalam kompensasi bukan finansial kami ada lima point dimana kebijakan organisasi selalu melihat kondisi dan kemampuan karyawan serta mengajak karyawan untuk mengusulkan pemikiran dalam kebijakan namun untuk pengambilan keputusan masih di tangan manajer. Untuk manajer menganggap karyawan adalah keluarga dan tidak ada batasan yang membuat canggung. Untuk izin berbakti kepada orang tua kami terapkan agar karyawan bisa berbakti ke orang tua dalam hal mengantar berobat, atau berpergian orang tua dan harus ada anaknya. Namun pembuktiannya hanyalah foto selfie dengan orangtua di lokasi antar. Main game kami terapkan untuk membuat karyawan tidak stres dalam bekerja dan karyawan di luar jam boleh pakai fasilitas kantor berupa PC untuk mereka belajar.

3.5 Tinjauan Teoritis tentang Manajemen Strategik

Manajemen strategis merupakan proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya, yang dibuat oleh pimpinan dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi, untuk mencapai tujuan. dikatakan bahwa manajemen strategik adalah kumpulan dan tindakan yang menghasilkan perumusan (formulasi) dan pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi. (Pearch, Robinson, 1997)

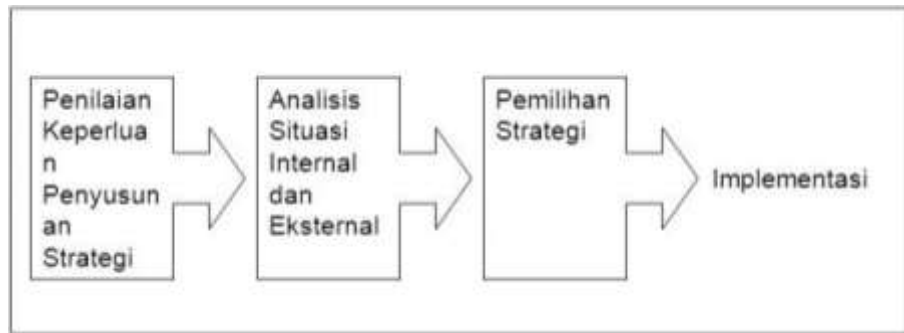
Manajmen Strategik menurut para ahli

1. Perencanaan berskala besar (disebut perencanaan strategi) yang berorientasi pada jangkauan masa depan yang jauh (disebut visi), dan ditetapkan sebagai keputusan pimpinan tertinggi (keputusan yang bersifat mendasar dan prinsipil), agar memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif (disebut misi), dalam usaha menghasilkan sesuatu (perencanaan operasional untuk menghasilkan barang dan/atau jasa serta pelayanan) yang berkualitas, dengan diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan (disebut tujuan strategis) dan berbagai sasaran (tujuan operasional) organisasi. (Nawawi, 2003)
2. Manajemen Strategik adalah sekumpulan keputusan manajerial dan aksi pengambilan keputusan jangka panjang di dalam perusahaan. Hal ini termasuk analisis lingkungan (lingkungan eksternal dan internal), formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi dan kontrol (Wheelen dan D.J.Hunger,, 2012)

Ada 3 jenis strategi secara umum menurut GRIFFIN(2000):

1. Strategi pada tingkat perusahaan (corporate-level-strategy), ialah strategi yang dilakukan perusahaan sehubungan dengan persaingan antar perusahaan dalam sektor bisnis yang dijalankannya secara keseluruhan.
2. Strategi pada tingkat bisnis(business-level-strategy), ialah alternatif strategi yang dilakukan oleh perusahaan sehubungan dengan persaingan bisnis yang dijalankannya pada beberapa jenis bisnis yang diperdagangkan.
3. Strategi pada tingkat bisnis(functional level strategi), ialah strategi perusahaan pada bagian pemasarannya, khususnya di tingkat periklanan.

Dalam penyusunan strategi perusahaan untuk memenangkan persaingan bisnis yang dijalankan serta untuk mempertahankan keberlangsungan perusahaan dalam jangka pendek dan jangka panjang maka perlu menyusun strategi yang pada penyusunannya ada tiga tahapan seperti gambar di bawah ini.



Gambar 3. 22. Tahapan penyusunan strategi

Setelah melakukan penyusunan strategi maka selanjutnya adalah melakukan pemetaan dalam menjalankan strategi tersebut. dimana kita harus melihat kekuatan, peluang kelemahan dan tantangan yang dimiliki oleh Wicapu Kreatif.

3.6 Pemecahan Masalah tentang Manajemen Strategik

Untuk menjalankan strategi bisnis kami guna menyelesaikan kebutuhan dari konsumen maka kami akan melakukan dua hal ini yaitu:

Pertama kami membuka toko yang akan menyediakan bahan olahan produk resin dan turunannya yang akan kami buka di daerah Jalan Palagan Tentara Pelajar Sleman DIY. Untuk kenapa kami memilih lokasi ini sudah kami detailkan tinjauan aspek pemasaran Wicapu Kreatif ini selain menjual berbagai bahan kebutuhan resin dan keturunannya disini kami juga menyediakan jasa konsultasi gratis kepada siapapun, baik konsumen maupun calon konsumen. Hal ini kami lakukan setelah melihat adanya peluang dan juga kekuatan kami sehingga kami membuka konsultasi.

Selain itu di beberapa waktu kami melakukan pelatihan-pelatihan resin yang kami selenggarakan sendiri dari pihak Wicapu Kreatif dan juga kami sebagai pengisi di berbagai pelatihan yang diselenggarakan oleh dinas terkait. Selain pelatihan off line kami juga

melakukan pelatihan online tentang pengaplikasian resin, cetakan dan keturunannya di akun youtube kami yaitu [Youtube.com/c/wisnupurnomo](https://www.youtube.com/c/wisnupurnomo), di instagram kami @wicapukreatif, tiktok @wicapu, serta konsultasi by WA. Pelayanan sosial dengan cara memberikan pelatihan gratis dan konsultasi gratis memang tidak menguntungkan perusahaan kami secara langsung. Namun dengan kami melakukan ini, kami sudah memperoleh banyak dukungan dan masukan dari orang-orang yang telah menghubungi kami.

Dengan berprinsip bahwa membuka pintu akan terbukanya pintu rezeki itulah yang selama ini kami lakukan. Menerima masukan, kritikan, cacian, pujian. Kami sengaja membangun usaha ini besar di dalam konsumen. walau lokasi kami pada awalnya hanya berawal dari sebuah garasi rumah namun dengan sosial media yang kami bangun kami menempatkan diri sebagai atau mempublikasikan perusahaan kami sebagai perusahaan yang besar. hal ini terjadi di awal-awal pendirian usaha kami, dimana ada seorang bapak-bapak berasal dari kota ngawi, beliau sengaja naik bus ke Jogja demi mengunjungi kantor kami dan setelah mengunjungi kantor kami langsung balik ke Ngawi. Bapak-bapak tersebut datang hanya sekedar ngobrol tentang dunia resin, banyak ilmu yang kami dapatkan dengan kami membuka diri.

Praktis keunggulan kami hanya pada kami terbuka dan menyediakan konsultasi serta belajar bareng tentang resin dan keturunannya. Disini kami memposisikan dan berusaha menjadikan ini sebagai keunggulan kami. Mengingat jika kami tidak melakukan itu maka kami akan lebih berat dalam persaingan melihat modal yang kami gunakan di awal sangat kecil.

Kami sebagai perusahaan jasa menerima jasa *custom* cetakan karet satuan. Kami berusaha sedikit mencoba hilirisasi produk walau masih jauh dari yang namanya hilirisasi produk. Konsumen selain membutuhkan resin sebagai bahan baku kerajinan, maka mereka juga membutuhkan peralatan untuk mencetak, terutama cetakan. Kami membuka jasa membuat cetakan. Jasa yang kami tawarkan tidak ada minimal order, bisa pesan sesuai bentuk yang diinginkan konsumen.

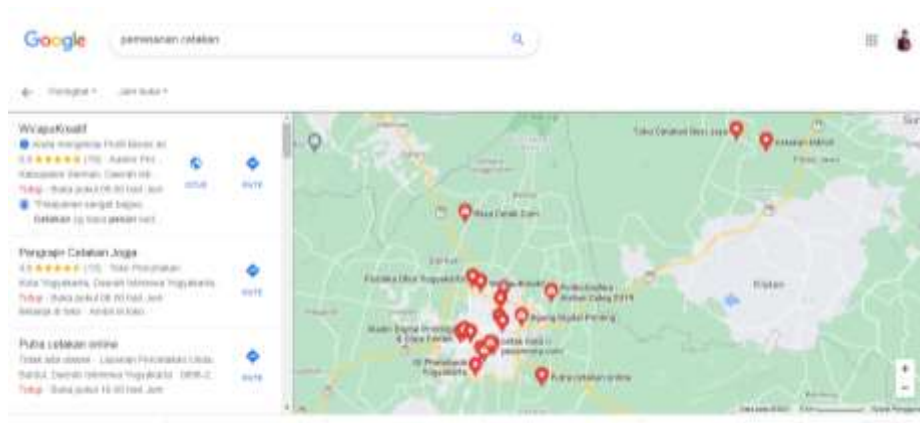
Selain itu kami juga mengenalkan produk cetakan kami ini melalui sosial media kami yang ada. Membuat tutorial dengan resin dagangan kami, serta menggunakan cetakan dari produksi kami sendiri adalah cara kami mempublikasikan produk kami.

Cetakan yang kami produksi bisa untuk mencetak semen, gypsum, lilin dan sabun. Dimana proses pembuatan, uji kekuatan sudah kami lakukan di skripsi penulis di Teknik Mesin S1 sehingga di usaha ini kami hanya meneruskan dan membuat bentuk sesuai kebutuhan konsumen.

3.7 Aspek Pemasaran

3.7.1 Potensi Pasar

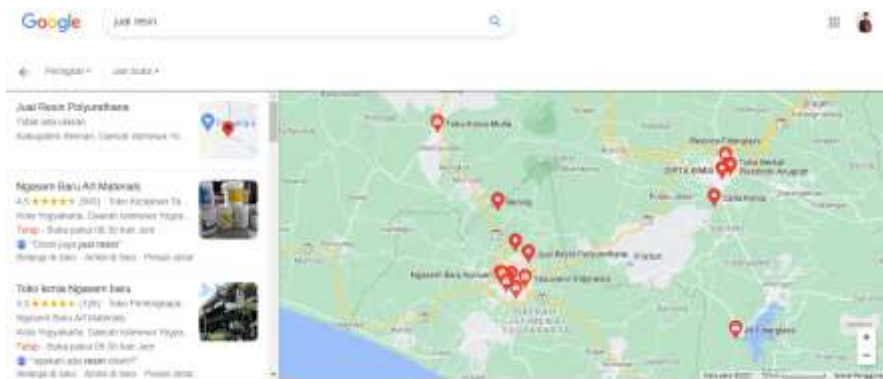
Potensi pasar disini sama dengan latar belakang kenapa kami membuka usaha ini dimana ada dua hal besar, yaitu Pemesanan cetakan karet custom yang ada di pasaran minimal pemesanan 50- 1000 pcs. Kedua dari 4 kabupaten dan 1 kotamadya di DIY hanya ada 1 tempat toko penjual bahan komposit , sedangkan klo diperluas lagi ke area jawa tengah masih sangat bisa mengingat daerah di jawa tengah belum ada kecuali Semarang. Potensi pasar untuk memasarkan jasa sebagai pembuat cetakan custom tanpa minimal order masih terbuka lebar dan menjual bahan komposit masih terbuka lebar karena sampai saat ini competitor di DIY hanya ada satu.



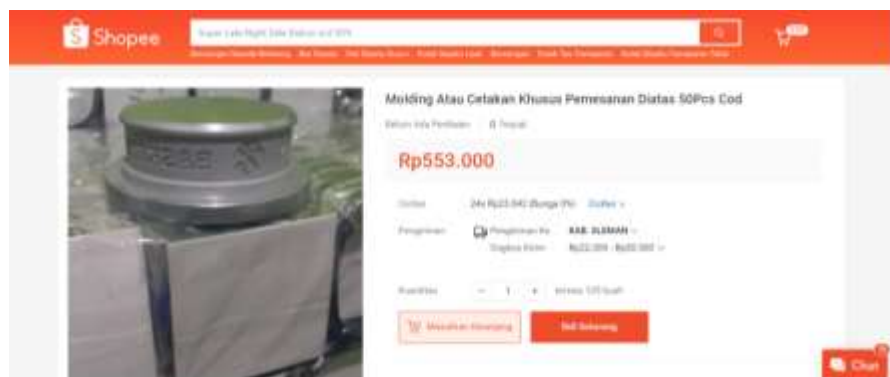
Gambar 3. 23. Map jasa pemesanan cetakan

(Google pemesanan cetakan)

Sumber data untuk potensi pasar kedua, dimana dari semua tempat pembuatan cetakan, yang membuat cetakan karet custom baru kami. Dimana untuk tempat pembuatan cetakan yang lainnya merupakan tempat membuat cetakan untuk cor beton bangunan, cetakan cor logam, cetakan kertas, bahkan pembuatan kardus. Dan jika data dari penjual resin lengkap yang ada di DIY –Jateng competitor competitor yang serupa hanya ada dua yaitu ngasem dan Justus Kimia Raya semarang. Titik-titik yang lainnya adalah toko perlengkapan kimia yang menjual resin kebutuhan penelitian dan toko gypsum yang menjual untuk bahan bangunan, namun belum ada yang merangkum jadi satu selain ngasem dan Justus.



Gambar 3. 24. Map Penjual bahan komposit kompetitor
(Google Jual Resin)



Untuk sumber data pemesanan cetakan salah satunya dari toko online shopee dimana disini penjualan diatas 50 pcs. (google, minimal pemesanan cetakan)

Gambar 3. 25. Penampakan pemesanan cetakan min 50 pcs custom



Gambar 3. 26. Pemesanan custom minimal 1000 pcs

(roniplastik.simdif)

Dalam Gambar 19. Dijelaskan bahwa pemesanan cetakan minimal 1000 pcs

3.7.2 Aspek Pasar

Analisis aspek dari pasar Wicapu Kreatif dapat diidentifikasi melalui analisis *segmenting, targeting* dan *positioning*, yaitu:

1. *Segmenting*

1) Geografis

Wicapu Kreatif berlokasi jalan palagan tentara pelajatr dimana jalan palagan merupakan daerah industry perdagangan. Selain itu di dukung dengan infrastruktur dari pemerintah berupa jalan lingkar utara, dan akan di bangunnya gerbang tol monjali. Serta diapit oleh 2 jalan besar yaitu jalan kaliurang dan juga jalan magelang.

2) Demografis

Segmen khususnya yaitu pelaku UMKM yang bergerak dalam bidang sabun, lilin, resin, gypsum dan ukiran semen. Namun tidak menutup kemungkinan

target mahasiswa hingga dosen. Karena produk Wicapu Kreatif dapat digunakan untuk kegiatan produksi dan penelitian.

3) Psikografis

Produk Wicapu Kreatif mampu meningkatkan nilai dari barang yang ingin dicetak oleh konsumen. dengan cetakan maka konsumen bisa memberikan nama dan logo pada produk mereka, sehingga produk mereka lebih mudah dikenali dan meningkatkan nilai dari produk.

2. *Targeting*

Produk Wicapu Kreatif memiliki target konsumen dari kalangan UMKM maupun individu yang membutuhkan cetakan untuk mencetak sabun, semen, gypsum, resin dan lilin dengan tanpa batas pemesanan serta konsumen bisa request sesuai bentuk yang mereka inginkan

3. *Positioning*

Wicapu Kreatif menawarkan produk tanpa minimal pemesanan, bisa *custom* dan pada produk bahan komposit, Wicapu Kreatif memberikan layanan panduan sampai bisa melalui diskusi WA dan video panduan di youtube. Tidak hanya itu Wicapu Kreatif juga sering melakukan pelatihan dan pengenalan tentang produk kami di kalangan UMKM, pelajar dan mahasiswa.

3.7.3 Rencana Pemasaran

Dalam strategi pemasaran usaha ini kami menyasar UMKM serta juga Industri pembuat seni gypsum, pengrajin resin, pengrajin semen hias, produsen sabun mandi padat dan pengrajin lilin. Karena barang yang kita jual bisa digunakan oleh keduanya. Untuk konsumen yang kami sasar berada di pasar berpenghasilan rendah sampai berpenghasilan keatas. Kenapa demikian karena produk yang kami jual ketika sedikit bisa menjadi barang yang mencukupi atau membuka lapangan kerja bagi kalangan menengah kebawah, bahkan bisa menjadi lapangan kerja baru. Namun bagi masyarakat menengah ke atas juga bisa menikmatinya dengan menjadikan produk ini sebagai hobi dan juga hiasan.

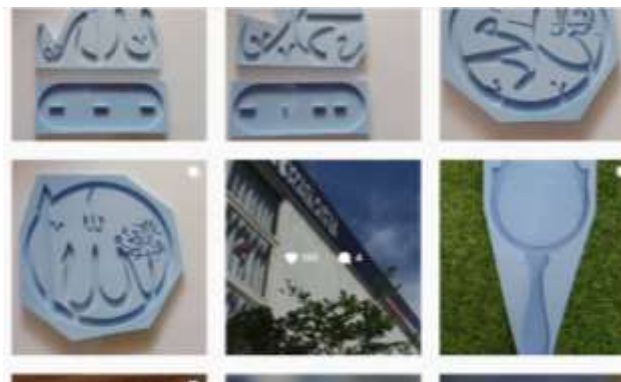
Dilihat dari pandangan Michael Porter strategi bersaing untuk pemasaran ada tiga yaitu cost leadership, differentiation, dan fokus. Nah di perusahaan kami, kami lebih masuk pada yang kedua yaitu diferensiasi. Dimana kami membuat produk yang sama tetapi memiliki ciri khas tertentu. Tetapi kami juga beririsan dengan cost dan focus.

Kami akan menempatkan kepada konsumen bahwa kami menawarkan kebutuhan dan solusi dari yang selama ini konsumen cari dengan berdasar dengan jendela konsumen.

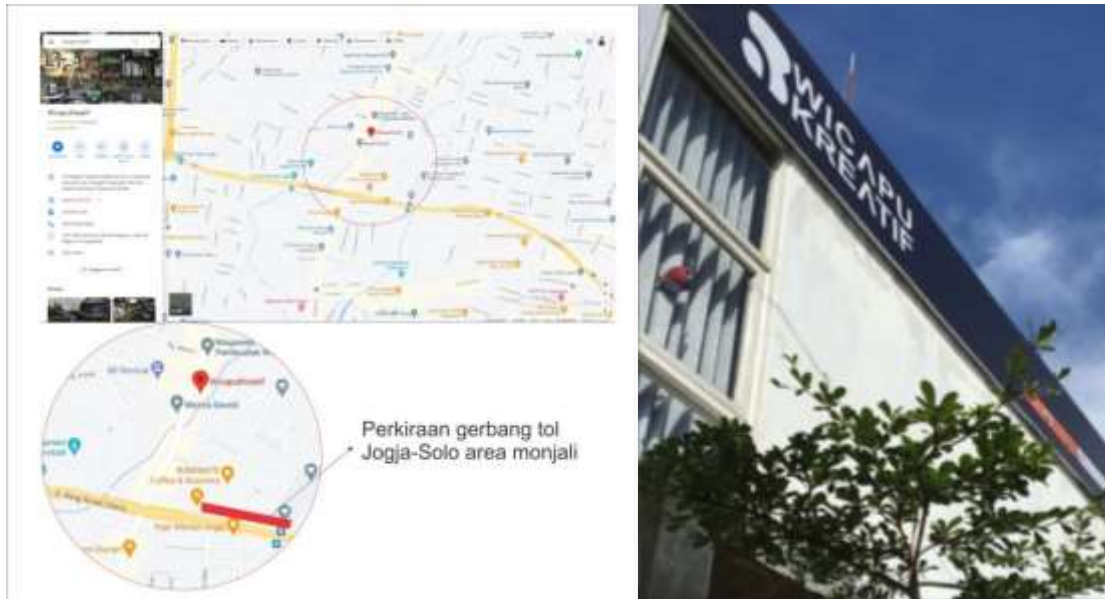


Gambar 3. 27. Jendela Konsumen

1. Marketing Mix



Gambar 3. 28 Produk



Gambar 3. 29. Lokasi Wicapu Kreatif

2. Promotion mix dan Media Promosi

- Iklan

Dalam promosi kami lebih memilih secara digital menggunakan instagram, youtube, tiktok dan wa

Youtube = [youtube.com/c/wisnupurnomo](https://www.youtube.com/c/wisnupurnomo)

Instagram = [wicapukreatif](https://www.instagram.com/wicapukreatif)

Tiktok = [wicapu](https://www.tiktok.com/@wicapu)

WA Business = 081802663894



Gambar 3. 30. Kartu nama Wicapu Kreatif

- Pameran

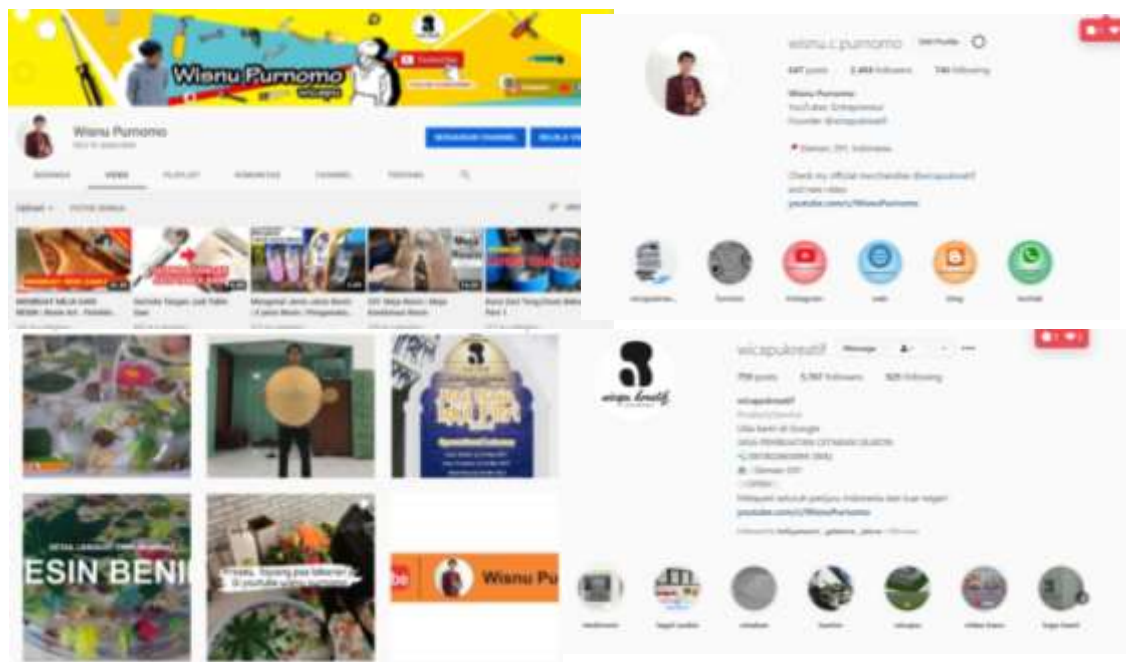


Gambar 3. 31. Pameran yang diikuti Wicapu Kreatif

Dalam promosi kami juga mengikuti pameran-pameran lokal, serta saat pandemic kali ini kami melakukan tatap muka melalui zoom dengan rekan-rekan konsumen serta pengusaha lainnya.

3. Personal selling

Dalam personal selling ini saya membangun diri saya sebagai youtuber resin dan turunannya serta menggunakan ig pribadi untuk membangun personal selling. Dalam video di youtube serta postingan di instagram saya melakukan promosi terhadap produk yang saya jual di Wicapu Kreatif. Disini saya juga menerima konsultasi semua orang yang ingin belajar bareng. Selain itu juga dibantu oleh sosial media yang dimiliki oleh perusahaan kami.



Gambar 3. 32 . Sosial media untuk personal selling

3.7.4 Saluran Distribusi

Saluran distribusi merupakan sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan nama dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu. Distribusi juga merupakan kegiatan-kegiatan

pengiriman barang yang dilakukan oleh suatu organisasi dengan tujuan agar produk yang dihasilkan dapat diterima oleh konsumen baik melalui perantara ataupun tidak, sehingga semakin tinggi saluran distribusi tentunya meningkatkan kepuasan pembelian. (kotler, 2008)

Proses penjualan yang dilakukan Wicapu Kreatif dengan memasarkan produk melalui *business to business* dan *business to couuetemer*. *Business to business* perjanjian jual beli tertutup karena berkaitan dengan merek dagang partner kami. Serta *business to couuetemer* melalui toko offline, *e-commerce*, distribusi secara langsung seperti Gambar 3. 34 menjelaskan alur distribusi produk hingga ke tangan konsumen.

Sebagai gambar posisi kami dalam distribusi seperti gambar di bawah ini



Gambar 3. 33. Posisi kami dalam distribusi

3.8 Aspek Keuangan

Aspek keuangan Wicapu Kreatif terdiri dari kebutuhan modal, rencana anggaran biaya, depresiasi asset perusahaan, neraca, NPV, IRR, *payback period* dan BEP. Dimana dari aspek-aspek tersebut diputuskan dan didapatkan kelayakan bisnis Wicapu Kreatif jasa dan bahan komposit.

3.8.1 Kebutuhan Modal

Rencana bisnis Wicapu Kreatif dilakukan pendataan awal kebutuhan yang diperlukan untuk investasi. Wicapu Kreatif sudah berdiri sejak 2018, namun fokus pada praktek bisnis ini pada 2021 dan 2022. Namun akan kami tampilkan sejak awal agar terlihat detail. Tabel 3.4 merupakan daftar kebutuhan yang diperlukan:

Tabel 3. 6. Kebutuhan Modal Wicapu Kreatif

CV. Wicapu Kreatif Maharani
Kebutuhan Modal

No	Kategori	Akun	Keterangan	Jml	Biaya (Rp)	Total (Rp)
1	Aset Tetap	Peralatan	Komputer	1	Rp10,000,000.00	Rp10,000,000.00
			UPS Komputer	1	Rp3,000,000.00	Rp3,000,000.00
			<i>Laptop</i>	1	Rp5,500,000.00	Rp5,500,000.00
			<i>Printer</i>	1	Rp600,000.00	Rp600,000.00
			<i>Handphone</i>	2	Rp1,500,000.00	Rp3,000,000.00
		Perabotan	Meja Komputer	1	Rp150,000.00	Rp150,000.00
			Kursi	3	Rp100,000.00	Rp300,000.00
			Meja Kerja	2	Rp150,000.00	Rp300,000.00
			Meja Pengeringan	2	Rp150,000.00	Rp300,000.00
		Peralatan	Mesin Amplas	1	Rp2,700,000.00	Rp2,700,000.00
			Kompresor	1	Rp2,000,000.00	Rp2,000,000.00
			Printer 3D	1	Rp2,000,000.00	Rp2,000,000.00
		Perabotan	Etalase	1	Rp4,000,000.00	Rp4,000,000.00
			Mesin <i>Jigsaw</i>	1	Rp1,450,000.00	Rp1,450,000.00
		Peralatan	Mesin <i>Trimer</i>	1	Rp250,000.00	Rp250,000.00
			Lampu kerja	3	Rp300,000.00	Rp900,000.00

			<i>Laser engraving</i>	1	Rp1,100,000.00	Rp1,100,000.00
			<i>Mesin Bor Flexibel</i>	1	Rp500,000.00	Rp500,000.00
			Mesin Bor tangan	1	Rp300,000.00	Rp300,000.00
			<i>Solder</i>	2	Rp50,000.00	Rp100,000.00
		Tanah	Tanah	1	Rp225,000,000.00	Rp225,000,000.00
		Bangunan	Bangunan	1	Rp165,000,000.00	Rp165,000,000.00
2	Aset Tetap	Peralatan	Gunting Besar	10	Rp35,000.00	Rp350,000.00
			Gunting Kecil	10	Rp25,000.00	Rp250,000.00
			<i>Cutter</i> Besar	10	Rp15,000.00	Rp150,000.00
			<i>Cutter</i> Kecil	10	Rp10,000.00	Rp100,000.00
			Penggaris Besar	4	Rp50,000.00	Rp200,000.00
			Penggaris Kecil	4	Rp25,000.00	Rp100,000.00
			Cap	1	Rp80,000.00	Rp80,000.00
3	Bahan Habis Pakai	Perlengkapan	Silikon	1	Rp190,000.00	Rp190,000.00
			Katalisator	1	Rp40,000.00	Rp40,000.00
			Resin	1	Rp47,000.00	Rp47,000.00
			Pena	12	Rp15,000.00	Rp180,000.00
			<i>Doubletape</i>	1	Rp2,500.00	Rp2,500.00
			Isolasi	10	Rp50,000.00	Rp500,000.00
			<i>Polyfoam</i>	1	Rp50,000.00	Rp50,000.00
			Kertas	1	Rp47,000.00	Rp47,000.00
			<i>Tinta Printer</i>	2	Rp135,000.00	Rp270,000.00
			Kardus	1	Rp100,000.00	Rp100,000.00
			Plastik <i>Opp Seal</i>	1	Rp35,000.00	Rp35,000.00
			Tinta Cap	1	Rp15,000.00	Rp15,000.00
			<i>Bubble Wrap</i>	1	Rp40,000.00	Rp40,000.00
4	Biaya Pemasaran		<i>Google Adsense</i>	10	Rp90,000.00	Rp900,000.00
Total						Rp432,096,500.00

Sumber : (Wicapu Kreatif, 2018)

Berdasarkan data dalam tabel 3.7, rencana kebutuhan modal awal Wicapu Kreatif yaitu sebesar Rp 432,096,500.00.

3.8.2 Penyusutan (Depresiasi)

Tabel 3. 7. Depresiasi Aset Wicapu Kreatif

CV. Wicapu Kreatif Maharani
Depresiasi Aset
2019-2023

No	Nama Asset	Jumlah Unit	Harga Per Unit	Harga Perolehan	Umur Ekonomis	Nilai Sisa	Depresiasi				
							2019	2020	2021	2022	2023
1	Komputer	1	Rp8,800,000.00	Rp8,800,000.00	5	Rp3,520,000.00	Rp1,056,000.00	Rp1,056,000.00	Rp1,056,000.00	Rp1,056,000.00	Rp1,056,000.00
2	CPU	1	Rp2,640,000.00	Rp2,640,000.00	5	Rp1,056,000.00	Rp316,800.00	Rp316,800.00	Rp316,800.00	Rp316,800.00	Rp316,800.00
3	Laptop	1	Rp4,840,000.00	Rp4,840,000.00	5	Rp1,936,000.00	Rp580,800.00	Rp580,800.00	Rp580,800.00	Rp580,800.00	Rp580,800.00
4	Printer	1	Rp528,000.00	Rp528,000.00	5	Rp211,200.00	Rp63,360.00	Rp63,360.00	Rp63,360.00	Rp63,360.00	Rp63,360.00
5	Handphone	2	Rp1,320,000.00	Rp2,640,000.00	5	Rp1,056,000.00	Rp316,800.00	Rp316,800.00	Rp316,800.00	Rp316,800.00	Rp316,800.00
6	Meja Komputer	1	Rp132,000.00	Rp132,000.00	5	Rp52,800.00	Rp15,840.00	Rp15,840.00	Rp15,840.00	Rp15,840.00	Rp15,840.00
7	Kursi	4	Rp88,000.00	Rp352,000.00	5	Rp140,800.00	Rp42,240.00	Rp42,240.00	Rp42,240.00	Rp42,240.00	Rp42,240.00
8	Meja Kerja	4	Rp132,000.00	Rp528,000.00	5	Rp211,200.00	Rp63,360.00	Rp63,360.00	Rp63,360.00	Rp63,360.00	Rp63,360.00
9	Meja Pengeringan	1	Rp132,000.00	Rp132,000.00	5	Rp52,800.00	Rp15,840.00	Rp15,840.00	Rp15,840.00	Rp15,840.00	Rp15,840.00
10	Mesin Amplas	1	Rp2,376,000.00	Rp2,376,000.00	5	Rp950,400.00	Rp285,120.00	Rp285,120.00	Rp285,120.00	Rp285,120.00	Rp285,120.00
11	Kompresor	1	Rp1,760,000.00	Rp1,760,000.00	5	Rp704,000.00	Rp211,200.00	Rp211,200.00	Rp211,200.00	Rp211,200.00	Rp211,200.00
12	Printer 3D	1	Rp1,760,000.00	Rp1,760,000.00	5	Rp704,000.00	Rp211,200.00	Rp211,200.00	Rp211,200.00	Rp211,200.00	Rp211,200.00
13	Etalase	1	Rp3,520,000.00	Rp3,520,000.00	5	Rp1,408,000.00	Rp422,400.00	Rp422,400.00	Rp422,400.00	Rp422,400.00	Rp422,400.00
14	Mesin Jig Zaw	1	Rp1,276,000.00	Rp1,276,000.00	5	Rp510,400.00	Rp153,120.00	Rp153,120.00	Rp153,120.00	Rp153,120.00	Rp153,120.00
15	Mesin Trimer	1	Rp220,000.00	Rp220,000.00	5	Rp88,000.00	Rp26,400.00	Rp26,400.00	Rp26,400.00	Rp26,400.00	Rp26,400.00
16	Lampu kerja	3	Rp264,000.00	Rp792,000.00	5	Rp316,800.00	Rp95,040.00	Rp95,040.00	Rp95,040.00	Rp95,040.00	Rp95,040.00
17	laser engraving	1	Rp968,000.00	Rp968,000.00	5	Rp387,200.00	Rp116,160.00	Rp116,160.00	Rp116,160.00	Rp116,160.00	Rp116,160.00
18	Mesin Bor flexibel	1	Rp440,000.00	Rp440,000.00	5	Rp176,000.00	Rp52,800.00	Rp52,800.00	Rp52,800.00	Rp52,800.00	Rp52,800.00
19	Mesin Bor tangan	1	Rp264,000.00	Rp264,000.00	5	Rp105,600.00	Rp31,680.00	Rp31,680.00	Rp31,680.00	Rp31,680.00	Rp31,680.00
20	Solder	1	Rp44,000.00	Rp44,000.00	5	Rp17,600.00	Rp5,280.00	Rp5,280.00	Rp5,280.00	Rp5,280.00	Rp5,280.00

21	Bangunan	1	Rp161,040,000.00	Rp161,040,000.00	25	Rp64,416,000.00	Rp3,864,960.00	Rp3,864,960.00	Rp3,864,960.00	Rp3,864,960.00	Rp3,864,960.00
	Total	20		Rp195,052,000.00			Rp7,946,400.00	Rp7,946,400.00	Rp7,946,400.00	Rp7,946,400.00	Rp7,946,400.00

Sumber : (Wicapu Kreatif, 2018)

3.8.3 Proyeksi Peendapatan

Proyeksi pendapatan merupakan perkiraan pendapatan yang diperoleh Wicapu Kreatif selama lima tahun, seperti terlihat pada tabel 3.9 dibawah ini

Tabel 3. 8. Proyeksi Pendapatan

Keterangan	2018	2019	2020	2021	2022
Persentase Penjualan	3%	17%	29%	39%	43%
Persentase Kenaikan Penjualan	0%	14%	12%	10%	4%
Pendapatan Penjualan	Rp212,000,000.0 0	Rp245,000,000.0 0	Rp277,470,000.0 0	Rp307,000,000.0 0	Rp324,000,000.00

Sumber : (Wicapu Kreatif, 2022)

3.8.4 Proyeksi Laba Rugi

Tabel 3. 9. Proyeksi Laba Rugi

CV. Wicapu Kreatif Maharani
Proyeksi Laba Rugi
2018-2022

	2018	2019	2020	2021	2022
Keterangan	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Pendapatan					
Pendapatan Usaha	Rp192,000,000.0 0	Rp228,000,000.0 0	Rp264,000,000.0 0	Rp288,000,000.0 0	Rp324,000,000.0 0
Pendapatan Youtube <i>AdSense</i>	Rp20,000,000.00	Rp17,000,000.00	Rp13,000,000.00	Rp14,000,000.00	Rp15,000,000.00
Pendapatan dari seminar dan <i>endorse</i>	Rp0.00	Rp0.00	Rp470,000.00	Rp5,000,000.00	Rp5,500,000.00
Total Pendapatan	Rp212,000,000.0 0	Rp245,000,000.0 0	Rp277,470,000.0 0	Rp307,000,000.0 0	Rp344,500,000.0 0
Biaya atas Pendapatan					
Biaya Produksi:					
Silikon	Rp30,800,000.00	Rp45,500,000.00	Rp57,800,000.00	Rp81,800,000.00	Rp93,200,000.00
Katalisator	Rp9,200,000.00	Rp14,000,000.00	Rp16,400,000.00	Rp18,800,000.00	Rp21,200,000.00
Resin	Rp14,850,000.00	Rp16,850,000.00	Rp18,850,000.00	Rp19,850,000.00	Rp21,850,000.00
Pena	Rp100,000.00	Rp100,000.00	Rp100,000.00	Rp100,000.00	Rp100,000.00
<i>Double Tape</i>	Rp1,000,000.00	Rp1,000,000.00	Rp1,000,000.00	Rp1,000,000.00	Rp1,500,000.00
Solasi	Rp1,000,000.00	Rp1,000,000.00	Rp1,000,000.00	Rp1,000,000.00	Rp1,500,000.00
<i>Polyfoam</i>	Rp2,000,000.00	Rp2,000,000.00	Rp2,000,000.00	Rp2,000,000.00	Rp2,500,000.00
Kardus	Rp600,000.00	Rp600,000.00	Rp600,000.00	Rp600,000.00	Rp800,000.00

Plastik <i>Opp Seal</i>	Rp1,000,000.00	Rp1,000,000.00	Rp1,000,000.00	Rp1,000,000.00	Rp1,500,000.00
<i>Bubble Wrap</i>	Rp1,000,000.00	Rp1,000,000.00	Rp1,000,000.00	Rp1,000,000.00	Rp1,500,000.00
<i>Tool Kids</i>	Rp5,000,000.00	Rp5,000,000.00	Rp5,000,000.00	Rp5,000,000.00	Rp5,000,000.00
Total Biaya Produksi:	Rp66,550,000.00	Rp88,050,000.00	Rp104,750,000.00	Rp132,150,000.00	Rp150,650,000.00
Laba/Rugi Kotor	Rp145,450,000.00	Rp156,950,000.00	Rp172,720,000.00	Rp174,850,000.00	Rp193,850,000.00
Pengeluaran Operasional					
Biaya Pemasaran					
Iklan <i>Ads</i>	Rp1,000,000.00	Rp1,000,000.00	Rp1,000,000.00	Rp1,000,000.00	Rp1,000,000.00
Pembuatan Video Iklan	Rp2,000,000.00	Rp3,000,000.00	Rp4,000,000.00	Rp5,000,000.00	Rp6,000,000.00
Total Biaya Marketing:	Rp3,000,000.00	Rp4,000,000.00	Rp5,000,000.00	Rp6,000,000.00	Rp7,000,000.00
Biaya Operasional					
Gaji Karyawan	Rp56,860,000.00	Rp56,860,000.00	Rp66,840,000.00	Rp69,860,000.00	Rp62,960,000.00
Listrik	Rp2,400,000.00	Rp2,400,000.00	Rp2,400,000.00	Rp2,400,000.00	Rp2,400,000.00
<i>Wifi</i> dan Telpon	Rp3,600,000.00	Rp3,600,000.00	Rp3,600,000.00	Rp3,600,000.00	Rp3,600,000.00
Pulsa	Rp600,000.00	Rp600,000.00	Rp600,000.00	Rp600,000.00	Rp600,000.00
Kuota	Rp600,000.00	Rp600,000.00	Rp600,000.00	Rp600,000.00	Rp600,000.00
Transportasi	Rp1,000,000.00	Rp1,300,000.00	Rp1,300,000.00	Rp1,300,000.00	Rp2,000,000.00
Tinta <i>Printer</i>	Rp260,000.00	Rp260,000.00	Rp260,000.00	Rp260,000.00	Rp260,000.00
Kertas	Rp500,000.00	Rp500,000.00	Rp500,000.00	Rp500,000.00	Rp500,000.00
Pemeliharaan barang elektronik	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00
Tinta Cap	Rp20,000.00	Rp20,000.00	Rp20,000.00	Rp20,000.00	Rp20,000.00
Total Biaya Operasional:	Rp65,890,000.00	Rp66,190,000.00	Rp76,170,000.00	Rp79,190,000.00	Rp72,990,000.00
Total Pengeluaran Operasional	Rp68,890,000.00	Rp70,190,000.00	Rp81,170,000.00	Rp85,190,000.00	Rp79,990,000.00
Laba Bersih	Rp76,560,000.00	Rp86,760,000.00	Rp91,550,000.00	Rp89,660,000.00	Rp113,860,000.00

Sumber : (Wicapu Kreatif, 2022)

:

3.8.5 Proyeksi Arus Kas

Pada tabel 3.11 diinformasikan besarnya arus kas masuk dan arus kas keluar sebagai perhitungan arus kas perusahaan

Tabel 3. 10. Proyeksi Arus Kas

CV Wicapu Kreatif Maharani
Proyeksi Arus Kas
2017-2022

		2017	2018	2019	2020	2021	2022
		Tahun 0	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Cash Balance at Beginning of The Period		Rp0.00	Rp387,000.00	Rp65,895,000.00	Rp124,607,000.00	Rp178,109,000.00	Rp224,721,000.00
Cash Flow From Operating Activities							
Inflows		Rp0.00	Rp145,450,000.00	Rp156,950,000.00	Rp172,720,000.00	Rp174,850,000.00	Rp193,850,000.00
Outflows		Rp0.00	-Rp82,938,000.00	-Rp84,238,000.00	-Rp95,218,000.00	Rp99,238,000.00	-Rp94,038,000.00
	Net Positive (Negative) Cash Flow from Operating	Rp0.00	Rp62,512,000.00	Rp72,712,000.00	Rp77,502,000.00	Rp75,612,000.00	Rp99,812,000.00
Cash Flow from Investing Activities							
Inflows		Rp0.00					
Outflows		Rp0.00	-Rp31,504,000.00	-Rp14,000,000.00	-Rp24,000,000.00	Rp29,000,000.00	-Rp7,000,000.00
	Net Positive (Negative) Cash Flow from Investing	Rp0.00	-Rp31,504,000.00	-Rp14,000,000.00	-Rp24,000,000.00	Rp29,000,000.00	-Rp7,000,000.00
Cash Flow from Financing Activities							
Inflows		Rp387,000.00	Rp34,500,000.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp1,000,000.00
Outflows		Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00

	Net Positive (Negative) Cash Flow from Operating	Rp387,000.00	Rp34,500,000.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp1,000,000.00
Net Cash In Flow-Out Flow		Rp387,000.00	Rp65,508,000.00	Rp58,712,000.00	Rp53,502,000.00	Rp46,612,000.00	Rp100,812,000.00
Cash Balance at The End of Period		Rp387,000.00	Rp65,895,000.00	Rp124,607,000.00	Rp 178,109,000.00	Rp224,721,000.00	Rp325,533,000.00

Keterangan		2017	2018	2019	2020	2021	2022
		Tahun 0	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Aktivitas Operasi							
Inflow							
	Gross Profit	Rp0.00	Rp145,450,000.00	Rp156,950,000.00	Rp172,720,000.00	Rp174,850,000.00	Rp193,850,000.00
Outflow							
	Gaji Karyawan		Rp56,860,000.00	Rp56,860,000.00	Rp66,840,000.00	Rp69,860,000.00	Rp62,960,000.00
	Listrik		Rp2,400,000.00	Rp2,400,000.00	Rp2,400,000.00	Rp2,400,000.00	Rp2,400,000.00
	Wifi dan Telpon		Rp3,600,000.00	Rp3,600,000.00	Rp3,600,000.00	Rp3,600,000.00	Rp3,600,000.00
	Pulsa		Rp600,000.00	Rp600,000.00	Rp600,000.00	Rp600,000.00	Rp600,000.00
	Kuota		Rp600,000.00	Rp600,000.00	Rp600,000.00	Rp600,000.00	Rp600,000.00
	Transportasi		Rp1,000,000.00	Rp1,300,000.00	Rp1,300,000.00	Rp1,300,000.00	Rp2,000,000.00
	Tinta Printer		Rp260,000.00	Rp260,000.00	Rp260,000.00	Rp260,000.00	Rp260,000.00
	Kertas		Rp500,000.00	Rp500,000.00	Rp500,000.00	Rp500,000.00	Rp500,000.00
	Pemeliharaan barang elektronik		Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00
	Tinta Cap		Rp20,000.00	Rp20,000.00	Rp20,000.00	Rp20,000.00	Rp20,000.00
	Iklan Ads		Rp1,000,000.00	Rp1,000,000.00	Rp1,000,000.00	Rp1,000,000.00	Rp1,000,000.00
	Pembuatan Video Iklan		Rp2,000,000.00	Rp3,000,000.00	Rp4,000,000.00	Rp5,000,000.00	Rp6,000,000.00
	Pemeliharaan barang elektronik		Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00
	Depresiasi		Rp13,998,000.00	Rp13,998,000.00	Rp13,998,000.00	Rp13,998,000.00	Rp13,998,000.00
	Total	Rp0.00	Rp82,938,000.00	Rp84,238,000.00	Rp95,218,000.00	Rp99,238,000.00	Rp94,038,000.00
TOTAL		Rp0.00	Rp62,512,000.00	Rp72,712,000.00	Rp77,502,000.00	Rp75,612,000.00	Rp99,812,000.00

Aktivitas Investasi							
Inflow							
	Penjualan	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00
Outflow							
	Komputer	Rp0.00	Rp8,800,000.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	
	CPU	Rp0.00	Rp2,640,000.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	
	Laptop	Rp0.00	Rp4,840,000.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	
	Printer	Rp0.00	Rp528,000.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	
	Handphone	Rp0.00	Rp1,320,000.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	
	Meja Komputer	Rp0.00	Rp132,000.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	
	Kursi	Rp0.00	Rp88,000.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	
	Meja Kerja	Rp0.00	Rp132,000.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	
	Meja Pengeringan	Rp0.00	Rp132,000.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	
	Mesin Amplas	Rp0.00	Rp2,376,000.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	
	Kompresor	Rp0.00	Rp1,760,000.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	
	Printer 3D	Rp0.00	Rp1,760,000.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	
	Etalase	Rp0.00	Rp3,520,000.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	
	Mesin Jig Zaw	Rp0.00	Rp1,276,000.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	
	Mesin Trimer	Rp0.00	Rp220,000.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	
	Lampu kerja	Rp0.00	Rp264,000.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	
	laser engraving	Rp0.00	Rp968,000.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	
	Mesin Bor flexibel	Rp0.00	Rp440,000.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	
	Mesin Bor tangan	Rp0.00	Rp264,000.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	
	Tanah dan Bangunan		Rp0.00				
	Pembangunan kantor	Rp0.00	Rp0.00	Rp9,000,000.00	Rp12,000,000.00	Rp27,000,000.00	Rp7,000,000.00
	Hadiah Karyawan	Rp0.00	Rp0.00		Rp2,000,000.00	Rp2,000,000.00	
	Piknik Kantor	Rp0.00	Rp0.00	Rp5,000,000.00	Rp10,000,000.00		
	Solder	Rp0.00	Rp44,000.00				

	Total		Rp0.00	Rp31,504,000.00	Rp14,000,000.00	Rp24,000,000.00	Rp29,000,000.00	Rp7,000,000.00
TOTAL			Rp0.00	Rp31,504,000.00	Rp14,000,000.00	Rp24,000,000.00	Rp29,000,000.00	Rp7,000,000.00
Aktivitas Pendanaan								
Inflow								
	Event/Pameran		Rp0.00	Rp3,500,000.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp1,000,000.00
	Modal		Rp387,000.00	Rp31,000,000.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00
	Laba Tahun Berjalan		Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00
	Total		Rp387,000.00	Rp34,500,000.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp1,000,000.00
Outflow								
	Kewajiban/Hutang		Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00
TOTAL			Rp387,000.00	Rp34,500,000.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp0.00	Rp1,000,000.00

Sumber : (Wicapu Kreatif, 2022)

3.8.6 Proyeksi Neraca

Tabel proyeksi neraca keuangan Wicapu Kreatif akan digunakan sebagai analisis perubahan dari kondisi keuangan perusahaan sebagai berikut:

Tabel 3. 11. Proyeksi Neraca

CV Wicapu Kreatif Maharani
Laporan Proyeksi Posisi Keuangan
2017-2022

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Keterangan	Tahun 0	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Asset						
Asset Lancar						
Kas	Rp387,000.00	Rp65,895,000.00	Rp124,607,000.00	Rp178,109,000.00	Rp224,721,000.00	Rp325,533,000.00
Asset Tetap						
Komputer		Rp10,000,000.00	Rp10,000,000.00	Rp10,000,000.00	Rp10,000,000.00	Rp10,000,000.00
UPS Komputer		Rp3,000,000.00	Rp3,000,000.00	Rp3,000,000.00	Rp3,000,000.00	Rp3,000,000.00
Laptop		Rp5,500,000.00	Rp5,500,000.00	Rp5,500,000.00	Rp5,500,000.00	Rp5,500,000.00
Printer		Rp600,000.00	Rp600,000.00	Rp600,000.00	Rp600,000.00	Rp600,000.00
Handphone		Rp3,000,000.00	Rp3,000,000.00	Rp3,000,000.00	Rp3,000,000.00	Rp3,000,000.00
Meja Komputer		Rp150,000.00	Rp150,000.00	Rp150,000.00	Rp150,000.00	Rp150,000.00
Kursi		Rp400,000.00	Rp400,000.00	Rp400,000.00	Rp400,000.00	Rp400,000.00
Meja Kerja		Rp600,000.00	Rp600,000.00	Rp600,000.00	Rp600,000.00	Rp600,000.00
Meja Pengeringan		Rp300,000.00	Rp300,000.00	Rp300,000.00	Rp300,000.00	Rp300,000.00
Mesin Amplas		Rp2,700,000.00	Rp2,700,000.00	Rp2,700,000.00	Rp2,700,000.00	Rp2,700,000.00
Kompresor		Rp2,000,000.00	Rp2,000,000.00	Rp2,000,000.00	Rp2,000,000.00	Rp2,000,000.00
Printer 3D		Rp2,000,000.00	Rp2,000,000.00	Rp2,000,000.00	Rp2,000,000.00	Rp2,000,000.00
Etalase		Rp4,000,000.00	Rp4,000,000.00	Rp4,000,000.00	Rp4,000,000.00	Rp4,000,000.00
Mesin Jigsaw		Rp1,450,000.00	Rp1,450,000.00	Rp1,450,000.00	Rp1,450,000.00	Rp1,450,000.00
Mesin Trimer		Rp250,000.00	Rp250,000.00	Rp250,000.00	Rp250,000.00	Rp250,000.00
Lampu kerja		Rp900,000.00	Rp900,000.00	Rp900,000.00	Rp900,000.00	Rp900,000.00
Laser engraving		Rp1,100,000.00	Rp1,100,000.00	Rp1,100,000.00	Rp1,100,000.00	Rp1,100,000.00
Mesin Bor Flexibel		Rp500,000.00	Rp500,000.00	Rp500,000.00	Rp500,000.00	Rp500,000.00
Mesin Bor tangan		Rp300,000.00	Rp300,000.00	Rp300,000.00	Rp300,000.00	Rp300,000.00
Solder		Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00
Tanah		Rp225,000,000.00	Rp225,000,000.00	Rp225,000,000.00	Rp225,000,000.00	Rp225,000,000.00
Bangunan		Rp165,000,000.00	Rp165,000,000.00	Rp165,000,000.00	Rp165,000,000.00	Rp165,000,000.00
Total Asset Tetap	Rp0.00	Rp428,800,000.00	Rp428,800,000.00	Rp428,800,000.00	Rp428,800,000.00	Rp428,800,000.00
Akumulasi Depresiasi		Rp7,946,400.00	Rp7,946,400.00	Rp7,946,400.00	Rp7,946,400.00	Rp7,946,400.00
Total Asset Tetap	Rp0.00	Rp420,853,600.00	Rp420,853,600.00	Rp420,853,600.00	Rp420,853,600.00	Rp420,853,600.00
Total Aset	Rp387,000.00	Rp486,748,600.00	Rp545,460,600.00	Rp598,962,600.00	Rp645,574,600.00	Rp746,386,600.00

Kewajiban Dan Modal						
Kewajiban/Hutang						
Modal		Rp486,748,600.00	Rp545,460,600.00	Rp598,962,600.00	Rp645,574,600.00	Rp746,386,600.00
Laba Tahun Berjalan						
Total Kewajiban dan Modal	Rp0.00	Rp486,748,600.00	Rp545,460,600.00	Rp598,962,600.00	Rp645,574,600.00	Rp746,386,600.00

Sumber : (Wicapu Kreatif, 2022)

Tabel 3. 12 Laporan Perubahan Modal

CV. Wicapu Kreatif Maharani
Laporan Perubahan Modal
2019-2023

	2018	2019	2020	2021	2022
Keterangan	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Modal	Rp432,096,500.00	Rp481,478,200.00	Rp540,190,200.00	Rp593,692,200.00	Rp640,304,200.00
Eat	Rp76,560,000.00	Rp86,760,000.00	Rp91,550,000.00	Rp89,660,000.00	Rp113,860,000.00
Penambahan Modal		Rp21,634,800.00	Rp39,557,800.00	Rp3,775,000.00	Rp85,603,800.00
Penarikan Modal	Rp27,178,300.00	Rp49,682,800.00	Rp77,605,800.00	Rp46,823,000.00	Rp98,651,800.00
Modal Akhir	Rp481,478,200.00	Rp540,190,200.00	Rp593,692,200.00	Rp640,304,200.00	Rp741,116,200.00
Penarikan Modal untuk pembangunan kantor wicapu kreatif					
Penambahan Modal untuk pembangunan kantor wicapu kreatif					

3.8.7 Break Event Point

Analisis BEP dibawah ini kami gunakan untuk menganalisa penjualan, bertujuan mengetahui apakah penjualan sudah mencapai batas minimal agar perusahaan tidak rugi dan bisa menutup modal elanjutnya untung.

Tabel 3. 13. Break Event Point

	2018	2019	2020	2021	2022
Fixed Cost	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Biaya Produksi	Rp66,550,000.00	Rp88,050,000.00	Rp104,750,000.00	Rp132,150,000.00	Rp150,650,000.00
Biaya Depresiasi Asset Tetap	Rp13,216,800.00	Rp13,216,800.00	Rp13,216,800.00	Rp13,216,800.00	Rp13,216,800.00
Biaya Operasional	Rp65,890,000.00	Rp66,190,000.00	Rp76,170,000.00	Rp79,190,000.00	Rp72,990,000.00
Total Fixed Cost	Rp145,656,800.00	Rp167,456,800.00	Rp194,136,800.00	Rp224,556,800.00	Rp236,856,800.00

	0	0	0	0	0
Variabel Cost					
Biaya Marketing	Rp3,000,000.00	Rp4,000,000.00	Rp5,000,000.00	Rp6,000,000.00	Rp7,000,000.00
Keterangan	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Penjualan	Rp192,000,000.00 0	Rp228,000,000.00 0	Rp264,000,000.00 0	Rp288,000,000.00 0	Rp324,000,000.00 0
Fixed Cost	Rp145,656,800.00 0	Rp167,456,800.00 0	Rp194,136,800.00 0	Rp224,556,800.00 0	Rp236,856,800.00 0
Variabel Cost	Rp3,000,000.00	Rp4,000,000.00	Rp5,000,000.00	Rp6,000,000.00	Rp7,000,000.00
Bep Penjualan	Rp145,656,799.9 8	Rp167,456,799.9 8	Rp194,136,799.9 8	Rp224,556,799.9 8	Rp236,856,799.9 8

Sumber : (Wicapu Kreatif, 2022)

3.8.8 Payback Periode

Payback Period (PP) memberikan gambaran waktu yang diperlukan agar dana yang investasi dapat kembali seutuhnya. Dihitung dengan rumus berikut jika PB sama di setiap tahunnya:

$$PB = \frac{\text{Jumlah Investasi}}{\text{Proceeds Tahunan}} \times 100 \%$$

PB dapat dihitung dengan rumus di bawah ini jika PB setiap tahun besarnya berbeda

$$\text{Proceeds} = \text{EAT} + \text{Depresia}$$

Tabel 3. 14. Payback Periode

Tahun	EAT	Depresiasi	Proses
1	Rp76,560,000.00	Rp13,216,800.00	Rp145,450,000.00
2	Rp86,760,000.00	Rp13,216,800.00	Rp156,950,000.00
3	Rp91,550,000.00	Rp13,216,800.00	Rp172,720,000.00
4	Rp89,660,000.00	Rp13,216,800.00	Rp174,850,000.00
5	Rp113,860,000.00	Rp13,216,800.00	Rp193,850,000.00
	Jumlah Investasi		Rp432,096,500.00
	Processed 1 Tahun		Rp145,450,000.00
	Jumlah		Rp286,646,500.00

Processed 2 Tahun	Rp156,950,000.00
Sisa	Rp129,696,500.00
Processed 3 Tahun	Rp172,720,000.00
Sisa	-Rp43,023,500.00

Payback period untuk Wicapu Kreatif, yaitu:

$$= 2 \text{ tahun} + \text{sisa} / \text{processed 1 tahun} \times 1 \text{ tahun}$$

$$= 2 \text{ tahun} + \text{Rp129,696,500.00} / \text{Rp156,950,000.00} \times 1 \text{ tahun}$$

$$= 2 \text{ tahun} + 0.8 \text{ tahun}$$

$$= 2 \text{ tahun, 9 bulan} = 7 \text{ hari}$$

Berdasarkan perhitungan perhitungan diatas, maka *payback period* (PP) yaitu 2 tahun 9 bulan 7 hari. Dibandingkan dengan umur ekonomis maksimal selama 5 tahun, maka disimpulkan bahwa investasi tersebut dapat diterima karena *payback period* (PP) lebih cepat dari umur ekonomis..

3.8.9 Net Present Value dan Profitability Index

1. Net Present Value

NPV dihitung menggunakan selisih antara nilai saat ini dari proses atau cash flow atas dasar discount rate dengan nilai saat ini. Apabila nilai PV sekarang dari keseluruhan proses PV lebih besar dari PV investasinya maka NPV bernilai positif. Sehingga usulan investasi dapat diterima dan dilaksanakan sesuai perencanaan.

Tabel 3. 15. Net Present Value

Net Present Value (NPV)			
Tahun	Proceeds	DF 13%	PV of Proceeds
1	Rp145,450,000.00	0.88495575	Rp128,716,814.16
2	Rp156,950,000.00	0.78314668	Rp122,914,871.96
3	Rp172,720,000.00	0.69305016	Rp119,703,624.03
4	Rp174,850,000.00	0.61331873	Rp107,238,779.53
5	Rp193,850,000.00	0.54275994	Rp105,214,013.59
Total PV of Proceeds			Rp583,788,103.27
PV of Outlays			Rp432,096,500.00

Net Present Value	Rp416,007,178.57
-------------------	------------------

NPV diasumsikan dengan tingkat suku bunga 13% sesuai tingkat suku bunga yang berlaku khususnya untuk UKM. Berdasarkan dari teori studi kelayakan bisnis jika *PV of Outlays* lebih besar dari *PV of Outlays* sehingga nilai NPV bernilai positif, maka usaha layak dilaksanakan sesuai perencanaan.

2. Profitability Index(PI)

Profitability Index (PI) disebut juga sebagai *Benefit Cost Ratio*, yaitu sebuah perbandingan antara nilai saat ini (*PV of proceeds*) dengan nilai investasi (*PV Of Outlyas*)

Profitability Index (PI) sering disebut sebagai *Benefit Cost Ratio* adalah sebuah perbandingan antara nilai sekarang *proceeds (PV of proceeds)* dengan nilai sekarang investasi (*PV of Outlays*).

Tabel 3. 16. Profitability Index

PI=PV of Proceeds/PV of Outlays	
Rp583,788,103.27	PV of Proceeds
Rp432,096,500.00	PV of Outlays
1.351059551	PI

Jika $PI > 1$ maka hasilnya baik dan bisa dijalankan sesuai perencanaan. Sebaliknya jika $PI < 1$ maka rencana di tolak dan tidak bisa dijalankan sesuai perencanaan. *Profitability Index* Wicapu Kreatif 1.351059551 lebih dari 1 maka diterima dan bisa dijalankan sesuai perencanaan.

3.8.10 Internal Rate of Return

Perhitungan Internal Rate of Return (IRR) sebagai indikator untuk mengukur tingkat efisiensi dari suatu investasi awal apakah dapat dilaksanakan atautkah harus membuat strategi baru. Perhitungan IRR Wicapu Kreatif sebagai berikut :

Tabel 3. 17. Internal Rate of Return

Tingkat Suku Bunga 13%				Tingkat Suku Bunga 25.89%			
Net Present Value				NPV			
Th	Proceeds	DF 13%	PV of Proceeds	Th	Proceeds	DF 25.89%	PV of Proceeds
1	Rp145,450,000.00	0.884955752	Rp128,716,814.16	1	Rp145,450,000.00	0.7943679	Rp115,540,812.31
2	Rp156,950,000.00	0.783146683	Rp122,914,871.96	2	Rp156,950,000.00	0.6310204	Rp99,038,647.73
3	Rp172,720,000.00	0.693050162	Rp119,703,624.03	3	Rp172,720,000.00	0.5012623	Rp86,578,030.49
4	Rp174,850,000.00	0.613318728	Rp107,238,779.53	4	Rp174,850,000.00	0.3981867	Rp69,622,946.71
5	Rp193,850,000.00	0.542759936	Rp105,214,013.59	5	Rp193,850,000.00	0.3163067	Rp61,316,062.75
Total PV of Proceeds			Rp583,788,103.27	Total PV of Proceeds			Rp432,096,500.00
PV of Outlays			Rp432,096,500.00	PV of Outlays			Rp432,096,500.00
Net Present Value			Rp416,007,178.57	Net Present Value			Rp0.00

investasi diterima apabila IRR Hitung/Actual > tingkat bunga/cost of capital sebelumnya

IRR ACTUAL	<i>Rate of Return</i>
25,89%	13%

KEPUTUSAN
DITERIMA

Dari perhitungan diatas IRR actual lebih besar dari *Rate of Return* maka investadi diterima dan bisa dijalankan sesuai perencanaan. IRR sebesar 25,89% dari 13% *Rate of Return* yang di sarankan.

3.8.11 Hasil Analisa *Capital Budgeting*

Tabel 3. 18.Hasil Analisa Capital Budgeting

Metode	Hasil Analisis	Standard Unit Usaha	Keterangan
PB	2 Tahun, 9 Bulan, 7 Hari	Max 5 tahun	Layak
NPV	Rp416,007,178.57	NPV > 0	Layak
PI	1.351059551	PI > 1	Layak
IRR	25.89%	Disc Factor 13%	Layak

Berdasarkan kesimpulan hasil analisis di atas secara proyeksi, maka Wicapu Kreatif layak dan menguntungkan dalam jangka panjang. Sehingga rencana ini dapat menjadi patokan untuk menjalankan bisnis.

BAB 4

ANALISIS PRAKTEK BISNIS

4.1 Profil Perusahaan

Wicapu Kreatif dalam perjalannya mengalami perubahan logo 3 kali. Logo Wicapu Kreatif seperti gambar 4.1 ,gambar 4.2 dan gambar 4.3 yang dimana awalnya berfokus mengerjakan pesanan untuk kebutuhan penelitian dalam hal cetakan untuk pengujian spesimen uji, sekarang sudah bisa mengerjakan cetakan untuk cetakan sabun, gypsum, lilin, sabun dan resin. Dimana logo kedua seperti gambar 4.2 Berubah menjadi warna hitam putih dengan tanpa lingkaran luar sehingga memberi gambaran bahwa kami tidak terbatas sebatas lingkaran namun bisa seluas luasnya dalam mengembangkan usaha. Logo ketiga Wicapu Kreatif berubah dalam tagline. Jasa dan produk kerajinan berubah menjadi jasa dan bahan komposit. Hal ini kami lakukan karena kami ingin mengembangkan penjualan dalam segi bahan mentah komposit.



Gambar 4. 1. Logo pertama



Gambar 4. 2. Logo Kedua



Gambar 4. 3. Logo Saat ini

Sebagai identitas brand logo sangat diperlukan , nama perusahaan dan di ikuti tagline membantu semua orang untuk mengenali perusahaan kita. Wicapu Kreatif selain mengganti logo dan tagline yang lebih sesuai, juga selalu mengucapkan terimakasih terhadap semua konsumen yang membeli maupun yang bertanya-tanya. Karena kami ingin selalu menghargai semua orang. Dalam bahasa jawa ada istilah “nguwongke”. Dengan kita melakukan itu maka konsumen akan senang terhadap pelayanan Wicapu Kreatif. Media sosial Wicapu Kreatif berperan juga dalam selalu repost story instagram dari konsumen yang menandai kami. Sedangkan channel youtube, kami selalu membuat video khusus untuk menjawab pertanyaan yang masuk ke kolom komentar kami. Logo Wicapu Kreatif terbaru sudah didaftarkan HKI pada Agustus tahun 2022. Dengan nomor permohonan J22202022053196

4.1.1 Realisasi Bisnis Wicapu Kreatif

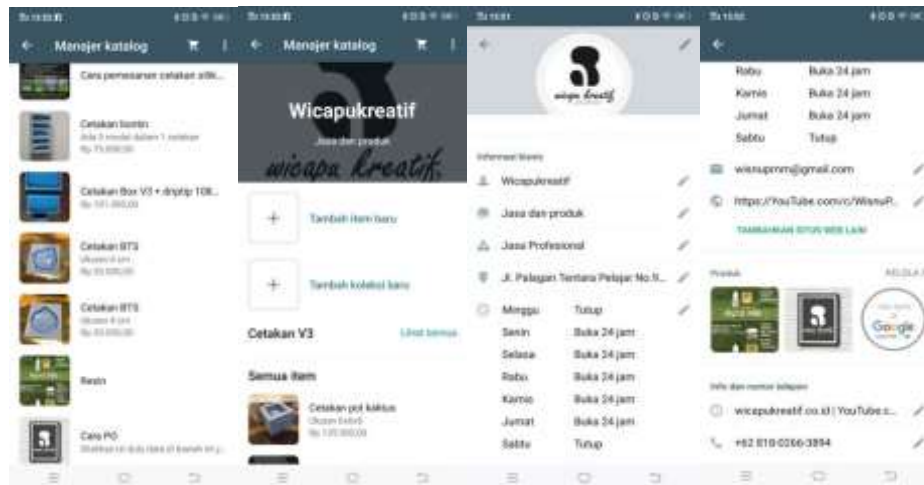
Wicapu Kreatif telah melakukan pendaftaran penanaman modal atau usaha dengan nomor induk berusaha (NIB) 3009220022849. Tidak sampai disitu dalam pengurusan izin usaha, pemohon wajib menyatakan SPPL (Surat Pernyataan Kesanggupan Pengelolaan dan Pemantauan Lingkungan Hidup). Pada tahun 2022 ini Wicapu Kreatif telah mendaftarkan logo dan tagline ke HKI dengan nomor permohonan J222022053196. Serta produk karet cetakan Wicapu Kreatif sudah melalui pengujian di Kementria Perindustrian Republik Indonesia dengan No Pengujian 1529/LPBBKP/KARET/XI22.

Wicapu Kreatif melakukan bisnis secara online dan offline. Kami sering mengikuti *event* agar pelanggan *aware* dengan adanya jasa dan produk yang Wicapu Kreatif tawarkan.

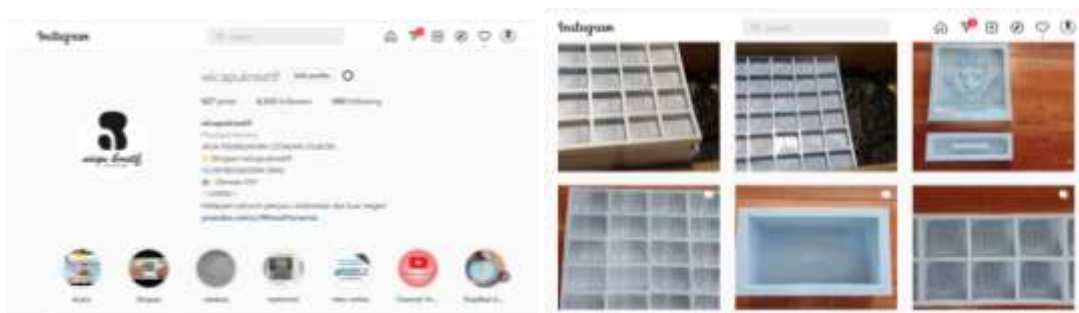


Gambar 4. 4. Booth Pameran Wicapu Kreatif

Penjualan online dilakukan melalui Website, Shopee Whatsapp, youtube, tiktok instagram dan marketplace lokal daerah(kendi sembada). Pelanggan dapat melihat produk Wicapu Kreatif di akun Instagram Wicapu Kreatif (Gambar 4.5) dan menonton panduan di youtube dan tiktok.



Gambar 4. 5. Whatsapp Bisnis Wicapu Kreatif



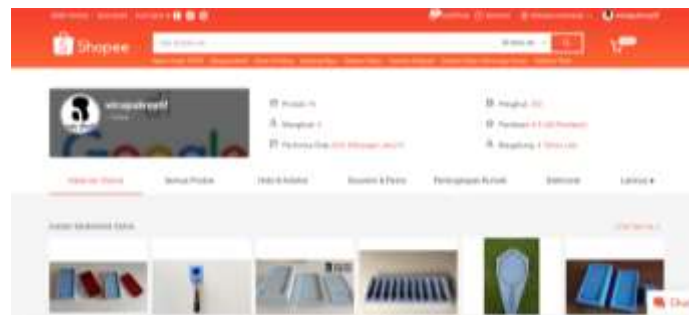
Gambar 4. 6. Instagram Wicapu Kreatif



Gambar 4. 7. Youtube Wicapu Kreatif



Gambar 4. 8 Tiktok Wicapu Kreatif

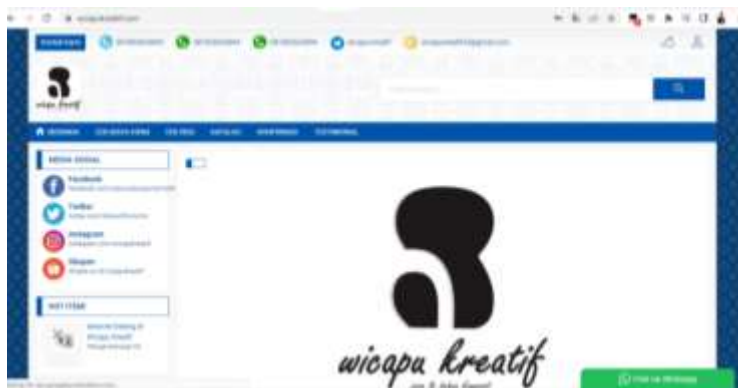


Gambar 4. 9. Shopee Wicapu Kreatif

Wicapu Kreatif juga melakukan pengembangan, dan pengenalan secara langsung dengan melakukan seminar serta pelatihan. Seperti gambar di bawah ini.



Gambar 4. 10. Seminar dan pelatihan



Gambar 4. 11. Website Wicapa Kreatif (<https://wicapukreatif.com>)

4.1.2 *Real Business Model Canvas* Wicapa Kreatif

a. Partner

Perusahaan memiliki tiga rekan kerja yang dipilih untuk membantu proses bisnis perusahaan. Rekan kerja pertama adalah produsen karet silikon mentah untuk memenuhi kebutuhan perusahaan akan karet mentah, yang kedua adalah produsen resin yaitu memenuhi kebutuhan perusahaan akan resin. yang ketiga supalayer resin, kenapa kami masih menggunakan splayer dikarenakan untuk mempermudah mendapatkan resin yang berasal dari luar negeri.

b. Segmen Pelanggan

Perusahaan ini memiliki segmen pasar untuk memenuhi kebutuhan dari UMKM pembuat sabun, resin, pot semen, produsen kapal fiber, mahasiswa serta dosen yang sedang penelitian dan pengrajin perhiasan custom.

c. Nilai Proporsi

Nilai Proporsi yang sudah diberikan oleh perusahaan saat ini, antara lain : meningkatkan daya saing produk UMKM dengan produk luar negeri Dimaksudkan disini adalah bagaimana peran perusahaan sebagai salah satu cara untuk ikut berperan dalam peningkatan kualitas. Perusahaan memberikan penyelesaian masalah dan pemberian solusi kepada konsumen yang memerlukan cetakan karet namun terbatas minimal order dan bentuk yang monoton. Sebagai nilai tambah agar konsumen semakin terjaga kami melakukan pendampingan dengan cara belajar atau diskusi tentang komposit secara gratis melalui Whatsapp, Zoom, Youtube dan Facebook.

d. Hubungan Pelanggan

Perusahaan melakukan promosi dari gratis ongkir di area DIY agar konsumen di area DIY lebih mudah membeli produk kami. Setelah itu selain kita jual putus produk kita, disini kami juga melakukan pendampingan terhadap penggunaan produk kami. Yang terakhir kami membuat video panduan, karena kami sudah mengidentifikasi kasus yang dialami konsumen sehingga kami menyiapkan video panduan dan tutorial. Sebagai nilai tambah agar konsumen semakin terjaga kami melakukan pendampingan dengan cara belajar atau diskusi tentang komposit secara gratis melalui Whatsapp.

e. Aliran Pendapatan

Pendapatan yang didapat perusahaan berasal dari 3 sumber saja yaitu penjualan resin langsung, penjualan cetakan dan adsense dari video kami. Kegagalan biasanya terjadi di penjualan cetakan, dikarenakan ini sistem PO, terkadang selesai proyek, konsumen tidak segera melunasi pembayaran.

f. Sumber Daya

Sumber daya perusahaan terdiri dari SDM dan peralatan produksi, SDM kami letakan paling atas karena hal utama yang ada di Wicapu Kreatif adalah SDM nya, untk peralatan ada untuk sebagai alat eksekusi dari apa yang dilakukan manusia yang ada di dalam Wicapu Kreatif. SDM kami dapatkan dari pelamar kerja yang dapat memenuhi spesifikasi yang dibutuhkan berupa lulusan SMK mesin dan pengecoran logam. Bahan baku utama yang digunakan adalah karet yang dalam pembentukannya memerlukan master (benda 3d yang dibuat cetakan) sehingga memerlukan mesin laser cutting dan 3d printing. Peralatan didapatkan dari pembelian sendiri dengan modal pertama dan penjualan produk.

g. Aktivitas

Aktivitas dalam bisnis meliputi menyiapkan bahan karet mentah, mengolah pesanan cetakan dari bahan mentah menjadi bentuk yang diinginkan konsumen, menjual bahan resin mentah dan membuka belajar serta diskusi bareng dalam dunia komposit.

h. Channel

Perusahaan menggunakan menggunakan hampir sosial media yang ada untuk menyebarkan nilai-nilai yang dimiliki perusahaan.

i. Struktur Biaya

Perusahaan masih berfokus di biaya yang konsumtif saja, belum mencoba ke pengeluaran yang produktif kecuali video pembiayaan pembuatan video.

4.2 Analisis Keputusan Mnajemen Operasi

4.2.1 Perencanaan Aspek Operasional

Perencanaan bisnis Wicapu Kreatif yaitu ingin menjadi usaha yang melayani cetakan silikon secara *custom* tanpa minimal order yang didukung dengan pendampingan oleh kami terhadap pembeli produk kami. Pendampingan yang kami berikan berupa panduan secara online di youtube, serta diskusi melalui whatsapp.

Produk cetakan yang kami buat akan membuat produk yang dicetak konsumen dilabeli dengan logo dan merek mereka sehingga nilai dari produk konsumen akan bertambah. Tidak sampai di situ, Wicapu Kreatif ikut menyerap tenaga kerja lulusan SMK yang ada di lingkungan Wicapu Kreatif.

4.2.2 Realisasi Keputusan Manajemen Operasi

Realisasi Wicapu Kreatif dapat dilihat dengan sepuluh aktivitas keputusan manajemen operasi strategis (Heizer, Operations Management, 2017) sebagai berikut:

1. *Design of good and services*

Wicapu Kreatif merupakan jasa dan bahan komposit. Bisnis ini menggunakan *research and development* dengan melewati pandangan dari jendela konsumen untuk mewujudkan sebuah produk yang sesuai bagi kebutuhan konsumen. Desain yang akan kita produksi sudah dievaluasi langsung oleh konsumen sehingga tepat sasaran dan benar-benar sesuai kebutuhan. Untuk kualitas bahan yang kita gunakan juga sudah kita lakukan pengujian ke badan terkait guna menjaga kualitas dari cetakan yang kami buat. Untuk pendistribusian produk, kami melakukan packing menggunakan sisa bahan dari kiriman bahan mentah supplier, sehingga kami memperpanjang nilai pakai dari suatu barang untuk menunda barang tersebut menjadi limbah serta menghemat biaya.

Dalam ters menjaga nama baik dari bisnis ini kami mengedepankan komunikasi dan jujur terhadap pelayanan di Wicapu Kreatif. Untuk terus menjaga komunikasi dengan konsumen. kita menyiapkan forum-forum dan jaringan pribadi guna bisa menampung saran dan kritik konsumen. Melalui video yang kita unggah di youtube juga kita mendampingi konsumen dalam berproses memahami tentang komposit dan perawatan cetakan.

2. *Managing quality*

Wicapu Kreatif mengedepankan kualitas pelayanan dan produk sehingga komunikasi dengan konsumen sangat dijaga dan terus tanggap terhadap pertanyaan, keluhan, pesanan dan curhatan konsumennn. Cek kualitas produk merupakan bagian terpenting dalam proses produksi di Wicapu Kreatif untuk

meminimalisir komplain. Wicapu Kreatif membuat SOP kerja dari produk mentah, proses produksi, produk jadi, packing, proses pengiriman hingga sampai kepada konsumen.

3. *Process and capacity strategy*

Strategi proses dan kapasitas akan menentukan kualitas produk, sumber daya manusia dan seluruh yang ada dalam bisnis tersebut. Wicapu Kreatif telah membuat SOP dari setiap tahapan operasional bisnis guna tetap menjaga bisnis ini tidak mengalami penurunan dalam pelayanan dan operasional produksi.

4. *Location strategy*

Wicapu Kreatif berlokasi di D.I.Yogyakarta tepatnya di jalan palagan tentara pelajar 1 km dari perempatan monjali. Lokasi ini kita pilih dikarenakan awalnya penulis tinggal di lokasi berdirinya bisnis ini. Dengan melihat lokasi ini memiliki perkembangan infrastruktur yang baik seperti jalan palagan, akan adanya pint tol monjali, maka lokasi penulis pertahankan untuk penulis bangun sebuah kantor Wicapu Kreatif yang dulunya sebelum di bangun adalah sebuah garasi.

Penetapan lokasi kita pertimbangkan dengan mudahnya kita mendistribusikan produk kami melalui jasa ekspedisi. Karena lokasi Yogyakarta ini berada di Jawa bagian tengah maka untuk ongkir ke barat dan ke timur relatif seimbang. Selain itu suplayer mudah juga menjangkau lokasi kami sehingga ongkos kirim tidak terlalu mahal. Melihat perkembangan daerah, area jalan palagan ini diarahkan menjadi area industri dan ekonomi kreatif sehingga tepat rasanya kita bertahan di lokasi ini guna membuat pondasi bisnis.

5. *Layout strategy*

Strategi tata letak di Wicapu Kreatif mencoba mengikuti standar dari tata letak sebuah pabrik. Dengan keadaan yang mini kita mencoba menerapkan standar-standar yang ada. Kita menata area kerja sesuai alur kerja dalam produksi dan di bagian paling depan adalah gallery yang bisa menjelaskan produk kami

secara lengkap dan detail. Tidak lupa kita juga menerapkan sistem kelistrikan yang aman dan terpisah dari area lainnya di setiap line produksi agar jika ada perbaikan di suatu alat tidak mengharuskan untuk mematikan aliran listrik di semua area bangunan.

6. *Human resources and job design*

Wicapu Kreatif memiliki SDM dari lulusan SMK jurusan teknik mesin untuk bagian produksi. Jurusan ini kami pilih karena dasar keilmuan dari bisnis ini adalah teknik mesin. Dengan dasar keilmuan dari teknik mesin, kami dalam melatih karyawan tidak kesulitan dan bahkan karyawan sudah langsung paham dengan apa yang harus mereka kerjakan.

7. *Supply chain management*

Manajemen rantai pasokan di Wicapu Kreatif dilakukan dengan pemasok yang sudah memiliki kerjasama dengan kami. Pemasok juga berkala melakukan komunikasi terhadap penilaian bahan baku. Jadi kami juga berperan sebagai pemberi masukan kepada supplier bahan baku mentah terhadap kualitas produk mereka. Bahan baku kita dapatkan dari Jakarta dan Semarang. Dimana kami memiliki dua jaringan supplier utama guna mengantisipasi adanya hambatan di salah satu supplier.

8. *Inventory management*

Bahan baku utama dari produk kami berupa karet silikon di order setiap stock menepati batas minimal stok sehingga tidak ada bahan mentah yang tersimpan berlebih. Karena Wicapu Kreatif ini menggunakan sistem *just in time* maka bahan baku utama dan pendukung kita order setiap kali stok mencapai limit yang sudah kita tentukan.

9. *Scheduling*

Penjadwalan di Wicapu Kreatif sangat penting mengingat bisnis ini menerapkan *sistem just in time*. Wicapu Kreatif tidak menyetok bahan baku produksi melebihi kebutuhan produksi sehingga *cash flow* perusahaan berjalan

lancar. Untuk karyawan kita menerapkan 8 jam kerja di setiap harinya dengan penjadwalan yang menyesuaikan SOP pembuatan cetakan. Dimana dalam pembuatan cetakan memerlukan waktu tunggu 5 jam sehingga kita meletakkan 5 jam waktu tunggu tadi pada jam diluar jam produktif karyawan.

10. *Maintenance*

Strategi pemeliharaan yang dilakukan Wicapu Kreatif untuk menjaga kualitas produk, kinerja dan pelayanan kita kontrol dengan kartu kontrol jika itu adalah alat produksi. Pemantauan serta pelatihan berkala kepada karyawan oleh owner untuk tetap menjaga pergerakan karyawan sesuai SOP yang berlaku. Untuk pemeliharaan hubungan dengan konsumen kita selalu menyapa mereka melalui semua sosial media yang ada dan meminta mereka memberi masukan kepada kami.

4.3 Analisis Kepuasan Manajemen Strategi

4.3.1 Analisis SWOT

- *Strength (S)*

Kekuatan Wicapu Kreatif berupa produk cetakan custom tanpa minimal order dan campuran adonan bahan karet untuk cetakan sudah di uji di kementerian perindustrian balai karet, plastik dan kulit. Serta dalam pembelian produk, kami mendampingi konsumen dengan menyiapkan video panduan di youtube dan layanan bertanya di whatsapp.

- *Weaknesses (W)*

Kekurangan yang dimiliki Wicapu Kreatif yaitu waktu kerja dalam menyelesaikan suatu pesanan belum bisa cepat. Minimal 3 hari kerja. Hal ini dikarenakan produk custom memerlukan proses dari desain menjadi produk. Dimana di dalamnya terdapat proses pemesinan dan pengecoran yang waktunya tidak bisa dipercepat lagi. Sehingga mengharuskan konsumen harus lebih sabar.

- *Opportunity (O)*

Wicapu Kreatif melihat dunia UMKM dan produk-produk home industry di Indonesia mulai dilirik oleh masyarakat dan banyak program dari pemerintah yang mendukung dari UMKM dan home industry tadi untuk lebih berkembang. Dengan adanya hal itu, kami menawarkan solusi yang bisa meningkatkan nilai dari produk yang dihasilkan. Karena cetakan yang kami buat bisa untuk mencetak semen, gypsum, lilin, sabun dan resin.

- *Threats* (T)

Ancaman pada bisnis ini, yaitu harga karet mentah silikon di dunia yang tidak stabil. Adanya corona dengan ditambah perang antara Rusia dan Ukraina berdampak dengan naik turunnya harga.

4.4 Analisis Keputusan dalam Manajemen Sumber Daya Manusia

4.4.1 Perencanaan Aspek Sumber Daya Manusia

Wicapu Kreatif dipimpin oleh manajer sekaligus merangkap sebagai bagian desain produk serta bertanggung jawab langsung dengan keuangan admin produksi media dan penjaga toko. Sumber Daya Manusia yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis Wicapu Kreatif, yaitu:

- a. Manajer, melakukan perencanaan, pengorganisasian, pemberian perintah, koordinasi dan pengawasan dengan keuangan, administrasi, divisi produksi, penjaga toko dan divisi video di setiap hari kerja.
- b. Keuangan, melakukan aktifitas mengeluarkan uang dan membuat laporan keuangan di wicapureatif serta berkoordinasi dengan manajer.
- c. Admin, melakukan aktifitas dengan cara menjawab pesan yang masuk di kantor dan mengkoordinasikan pesan yang masuk kepada divisi yang bersangkutan terhadap tugas yang masuk dalam pesan. Serta merekap resi untuk disampaikan kepada konsumen yang bersangkutan.
- d. Produksi, melakukan proses produksi mulai dari pembuatan master, pemesinan, pengecoran, dan finishing cetakan serta menyerahkan pekerjaan ke admin dan manajer

- e. Media, melakukan aktifitas berupa pengoprasian kamera, editing video, mematangkan konsep video dengan manajer, keuangan serta menyiapkan kebutuhan pengambilan gambar sampai konten siap untuk di unggah oleh admin dan diserahkan ke admin.
- f. Penjaga Toko, Melayani pembeli yang masuk, saat kosong membantu pengemasan paket melaporkan nota rekap penjualan ke admin.

4.4.2 Realisasi Aspek Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia Wicapu Kreatif , yaitu dipimpin oleh Manajer yang bertanggung jawab akan berjalannya perusahaan ini dengan baik sesuai visi dan misi perusahaan..

Manajer saat ini masih merangkap pekerjaan untuk desain 3D dan membuat konten, video untuk *media marketing*. Karyawan Wicapu Kreatif berlatar belakang pendidikan SMK jurusan mesin dan pengecoran logam. Karyawan produksi kami ambil dari jurusan tersebut dikarenakan pekerjaan dasar yang dilakukan menggunakan keilmuan dari Teknik Mesin dan Pengecoran. Karyawan selain dari tim produksi berasal dari jurusan yang lain. Bagian keuangan dari Wicapu Kreatif yang awalnya dipegang oleh direktur di awal tahun 2022 di serahkan kepada istri direktur dimana keuangan kantor dan rumahtangga benar-benar dijaga dan di pisahkan.

Namun hal diatas masih belum semua bisa kami penuhi. Dikarenakan mencari posisi SDM yang sesuai dan loyal tidaklah mudah. Dimana posisi yang sudah ada hanyalah manajer, tim produksi, bagian keuangan dan tim media. Tim media bersifat lepas, tidak terikat jam kerja kantor. Untuk penjaga toko masih belum menemukan SDM yang sesuai sedangkan posisi admin saat ini kosong dan sementara di rangkap oleh manajer dan keuangan secara bergantian. Belum menemukan SDM yang cocok setelah karyawan bagian admin mengundurkan diri karena menikah dan pindah domisili ke palestina mengikuti suami.

Dalam mengelola sumberdaya manusia Wicapu Kreatif terus meningkatkan kemampuan karyawannya dengan cara pelatihan jika ada sistem baru dalam produksi. Pelatihan dilakukan dengan cara transfer ilmu secara langsung saat bekerja. Wicapu Kreatif juga melakukan piknik bareng dengan karyawannya guna menjaga komunikasi dan hubungan sosial di masing-masing individu yang ada di Wicapu Kreatif. Tahun 2018 Wicapu Kreatif melakukan piknik ke DKI Jakarta dan 2019 ke Pulau Bali. Saat corona dan pasca corona belum ada piknik bareng.

4.4.3 Perbandingan Perencanaan dan Realisasi Sumber Daya Manusia

Perencanaan dan realisasi dalam hal sumber daya manusia belum sesuai yang di rencanakan. Beban kerja belum bisa di topang per individu dan banyak individu yang mendobel jobdesk. Seperti yang kami jelaskan dalam realisasi aspek sumber daya manusia.

4.5 Analisis Keputusan dalam Manajemen Pemasaran

4.5.1 Perencanaan Pemasaran

Wicapu Kreatif merupakan produk dengan target pasar serta perusahaan maklon, UMKM dan home industri yang bergerak dalam bidang resin, semen, gipsum, lilin dan sabun. Selain itu kami juga menjalin kerjasama dengan beberapa perusahaan sabun, dan lilin untuk memenuhi kebutuhan cetakan karet. Wicapu Kreatif ingin menerapkan *Integrated Marketing Communication* antara perusahaan dengan pelanggan dan perusahaan dengan perusahaan. Rencana pemasaran yang ingin dilakukan sebagai berikut:

- 1) Membuat akun media sosial Wicapu Kreatif.
- 2) Membuat iklan di media sosial.
- 3) Melakukan pelatihan dan seminar tentang bahan komposit.
- 4) Mengikuti *event* online maupun offline.
- 5) Mendampingi konsumen dengan video di youtube kami dan fasilitas konsultasi lewat Whatsapp.

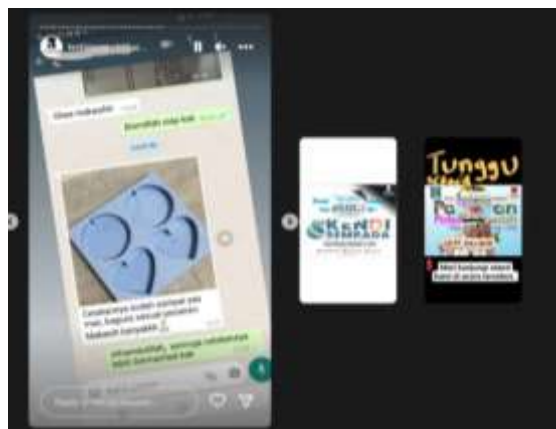
4.5.2 Realisasi Pemasaran

Perencanaan pemasaran yang dilakukan, dalam bisnis ini bisa dikatakan berhasil dan melebihi ekspektasi kami yaitu pembuatan akun media sosial sebagai media pemasaran utama, mengikuti pameran. Calon pelanggan dapat melihat produk, review, dan testimoni yang diberikan pelanggan serta kami unggah di berbagai media sosial Wicapu Kreatif agar calon konsumen semakin yakin untuk memesan produk ke Wicapu Kreatif. Tidak kalah penting kami juga selalu melakukan pemasaran melalui video youtube di channel youtube (Wisnu Purnomo) kami yang sampai saat ini memiliki 76.249 Subscriber (Gambar 4. 12)



Gambar 4. 12. Channel Youtube Wicapu Kreatif

Dimana disetiap video kami selalu mempraktekkan produk-produk kami serta membumbui kepada konsumen agar seakan produk kami adalah produk yang benar-benar bisa memberikan solusi atas keinginan konsumen. Channel youtube Wicapu Kreatif sudah memiliki 76.278 subscriber.



Gambar 4. 13. Testimoni

4.5.3 Perbaningan Perencanaan dan Realisasi Pemasaran

Wicapu Kreatif dalam melakukan perencanaan dan realisasi pemasaran sudah sesuai, dengan adanya pandemic selama 2 tahun kemarin juga tidak banyak merubah perencanaan kami. Perubahan terjadi di saat kami harus menunda mengikuti pameran offline dan juga menunda untuk pembukaan toko offline dalam menyediakan bahan-bahan komposit. Namun setelah pandemic berlalu pembukaan toko offline kami teruskan kembali.

4.6 Analisis Keputusan dalam Manajemen Keuangan

4.6.1 Perencanaan Keuangan

Perencanaan keuangan kami susun pada Bab 3 dengan proyeksi lima tahun dari 2018 sampai dengan 2022 dengan kebutuhan modal Rp432.096.500,00. Hasil dari perhitungan didapatkan PP 2 tahun 9 bulan 7 hari, serta NPV Rp416.007.178,57 positif. PI 1.351059551 dan IRR sebesar 25.89% dari DF13%. Sehingga dari data diatas maka perusahaan layak untuk dijalankan

Tabel 4. 1 Rencana keuangan laba rugi 2021

CV Wicapu Kreatif Maharani
Rencana Keuangan Laba Rugi
2021

Keterangan	1	2	3	4	5	6
Pendapatan						
Jumlah unit yang terjual	727	727	727	727	727	727
Pendapatan Usaha	Rp24,000,000.00	Rp24,000,000.00	Rp24,000,000.00	Rp24,000,000.00	Rp24,000,000.00	Rp24,000,000.00
Pendapatan Youtube <i>AdSense</i>	Rp1,166,666.67	Rp1,166,666.67	Rp1,166,666.67	Rp1,166,666.67	Rp1,166,666.67	Rp1,166,666.67
Pendapatan dari seminar dan <i>endorse</i>	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67
Total Pendapatan	Rp25,583,333.33	Rp25,583,333.33	Rp25,583,333.33	Rp25,583,333.33	Rp25,583,333.33	Rp25,583,333.33
Biaya atas Pendapatan						
Biaya Produksi:						
Silikon	Rp6,816,666.67	Rp6,816,666.67	Rp6,816,666.67	Rp6,816,666.67	Rp6,816,666.67	Rp6,816,666.67
Katalisator	Rp1,566,666.67	Rp1,566,666.67	Rp1,566,666.67	Rp1,566,666.67	Rp1,566,666.67	Rp1,566,666.67
Resin	Rp1,654,166.67	Rp1,654,166.67	Rp1,654,166.67	Rp1,654,166.67	Rp1,654,166.67	Rp1,654,166.67
Pena	Rp8,333.33	Rp8,333.33	Rp8,333.33	Rp8,333.33	Rp8,333.33	Rp8,333.33
<i>Doubletape</i>	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33
Solasi	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33
<i>Polyfoam</i>	Rp166,666.67	Rp166,666.67	Rp166,666.67	Rp166,666.67	Rp166,666.67	Rp166,666.67
Kardus	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00
Plastik <i>Opp Seal</i>	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33
<i>Bubble Wrap</i>	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33
<i>Tool Kids</i>	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67
Total Biaya Produksi:	Rp11,012,500.00	Rp11,012,500.00	Rp11,012,500.00	Rp11,012,500.00	Rp11,012,500.00	Rp11,012,500.00
Labarugi Kotor	Rp14,570,833.33	Rp14,570,833.33	Rp14,570,833.33	Rp14,570,833.33	Rp14,570,833.33	Rp14,570,833.33
Pengeluaran Operasional						
Biaya Pemasaran						
Iklan <i>Ads</i>	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33
Pembuatan Video Iklan	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67

Total Biaya Marketing:	Rp500,000.00	Rp500,000.00	Rp500,000.00	Rp500,000.00	Rp500,000.00	Rp 500,000
Biaya Operasional						
Gaji Karyawan	Rp5,821,666.67	Rp5,821,666.67	Rp5,821,666.67	Rp5,821,666.67	Rp5,821,666.67	Rp5,821,666.67
Listrik	Rp200,000.00	Rp200,000.00	Rp200,000.00	Rp200,000.00	Rp200,000.00	Rp200,000.00
Wifi dan Telpon	Rp300,000.00	Rp300,000.00	Rp300,000.00	Rp300,000.00	Rp300,000.00	Rp300,000.00
Pulsa	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00
Kuota	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00
Transportasi	Rp108,333.33	Rp108,333.33	Rp108,333.33	Rp108,333.33	Rp108,333.33	Rp108,333.33
Tinta <i>Printer</i>	Rp21,666.67	Rp21,666.67	Rp21,666.67	Rp21,666.67	Rp21,666.67	Rp21,666.67
Kertas	Rp41,666.67	Rp41,666.67	Rp41,666.67	Rp41,666.67	Rp41,666.67	Rp41,666.67
Pemeliharaan barang elektronik	Rp4,166.67	Rp4,166.67	Rp4,166.67	Rp4,166.67	Rp4,166.67	Rp4,166.67
Tinta Cap	Rp1,666.67	Rp1,666.67	Rp1,666.67	Rp1,666.67	Rp1,666.67	Rp1,666.67
Total Biaya Operasional:	Rp6,599,166.67	Rp6,599,166.67	Rp6,599,166.67	Rp6,599,166.67	Rp6,599,166.67	Rp6,599,166.67
Total Pengeluaran Operasional	Rp7,099,166.67	Rp7,099,166.67	Rp7,099,166.67	Rp7,099,166.67	Rp7,099,166.67	Rp7,099,166.67
Laba Bersih	Rp7,471,666.67	Rp7,471,666.67	Rp7,471,666.67	Rp7,471,666.67	Rp7,471,666.67	Rp7,471,666.67

7	8	9	10	11	12
727	727	727	727	727	727
Rp24,000,000.00	Rp24,000,000.00	Rp24,000,000.00	Rp24,000,000.00	Rp24,000,000.00	Rp24,000,000.00
Rp1,166,666.67	Rp1,166,666.67	Rp1,166,666.67	Rp1,166,666.67	Rp1,166,666.67	Rp1,166,666.67
Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67
Rp25,583,333.33	Rp25,583,333.33	Rp25,583,333.33	Rp25,583,333.33	Rp25,583,333.33	Rp25,583,333.33
Rp6,816,666.67	Rp6,816,666.67	Rp6,816,666.67	Rp6,816,666.67	Rp6,816,666.67	Rp6,816,666.67
Rp1,566,666.67	Rp1,566,666.67	Rp1,566,666.67	Rp1,566,666.67	Rp1,566,666.67	Rp1,566,666.67
Rp1,654,166.67	Rp1,654,166.67	Rp1,654,166.67	Rp1,654,166.67	Rp1,654,166.67	Rp1,654,166.67
Rp8,333.33	Rp8,333.33	Rp8,333.33	Rp8,333.33	Rp8,333.33	Rp8,333.33
Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33
Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33
Rp166,666.67	Rp166,666.67	Rp166,666.67	Rp166,666.67	Rp166,666.67	Rp166,666.67
Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00
Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33
Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33
Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67
Rp11,012,500.00	Rp11,012,500.00	Rp11,012,500.00	Rp11,012,500.00	Rp11,012,500.00	Rp11,012,500.00
Rp14,570,833.33	Rp14,570,833.33	Rp14,570,833.33	Rp14,570,833.33	Rp14,570,833.33	Rp14,570,833.33
Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33
Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67
Rp 500,000	Rp 500,000	Rp 500,000	Rp 500,000	Rp 500,000	Rp 500,000
Rp5,821,666.67	Rp5,821,666.67	Rp5,821,666.67	Rp5,821,666.67	Rp5,821,666.67	Rp5,821,666.67

Rp200,000.00	Rp200,000.00	Rp200,000.00	Rp200,000.00	Rp200,000.00	Rp200,000.00	
Rp300,000.00	Rp300,000.00	Rp300,000.00	Rp300,000.00	Rp300,000.00	Rp300,000.00	
Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	
Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	
Rp108,333.33	Rp108,333.33	Rp108,333.33	Rp108,333.33	Rp108,333.33	Rp108,333.33	
Rp21,666.67	Rp21,666.67	Rp21,666.67	Rp21,666.67	Rp21,666.67	Rp21,666.67	
Rp41,666.67	Rp41,666.67	Rp41,666.67	Rp41,666.67	Rp41,666.67	Rp41,666.67	
Rp4,166.67	Rp4,166.67	Rp4,166.67	Rp4,166.67	Rp4,166.67	Rp4,166.67	
Rp1,666.67	Rp1,666.67	Rp1,666.67	Rp1,666.67	Rp1,666.67	Rp1,666.67	
Rp6,599,166.67	Rp6,599,166.67	Rp6,599,166.67	Rp6,599,166.67	Rp6,599,166.67	Rp6,599,166.67	
Rp7,099,166.67	Rp7,099,166.67	Rp7,099,166.67	Rp7,099,166.67	Rp7,099,166.67	Rp7,099,166.67	
Rp7,471,666.67	Rp7,471,666.67	Rp7,471,666.67	Rp7,471,666.67	Rp7,471,666.67	Rp7,471,666.67	Rp89,660,000.00

Tabel 4. 2 Rencana keuangan laba rugi 2022

CV Wicapu Kreatif Maharani
Rencana Keuangan Laba Rugi
2022

Keterangan Bulan	1	2	3	4	5	6
Pendapatan						
Jumlah unit yang terjual	818	818	818	818	818	818
Pendapatan Usaha	Rp27,000,000.00	Rp27,000,000.00	Rp27,000,000.00	Rp27,000,000.00	Rp27,000,000.00	Rp27,000,000.00
Pendapatan Youtube <i>AdSense</i>	Rp1,250,000.00	Rp1,250,000.00	Rp1,250,000.00	Rp1,250,000.00	Rp1,250,000.00	Rp1,250,000.00
Pendapatan dari seminar dan endorse	Rp458,333.33	Rp458,333.33	Rp458,333.33	Rp458,333.33	Rp458,333.33	Rp458,333.33
Total Pendapatan	Rp 28,708,333	Rp 28,708,333	Rp 28,708,333	Rp 28,708,333	Rp 28,708,333	Rp 28,708,333
Biaya atas Pendapatan						
Biaya Produksi:						
Silikon	Rp7,766,666.67	Rp7,766,666.67	Rp7,766,666.67	Rp7,766,666.67	Rp7,766,666.67	Rp7,766,666.67
Katalisator	Rp1,766,666.67	Rp1,766,666.67	Rp1,766,666.67	Rp1,766,666.67	Rp1,766,666.67	Rp1,766,666.67
Resin	Rp1,820,833.33	Rp1,820,833.33	Rp1,820,833.33	Rp1,820,833.33	Rp1,820,833.33	Rp1,820,833.33
Pena	Rp8,333.33	Rp8,333.33	Rp8,333.33	Rp8,333.33	Rp8,333.33	Rp8,333.33
<i>Doubletape</i>	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00
Solasi	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00
<i>Polyfoam</i>	Rp208,333.33	Rp208,333.33	Rp208,333.33	Rp208,333.33	Rp208,333.33	Rp208,333.33
Kardus	Rp66,666.67	Rp66,666.67	Rp66,666.67	Rp66,666.67	Rp66,666.67	Rp66,666.67
Plastik <i>Opp Seal</i>	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00
<i>Bubble Wrap</i>	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00
<i>Tool Kids</i>	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67
Total Biaya Produksi:	Rp12,554,166.67	Rp 12,554,167	Rp 12,554,167	Rp 12,554,167	Rp 12,554,167	Rp 12,554,167
Labarugi Kotor	Rp 16,154,167	Rp 16,154,167	Rp 16,154,167	Rp 16,154,167	Rp 16,154,167	Rp 16,154,167
Pengeluaran Operasional						
Biaya Pemasaran						
Iklan <i>Ads</i>	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33
Pembuatan Video Iklan	Rp500,000.00	Rp500,000.00	Rp500,000.00	Rp500,000.00	Rp500,000.00	Rp500,000.00

Total Biaya Marketing:	Rp 583,333	Rp 583,333	Rp 583,333	Rp 583,333	Rp 583,333	Rp 583,333
Biaya Operasional						
Gaji Karyawan	Rp5,246,666.67	Rp5,246,666.67	Rp5,246,666.67	Rp5,246,666.67	Rp5,246,666.67	Rp5,246,666.67
Listrik	Rp200,000.00	Rp200,000.00	Rp200,000.00	Rp200,000.00	Rp200,000.00	Rp200,000.00
Wifi dan Telpon	Rp300,000.00	Rp300,000.00	Rp300,000.00	Rp300,000.00	Rp300,000.00	Rp300,000.00
Pulsa	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00
Kuota	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00
Transportasi	Rp166,666.67	Rp166,666.67	Rp166,666.67	Rp166,666.67	Rp166,666.67	Rp166,666.67
Tinta <i>Printer</i>	Rp21,666.67	Rp21,666.67	Rp21,666.67	Rp21,666.67	Rp21,666.67	Rp21,666.67
Kertas	Rp41,666.67	Rp41,666.67	Rp41,666.67	Rp41,666.67	Rp41,666.67	Rp41,666.67
Pemeliharaan barang elektronik	Rp4,166.67	Rp4,166.67	Rp4,166.67	Rp4,166.67	Rp4,166.67	Rp4,166.67
Tinta Cap	Rp1,666.67	Rp1,666.67	Rp1,666.67	Rp1,666.67	Rp1,666.67	Rp1,666.67
Total Biaya Operasional:	Rp 6,082,500	Rp 6,082,500	Rp 6,082,500	Rp 6,082,500	Rp 6,082,500	Rp 6,082,500
Total Pengeluaran Operasional	Rp6,665,833.33	Rp6,665,833.33	Rp6,665,833.33	Rp6,665,833.33	Rp6,665,833.33	Rp6,665,833.33

7	8	9	10	11	12
818	818	818	818	818	818
Rp27,000,000.00	Rp27,000,000.00	Rp27,000,000.00	Rp27,000,000.00	Rp27,000,000.00	Rp27,000,000.00
Rp1,250,000.00	Rp1,250,000.00	Rp1,250,000.00	Rp1,250,000.00	Rp1,250,000.00	Rp1,250,000.00
Rp458,333.33	Rp458,333.33	Rp458,333.33	Rp458,333.33	Rp458,333.33	Rp458,333.33
Rp 28,708,333	Rp 28,708,333	Rp 28,708,333	Rp 28,708,333	Rp 28,708,333	Rp 28,708,333
Rp7,766,666.67	Rp7,766,666.67	Rp7,766,666.67	Rp7,766,666.67	Rp7,766,666.67	Rp7,766,666.67
Rp1,766,666.67	Rp1,766,666.67	Rp1,766,666.67	Rp1,766,666.67	Rp1,766,666.67	Rp1,766,666.67
Rp1,820,833.33	Rp1,820,833.33	Rp1,820,833.33	Rp1,820,833.33	Rp1,820,833.33	Rp1,820,833.33
Rp8,333.33	Rp8,333.33	Rp8,333.33	Rp8,333.33	Rp8,333.33	Rp8,333.33
Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00
Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00
Rp208,333.33	Rp208,333.33	Rp208,333.33	Rp208,333.33	Rp208,333.33	Rp208,333.33
Rp66,666.67	Rp66,666.67	Rp66,666.67	Rp66,666.67	Rp66,666.67	Rp66,666.67
Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00
Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00	Rp125,000.00
Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67	Rp416,666.67
Rp 12,554,167	Rp 12,554,167	Rp 12,554,167	Rp 12,554,167	Rp 12,554,167	Rp 12,554,167
Rp 16,154,167	Rp 16,154,167	Rp 16,154,167	Rp 16,154,167	Rp 16,154,167	Rp 16,154,167
Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33	Rp83,333.33
Rp500,000.00	Rp500,000.00	Rp500,000.00	Rp500,000.00	Rp500,000.00	Rp500,000.00
Rp 583,333	Rp 583,333	Rp 583,333	Rp 583,333	Rp 583,333	
Rp5,246,666.67	Rp5,246,666.67	Rp5,246,666.67	Rp5,246,666.67	Rp5,246,666.67	Rp5,246,666.67
Rp200,000.00	Rp200,000.00	Rp200,000.00	Rp200,000.00	Rp200,000.00	Rp200,000.00
Rp300,000.00	Rp300,000.00	Rp300,000.00	Rp300,000.00	Rp300,000.00	Rp300,000.00
Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00
Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00
Rp166,666.67	Rp166,666.67	Rp166,666.67	Rp166,666.67	Rp166,666.67	Rp166,666.67
Rp21,666.67	Rp21,666.67	Rp21,666.67	Rp21,666.67	Rp21,666.67	Rp21,666.67

Rp41,666.67	Rp41,666.67	Rp41,666.67	Rp41,666.67	Rp41,666.67	Rp41,666.67	
Rp4,166.67	Rp4,166.67	Rp4,166.67	Rp4,166.67	Rp4,166.67	Rp4,166.67	
Rp1,666.67	Rp1,666.67	Rp1,666.67	Rp1,666.67	Rp1,666.67	Rp1,666.67	
Rp 6,082,500	Rp 6,082,500	Rp 6,082,500	Rp 6,082,500	Rp 6,082,500	Rp 6,082,500	
Rp6,665,833.33	Rp6,665,833.33	Rp6,665,833.33	Rp6,665,833.33	Rp6,665,833.33	Rp6,082,500.00	
Rp9,488,333.33	Rp9,488,333.33	Rp9,488,333.33	Rp9,488,333.33	Rp9,488,333.33	Rp10,071,666.67	Rp114,443,333.33

4.6.2 Realisasi Keuangan

Rencana modal sudah sesuai dengan perencanaan bisnis. Namun ada sedikit perubahan dengan adanya Covid. Dimana Covid merubah gaya hidup manusia. Dimana rencana pembukaan toko offline kami tunda dan kami beralih ke pelatihan melalui Zoom. Namun untuk saat ini kami sudah memulai membuka toko offline kami.

Tabel 4. 3 Realisasi Keuangan Laba Rugi 2021

CV Wicapu Kreatif Maharani
Realisasi Keuangan Laba Rugi
2021

Keterangan	1	2	3	4	5	6
Pendapatan						
Jumlah unit yang terjual	727	667	630	545	512	591
Pendapatan Usaha	Rp24,000,000.00	Rp22,000,000.00	Rp20,800,000.00	Rp18,000,000.00	Rp16,900,000.00	Rp 19,500,000
Pendapatan Youtube <i>AdSense</i>	Rp1,200,000.00	Rp1,000,000.00	Rp1,000,000.00	Rp1,000,000.00	Rp1,000,000.00	Rp 1,100,000
Pendapatan dari seminar dan <i>endorse</i>	Rp400,000.00	Rp200,000.00	Rp300,000.00		Rp100,000.00	Rp 100,000
Total Pendapatan	Rp25,600,000.00	Rp23,200,000.00	Rp22,100,000.00	Rp19,000,000.00	Rp18,000,000.00	Rp20,700,000.00
Biaya atas Pendapatan						
Biaya Produksi:						
Silikon	Rp6,800,000.00	Rp7,000,000.00	Rp7,000,000.00	Rp7,000,000.00	Rp7,000,000.00	Rp7,000,000.00
Katalisator	Rp1,500,000.00	Rp1,500,000.00	Rp1,500,000.00	Rp1,500,000.00	Rp1,500,000.00	Rp1,500,000.00
Resin	Rp1,600,000.00	Rp1,600,000.00	Rp1,000,000.00	Rp800,000.00	Rp850,000.00	Rp900,000.00
Pena	Rp100,000.00					
<i>Doubletape</i>	Rp83,000.00	Rp83,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00
Solasi	Rp83,000.00	Rp83,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00
<i>Polyfoam</i>	Rp160,000.00	Rp170,000.00	Rp100,000.00	Rp120,000.00	Rp120,000.00	Rp100,000.00
Kardus	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp30,000.00	Rp35,000.00	Rp35,000.00	Rp30,000.00
Plastik <i>Opp Seal</i>	Rp83,000.00	Rp80,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00
<i>Bubble Wrap</i>	Rp83,000.00	Rp70,000.00	Rp80,000.00	Rp700,000.00	Rp70,000.00	Rp80,000.00

<i>Tool Kids</i>	Rp400,000.00		Rp800,000.00	Rp100,000.00		
Total Biaya Produksi:	Rp10,942,000.00	Rp10,636,000.00	Rp10,660,000.00	Rp10,405,000.00	Rp9,725,000.00	Rp9,760,000.00
Labarugi Kotor	Rp14,658,000.00	Rp12,564,000.00	Rp11,440,000.00	Rp8,595,000.00	Rp8,275,000.00	Rp10,940,000.00
Pengeluaran Operasional						
Biaya Pemasaran						
Iklan Ads	Rp83,000.00	Rp83,000.00	Rp83,000.00	Rp83,000.00	Rp83,000.00	Rp83,000.00
Pembuatan Video Iklan	Rp420,000.00	Rp420,000.00	Rp420,000.00	Rp420,000.00	Rp420,000.00	Rp420,000.00
Total Biaya Marketing:	Rp503,000.00	Rp503,000.00	Rp503,000.00	Rp503,000.00	Rp503,000.00	Rp 503,000
Biaya Operasional						
Gaji Karyawan	Rp5,080,000.00	Rp5,080,000.00	Rp5,080,000.00	Rp5,080,000.00	Rp6,080,000.00	Rp 5,080,000
Listrik	Rp200,000.00	Rp200,000.00	Rp200,000.00	Rp200,000.00	Rp200,000.00	Rp 200,000
<i>Wifi dan Telpon</i>	Rp300,000.00	Rp300,000.00	Rp300,000.00	Rp300,000.00	Rp300,000.00	Rp 300,000
Pulsa	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp 50,000
Kuota	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp 50,000
Transportasi	Rp110,000.00	Rp110,000.00	Rp110,000.00	Rp110,000.00	Rp110,000.00	Rp 110,000
Tinta <i>Printer</i>			Rp66,000.00			Rp 66,000
Kertas		Rp42,000.00		Rp83,000.00		
Pemeliharaan barang elektronik						
Tinta Cap					Rp20,000.00	
Total Biaya Operasional:	Rp5,790,000.00	Rp5,832,000.00	Rp5,856,000.00	Rp5,873,000.00	Rp6,810,000.00	Rp5,856,000.00
Total Pengeluaran Operasional	Rp6,293,000.00	Rp6,335,000.00	Rp6,359,000.00	Rp6,376,000.00	Rp7,313,000.00	Rp6,359,000.00
Lab Bersih	Rp8,365,000.00	Rp6,229,000.00	Rp5,081,000.00	Rp2,219,000.00	Rp962,000.00	Rp4,581,000.00

7	8	9	10	11	12
697	836	909	1061	1121	1273
Rp 23,000,000	Rp 27,600,000	Rp 30,000,000	Rp 35,000,000	Rp 37,000,000	Rp 42,000,000
Rp 1,100,000	Rp 1,100,000	Rp 1,100,000	Rp 1,100,000	Rp 1,100,000	Rp1,100,000
	Rp 150,000		Rp 150,000	Rp 100,000	
Rp24,100,000.00	Rp28,850,000.00	Rp31,100,000.00	Rp36,250,000.00	Rp38,200,000.00	Rp43,100,000.00
Rp7,000,000.00	Rp 8,000,000	Rp 10,000,000	Rp10,000,000	Rp11,000,000	Rp 15,000,000
Rp1,500,000.00	Rp2,000,000.00	Rp 2,500,000	Rp 2,500,000	Rp 2,500,000	Rp 3,500,000
Rp900,000.00	Rp900,000.00	Rp 900,000	Rp 900,000	Rp 950,000	Rp1,000,000
Rp50,000.00	Rp83,000.00	Rp 90,000	Rp 90,000	Rp 90,000	Rp 90,000
Rp50,000.00	Rp83,000.00	Rp 90,000	Rp 90,000	Rp 90,000	Rp 90,000
Rp120,000.00	Rp170,000.00	Rp 200,000	Rp 200,000	Rp 200,000	Rp 200,000
Rp35,000.00	Rp50,000.00	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000
Rp50,000.00	Rp80,000.00	Rp 80,000	Rp 80,000	Rp 80,000	Rp 80,000
Rp70,000.00	Rp80,000.00	Rp90,000	Rp 90,000	Rp 90,000	Rp 90,000
Rp600,000					
Rp10,375,000.00	Rp11,446,000.00	Rp14,000,000.00	Rp14,000,000.00	Rp15,050,000.00	Rp20,100,000.00
Rp13,725,000.00	Rp17,404,000.00	Rp17,100,000.00	Rp22,250,000.00	Rp23,150,000.00	Rp23,000,000.00
Rp83,000.00	Rp83,000.00	Rp83,000.00	Rp83,000.00	Rp83,000.00	Rp83,000.00
Rp420,000.00	Rp420,000.00	Rp420,000.00	Rp420,000.00	Rp420,000.00	Rp420,000.00
Rp 503,000	Rp 503,000	Rp 503,000	Rp 503,000	Rp 503,000	Rp 503,000
Rp 5,080,000	Rp 5,080,000	Rp 5,080,000	Rp 6,320,000	Rp 6,320,000	Rp 6,320,000
Rp 200,000	Rp 200,000	Rp 200,000	Rp 200,000	Rp 200,000	Rp 200,000
Rp 300,000	Rp 300,000	Rp 300,000	Rp 300,000	Rp 300,000	Rp 300,000
Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000
Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000
Rp110,000	Rp 110,000	Rp 110,000	Rp 110,000	Rp 110,000	Rp 110,000

		Rp 88,000		Rp 44,000	
Rp 125,000			Rp 166,000		Rp 83,000
			Rp 50,000		
Rp5,915,000.00	Rp5,790,000.00	Rp5,878,000.00	Rp7,246,000.00	Rp7,074,000.00	Rp7,113,000.00
Rp6,418,000.00	Rp6,293,000.00	Rp6,381,000.00	Rp7,749,000.00	Rp7,577,000.00	Rp7,616,000.00
Rp7,307,000.00	Rp11,111,000.00	Rp10,719,000.00	Rp14,501,000.00	Rp15,573,000.00	Rp15,384,000.00

Rp102,032,000.00

Tabel 4. 4 Realisasi Keuangan laba rugi 2022

CV Wicapu Kreatif Maharani
Realisasi Keuangan Laba Rugi
2022

Keterangan Bulan	1	2	3	4	5	6
Pendapatan						
Jumlah unit yang terjual	1212	1061	939	848	727	727
Pendapatan Usaha	Rp 40,000,000	Rp 35,000,000	Rp 31,000,000	Rp 28,000,000	Rp 24,000,000	Rp 24,000,000
Pendapatan Youtube <i>AdSense</i>	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000
Pendapatan dari seminar dan <i>endorse</i>						
Total Pendapatan	Rp 41,000,000	Rp 36,000,000	Rp 32,000,000	Rp 29,000,000	Rp 25,000,000	Rp 25,000,000
Biaya atas Pendapatan						
Biaya Produksi:						
Silikon	Rp 15,000,000	Rp 11,000,000	Rp 11,000,000	Rp 8,000,000	Rp 8,000,000	Rp 8,000,000
Katalisator	Rp 3,500,000	Rp 2,500,000	Rp 2,500,000	Rp2,000,000.00	Rp2,000,000.00	Rp2,000,000.00
Resin	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000	Rp900,000.00	Rp900,000.00	Rp900,000.00
Pena	Rp 100,000					
<i>Doubletape</i>	Rp 90,000	Rp 90,000	Rp 90,000	Rp83,000.00	Rp83,000.00	Rp83,000.00
Solasi	Rp 90,000	Rp 90,000	Rp 90,000	Rp83,000.00	Rp83,000.00	Rp83,000.00
<i>Polyfoam</i>	Rp 200,000	Rp 200,000	Rp 200,000	Rp170,000.00	Rp170,000.00	Rp170,000.00
Kardus	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00
Plastik <i>Opp Seal</i>	Rp 80,000	Rp 80,000	Rp 80,000	Rp80,000.00	Rp80,000.00	Rp80,000.00
<i>Bubble Wrap</i>	Rp 90,000	Rp 90,000	Rp 90,000	Rp80,000.00	Rp80,000.00	Rp80,000.00
<i>Tool Kids</i>	Rp 800,000					
Total Biaya Produksi:	Rp 21,000,000	Rp 15,100,000	Rp 15,100,000	Rp 11,446,000	Rp 11,446,000	Rp 11,446,000
Labar/Rugi Kotor	Rp 20,000,000	Rp 20,900,000	Rp 16,900,000	Rp 17,554,000	Rp 13,554,000	Rp 13,554,000
Pengeluaran Operasional						
Biaya Pemasaran						
Iklan <i>Ads</i>	Rp 83,000	Rp 83,000	Rp 83,000	Rp 83,000	Rp 83,000	Rp 83,000
Pembuatan Video Iklan	Rp 500,000	Rp 500,000	Rp 500,000	Rp 500,000	Rp 500,000	Rp 500,000
Total Biaya Marketing:	Rp 583,000	Rp 583,000	Rp 583,000	Rp 583,000	Rp 583,000	Rp 583,000
Biaya Operasional						

Gaji Karyawan	Rp 5,320,000	Rp 5,320,000	Rp 5,320,000	Rp 5,320,000	Rp 6,820,000	Rp 5,320,000
Listrik	Rp 200,000	Rp 200,000	Rp 200,000	Rp 200,000	Rp 200,000	Rp 200,000
Wifi dan Telpon	Rp 300,000	Rp 300,000	Rp 300,000	Rp 300,000	Rp 300,000	Rp 300,000
Pulsa	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000
Kuota	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000
Transportasi	Rp 110,000	Rp 110,001	Rp 110,002	Rp 110,003	Rp 110,004	Rp 110,005
Tinta <i>Printer</i>						
Kertas	Rp 83,000					Rp 166,000
Pemeliharaan barang elektronik	Rp50,000.00					
Tinta Cap	Rp 20,000					
Total Biaya Operasional:	Rp 6,183,000	Rp 6,030,001	Rp 6,030,002	Rp 6,030,003	Rp 7,530,004	Rp 6,196,005
Total Pengeluaran Operasional	Rp6,766,000.00	Rp6,613,001.00	Rp6,613,002.00	Rp6,613,003.00	Rp8,113,004.00	Rp6,779,005.00
Laba Bersih	Rp13,234,000.00	Rp14,286,999.00	Rp10,286,998.00	Rp10,940,997.00	Rp5,440,996.00	Rp6,774,995.00

7	8	9	10	11	12
758	697	712	727	697	0
Rp 25,000,000	Rp 23,000,000	Rp 23,500,000	Rp 24,000,000	Rp 23,000,000	
Rp 1,000,000	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000	
	Rp 100,000				
Rp 26,000,000	Rp 24,100,000	Rp 24,500,000	Rp 25,000,000	Rp 24,000,000	Rp -
Rp 8,000,000	Rp 8,000,000	Rp 8,000,000	Rp 8,000,000	Rp 8,000,000	
Rp2,000,000.00	Rp2,000,000.00	Rp2,000,000.00	Rp2,000,000.00	Rp2,000,000.00	
Rp900,000.00	Rp900,000.00	Rp900,000.00	Rp900,000.00	Rp900,000.00	
Rp83,000.00	Rp83,000.00	Rp83,000.00	Rp83,000.00	Rp83,000.00	
Rp83,000.00	Rp83,000.00	Rp83,000.00	Rp83,000.00	Rp83,000.00	
Rp170,000.00	Rp170,000.00	Rp170,000.00	Rp170,000.00	Rp170,000.00	
Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	Rp50,000.00	
Rp80,000.00	Rp80,000.00	Rp80,000.00	Rp80,000.00	Rp80,000.00	
Rp80,000.00	Rp80,000.00	Rp80,000.00	Rp80,000.00	Rp80,000.00	
Rp 11,446,000	Rp 11,446,000	Rp 11,446,000	Rp 11,446,000	Rp 11,446,000	Rp -
Rp 14,554,000	Rp 12,654,000	Rp 13,054,000	Rp 13,554,000	Rp 12,554,000	Rp -
Rp 83,000	Rp 83,000	Rp 83,000	Rp 83,000	Rp 83,000	
Rp 500,000	Rp 500,000	Rp 500,000	Rp 500,000	Rp 500,000	
Rp 583,000	Rp 583,000	Rp 583,000	Rp 583,000	Rp 583,000	
Rp 5,320,000	Rp 5,320,000	Rp 5,320,000	Rp 5,320,000	Rp 5,320,000	
Rp 200,000	Rp 200,000	Rp 200,000	Rp 200,000	Rp 200,000	
Rp 300,000	Rp 300,000	Rp 300,000	Rp 300,000	Rp 300,000	
Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000	
Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000	

Rp 110,006	Rp 110,006	Rp 110,007	Rp 110,008	Rp 110,008	
		Rp 83,000		Rp 83,000	
Rp 6,030,006	Rp 6,030,006	Rp 6,113,007	Rp 6,030,008	Rp 6,113,008	Rp -
Rp6,613,006.00	Rp6,613,006.00	Rp6,696,007.00	Rp6,613,008.00	Rp6,696,008.00	Rp0.00
Rp7,940,994.00	Rp6,040,994.00	Rp6,357,993.00	Rp6,940,992.00	Rp5,857,992.00	Rp0.00

Rp94,103,950.00

Tabel 4.1 – 4.4 merupakan tabel laba rugi Wicapu Kreatif. Rencana di tahun 2021 dan realisasinya serta rencana dan realisasi di tahun 2022. Dimana terdapat juga detail seperti item yang terjual, promosi dan juga pendapatan kotor. Perbandingan perencanaan dan realisasi jumlah item terjual kami perjelas kembali padaa tabel 4.5 serta realisasi dan perencanaan pendapatan kotor kami perjelas di tabel 4.6. dan pendapatan bersih kami perjelas kembali di tabel 4.7.

Pada tabel 4.1-4.4 kami menampilkan detail biaya produksi dan item produksi serta item biaya operasional dan item biaya promosi juga kami detailkan. Total pendapatan dari Wicapu Kreatif terdiri dari tiga sumber yaitu :

- a. Pendapatan usaha yang didapat dari penjualan cetakan dan bahan komposit.
- b. Pendapatan youtube *adsense*, adalah pendapatan yang kami peroleh dari pembuatan konten-konten di media sosial, dimana didalam usaha ini kami juga membuat literasi tentang komposit yang kami sebar melalui media sosial. Oleh karena itu kami juga mendapatkan penghasilan dari *adsense*.
- c. Yang terakhir adalah seminar dan endorse, penghasilan ketiga ini adalah penghasilan paling kecil. Penghasilan ini kami dapat dari pergerakan kami memberikan pelatihan dan juga adanya promosi produk lain di sosial media kami. Pelatihan tidak selalu kami *monetisasi*. Kami akan menggratiskan pelatihan jika panitia penyelenggara tidak memungut tiket dari peserta dan tidak mendapat sponsor. Sebaliknya jika panitia penyelenggara memungut tiket dan ada sponsor masuk maka kami akan mendapatkan penghasilan dari pelatihan tersebut. Prlatihan gratis paling sering kami berikan di kantor kami secara langsung dengan membuat janji terlebih dahulu dengan kami.

Dalam biaya operasional bulan mei 2021 kususnya di item gaji karyawan naik dari bulan sebelumnya dikarenakan terdapat THR (tunjangan hari raya). Untuk bulan oktober – desember 2021 juka terdapat kenaikan pada item gaji karyawan, dikarenakan adanya penambahan karyawan untuk mengimbangi permintaan penjualan yang meningkat hampir dua kalilipat dari bulan september dan sebelum September. Untuk awal 2022 *item* gaji karyawan pada operasional kembali ke normal da nada kenaikan saat adanya THR (tunjangan hari raya). Kami mengurangi karyawan karena kami memitigasi adanya penurunan karena mulai ada isu-isu resesi.

Pengurangan karyawan bukan karyawan tetap, namun karyawan tambahan yang kami pekerjakan secara kontrak perbulan.

Pendapatan usaha mengalami kenaikan di akhir 2021 dan di awal 2022. Penurunan di pertengahan sampai akhir 2022 kami prediksi karena ada isu resesi global. Dampak dari kenaikan penjualan adalah meningkatnya jumlah bahan baku yang kita butuhkan. Terdapat kenaikan pengeluaran untuk membeli bahan baku di akhir 2021 dan awal 2022. Untuk selebihnya selain yang kami perjelas tidak ada perubahan dan selalu kita jaga di posisi yang sudah kami rencanakan.

Tabel 4. 5 Perbandingan Perencanaan dan Realisasi Jumlah Item Terjual

2021	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
rencana item yang terjual	727	727	727	727	727	727	727	727	727	727	727	727
realisasi item yang terjual	727	667	630	545	512	591	697	836	909	1061	1121	1273

2022	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
rencana item yang terjual	818	818	818	818	818	818	818	818	818	818	818	
realisasi item yang terjual	1212	1061	939	848	727	727	758	697	712	727	697	

Perbandingan perencanaan dan realisasi jumlah item terjual mengalami peningkatan di lima bulan terakhir 2021 sampai 4 bulan awal 2022 dan di tahun 2022 bulan lima sampai akhir 2022 mengalami penurunan dari yang sudah di targetkan. Hal ini kami mitigasi karena adanya isu resesi global.

Tabel 4. 6 Perbandingan Perencanaan dan Realisasi Pendapatan

2021	1	2	3	4	5	6
Rencana Total Pendapatan	Rp25,583,333.33	Rp25,583,333.33	Rp25,583,333.33	Rp25,583,333.33	Rp25,583,333.33	Rp25,583,333.33
Realisasi Total Pendapatan	Rp25,600,000.00	Rp23,200,000.00	Rp22,100,000.00	Rp19,000,000.00	Rp18,000,000.00	Rp20,700,000.00

2022	1	2	3	4	5	6
Rencana Total Pendapatan	Rp 28,708,333	Rp 28,708,333	Rp 28,708,333	Rp 28,708,333	Rp 28,708,333	Rp 28,708,333
Realisasi Total Pendapatan	Rp 41,000,000	Rp 36,000,000	Rp 32,000,000	Rp 29,000,000	Rp 25,000,000	Rp 25,000,000

7	8	9	10	11	12
Rp25,583,333.33	Rp25,583,333.33	Rp25,583,333.33	Rp25,583,333.33	Rp25,583,333.33	Rp25,583,333.33
Rp24,100,000.00	Rp28,850,000.00	Rp31,100,000.00	Rp36,250,000.00	Rp38,200,000.00	Rp43,100,000.00

7	8	9	10	11	12
Rp 28,708,333	Rp 28,708,333	Rp 28,708,333	Rp 28,708,333	Rp 28,708,333	Rp 28,708,333
Rp 26,000,000	Rp 24,100,000	Rp 24,500,000	Rp 25,000,000	Rp 24,000,000	

Perbandingan perencanaan dan realisasi pendapatan, sejalan dengan jumlah item pada tabel 4.5 pendapatan mengalami peningkatan di lima bulan terakhir 2021 sampai 4 bulan awal 2022 dan di tahun 2022 bulan lima sampai akhir 2022 mengalami penurunan dari yang sudah di targetkan. Hal ini kami mitigasi karena adanya isu resesi global.

Tabel 4. 7 Perbandingan Perencanaan dan Realisasi Laba

1	2	3	4	5	6	7
Rencana Laba Bersih	Rp 7,471,667	Rp 7,471,667	Rp 7,471,667	Rp 7,471,667	Rp 7,471,667	Rp 7,471,667
Realisasi Laba Bersih	Rp 8,365,000	Rp 6,229,000	Rp 5,081,000	Rp 2,219,000	Rp 962,000	Rp 4,581,000

1	2	3	4	5	6	7
Rencana Laba Bersih	Rp 9,488,333	Rp 9,488,333	Rp 9,488,333	Rp 9,488,333	Rp 9,488,333	Rp 9,488,333
Realisasi Laba Bersih	Rp 13,234,000	Rp 14,286,999	Rp 10,286,998	Rp 10,940,997	Rp 5,440,996	Rp 6,774,995

8	9	10	11	12	12
Rp 7,471,667	Rp 7,471,667	Rp 7,471,667	Rp 7,471,667	Rp 7,471,667	Rp 7,471,667
Rp 7,307,000	Rp 11,111,000	Rp 10,719,000	Rp 14,501,000	Rp 15,573,000	Rp 15,384,000

8	9	10	11	12	12
Rp 9,488,333	Rp 9,488,333	Rp 9,488,333	Rp 9,488,333	Rp 9,488,333	Rp 10,071,667
Rp 7,940,994	Rp 6,040,994	Rp 6,357,993	Rp 6,940,992	Rp 5,857,992	

Perbandingan perencanaan dan realisasi laba juga sejalan dengan tabel 4.5 dan 4.6. walaupun terdapat laba yang di bawah target namun Wicapu Kreatif masih bisa mencatatkan keuntungan

Tabel 4. 8 Depresiasi Aset Wicapu Kreatif

CV. Wicapu Kreatif Maharani
Depresiasi Aset
2019-2023

No	Nama Asset	Jumlah Unit	Harga Per Unit	Harga Perolehan	Umur Ekonomis	Nilai Sisa	Depresiasi				
							2019	2020	2021	2022	2023
1	Komputer	1	Rp8,800,000.00	Rp8,800,000.00	5	Rp3,520,000.00	Rp1,056,000.00	Rp1,056,000.00	Rp1,056,000.00	Rp1,056,000.00	Rp1,056,000.00
2	CPU	1	Rp2,640,000.00	Rp2,640,000.00	5	Rp1,056,000.00	Rp316,800.00	Rp316,800.00	Rp316,800.00	Rp316,800.00	Rp316,800.00
3	Laptop	1	Rp4,840,000.00	Rp4,840,000.00	5	Rp1,936,000.00	Rp580,800.00	Rp580,800.00	Rp580,800.00	Rp580,800.00	Rp580,800.00
4	Printer	1	Rp528,000.00	Rp528,000.00	5	Rp211,200.00	Rp63,360.00	Rp63,360.00	Rp63,360.00	Rp63,360.00	Rp63,360.00
5	Handphone	2	Rp1,320,000.00	Rp2,640,000.00	5	Rp1,056,000.00	Rp316,800.00	Rp316,800.00	Rp316,800.00	Rp316,800.00	Rp316,800.00
6	Meja Komputer	1	Rp132,000.00	Rp132,000.00	5	Rp52,800.00	Rp15,840.00	Rp15,840.00	Rp15,840.00	Rp15,840.00	Rp15,840.00
7	Kursi	4	Rp88,000.00	Rp352,000.00	5	Rp140,800.00	Rp42,240.00	Rp42,240.00	Rp42,240.00	Rp42,240.00	Rp42,240.00
8	Meja Kerja	4	Rp132,000.00	Rp528,000.00	5	Rp211,200.00	Rp63,360.00	Rp63,360.00	Rp63,360.00	Rp63,360.00	Rp63,360.00
9	Meja Pengeringan	1	Rp132,000.00	Rp132,000.00	5	Rp52,800.00	Rp15,840.00	Rp15,840.00	Rp15,840.00	Rp15,840.00	Rp15,840.00
10	Mesin Amplas	1	Rp2,376,000.00	Rp2,376,000.00	5	Rp950,400.00	Rp285,120.00	Rp285,120.00	Rp285,120.00	Rp285,120.00	Rp285,120.00
11	Kompresor	1	Rp1,760,000.00	Rp1,760,000.00	5	Rp704,000.00	Rp211,200.00	Rp211,200.00	Rp211,200.00	Rp211,200.00	Rp211,200.00
12	Printer 3D	1	Rp1,760,000.00	Rp1,760,000.00	5	Rp704,000.00	Rp211,200.00	Rp211,200.00	Rp211,200.00	Rp211,200.00	Rp211,200.00
13	Etalase	1	Rp3,520,000.00	Rp3,520,000.00	5	Rp1,408,000.00	Rp422,400.00	Rp422,400.00	Rp422,400.00	Rp422,400.00	Rp422,400.00
14	Mesin Jig Zaw	1	Rp1,276,000.00	Rp1,276,000.00	5	Rp510,400.00	Rp153,120.00	Rp153,120.00	Rp153,120.00	Rp153,120.00	Rp153,120.00
15	Mesin Trimer	1	Rp220,000.00	Rp220,000.00	5	Rp88,000.00	Rp26,400.00	Rp26,400.00	Rp26,400.00	Rp26,400.00	Rp26,400.00
16	Lampu kerja	3	Rp264,000.00	Rp792,000.00	5	Rp316,800.00	Rp95,040.00	Rp95,040.00	Rp95,040.00	Rp95,040.00	Rp95,040.00
17	laser engraving	1	Rp968,000.00	Rp968,000.00	5	Rp387,200.00	Rp116,160.00	Rp116,160.00	Rp116,160.00	Rp116,160.00	Rp116,160.00
18	Mesin Bor flexibel	1	Rp440,000.00	Rp440,000.00	5	Rp176,000.00	Rp52,800.00	Rp52,800.00	Rp52,800.00	Rp52,800.00	Rp52,800.00
19	Mesin Bor tangan	1	Rp264,000.00	Rp264,000.00	5	Rp105,600.00	Rp31,680.00	Rp31,680.00	Rp31,680.00	Rp31,680.00	Rp31,680.00
20	Solder	1	Rp44,000.00	Rp44,000.00	5	Rp17,600.00	Rp5,280.00	Rp5,280.00	Rp5,280.00	Rp5,280.00	Rp5,280.00
21	Bangunan	1	Rp161,040,000.00	Rp161,040,000.00	25	Rp64,416,000.00	Rp3,864,960.00	Rp3,864,960.00	Rp3,864,960.00	Rp3,864,960.00	Rp3,864,960.00
Total		20		Rp195,052,000.00			Rp7,946,400.00	Rp7,946,400.00	Rp7,946,400.00	Rp7,946,400.00	Rp7,946,400.00

Dalam perhitungan depresiasi aset Wicapu Kreatif, tanah atau lahan tidak masuk ke dalam perhitungan. Dikarenakan nilai tanah tempat Wicapu Kreatif berada dalam jangka waktu perhitungan depresiasi diperkirakan tidak mengalami penurunan.

4.7 Evaluasi Bisnis

4.7.1 Temuan Praktek Bisnis

Setelah penulis menjalani bisnis berpatokan analisa keuangan, keputusan manajemen operasional, SWOT, BMC dan didukung oleh sudut pandang usia produk serta jendela konsumen. Bisnis ini bisa berjalan lebih terarah dan sesuai perencanaan dari sebelum menggunakan metode bisnis. Mengingat bisnis ini sudah berjalan dari 2018 dan di buat praktek bisnis pada tahun 2021-2022. Namun ada hal yang harus di perhatikan yaitu adanya pergerakan ekonomi global yang dapat mempengaruhi pembelian di dalam negeri.

Temuan lain yang kami dapati dari hasil realisasi keuangan dimana setelah kami melakukan semua metode kami bisa menjalankan bisnis ini lebih terarah dan mengetahui posisi kami berada. Namun ada penurunan di semester 2 tahun 2022. Hal tersebut kami indikasi karena adanya isu resesi global setelah pandemi. Namun walaupun ada penurunan laba bersih semester 2 2022 Wicapu Kreatif masih mencatatkan laba bersih bernilai positif. Oleh itu maka kami juga akan memperdalam mitigasi kami didalam perekonomian global guna merealistisasi target-target kami di tahun-tahun selanjutnya.

Masukan eksternal melalui diskusi, testimony, kritik, saran dan menerapkan teori dari ahli membuat bisnis kita semakin berkembang lebih cepat. Dimana kita sebagai pebisnis harus mampu berkembang. Mengorbankan orang dengan menjawab, berdiskusi dan bahkan mengangkat telepon dari konsumen, calon konsumen dalam agenda pemesanan maupun komplain. Dengan hal itu membuat bisnis memiliki karakter khusus di hati konsumen. sehingga secara tidak langsung meningkatkan *branding awareness*. Serta banyak gagasan-gagasan yang bisa didapatkan untuk mengembangkan bisnis.

Bentuk Wicapu Kreatif mengorbankan konsumen, Wicapu Kreatif membuat video jawab-jawab pertanyaan di channel youtube. Dimana dengan menjawab melalui youtube pertanyaan yang sama bisa terjawab melalui video tersebut. tidak hanya itu, kami

juga membuat video kusus (video tutorial) yang direquest oleh konsumen maupun netizen yang bertanya di semua media sosial Wicapu Kreatif.

Dengan menerapkan teori yang paling berpengaruh besar di Wicapu Kreatif yaitu dengan menggunakan jendela konsumen. Dengan memandang sistem kita menggunakan jendela konsumen tadi maka pergerakan dalam bisnis lebih efisien dan cepat. Terbukti framework kami menjadi lebih bervariasi, dari yang awalnya 7-14 hari kerja menjadi 3-5 hari kerja bahkan 1 hari kerja. (Gambar 3.4 framework)

Dunia komposit di Indonesia masih belum banyak tersentuh. Dimana bisnis ini berawal dari kebutuhan konsumen dan kami menyediakan jasanya. Pada awalnya bisnis ini penulis taksir sebagai bisnis yang jangka waktunya pendek. Namun setelah kami masuk kedalam fakta-fakta sangat mencengangkan penulis dapat. Dimana Wicapu Kreatif mampu menjalankan usaha 5 tahun ini dan dimana Wicapu Kreatif mampu membangun sebuah kantor di Dusun Jongkang, Sariharjo Ngaglik, Sleman, DIY dan mengajak karyawan piknik ke berbagai kota di Indonesia seperti Bali, Jakarta dan Bogor.

Bisnis Wicapu Kreatif terus kami dalam. Mengingat kami membuka bisnis berlandaskan Ilmu di Teknik Mesin saat S1 dan didukung dengan keilmuan yang saat ini sedang kami tiba di Manajemen UII. Semakin memperkuat kami dan mempermudah pergerakan bisnis dalam menghadapi naik turunnya bisnis terutama di saat corona.

Wicapu Kreatif pada saat pandemi diluar ekspektasi bisa berperan sebagai bisnis yang mampu membuka lapangan kerja baru dari produk yang dihasilkan. Saat pandemi hampir semua sektor mengalami perubahan drastis dalam kebiasaan bekerja. Bekerja melalui rumah bahkan ada yang dirumahkan tanpa batas yang belum bisa ditentukan. Hal tersebut membuat orang yang tadinya bekerja mencari solusi lain saat berada di rumah. Salah Satu solusi adalah membeli produk Wicapu Kreatif berupa cetakan untuk membuat produk sendiri seperti lilin *homemade*, sabun *homemade*, pot skulen, dan berbagai perhiasan resin.

4.7.2 Rencana/Usulan Pengembangan Bisnis

Rencana pengembangan bisnis Wicapu Kreatif yaitu mengeluarkan produk *food grade*. Kebutuhan cetakan *food grade* cukup besar. Hal tersebut kami dapati ketika

banyaknya pesanan masuk untuk memesan cetakan. Dalam pengembangan produk *food grade* Wicapu Kreatif juga memenuhi sarana prasarana guna melakukan produksi secara standar keamanan olahan pangan. Izin dalam produksi cetakan *food grade* akan kami penuhi.

Yang kedua rencana pengembangan bisnis Wicapu Kreatif yaitu akan menaikkan kelas bisnis ini dengan cara menambah alat dan lokasi yang kapasitas dan kepresisian produksi lebih baik.

BAB 5

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Dengan *research and development* yang berjalan secara bersamaan bisnis ini kami jalankan tanpa menunggu sempurna kami tetap menjalankan walau masih banyak kekurangan. Mengingat kebutuhan cetakan sangatlah banyak dan berdasarkan hasil penelitian skripsi Teknik Mesin S1 penulis memutuskan memenuhi permintaan pasar. Selanjutnya bisnis ini dianalisis menggunakan analisis SWOT, dilanjutkan dengan menentukan strategi kompetitif analisis menggunakan *Porter's Competitive strategy* dan diakhiri analisis *Business Model Canvas*. Wicapu Kreatif perlu melakukan pengembangan bisnis dikarenakan sudah berjalan sejak 2018, maka dilakukan pengembangan bisnis dengan pendekatan konsep *Business Model Innovation* didukung oleh sudut pandang melalui jendela konsumen dan kuadran S.

Dengan melakukan praktek bisnis dari April 2021 sampai November 2022 dengan berdasarkan manajemen strategi maka keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat manajemen yang diimplementasikan di seluruh bagian yang ada dalam Wicapu Kreatif dalam pencapaian tujuan. Penerapan manajemen strategi membantu memahami kekuatan bersaing dan mencari posisi keunggulan kompetitif perusahaan secara berkelanjutan, konsisten dan sistematis.

Bisnis ini dapat bertahan dan bahkan berperan membuka lapangan pekerjaan di masa pandemi dikarenakan produk dan jasa yang kami tawarkan merupakan produk solusi dari kebutuhan konsumen akan cetakan *custom* yang belum terpenuhi. Pembuatan konten edukasi tentang cetakan serta proses pembuatan bahan komposit mampu menarik dan mengenalkan bisnis kami lebih luas lagi dari pasar yang sudah ada sebelumnya.

Dalam waktu praktek bisnis penulis sebagai pemilik bisnis membuat akta CV dengan nama CV WICAPU KREATIF MAHARANI serta melakukan pengujian produk di laboratorium dinas perindustrian sehingga produk dan jasa Wicapu Kreatif dapat kami tawarkan secara *business to business*.

5.2 Rekomendasi Implikasi Bisnis/Manajerial

Berdasarkan dari yang sudah penulis lakukan di Wicapu Kreatif tentunya masih banyak hal yang bisa di kembangkan lagi. Mengingat suatu bisnis tidak akan pernah bisa berhenti di satu titik. Bisnis harus tetap berinovasi agar bisa berjalan seiring jaman. Usaha yang kami lakukan saat ini masih belum memasuki ke arah yang bersentuhan dengan makanan. Dimana kebutuhan akan cetakan di dunia kuliner sangatlah banyak. Hal tersebut kami jumpai ketika banyak pesanan yang masuk untuk memesan cetakan untuk mencetak makanan.

Membuat cetakan untuk mencetak makanan belum bisa kami lakukan. Mengingat kami menyadari tempat produksi kami masih terbatas. Selain itu tempat untuk memproduksi cetakan yang di peruntukan untuk makanan memerlukan peralatan yang terjaga kebersihannya. Jika kami masuk ke arah cetakan untuk makanan maka kami harus membuat dua tempat produksi dan SDM yang berbeda pula. Sehingga kami memutuskan untuk fokus ke cetakan yang tidak di peruntukan untuk makanan, yaitu cetakan untuk mencetak gypsum, lilin, semen, resin dan juga sabun.

Untuk para teman-teman yang membaca tulisan ini seyogyanya bisa mengkaji lagi atau bergerak di dalam bidang memenuhi kebutuhan cetakan custom untuk mencetak makanan. Dengan standar yang sesuai aturan yang ada. Sehingga nantinya teman-teman dapat berperan aktif memajukan produk kuliner.

Sepuluh keputusan manajemen strategis menjadi landasan bisnis yang akan dijalankan. Penerapan *Business Model Canvas*, analisis SWOT, *Strategy Competitive Porter's* ditambah pandangan jendela onsumen dan kuadran S dapat membantu perusahaan menentukan strategi yang akan dijalankan kedepannya. Menentukan, membaca dan memantau laporan keuangan tidak luput dari hal yang harus di perhatikan agar kelayakan bisnis tetap bisa dijalankan sesuai perencanaan. Dalam bisnis tidak ada yang abadi kecuali perubahan. Maka dari itu Sembilan keputusan dalam BMI harus dapat dijadikan patokan untuk perusahaan dapat terus berjalan dengan terus berinovasi.

- google, *minimal pemesanan cetakan*. (n.d.). Retrieved from https://www.google.com/search?q=jual+resin&tbm=lcl&sxsrf=AOaemvJVSWR4MWB YDFXZwLVKoDMn2RoNJA%3A1631200844543&ei=TCY6YdnEINXt9QPGy4LgBQ &oq=jual+resin&gs_l=psy-ab.3..0i512k112j0i67k1j0i512k114j0i67k1j0i512k112.19331.20691.0.21024.5.5.0.0.0.0.96.457.5.5.0....
- Graham, J. a. (2001). *The Theory and Practice of Corporate Finance: Evidence From The Field*. Vol. 60 No. 2–3, pp. 187–243.: *Journal of Financial Economics*, .
- Heikkilä, M. B. (2018). From strategic goals to business model innovation paths: an exploratory study. *Journal of Small Business and Enterprise Development*,, Vol. 25 No. 1, pp. 107–128.
- Heizer, J. R. (2017). *Operations Management*. . United States of America: United States of America, available at:<https://doi.org/10.4135/9781483331096.n334>.
- Heizer, J. R. (2017). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management, The SAGE Encyclopedia of Alcohol: Social, Cultural, and Historical Perspectives*. United States of America: Pearson Education, United States of America, available at:<https://doi.org/10.4135/9781483331096.n334>.
- Holtström, J. B. (2019). Business model development for sustainable apparel consumption: The case of Houdini Sportswear. ”, *Journal of Strategy and Management*, , Vol. 12 No. 4, pp. 481–504.
- James L Gipson dan John Ivancevich. (1994). *Organisasi dan manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Kharat, A. T. (2020). Importance of Online Marketing on Integrated Marketing Communication. *UGC Care Journal*, , Vol. 40 No. 27, pp. 620–626.
- kotler, P. A. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. Jilid 1). Jakarta: Elangga.
- Kotler, P. a. (2016). *Marketing Management. Pearson Education Limited*, , 15 Edition.
- Laukkanen, M. a. (2014). Analysing Barriers to Sustainable Business Model Innovations: Innovation Systems Approach. *International Journal of Innovation Management*,, Vol. 18 No. 6, available at:<https://doi.org/10.1142/S1363919614400106>.
- Martoyo, S. (1994). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Nawawi. (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif*. Yogyakarta.: Gajah Mada University press.

- Noe, R.A., Hollenbeck, J.R., Gerhart, B., Wright, M.P. (2000). *Human Resource Management*. Boston.: International edition. McGraw-Hill Irwin.
- Osterwalder, A. a. (2010). *Business Model Generation*. available at:<https://doi.org/10.2307/j.ctvh9vtn3.17>.
- Osterwalder, A. a. (2010). *Business Model Generation, edited by Clark, T., John Wiley & Sons, Inc, Hoboken, New Jersey.*. available at:<https://doi.org/10.2307/j.ctvh9vtn3.17>.
- Pearch, Robinson. (1997). Manajemen Startegik: formulasi, impilmentasi, dan pengendalian. In *Manajemen Startegik* (pp. Hal 47-48). Jakarta: Binarupa Aksara:.
- Pearch, Robinson. (1997). Manajemen Strategik : Formulasi, Implementasi dan pengendalian. In *Manajemen Strategik* (pp. 47-48). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Pieroni, M. d. (2019). Business Model Innovation for Circular Economy: Integrating Literature and Practice into a Conceptual Process Model”, Proceedings of the International Conference on Engineering Design, . *ICED*, Vol. 2019-Augus No. August, pp. 2517–2526.
- Pieroni, M. d. (2019). *Business Model Innovation for Circular Economy: Integrating Literature and Practice into a Conceptual Process Model”*, *Proceedings of the International Conference on Engineering Design, ICED*.
- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Pres.
- Purnomo, W. C. (2017). *DESAIN DAN PEMBUATAN SUVENIR BERCORAK UII JOGJA BERUPA JEPITAN DASI, PLAKAT DAN LOGO KOTAK PLAKAT*. Yogyakarta: UII.
- roniplastik.simdif. (n.d.). *roniplastik.simdif.com*. Retrieved 9 9, 2021, from <https://roniplastik.simdif.com/>
- Simamora, H. (1997). Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi 2, STIE YKPN. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Teece, D. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long Range Planning, Elsevier Ltd*, , Vol. 43 No. 2–3, pp. 172–194.
- Todeschini, B. C.-d.-M. (2017). *Innovative and sustainable business models in the fashion industry: Entrepreneurial drivers, opportunities, and challenges*. Kelley School of Business, Indiana University”, Vol. 60 No. 6, pp. 759–770.

- Umar, A. S. (2018). Business model canvas as a solution for competing strategy of small business in Indonesia. *International Journal of Entrepreneurship*, , Vol. 22 No. 1, pp. 1–5.
- Wheelen dan D.J.Hunger,. (2012). *Strategic Management and Business Policy*,. United States of America:: Pearson.
- Wheelen, T. H. (2018). *Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation, and Sustainability*. United Kingdom: 15th ed., Pearson Education, United Kingdom, available at:<https://doi.org/10.1057/jors.1990.13>.
- Wilson Setiawan M.M, d. D. (2014). PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol2,No 1*, Vol2,No 1.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Izin Usaha (NIB)



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDIK BERUSAHA: 300922022848

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

- 1. Nama Pelaku Usaha: CV WISMA KREATIF ANAKKASAB
- 2. Alamat Kantor: JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591

No. NIB: 01162022848
Email: info@wismaanakkasab.com
3. Status Perizinan Usaha: PMSB
4. Kode Klasifikasi Risiko Lapangan Usaha Indonesia: U/011
5. Status Usaha: Usaha Mikro

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama masa berlaku kegiatan usaha yang berlaku sebagai Angka Pengenal Import (API), dan akan kadaluarsa, apabila/dalam kesempatan pertama masa berlaku dari perizinan sudah berakhir/kadaluarsa, serta tidak memenuhi syaratnya perizinan Wajib Lapor Pelaksanaan dan Penutupan (WLP/P).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Khusus untuk NIB dengan klasifikasi risiko rendah sebagaimana terlampir, NIB merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai sertifikasi pertama untuk hasil berdasarkan persyaratan mandiri pelaku usaha dan setelah memperoleh perizinan tersebut dapat melanjutkan Proses Prodak Hasil (PPH) dan Penyerah Hasil dan Perantara Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dibuatkan di Jakarta, tanggal: 30 September 2022

Menteri Investasi/
Kepala Badan Koordinat Perencanaan, Mada,
[Logo]
[Tanda Tangan]



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
LAMPIRAN
NOMOR INDIK BERUSAHA: 300922022848

1. Daftar Kegiatan Usaha Risiko Rendah (RRL) dalam Perizinan Tunggal

No. Urut	Kategori	Uraian Usaha	Klasifikasi Risiko	Status Perizinan	Kode Perizinan	Referensi Peraturan
1	Manufaktur	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021
2	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021

2. Daftar Kegiatan Usaha Risiko Rendah (RRL) dalam Perizinan Tunggal

No. Urut	Kategori	Uraian Usaha	Klasifikasi Risiko	Status Perizinan	Kode Perizinan	Referensi Peraturan
1	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021
2	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021
3	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021

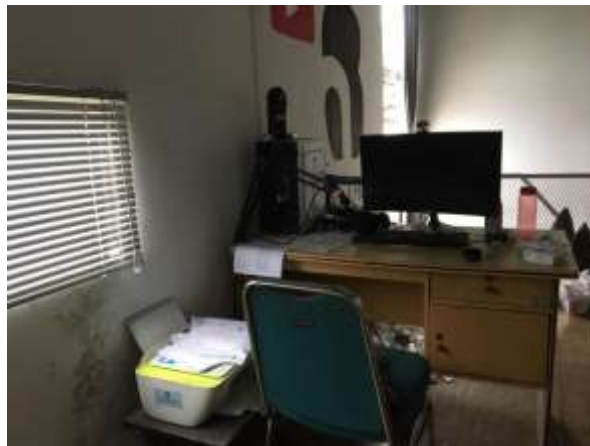
No. Urut	Kategori	Uraian Usaha	Klasifikasi Risiko	Status Perizinan	Kode Perizinan	Referensi Peraturan
1	Manufaktur	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021
2	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021
3	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021
4	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021
5	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021
6	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021
7	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021
8	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021
9	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021
10	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021
11	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021
12	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021
13	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021
14	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021
15	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021

No. Urut	Kategori	Uraian Usaha	Klasifikasi Risiko	Status Perizinan	Kode Perizinan	Referensi Peraturan
16	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021
17	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021
18	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021
19	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021
20	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021
21	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021
22	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021
23	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021
24	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021
25	Retail	JALAN PALJARAN TENTARA PELAJAR NO 31 A, Desa/Kelurahan: Sarifabdi, Kec. Nyagah, Kab. Sumanu, Provinsi Sulawesi Tenggara, Kode Pos: 83591	Rendah	MS	01162022848	Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2021

Lampiran 2. Fasilitas Produksi



Fasad Kantor wicapukreatif



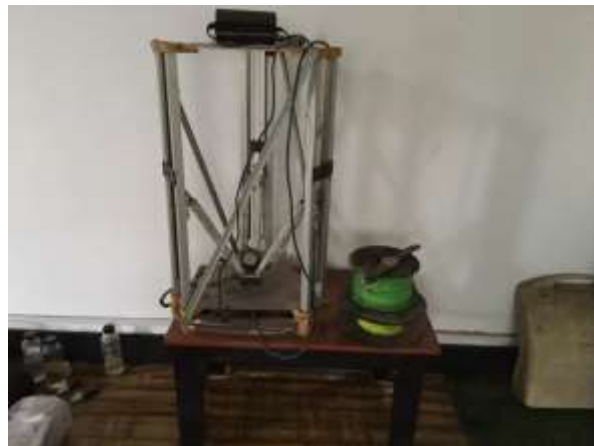
Tempat editing konten



Mini Studio untuk tutorial



Ruang produksi cetakan



Mesin 3d print



Mesin Trimer, Mesin Grinda, Mesin Pasah, Mesin Bor



Mesin jig saw dan mesin amplas



Laser engraving mini



Kompresor

Lampiran 3. Data penjualan

No	NO ANTRIAN	NAMA	NO HP	YANG
7	2438	Ryho C	08133221099	Jember
8	2437	Supri Mariani	08132938919	Surabaya
9	2432-2436	Mohammad Tajid	08185292832	Surabaya
10	2435	Ahmad Abdillah	08192581146	Surabaya
11	2434	Lyngan Husain	08122127993	Surabaya
12	2433	Armayudi	08121316188	Surabaya
13	2432	Roni Satrio	08178618433	Surabaya
14	2431	Iqom	08976786424	Surabaya
15	2430	Fahd Abdillah	08181562862	Surabaya
16	2429	Iqom	08167740416	Surabaya
17	2428	Hamad Taufik	08183222429	Surabaya
18	2427	Hendrik Anandhito	08223898128	Surabaya
19	2426	Muhammad Fauzi alif	08119429118	Surabaya
20	2425	Mohammad Fauzi alif	08142605149	Surabaya
21	2424	Achilla Farad	08190120010	Surabaya
22	2423	Rizki	08126031199	Surabaya
23	2422	Idha	0812819665	Surabaya
24	2421	Fahmi Rizki F	0811038588	Surabaya
25	2420	Rizki Nur Hafidha	08282828282	Surabaya
26	2419	Fitri Nur Hafidha	08131612122	Surabaya
27	2418	Rizki Nur Hafidha	08122414621	Surabaya
28	2417	Idha	08113114232	Surabaya
29	2416	Idha	08120410941	Surabaya
30	2415	Fahmi Nur Hafidha	0818789441	Surabaya
31	2414	Idha	08120410941	Surabaya
32	2413	Zaini Nur Hafidha	08141881041	Surabaya
33	2412	Idha	08120410941	Surabaya
34	2411	Idha	08120410941	Surabaya
35	2410	Idha	08120410941	Surabaya
36	2409	Idha	08120410941	Surabaya
37	2408	Idha	08120410941	Surabaya
38	2407	Idha	08120410941	Surabaya
39	2406	Idha	08120410941	Surabaya
40	2405	Idha	08120410941	Surabaya
41	2404	Idha	08120410941	Surabaya
42	2403	Idha	08120410941	Surabaya
43	2402	Idha	08120410941	Surabaya
44	2401	Idha	08120410941	Surabaya
45	2400	Idha	08120410941	Surabaya
46	2399	Idha	08120410941	Surabaya
47	2398	Idha	08120410941	Surabaya
48	2397	Idha	08120410941	Surabaya
49	2396	Idha	08120410941	Surabaya
50	2395	Idha	08120410941	Surabaya
51	2394	Idha	08120410941	Surabaya
52	2393	Idha	08120410941	Surabaya
53	2392	Idha	08120410941	Surabaya
54	2391	Idha	08120410941	Surabaya
55	2390	Idha	08120410941	Surabaya
56	2389	Idha	08120410941	Surabaya
57	2388	Idha	08120410941	Surabaya
58	2387	Idha	08120410941	Surabaya
59	2386	Idha	08120410941	Surabaya
60	2385	Idha	08120410941	Surabaya
61	2384	Idha	08120410941	Surabaya
62	2383	Idha	08120410941	Surabaya
63	2382	Idha	08120410941	Surabaya
64	2381	Idha	08120410941	Surabaya
65	2380	Idha	08120410941	Surabaya
66	2379	Idha	08120410941	Surabaya
67	2378	Idha	08120410941	Surabaya
68	2377	Idha	08120410941	Surabaya
69	2376	Idha	08120410941	Surabaya
70	2375	Idha	08120410941	Surabaya
71	2374	Idha	08120410941	Surabaya
72	2373	Idha	08120410941	Surabaya
73	2372	Idha	08120410941	Surabaya
74	2371	Idha	08120410941	Surabaya
75	2370	Idha	08120410941	Surabaya
76	2369	Idha	08120410941	Surabaya
77	2368	Idha	08120410941	Surabaya
78	2367	Idha	08120410941	Surabaya
79	2366	Idha	08120410941	Surabaya
80	2365	Idha	08120410941	Surabaya
81	2364	Idha	08120410941	Surabaya
82	2363	Idha	08120410941	Surabaya
83	2362	Idha	08120410941	Surabaya
84	2361	Idha	08120410941	Surabaya
85	2360	Idha	08120410941	Surabaya
86	2359	Idha	08120410941	Surabaya
87	2358	Idha	08120410941	Surabaya
88	2357	Idha	08120410941	Surabaya
89	2356	Idha	08120410941	Surabaya
90	2355	Idha	08120410941	Surabaya
91	2354	Idha	08120410941	Surabaya
92	2353	Idha	08120410941	Surabaya
93	2352	Idha	08120410941	Surabaya
94	2351	Idha	08120410941	Surabaya
95	2350	Idha	08120410941	Surabaya
96	2349	Idha	08120410941	Surabaya
97	2348	Idha	08120410941	Surabaya
98	2347	Idha	08120410941	Surabaya
99	2346	Idha	08120410941	Surabaya
100	2345	Idha	08120410941	Surabaya

Lampiran 4. Cash flow perusahaan

Laporan Arus Kas	
Periode Maret 2022	
Aktifitas Operasional	
Perubahan	Rp 11,000,000
Pembelian Bahan Baku	Rp (855,000)
Biaya dan Beban	
Biaya Listrik	Rp (181,000)
Biaya Wifi	Rp (505,000)
Gaji Karyawan (Rutro-Panungke)	Rp(2,552,000)
Mts Wloma	Rp(2,000,000)
Beban Gaji Karyawan	Rp(4,552,000)
Total Biaya dan Beban	Rp (5,805,000)
Kas untuk Aktifitas Operasional	Rp 5,195,000
Aktifitas Investasi	
Pembelian Mesin Baru	
Pembelian Peralatan Kantor	Rp (20,000)
Akuisisi	
Kas untuk Aktifitas Investasi	Rp (20,000)
Aktifitas Pendanaan	
Pembelian Modal	
Pengembalian Hutang	
Kas untuk Aktifitas Pendanaan	Rp -
Kembali Kas	
Posisi Kas 1/3/2022	Rp 4,000,000

Lampiran 5. Foto Pameran

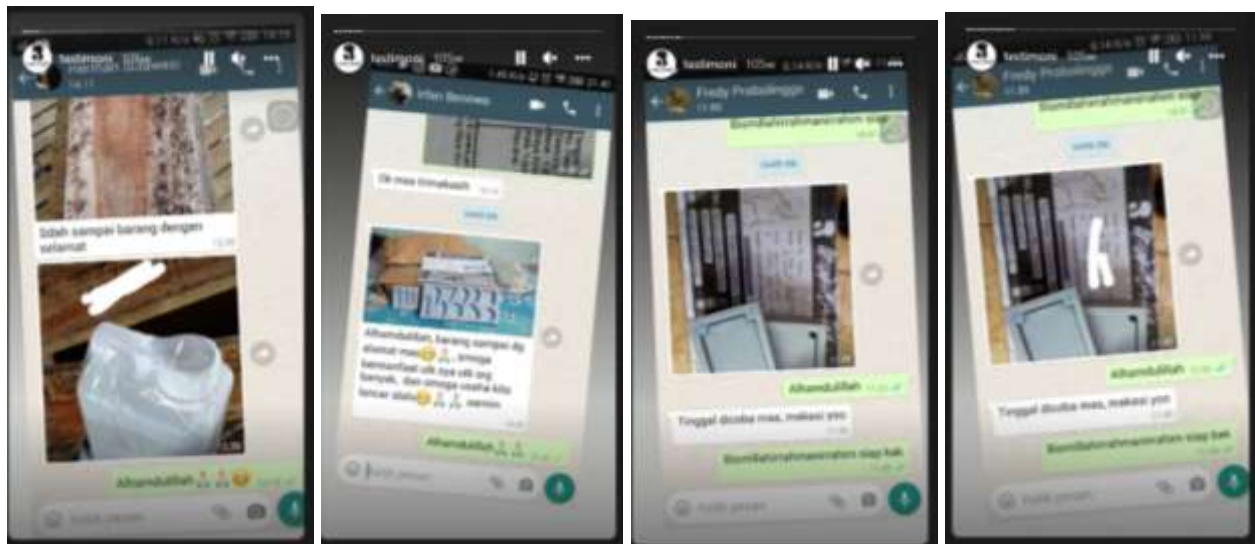
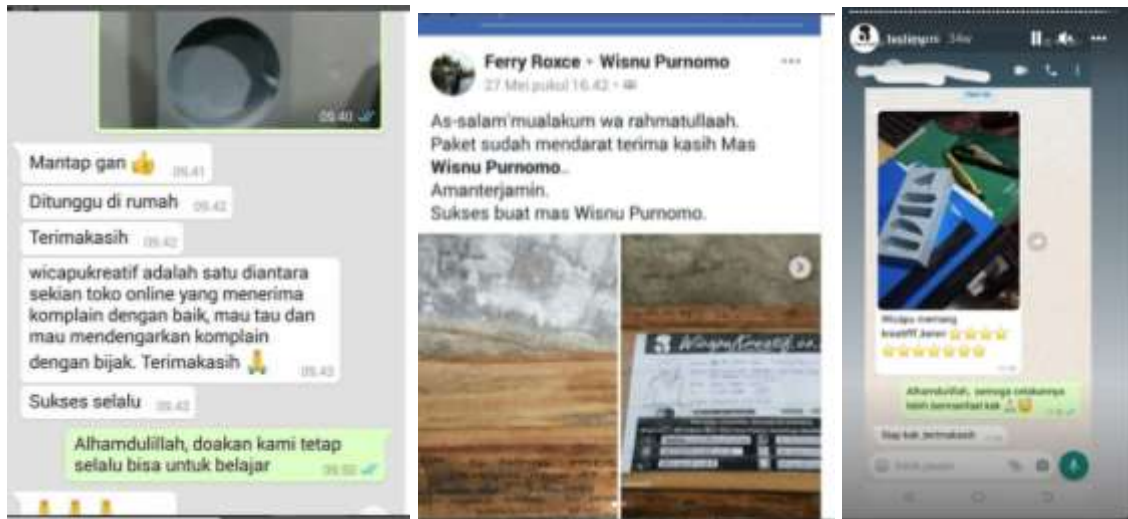


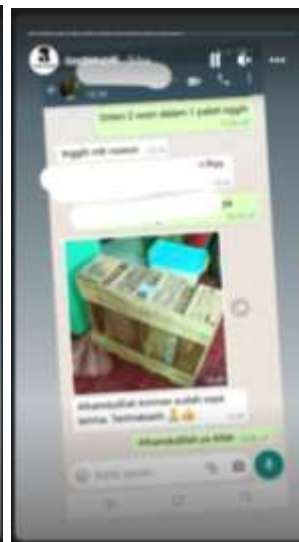
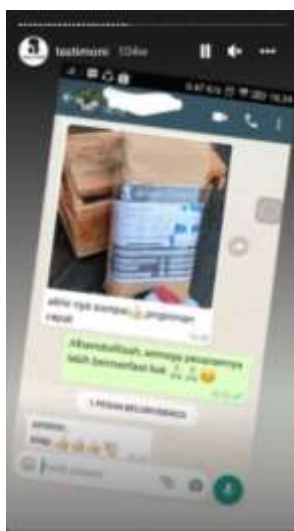
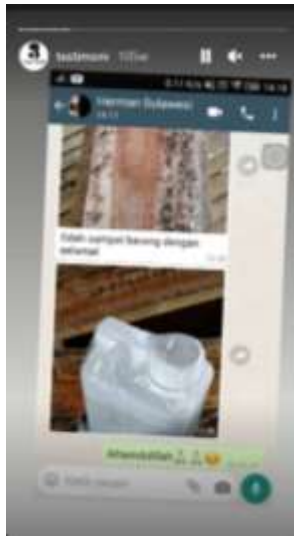
Pameran oleh dinas PLUT Sleman di Hartono Mall

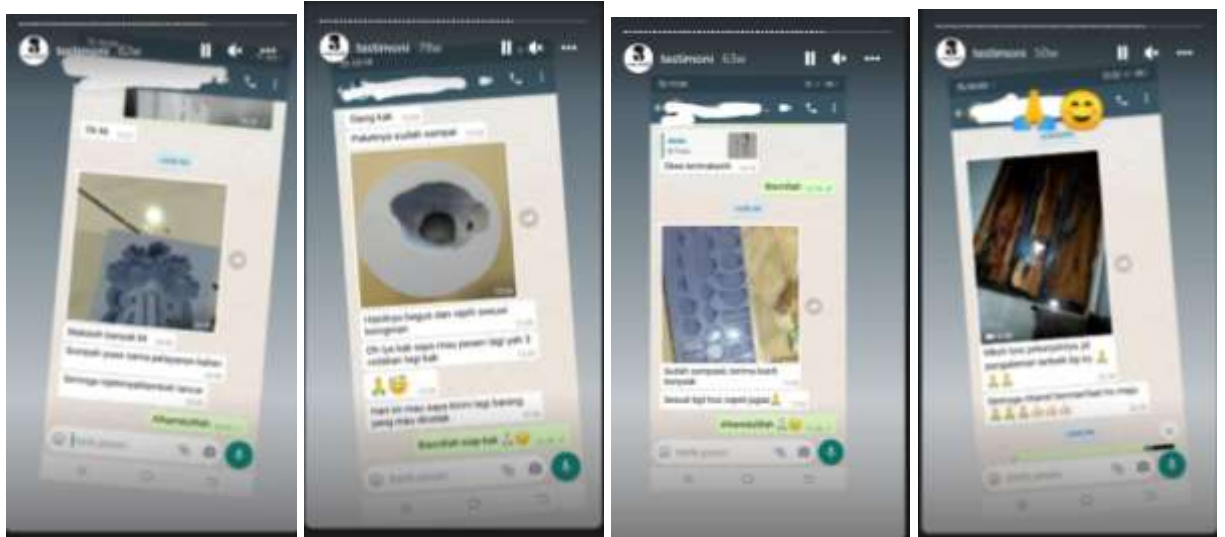
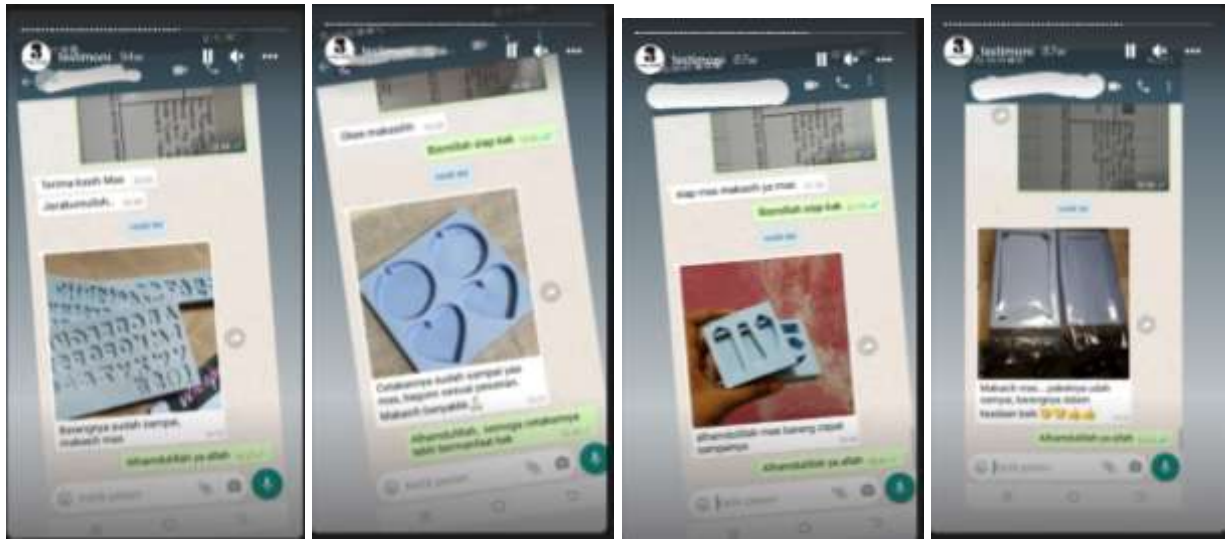


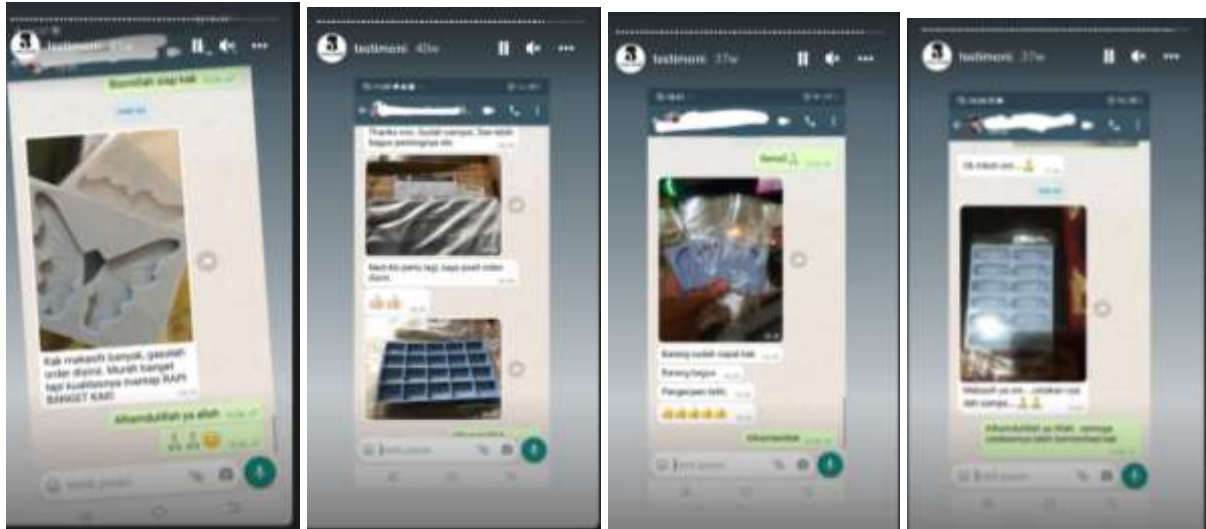
Pameran di Lapangan Deggng Sleman oleh dinas perindustrian kabupaten Sleman

Lampiran 6. Testimoni





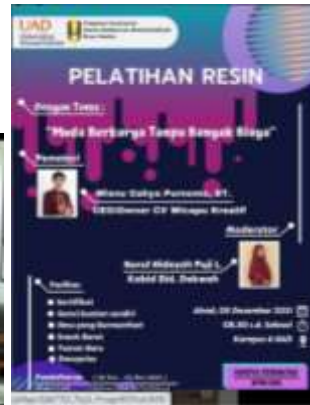




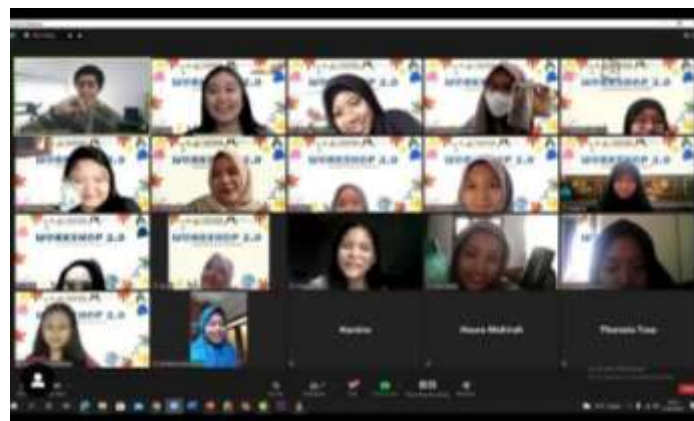
Lampiran 7. Foto pelatihan untuk membuka pasar baru



Mengisi Pelatihan PMMD (Pemuda mandiri membangun desa) oleh kemenpora



Mengisi pelatihan Resin di UAD Kampus Kulon Progo



Mengisi pelatihan di Airlangga Surabaya via ZOOM



Narasumber bincang bareng di Teknik Mesi UII by Zoom

Lampiran 8. Pendaftaran HKI Merek

**PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
BALAI PENGELOLAAN KEKAYAAN INTELEKTUAL**

REKOMENDASI PENDAFTARAN MEREK
NOMOR 838/0117

Talen rangka kegiatan Pengkajian HKI Kekayaan Intelektual bagi pelaku Usaha Mikro dan Usaha Kecil (UMK) di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, Dinas Perindustrian dan Perdagangan DIY, dengan ini kami memberikan rekomendasi bagi UMK Binaan untuk mengajukan permohonan pendaftaran MEREK sebagai merek untuk kelas 40 atas nama:

1. Nama : WISNU CAHYO PURNOMO
2. Alamat : JONGKANG RT/RW 004/035 SARIHARJO NGAGLIK SLEMAN

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 07 Juni 2022


KEPALA
BALAI PENGELOLAAN KEKAYAAN INTELEKTUAL
NPT. 19960110-1902037010

**FORMULIR PERMOHONAN PENDAFTARAN MEREK INDONESIA
APPLICATION FORM OF INDIONESIAN TRADEMARK REGISTRATION**

Data Pemohonan (Applicant)

Nama Pemohonan	WISNU CAHYO PURNOMO	Jenis Pemohonan	Perorangan
Alamat Pemohonan	JONGKANG RT/RW 004/035 SARIHARJO NGAGLIK SLEMAN	Alamat Pemohonan	Jakarta
Nomor Pendaftaran	20220000000000000000	Tipe Pendaftaran	Merek Jasa
Tanggal Pendaftaran	2022-07-25 10:18:22	Tipe Pendaftaran	Perorangan
Nomor Kelas	40	Kategori Pendaftaran	Jasa

Data Merek (Description of Mark)

Tipe Merek	Merek Kata dan Logo	Wujud Gambar/Lambang/Marka	Logo of Mark
Nama Merek	WISNU CAHYO PURNOMO		
Deskripsi Merek	Jasa Desain Perawatan		
			

Data Pemohonan (Applicant)

Jenis Pemohonan (Owner Type)
Perorangan

Kewarganegaraan (Nationality)
Indonesia

Alamat (Address)
JONGKANG RT/RW 004/035 SARIHARJO NGAGLIK SLEMAN

Kabupaten/Kota (City)
Kabupaten Sleman

Kode Pos (Zip Code)
55166

Provinsi (Province)
DI Yogyakarta

Negara (Country)
Indonesia

Telepon (Phone)
081802663894

Survei (Email)
wisnurpm@gmail.com

Alamat Surat Menyurat (Mailing Address)
Balai Pengelolaan Kekayaan Intelektual
Dinas Perindustrian dan Perdagangan
Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta
Jl. Kusumanegara No. 9, Yogyakarta

Data Kuasa (Representative/Consultant)

Nama Konsultan	No Konsultan
Consultant Name	Number of Consultant
Nama Kantor	
Office Name	
Alamat	
Address	
Telepon	
Phone	
Survei	
Email	

Data Prioritas (Priority Data)

No	Tanggal Prioritas (Priority Data)	Negara / Kantor Merek (Priority Country)	No Prioritas (Number of Priority)

Data Kelas (Class)

Kelas	Uran Barang dan/jatau jasa (Description of Goods/Services)
40	jasa manufaktur (manufacturing services)

Dokumen Lampiran (Attachment)

Dokumen Pendukung
Surat Pernyataan UMK Bermaterial
Surat Rekomendasi UMK Binaan Atau Surat Keterangan UMK Binaan Dinas (ASLI)
Tanda Tangan Digital Pemohon

Identitas pemohon jika pemohon lebih dari satu pihak (Additional Applicant)

No	Nama Pemohon Tambahan

Gambar Merek Tambahan (Additional Mark)

No	Gambar Merek Tambahan

Tanda Tangan Pemohon / Kuasa (Applicant / Representative Signature)


WISNU CAHYO PURNOMO

Tempat dan Tanggal (Place and Date) : Jakarta, 25-07-2022



SURAT PERNYATAAN UKM

Yang Bertanda tangan di bawah ini :

Nama : WISNU CAHYO PURNOMO
Alamat : JONGKANG RT/RW 004/035 SARIHARJO NGAGLIK SLEMAN
Merek : WICAPU KREATIF Kelas : 40

Dengan ini menyatakan bahwa Surat Rekomendasi Usaha Kecil Mikro yang saya lampirkan adalah benar. Apabila dikemudian hari terbukti tidak benar / palsu, maka saya bersedia untuk dilakukan tindakan **Ditarik Kembali** dan **Dihapus** oleh Kantor Direktora Jenderal Kekayaan Intelektual terhadap Pengajuan Permohonan Merek saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan untuk digunakan sebagai mestinya.

Sleman, 03 Juni 2022

A 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMPORER' and '10000'. The signature is in black ink.

(WISNU CAHYO PURNOMO)

Lampiran 9. NPWP Wicapu Kreatif



Lampiran 10. Akta Notaris Wicapu Kreatif



AKTA NOTARIS

Sk. Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia
Nomor : AHU - 01210.AH.02.01 Tahun 2016, Tanggal 18 November 2016



TUNJUNG WIDHI WASESA SUWADI, S.H., M.Kn

Alamat : Kab. Candirejo Blok N, Rt.02, Rw.02, Ungaran, Kab. Semarang
Telp/HP : 0821-3819-4120

AKTA
PENDIRIAH PERSEORAN KOMANDITER
.....
CV. WICAPU KREATIF MAHARANI
.....

TANGGAL
29 September 2022
.....

NOMOR
127,-
.....
