LAPORAN RPOYEK BISNIS MAHASISWA

BAVA SHIRT BY B-SHINE

Yuni Kartika Sari

19312395

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2023

“**BAVA SHIRT BY B-SHINE”**

PROYEK BISNIS

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program tudi Akuntansi pada Fakultas Bisnsi dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Yuni Kartika Sari
19312395

PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Di sini saya menyatakan orisinalitas Laporan Proyek Bisnis saya. Saya belum mempresentasikan karya orang lain untuk mendapatkan gelar universitas saya, saya juga belum mempresentasikan kata-kata, ide, atau ungkapan oranglain tanpa pengakuan.

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

Yogyakarta, 09 Maret 2023

Yuni Kartika Sari

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN PROYEK BISNIS PROGRAM KEWIRAUSAHAAN
BAVA SHIRT BY B-SHINE

Diajukan oleh:
Nama: Yuni Kartika Sari
NIM: 19312395

Telah disetujui oleh dosen pembimbing
Pada tanggal 09 Maret 2023

Dosen Pembimbing

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

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR WIRAUSAHA

TUGAS AKHIR BERJUDUL

B-Shine

Disusun Oleh : Yuni Kartika Sari

Nomor Mahasiswa : 19312395

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

Pada hari, tanggal: 12 April 2023

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

Penguji : Maulidyati Aisyah, S.E., M.Com(Adv). .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFrA, CertIPSAS.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Proyek Bisnis ini. Penulisan Laporan Proyek Bisnis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonominka Universitas Islam Indonesia. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan proyek bisnis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Laporan Proyek Bisnis ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

(1) Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D., SAS., ASPM yang telah menyediakan waktu, teanga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan laporan proyek bisnis ini;
(2) Orang Tua saya yang selalu memberikan kasih sayang, memberikan do'a untuk kesuksesan saya, dan memberikan dukungan secara material maupun moral
(3) Abang dan Kakak Ipar saya dan sodara-sodara saya; Abang Bambang, Abang Dwi, Kak Liya, Kak Liza, Kak Yunda, dan Abang Khuzral yang selalu memberikan support kepada saya, dan meberikan kasih sayang kepada saya;
(4) Pelanggan B-Shine yang telah membantu saya dalam membeli produk Bava Shirt, sehingga saya dapat menyeselaikan laporan proyek bisnis ini;
(5) Rekan kelompok B-Shine; Iqbal yang telah membantu di setiap bisnis B-Shine dan membantu dalam penyusunan laporan akhir proyek bisnis ini;
(6) Sahabat-sahabat saya sejak SMA; Sabrina, Surya, dan Tele yang selalu mendengarkan keluh kesah saya, membantu dalam hal berkaitan dengan bisnis saya, dan selalu memberikan support atas bisnis saya, dan
(7) Temen seperjuangan kuliah saya di Universitas Islam Indonesia; Saphira, Dava, Yudis, Pram, Indah, Lutik, Putra, Valen, Andre, Dimas dan Rey, atas dukungan, bantuan, dan kebersamaannya sampai saat ini;

Akhir kata, semoga Allah SWT berkeknan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga laporan proyek bisnis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Yogyakarta, 09 Maret 2023

Yuni Kartika Sari

ABSTRAK

Bava Shirt by B-Shine merupakan bagian proyek bisnis kelompok dengan memiliki satu brand, yaitu B-Shine yang menjual kemeja wanita dan celana wanita. Kemeja merupakan baju yang digunakan berbagai banyak kalangan dalam setiap kegiatan, baik formal maupun non-formal. Selain itu, kemeja memiliki berbagai macam model dengan motif berbeda dan juga warna yang berbeda-beda. Penulis menjual produk kemeja sederhana tanpa motif, namun didesain dengan unik sehingga terlihat elegan. Produk kemeja yang didesain dengan model yang *oversize*, sehigga hanya memiliki satu ukuran saja. Penulis mendirikan produk wanita ini karena adanya peluang besar dalam menjual *fashion* wanita terutama kemeja *oversize*. Hal ini dikarenakan banyak minat anak muda yang banyak menggunakan dalam setiap acara, baik formal maupun non-formal .

Proyek bisnis ini sudah dijalankan sekisaran 4 bulan lebih dari tanggal 20 Oktober 2022 sampai dengan 28 Februari 2023. Penulis memberikan nama kemeja, yaitu Bava Shirt dengan satu model kemeja dan memiliki berbagai warna, seperti black, moca, nacy, ungu, denim, mint, dan mustard. Selain itu, Bava Shirt by B-Shine ini dijual dengan harga yang terjangkau dengan kualitas yang terbaik.

DAFTAR ISI

DAFTAR SAMPUL……...……...……..i

HALAMAN JUDUL…….…….…….…..…….……ii

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS……...……...iii

HALAMAN PENGESAHAN……...……iv

BERITA ACARA……...v

KATA PENGANTAR……...……...…….…..vii

ABSTRAK……...……..xi

DAFTAR ISI……...……..……x

DAFTAR TABEL……..…….…….……...…xiii

DAFTAR GAMBAR……..…….…..xiv

DAFTAR LAMPIRAN…….....…xv

BAB 1 PENDAHULUAN……...……...…...…1

1.1 Latar Belakang…….……..……...…1

1.2 Rumusan Masalah…….…….……,,…..2

1.3 Tujuan Program…….…….…….……...…2

1.4 Luaran yang Diharapkan…….…….…….…….....2

1.5 Manfaat Program…….…….…….....…3

1.6 Sistematik Penulisan Laporan…….……...3

BAB 2 TELAAH PUSTAKA……..…..5

2.1 Fashion…….……..……5

2.2 Anlisis SWOT…….……...5

2.3 Business Model Canvas……...……..…6

2.4 Porter's Five Forces Canvas……...……...8

BAB 3 METODOLOGI PELAKSANAAN PROYEK BISNIS……..10

3.1 Gambaran Umum Rencana Usaha……...……..……..10

3.1.1 Nama Usaha…….……...…10

3.1.2 Konsep Usaha…….…10

3.2 Gagasan Kegiatan Usaha…….……...…..11

3.2.1 Target Usaha……...……..11

3.2.2 Pesaing…….……...……12

3.2.3 Strategi Promosi…….…….13

3.2.4 Strategi Pemasaran…….…….……13

3.3 Peluang Pasar…….……...…...….14

3.4 Analisis Kelayak Usaha…….…….…….14

3.4.1 Aspek Hukum…….……....14

3.4.2 Aspek Lingkungan…….…..……...14

3.4.3 Aspek Keuangan……..……...…14

3.5 Keberlanjutan Usaha Proyek Bisnis…….15

3.6 Analisis SWOT…….…….…….15

3.7 *Business Model Canvas*……...…….17

3.8 *Porter's Five Model*……....20

BAB 4 PELAKSANAAN DAN ANALISIS PROYEK BISNIS…….…22

4.1 Profil Bisnis…….…….……..22

4.2 Realisasi Anggaran Proyek Bisnis…….…….……22

4.2.1 Penjualanan…….…….……22

4.2.2 Produksi…….…….……..23

4.2.3 Biaya Pembelian Bahan Baku…….…….…….24

4.2.4 Biaya Tenaga Kerja Langsung…….…….…….25

4.2.5 Biaya *Overhead*…….…….……..…..…25

4.2.6 Biaya Operasional…….……...…….……25

4.2.7 Harga Pokok Produksi (HPP) …….…….…….26

4.2.8 Laporan Laba Rugi……..……..……..26
4.2.9 Laporan Arus Kas…….……..……..……...26
4.2.10 Margin Keuntungan…….……..……..…27
4.3 Pelaksanaan Proyek Bisnis…….……..……27
4.3.1 Tahap Inisiasi Proyek…….……..…….27
4.3.2 Tahap Perencanaan Proyek…….……..……28
4.3.3 Tahap Pelaksanaan Proyek…….……..…….28
4.3.4 Tahap Pemantauan dan Pengendalian Proyek…….……..34
4.3.5 Tahap Penutupan Proyek…….……..……35
4.4 Identifikasi Masalah dan Pemecahannya…….35
4.4.1 Identifikasi Masalah…….……..……...35
4.4.2 Pemecahan Masalah…….……..……...36
4.5 Analisa Pelaksanaan Proyek Bisnis…….……....36
4.5.1 Produksi…….……..……36
4.5.2 Pemasan dan Promosi…….……..…….36
4.5.3 Pesaing…….……..……...37
BAB 5 KESIMPULAN dan REKOMENDASI…….....……..38
5.1 Kesimpulan ……...…….38
5.2 Rekomendasi……....38
DAFTAR PUSTAKA…….……..……..…….…..40
LAMPIRAN…….……..……..……..……42

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Kebutuhan modal……..……..15

Tabel 2 Total penjualan……22

Tabel 3 Total produksi……..23

Tabel 4 Total biaya bahan baku…….……...24

Tabel 5 Total biaya tenaga kerja langsung……...25

Tabel 6 Total biaya *overhead*……...25

Tabel 7 Total biaya operasional……...25

Tabel 8 Harga pokok produksi……..……...26

Tabel 9 Laporan laba rugi……..……..…26

Tabel 10 Laporan arus kas……...26

Tabel 11 Target dan realisasi penjualan……...28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo……...……..10

Gambar 2 Model Bava Shirt……..……...11

Gambar 3 Instagram pesaing…….....13

Gambar 4 Business Model Canvas……..…….17

Gambar 5 Pemilihan warna dan pembelian kain…….....…29

Gambar 6 Proses menjahit Bava Shirt by B-Shine……...29

Gambar 7 Intagram B-Shine……..……..30

Gambar 8 Linktree B-Shine……..…….....31

Gambar 9 Shopee B-Shine……..….31

Gambar 10 Pemesanan Bava Shirt by B-Shine melalui via Whatsapp...…….32

Gambar 11 Pemesanan Bava Shirt by B-Shine melalui Shopee……...……..33

Gambar 12 *Greating card* B-Shine……..34

Gambar 13 *Packaging anti air* B-Shine……...34

Gambar 14 Testimoni dan *review* pelanggan……...35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Laporan Realisasi Anggaran…….……42

Lampiran 2 Laporan Realisasi Jadwal dan Kegiatan…….……...48

Lampuran 3 Laporan Kinerja (*Performance Report*)……...……49

Lampiran 4 Dokumentasi Proyek Bisnis…….....50

BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fashion merupakah salah satu berpakaian yang sudah tidak asing lagi diperbincangkan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dikarenakan *fashion* menjadi gaya trend yang selalu diikuti setiap perkembangan zaman. *Fasion* juga sebagai penunjang gaya hidup seseorang dalam berpenampilan agar saat digunakan terlihat menarik dimata orang. Banyak perkembangan yang ada pada *fashion* terutama menjadi *trend center*, seperti *Korean style* yang banyak diminati kalangan anak muda baik laki-laki maupun perempuan. Selain itu, munculnya motif, warna, dan desain yang gak pernah habis setiap zamannya, sehingga membuat sebagian masyarkat tidak pernah bosen untuk mengikuti *fashion* yang ada. Produk *fashion* menjadi salah satu produk yang bertahan dijangka panjang karena dapat digunkan berkali-kali.

Namun, semakin meningkatnya perkembangan dalam *fashion* yang membuat munculnya banyak pembisnis-bisnis menawarkan produk mereka dengan *fashion* yang mereka miliki. Ditambah lagi kemajuan teknologi dalam pemasaran yang membuat para pembisnis menggunakan hal tersebut untuk memasarkan produk agar memudahkan dalam menjualnya. Pembisnis banyak menggunakan *platform digital* dikarenakan banyak masyarakat dalam mencari model *fashion*-nya dengan menggunakan media sosia melalui *marketplace* yang ada. Munculnya berbagai macam *trend* khususnya *Korean style* dengan desain yang *oversize* yang banyak di minati dikalangan anak muda maupun tua terutama wanita yang selalu ingin terlihat modis dan anggun. Sehingga, bisnis yang akan diluncurkan ini kedepannya memiliki prospek yang diminati para kalangan wanita.

Penulis memberikan nama brand pada proyek bisnis ini adalah “B-SHINE”. Proyek bisnis ini menghasilkan dua porduk, yaitu kemeja, dan celan. Terdapat keunggulan dari produk yang akan dijual dengan kualitas bahan yang digunakan baik dan jahitan rapi. Penulis berharap proyek bisnis

ini dapat diterima dikalangan masyarakat khususnya para wanita, sehingga diharapkan proyek bisnis ini dapat berkembang dan berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada proyek bisnis ini adalah sebagai berikut:

a. Apakah produk kemeja dari Bava Shirt by B-Shine dapat diterima dikalangan wanita Indonesia?
b. Apakah strategi terbaik yang digunakan untuk meningkatkan omzet pada produk Bava Shirt by B-Shine di masa tingginya pesaing bisnis?
c. Apakah kondisi keuangan dari Bava Shirt by B-Shine dalan kondisi baik?
d. Apakah produk Bava Shirt by B-Shine dapat menguntangkan?

1.3 Tujuan Program

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagi berikut:

a. Untuk mengetahui produk Bava Shirt by B-Shine dapat diterima atau tidak di kalangan wanita Indonesia.
b. Untuk mengetahui startegi terbaik untuk meningkatkan omzet pada produk Bava Shirt by B-Shine di masa tingginya pesaing bisnis.
c. Untuk mengetahui jondisi keuangan Bava Shirt by B-Shine baik atau tidak.
d. Untuk mengetahui produk Bava Shirt by B-Shine dapat menguntungkan.

1.4 Luaran yang Diharapkan

Adapun luaran yang diharapkan pada proyek bisnis ini adalah sebagai berikut:

a. Produk Bava Shirt by B-Shine dapat bertahan di era persaingan industry yang sejenis.
b. Meningkatkan kreativitas dan inovasi mahasiswa di masa muda.
c. Memebrikan pendapatan tambahan bagi mahasiswa di masa muda.
d. Melatih mental dalam berwirausahaan.
e. Membuka lapangan pengerjaan dan mengurangi pengangguran.

1.5 Manfaat Program

Berdasarkan masalah-masalah yang timbul dan luaran proyek bisnis ini, diharapkan dari proyek bisnis ini akan memiliki manfaat sebagai berikut:

a. Melatih kreativitas mahasiswa dalam menjalankan proses berwirausaha di masa muda.
b. Melatih kemampuan dan keterampilan mahasiswa dalam menjalankan berwirausaha di masa muda.

1.6 Sistematik Penulis Laporan

Halaman Sampul
Halaman Judul
Halaman Orisinalitas
Halaman Pengesahan
Kata Pengantar
Abstrak
Daftar Isi
Daftar Tabel
Daftar Gambar
BAB I. PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang
1.2 Rumusan Masalah
1.3 Tujuan Program
1.4 Luaran yang Diharapkan
1.5 Manfaat Program
1.6 Sitematika Penulis Laporan
BAB II. TELAAH PUSTAKA
2.1 Fashion
2.2 Anlisis SWOT
2.3 Business Model Canvas
2.4 Porter's Five Forces Model
BAB III. METODOLOGI PELAKSANAAN PROYEK BISNIS
3.1 Gambaran Umum Rencana Usaha

3.2 Gagasan Kegiatan Usaha
3.3 Peluang Pasar
3.4 Analisis Kelayakan Usaha
3.5 Keberlanjutan Usaha
3.6 Analisis SWOT
3.7 Business Model Canvas
3.8 Porter's Five Forces Model
BAB IV. LAPORAN DAN ANALISIS PROYEK BISNIS
4.1 Profil Bisnis
4.2 Realisasi Anggaran Proyek Bisnis
4.3 Pelaksanaan Bisnis
4.4 Identifikasi Masalah dan Pemecahannya
4.5 Analisis Pelaksanaan Proyek Bisnis
BAB V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI
5.1 Kesimpulan
5.2 Rekomendasi
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB II
TELAAH PUSTAKA

2.1 Fashion

Fashion berasal dari bahasa Latin, factio, yang artinya membuat atau melakukan. Karena itu, arti kata asli fashion mengacu pada kegiatan; fashion merupakan sesuatu yang dilakukan seseorang, tidak seperti dewasa ini, yang memaknai fashion sebagai sesuatu yang dikenakan seseorang. (Hendariningrum & Susilo, 2014)

Menurut Alex Thio dalam bukunya, Sociology, "*fashion is a great though brief enthusiasm among relatively large number of people for a particular innovation*" (Trisnawati, 2016). Jadi, dapat dikatakan bahwa *fashion* dapat mencakupi apa saja yang sebenarnya dapat diikuti oleh semua orang.

2.2 Analisi SWOT

Analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, treads*) merupakan salah satu metode sabagai penyusun strategi perushaan dengan melihat dari lingkungan sekitar, baik dari lingkungan eksternal maupun lingkungan internal. Namun, analisis SWOT akan lebih menekankan dari bagaimana kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) perusahaan dalam menghadapi adanya peluang (*opportunity*) dan ancaman (*treads*) (Sulistiani, 2014). Adapun model yang popular dalam menganalisis susatu SWOT:

1) Cara Membuat Analisi SWOT

   Penelitian menunjukkan bahwa kinerja pada perusahaan dapat ditentukan dengan kombinasi dari faktor ekternal dan faktor internal. Dari kedua faktor tersbut, perlu dipertimbangkan dalam melakukan analisi SWOT. Pada analisis SWOT, perlu membandingkan antara faktor eksternal, yaitu peluang (*opportunitiy)* dan ancaman (*threats*). Sedangkan pada faktor internal, yaitu kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*).

2) Matrix SWOT

Matrix SWOT adalah alat yang digunakan perusahaan dalam menyusun faktor-faktor strategi di perusahaan. Matrix menggambarkan secara detail terkait bagaimana peluang (*opportunitiy)* dan ancaman (*threats)* pada faktor eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness)* yang dimiliki. Terdapat empat set yang kemungkinan menjadi alternatif strategi pada matrix SWOT sebagai berikut:

a) Strategi SO
b) Strategi ST
c) Strategi WO
d) Strategi WT

2.3 Business Modal Canvas

Menurut Osterwalder dan Pignuer mengatakan bahwa *Bussiness Model Canvas* (BMC) adalah sebuah model bisnis gambaran logis mengenai bagaimana sebuah organisasi menciptakan, menghantarkan dan menngkap sebuah nilai (Nurrachmi, 2020). Selain itu, *Business Model* Canvas merupakan konsep yang diperkenalkan oleh Osterwalder dan Pigneur pada tahun 2009 dan mengatakan bahwa model bisnis yang dibangun terdiri atas Sembilan komponen (Suwarmi & Handayani. 2020).

Business Model Cnvas (BMS) adalah model bisnis yang memiliki 9 blok area aktivitas bisnis yang akan dimasukkan kedalam satu lembar bentuk kanvas. 9 blok ini antaranya ada C*ustomer Segments, Value Propositions, Channels* (Segmentasi Pelanggan)*, Customer Raelationship, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Patnerships,* dan *Cost Structure*.

1) *Customer Segments*

Customer Segments menunjukan sekelompok ornag atau organisasi yang ingin dilayani perusahaan dan pelanggan adalah inti dari semua *Business Model* (Suwarmi & Handayani. 2020). Perushaan dapat mengelompokkan pelanggannya ke dalam segmen yang berbeda-beda berdarkan dengan kebutuhan, *behaviour*, atau atribut lainnya.

2) *Value Propositions*

Value Propositionsi mendeskripsikan sejumlah produk atau layanan yang memberikan nilai (*value*) untuk segmen pelanggan yang spesifik. *Value Propositions* yang akan menjadi alasan mengapa customer berpindah dari peruhsahaan satu ke perusahaan lain Suwarmi & Handayani. 2020). Selain itu, *Value Propositions* menjelaskan terkait keunggulan dengan hal-hal apa yang akan ditawarkan perusahaan ke pelanggan yang nantinya akan menunjukkan keunggulan produk perusahaan itu berbeda dari produk lain.

3) *Channels*

Channels merupakan aliran dari bagaimana perusahaan bisa menyampaikan *Value Proposition* kepada pelanggan. Melalui komunikasi, distribusi, dan penjualan sebagai penghubung antara perusahaan dan pelanggan.

Channels dibedakan menjadi dua tipe, yaitu langsung yang terdiri dari penjualan/*sales*, website, dan pribadi. Kedua, tidak langsung yang terdiri dari *partner stores* dan *wholesaler*.

4) *Customer Relationships*

Customer Relationship adalah jenis relasi yang dibangun oleh perusahaan dengan pelanggannya. Sehingga, perusahaan harus menentukan jenis apa saja dengan pelanggan dan apakah hal tersebut personal atau *automated.*

5) *Revenue Streams*

Revenue Streams adalah upaya dari pendapan yang didapatkan pada setiap *Customer Segmen*. Dilihat dari nilai keuntungan akan diperoleh melalui biaya dikurangi pendapatan. Untuk meningkatkan pendapatan, maka perusahaan harus mengetahui *value* apa saja yang dapat membuat *Customer Segmen* mau unutk membayar.

6) *Key Resources*

Key Resources mendeskripsikan tentang aset atau sumber daya yang sangat penting dan diperlukan pada *Business Model* dapat berjalan

dengan lancar. Selain itu, *key resource* dapat berbentuk fisikal, finansial, intelektual atau manusia.

7) *Key Activity*

Key Activity mencakupi segala aktivitas yang harus dilakukan oleh perusahaan guna *Business Model* akan berjalan dengan lancar. Akan dikategorikan melalui *production, problem solving,* dan *platform/network*.

8) *Key Partnerships*

Key Partnerships merupkan koneksi terhadap *supplier* atau *partner*, namun dapat dikatakan hubungan pihak ketiga yang membuat *Business Model* berjalan dengan lancar.

9) *Cost Structure*

Cost Structure mendeskripsikan semua biaya yang akan timbul saat berjalannya *Business Model*.

2.4 Porter's Five Forces Model

Porter's Five Forves Model atau sering disebut dengan Analisis Lima Kekuatan Porter adalah suatu model yang telah diciptakan oleh Michael E. Porter pada tahun 1979 dengan tujuan menjelaskan kerangka sebagai anlisis pengembangan pada strategi bisnis atau di lingkungan persaingan yang dapat berkontribusi terhadap adanya daya saing yang kompetitif (Hintoro & Wijaya, 2021).

Untuk meningkatkan persaingan dan daya tarik pada suatu industry, *Poter's Five Forces Model* merupakan salah satu sebagai kekutan dalam posisi persaiangan bisnis yang sedang direncanakan maupun yang akan direncanakan. Berikut penjelasan terkait *Poter's Five Forces Model.*

1) *Threat of New Entrants* (Ancaman Pendatang Baru)

Ancaman ini yang menentukan seberapa mudan dan sulitnya masuk ke dalam suatu industry. Ancaman bagi pendatang baru dalam indusri yang serupa akan mengakibatkan meningkatnya persiangan sehingga terjadinya penurunan laba. Dari tingkat ancaman pendatang baru dapat

dilihat berdasarkan kamampuan dan berkompeitsi pada perusahaan sejenis.

2) *Bargaining Power of Suppliers* (Daya Tawar Pembeli)

Daya tawar pemasok yang kuat memungkinkan pemasok untuk menjual bahan baku yang berkualitas rendah kepada pembelinya (Pamungkas, 2016). Dilihat dari ketergantungan perusahaan terhadap pemasok yang akan mengakibatkan ancaman bagi perusaha tersebut. Sehingga, peruhaan perlu mencari pemasok yang sekiranya memiliki kualitas dan harga.

3) *Bargaining Power of Buyers* (Daya Tawar Pembeli)

Kekuatan dengan daya tawar dan penawaran terhadap penilaian pembeli, semakin tinggi tingkat daya tawar pembeli sehingga perlu harga yang dijual rendah namun memiliki kualitas yang baik. Dari hal tersebut, semakin renda pula profit ataupun laba yang didapatkan pihak perusahaan.

4) *Threat of Substitutes* (Ancaman Produk Pengganti)

Ancaman ini muncul ketika pembeli dihadapkan dengan produk pengganti yang harganya lebih murah dengan kuliatas yang baik pula.

5) *Rivalry Among Existing Competitors* (Persaingan dengan Kompetitor Sejenis)

Persiangan pada competitor yang sejenis menjadi faktor utama dalam persaingan bisnis. Persaingan bisnis yang kian ketat terjadi jika banyaknya perusahaan pesaing yang merebutkan pangsa pasar yang sejenis. Segala aspek diperlukan untuk mengoptimalkan posisi seperti halnya dengan taktik persaingan harga, promosi, dan peningkatan pelayanan atau jaminan kepada pelanggan (Limantoro & Mustamu, 2018).

BAB III

METODOLOGI PELAKSANAAN PROYEK BISNIS

3.1 Gambaran Umum Rencana Usaha

3.1.1 Nama Usaha

Nama usaha adalah hal penting dalam setiap memulai usaha. Hal ini dikarenkana nama usaha menjadi patokan masyarakat untuk mengetahui *brand* yang kita miliki. Selain itu, dengan adanya nama usaha memudahkan para konsumen untuk mengingat dan dikenal saat mereka membeli. Sehingga, produk kemeja dan kulot yang di launchingkan ini di beri nama B-SHINE. Nama tersebut memiliki makna, yaitu "B" diambil dari singkatan "beauty" yang diambil dari bahasa inggris yang artinya cantik dan indah. Sedangkan "SHINE" diambil dalam bahasa inggris yang artinya bersinar.

Harapan kedepannya dari produk yang akan dijalankan ini, akan memiliki kesan yang cantik dan elegan ketika dilihat oleh masyarakat saat para wanita menggunakan produk tersebut dan terlihat bersinar di masyarakat.

Gambar 1. Logo B-Shine

3.1.2 Konsep Usaha

Usaha kemeja ini memiliki konsep *sustainable* dengan berpatokan pada *fashion* berupa *Korean style* dengan model kemeja yang *oversize* yang dari zaman ke zaman tidak pernah tergantikan. Banyak kalangan anak muda bahkan yang tua pun menyukai fashion

berupa *Korean style* karena ukuran baju *overzise* yang dengan mudah dipadukan oleh celana maupun rok.

Selain itu, maksud dari konsep yang *sustaibable* memiliki arti berkelanjutan dengan harapan produk ini menjadi porduk yang ramah lingkungan dan dapat mengurangi limbah sampah, sehingga kami membuat produk yang berkualitas dan tahan lama saat digunakan.

Gambar 2. Model Bava Shirt by B-Shine

3.2 Gagasan Kegiatan Usaha

Penulis memilih ide usaha kemeja wanita dikarenakan melihat adanya celah atau kesempatan mengenai bisnis *fashion* terutama untuk wanita yang saat ini sedang berkembang pesat. Kemeja yang di produksi nantinya memiliki empat perpaduan warna yang menarik dengan ukuran *oversize* atau *all size fit*, sehingga cocok untuk ukuran apapun, namun terlihat anggun ketika dipakai. Selain itu, alasan penulis memilih usaha ini karena banyak kalangan anak muda wanita yang menyukai *fashion* simpel dan elegan dengan ukuran *oversize* atau *all size fit*.

3.2.1 Target Usaha

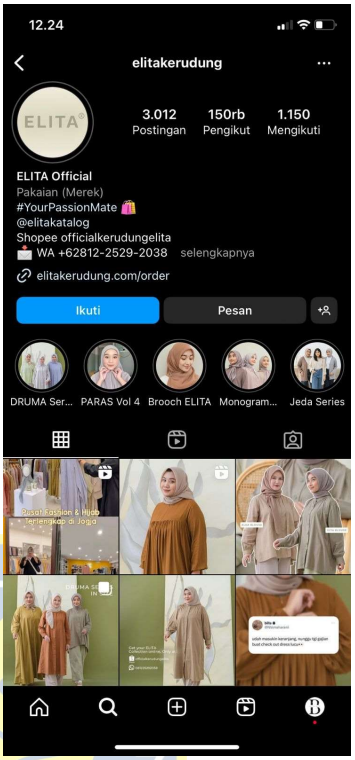
Target usaha dari produk B-Shine adalah kelangan wnaita dengan range usia 15 – 40 tahun dengan menyukai *fashion* bermodel *Korean Style*.

3.2.2 Pesaing

Pesaing dengan usaha produk kemeja *oversize* yang memiliki banyak followers Intagram dan memiliki harga yang cukup tinggi. Sehingga, dari harga yang diberikan tinggi tersebut, membuat kami memberikan produk yang merkualitas dengan harga yang didapatkan relative lebih murah.

Pada analisis pesaing, penulis menganalisis toko yang ada di Yogyakarta, yaitu Elita. Dari hasil analisis, toko Elita memiliki harga sekisaran 150.000 keatas. Dilihat dari sisi *online shop*, Elita sendiri menjual dengan menggunakan *platform* berupa Shopee dan Website store sendiri. Namun, *platform* dari Website Elita sendiri kurang banyak yang minat untuk berbelanja di website mereka. Instagram yang dimiliki Elita adalah Elitakerudung yang mungkin pelanggan mengira Elita hanya menjual kerudung saja di storenya dan Instagram Elita memiliki jumlah *follower's* hingga ribuan. Namun dengan jumlah followr's yang tinggi, Elita dan B-Shine sendiri dari segi like konten imbang.

Berdasarkan analisi yang dilahat oleh penulis, produk Bava Shirt by B-Shine memiliki harga pasar yang lebih rendah, sehingga masih di jangkau oleh para kalangan dalam membeli produk B-Shine. Harga yang ditawarkan pada Bava Shirt by B-Shine ini di bawah harga Rp. 100.000. B-Shine memiliki *platform*, yaitu Shopee yang nantinya dapat dijangkau oleh kalangan masyarakat dalam berbelanja *online.*



Gambar 3. Instagram pesaing B-Shine

3.2.3 Strategi Promosi

Strategi promosi yang dilakukan produk B-Shine adalah secara *online* maupun *offline*. Dengan cara *offline* maksudnya adalah membawa hasil usaha dengan mempromosikan produk kepada teman-temen tedekat dan juga meminta bantuan promosi kepada teman-temen yang lain agar nantinya produk B-Shine dapat dengan memudah tersebar luas dikalangan masyarakat.

Kemudia mempromosikan secara *online* dengan menggunaka n sosial media seperti mengirim *broadcast* dan status di Whatsapp dan mengupload foto maupun video di Instagram B-Shine yaitu b.shine_ ___. Selain itu, B-Shine sendiri memiliki *marketplace* seperti Shopee dan Tokopedia sehingga memudahkan customers dalam berbelanja *online.*

3.2.4 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran B-Shine adalah dengan memberikan *packaging* dan *greating card* bagi pembelian produk B-Shine. Selain itu, melakukan promosi melalui *influencer* di Instagram agar produk B-Shine dapat dikenal dikalangan masyarakat.

B-Shine menerapkan pembayaran dalam sistem *offline* maupun *online. Offline* dengan sistem pembayaran COD (*Cash on Delivery*) dan pemesanan *online* seperti melalui media sosial (Whatsapp dan Intagram) dengan menggunakan sistem pembayaran melalui Shopeepay, Dana, transfer Bank, dan OVO. Selain itu, B-Shine juga memiliki *marketplace* seperti Shopee dan Tokopedia.

3.3 Peluang Pasar

Kemeja memiliki peluang pasar yang baik untuk dipasarkan karena merupakan *fashion style* yang banyak dimintai kalangan tua maupun muda apalagi dengan model *Korean Style.* Sehingga, kemeja yang akan di produksi B-Shine diharapkan memiliki prospek yang baik dan diterima dikalangan masyarakat.

3.4 Analisis Kelayakan Usaha

3.4.1 Aspek Hukum

- Pelaksanaan Proyek : Usaha Perorangan – Kelompok
- Bidang Proyek : Bidang Usaha
- Lokasi Usaha :

Lokasi usaha B-Shine berada di salah satu anggota kelompok, yaitu Jalan Prawirokuat No. 172A, RT/RW 16, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta. Lokasi ini merupakan lokasi sementara dikarenakan kami tidak memiliki tempat, seperti ruko untuk berjualan.

3.4.2 Aspek Lingkungan

Usaha ini tidak memiliki dampak negatif secara fisik terhadap lingkungan sekitar. Hal ini dikarenakan tidak adanya penimbulan polusi udara maupun suara.

3.4.3 Aspek Keuangan

1. Sumber Modal

Seluruh modal Bava Shirt by B-Shine bersumber dari modal penulis.

2. Kebutuhan Modal

Kebutuhan modal awal dalam usaha Bava Shirt by B-Shine:

No	Keterangan	Jumlah	Harga Satuan	Total Harga
1.	**Produksi**			
	Kain Rayon Twill	18 meter	Rp26.000	Rp468.000
	Label Kain	5 meter (100 pcs)	Rp245	Rp24.500
	Jasa Jahit Bava Shirt	12 pcs	Rp30.000	Rp360.000
2.	**Kemasan**			
	Greating Card	50 pcs	Rp540	Rp27.000
	Packaging	50 pcs	Rp1.000	Rp50.000
	Total			**Rp929.500**

Tabel 1. Total kebutuhan modal

3.5 Keberlanjutan Usaha

Setelah proyek bisnis ini selesai, penulis telah merencanakan inovasi baru untuk mengembangkan produk maupun tingkat pemasaran produk kedepannya, antara lain:

1) Membuat variasi modal kemeja dengan bahan yang berbeda dari sebelumnya dengan warna yang menarik.
2) Mencari tempat atau merenovasi tempat untuk penjualanan *offline* yang dijadikan sebagai toko.

3.6 Analisis SWOT

1) *Strength* (Kekuatan)
   - Jahitan produk rapi
   - Bahan nyaman dan adem saat digunakan

- Bahan menyerap keringat
- Harga terjangkau
- Model *up to date*

2) *Weakness* (Kelemahan)
   - *Brand* baru dikenal kalangan masyarakat
   - Belum memiliki *offline store* dan hanya menggunakan tempat kos
3) *Opotunities*
   - Banyak kalangan masyarakat khususnya wanita menyukai kemeja sebagai *trend fashion*
   - Banyak kalangan masyarakat khususnya wanita yang menyukai berbelanja *fashion* kemeja
   - Semakin bertambah orang yang melakukan pembelanjaan *online*
4) *Threats*
   - Kenaikan bahan baku
   - Munculnya produk serupa dengan *brand* lain
   - Banyak pesaingn yang menjual kemeja dengan harga yang lebih murah

3.7 Business Model Canvas

<table>
<tr>
<td rowspan="2">Key Partners
- Vendor kain
- Penjahit
- Jasa cetak
- Jasa pengiriman</td>
<td>Key Activities
- Membeli bahan baku,
- Mengukur dan memotong kain,
- Menjahit sesuai desain yang diinginkan,
- Melakukan pengemasan produk yang menarik,
- Melakukan promosi dan pemasaran produk.</td>
<td rowspan="2">Value Prepositions
- Desain kemeja modern.
- Bahan berkualitas tinggi.
- Jahitan kemeja rapi.
- Harga terjangkau.
- Kemasan menarik.</td>
<td rowspan="2">Customer Relationships
- Melalui COD (Cash on Delivery)
- Melalui media sosial (Whatsapp dan Instagram).</td>
<td rowspan="2">Customer Segments
- Wanita berusia 15-40 tahun yang menyukai fashion korean style.</td>
</tr>
<tr>
<td>Key Resources
Tenaga kerja:
- Bagian kemeja
- Bagian celana
- Bagian jilbab
Lain-lain:
- HP
- Laptop
- Wifi/Paket data
- Transportasi</td>
</tr>
<tr>
<td>Channels
- Marketplace (Shopee dan Tokopedia).
- Media sosial (Whatsapp dan Instagram).</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="3">Cost Structures
- Biaya bahan baku
- Biaya produksi
- Biaya pengemasan
- Biaya transportasi
- Biaya pemasaran dan pemasaran</td>
<td colspan="3">Revenue Streams
- Pendapatan dari penjualan produk celana.</td>
</tr>
</table>

Gambar 4. Business Model Canva

1) Customer Segments

Target *customer* yang diambil B-Shine ini adalah wanita mulai dari usia 15-40 tahun yang menyukai *Korean style* sebagai *fashion style* nya.

2) Value Preposition

Perbedaan produk B-Shine dengan produk lain sebagai berikut:

a. Model yang dimiliki dari produk B-Shine telah didesain modern, sehingga saat digunakan sepanjang zaman masih cocok dan pantas digunakan, serta memiliki kesan elegan sehingga pelanggan yang memakainya tidak bosan.
b. Bahan yang digunakan pada produk B-Shine adalah bahan yang ramah lingkungankarena kami memiliki konsep sustainable yang berarti berkelanjutan, sehingga dapat bertahan dalam waktu yang lama. Selain itu juga bahan yang digunakan adalah bahan yang tidak nerawang, adem, nyerap keringat, tidak panas, dan pastinya berkualitas tinggi, sehingga saat dipakai terasa nyaman.
c. Jahitan pada produk B-Shine rapi dan halus, sehingga membuat para pelanggan nyaman dan puas saat memakainya.
d. Harga yang diberikan oleh produk B-Shine pastinya terjangkau dengan kualitas yang baik. Hal ini memberikan kesan sebagai daya tarik produk B-Shine kepada pelanggan nantinya, sehingga membuat B-Shinedikenal masyarakat luas.
e. Pengemasan yang menarik sebagai daya tarik untuk menaikan minat pelanggan terhadap produk B-Shine dan pastinya aman sampai tujuan.

3) Channels

Cara yang digunakan produk B-Shine ini dalam menjangkau pelanggan ada beberapa cara:

a. *Marketplace*, memasarkan produk B-Shine ini melalui Shopee (https://www.shopee.co.id/b_shine). Hal ini karena zaman sekarang yang semakin canggih, *marketplace* adalah *platform* jual beli *online* yang banyak sekali digunakan disetiap kalangan, baik muda dan tua dikarenkaan tidak perlu susah payah datang ke toko, selain itu mudah digunakan hanya mendownload aplikasi di *smartphone*.
b. Media Sosial, memasarkan produk B-Shine ini melalui Whatsapp dan Instagram yang akan memudahkan para pelanggan dalam

membeli produk B-Shine apabila tidak mempunyai *marketplace* di *smartphone*-nya. Dapat di akses melalui link https://linktr.ee/b_shine.

4) Customer Relationship

Penting menjaga hubungan antara pelanggan dalam hal pelayanan agar tidak mengecewakan mereka. Hal ini, dapat menumbuhkan rasa simpati dan percaya mereka dalam membeli produk B-Shine sehingga diharapkan pelanggan merasa puas dalam membeli produk B-Shine nantinya.

5) Revenue Stream

Aliran pendapatan yang diperoleh B-Shine ini adalah dari pelanggan produk B-Shine saja dengan memanfaatkan *marketplace* dan media sosial. Selain itu, B- Shine memiliki metode pembayaran dengan sistem *online* dengan menggunakan via transfer melalui bank yang telah disediakan oleh B-Shine dan dengan metode cash. Harga yang ditawarkan oleh B-Shine adalah *Fixed Pricing*, namun pada saat tertentu B-Shine akan mengadakan diskon. Hal ini digunakan untuk meningkatkan penjualanan di B-Shine dan menarik pelanggandengan mengadakan diskon disaat adanya *event-event* tertentu.

6) Key Activity

Aktifitas utama dari B-Shine adalah membeli bahan baku, mengukur kain, memotong kain, menjahit sesuai desain yang diinginkan, melakukan promosi produk, melakukan pemasaran produk, dan melakukan pengemasan produk yang nantinya akandikirim ke pelanggan.

7) Key Resources

Sumber daya yang ada di B-Shine, sebagai berikut:

a. Bagian Kemeja, yang bertanggung jawab mulai dari desain, produksi, pengemasan, promosi, dan keuangan adalah Yuni Kartika Sari.

b. Bagian Celana, yang bertanggung jawab mulai dari desain,

produksi, pengemasan, promosi, dan keuangan adalah Muhammad Iqbal Ghozali.

8) Key Partner

Dalam membangun bisnis terutama bagi para pemula, diperlukan kerja sama denganberbagai pihak. B-Shine memiliki lima kerja sama dengan berbagai vendor, yangpertama B- Shine berkerja sama dengan vendor kain yang memiliki kain yang lengkap dengan kualitas yang tinggi dan harga terjangkau. Kedua, bekerja sama dengan penjahit yang nantinya akan menjahit produk B-Sihne sesuai desain yang telah diberikan.Ketiga, bekerja sama dengan supplier bahan baku, seperti benan, kancing, dan aksesoris lainnya yang dibutuhkan produk B-Shine. Keempat, bekerja sama dengan jasa cetak yang digunakan sebagai pengemasan dari produk B-Shine, sepertimencetak plastik dan kartu ucapan. Yang terakhir, B-Shine bekerja sama dengan pihak jasa kirim untuk mengirim produk B-Shine kepada pelanggan, seperti JNE dan J&T.

9) Cost Structure

Biaya yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis B-Shine meliputi biaya bahanbaku, biaya produksi, biaya pengemasan, biaya transportasi, biaya promosi dan pemasaran

3.8 Porter's Five Forces Model

Five Force Model merupakan salah satu sebagai kekuatan dalam posisi persaingan bisnis yang sedang direncanakan maupun yang akan direncanakan. Selain itu, tujuan *Five Force Model* menjelaskan adanya kerangka sebagai analisis pengembangan pada strategi bisnis ataupun di lingkungan bisnis agar dapat berkontribusi dari adanya saiangan yang kompetitif. Sehingga, ada berbagai macam penerapan *Five Force Model* pada bisnis B-Shine sebagai berikut:

1) Potensi *Newcomer* (*Entry Barrier*)

Pada bisnis B-Shine, potensi *newcomer* sedang dikarenakan bisnis dalam bidang *fashion* merupakan kebutuhan pokok pada

manusia dan memiliki tingkat pasar yang luas.

2) Produksi Subsitusi

Pada produk B-Shine yaitu kemeja yang dinamakan Bava Shirt, akan dipasarkan kepada kalangan wanita Indonesia yang memiliki model tidak tergantikan oleh zaman dan akan sebagai pelengkap *fashion* para wanita Indonesia.

3) Pembeli

Untuk *fastfashion*, produk B-Shine masih *bargaining cost* tinggi, namun untuk *slowfashion* seperti produk B-Shine akan masuk pada *bargaining cost* cenderung rendah hingga menengah.

4) *Supplier*

Produk B-Shine kebergatungan dengan *supplier* rendah karena kain yang mudah didapatkan dimana saja.

5) *Competitor*

Competitor produk B-Shine adalah para penjualan dengan penghasilan yang tinggi dan menggunakna produk kemeja yang serupa yaitu *Korean Style* dengan harga yang relative lebih murah serta *marketplace fashion* yang juga menjual produk yang serupa dengan B-Shine.

BAB IV
PELAKSANAAN DAN ANALISIS PROYEK BISNIS

4.1 Profil Bisnis

Bava Shirt adalah produk di bawah *brand* B-Shine yang memperoduksi *fashion* kemeja wanita. Bava Shirt by B-Shine memiliki tema model *Korean Style* dengan desain kemeja yang *oversize*. Bahan yang digunakan pada Bava Shirt by B-Shine adalah "Rayon Twill". Hal ini dikarenakan rayon twill memiliki bahan yang lembut, adem, serta menyerap keringat dan bahannya terlihat jatuh saat digunakan. Selain itu, Bava Shirt by B-Shine menawarkan berbagai macam warna yang akan dijual diantaranya warna mustard, black, navy, mocca, denim, ungu, dan mint, sehingga konsumen dapat memilih warna sesuai dengan pilihan yang mereka minati.

4.2 Realisasi Anggaran Proyek Bisnis

Progam proyek bisnis penulis ini, telah berjalan sejak tanggal 20 Oktober 2022 hingga 31 Januari 2023. Berikut merupakan realisasi anggaran proyek bisnis Bava Shirt by B-Shine pada tanggal 20 Oktober 2022 hingga 31 Januari 2023.

4.2.1 Penjualanan

Berikut merupakan penjualanan Bava Shirt by B-Shine pada 20 Oktober 2022 hingga 28 Februari 2023:

No	Bulan	Keterangan	Harga Per Unit	Jumlah Unit Terjual	Total Penjualan
1.	Oktober (2022)	Mocca	Rp99.000	3 pcs	Rp297.000
		Black	Rp99.000	1 pcs	Rp99.000
		Mint	Rp99.000	1 pcs	Rp99.000
2.	November (2022)	Mocca	Rp99.000	2 pcs	Rp198.000
		Mint	Rp99.000	1 pcs	Rp99.000
		Black	Rp99.000	1 pcs	Rp99.000

		Mustard	Rp99.000	2 pcs	Rp198.000
3.	Desember (2022)	Mint	Rp99.000	2 pcs	Rp198.000
		Mocca	Rp99.000	2 pcs	Rp198.000
		Ungu	Rp99.000	2 pcs	Rp198.000
		Mustard	Rp99.000	1 pcs	Rp99.000
		Navy	Rp99.000	2 pcs	Rp198.000
4.	Januari (2023)	Navy	Rp99.000	1 pcs	Rp99.000
		Black	Rp99.000	2 pcs	Rp198.000
		Mint	Rp99.000	2 pcs	Rp198.000
		Mocca	Rp99.000	2 pcs	Rp198.000
		Mustard	Rp99.000	2 pcs	Rp198.000
5.	Februari (2023)	Mustard	Rp99.000	3 pcs	Rp297.000
		Mint	Rp99.000	4 pcs	Rp396.000
		Denim	Rp99.000	2 pcs	Rp198.000
		Navy	Rp99.000	1 pcs	Rp99.000
Total Penjualan				**39 pcs**	**Rp3.861.000**

Tabel 2. Total penjualan

4.2.2 Produksi

Berikut merupakan total produksi Bava Shirt by B-Shine pada 20 Oktober 2022 hingga 28 Februari 2023:

No	Bulan	Keterangan	Black	Ungu	Navy	Mustard	Mocca	Mint	Denim	Jumlah
1	Oktober	Persediaan Awal	-	-	-	-	-	-	-	-
		Unit Produksi	2 pcs	-	-	2 pcs	5 pcs	3 pcs	-	12 pcs
		Persediaan Akhir	1 pcs	-	-	2 pcs	2 pcs	2 pcs	-	7 pcs
2	November	Persediaan Awal	1 pcs	-	-	2 pcs	2 pcs	2 pcs	-	7 pcs
		Unit Produksi	-	-	-	-	-	-	-	-

		Persediaan Akhir	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Desembe r	Persediaan Awal	-	-	-	-	-	-	-	-
		Unit Produksi	2 pcs	2 pcs	3 pcs	3 pcs	4 pcs	4 pcs	-	18 pcs
		Persediaan Akhir	2 pcs	-	1 pcs	2 pcs	2 pcs	2 pcs	-	9 pcs
4	Januari	Persediaan Awal	2 pcs	-	1 pcs	2 pcs	2 pcs	2 pcs	-	9 pcs
		Unit Produksi	-	-	-	-	-	-	-	-
		Persediaan Akhir	-	-	-	-	-	-	-	-
5	Februari	Persediaan Awal								
		Unit Produksi	-	-	3 pcs	3 pcs	-	4 pcs	2 pcs	12 pcs
		Persediaan Akhir	-	-	2 pcs	-	-	-	-	2 pcs
Total Unit Produksi			**4 pcs**	**2 pcs**	**6 pcs**	**8 pcs**	**9 pcs**	**11 pcs**	**2 pcs**	**42 pcs**
Total Unit Terjual			**4 pcs**	**2 pcs**	**4 pcs**	**8 pcs**	**9 pcs**	**10 pcs**	**2 pcs**	**39 pcs**

Tabel 3. Total produksi

4.2.3 Biaya Pembelian Bahan Baku

Berikut merupakan total biaya pembelian bahan baku Bava Shirt by B-Shine pada 20 Oktober hingga 28 Februari 2023:

Material	**Rincian**	**Harga Satuan (Rp)**	**Total**
Kain Rayon Twill	63 meter	Rp26.000	Rp1.638.000
Label Kain B-Shine	42 pcs	Rp245	Rp10.295
Total Biaya Bahan Baku			**Rp1.648.295**
Total Biaya Bahan Baku Per Unit (rata-rata)			**Rp39.245**

Table 4. Total biaya pembelian bahan baku

4.2.4 Biaya Tenaga Kerja Langsung

Berikut merupakan total biaya tenaga kerja langsung Bava Shirt by B-Shine pada 20 Oktober 2022 hingga 28 Februari 2023:

Keterangan	Kuantitas	Biaya	Total Biaya
Jasa Jahit	42 pcs	Rp30.000	Rp1.260.000
Total Biaya Tenaga Kerja Langsung			**Rp1.260.000**
Total Biaya Tenaga Kerja Langsung Per Unit (rata-rata)			**Rp30.000**

Tabel 5. Total biaya tenaga kerja langsung

4.2.5 Biaya *Overhead*

Berikut merupakan total biaya tenanga kerja langsung Bava Shirt by B-Shine pada 20 Oktober 2022 hingga 28 Februari 2023:

Material	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Total Produksi
Greating Card	42 pcs	Rp540	Rp22.680
Plastik Packaging	42 pcs	Rp1.000	Rp42.000
Marketing (Iklan Shopee)	2 kali	Rp25.000	Rp50.000
Endorse *Influencer* Instagram	1 kali	Rp50.000	Rp50.000
Total Biaya Overhead			**Rp164.680**
Total Biaya Overhead Per Unit (rata-rata)			**Rp3.921**

Tabel 6. Total biaya overhead

4.2.6 Biaya Operasional

Berikut merupakan total biaya operasional dari Bava Shirt by B-Shine dari tanggal 20 Oktober 2022 hingga 28 Februari 2023:

No.	Bulan	Keterangan	Total Biaya
1.	Oktober	Bensin	Rp10.000
2.	November	Bensin	Rp10.000
3.	Desember	Bensin	Rp10.000
4.	Januari	Bensin	Rp10.000
5.	Februari	Bensin	Rp10.000
Total Biaya Operasional			**Rp50.000**

Total biaya operasional per unit (Rata-ra)	**Rp1.190**

Tabel 7. Total biaya operasional

4.2.7 Harga Pokok Penjualan (HPP)

Berikut merupakan total harga pokok produk (HPP) dari Bava Shirt by B-Shine dari tanggal 20 Oktober 2022 hingga 28 Februari 2023:

Keterangan	Nominal
Total Biaya Pembelian Bahan Baku	Rp1.648.295
Total Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp1.260.000
Total Biaya Overhead	Rp164.680
Total Harga Pokok Penjualan (HPP)	**Rp3.072.975**
Harga Pokok Penjualan per Unit (42 pcs)	**Rp71.880**

Tabel 8. Total harga pokok produksi

4.2.8 Harga Jual Produk

Keterangan	Nominal
Harga Pokok Penjualan	Rp71.880
Harga Jual (HPP + laba 37%)	Rp99.000

Tabel 9. Total harga jual produk

4.2.9 Laporan Laba Rugi

Berikut merupakan Laporan Laba Rugi Bava Shirt by B-Shine pada tanggal 20 Oktober 2022 hingga 20 Februari 2023:

Bava Shirt by B-Shine **Laporan Laba Rugi** **Periode 20 Oktober 2022 – 28 Februari 2023**	
Penjualan	Rp3.861.000
Harga Pokok Penjualan	Rp3.072.975
Laba Kotor	**Rp788.025**
Biaya Operasional	Rp50.000
Laba Bersih	**Rp738.025**

Tabel 9. Laporan laba rugi

4.2.10 Laporan Arus Kas

Berikut merupakan Laporan Arus Kas Bava Shirt by B-Shine pada tanggal 20 Oktober 2022 hingga 28 Februari 2023:

Rincian	Oktober	November	Desember	Januari	Februari
Saldo Awal	N/A	(Rp387.500)	Rp171.500	Rp548500	Rp900.500
Kas Masuk	Rp396.000	Rp594.000	Rp891.000	Rp891.000	Rp990.000
Kas Keluar	Rp783.500	Rp35.000	Rp514.000	Rp539.000	Rp732.000
Saldo Akhir	(Rp387.500)	Rp171.500	Rp548.500	Rp900.500	Rp1.158.500
Total Arus Kas	**(Rp387.500)**	**(Rp216.000)**	**Rp720.000**	**Rp1.449.000**	**Rp2.059.000**

Tabel 10. Laporan arus kas

4.2.11 Margin Keuntungan

Berikut merupakan Margin Keuntungan Bava Shirt by B-Shine dari tanggal 20 Oktober 2022 hingga 28 Februari 2023:

Margin Keuntungan = Keuntungan bersih/Penjualan
= Rp 738.025 / Rp. 3.861.000
= Rp. 19%

4.3 Pelaksanaan Proyek Bisnis

4.3.1 Tahap Inisiasi Proyek

Kemeja merupakan baju yang kerap sering sekali digunkana dilingkungan masyarakat, baik kalangan tua maupun muda. Hal ini dikarenkana kemeja bisa diguanakan dalam beberapa kegiatan, baik formal maupun non formal sehingga kemeja bisa dianggap fleksibel saat digunakan. Oleh karena itu, penulis meluncurkan usaha yang akan di rintis yakni kemeja dengan mengusung konsep *Korean style* dengan ukuran yang *oversize*. Namun, masih butuh inovasi-inovasi baru agar kemeja tersebut tidak hilang ditelan zaman dan banyak tantangana yang kerap dihadapi dikarenakan adanya produk kemeja yang lebih relatif murah.

Adapun langka awal yang dilakukan untuk membantu penulis agar menambah wawasan ketika terjun dalam memulai bisnis adalah

dengan mengikuti kelas webinar secara daring sebagai pembelajaran awal usaha bagi penulis dan sekaligus mendukung proyek bisnis yang dijalankan oleh penulis.

Awal kelas daring yang diikuti penulis adalah kelas Memulai Bisnis Brand Fashion yang di adakan oleh kelas.com.

4.3.2 Tahap Perencanaan Proyek

Kemeja yang diberi nama Bava Shirt by B-Shine dengan bahan Rayon Twill dan memiliki berbagai warna, seperti black, navy, mustard, mint, denim dan coksu. Berikut merupakan rincian target dan realisasi penjualanan dari produk Bava Shirt by B-Shine:

Bulan	Target	Realisasi
Oktober	10 pcs	5 pcs
November	7 pcs	7 pcs
Desember	10 pcs	9 pcs
Januari	9 pcs	8 pcs
Februari	12 pcs	10 pcs

Tabel 11. Target dan realisasi penjualan

4.3.3 Tahap Pelaksanaan Proyek

1) Pembelian Bahan Baku

Untuk pembelian bahan baku, Bava Shirt by B-SHINE mengambil melalui *supplier* dari Yogyakarta, yaitu Zaara NX Textile di Jl. Urip Sumaharjo No. 17, Yogyakarta. Dalam pembelian kain, penulis mendatangi toko kain dengan melihat kain yang di inginkan dan melakukan pembelian secara langsung dari toko tersebut.

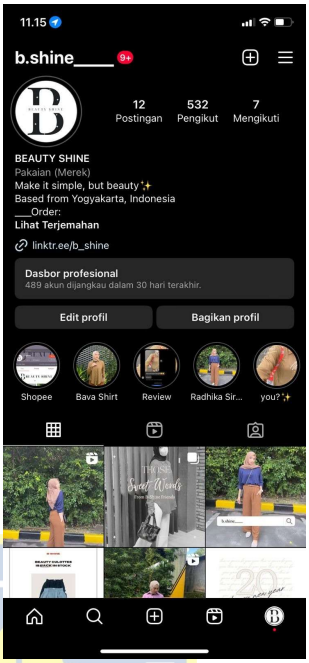
Gambar 5. Pemilihan warna dan pembelian kain

2) Proses Pelaksanaan Produksi

Pelaksanaan jahit dari produk Bava Shirt by B-Shine menggunakan jasa penjahit di Jl. Kusumanegara Gg. Nuri No.340-b, Tahunan, Kec. Umbulharjo, Yogyakarta.

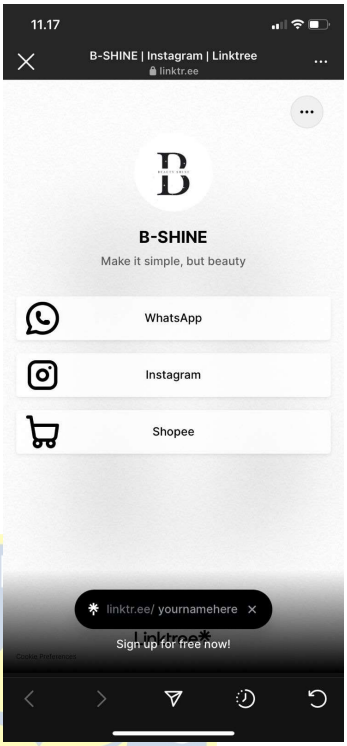
Gambar 6. Proses menjahit Bava Shirt

Setelah produk selesai dijahit, penulis mengupload foto-foto Bava Shirt by B-Shine ke media sosial B-Shine, seperti Instagram (@b.shine___)

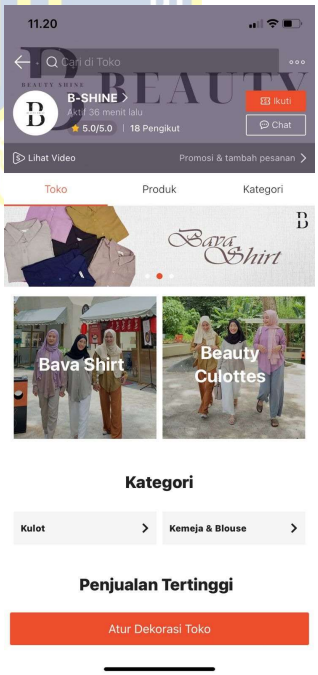


Gambar 7. Instagram B-Shine

Selain itu, bagi customer yang diluar Yogyakarta maupun yang ingin berbelanja online bisa langsung ke *online shop* B-Shine dengan cara mengeklik link di bio Instagram B-Shine (https://linktr.ee/b_shine) dan customer bisa pilih ingin berbelanja online di Shopee.



Gambar 8. Linktree B-Shine

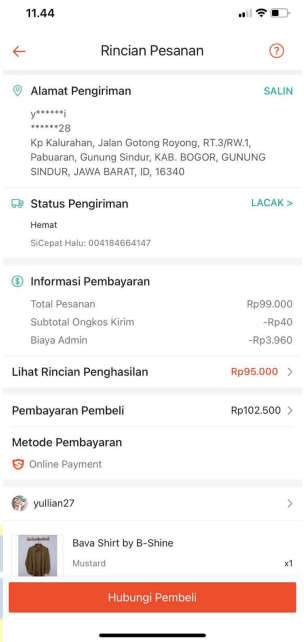


Gambar 9. Shopee B-Shine

3) Proses Pengemasan

Proses pengemasan Bava Shirt by B-Shine akan di proses apabila customer melakukan orderan melalui Whatsapp maupun *online shop* B-Shine yang nantinya akan dilanjutkan proses pengemasan dan pengiriman oleh pihak kurir dari jasa kirim.

Gambar 10.Pemesanan Bava Shirt by B-Shine melalui Whatsapp

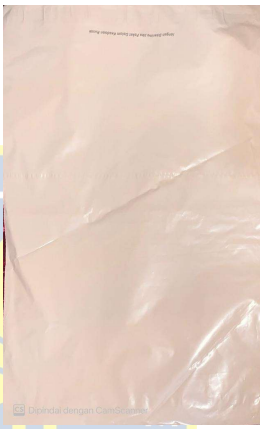


Gambar 11. Pemesanan Bava Shirt by B-Shine melalu Shopee

Pengemasan pada Bava Shirt by B-Shine menggunakan kemasan yang keamanannya baik karena plastiknya anti air dan tahan lama. Selain itu, dalam kemasannya penulis memberikan *greating card*. Namun, sebelum penulis melakukan proses pengemasan, maka penulis juga melakukan proses pengecekan barang terlebih dahulu agar terjamin kualitasnya dari Bava Shirt yang nantinya akan dikirimkan ke pihak customer. Sehingga, penulis berharap B-Shine nantinya dapat dikenal sebagai produk yang memiliki kualitas yang baik.

Gambar 12. Kemasan Bava Shirt by B-Shine

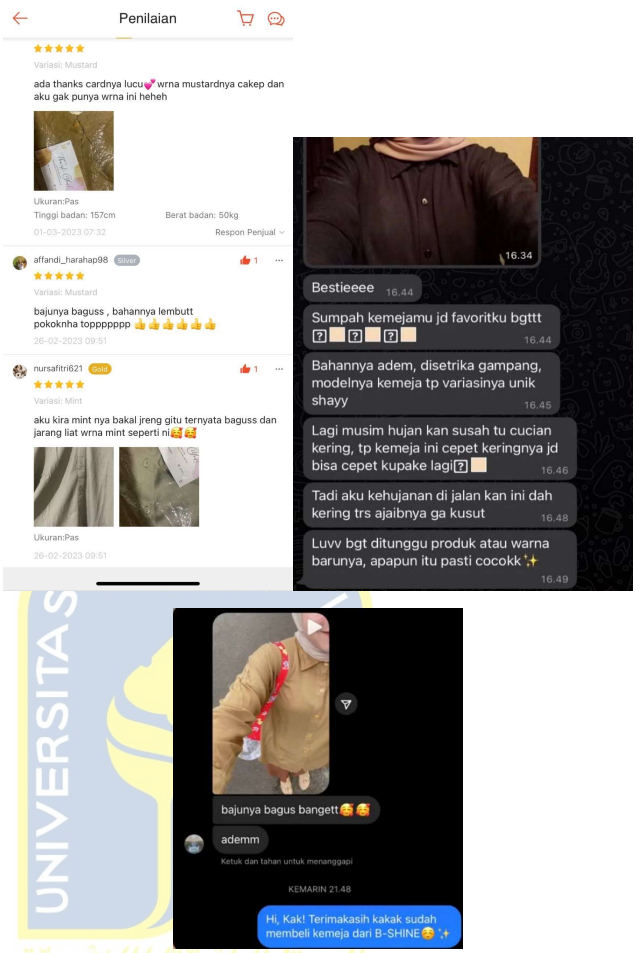
Gambar 12. Greating card B-Shine



Gambar 13. Packaging anti air B-Shine

4.3.4 Tahap Pemantauan dan Pengendalian Proyek

Pada tahap pemantauan dan pengendalian, penulis akan melakukan pengecekan jadwal produksi dan melakukan pencatatan pengeluaran anggran secara bertahap, sehingga diharapkan produksi berjalan dengan baik serta tepat waktu dan anggaran tersusun dengan baik.



Gambar 14. Testimoni dan review pelanggan

4.3.5 Tahap Penutupan Proyek

Tahap terakhir dari proyek bisnis ini adalah pembuatan laporan akhir proyek bisnis yang telah dilaksanakan penjualan mulai tanggal 20 Oktober 2022 hingga 31 Januari 2023

4.4 Identifikasi Masalah dan Pemecahan Masalah

4.4.1 Identifikasi Masalah

a. Followr's Instagram yang masih sedikit, sehingga penjualan B-Shine belum optimal, baik secara *offline* maupun *online* karena banyak yang belum mengetahui produk B-Shine.
b. Rekening B-Shine yang masih menjadi satu dengan rekening pribadi dari penulis.

c. Kurir jasa kirim sering mengalami kesulitan dalam penjemputan pada titik lokasi produk B-Shine.

4.4.2 Pemecahan Masalah

a. Dengan meminta bantuan promosi kepada temen-temen melalui sosial media dan melakukan endorsement kepada selebgram.
b. Membuat rekening terpisah, guna tidak tercampur antara keuangan pribadi penulis dengan keuangan penjualanan B-Shine.
c. Mendaftarkan titik lokasi B-SHINE di *google maps* agar pelanggan maupun kurir dapat menemukan lokasi B-SHINE

4.5 Analisis Pelaksanaan Proyek Bisnis

Analisis pelaksanaan proyek bisnis produk Bava Shirt by B-Shine selama 20 Oktobebr 2022 hingga 31 Januari 2023, sebagai berikut:

4.5.1 Produksi

a. Pembelian Bahan Baku

Pembelian bahan baku produk Bava Shirt by B-Shine akan di stock apabila produk sudah tersisa 5 pcs. Sehingga, ketika produk sudah 5 pcs akan melakukan pembelian bahan kain ke lagi ke toko kain Zaara NX Textile yang terletak di Jl. Urip Sumaharjo No. 17 Yogyakarta. Namun, untuk pembelian label kain, *packaging*, dan *greating card* hanya diawal poryek bisnis ini berjalan karna stock yang masih banyak dan membelinya di *e-commerce*.

b. Proses Produksi

Proses produksi Bava Shirt by B-Shine akan di stock apabila produk sudah tersisa 5 pcs. Sehingga, ketika produk sudah tersisa 5 pcs akan melakukan pembelian kain dan setelah itu akan di antar ke penjahit yang terletak di Jl. Kusumanegara, Gang Nuri, No. 340B, Tahunan, Kec. Umbulharjo, Yogyakarta. Estimasi proses penjahitan produk Bava Shirt by B-Shine bisa memakan waktu sekitar 4-7 hari.

4.5.2 Pemasaran dan Promosi

Pemasaran yang dilakukan pada produk B-Shine adalah dengan menggunakan media sosial, seperti Instagram B-shine dan melalui Video melalui Shopee B-Shine. Sehingga, pelanggan yang ingin memesan produk B-Shine dapat langsung ke Instagram B-Shine dengan melalui klik bio yang ada di Instagram B-Shine dan dapat memilih beberapa opsi yang ada, seperti melalui *direct messege* Instagram, Whatsap *Bussines* B-Shine, dan melalui *marketplace* B-Shine (Shopee). Selain itu, penulis juga mempromosikan usaha ini melalui media sosial penulis sendiri.

4.5.3 Pesaing

Pesaing produk Bava Shirt by B-Shine memiliki harga yang lumayan relative cukup tinggi dengan kisaran harga Rp. 150.000 an keatas. Selain itu, pesaing dari Bava Shirt by B-Shine memiliki kelebihan, seperti tingkat follower's Instagramnya lebih banyak dan telah dikenal oleh masyarakat dan sudah memiliki toko.

BAB V
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

B-Shine merupakan brand yang memproduksi dua produk, yaitu Bava Shirt bagian produk yang menjual kemeja *oversize* dan Beauty Culottes bagian produk yang menjual celana kulot. Proyek bisnis dari produk Bava Shirt by B-Shine telah melakukan pemasaran dimulai sejak tanggal 20 Oktober 2022 sampai dengan 28 Februari 2023. Berdasarkan dengan proyek bisnis yang sudah dijalankan sekisaran 4 bulan lebih, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1) Proyek bisnis dari produk Bava Shirt by B-Shine memiliki peluang yang cukup bagus dalam persaingan marketing produk yang nantiny dapat dikenal oleh masyarakat luas dan dapat berkembang dalam dunia fashion wanita.
2) Penulis sebaiknya dalam berbisnis mempunyai pengembangan dari segi model dan ukuran. Hal ini dikarenakan sebagai menarik minat masyarakat terhadap Bava Shirt by B-Shine semakin meningkat.
3) Penulis mampu di masa mudanya dalam menjalankan proyek bisnis produk Bava Shirt by B-Shine dengan sederhana dan belum memiki keuntungan yang tinggi.

Penulis masih perlu belajar terkait strategi marketing yang cocok di gunakan dalam bisnis terutama proyek bisnis dari produk Bava Shirt by B-Shine, karena dapat dilihat setiap bulannya masih minim dari segi penjualanan.

5.2 Rekomendasi

Hasil proyek bisnis dari produk Bava Shirt by B-Shine telah melakukan pemasaran dimulai sejak tanggal 20 Oktober 2022 sampai dengan 28 Februari 2023. Berdasarkan dengan proyek bisnis yang sudah dijalankan sekisaran 4 bulan lebih, maka penulis memberikan rekomendasi sebagai berikut:

1) Perlu ditingkatkan dalam segi pemasaran media sosial, seperti Instagram yang perlu menambah postingan secara teratu dan memberikan konten-konten yang menarik, sehingga dapat menarik minat pelanggan dari apa yang dijual.
2) Harus memiliki inovasi model dan ukuran kemeja dari Bava Shirt by B-Shine, sehingga semua kalangan masuk dengan berbagai ukuran karena Bava Shirt by B-Shine hanya dijual dalam satu ukuran saja.

Mencari peluang dalam memperluas pemasaran dengan cara melakukan berbagai macam inovasi produk, seperti menambah varian kemeja lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Aziz, K. A., Wulandari, S., & Sagita, B. H. (2018). Perancangan Model Bisnis UKM Atelier Prana Dengan Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas. *eProceedings of Engineering, 5*(3).

Fitinline. (2021). *Pengertian, fungsi dan manfaat fashion yang penting untuk anda ketahui*. Diakses pada 10 Juli 2022, dari https://fitinline.com/article/read/pengertian-fungsi-dan-manfaat-fashionyang- penting-untuk-anda-ketahui/.

Hendariningrum, R., & Susilo, M. E. (2014). Fashion dan gaya hidup: identitas dan komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *6*(1), 25-32.

Hintoro, S., & Wijaya, A. F. (2021). Analisis Strategi Bersaing Pada Biznet Branch Salatiga Menggunakan Porter's Five Forces. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, *2*(6), 729-738.

Indrawati, S., & Samsinar, S. (2019). Analisis dan penerapan e-commerce pada Toko Econg Sport menggunakan metode business model canvas (BMC). *IDEALIS: InDonEsiA journaL Information System, 2*(5), 390-395.

Limantoro, L. V. (2018). Analisis Strategi Bersaing Pada Perusahaan Jasa Kebersihan. *Agora*, *6*(2).

Meftahudin, M., Putranto, A., & Wijayanti, R. (2018). Penerapan Analisis SWOT dan Five Forces Porter Sebagai Landasan untuk Merumuskan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Laba Perusahaan (Studi Pada Tin Panda Collection di Kabupaten Magelang). *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, *1*(1), 22-30.

Nurrachmi, I. (2020). Analisis Penerapan Business Model Canvas pada Koperasi Syariah. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, *12*(1), 67-78.

P., Komang, & Kurniawan, D. (2016). *Proposal Kewirausahaan "Bandros" Jajanan Khas Bandung Kekinian*. Diakses pada 10 Juli 2022, dari https://www.academia.edu/29698236/PROPOSAL_KEWIRAUSAHAAN_docx.

Pamungkas, D. P. (2016). Analisis competitive force dan competitive strategy sistem informasi kuliner di Indonesia (Studi Kasus: Kulina. id). *Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education (ELINVO)*, *1*(2), 118-127.

Rosyada, R. (2020). *Proposal Kewirausahaan "Kamilia Skirt"*. Tresnawan, I. G. P. Y., Kusumah,

Sulistiani, D. (2014). Analisis swot sebagai strategi perusahaan dalam memenangkan persaingan bisnis. *el-Qudwah*.

Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2020). Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Kanvas. *MBIA*, *19*(3), 320-330.

Trisnawati, T. Y. (2016). Fashion sebagai bentuk ekspresi diri dalam komunikasi. *Jurnal The Messenger*, *3*(2), 36-47.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Laporan Realisasi Anggaran

Hasil dari program proyek bisnis penulis yang telah berjalan mulai 20 Oktober 2022 hingga 28 Februari 202. Berikut merupakan realisasi anggaran proyek bisnis dari Bava Shirt by B-Shine pada tanggal 20 Oktober 2022 hingga 28 Februari 2023 sebagai berikut:

A. Penjualanan

Berikut merupakan penjualanan Bava Shirt by B-Shine pada 20 Oktober 2022 hingga 28 Februari 2023:

No	Bulan	Keterangan	Harga Per Unit	Jumlah Unit Terjual	Total Penjualan
1.	Oktober	Mocca	Rp. 99.000	3 pcs	Rp. 297.000
		Black	Rp. 99.000	1 pcs	Rp. 99.000
		Mint	Rp. 99.000	1 pcs	Rp. 99.000
2.	November	Mocca	Rp. 99.000	2 pcs	Rp. 198.000
		Mint	Rp. 99.000	1 pcs	Rp. 99.000
		Black	Rp.99.000	1 pcs	Rp. 99.000
		Mustard	Rp. 99.000	2 pcs	Rp. 198.000
	Desember	Mint	Rp.99.000	2 pcs	Rp. 198.000
		Mocca	Rp. 99.000	2 pcs	Rp. 198.000
		Ungu	Rp. 99.000	2 pcs	Rp. 99.000
		Mustard	Rp. 99.000	1 pcs	Rp. 99.000
		Navy	Rp.99.000	2 pcs	Rp.99.000
	Januari	Navy	Rp. 99.000	1 pcs	Rp.99.000
		Black	Rp. 99.000	2 pcs	Rp. 99.000
		Mint	Rp. 99.000	2 pcs	Rp.198.000
		Mocca	Rp. 99.000	2 pcs	Rp. 198.000
		Mustard	Rp. 99.000	2 pcs	Rp. 198.000

	Februari	Mustard	Rp. 99.000	3 pcs	Rp. 297.000
		Mint	Rp. 99.000	4 pcs	Rp. 396.000
		Denim	Rp. 99.000	2 pcs	Rp. 198.000
		Navy	Rp.99.000	1 pcs	Rp.99.000
Total Penjualan				**39 pcs**	**Rp. 3.861.000**

B. Produksi

Berikut merupakan total produksi Bava Shirt by B-Shine pada 20 Oktober 2022 hingga 28 Februari 2023:

No	Bulan	Keterangan	Black	Ungu	Navy	Mustard	Mocca	Mint	Denim	Jumlah
1	Oktober	Persediaan Awal	-	-	-	-	-	-	-	-
		Unit Produksi	2 pcs	-	-	2 pcs	5 pcs	3 pcs	-	12 pcs
		Persediaan Akhir	1 pcs	-	-	2 pcs	2 pcs	2 pcs	-	7 pcs
2	November	Persediaan Awal	1 pcs	-	-	2 pcs	2 pcs	2 pcs	-	7 pcs
		Unit Produksi	-	-	-	-	-	-	-	-
		Persediaan Akhir	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Desember	Persediaan Awal	-	-	-	-	-	-	-	-
		Unit Produksi	2 pcs	2 pcs	3 pcs	3 pcs	4 pcs	4 pcs	-	18 pcs
		Persediaan Akhir	2 pcs	-	1 pcs	2 pcs	2 pcs	2 pcs	-	9 pcs
4	Januari	Persediaan Awal	2 pcs	-	1 pcs	2 pcs	2 pcs	2 pcs	-	9 pcs
		Unit Produksi	-	-	-	-	-	-	-	-

		Persediaan Akhir	-	-	-	-	-	-	-	-
5	Februari	Persediaan Awal								
		Unit Produksi	-	-	3 pcs	3 pcs	-	4 pcs	2 pcs	12 pcs
		Persediaan Akhir	-	-	2 pcs	-	-	-	-	2 pcs
Total Unit Produksi			**4 pcs**	**2 pcs**	**6 pcs**	**8 pcs**	**9 pcs**	**11 pcs**	**2 pcs**	**42 pcs**
Total Unit Terjual			**4 pcs**	**2 pcs**	**4 pcs**	**8 pcs**	**9 pcs**	**10 pcs**	**2 pcs**	**39 pcs**

C. Biaya Pembelian Bahan Baku

Berikut merupakan total biaya pembelian bahan baku Bava Shirt by B-Shine pada 20 Oktober 2022 hingga 28 Februari 2023:

Material	Rincian	Harga Satuan (Rp)	Total
Kain Rayon Twill	63 meter	Rp 26.000	Rp. 1.638.000
Label Kain B-Shine	63 pcs	Rp. 245	Rp. 15.435
Total Biaya Bahan Baku			**Rp.1.653.435**
Total Biaya Bahan Baku Per Unit (rata-rata)			**Rp. 39.368**

D. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Berikut merupakan total biaya tenaga kerja langsung Bava Shirt by B-Shine pada 20 Oktober 2022 hingga 28 Februari 2023:

Keterangan	Kuantitas	Biaya	Total Biaya
Jasa Jahit	42 pcs	Rp. 30.000	Rp. 1.260.000
Total Biaya Tenaga Kerja Langsung			**Rp. 1.260.000**
Total Biaya Tenaga Kerja Langsung Per Unit (rata-rata)			**Rp. 30.000**

E. Biaya Overhead

Berikut merupakan total biaya tenanga kerja langsung Bava Shirt by B-Shine pada 20 Oktober 2022 hingga 28 Februari 2023:

Material	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Total Produksi
Greating Card	42 pcs	Rp. 540	Rp. 22.680
Plastik Packaging	42 pcs	Rp. 1.000	Rp. 42.000
Marketing (Iklan Shopee)	2 kali	Rp. 25.000	Rp. 50.000
Endorse *Influencer* Instagram	1 kali	Rp. 50.000	Rp. 50.000
Total Biaya Overhead			**Rp. 164.680**
Total Biaya Overhead Per Unit (rata-rata)			**Rp. 3.921**

F. Biaya Operasional

Berikut merupakan total biaya operasional dari Bava Shirt by B-Shine dari tanggal 20 Oktober 2022 hingga 28 Februari 2023:

No.	Bulan	Keterangan	Total Biaya
1.	Oktober	Bensin	Rp. 10.000
2.	November	Bensin	Rp. 10.000
3.	Desember	Bensin	Rp. 10.000
4.	Januari	Bensin	Rp. 10.000
5.	Februari	Bensin	Rp. 10.000
Total Biaya Operasional			**Rp. 50.000**
Total biaya operasional per unit (Rata-ra)			**Rp. 1.190**

G. Harga Pokok Produksi (HPP)

Berikut merupakan total harga pokok produk (HPP) dari Bava Shirt by B-Shine dari tanggal 20 Oktober 2022 hingga 28 Februari 2023:

Keterangan	Nominal

Total Biaya Pembelian Bahan Baku	Rp.1.653.435
Total Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 1.260.000
Total Biaya Overhead	Rp. 164.680
Total Harga Pokok Produksi (HPP)	**Rp. 3.078.115**

H. Laporan Laba Rugi

Berikut merupakan Laporan Laba Rugi Bava Shirt by B-Shine pada tanggal 20 Oktober 2022 hingga 20 Februari 2023:

Bava Shirt by B-Shine **Laporan Laba Rugi** **Periode 20 Oktober 2022 – 28 Februari 2023**	
Penjualan	Rp. 3.861.000
Harga Pokok Produksi	Rp. 3.078.115
Laba Kotor	**Rp. 782.885**
Biaya Operasional	Rp. 50.000
Laba Bersih	**Rp. 732.885**

I. Laporan Arus Kas

Berikut merupakan Laporan Arus Kas Bava Shirt by B-Shine pada tanggal 20 Oktober 2022 hingga 28 Februari 2023:

Rincian	Oktober	November	Desember	Januari	Februari
Saldo Awal	N/A	(Rp. 387.500)	Rp. 171.500	Rp. 548500	Rp. 900.500
Kas Masuk	Rp 396.000	Rp. 594.000	Rp. 891.000	Rp. 891.000	Rp. 990.000
Kas Keluar	Rp. 783.500	Rp. 35.000	Rp. 514.000	Rp. 539.000	Rp. 732.000
Saldo Akhir	(Rp. 387.500)	Rp. 171.500	Rp. 548.500	Rp. 900.500	Rp.1.158.500
Total Arus Kas	**(Rp. 387.500)**	**(Rp. 216.000)**	**Rp. 720.000**	**Rp. 1.449.000**	**Rp. 2.059.000**

J. Margin Keuntungan

Berikut merupakan Margin Keuntungan Bava Shirt by B-Shine dari tanggal 20 Oktober 2022 hingga 28 Februari 2023:

Margin Keuntungan = Keuntungan bersih/Penjualan

= Rp. 732.885 / Rp. 3.861.000

= Rp. 19%

Lampiran 2 Laporan Realisasi Jadwal dan Kegiatan

KEGIATAN	BULAN																							
	Oktober				November				Desember				Januari				Februari				Maret			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Penyusunan Proposal Proyek Bisnis	■	■																						
Persiapan dan Produksi	■	■	■	■	■		■	■	■	■			■	■			■							
Pemasaran dan Pemantauan			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
Laporan Antara Proyek Bisnis									■	■	■	■												
Penyusunan Laporan Akhir Proyek Bisnis																					■	■	■	■

Lampiran 3 Laporan Kinerja (*Performance Reposrt)*

Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Persentasi (%)
42 pcs x Rp. 99.000 = Rp. 4.158.000	39 pcs x RP. 99.000 = Rp. 3.861.000	= (3.861.000/4.158.000) x 100% = 93%

Laporan kinerja proyek bisnis produk Bava Shirt by B-Shine untuk periode waktu penjualan tanggal 20 Oktober 2022 sampai dengan 28 Februari 2023 menunjukan bahwa persentase yang didapat dari kinerjea proyek bisnis produk Bava Shirt by B-Shine ini adalah sebesar 93% dari target penjualan.

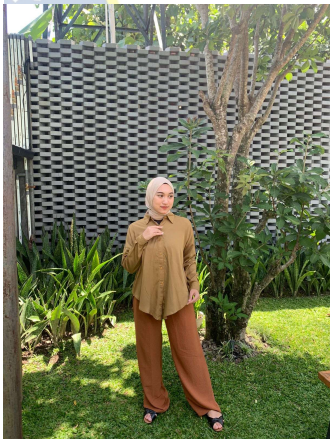
Lampiran 4 Dokumentasi

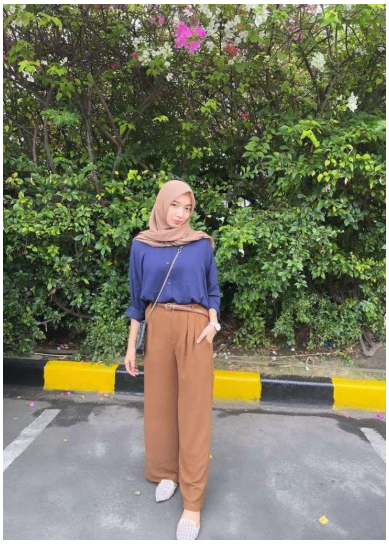
A. Pembelian Bahan Baku

B. Proses Menjahit Bava Shirt by B-Shine

C. Produk Jadi

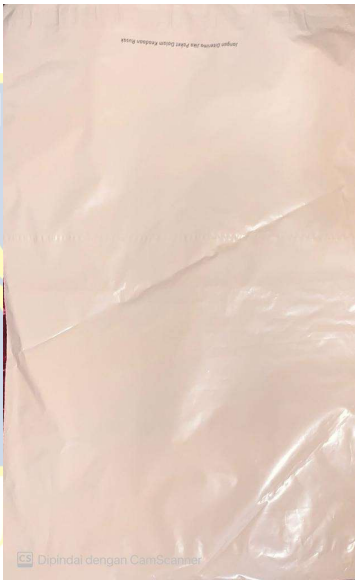
D. Foto Model



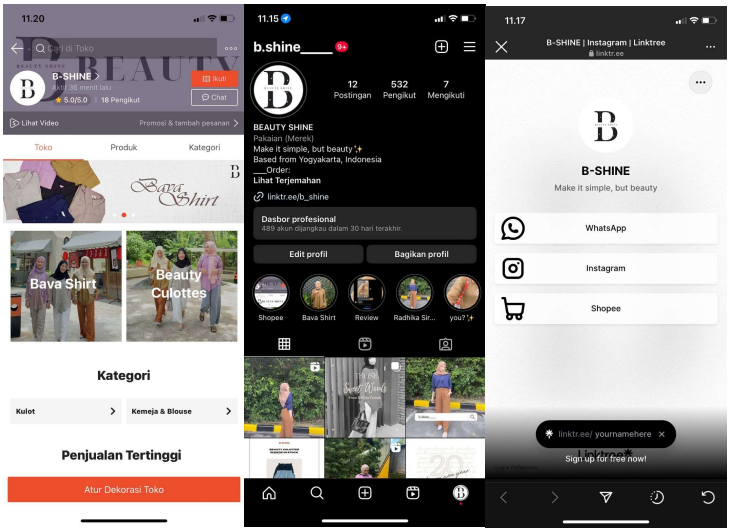


E. *Greating Card*

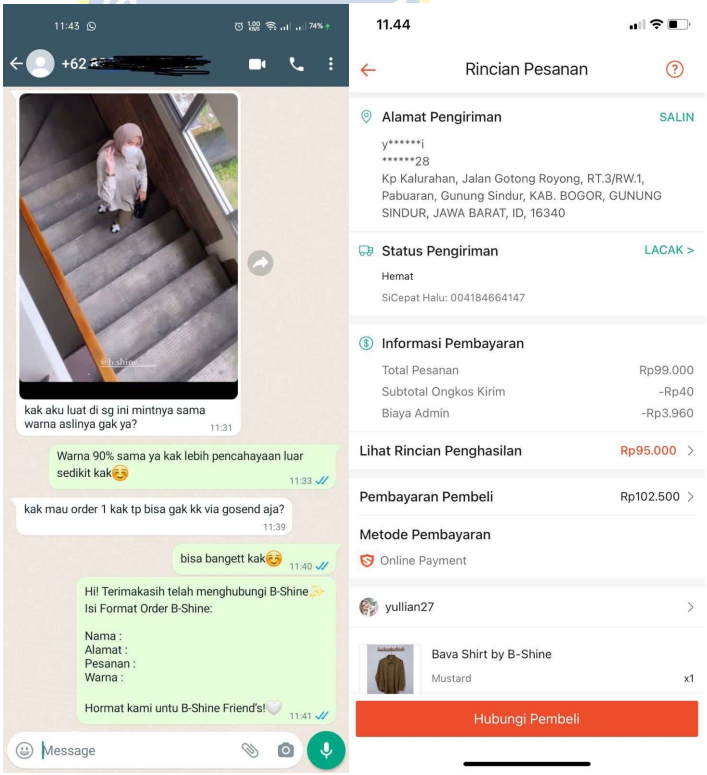
F. *Packaging*



G. Media Sosial dan *Marketplace*

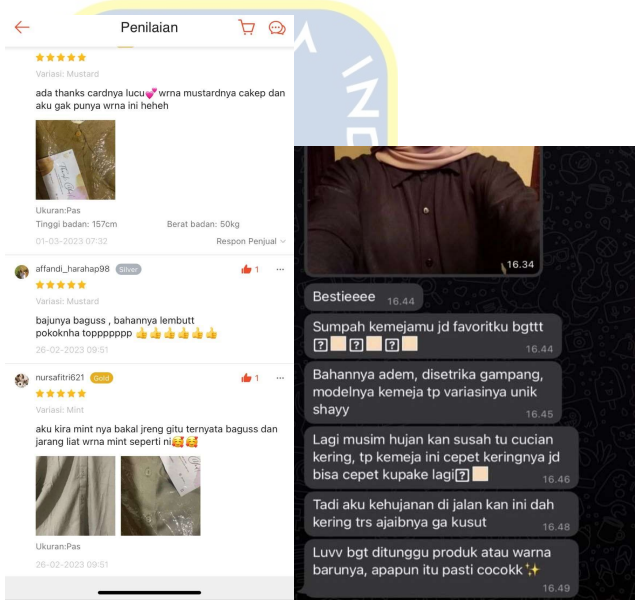


H. Pesanan Masuk



I. Produk Siap Kirim

J. Tentimoni dan Review Pelanggang



K. Kegiatan Bazar BizFez di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia