

LAPORAN AKHIR PROYEK BISNIS

ALEEA HIJAB



Diusulkan Oleh:

Aurora Hayati Aulia

19312363

HALAMAN JUDUL

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

2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama Mahasiswa : Aurora Hayati Aulia
NIM : 19312363
Program Studi : Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia.
Judul : LAPORAN AKHIR PROYEK BISNIS "ALEEA HIJAB"
Dosen Pembimbing : Arif Fajar Wibisono, SE., M., CFrA

Dengan ini saya menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir Proyek Bisnis yang berjudul "*Aleea Hijab*" ini benar-benar merupakan karya tulis hasil saya sendiri dan bukan merupakan salinan, tiruan ataupun duplikasi dari laporan tugas akhir proyek bisnis yang sudah dipergunakan dan juga dipublikasikan untuk mendapatkan gelar sarjana. Selain itu, untuk sumber informasi yang telah dikutip dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar adanya, saya siap dan bersedia menerima sanksi yang sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan ataupun akibatnya.

Yogyakarta, 13 Februari 2023



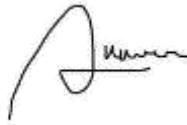
Aurora Hayati Aulia
NIM 19312363

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir Proyek Bisnis yang berjudul "*Aleea Hijab*" ini benar-benar merupakan karya tulis hasil saya sendiri dan bukan merupakan salinan, tiruan ataupun duplikasi dari laporan tugas akhir proyek bisnis yang sudah dipergunakan dan juga dipublikasikan untuk mendapatkan gelar sarjana. Selain itu, untuk sumber informasi yang telah dikutip dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar adanya, saya siap dan bersedia menerima sanksi yang sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan ataupun akibatnya.

Yogyakarta, 13 Februari 2023



Aurora Hayati Aulia

LEMBAR PENGESAHAN

**LAPORAN AKHIR PROYEK BISNIS PROGRAM KEWIRAUSAHAAN
"ALEEA HIJAB"**

Dijukan Oleh :

Nama : Aurora Hayati Aulia

NIM : 19312363

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Yogyakarta, 13 Februari 2023

Dosen Pembimbing



Arif Fajar Wibisono, SE, M., CFA

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR WIRAUSAHA

TUGAS AKHIR BERJUDUL

Aleca Hijab

Disusun Oleh : Aurora Hayati Aulia

Nomor Mahasiswa : 19312363

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

Pada hari, tanggal: 07 Maret 2023

Penguji/ Pembimbing TA : Arif Fajar Wibisono, SE., M.Sc., CFA.

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



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Johan Arif, M.Si., Ph.D., CFA, CertIPSAS.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas proyek tugas akhir saya, "ALEEA HIJAB" yang berhasil diselesaikan, saya bersyukur kepada Allah SWT atas segala kebaikan, rahmat, dan hidayah-Nya. Sebagai bagian dari pembelajaran saya dalam menjalankan bisnis di industri fashion hijab dan tentunya untuk memenuhi persyaratan program S1 Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia, saya menyusun laporan tugas akhir proyek bisnis ini. .

Saya menyadari bahwa penulisan laporan akhir ini masih jauh dari ideal karena keterbatasan kemampuan, keahlian, dan lain-lain. Meskipun demikian, saya menyadari sepenuhnya bahwa tanpa nasihat, bantuan, dorongan, dan doa dari berbagai pihak, mungkin agak sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan akhir saya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- (1) Bapak Arif Fajar Wibisono, SE., M., CFA. selaku dosen pembimbing saya atas kesediaan waktu, tenaga, serta bertukar pikiran untuk mengarahkan saya selama menjalankan proyek bisnis ini sampai dengan tahap penyusunan laporan akhir ini;
- (2) Seluruh dosen prodi Akuntansi atas semua ilmu dan arahnya selama saya berkuliah;
- (3) Papah dan mamah atas segala kasih sayang, do'a., dukungan, bimbingan, serta motivasi yang tak henti diberikan;
- (4) Kakak serta adik; kak Aen, Lala, Panji, Putri atas dukungan, bantuan, motivasi, dan keceriaan yang diberikan;
- (5) Orang yang special yang saya yaitu Globi, yang sudah mendengarkan curahan hati saya, dan atas dukungan serta banyak bantuan, dan motivasi yang diberikan saya sampai saat ini;
- (6) Sahabat seperjuangan saya di Jogja; Delfi, Cathy, Piul, Ara, atas dukungan, motivasi, serta bantuan, dan kebersamaannya sampai dengan saat ini;
- (7) Ugek, Ami sahabat sejak saya SMA, dan teman-teman saya lainnya yang terus

memberikan semangat kepada saya setelah selama ini;

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

Besar harapan saya semoga laporan akhir saya ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan serta bagi diri saya sendiri dan semoga Allah SWT membalas kebaikan Anda semua.

Yogyakarta, 13 Februari 2023

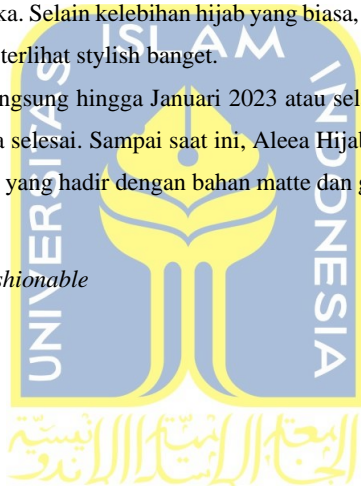


ABSTRAK

Aleea Hijab adalah sebuah perusahaan di industri fashion yang mengkhususkan diri pada gaya hijab modern. Item tersebut sangat khas karena tidak hanya menggunakan bahan hijab khusus pada umumnya tetapi juga memiliki keunggulan tersendiri. Tentunya dengan kualitas yang prima, namun dengan biaya yang terjangkau. Wajar saja, ambisi penulis untuk menciptakan barang-barang hijab dengan bahan yang khas menyebabkan lahirnya perusahaan ini. Kelebihan bahan membuat pelanggan lebih hemat waktu karena produk hijab tidak mudah kusut dan tidak perlu banyak menyetrika. Selain kelebihan hijab yang biasa, Aleea Hijab juga bisa membuat pemakainya terlihat stylish banget.

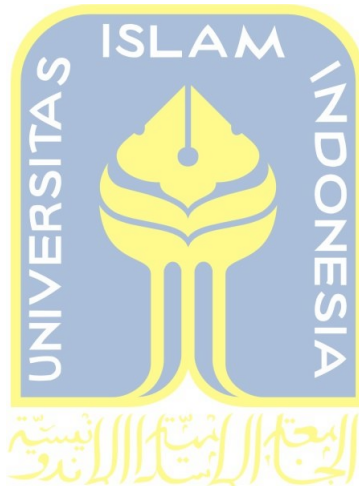
Mulai Oktober 2022 dan berlangsung hingga Januari 2023 atau selama 4 bulan, proyek bisnis dijalankan hingga selesai. Sampai saat ini, Aleea Hijab baru merilis satu jenis hijab yaitu pashmina yang hadir dengan bahan matte dan glossy serta pilihan warna yang beragam.

Keyword: *Aleea Hijab, hijab, unik, fashionable*

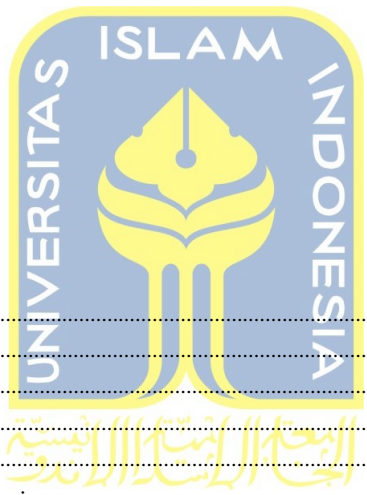


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	3
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	4
ABSTRAK	8
DAFTAR ISI	9
DAFTAR GAMBAR	13
DAFTAR TABEL	13
DAFTAR LAMPIRAN	15
BAB I PENDAHULUAN	16
1.1 Latar Belakang	16
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Program	17
1.4 Luaran yang Diharapkan	17
1.5 Manfaat Program	17
1.6 Sistematika Penulisan Laporan	17
BAB II TELAAH PUSTAKA	19
2.1 Pengertian Bisnis	19
2.2 Pengertian Kewirausahaan	19
2.3 Tujuan Kewirausahaan	20
2.4 Manfaat Kewirausahaan	20
2.5 Teori Business Model Canvas	20
2.5.1 <i>Customer segments</i>	20
2.5.2 <i>Value proposition</i>	20
2.5.3 <i>Channel</i>	21
2.5.4 <i>Customer relationship</i>	21
2.5.5 <i>Revenue stream</i>	21
2.5.6 <i>Key resources</i>	21
2.5.7 <i>Key activities</i>	21
2.5.8 <i>Key partners</i>	21

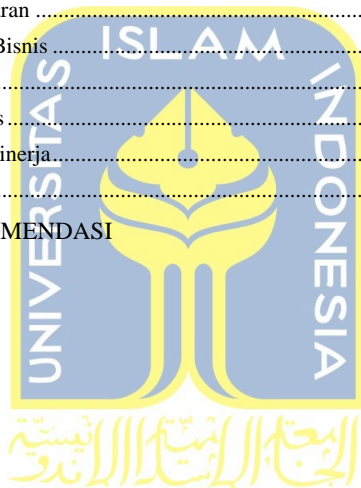


2.5.9 <i>Cost Structure</i>	21
2.6 Teori Porter Five Force	21
2.6.1 Kekuatan negosiasi oleh pemasok	21
2.6.2 Kekuatan negosiasi oleh pembeli	22
2.6.3 Risiko pesaing baru	22
2.6.4 Risiko produk komplementer	22
2.6.5 Persaingan industri sejenis	22
BAB III METODOLOGI PELAKSANAAN PROYEK BISNIS	23
3.1 Gambaran Umum Rencana Usaha	23
3.1.1 Nama Usaha dan Karakteristik	23
3.1.2 Keunggulan Produk	25
3.1.3 Kelemahan Produk	25
3.2 Gagasan Kegiatan Usaha	25
3.2.1 Target Konsumen	25
3.2.2 Pesaing	25
3.2.3 Strategi Promosi	26
3.2.4 Strategi Pemasaran	26
3.3 Peluang Pasar	26
3.4 Analisis Kelayakan Usaha	26
3.4.1 Aspek Hukum	26
3.4.2 Aspek Lingkungan	26
3.4.3 Aspek Manajemen	26
3.4.4 Aspek Keuangan	27
3.4.5 Aspek Operasional	28
3.5 Keberlanjutan Usaha Proyek Bisnis	29
3.6 Business Model Canvas	29
3.6.1 <i>Key Partners</i>	30
3.6.2 <i>Key Activities</i>	30
3.6.3 <i>Key Resource</i>	31
3.6.4 <i>Value Proposition</i>	31
3.6.5 <i>Customer Segments</i>	31
3.6.6 <i>Channels</i>	31
3.6.7 <i>Customer Relationships</i>	31
3.6.8 <i>Cost Structure</i>	32
3.6.9 <i>Revenue Streams</i>	32
3.7 <i>Value Proposition Canvas</i>	32



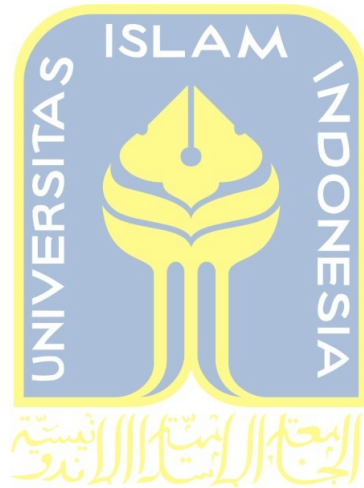
3.7.1 <i>Product</i>	32
3.7.2 <i>Gain Creations</i>	33
3.7.3 <i>Pain Relievers</i>	33
3.7.4 <i>Gains</i>	33
3.7.5 <i>Pains</i>	34
3.8 Analisis terhadap Teori <i>Porter Five Force</i>	35
3.8.1 Daya Tawar Pemasok.....	35
3.8.2 Daya Tawar Pembeli.....	35
3.8.3 Ancaman Pendatang Baru.....	35
3.8.4 Ancaman Produk Pengganti.....	36
3.8.5 Persaingan Kompetitif di Antara Perusahaan yang Ada.....	36
3.9 Rencana Proses Produksi.....	37
3.9.1 Desain dan Pengembangan.....	37
3.9.2 Sumber Bahan.....	37
3.9.3 Pembuatan Pola dan Pembuatan Sampel.....	37
3.9.4 Produksi Massal.....	38
3.9.5 Kontrol Kualitas dan Inspeksi.....	38
3.9.6 Pengemasan dan Pengiriman.....	38
BAB IV PELAKSANAAN DAN ANALISIS PROYEK BISNIS	39
4.1 Profil Bisnis.....	39
4.2 Realisasi Anggaran Proyek Bisnis.....	39
4.2.1 Penjualan.....	39
4.2.2 Produksi.....	40
4.2.3 Biaya Tenaga Kerja Langsung.....	40
4.2.4 Biaya Bahan Baku.....	40
4.2.5 Biaya Overhead.....	41
4.2.6 Harga Pokok Penjualan (HPP).....	42
4.2.7 Harga Jual Produk.....	43
4.2.8 Laporan Laba Rugi.....	43
4.2.9 Laporan Arus Kas.....	43
4.3 Pelaksanaan Proyek Bisnis.....	44
4.3.1 Tahap Inisiasi Proyek.....	44
4.3.2 Tahap Perencanaan Proyek.....	44
4.3.3 Tahap Pelaksanaan Proyek.....	44
4.3.4 Tahap Pemantauan dan Pengendalian Proyek.....	47
4.3.5 Tahap Penutupan Proyek.....	48

4.4 Identifikasi Masalah dan Pemecahannya	49
4.4.1 Identifikasi Masalah	49
4.4.1 Pemecahan Masalah	49
4.5 Analisis Pelaksanaan Proyek Bisnis	50
4.5.1 Produksi	50
4.6 <i>Marketing</i> dan Promosi	51
4.6.1 Market Research	51
4.6.2 Mengembangkan Strategi Pemasaran	51
4.6.3 Membuat Bauran Pemasaran.....	51
4.6.4 Menerapkan Rencana Pemasaran.....	52
4.7 Manajemen Usaha	53
4.7.1 Menetapkan tujuan dan sasaran	53
4.7.2 Mengembangkan Rencana Bisnis	53
4.7.3 Pengorganisasian.....	55
4.7.4 Menerapkan Rencana Bisnis.....	56
4.7.5 Pemantauan dan Evaluasi Kinerja.....	56
4.7.6 Perbaikan Terus-Menerus	57
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Rekomendasi	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN-LAMPIRAN	61



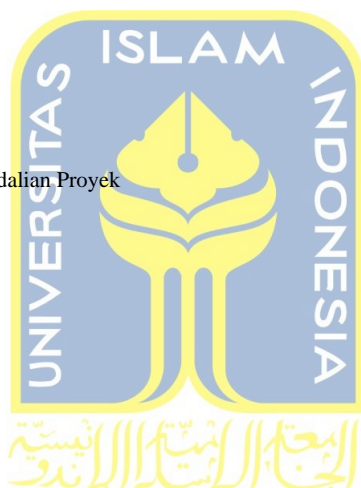
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Produk Aleea Hijab	24
Gambar 2. Model Bisnis Canvas	30
Gambar 3. Value Proposition Canvas untuk Aleea Hijab	32
Gambar 4. Desain Produk Pashmina Instan	55



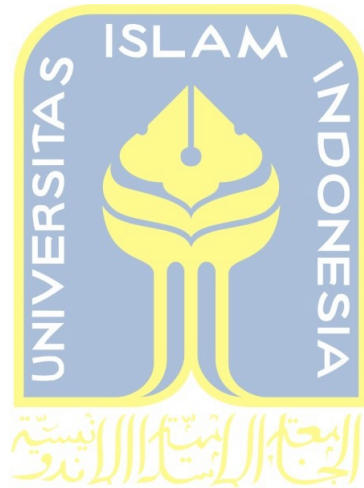
DAFTAR TABEL

Tabel 1. Sumber Pendanaan Aleea Hijab	27
Tabel 2. Peralatan Penunjang	27
Tabel 3. Bahan Habis Pakai	27
Tabel 4. Penjualan produk Aleea Hiijab	39
Tabel 5. Produksi Aleea Hiijab	40
Tabel 6. Biaya Tenaga Kerja Langsung	40
Tabel 7. Biaya Bahan Baku	40
Tabel 8. Biaya Overhead	41
Tabel 9. Harga Pokok Penjualan (HPP)	42
Tabel 10. Harga Jual Produk	43
Tabel 11. Laporan Laba Rugi	43
Tabel 12. Laporan Arus Kas	43
Tabel 13. Tahap Pelaksanaan Proyek	44
Tabel 14. Pengemasan Produk	47
Tabel 15. Tahap Pemantauan dan Pengendalian Proyek	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Curriculum Vitae	60
Lampiran 2. Laporan Realisasi Anggaran	62
Lampiran 3. Laporan Realisasi Jadwal dan Kegiatan	66
Lampiran 4. Laporan Kinerja (Performance Report)	67
Lampiran 5. Dokumentasi Proyek Bisnis	68



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semua wanita muslimah khususnya anak muda jaman sekarang yang sangat mementingkan gaya ketika hendak bepergian pasti banyak diminati dengan banyaknya gaya hijab yang muncul seiring dengan kemajuan zaman. Banyak wanita kontemporer suka mengenakan jilbab.

Hijab hadir dalam berbagai gaya yang meningkatkan kecantikan, keanggunan, dan selera mode wanita. Ada berbagai bahan hijab yang tersedia saat ini, dan memiliki dampak besar bagi pemakainya karena disesuaikan dengan kebutuhan mereka. Banyak orang saat ini yang memilih bahan yang tidak mudah kusut karena lebih mudah digunakan oleh penggunanya dan tentunya tidak perlu disetrika lagi saat ingin digunakan.

Outfit of the Day atau OOTD menjadi salah satu tren hijab yang kini sedang populer. Pengguna gaya jilbab ini dapat menggabungkan dan mencocokkan model jilbab yang berbeda sesuai keinginannya. Wanita muslimah memilih tipe ini karena ingin tampil modis dan modern dengan tetap mengenakan jilbab.

Oleh karena itu, saya mengembangkan brand Aleea Hijab yang ditawarkan secara tidak biasa dan menggunakan bahan yang berbeda dari yang lain. Pengguna bisa memakai hijab dengan lebih nyaman karena bahannya tidak mudah kusut.

1.2 Rumusan Masalah

Melalui latar belakang tersebut, dirumuskan beberapa rumusan masalah dalam proposal ini, yaitu:

1. Bagaimana produk Aleea Hijab dapat diterima konsumen?
2. Bagaimana cara *Aleea Hijab* dalam mempertahankan produk disaat banyaknya pesaing bisnis yang ada?
3. Apa kelebihan dan kekurangan yang dapat ditawarkan oleh *Aleea Hijab*

1.3 Tujuan Program

1. Mengenalkan pada masyarakat bahan hijab dengan bahan yang terbaru.
2. Untuk menunjang fashion di zaman sekarang.

1.4 Luaran yang Diharapkan

Luaran yang diharapkan dari usaha ini adalah sebagai berikut:

1. Target pasar menerima barang Aleea Hijab
2. Barang-barang Aleea Hijab dapat bertahan dari persaingan komersial di industri fashion.
3. Menambah lapangan pekerjaan
4. Meningkatkan kreativitas mahasiswa

1.5 Manfaat Program

1. Mengasah *softskill* mahasiswa dalam berwirausaha
2. Menambah pengalaman serta wawasan mahasiswa

1.6 Sistematika Penulisan Laporan

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

Bab 1 Pendahuluan

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

Bab 2 Telaah Pustaka

Menjelaskan konsep bisnis, tujuan kewirausahaan, penghargaan kewirausahaan, teori canvas model bisnis, dan *five forces theory* Porter

Bab 3 Metodologi Pelaksanaan Proyek Bisnis

Menjelaskan gambaran dasar rencana bisnis, saran kegiatan bisnis, prospek pasar, studi kelayakan bisnis, serta keberlanjutan proyek bisnis.

Bab 4 Pelaksanaan dan Analisis Proyek Bisnis

Menentukan profil bisnis, realisasi anggaran, eksekusi proyek bisnis, deteksi dan penyelesaian masalah, dan analisis implementasi proyek bisnis.



Bab 5 Kesimpulan dan Rekomendasi

Menjelaskan hasil akhir penelitian proyek bisnis ini dan menawarkan saran berdasarkan pengalaman penulis sendiri tentang bagaimana membuat proses implementasi menjadi lebih baik.



BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Pengertian Bisnis

Pendapat bisnis menurut para ahli:

1. Menurut Hugher dan Kapoor dalam Arifin (2009), bisnis adalah kegiatan komersial individu yang terorganisir yang melibatkan produksi dan penjualan produk dan jasa dengan tujuan menghasilkan uang sekaligus memenuhi dan memenuhi kebutuhan masyarakat.
2. Menurut Boone dan Kurtz (2007), perusahaan adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dengan menawarkan produk dan jasa yang dibutuhkan perekonomian.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa bisnis adalah kegiatan yang diselenggarakan untuk menghasilkan keuntungan melalui penjualan barang atau jasa.

2.2 Pengertian Kewirausahaan

Menurut para ahli, kewirausahaan adalah:

1. Menurut Thomas W. Zimmerer, kewirausahaan adalah penggunaan kreativitas dan penemuan untuk mengatasi masalah dan memanfaatkan peluang yang dihadapi individu setiap hari.
2. Menurut Norman M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer, Kewirausahaan adalah proses mengembangkan sesuatu yang unik dengan menginvestasikan seluruh waktu dan tenaga seseorang serta mengambil risiko di bidang keuangan, psikologi, dan masyarakat dengan imbalan keuangan dan pribadi. hadiah.

Pengetahuan ini mengarah pada kesimpulan bahwa kewirausahaan adalah keterampilan yang digunakan oleh orang atau sekelompok orang yang berani mengambil risiko dengan prospek bisnis saat ini.

2.3 Tujuan Kewirausahaan

Berikut empat tujuan wirausaha yang diambil dari buku Pengembangan UMKM dan Kewirausahaan Masyarakat (2022) karya Tulus T. H. Tambunan dkk:

1. Meningkatkan jumlah pemilik usaha yang kompeten
2. Kesejahteraan sosial
3. Menumbuhkan jiwa yang tangguh, agresif, inventif, dan kreatif
4. Mendorong orang untuk menerima inovasi.

2.4 Manfaat Kewirausahaan

Menurut Rohman Why (2022) kewirausahaan memiliki beberapa manfaat, yaitu:

1. Membuka lapangan pekerjaan bagi orang lain
2. Mengoptimalkan dan menggali bakat potensi diri
3. Memperluas relasi
4. Mengenal selera yang sedang tren
5. Memahami perkembangan kemajuan teknologi



2.5 Teori Business Model Canvas

Model bisnis kanvas dipecah menjadi 9 faktor bisnis dalam buku Alexander Osterwalder (2014), yang dikutip oleh Andi Nur (2017). Ini adalah sebagai berikut:

2.5.1 *Customer segments*

Segmen pelanggan adalah sekelompok orang yang membeli barang perusahaan atau menggunakan layanannya. Elemen paling penting bagi bisnis untuk terus beroperasi adalah pelanggannya.

2.5.2 *Value proposition*

Nilai yang diberikan oleh perusahaan yang mendorong klien untuk bersedia membayar adalah faktor yang menyebabkan pelanggan berpindah dari satu bisnis ke bisnis lainnya.

2.5.3 Channel

Saluran adalah sarana komunikasi, distribusi, atau penjualan antara bisnis dan kliennya.

2.5.4 Customer relationship

Hubungan klien adalah hubungan yang dikembangkan bisnis untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggan.

2.5.5 Revenue stream

Perusahaan menggunakan aliran pendapatan sebagai sumber pendapatan untuk memprediksi aliran pendapatan masa depan yang akan mereka dapatkan.

2.5.6 Key resources

Sumber daya utama bisnis yang memungkinkannya menjalankan operasi intinya dikenal sebagai sumber daya utama.

2.5.7 Key activities

Aktivitas utama adalah aktivitas utama dalam perusahaan yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai visi keunggulan produk atau layanan yang ditawarkan kepada pasar sasaran.

2.5.8 Key partners

Rekan atau mitra utama perusahaan dikenal sebagai mitra utama.

2.5.9 Cost Structure

Struktur biaya mengacu pada struktur biaya yang isinya menggambarkan biaya-biaya yang akan dikeluarkan saat menjalankan bisnis tertentu.

2.6 Teori Porter Five Force

Porter Five Force meliputi (Porter & Millar, 1985):

2.6.1 Kekuatan negosiasi oleh pemasok

Ini mengacu pada kekuatan pemasok untuk mempengaruhi biaya dan kondisi barang atau jasa yang mereka tawarkan. Ketersediaan penyedia pengganti serta ukuran relatif dan kekuatan pemasok

dibandingkan dengan pelanggan adalah variabel yang mungkin mempengaruhi hal ini. Ketika pemasok melakukan tawar-menawar, mereka memiliki dua pilihan: menaikkan harga atau menyediakan barang atau jasa dengan kualitas lebih rendah.

2.6.2 Kekuatan negosiasi oleh pembeli

Pelanggan memiliki kekuatan untuk mempengaruhi kondisi dan harga barang dan jasa yang mereka beli. Ketersediaan barang atau jasa pengganti, jumlah dan pengaruh pelanggan dalam kaitannya dengan penjual, dan biaya untuk pindah ke barang atau jasa alternatif adalah semua variabel yang mungkin mempengaruhi hal ini. Pelanggan dapat mempengaruhi penetapan harga barang atau jasa perusahaan sekaligus meningkatkan tingkat layanan pelanggan.

2.6.3 Risiko pesaing baru

Ini mengacu pada kemungkinan saingan baru bergabung dengan pasar. Hambatan untuk masuk, seperti skala ekonomi dan kebutuhan finansial, serta tingkat loyalitas merek saat ini, dapat berdampak pada hal ini. Margin keuntungan bisnis di pasar itu menurun karena lebih banyak pesaing baru memasuki pasar.

2.6.4 Risiko produk komplementer

Ini mengacu pada ketersediaan alternatif untuk barang dan jasa yang disediakan oleh saingan saat ini. Biaya peralihan serta biaya relatif dan kinerja alternatif adalah variabel yang dapat berdampak pada hal ini. Pasar lebih kompetitif jika ada lebih banyak item pengganti atau yang sebanding.

2.6.5 Persaingan industri sejenis

Ini berbicara tentang tingkat persaingan di antara bisnis yang sudah beroperasi di pasar. Jumlah bisnis yang beroperasi di pasar, pangsa pasar masing-masing, dan tingkat perbedaan antara barang atau jasa yang disediakan adalah semua variabel yang dapat berdampak pada hal ini. Bisnis bekerja lebih keras untuk mempertahankan keberadaan mereka dan pasar sebagai akibat dari persaingan industri.

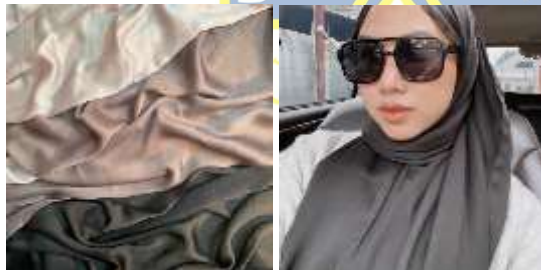
BAB III METODOLOGI PELAKSANAAN PROYEK BISNIS

3.1 Gambaran Umum Rencana Usaha

3.1.1 Nama Usaha dan Karakteristik

Nama usaha adalah hal yang terpenting juga karena akan dikenal dan diingat oleh banyak orang. Produk ini diberi nama ALEEA. Sejujurnya, itu nama kucing kesayangan saya yang berarti anak surga. Jadi saya menjadikan nama ALEEA juga sebagai nama untuk produk usaha saya. Karena menurut saya nama itu cocok dan gampang di ingat oleh pelanggan.

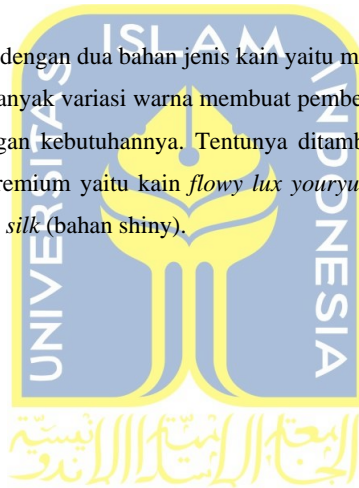
Saat ini, *Aleea Hijab* baru memproduksi dan meluncurkan satu model hijab yaitu pashmina dengan menggunakan dua bahan kain.





Gambar 1. Produk Aleea Hijab

Pashmina ini dibuat dengan dua bahan jenis kain yaitu matte dan shiny. Dan juga memiliki banyak variasi warna membuat pembeli dapat memilih warna sesuai dengan kebutuhannya. Tentunya ditambah lagi dengan bahan kain yang premium yaitu kain *flowy lux youryu crinkle* (bahan matte) dan *cradenza silk* (bahan shiny).



3.1.2 Keunggulan Produk

Keunggulan barang Aleea Hijab antara lain :

- Mereka terbuat dari tekstil berkualitas premium dan jenis kain khusus.
- Keuntungan terbesar dari merchandise Aleea Hijab adalah bahannya yang tidak mudah kusut.
- Meski tebal, bahannya tidak terasa panas saat dipakai.

3.1.3 Kelemahan Produk

Meski menawarkan banyak pilihan warna, Produk Aleea Hijab baru belakangan ini memperkenalkan satu gaya hijab, yaitu pashmina.

3.2 Gagasan Kegiatan Usaha

Penulis memilih ide usaha membuat *Aleea Hijab* dikarenakan melihat dan mengalami sendiri perkembangan trend hijab serta pentingnya bahan hijab yang akan digunakan sehari-sehari. Sehingga memutuskan untuk berbisnis dibidang fashion khususnya hijab. Ditambah lagi melihat kebutuhan gaya para kalangan anak muda dalam dalam OOTD hijab dan bahan hijab saat ini juga mempengaruhi mood saat berpergian. Didukung dengan bahan hijab yang sangat jarang dipakai yaitu bahan premium flowy lux youryu crinkle dan cradenza crinkle yang memiliki teksur yang tidak mudah kusut dan tidak gerah membuat pemakainya merasa nyaman. Saya membuat dua pilihan bahan hijab namun dengan kain yang sama, pilihannya yaitu matte dan shiny sehingga pembeli akan memilih sesuai dengan selera mereka.

3.2.1 Target Konsumen

Target pasar Aleea Hijab adalah wanita dari usia muda hingga dewasa.

3.2.2 Pesaing

Penulis belum menemukan barang apapun yang berhubungan dengan saingan Aleea Hijab. Penulis belum menemukan saingan yang menggunakan bahan *flowy lux youryu* (matte), namun mungkin ada juga yang menggunakan bahan *cradenza crinkle* (mengkilap).

3.2.3 Strategi Promosi

Platform media sosial utama, khususnya Instagram dan Shopee, serta pemasaran melalui berbagai influencer, sejauh ini telah digunakan dalam rencana promosi produk Aleea Hijab.

3.2.4 Strategi Pemasaran

Produk sejauh ini telah dipromosikan ke teman, kerabat, dan kontak intim lainnya dari penulis sebagai bagian dari pendekatan pemasaran langsung.

3.3 Peluang Pasar

Tidak diragukan lagi banyak potensi produk Aleea Hijab ini di industri fashion. Mengingat perempuan muslimah harus berhijab, produk ini memiliki kemungkinan yang sangat baik dan dapat dipeluk oleh masyarakat Indonesia. Dalam membuat segmentasi pasar, Aleea Hijab berfokus pada pelanggan perempuan remaja hingga dewasa yang lebih sering menggunakan hijab dengan berbagai jenis dan model. Dengan membuat segmentasi pasar seperti di atas, diharapkan Aleea Hijab dapat memperoleh peluang pasar yang lebih terperinci sehingga dapat menyesuaikan juga dengan proses promosi yang dilakukan.

3.4 Analisis Kelayakan Usaha

3.4.1 Aspek Hukum

- a. - pelaksanaan proyek : usaha perorangan
- b. - bidang proyek : fashion
- c. - lokasi proyek : kontrakan (Yogyakarta)

3.4.2 Aspek Lingkungan

Karena merupakan bahan sisa, tekstil atau kain perca yang tidak dibutuhkan dapat digunakan kembali, usaha ini tidak memiliki pengaruh yang merugikan terhadap lingkungan.

3.4.3 Aspek Manajemen

Secara umum penulis masih menangani operasional hingga

pemasaran dan promosi bisnis secara mandiri, sehingga perusahaan masih kekurangan struktur manajemen yang baik. Dan hanya departemen manufaktur (penjahit) yang bekerja sama dalam inisiatif bisnis ini.

3.4.4 Aspek Keuangan

a. Sumber Pendanaan

Sumber dana atau modal yang digunakan untuk memulai usaha produk *Aleea Hijab* berasal dari dana pribadi.

Tabel 1. Sumber Pendanaan Aleea Hijab

Keterangan	Persentase	Jumlah
Modal pribadi	100%	Rp 2.747.200

b. Kebutuhan Modal

1) Peralatan penunjang

Tabel 2. Peralatan Penunjang

MATERIAL	JUSTIFIKASI PEMAKAIAN	KUANTITAS	HARGA SATUAN (Rp)	TOTAL
Jasa jahit	Proses produksi	60	5.000	300.000
SUB TOTAL				300.000

2) Bahan habis pakai

Tabel 3. Bahan Habis Pakai

MATERIAL	JUSTIFIKASI PEMAKAIAN	KUANTITAS	HARGA SATUAN (Rp)	TOTAL
Kain flowy lux youryu crinkle	Bahan produksi	32m	35.500/m	1.136.000

Kain cradenza crinkle	Bahan produksi	32m	2.000/m	1.024.000
Label bahan akrilik	Bahan produksi	65 pcs	530	34.450
Kartu ucapan	Bahan packaging	65 pcs	150	9.750
Sticker segel box	Bahan packaging	65 pcs	500	32.500
Box packaging 15X10X5cm	Bahan packaging	65 pcs	1000	65.000
Wrapping packing	Bahan packaging	65 pcs	700	45.500
Promosi/endorsement	Proses pemasaran produk	Foto produk dan story instagram	100.0000	100.000
SUB TOTAL				2.447.200
TOTAL KESELURUHAN				2.747.200

c. Analisis ROI (*Return on Investment*)

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

Berikut perhitungan ROI proyek bisnis *Aleea Hijab*:

$$\begin{aligned} \text{ROI} &= (1.052.600 / 2.747.200) \times 100\% \\ &= 38,31\% \end{aligned}$$

Usaha *Aleea Hijab* memiliki ROI terhitung sebesar 38,31%, yang menunjukkan bahwa dia mampu menghasilkan uang dari investasi yang dia lakukan. Hal ini disebabkan karena ketertarikan pembeli cukup kuat dan modal penulis untuk perusahaan ini boleh dikatakan tidak terlalu kecil atau terlalu besar.

3.4.5 Aspek Operasional

a. Desain Produk

Desain dari produk *Aleea Hijab* pashmina pada umumnya, hanya saja memiliki keunikan pada bahan kainnya.

1) Dimensi Produk

Salah satu tipe *Aleea Hijab* anyar ini tersedia dalam dua bahan berbeda, serta pilihan warna. Kain berukuran 175 cm x 75 cm diperlukan untuk membuat satu pashmina.

2) Nilai atau Manfaat

Keunggulan produk *Aleea Hijab* antara lain memuaskan permintaan konsumen akan hijab sekaligus cepat dipakai karena bahannya yang tahan kusut dan tidak perlu disetrika, serta berfungsi sebagai aksesoris yang stylish.

3) Harga Jual Produk

Harga jual produk *Aleea Hijab* adalah Rp.65.000/pcs.

Harga ini diperoleh dari penjumlahan Harga Pokok Penjualan (HPP) awal dan keuntungan berdasarkan persentase.

3.5 Keberlanjutan Usaha Proyek Bisnis

Karena ini merupakan langkah penulis untuk membuka usaha sendiri di bidang fashion, khususnya hijab, setelah sempat tertunda maka usaha yang telah dilakukan akan insyaallah akan terus dikembangkan olehnya setelah tahap project bisnis selesai. Meskipun saat ini kami masih berkonsentrasi hanya pada satu model hijab, kami tidak sepenuhnya mengesampingkan gagasan bahwa model ini juga akan berkembang menjadi bentuk pakaian lain di masa mendatang.

3.6 Business Model Canvas

Business Model Canvas adalah alat visual untuk menguraikan komponen penting bisnis dan bagaimana mereka berhubungan satu sama lain. Model ini adalah pendekatan yang sangat baik untuk memahami perusahaan dan menemukan area masalah potensial. Berikut adalah *Business Model Canvas* untuk *Aleea Hijab*:

Business Model Canvas		Aleea Hijab		
Key Partners -Pengecer busana muslim untuk distribusi grosir -Pemasok kain untuk bahan berkualitas tinggi	Key Activities -Merancang, mencari sumber, membuat dan memasarkan jilbab -Mengoperasikan platform e-commerce untuk penjualan dan pengiriman online -Memberikan customer service kepada pelanggan	Value Proposition -Aleea Hijab menawarkan berbagai macam hijab berkualitas tinggi yang modis, nyaman, dan terjangkau -Layanan pelanggan yang dipersonalisasi -Seder akan keberlanjutan, penggunaan bahan limbahnya tidak dibuang secara sembarangan menjilbabkan anak hinggatan.	Customer Segments -Target konsumen Aleea Hijab adalah wanita dari usia remaja hingga dewasa. -Wanita muslimah yang menggunakan jilbab untuk pakaian sehari-hari dan formal -Wanita muslimah yang mencari jilbab yang berbeda unik dan memiliki konsep yang tersendiri.	Customer Relationship -Membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui layanan dan dukungan pelanggan yang dipersonalisasi -Menciptakan komunitas pelanggan setia melalui kehadiran dan komunikasi reguler -Memorong umpan balik pelanggan dan memantulkannya ke dalam pengembangan produk dan peningkatan layanan
	Key Resources -Tim desain yang terampil dan berpengalaman -Platform e-commerce dan media sosial -Anggaran pemasaran dan periklanan		Channels -Penjualan online melalui situs website Shopee dan platform media sosial Instagram	
Cost Structure -Biaya pekeik, penjualan (fornasok bahan dan tenaga kerja) -Biaya pemasaran dan iklan -Biaya operasional -Logistik dan biaya pengiriman		Revenue Streams -Penjualan eceran -Distribusi grosir		

Gambar 2. Model Bisnis Canvas

3.6.1. Key Partners

Dalam proses berjalannya Aleea Hijab, terdapat dua mitra kunci yang diperlukan. Pertama adalah pihak pengecer busana muslim. Dalam hal ini, terutama pengecer hijab yang nantinya akan menjual produk Aleea Hijab. Kedua adalah pemasok kain yang berkualitas tinggi dan diproduksi dengan cara yang baik juga tentunya.

3.6.2. Key Activities

Tiga aktivitas utama yang dilakukan oleh Aleea Hijab adalah lakukan adalah merancang, mencari sumber, membuat dan memasarkan jilbab, mengoperasikan platform e-commerce untuk penjualan dan pengiriman online, dan memberikan customer service kepada pelanggan

3.6.3. Key Resource

Sumber utama dalam Aleea Hijab adalah tim desain yang terampil dan berpengalaman, platform e-commerce dan media sosial, anggaran pemasaran dan periklanan.

3.6.4. Value Proposition

Nilai yang kemudian menjadi penting bagi Aleea Hijab adalah Aleea Hijab menawarkan berbagai macam hijab berkualitas tinggi yang modis, nyaman, dan terjangkau. Selain itu, layanan pelanggan yang dipersonalisasi. Terakhir, Aleea Hijab sadar akan keberlanjutan, penggunaan bahan yang limbahnya tidak dibuang secara sembarangan menjadikan ramah lingkungan.

3.6.5. Customer Segments

Target konsumen Aleea Hijab adalah wanita dari usia remaja hingga dewasa, wanita muslimah yang mengenakan jilbab untuk pakaian sehari-hari dan formal. Selain itu, target konsumen kami adalah wanita muslim yang mencari jilbab yang berbahan unik dan memiliki keunggulan tersendiri.

3.6.6. Channels

Penjualan online melalui situs website Shopee dan platform media sosial Instagram.

3.6.7. Customer Relationships

Salah satu fokusnya adalah membina kemitraan dengan Aleea Hijab dan pelanggannya. Hal ini dapat dicapai dengan mendorong umpan balik klien dan menggunakannya untuk menghasilkan produk dan layanan yang lebih baik sambil juga membina hubungan jangka panjang dengan konsumen melalui layanan dan dukungan pelanggan individual, keterlibatan yang sering, dan komunikasi.

3.6.8. Cost Structure

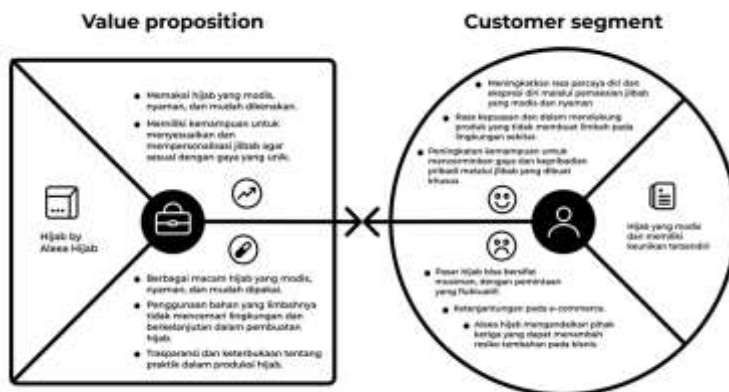
- Harga pokok penjualan (termasuk bahan dan tenaga kerja)
- Biaya pemasaran dan iklan
- Biaya operasional

3.6.9. Revenue Streams

- Penjualan eceran
- Distribusi grosir

3.7 Value Proposition Canvas

Value Proposition Canvas adalah alat yang berguna untuk mengetahui kebutuhan dan masalah pelanggan serta bagaimana barang dan jasa dapat bermanfaat bagi mereka. Komponen proposisi nilai dipetakan secara visual dalam Value Proposition Canvas. Berikut Value Proposition Canvas untuk Aleea Hijab:



Gambar 3. Value Proposition Canvas untuk Aleea Hijab

3.7.1 Product

Dalam proses penjualannya, produk yang disediakan adalah hijab.

Hijab ini dibuat dengan kualitas yang baik dan disertai dengan proses pembuatannya yang sangat baik.

3.7.2 Gain Creations

Dalam proses perjalanannya, ada beberapa *gains creation* yang dimiliki oleh Aleea Hijab, yaitu;

- a. Memakai hijab yang modis, nyaman, dan mudah dikenakan

Tersedia berbagai macam hijab yang *stylish*, modis, dan nyaman dipakai. Hijab yang dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi pelanggan.

- b. Merasa senang membuat produk menggunakan bahan yang berbeda

Penggunaan bahan yang unik dan berkelanjutan dalam pembuatan hijab. Selain itu, terdapat pula transparansi dan keterbukaan tentang praktik dalam produksi hijab.

- c. Memiliki kemampuan untuk menyesuaikan dan mempersonalisasi jilbab agar sesuai dengan gaya yang unik.

Tersedianya berbagai warna hijab yang dapat disesuaikan dengan selera pelanggan.

3.7.3 Pain Relievers

Berikut adalah *Pain Relievers* dari Aleea Hijab:

- a. Berbagai macam hijab yang *stylish*, modis, dan nyaman dipakai.
- b. Penggunaan bahan yang limbahnya tidak mencemari lingkungan dan berkelanjutan dalam pembuatan hijab.
- c. Transparansi dan keterbukaan tentang praktik dalam produksi hijab.

3.7.4 Gains

Berikut adalah Gains dari Aleea Hijab;

- a. Meningkatkan rasa percaya diri dan ekspresi diri melalui pemakaian jilbab yang modis dan nyaman.
- b. Rasa kepuasan dan dalam mendukung produk yang tidak membuat limbah pada lingkungan sekitar.
- c. Peningkatan kemampuan untuk mencerminkan gaya dan kepribadian pribadi melalui jilbab yang dibuat khusus.

3.7.5 Pains

Berikut adalah *pains* yang terdapat pada Aleea Hijab:

- a. Pasar Hijab bisa bersifat musiman, dengan permintaan yang fluktuatif

Pasar hijab bisa bersifat musiman, dengan permintaan yang tinggi sesuai dengan trend yang ada, dan juga permintaan yang lebih rendah di waktu lain. Hal ini dapat mempersulit Aleea Hijab untuk memprediksi penjualan dan pendapatan.

- b. Ketergantungan pada *e-commerce*.

Aleea Hijab sangat bergantung pada penjualan *e-commerce*, hal itu mungkin dipengaruhi oleh perubahan teknologi, kebijakan pengiriman dan pengembalian, serta kemudahan berbelanja online.

- c. Aleea Hijab mengandalkan pihak ketiga yang dapat menambah risiko tambahan pada bisnis.

Aleea Hijab mungkin mengandalkan pihak ketiga seperti pemasok, penyedia logistik, dan yang dapat menambah risiko tambahan pada bisnis.

3.8 Analisis terhadap Teori Porter Five Force

3.8.1 Daya Tawar Pemasok

Daya tawar pemasok relatif rendah. Aleea Hijab dapat mengambil bahan dari banyak pemasok, dan dapat menegosiasikan harga, syarat dan ketentuan, ini memberi bisnis kekuatan atas pemasok. Selain itu, Aleea Hijab dapat bekerja sama dengan pemasok yang memiliki nilai yang sama, yang dapat membantu membangun hubungan pemasok yang kuat. Dengan membangun hubungan yang baik antara Aleea Hijab dan pemasok, maka Aleea Hijab dapat mendapatkan pasokan bahan baku dengan kualitas tinggi dan harga yang bersaing.

3.8.2 Daya Tawar Pembeli

Daya tawar pembeli dianggap sedang. Karena banyaknya produsen hijab dan pengecer *online* lainnya, pelanggan memiliki kemampuan untuk beralih ke vendor lain jika mereka tidak puas dengan produk atau layanan yang ditawarkan oleh Aleea Hijab. Namun, nilai jual yang unik dari hijab yang menggunakan bahan yang berbeda serta pilihan warna beragam sesuai dengan gaya dan selera konsumen, dapat mengurangi risiko pelanggan untuk menemukan vendor alternatif yang menawarkan tingkat kualitas, gaya, dan layanan yang sama. Perbedaan penggunaan bahan dapat menjadi nilai lebih yang ditawarkan oleh Aleea Hijab.

3.8.3 Ancaman Pendetang Baru

Rintangannya untuk masuk ke pasar hijab dianggap rendah. Ini karena persyaratan modal yang relatif rendah. Namun, fokus Aleea Hijab pada hijab yang memiliki keunikan tersendiri dapat menjadi penghalang masuknya pesaing baru, karena nilai-nilai ini menarik pelanggan tertentu yang mungkin tidak menemukannya di tempat lain. Selain itu, dengan sistem promosi yang baik, maka akan tetap dapat mempertahankan eksistensi dari Aleea Hijab bagi pelanggan. Sehingga, Aleea Hijab tetap berada pada pilihan utama pelanggan dalam memilih hijab.

3.8.4 Ancaman Produk Pengganti

Ancaman produk atau jasa pengganti untuk Aleea Hijab relatif rendah. Meskipun ada produsen hijab lainnya, Aleea Hijab menawarkan hijab memiliki keunikan dan keunggulan tersendiri yang dapat membedakannya dari kompetitor lain dan mengurangi ancaman pengganti. Selain itu, layanan yang dipersonalisasi dengan *customer service* handal dan model yang beragam dari Aleea Hijab dapat mengurangi risiko pelanggan untuk menemukan penggantinya.

3.8.5 Persaingan Kompetitif di Antara Perusahaan yang Ada

Persaingan kompetitif di antara perusahaan yang ada di pasar hijab dapat dianggap sedang. Meskipun ada banyak pesaing di pasar, fokus Aleea Hijab pada jilbab yang memiliki keunikan tersendiri, dapat membantu membedakan dirinya dari pesaing lain dan menciptakan pasarnya sendiri. Salah satu keunikan yang ditawarkan oleh Aleea Hijab adalah pemilihan bahan baku yang berbeda dengan produk lain, misalnya dengan menggunakan jenis kain *flowy lux youryu crinkle* yang belum banyak digunakan oleh produsen hijab di Indonesia. Hal ini dapat membatasi intensitas persaingan dan menjadikan Aleea Hijab pilihan yang lebih disukai untuk segmen pelanggan tertentu.

Dari analisis Porter Five Forces di atas, dapat disimpulkan bahwa produk yang dihadirkan oleh Aleea Hijab merupakan produk dengan kualitas pilihan yang disesuaikan dengan segmentasi pasar yang ada. Bahan yang digunakan dengan jenis *flowy lux youryu crinkle* juga menjadi nilai lebih dari Aleea Hijab karena masih sedikit produsen hijab yang menggunakan jenis bahan tersebut. Selain itu, layanan yang diberikan oleh Aleea Hijab berupa *customer services* juga akan sangat membantu pelanggan, sehingga mengurangi risiko pelanggan menggunakan produk pengganti. Pemilihan jenis promosi bagi pelanggan juga dapat menjadi faktor pendukung untuk mendorong eksistensi Aleea Hijab bagi pelanggan baru maupun untuk mempertahankan pelanggan lama.

Dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi masing-masing kekuatan ini, bisnis dapat lebih memahami dinamika persaingan industri mereka dan mengembangkan strategi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Model Porter Five Forces dapat digunakan untuk menganalisis daya saing suatu industri dan dapat membantu bisnis untuk mengidentifikasi apa yang mendorong industri tersebut, mengidentifikasi seberapa menguntungkan industri tersebut, dan juga menunjukkan di mana harus memfokuskan sumber daya perusahaan untuk mendapatkan keuntungan atas para pesaingnya.

3.9 Rencana Proses Produksi

3.9.1 Desain dan Pengembangan

Desain dan pengembangan jilbab merupakan langkah penting, dan harus didasarkan pada riset pasar dan pemahaman tentang preferensi dan kebutuhan target pasar. Aleea Hijab harus menciptakan desain yang sedang trend dan menarik bagi target pasar. Ini dapat mencakup meneliti trend mode terkini, dan bereksperimen dengan gaya, pola, dan warna yang berbeda. Selain itu, Aleea Hijab juga dapat mengumpulkan feedback dari pelanggan dan menggunakannya untuk memperbaiki dan mengadaptasi desain mereka.

3.9.2 Sumber Bahan

Sumber bahan yang baik dan mampu berkelanjutan sangat penting bagi Aleea Hijab karena sejalan dengan nilai-nilai perusahaan. Perusahaan harus menjalin hubungan dengan pemasok yang dapat menyediakan bahan yang memenuhi standar keberlanjutan. Juga harus dipertimbangkan bahwa beberapa bahan mungkin sulit ditemukan atau harganya lebih mahal, jadi penting untuk memiliki rencana darurat.

3.9.3 Pembuatan Pola dan Pembuatan Sampel

Langkah-langkah pembuatan pola dan pembuatan sampel sangat penting

untuk memastikan hijab terpasang dengan benar dan berfungsi dengan baik. Aleea Hijab harus membuat pola dan membuat sampel hijab yang tepat dan efisien.

3.9.4 Produksi Massal

Produksi massal adalah proses pembuatan jilbab dalam jumlah besar. Aleea Hijab dapat memproduksi hijab secara in-house atau mengalihdayakannya ke produsen. Jika perusahaan memilih untuk melakukan outsourcing produksi, mereka perlu menjalin hubungan dengan produsen yang bereputasi baik dan dapat dipercaya. Perusahaan juga harus menetapkan protokol kontrol kualitas, untuk memastikan hijab yang diproduksi memenuhi standar perusahaan.

3.9.5 Kontrol Kualitas dan Inspeksi

Saat hijab diproduksi, Aleea Hijab perlu menerapkan sistem kontrol kualitas dan inspeksi untuk memastikan bahwa hijab memenuhi standar perusahaan dan harapan pelanggan. Ini termasuk memeriksa jilbab untuk meminimalisir cacat produk, dan memastikan bahwa bahan yang digunakan sesuai dengan desain dan polanya.

3.9.6 Pengemasan dan Pengiriman

Setelah hijab diproduksi dan diperiksa, hijab perlu dikemas dan dikirim ke pelanggan. Perusahaan harus memiliki rencana pengemasan dan pengiriman yang memastikan hijab terlindungi selama transportasi dan dikirimkan tepat waktu.

BAB IV PELAKSANAAN DAN ANALISIS PROYEK BISNIS

4.1 Profil Bisnis

Sebuah perusahaan di industri fashion bernama Aleea Hijab menyediakan item untuk hijab. Diferensiasi produk, di mana barang-barang manufaktur masih terbilang langka di pasaran saat ini, menjadi salah satu pendorong berdirinya perusahaan ini. Tentunya tidak perlu diragukan lagi kualitas produk Aleea Hijab karena dibuat dengan bahan bermutu tinggi dan melalui quality inspection sebelum dikirim. Selain itu, memberikan layanan pelanggan sebaik mungkin harus dilakukan, mulai dari pengemasan yang indah hingga pengembalian atau penggantian barang ketika ditemukan penolakan.

Diharapkan dengan tersedianya produk Aleea Hijab akan menyenangkan pelanggan baik dari segi keunggulan maupun penampilan.

4.2 Realisasi Anggaran Proyek Bisnis

4.2.1 Penjualan

Penjualan produk Alwa Hijab selama dua bulan sebelumnya dirangkum di tabel berikut.

Tabel 4. Penjualan produk Aleea Hiijab

No	Tanggal	Ket	Harga/un it	Jumlah unit terjual	Total Penjualan
1	11/12/22		Rp65.000	7	Rp455.000
2	12/12/22		Rp65.000	5	Rp325.000
3	13/12/22		Rp65.000	5	Rp325.000
4	14/12/22		Rp65.000	5	Rp325.000
5	15/12/22		Rp65.000	2	Rp130.000
6	7/1/23		Rp65.000	8	Rp520.000
7	8/1/23		Rp65.000	6	Rp390.000
8	9/1/23		Rp65.000	6	Rp390.000

9	11/1/23		Rp65.000	8	Rp520.000
10	12/1/23		Rp65.000	2	Rp130.000
11	13/1/23		Rp65.000	6	Rp390.000
TOTAL					Rp3.900.000
AL					

4.2.2 Produksi

Tabel 5. Produksi Aleea Hijab

Keterangan	produk
Unit produksi	60
Persediaan akhir	0
Unit terjual	60

4.2.3 Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tabel 6. Biaya Tenaga Kerja Langsung

MATERIAL	JUSTIFIKASI PEMAKAIAN	KUANTITAS	HARGA SATUAN (Rp)	TOTAL
Jasa jahit	Proses produksi	60	5.000	300.000
SUB TOTAL				300.000

4.2.4 Biaya Bahan Baku

Tabel 7. Biaya Bahan Baku

MATERIAL	JUSTIFIKASI PEMAKAIAN	KUANTITAS	HARGA SATUAN (Rp)	TOTAL
----------	-----------------------	-----------	-------------------	-------

Kain flowy lux youryu crinkle	Bahan produksi	32m	35.500/m	1.136.000
Kain cradenza crinkle	Bahan produksi	32m	32.000/m	1.024.000
Label bahan akrilik	Bahan produksi	65 pcs	530	34.450
Kartu ucapan	Bahan packaging	65 pcs	150	9.750
Sticker segel box	Bahan packaging	65 pcs	500	32.500
Box packaging 15X10X5cm	Bahan packaging	65 pcs	1000	65.000
Wrapping packing	Bahan packaging	65 pcs	700	45.500
TOTAL				2.347.200

4.2.5 Biaya Overhead

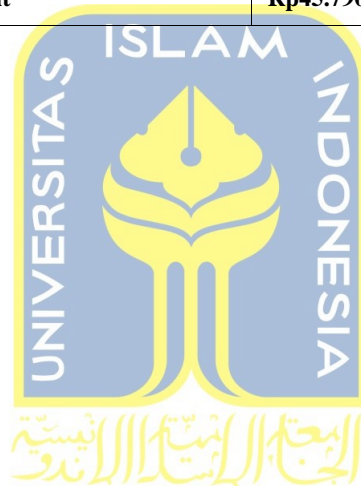
Tabel 8. Biaya Overhead

MATERIAL	JUSTIFIKASI PEMAKAIAN	KUANTITAS	HARGA SATUAN (Rp)	TOTAL
Promosi/endorsment	Proses pemasaran produk	Foto produk dan story instagram	100.000	100.000

4.2.6 Harga Pokok Penjualan (HPP)

Tabel 9. Harga Pokok Penjualan (HPP)

Keterangan	Produk
Total biaya pembelian bahan baku	Rp2.347.200
Total biaya tenaga kerja langsung	Rp300,000
Total biaya overhead	Rp100.000
Total harga pokok penjualan (untuk 60 unit)	Rp2.747.200
Harga Pokok Penjualan per unit	Rp45.790



4.2.7 Harga Jual Produk

Tabel 10. Harga Jual Produk

Keterangan	Produk
Harga Pokok Penjualan	Rp45.790
Harga Jual (HPP+Laba 29,55%)	Rp65.000

4.2.8 Laporan Laba Rugi

Tabel 11. Laporan Laba Rugi

Laporan Laba Rugi Bulan Desember 2022 – Januari 2023	
Penjualan	Rp3.900.000
Harga Pokok Penjualan	Rp2.747.400
Laba/(rugi) kotor	Rp1.152.600
Biaya Operasional	
Biaya promosi	Rp100.000
Laba/(rugi) bersih	Rp1.052.600

4.2.9 Laporan Arus Kas

Tabel 12. Laporan Arus Kas

Rincian	Desember	Januari
Saldo Awal	N/A	461.040
Kas Masuk	1.560.000	2.340.000
Kas Keluar	1.098.960	1.648.440
Saldo Akhir	461.040	691.560
Total Arus Kas	461.040	1.152.600

4.3 Pelaksanaan Proyek Bisnis

4.3.1 Tahap Inisiasi Proyek

Memproduksi jilbab ini sangat menarik bagi penulis karena bahannya yang khas dan sulit didapat. Tantangan bagi penulis untuk terus inventif dan maju dalam mengerjakan proyek diberikan oleh proses pencarian kain yang tentunya sulit. Hal inilah yang menjadi salah satu alasan mengapa penulis memutuskan untuk mendirikan firma sendiri, dan akhirnya dapat terwujud dengan selesainya proyek bisnis ini, selain dukungan dari orang-orang terdekat saya.

4.3.2 Tahap Perencanaan Proyek

Tentu saja, langkah pertama dalam perencanaan proyek adalah membuat proposal proyek bisnis yang mencakup analisis proyek, perencanaan anggaran, dan elemen lainnya. Penulis kemudian melakukan beberapa penelitian, mulai dari biaya bahan baku yang diperlukan hingga penambahan peralatan manufaktur dan faktor lain yang mendukung inisiatif perusahaan ini.

Beberapa pilihan warna jilbab dan hingga 60 potong per lusin pembuatan jilbab dipertimbangkan selama usaha bisnis ini.

4.3.3 Tahap Pelaksanaan Proyek

Tabel 13. Tahap Pelaksanaan Proyek

Tanggal	Deskripsi	Dokumentasi
20 Oktober 2022	Melakukan survei pada beberapa toko kain yang ada di Jogja. Mencari jenis kain yang penulis inginkan untuk produknya ternyata cukup sulit karna rata-rata kosong.	
8 November 2022	Akhirnya memutuskan untuk memesan kain secara online dan mendapatkan	

	harga yang lebih murah dari toko-toko kain yang ada di Jogja.	
9 November 2022	Memesan label acrylic secara online	
13 November 2022	Mendatangi penjahit dan menyerahkan kain yang akan dibuat menjadi pashmina serta berdiskusi untuk ukuran pashmina dan pemasangan label.	
20 November 2022	Memesan bahan untuk packaging.	
30 November 2022	24 pcs pashmina sudah selesai dikerjakan oleh penjahit.	

<p>9 Desember 2022</p>	<p>Mulai posting foto dan reels di Instagram @aleea.id untuk pengenalan bahan hijab.</p>	
<p>20 Desember 2022</p>	<p>Memesan kain untuk batch 2 penjualan</p>	
<p>25 Desember 2022</p>	<p>Menyerahkan bahan baku untuk di proses oleh penjahit</p>	
<p>6 Januari 2023</p>	<p>38 pcs pashmina batch 2 sudah selesai dikerjakan</p>	



Tabel 14. Pengemasan Produk

Deskripsi	Dokumentasi
<p>Biasanya, <i>quality control</i> dilakukan sebelum produk dikemas untuk memastikannya praktis dan bebas dari kekurangan atau masalah produksi.</p>	
<p>Produk disiapkan untuk pengiriman dengan paket yang sangat bagus setelah melewati <i>quality control</i>.</p>	

4.3.4 Tahap Pemantauan dan Pengendalian Proyek

Tabel 15. Tahap Pemantauan dan Pengendalian Proyek

Deskripsi	Dokumentasi
<p>Melakukan pemeriksaan jadwal produksi secara berkala untuk memastikan bahwa proyek bisnis dilaksanakan tepat waktu sebagaimana dimaksud.</p>	

<p>Aleea Hijab telah membuat akun media sosial resmi dalam upaya mengiklankan produknya.</p>	
<p>Mendaftar dan bergabung pada e-commerce resmi yaitu SHOPEE yang bertujuan untuk memasarkan produk dan melakukan transaksi jual beli antara penjual dan pembeli</p>	

4.3.5 Tahap Penutupan Proyek

Dengan mengumpulkan laporan akhir proyek bisnis ini untuk waktu yang ditentukan, proyek tersebut pasti ditutup.

4.4 Identifikasi Masalah dan Pemecahannya

4.4.1 Identifikasi Masalah

a. Kain belum ada di jual di Jogja

Karena mencari kain yang sesuai dengan keinginan penulis cukup sulit dan juga tidak dijual di Jogja membuat penulis harus memesan kain secara online. Memilih warna kain dan jenis kain secara online juga cukup membingungkan.

b. Adanya jahitan yang kurang rapih

Pada produksi pertama di beberapa produk ada yang hasil jahitannya kurang rapih pada bagian pinggirannya.

c. Kurang mempromosikan produk di awal

Pada awal launching produk penulis sangat kurang dalam mempromosikan produknya, dikarenakan ada hal lain yang harus dikerjakan.

4.4.1 Pemecahan Masalah

- a. Untuk jenis kain dan warna kain ternyata sudah cukup puas sesuai dengan keinginan penulis walaupun memilih lewat online, agar tidak ada ragu lagi mungkin untuk next produk penulis mencari kain yang ada di Jogja saja agar bisa memilih warna serta melihat sendiri jenis kain yang akan digunakan.
- b. Dikarenakan kesalahan yang ada pada produksi pertama membuat penulis tidak puas dengan hasil jahitannya, tentu saja langsung complain kepada bagian penjahitnya dan langsung diperbaiki. Kemudian pada produksi berikutnya sudah tidak ada lagi kesalahan pada bagian jahitan karena sudah belajar dari pengalaman produksi yang sebelumnya.
- c. Kurangnya promosi pada awal launching dikarenakan penulis yang kurang bisa membagi waktu untuk keperluan lain. Setelah beberapa minggu dari launching akhirnya penulis dapat membagi waktu dengan baik dan membuat konten untuk mempromosikan produk,

Commented [1]: ini b nya mana?

semoga kedepannya tidak terulang kejadian seperti itu dan bisa manage waktu dengan lebih baik lagi.

4.5 Analisis Pelaksanaan Proyek Bisnis

4.5.1 Produksi

a. Pembelian bahan baku

Pembelian bahan baku pertama dilakukan pada tanggal 8 November 2022 secara online dan batch kedua pada tanggal 20 Desember 2022. Dikarenakan tidak menemukan kain yang cocok di toko kain yang ada di Jogja.

b. Proses produksi

Proses produksi batch pertama dilakukan pada tanggal 13 November mulai mengantar kain dan diskusi untuk ukuran hijab yang akan dibuat oleh penjahit. Selesai produksi pada tanggal 30 November 2022, terhitung cukup lama karena dari penjahitnya sendiri jadwalnya cukup padat. Proses produksi batch kedua pada tanggal 25 Desember 2022 dan selesai pada tanggal 6 Januari 2023

c. Pemasaran dan Promosi

Pemasaran secara online mulai dilakukan ditanggal 9 November 2022 mulai dari posting jenis kain di Instagram dan juga reels. Pemasaran juga dilakukan secara offline, penulis menawarkan dari mulai teman-teman terdekat dahulu. Serta tidak lupa mendaftarkan pada e-commerce untuk mempermudah transaksi dengan pembeli.

d. Pesaing

Penulis belum menemukan perusahaan pesaing yang memproduksi barang dengan menggunakan kain yang sebanding dengan produk Aleea Hijab. Model pashmina memang banyak, tapi belum ada yang pernah menggunakan kain yang sama dengan barang-barang Aleea Hijab. Namun, para penulis tentunya akan terus memunculkan ide-ide baru dan menciptakan item-item baru agar tetap kompetitif di industri fashion.

4.6 Marketing dan Promosi

4.6.1 Market Research

Riset pasar sangat penting untuk memahami pasar sasaran, dan karakteristik unik pelanggan. Aleea Hijab harus meneliti industri, pesaing, dan pelanggan untuk memahami bagaimana proposisi nilai perusahaan sesuai dengan pasar, apa poin rasa dan kebutuhan pelanggan, dan untuk mengidentifikasi peluang potensial untuk pertumbuhan.

Meneliti pelanggan salah satunya dengan cara mengumpulkan identifikasi masalah dari para pengguna hijab, mulai dari teman terdekat hingga melalui polling di social media, tujuannya untuk mengetahui apa saja keluhan yang ada pada para pengguna hijab. Kemudian meneliti pesaing juga penting salah satunya dengan cara melihat harga dan kualitas hijab yang mereka jual, sehingga itu bisa menjadi patokan untuk Aleea Hijab bersaing dalam kualitas maupun harga.

4.6.2 Mengembangkan Strategi Pemasaran

Setelah Aleea Hijab memiliki pemahaman yang jelas tentang target pasar dan kompetisi, selanjutnya dapat mengembangkan strategi pemasaran yang menguraikan target pasar, nilai jual yang unik, serta saluran komunikasi dan distribusi yang akan digunakan. Strategi harus merinci tujuan dan sasaran perusahaan dan bagaimana hal itu akan mengkomunikasikan proposisi nilainya ke pasar sasaran. Mengembangkan strategi pemasaran mulai dari membuat social media dan juga bergabung pada e-commerce untuk memperluas pemasaran. Tidak lupa juga membuat konten untuk social media Aleea Hijab. Kemudian juga share kepada teman-teman flyer dari Aleea Hijab agar dibantu untuk up ke social media mereka agar semakin banyak yang tahu Aleea Hijab.

4.6.3 Membuat Bauran Pemasaran

Sebuah perusahaan dapat memanfaatkan bauran pemasaran sebagai seperangkat instrumen untuk melaksanakan rencana pemasarannya. Produk,

penetapan harga, tempat, dan promosi membentuk empat komponen utama bauran pemasaran. Aleea Hijab harus memikirkan bagaimana desain, kemasan, dan branding hijab dapat menarik target pasarnya sekaligus mengembangkan produknya. Selain itu, Aleea Hijab juga akan menghadirkan desain yang informatif dengan memanfaatkan berbagai media dalam brandingnya. Untuk penetapan harga, sangat penting untuk memilih harga yang akan menguntungkan dan kompetitif di pasar. Hal ini dapat dilakukan dengan cara melakukan survei harga di pasar. Aleea Hijab juga dapat memberikan potongan harga dan *cashback* kepada pelanggan. Untuk tempat, sangat penting untuk memilih metode distribusi yang akan digunakan, seperti toko fisik, e-commerce, atau keduanya, agar item dapat diakses oleh target demografinya. Dalam pemilihan tempat, Aleea Hijab memberikan opsi secara *offline* di rumah produksi, serta opsi *online* di *e-commerce* yang tersedia. Aleea Hijab juga harus memilih strategi periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan penjualan pribadi untuk digunakan untuk mencapai target pasar. Strategi periklanan yang diterapkan oleh Aleea Hijab menggunakan berbagai *platform* media yang tersedia.

4.6.4 Menerapkan Rencana Pemasaran

Setelah membuat bauran pemasaran, Aleea Hijab kemudian akan menerapkan rencana pemasaran, yang dapat mencakup pembuatan kampanye iklan, membangun kehadiran pada media sosial, dan melakukan penjualan langsung. Serta harus menetapkan anggaran untuk setiap elemen bauran pemasaran untuk memastikan bahwa rencana tersebut terjangkau dan efektif. Dalam menjalankan proses bauran pemasaran, Aleea Hijab berusaha memanfaatkan setiap media yang dapat digunakan untuk menunjang keberhasilan. Untuk melakukan kampanye iklan, Aleea Hijab memanfaatkan media sosial yang banyak digunakan oleh anak muda, seperti Instagram, TikTok, dan Facebook. Untuk meningkatkan hasil pemasarannya, Aleea Hijab juga menyediakan opsi pengiriman ke luar

daerah dengan menggunakan ekspedisi pengiriman supaya produk Aleea Hijab dapat menjangkau pelanggan lebih luas. Selain itu, Aleea Hijab juga melakukan pemasaran langsung dengan memanfaatkan promosi dari mulut ke mulut. Proses transaksi dari pemasaran langsung ini menggunakan teknik *cash on delivery*. Hal tersebut juga dapat meningkatkan hubungan yang baik antara Aleea Hijab dengan pelanggan karena akan tercipta kepercayaan dari pelanggan kepada Aleea Hijab.

4.7 Manajemen Usaha

4.7.1 Menetapkan tujuan dan sasaran

Menetapkan tujuan dan sasaran untuk perusahaan merupakan langkah penting dalam menciptakan strategi manajemen bisnis. Aleea Hijab harus menetapkan tujuan dan sasaran yang sejalan dengan tujuan awal penulis, dan fokus pada bidang utama seperti meningkatkan pendapatan, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mengurangi biaya. Tujuan dan sasaran ini harus SMART (*Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound*). Dalam proses penetapan tujuan dan sasaran, Aleea Hijab berfokus pada pengembangan bisnis dengan memaksimalkan setiap peluang yang ada untuk mendapatkan hasil yang diharapkan. Penetapan tujuan dan sasaran yang tepat dari Aleea Hijab akan berpengaruh dalam berjalannya Aleea Hijab di kemudian hari. Tujuan dan sasaran dari Aleea Hijab juga dapat berubah sewaktu-waktu dengan menyesuaikan kondisi pasar.

4.7.2 Mengembangkan Rencana Bisnis

Rencana bisnis adalah dokumen terperinci yang menguraikan bagaimana perusahaan akan mencapai tujuan dan sasarannya. Itu harus mencakup informasi tentang produk dan layanan yang ditawarkan, pasar sasaran, persaingan, strategi pemasaran dan penjualan, rencana operasi, dan proyeksi keuangan. Untuk Aleea Hijab, rencana bisnis harus mencakup detail seperti keunggulan kompetitif perusahaan, taktik penjualan dan pemasarannya,

serta rencana keuangan dan operasionalnya. Dalam pengembangan bisnis Aleea Hijab untuk produksi pertama hanya memiliki tiga warna saja di tiap pilihan pashminanya, lalu dikembangkan lagi pelan-pelan pada produksi berikutnya menambahkan pilihan warna. Setelah itu melakukan promosi dan juga terus memantau pesaing bisnis yang ada untuk tetap terus mempertahankan dan juga meningkatkan kualitas dari Aleea Hijab.

Sementara itu, untuk membentuk rasa penasaran dan ketertarikan pelanggan, Aleea Hijab membentuk *value proposition* dengan akan menghadirkan produk hijab yang baru dengan model baru juga tentunya yaitu pashmina instan yang berbahan dasar *premium flowy lux youryu crinkle* dan *cradenza crinkle*. Dengan menghadirkan hijab yang berbahan dasar berbeda dari hijab pada umumnya, Aleea Hijab dapat mendorong pelanggan untuk mengekspresikan gaya berhijab mereka dengan bebas. Pelanggan juga dapat bereksperimen terkait dengan gaya hijab yang mereka inginkan dengan menggunakan produk hijab dari Aleea Hijab. Didukung juga dengan produk pashiman instans yang juga akan dihadirkan oleh Aleea Hijab sebagai salah satu produk terbaiknya.

Produk Aleea Hijab juga menggunakan tambahan fitur inner yang mampu menambah rasa aman dan nyaman bagi penggunanya. Selain itu, dengan fitur tali pengikat pada produknya, Aleea Hijab menghadirkan produk yang efektif dan fleksibel untuk dipakai dan dipadukan sesuai OOTD yang digunakan. Hal ini didukung dengan pemilihan warna yang beragam dari Aleea Hijab.

Berikut adalah contoh desain produk baru dari Aleea Hijab yaitu pashmina instan yang akan segera di produksi secepatnya dan di targetkan selesai sebelum Hari Raya Idul Fitri 1444 Hijriah.



Gambar 4. Desain Produk Pashmina Instan

Tentunya Aleea Hijab memiliki keunggulan produknya sendiri. Yaitu pada bagian kualitas bahan dan jenis bahan. Aleea Hijab memakai bahan yang premium dengan harga yang lebih terjangkau dari kompetitornya. Dari survei yang telah dilakukan melihat kompetitor dengan bahan yang kualitasnya dibawah Aleea Hijab memiliki harga jual yang lebih tinggi. Sehingga Aleea Hijab juga membuat desain terbaru dengan kualitas yang baik namun harga tetap terjangkau. Pastinya Aleea Hijab menerapkan “ada harga ada kualitas” demi untuk memuaskan pelanggan serta menjaga kepercayaan pelanggan kepada Aleea Hijab dengan selalu menjaga kualitas.

4.7.3 Pengorganisasian

Aleea Hijab harus menetapkan struktur organisasi dan menentukan kebutuhan yang diperlukan untuk melaksanakan rencana bisnis dan mencapai tujuan dan sasaran. Ini termasuk membuat deskripsi pekerjaan selama masa proyek bisnis berjalan. Bagi Aleea Hijab, hal ini berarti mengidentifikasi peran dan tanggung jawab, serta kualifikasi dan keahlian, dan bagaimana akan masuk ke dalam struktur yang telah ditentukan. Dalam proses awal, Aleea Hijab akan di-handle sepenuhnya oleh owner untuk

menghemat biaya operasi. Namun, tidak menutup kemungkinan untuk nantinya Aleea Hijab membutuhkan kerja tim ketika sudah berkembang menjadi lebih baik. Dalam pengorganisasian tim, Aleea Hijab akan melakukan kualifikasi dan seleksi bagi setiap anggota tim untuk memaksimalkan kinerja dan hasil pemasaran dari Aleea Hijab.

4.7.4 Menerapkan Rencana Bisnis

Setelah rencana bisnis dikembangkan, Aleea Hijab dapat mulai menerapkan berbagai strategi dan taktik yang diuraikan dalam rencana tersebut. Ini termasuk meluncurkan produk dan layanan, memasarkan bisnis, dan mengelola operasi sehari-hari. Untuk Aleea Hijab, ini mungkin termasuk mengembangkan dan membangun platform e-commerce, dan membuat kampanye iklan untuk menarik pelanggan. Dalam proses membangun *e-commerce* yang baik dan efektif untuk meningkatkan pengalaman berbelanja pelanggan, Aleea Hijab menyediakan berbagai pilihan platform *e-commerce* yang tersedia di Indonesia, misalnya Shopee, Tokopedia, dan Lazada. Sedangkan dalam proses kampanye iklan, Aleea Hijab memanfaatkan platform media sosial yang sedang digunakan oleh anak muda dengan menghadirkan visual iklan yang menarik dan mampu meningkatkan minat beli dari pelanggan maupun calon pelanggan.

4.7.5 Pemantauan dan Evaluasi Kinerja

Aleea Hijab harus secara ketat memantau dan mengevaluasi kinerja bisnis secara teratur, untuk mengidentifikasi area perbaikan dan melakukan penyesuaian yang diperlukan. Untuk pemantauan dan evaluasi dari kinerja Aleea Hijab mulai dari pemantauan produksi hingga penjualan produk sampai diterima pada customer. Pemantauan ini dilakukan agar memastikan bahwa produk yang diterima oleh customer sudah sesuai dan customer merasa puas dengan produk Aleea Hijab atau tidak. Dan juga melakukan evaluasi produk serta evaluasi layanan dari Aleea Hijab kepada customer, tentunya hal itu untuk terus berkembang menjadi lebih baik.

4.7.6 Perbaikan Terus-Menerus

Berdasarkan data kinerja, Aleea Hijab harus terus meningkatkan strategi manajemen bisnis dan operasional untuk mengoptimalkan kinerja dan pertumbuhan perusahaan. Ini termasuk membuat perubahan pada bisnis. Sesuai dengan pengalaman yaitu pada produksi pertama di beberapa produk ada yang mengalami sedikit masalah pada bagian detail jahitannya, lalu di produksi berikutnya kita memperbaiki lagi dan terus meningkatkan kualitasnya.



BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Penulis mengantisipasi Aleea Hijab akan berkembang dan berkembang di masa depan dengan bantuan usaha bisnis ini. Dan mungkin pembeli akan terus memuja produk ini. Saya berharap perusahaan ini berkembang dan menciptakan lebih banyak pekerjaan bagi orang-orang di komunitas saya. Tentunya tetap menjaga kualitas juga. Saya senang bisa mengatasi masalah penggunaan hijab sekaligus mempromosikan fashion hijab di kalangan anak muda saat ini menggunakan Aleea Hijab.

Semoga Aleea Hijab akan terus menerima feedback yang baik dari semua pelanggan di masa mendatang. Dan di antara banyak merek lainnya, selalu ada pilihan merek hijab.

5.2 Rekomendasi

Penulis dapat menawarkan saran berikut berdasarkan keahliannya sendiri serta informasi baru yang dipelajari saat mengerjakan proyek bisnis ini:

1. Rencanakan usaha Anda secara menyeluruh sebelum meluncurkannya, dan teliti biaya di beberapa pengecer kain sebelumnya. Setelah itu, prioritaskan tugas-tugas yang perlu diselesaikan.
2. Ajukan pertanyaan atau tunjukkan masalah dengan produk yang kami buat sehingga kami dapat melakukan modifikasi lebih lanjut sebagai tanggapan atas banyaknya permintaan, mulai dari jenis kain hingga ukuran yang tepat.
3. Diberhentikan dan mempertimbangkan tujuan jangka panjang akan menjadi hal yang luar biasa untuk dicapai dalam perusahaan. Tentu saja, menjaga dan meningkatkan kualitas produk, jujur kepada pelanggan, dan memberi mereka layanan yang luar biasa mungkin tidak mudah. Namun tanpa kita sadari, ini bisa menjadi salah satu hal yang membuat kita tetap hidup di dunia komersial.
4. Agar perusahaan yang Anda jalankan terus berkembang, carilah referensi bisnis yang lebih khas lagi untuk dijadikan inspirasi.

5. Secara konstan menilai item secara bertahap untuk memastikan bahwa item tersebut maju dan meningkat seiring waktu.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad. (n.d.). *Pengertian Kewirausahaan: Konsep, Tujuan, Sifat dan Jenis Wirausaha*. Retrieved February 8, 2023, from <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-kewirausahaan/>
- Arifin, Zainal. (2009). *Evaluasi Pembelajaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Boone dan Kurtz. 2007. *Pengantar Bisnis Kontemporer*. Edisi 11. Jakarta: PT. Semen Padang
- cpsssoft. (2020, April 20). *Apa Itu Analisis SWOT? Berikut Pengertian, Metode Analisis, dan Contohnya*. <https://cpsssoft.com/blog/bisnis/pengertian-analisis-swot/>
- Ginting, H. (n.d.). *Penjelasan 9 Elemen Dalam Bisnis Model Kanvas*. Academia.Edu. Retrieved February 8, 2023, from https://www.academia.edu/36939451/Penjelasan_9_Elemen_Dalam_Bisnis_Model_Kanvas
- Kompas. (2022, August 26). *4 Tujuan Kewirausahaan*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2022/08/26/090000169/4-tujuan-kewirausahaan?page=all>
- LP2M. (2022). Analisis Porter Five Force - Definisi serta Penjelasan. *LPM UMA*.
- Michael E. Porter (1985): *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*.
- Nurul Laily, I. (2022, February 17). *Pengertian Bisnis Beserta Jenis dan Tujuannya - Nasional*. Katadata.Com. <https://katadata.co.id/amp/safrezi/berita/620dbfd107784/pengertian-bisnis-beserta-jenis-dan-tujuannya>
- Perkembangan Trend Hijab Di Indonesia Dari Dulu Hingga Sekarang*. (n.d.), Umma.Id. Retrieved February 8, 2023, from <https://umma.id/article/share/id/19/198884>
- Rohman. (2022, March 20). *5 Manfaat yang Diperoleh dalam Kewirausahaan bagi Generasi Milenial, Yuk Berwirausaha!* Yoursay. <https://yoursay.suara.com/lifestyle/2022/03/20/201803/5-manfaat-yang-diperoleh-dalam-kewirausahaan-bagi-generasi-milenial-yuk-berwirausaha>
- Tulus T. H. Tambunan. 2022. *Pengembangan UMKM dan Kewirausahaan Masyarakat*. Bogor.
- Zimmerer, Thomas W. 2004. *Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil* Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta : Penerbit Indeks
- Zimmerer, Thomas W dan Norman M. Scarborough. 2005. *Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*. Jakarta: Penerbit Indeks

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Curriculum Vitae

Daftar Riwayat Hidup	
	
	
DATA PRIBADI	
Nama Lengkap	: Aurora Hayati Aulia
Tempat & tanggal lahir	: Praya, 7 Agustus 2000
Alamat	: Jl Wijaya Kusuma No 258 Condong Catur
Jenis Kelamin	: Perempuan
Status Perkawinan	: Belum menikah
Agama	: Islam
No. Telp	: 082147365907
Email	: 19312363@students.uii.ac.id
Pendidikan Terakhir	: SMAN 1 MATARAM
RIWAYAT PENDIDIKAN	
2016 – 2019	: SMAN 1 MATARAM
2019 – Sekarang	: Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII prodi Akuntansi

PENGALAMAN

2017 & 2018 : SKETSA SMANSA dan event SMA

lainnya

2020 – saat ini : thrift shop @4run.stuff

2022 : Store Attendant MOTO GP Pertamina Grand Prix
Of Indonesia



Lampiran 2. Laporan Realisasi Anggaran

Proyek bisnis ini berlangsung selama 4 bulan. Dimulai dari bulan Oktober 2022 hingga bulan Januari 2023. Berikut merupakan realisasi anggaran proyek bisnis *Aleea Hijab*

A. Penjualan

Berikut merupakan penjualan produk :

No	Tanggal	Ket	Harga/unit	Jumlah unit terjual	Total Penjualan
1	11/12/22		Rp65.000	7	Rp455.000
2	12/12/22		Rp65.000	5	Rp325.000
3	13/12/22		Rp65.000	5	Rp325.000
4	14/12/22		Rp65.000	5	Rp325.000
5	15/12/22		Rp65.000	2	Rp130.000
6	7/1/23		Rp65.000	8	Rp520.000
7	8/1/23		Rp65.000	6	Rp390.000
8	9/1/23		Rp65.000	6	Rp390.000
9	11/1/23		Rp65.000	8	Rp520.000
10	12/1/23		Rp65.000	2	Rp130.000
11	13/1/23		Rp65.000	6	Rp390.000
TOTAL					Rp3.900.000

B. Produksi

Berikut merupakan jumlah produksi produk:

Keterangan	produk
Unit produksi	60
Persediaan akhir	0
Unit terjual	60

C. Biaya Pembelian Bahan Baku

Berikut merupakan total biaya pembelian bahan baku produk:

MATERIAL	JUSTIFIKASI PEMAKAIAN	KUANTITAS	HARGA SATUAN (Rp)	TOTAL
Kain flowy lux youryu crinkle	Bahan produksi	32m	35.500/m	1.136.000
Kain cradenza crinkle	Bahan produksi	32m	32.000/m	1.024.000
Label bahan akrilik	Bahan produksi	65 pcs	530	34.450
Kartu ucapan	Bahan packaging	65 pcs	150	9.750
Sticker segel box	Bahan packaging	65 pcs	500	32.500
Box packaging 15X10X5cm	Bahan packaging	65 pcs	1000	65.000
Wrapping packing	Bahan packaging	65 pcs	700	45.500
TOTAL				2.347.200

D. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Berikut merupakan total biaya tenaga kerja langsung:

MATERIAL	JUSTIFIKASI PEMAKAIAN	KUANTITAS	HARGA SATUAN (Rp)	TOTAL
Jasa jahit	Proses produksi	60 pcs	5.000	300.000
SUB TOTAL				300.000

E. Total Biaya Overhead

Berikut merupakan total biaya overhead produk:

MATERIAL	JUSTIFIKASI PEMAKAIAN	KUANTITAS	HARGA SATUAN (Rp)	TOTAL
Promosi/endorment	Proses pemasaran produk	Foto produk dan story instagram	100.000	100.000



F. Harga Pokok Penjualan (HPP)

Berikut merupakan harga pokok produksi produk:

Keterangan	Produk
Total biaya pembelian bahan baku	Rp2.347.200
Total biaya tenaga kerja langsung	Rp300.000
Total biaya overhead	Rp100.000
Total harga pokok penjualan (untuk 48 unit)	Rp2.747.200
Harga Pokok Penjualan per unit	Rp45.790

G. Harga Jual Produk

Berikut merupakan harga jual produk:

Keterangan	Produk
Harga Pokok Penjualan	Rp45.790
Harga Jual (HPP+Laba 29,55%)	Rp65.000

H. Laporan Laba Rugi

Berikut merupakan Laporan Laba Rugi *Aleea Hijab*:

Laporan Laba Rugi Bulan Desember 2022 – Januari 2023	
Penjualan	Rp3.900.000
Harga Pokok Penjualan	Rp2.747.400
Laba/(rugi) kotor	Rp1.152.600
Biaya Operasional	
Biaya promosi	Rp100.000
Laba/(rugi) bersih	Rp1.052.600

I. Laporan Arus Kas

Berikut merupakan Laporan Arus Kas *Aleea Hijab*:

Rincian	Desember	Januari
Saldo Awal	N/A	461.040
Kas Masuk	1.560.000	2.340.000

Kas Keluar	1.098.960	1.648.440
Saldo Akhir	461.040	691.560
Total Arus Kas	461.040	1.152.600

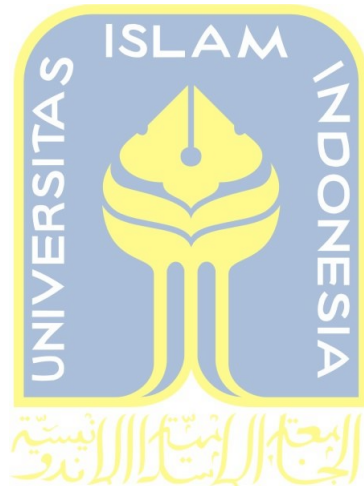
Lampiran 3. Laporan Realisasi Jadwal dan Kegiatan

KEGIATAN	BULAN															
	OKTOBER				NOVEMBER				DESEMBER				JANUARI			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
PENYUSUNAN PROPOSAL PROYEK BISNIS																
PERSIAPAN PRODUKSI																
PROSES PRODUKSI																
PEMANTAUAN DAN PEMASARAN																
LAPORAN ANTARA PROYEK BISNIS																
PENYUSUNAN LAPORAN AKHIR PROYEK BISNIS																

Lampiran 4. Laporan Kinerja (Performance Report)

Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Persentase (%)
50 unit x Rp 65.000 = Rp3.900.000	44 unit x Rp 65.000 = Rp3.900.000	$(900.000/3.900.000) \times 100\%$ = 100%

Laporan keberhasilan proyek bisnis Aleea Hijab untuk penjualan dalam waktu dua bulan mengungkapkan bahwa proyek ini mencapai 100% dari target penjualannya.



Lampiran 5. Dokumentasi Proyek Bisnis



Proses pembelian bahan baku



Packing



Pemakaian Produk

