

Studi Kelayakan Bisnis *Fashion Almond Chic*

di Yogyakarta

Rancang Bangun Bisnis



ACC utk diujikan (19/04/2024)

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Murwanto Sigit', is positioned below the approval text.

Murwanto Sigit, Drs., M.B.A.

Ditulis Oleh:

Nama : Lathifatunnisa
NIM : 20311537
Fakultas/Jurusan : Bisnis dan Ekonomika/Manajemen
Peminatan : Pemasaran

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

HALAMAN JUDUL

Studi Kelayakan Bisnis *Fashion Almond Chic*

Di Yogyakarta

RANCANG BANGUN DAN IMPLEMENTASI BISNIS

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana

strata-I di Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam

Indonesia



Oleh :

Lathifatunnisa

20311537

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

2024

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, 22 April 2024

Penulis,

A handwritten signature in black ink is written over a 10,000 Indonesian postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000' and 'METERAI KEPOL'.

(Lathifatunnisa)

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN

Proposal Rancang Bangun Bisnis

Studi Kelayakan Bisnis *Fashion Almond Chic*

Di Yogyakarta

Nama : Lathifatunnisa
NIM : 20311537
Fakultas/Jurusan : Bisnis dan Ekonomika/Manajemen
Peminatan : Pemasaran

Yogyakarta, 19 April 2024

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Murwanto Sigit', written in a cursive style.

(Murwanto Sigit, Drs., M.B.A.)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Universitas Islam Indonesia
Condong Catar Depok Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 885376
F. (0274) 882589
E. fbe@uii.ac.id
W. fbe.uii.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim,

Pada Semester Genap 2023/2024, hari Jum'at, tanggal 03 Mei 2024, Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir yang disusun oleh:

Nama : Lathifatunnisa
No. Mahasiswa : 20311537
Judul Tugas Akhir : Studi Kelayakan Bisnis Fashion Almond Chic di Yogyakarta
Pembimbing : Murwanto Sigit, Drs., M.B.A.

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

Lulus Ujian Tugas Akhir

Nilai : B+
Referensi : Layak ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji:

Ketua Tim : Bagus Panuntun, S.E., M.B.A.
Anggota Tim : Murwanto Sigit, Drs., M.B.A.

Yogyakarta, 06 Mei 2024

Ketua Program Studi Manajemen,



Abdur Rafik, SE., M.Sc.
NIK. 133110105

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL

STUDI KELAYAKAN BISNIS FASHION ALMOND CHIC DI YOGYAKARTA

Disusun oleh : Lathifatunnisa

Nomor Mahasiswa : 20311537

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Jum'at, 03 Mei 2024

Penguji/Pembimbing TA : Murwanto Sigit, Drs., M.B.A.

Penguji : Bagus Panuntun, S.E., M.B.A.

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

HALAMAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

Sesungguhnya sesudahkesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah (94) : 5-6)

“Start now. Start where you are. Start with fear. Start with pain. Start with doubt. Start with hands shaking. Start with voice trembling but start. Start and don't stop. Start where you are, with what you have. Just... start.”

(Ijeoma Umebinyuo)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab permasalahan orang-orang disekeliling penulis yang menyukai *fashion* muslimah dengan model *vintage*, *casual*, dan *modern*, namun tetap dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama atau dikatakan *timeless*. Pengembangan usaha Almond Chic melibatkan penyusunan rencana pemasaran, operasional, keuangan, dan manajemen sumber daya manusia. Rencana pemasaran mencakup strategi promosi menggunakan *platform* media sosial. Rencana operasional mencakup proses perancangan produk, seleksi bahan baku, dan distribusi kepada konsumen. Rencana keuangan fokus pada pengelolaan dana. Beberapa tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan bisnis ini termasuk strategi pemasaran yang belum optimal, target pasar yang belum luas, dan implementasi bisnis yang tidak sesuai dengan jadwal yang direncanakan. Laporan implementasi ini mencakup periode keseluruhan selama 12 bulan sejak perancangan awal gagasan bisnis dimulai.

Kata Kunci : Bisnis *fashion*, strategi pemasaran, pengembangan usaha, laporan implementasi bisnis.

ABSTRACT

This research aims to address the issues of people surrounding the author who are fond of Muslimah fashion with vintage, casual, and modern styles, yet still can be utilized for a long period or considered timeless. The development of Almond Chic business involves the formulation of marketing, operational, financial, and human resource management plans. The marketing plan encompasses promotional strategies using social media platforms. The operational plan includes product design processes, raw material selection, and distribution to consumers. The financial plan focuses on fund management. Some challenges faced in implementing this business include suboptimal marketing strategies, a narrow target market, and business implementation not aligning with the planned schedule. This implementation report covers the entire period of 12 months since the initial conception of the business idea.

Keywords: Fashion business, marketing strategy, business development, business implementation report.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Tugas Akhir Rancang Bangun Bisnis. Karya tulis ini disusun dalam rangka memenuhi persyaratan dalam mendapatkan gelar Sarjana Strata-I di Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Program Studi Manajemen, Universitas Islam Indonesia.

Laporan akhir tentang pelaksanaan bisnis ini akan menguraikan laporan dari perjalanan bisnis yang penulis kelola, termasuk profil bisnis, model bisnis yang digunakan, berbagai aspek terkait operasional bisnis ini, dan aspek lain yang relevan. Bisnis ini bergerak di bidang *fashion* muslimah dengan nama Almond Chic

Dalam penyelesaian Tugas Akhir ini penulis merasa bersyukur atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang sudah memberikan banyak nikmat, berkah, kemudahan dan kelancaran penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini sehingga Rancang Bangun Bisnis dapat diselesaikan dengan baik.
2. Bapak Raden Mochammad Bachroni dan Ibu Lilis Hinayah selaku orang tua yang selalu memberikan dukungan baik secara moral dan material guna kelancaran studi hingga selesai.

3. Adik-adik tercinta, Nabila, Aisyah, dan Ikhsan yang sudah memberikan kebahagiaan kepada penulis.
4. Bapak Murwanto Sigit, Drs., M.B.A. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama tahap pelaksanaan rancang bangun dan implementasi bisnis, serta dalam proses penyusunan karya tulis ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Yoga Atallah Taris Putera yang telah menemani, mendukung, menghibur penulis dalam proses penulisan tugas akhir ini.
7. Orang sukses selaku teman kuliah yang telah memotivasi penulis dalam menyelesaikan karya tulis ini.
8. Riesya dan Muthia yang selalu menghibur dan mengajari penulis mengenai Tugas Akhir.

Penulis juga menyadari bahwa laporan akhir ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis sangat menghargai setiap kritik dan saran yang diberikan oleh berbagai pihak. Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan kontribusi yang berarti untuk kemajuan di bidang pendidikan dan bisnis.

Yogyakarta, 19 April 2024

Penulis,

Lathifatunnisa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup.....	4
1.6 Sistematika Laporan.....	4
1.6.1 Pendahuluan.....	4
1.6.2 Perancangan Bisnis	4
1.6.3 Laporan Pelaksanaan Kegiatan	5
1.6.4 Identifikasi Masalah.....	5
1.6.5 Kesimpulan dan Rekomendasi.....	5
1.6.6 Daftar Pustaka.....	5
1.6.7 Lampiran	5
BAB II PERANCANGAN BISNIS.....	7
2.1 Profil Bisnis.....	7
2.2 Model Bisnis (<i>Business Model</i>)	8
2.2.1 <i>Customer Segment</i>	8

2.2.2	<i>Value Proposition</i>	9
2.2.3	<i>Channel</i>	9
2.2.4	<i>Customer relationships</i>	11
2.2.5	<i>Revenue</i>	11
2.2.6	<i>Key activities</i>	11
2.2.7	<i>Key resources</i>	11
2.2.8	<i>Key partners</i>	11
2.2.9	<i>Cost structure</i>	12
2.3	Aspek Operasi	12
2.4	Aspek Pasar dan Pemasaran	14
2.4.1	Gambaran Umum Pasar	14
2.4.2	Produk yang Dihasilkan.....	14
2.4.3	Segmentasi Pasar	15
2.4.4	Strategi Pemasaran.....	15
2.5	Aspek Organisasi/SDM.....	17
2.6	Aspek Keuangan	17
2.6.1	Harga Pokok Produksi	17
2.6.2	Sumber Dana dan Penggunaan Dana.....	19
2.6.3	Basis Perhitungan Harga Jual	21
2.7	Analisis Resiko dan Strategi Keluar (<i>Exit Strategy</i>)	22
2.7.1	Faktor Internal.....	22
2.7.2	Faktor Eksternal.....	23
BAB III LAPORAN PELAKSANAAN KEGIATAN		26
3.1	Pendahuluan: Profil Bisnis	26
3.1.1	Waktu berdiri	26
3.1.2	Bidang usaha.....	26
3.1.3	Lokasi.....	26
3.1.4	Perkembangan bisnis	26
3.2	Tinjauan Aspek Produksi/Operasional.....	27
3.2.1	Penggunaan Bahan Baku	27
3.2.2	Proses Produksi.....	28
3.2.3	Produk yang Dihasilkan.....	29
3.3	Tinjauan Aspek Pemasaran	31

3.3.1	Strategi Promosi.....	31
3.3.2	Saluran Distribusi	34
3.3.3	Kebijakan Harga	35
3.4	Tinjauan Aspek Organisasi/SDM	35
3.5	Tinjauan Aspek Keuangan	35
3.5.1	Laporan Laba Rugi	35
3.5.2	Laporan Arus Kas	36
3.5.3	Laporan Neraca.....	38
BAB IV	IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH	39
4.1	Identifikasi Masalah	39
4.1.1	Aspek Produksi/Operasional.....	39
4.1.2	Aspek Pemasaran	39
4.2	Tinjauan Teoritis	40
4.2.1	Faktor Budaya.....	41
4.2.2	Faktor Sosial:	41
4.2.3	Faktor Personal	41
4.3	Pemecahan Masalah	43
BAB V	KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	45
5.1	Kesimpulan	45
5.2	Rekomendasi	46
LAMPIRAN.....		47
	Lampiran 1 – Kegiatan Produksi dan Penjualan	47
	Lampiran 2 – Laporan Aktivitas Rancang Bangun Bisnis.....	57
DAFTAR PUSTAKA		73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jumlah Produk	14
Tabel 2.2 HPP Mecca Dress	17
Tabel 2.3 Laba Mecca Dress.....	18
Tabel 2.4 HPP Kina Shirt	18
Tabel 2.5 Laba Kina Shirt.....	18
Tabel 2.6 HPP Alea Ruffle Blouse	19
Tabel 2.7 Laba Alea Ruffle Blouse	19
Tabel 2.8 Sumber Dana	19
Tabel 2.9 Basis Perhitungan Harga.....	21
Tabel 3.1 Laporan Laba Rugi	35
Tabel 3.2 Laporan Arus Kas	36
Tabel 3.3 Laporan Neraca.....	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Perusahaan	8
Gambar 2.2 Akun Instagram.....	9
Gambar 2.3 Akun Shopee	10
Gambar 2.4 Akun TikTok.....	10
Gambar 3.1. Produk Mecca Dress	30
Gambar 3.2. Produk Kina Skirt	30
Gambar 3.3. Produk Alea Ruffle Blouse	31
Gambar 3.4. Endorsement TikTok	32
Gambar 3.5 Endorse Instagram	33
Gambar 3.6. Konten Instagram.....	33
Gambar 3.6. Konten TikTok.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3.7 Konten Tiktok	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Pembelian Bahan Produksi	47
Lampiran 2 - Pengantaran Barang ke Konveksi	48
Lampiran 3 - Label Pakaian.....	49
Lampiran 4 - Pembuatan Sampel Produksi.....	49
Lampiran 5 - Produksi Massal	50
Lampiran 6 - Pengemasan Barang Pesanan Konsumen.....	50
Lampiran 7 - Jasa Foto Katalog	51
Lampiran 8 - Giveaway Followers Instagram.....	52
Lampiran 9 - Rekap Penjualan.....	52
Lampiran 10 - Data Pelanggan.....	53
Lampiran 11- Penjualan Mecca Dress Shopee.....	53
Lampiran 12 – Penjualan Kina Shirt Shopee.....	54
Lampiran 13 - Penjualan TikTok Shop.....	54
Lampiran 14 - Company Milestone.....	55
Lampiran 15 - Capaian Jumlah Followers di Media Sosial.....	55
Lampiran 16 - Rating Toko.....	56
Lampiran 17 - Desain Produk.....	56
Lampiran 18 - Laporan Aktivitas Bisnis.....	57

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah 1ublic dengan populasi terbesar di Asia Tenggara pada tahun 2023, mencapai sekitar 2,43 juta jiwa (Rizaty 2023). Dari jumlah tersebut, sekitar 86,7% adalah penganut agama Islam, menjadikan Indonesia sebagai 1ublic dengan jumlah umat Islam terbanyak di Asia Tenggara, seperti yang dilaporkan oleh (Annur 2023) pada halaman databooks.

Dengan jumlah besar tersebut tentunya berdampak besar terhadap jumlah konsumsi pembelanjaan busana muslim. Menurut (Anggriyani 2022) saat ini Indonesia menempati urutan ketiga dalam jumlah konsumsi pakaian muslim di dunia di antara 1ublic anggota Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) setelah Turki dan Unit Emirat Arab. Hal ini tentunya merupakan peluang besar bagi para pebisnis di bidang *fashion* muslim.

Fashion atau pakaian adalah segala sesuatu yang dikenakan pada tubuh dan memiliki fungsi utama untuk menutupi dan melindungi tubuh. Awalnya, pakaian digunakan sebagai kebutuhan dasar manusia untuk menutupi dan melindungi tubuh, tetapi seiring berjalannya waktu, pakaian juga memiliki berbagai fungsi lainnya. Saat ini, pakaian tidak hanya berfungsi untuk menutupi tubuh, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan penampilan dan meningkatkan rasa percaya diri seseorang. Bagi seorang muslimah, pakaian juga memiliki fungsi untuk menutupi aurat. Ada beberapa etika yang harus

diperhatikan sebagai seorang muslimah, seperti menutup aurat, tidak terlalu ketat sehingga tidak menampilkan lekuk tubuh, berbahan tebal, dan tidak tembus pandang.

Saat ini sudah banyak penjual *fashion* muslimah yang menjamur di Indonesia, dengan berbagai model dan berbagai macam harga. Menjamurnya bisnis *fashion* wanita muslimah di Indonesia membuat persaingan antar penjual semakin ketat, dengan ini penulis ingin menjadikan bisnis *fashion* yang dijalankan memiliki keunikan dan karakteristik yang tidak dimiliki para pesaing. Dimulai dari produk yang didesain sendiri yang selain mengedepankan kualitas dan harga terjangkau, juga unik pada desain pakaian yang menggabungkan tren masa kini dengan gaya *vintage* dan *casual*. Produk yang penulis ciptakan merupakan pakaian sehari-hari yang menggunakan warna-warna netral serta motif *vintage* yang dapat digunakan dalam jangka waktu yang panjang sehingga tidak akan termakan oleh zaman.

Berdasarkan hasil *Public JakPat*, kebanyakan warga Indonesia tampaknya lebih suka belanja produk busana di *e-commerce* ketimbang toko fisik. Survei tersebut menunjukkan, pada tahun 2022 sebanyak 58% responden memilih *e-commerce* untuk belanja *fashion*. Sedangkan yang berbelanja di toko fisik hanya 29%. Dengan adanya data tersebut, penulis yakin memilih *e-commerce* sebagai alat transaksi pada bisnis ini. Serta dengan penjualan melalui *e-commerce* dapat menciptakan pasar di berbagai wilayah di Indonesia, tidak hanya di Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan produk *fashion* secara *online*?

1.3 Tujuan

Tujuan dari implementasi Rancang Bangun Bisnis ini adalah untuk melakukan uji coba terhadap konsep bisnis *fashion* dalam dunia nyata. Ini melibatkan proses mengumpulkan umpan balik dari pelanggan, mengevaluasi keberhasilan produk, dan mengidentifikasi peluang untuk pengembangan lebih lanjut. Dengan begitu, penulis dapat mengetahui pemasaran yang efektif dalam menjalankan bisnis *fashion*, serta dapat mengetahui langkah-langkah yang diperlukan untuk menjaga keberlanjutan inovasi dalam bisnis *fashion* dan menghindari ketinggalan zaman.

Saat ini sudah sangat banyak bisnis pakaian wanita di *e-commerce*. Namun, tidak semua produk yang dijual memiliki bahan yang berkualitas dan model yang *timeless*, *modern*, *elegant*. Dengan dijalankannya bisnis ini diharapkan menjadi jawaban atas persoalan tersebut.

1.4 Manfaat

Manfaat dari bisnis *fashion* berbasis *online* ini yaitu memudahkan *customer* dalam melakukan transaksi dari berbagai wilayah serta produk penulis dapat menjadi jawaban bagi para wanita yang memiliki selera *fashion vintage*, *casual*, dan *elegant*.

1.5 Ruang Lingkup

Dalam menjalankan bisnis, penulis selaku pemilik bisnis Almond Chic mengawali dengan menentukan jenis produk yang akan dibuat, membuat desain produk dengan karakteristik perpaduan *vintage*, *casual*, dan modern. Setelah itu pemilihan serta pembelian bahan, kemudian mengirimkan bahan kepada konveksi. Setelah proses produksi selesai, dilakukan pemasaran dan penjualan produk melalui *online shopping*.

1.6 Sistematika Laporan

1.6.1 Pendahuluan

Pada bagian pendahuluan akan membahas mengenai latar belakang didirikannya Almond Chic, rumusan masalah, tujuan, manfaat, serta ruang lingkup.

1.6.2 Perancangan Bisnis

Pada bagian perancangan bisnis akan membahas mengenai rancangan-rancangan dalam bisnis Almond Chic yang mengandung profil perusahaan, model bisnis, aspek operasi, aspek pasar dan pemasaran, aspek organisasi dan SDM, aspek keuangan, dan analisis risiko dan strategi keluar.

1.6.3 Laporan Pelaksanaan Kegiatan

Pada bagian laporan pelaksanaan kegiatan mengandung laporan hasil implementasi bisnis yang telah dijalankan berdasarkan masing-masing aspek.

1.6.4 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah mengandung segala permasalahan yang dihadapi selama bisnis dijalankan serta terdapat tinjauan teoritis yang membantu penulis dalam mengambil keputusan dalam penyelesaian masalah tersebut.

1.6.5 Kesimpulan dan Rekomendasi

Kesimpulan dan rekomendasi mengandung hasil yang didapatkan selama menjalankan bisnis serta rekomendasi bagi penulis mengenai keberlanjutan bisnis.

1.6.6 Daftar Pustaka

Daftar pustaka berisi sumber rujukan yang digunakan penulis dalam menyusun laporan akhir ini.

1.6.7 Lampiran

Pada bagian lampiran berisi dokumentasi berupa foto dalam menjalankan rancang bangun bisnis.

BAB II

PERANCANGAN BISNIS

2.1 Profil Bisnis

Fashion memiliki berbagai macam *style* diantaranya ialah *casual*, *vintage*, *bohemian*, *chic*, *retro*, dan *street*. Pada bisnis yang penulis jalankan ini akan memadupadankan gaya *vintage*, *casual*, dan *chic*. *Casual style* dengan kesederhanaan menggunakan warna-warna netral dan tidak bermotif. *Vintage style* dengan gaya berpakaian pada tahun 80an yang feminim dengan karakteristik penggunaan warna yang cenderung kalem dan potongan *balon* pada bagian lengan, serta melebar pada bagian bawah rok ataupun *blouse*. *Chic style* merupakan gaya berpakaian secara anggun dimana pemakaiannya berpenampilan dengan elegan, sopan, dan mewah.

Bisnis pakaian yang penulis jalankan untuk Rancang Bangun Bisnis ini bernama Almond Chic, didirikan pada Februari 2023 dan saat ini seluruh kegiatan baik operasional dan pemasaran dilakukan di Sleman, Yogyakarta. Almond Chic sendiri memiliki makna dimana Almond merupakan salah satu jenis kacang yang dengan warna coklat kalem yang bermakna hangat, nyaman, *modern*. Diharapkan masyarakat juga memandang Almond Chic sebagai *brand* yang berkarakteristik kalem, hangat, nyaman, dan *modern*. Warna coklat ini nantinya akan menjadi warna utama pada *brand* ini baik dari warna produk serta konsep desain pada media sosial dan *e-commerce*. Sedangkan *Chic* memiliki arti “cantik” serta *Chic*

merupakan salah satu *style* yang akan penulis tonjolkan pada produk penulis dimana produk ini 8ublic8 dengan anggun dan elegan.

Almond Chic menyediakan produk berupa *blouse*, kemeja, *dress* dengan menggunakan bahan premium, serta hasil jahitan yang rapih. Almond Chic memiliki target pasar wanita dari kalangan menengah keatas, dengan usia 16 tahun hingga 50 tahun. Bisnis ini dijalankan secara *online* yang memasarkan produknya pada *e-commerce* seperti shopee dan TikTok *shop*.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan

2.2 Model Bisnis (*Business Model*)

2.2.1 *Customer Segment*

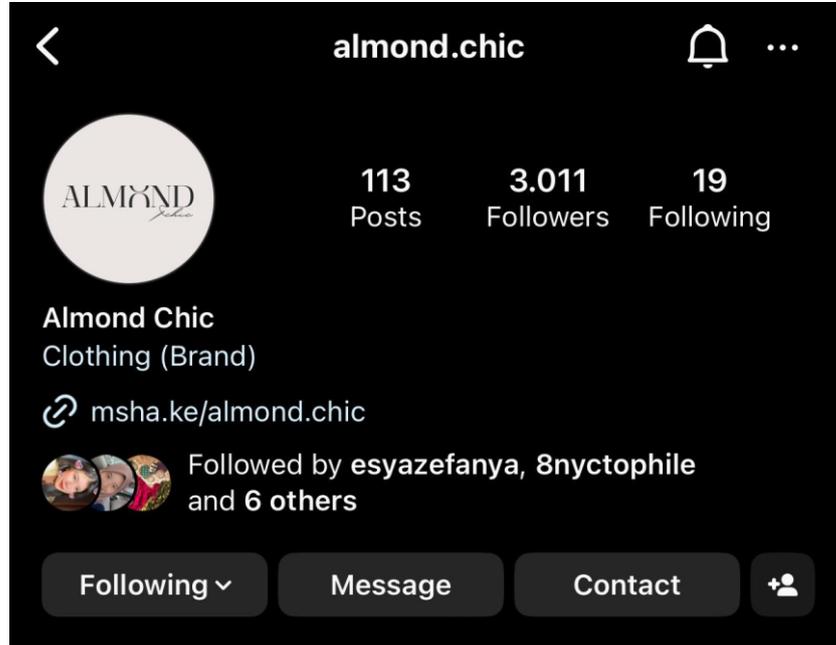
Target pasar bisnis ini merupakan wanita berusia 16 hingga 50 tahun, kalangan menengah ke atas yang gemar akan *fashion* dan memiliki selera *fashion vintage, casual, chic*.

2.2.2 Value Proposition

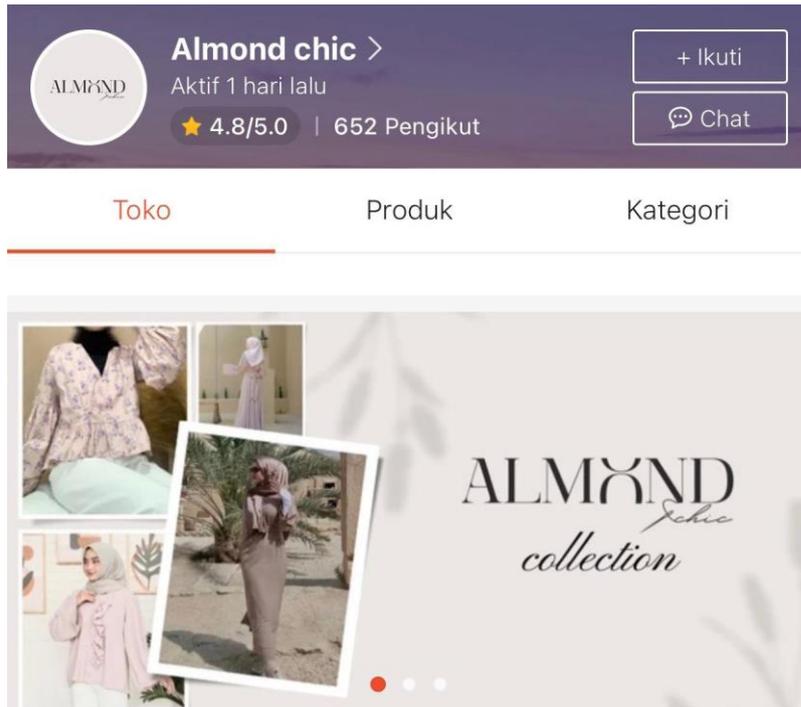
Melihat target pasar Almond Chic merupakan wanita kalangan menengah ke atas, tentunya penulis selaku *owner* mengedepankan bahan yang berkualitas serta model yang unik dan berkarakteristik. Selain itu, cara penulis dalam merepresentasikan produk yaitu produk yang premium dan elegan dengan desain *packaging* minimalis.

2.2.3 Channel

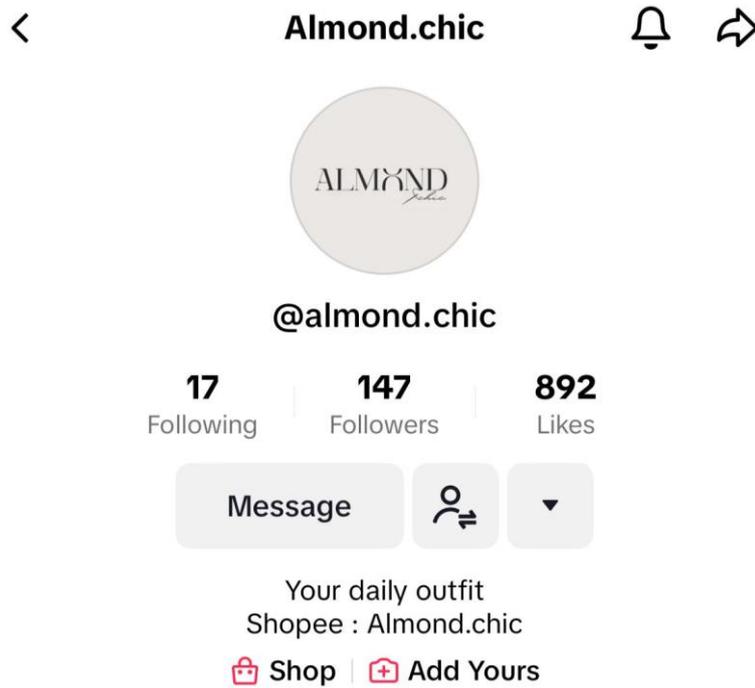
Penulis menggunakan media sosial seperti instagram dan tiktok untuk berinteraksi dengan pelanggan dan melakukan promosi produk. Selain itu dikarenakan toko berbasis online, penulis memasarkannya melalui *market place* seperti shopee dan tiktokshop.



Gambar 2.2 Akun Instagram



Gambar 2.3 Akun Shopee



Gambar 2.4 Akun TikTok

2.2.4 Customer relationships

Dalam membangun interaksi dengan pelanggan, penulis mengadakan program-program yang menguntungkan bagi pelanggan. Seperti program *giveaway* bagi *followers* di sosial media, program gratis ongkir dengan minimal pembelian, potongan harga pada waktu tertentu.

2.2.5 Revenue

Pendapatan utama bisnis ini tentunya berasal dari penjualan produk yaitu *blouse*, *dress*, dan kemeja.

2.2.6 Key activities

Pada bisnis ini terdapat beberapa *key activities* seperti desain produk, membeli bahan dari *supplier*, produksi pakaian pada konveksi, promosi dengan iklan di sosial media dan *endorse* pada *influencer*, dan pencatatan data transaksi penjualan.

2.2.7 Key resources

Dalam menjalankan bisnis perlu menentukan sumber daya yang sesuai dan dibutuhkan. Dalam bisnis pakaian penulis membutuhkan beberapa diantaranya adalah tempat penyimpanan produk, konveksi, dan *database* pelanggan.

2.2.8 Key partners

Menunjukkan daftar sumber daya di luar perusahaan yang di butuhkan agar model bisnis berjalan dengan baik. *Key partners* dalam

bisnis ini yaitu *supplier* kain, label, *packaging*, dan pihak ekspedisi yang bekerjasama dengan Almond Chic yaitu JnT, JNE, SiCepat, dan Shopee Express.

2.2.9 *Cost structure*

Biaya yang harus dikeluarkan untuk mengoperasikan bisnis pakaian ini yaitu pembelian bahan produk, pembayaran jasa konveksi, pembayaran promosi sosial media dan *endorse*, dan biaya admin dari *market place* yang digunakan.

2.3 **Aspek Operasi**

Dalam memproduksi pakaian, hal pertama yang dilakukan ialah mempersiapkan desain dengan mencari referensi dari internet lalu mengkombinasikan dengan karakteristik produk Almond Chic dengan gaya *vintage* dan *casual*. Setelah membuat desain pakaian, selanjutnya menentukan dan mencari bahan apa yang cocok untuk desain tersebut. Untuk *supplier* bahan produk berasal dari toko tekstil supra dan zaara tekstil yang berada di Jl. Urip sumoharjo, Gondokusuman, Yogyakarta.

Untuk produk pertama yaitu *mecca dress* menggunakan bahan rayon *airflow* premium dengan harga Rp27.000 per meter atau Rp19.000 per meter jika membeli satu roll yang berisi kurang lebih 50 yard. Satu produk *mecca dress* membutuhkan tiga meter kain, dan penulis memilih empat variasi warna yaitu hitam, *soft pink*, *mocca*, dan *sage* dengan total pembelian 227 yard atau 204 meter yang akan menjadi 68 *dress*.

Untuk produk kedua yaitu kina *shirt* menggunakan bahan katun linen premium dengan harga Rp 25.000 per meter, dalam membuat kina *shirt* membutuhkan 1,5 meter untuk satu baju sehingga harga total bahan untuk satu produk yaitu Rp 37.500. Kina *shirt* memiliki empat varian warna yaitu *soft lilac*, *soft grey*, *broken white*, dan *sage green* dengan masing-masing warna berjumlah 15 *pieces*.

Untuk produk ketiga yaitu alea *ruffle blouse* menggunakan bahan katun rayon motif premium dengan harga per meternya Rp 30.000. Alea *ruffle blouse* membutuhkan 1,5 meter dengan harga total untuk satu baju Rp 45.000. Masing-masing warna berjumlah 7 *pieces*.

Langkah selanjutnya mengirimkan bahan kepada konveksi yang berada di Jalan Kaliurang, kecamatan Pakem, Yogyakarta. Penjahit membuat sampel produk guna menghindari kegagalan produksi, sehingga penulis dapat merevisi jahitan sampai produk sesuai dengan apa yang diinginkan. Setelah sampel disetujui, maka dilakukan produksi secara massal dan setelah produksi selesai dilakukan *quality check* dan pengemasan produk oleh penjahit menggunakan plastik *packing* baju. Waktu produksi diperkirakan memakan waktu selama satu hingga dua minggu, bergantung pada jumlah produksi dan antrian produksi pelanggan lain. Untuk *packaging* produk penulis menggunakan plastik *polymailer* dengan sablon logo Almond Chic, selain itu penulis juga menggunakan label Almond Chic pada setiap produknya.

Dalam menarik minat pembeli, dibutuhkan foto produk yang bagus dan menarik sehingga penulis menggunakan jasa foto katalog yang berada di Tangerang Selatan dengan harga Rp75.000 per produknya, sehingga total harga yang penulis keluarkan sejumlah Rp900.000 untuk empat produk. Setelah foto katalog selesai, produk siap dipasarkan melalui *e-commerce* dan berbagai platform sosial media yang digunakan. Pada proses pengiriman barang kepada konsumen menggunakan jasa pengiriman seperti JnT, JNE, SiCepat, dan Shopee Express.

Tabel 2.1 Jumlah Produk

Nama Produk	Jumlah
Mecca dress	68
Kina shirt	60
Alea ruffle blouse	28

2.4 Aspek Pasar dan Pemasaran

2.4.1 Gambaran Umum Pasar

Nama *Brand*: Almond Chic

Jenis Produk: Pakaian wanita

Ukuran: All size

2.4.2 Produk yang Dihasilkan

Produk yang dihasilkan merupakan *daily outfit* seperti blouse, kemeja, dan dress. Pada setiap produknya memiliki variasi warna

ataupun motif yang kalem dan cantik sehingga dapat menyesuaikan dengan selera konsumen.

2.4.3 Segmentasi Pasar

1) Segmen Geografis

Segmen geografis Almond Chic merupakan seluruh wanita di Indonesia.

2) Segmen Demografis

Pada segmen demografis Almond Chic menargetkan wanita kalangan menengah ke atas berusia 16 sampai 50 tahun mencakup pelajar, mahasiswa, pegawai dan seluruh wanita yang memiliki selera fashion sesuai dengan produk Almond Chic.

3) Segmen Psikografis

Psikografis atau gaya hidup dari pelanggan yaitu wanita yang menyukai berbelanja *fashion* secara online dan mereka yang mengikuti perkembangan tren *fashion* masa kini.

2.4.4 Strategi Pemasaran

1) Strategi Harga

Strategi harga yang digunakan seperti kebanyakan perusahaan yaitu dengan *markup pricing* dimana menaikkan harga pada produk (Saleh 2019). Dengan kata lain, berfokus pada biaya produksi. Selain itu penulis juga menentukan harga menyesuaikan dengan target pasar yaitu menengah ke atas,

sehingga harga yang ditentukan tidak murah namun juga tidak terlalu mahal juga menyesuaikan dengan harga pasar.

2) Strategi Promosi

Dikarenakan di awal penjualan masih melalui *e-commerce*, maka penulis mengedepankan promosi melalui media sosial seperti mengiklankan produk pada beberapa platform media sosial seperti instagram, tiktok, dan shopee, bekerja sama dengan *influencer* yang memang dikenal di bidang *fashion* dengan melakukan *endorsement* pada instagram dan tiktok, melakukan penjualan secara *live* pada tiktok dan shopee, rutin membuat konten di sosial media baik di instagram dan tiktok, memperbanyak interaksi dengan konsumen melalui *platform* instagram dengan rutin membuat instastory berupa konten yang melibatkan konsumen.

3) Strategi Distribusi

Strategi distribusi yang penulis gunakan merupakan distribusi langsung dimana produsen berhadapan secara langsung dengan konsumen baik dalam pengiriman dan penjualan. Serta distribusi ini dilakukan melalui *e-commerce* dimana konsumen bisa melakukan pembelian secara *online*.

4) Strategi *Positioning*

Pernyataan yang dapat memposisikan produk dari Almond Chic di benak pelanggan ialah produk pakaian wanita *up to date* dengan ciri khas *vintage* dan *casual* serta memiliki kesan

minimalis baik dari produk, *packaging*, dan tampilan di media sosial. Maka dengan itu kami mengedepankan strategi *positioning* berdasarkan atribut dimana memposisikan produk dengan lebih memperhatikan produk pada nilai personal yang melekat di benak pelanggan seperti keidentikan warna dan model produk Almond Chic.

2.5 Aspek Organisasi/SDM

Almond Chic merupakan bisnis yang dikelola oleh perseorangan, di mana dalam pelaksanaan kegiatan bisnis ini, penulis sebagai pemilik bisnis mengendalikan secara penuh seluruh proses operasional. Hal ini dikarenakan Almond Chic merupakan bisnis baru, dan untuk saat ini seluruh kegiatan bisnis masih bisa dilakukan secara mandiri. Namun, pada kegiatan produksi penulis bekerjasama dengan salah satu jasa konveksi di Yogyakarta. Selain itu, alasan lainnya ialah penulis mengurangi adanya pengeluaran pada aspek SDM. Tetapi, tidak menutup kemungkinan jika kedepannya penulis akan merekrut karyawan seiring berjalannya perkembangan bisnis.

2.6 Aspek Keuangan

2.6.1 Harga Pokok Produksi

Mecca dress

Tabel 2.2 HPP Mecca Dress

Keterangan	Harga
Rayon airflow 3 meter	Rp 57.000
Label dan packaging	Rp 2.500

Biaya jahit	Rp 30.000
Total	Rp 89.500

Tabel 2.3 Laba Mecca Dress

Harga jual	Rp 149.900
Potongan biaya admin 6,5 %	Rp 9.743
Keuntungan	Rp 50.657

Kina shirt

Tabel 2.4 HPP Kina Shirt

Keterangan	Harga
Katun linen 1.5 meter	Rp 37.500
Label dan packaging	Rp 2.500
Biaya jahit	Rp 30.000
Total	Rp 70.000

Tabel 2.5 Laba Kina Shirt

Harga jual	Rp 132.000
Potongan biaya admin 6,5 %	Rp 8.580
Keuntungan	Rp 53.420

Alea ruffle blouse

Tabel 2.6 HPP Alea Ruffle Blouse

Keterangan	Harga
Rayon motif premium 1,5 meter	Rp 45.000
Label dan packaging	Rp 2.500
Biaya jahit	Rp 30.000
Total	Rp 77.500

Tabel 2.7 Laba Alea Ruffle Blouse

Harga jual	Rp 139.000
Potongan biaya admin 6,5 %	Rp 9.035
Keuntungan	Rp 52.465

2.6.2 Sumber Dana dan Penggunaan Dana

Sumber Dana

Tabel 2.8 Sumber Dana

Sumber Dana	Jumlah	Penggunaan Dana	Jumlah
Modal pribadi			
		Kain bahan: <ul style="list-style-type: none"> • Airflow crinkle 227 yard, 27k 	<ul style="list-style-type: none"> • Rp 5.508.000

		<ul style="list-style-type: none"> • Katun linen 90 meter • Katun rayon motif 42 meter, 30 	<ul style="list-style-type: none"> • Rp 2.250.000 • Rp 1.260.000 <p>= Rp 9.018.000</p>
		<p>Peralatan packing:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Label merk • Plastic polmailer 100 pcs 	<ul style="list-style-type: none"> • Rp 60.000 • Rp 137.500 <p>=Rp 197.500</p>
		<p>Peralatan foto dan konten produk:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tripod • Patung 	<ul style="list-style-type: none"> • Rp 98.000 • Rp 100.000 <p>= Rp 198.000</p>
		<p>Biaya konveksi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mecca dress • Kina shirt • Alea ruffle blouse 	<ul style="list-style-type: none"> • Rp 2.040.000 • Rp 1.800.000

			<ul style="list-style-type: none"> • Rp 840.000 =Rp 4.680.000
		Biaya iklan dan endorsement <ul style="list-style-type: none"> • Iklan instagram • Endorsement 	<ul style="list-style-type: none"> • Rp 70.000 • Rp 500.000 =Rp 570.000
		Biaya foto katalog =Foto katalog <ul style="list-style-type: none"> • Biaya kirim 	<ul style="list-style-type: none"> • Rp 900.000 • Rp 200.000 =Rp 1.100.000
		Jumlah	Rp 15.763.500

2.6.3 Basis Perhitungan Harga Jual

Almond Chic

Tabel 2.9 Basis Perhitungan Harga

Nama produk	Mecca dress	Kina shirt	Alea ruffle blouse
Biaya produksi	Rp 113.000	Rp 69.500	Rp 77.000
Harga jual	Rp 149.900	Rp 132.000	Rp 139.000

Profit margin	Rp 36.900	Rp 62.500	Rp 62.000
----------------------	------------------	------------------	------------------

2.7 Analisis Resiko dan Strategi Keluar (*Exit Strategy*)

2.7.1 Faktor Internal

1) Kekuatan

Penulis mengedepankan kualitas produk dan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Dalam upaya mengedepankan kualitas produk, penulis menggunakan bahan yang premium serta hasil jahitan yang rapih. Desain produk berkarakteristik dan *timeless* sehingga tidak pasaran dan dapat digunakan pelanggan dalam waktu yang lama. Usaha penulis dalam mengedepankan pelayanan yang ramah, cepat tanggap, dan informatif yaitu dengan menerima kritik dan saran dari pelanggan guna kepuasan pelanggan dan juga kemajuan *brand* penulis, pengiriman yang cepat di hari yang sama jika pemesanan dilakukan di atas pukul 17.00 WIB, menerima retur dari pelanggan jika produk yang dikirimkan tidak sesuai dengan syarat dan ketentuan yang ada yaitu mendokumentasikan proses *unboxing* produk.

2) Kelemahan

Kelemahan Produk yaitu harga produk tidak dapat dikatakan murah diperkirakan Rp100.000 ke atas karena jika ada harga maka ada kualitas yang ditawarkan, sehingga banyak pesaing yang menjual produk sejenis namun dengan harga yang lebih murah, selain itu untuk awal produksi penulis hanya memiliki satu ukuran atau *all size*.

2.7.2 Faktor Eksternal

1) Peluang

Pakaian sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat yang tidak bisa dipisahkan dari segala bentuk aktivitas sehari-hari karena pakaian merupakan kebutuhan primer. Saat ini banyak generasi muda yang senang mencoba berbagai *trend fashion* agar mereka terlihat lebih *stylish* dan mendukung penampilan untuk terlihat menjadi lebih keren serta tidak ketinggalan zaman.

Biasanya bagi anak muda atau orang yang bekerja yang perlu bertemu dengan banyak orang dalam kehidupan sehari-hari akan memperhatikan seperti apa penampilan yang dimilikinya, dan apakah sudah terlihat bagus. Di sisi lain, pakaian yang digunakan dapat meningkatkan rasa percaya diri sehingga menjadi motivasi tersendiri agar dapat tampil lebih baik dalam menjalankan kegiatan sehari-hari. Hal ini tentunya membuka peluang bisnis *fashion* menjadi lebih besar, serta prospek yang dimiliki tidak akan pernah ada habisnya selama mengikuti *trend* yang sedang berkembang di masyarakat. Selain itu jika penjualan dilakukan secara *online* maka pasar yang dijangkau sangatlah luas.

2) Ancaman

Menjamurnya bisnis *fashion* di Indonesia menjadi ancaman bagi penulis dikarenakan bisnis yang dijalankan penulis merupakan bisnis baru yang masih tergolong memiliki pasar yang sedikit tidak sebanyak para pebisnis *fashion* lama, selain itu banyak dari 23public23tor yang

menjual produk sejenis namun dengan harga jauh dibawah yang penulis jual.

3) Rencana Operasi dan Manajemen

(1) Fasilitas

1. Media sosial: instagram, tiktok, whatsapp
2. *E-commerce*: shopee dan tiktokshop
3. *Handphone* dan pembukuan untuk aktivitas pemasaran dan keuangan
4. Jasa pengiriman menggunakan ekspedisi J&T, JNE, SiCepat, grab, dan shopee express.

(2) Proses Produksi

Mempersiapkan desain produk dan melakukan pembelian bahan dari *supplier*, lalu bahan dikirimkan ke konveksi. Setelah bahan sampai di konveksi, dilakukan pembuatan sampel sampai produk sesuai dengan yang penulis inginkan. Setelah disetujui, dilakukan produksi secara massal. Setelah produksi massal, produk melalui tahap *quality check* jika lolos maka tahap terakhir yaitu mengemas produk menggunakan plastik pakaian.

(3) Pengendalian Persediaan

Dalam pengendalian persediaan, penulis menggunakan aplikasi yang berguna untuk pencatatan barang masuk dan keluar, selain itu jumlah stok pada *e-commerce* juga otomatis sehingga jika ada produk terjual maka stok penjualan berkurang. Disamping itu, penulis juga

rutin melakukan pengecekan secara manual untuk menghindari adanya kesalahan perhitungan pada stok.

(4) Kontrol Keuangan

Segala jenis transaksi Almond Chic tercatat pada aplikasi penjualan dan juga pembukuan sehingga penulis dapat mengetahui jika penjualan meningkat atau tidak, profit atau tidak. Dengan begitu, penulis dapat melakukan evaluasi di setiap akhir bulannya untuk perkembangan bisnis.

(5) Tim Manajemen

Untuk saat ini seluruh aktivitas seperti pembuatan desain, pemilihan bahan, dan pemasaran dilakukan oleh penulis selaku *owner*. Tetapi, pada tahap produksi penulis menggunakan jasa konveksi yang sudah berpengalaman di bidangnya.

BAB III

LAPORAN PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Pendahuluan: Profil Bisnis

3.1.1 Waktu berdiri

Gagasan ide mengenai bisnis pakaian wanita muslimah sudah ada sejak awal Februari di tahun 2023, penentuan nama *brand* serta pembuatan sosial media dilakukan pada pertengahan Februari 2023.

3.1.2 Bidang usaha

Almond Chic merupakan bisnis yang masuk ke dalam kategori bisnis pakaian. Bisnis ini dijalankan secara online, semua kegiatan operasi dilakukan secara mandiri dimulai dengan mendesain pakaian, pembelian bahan, serta pengiriman bahan ke konveksi yang kemudian produk dipasarkan melalui online.

3.1.3 Lokasi

Almond Chic berlokasi di Yogyakarta, untuk saat ini kegiatan jual beli serta produksi dilakukan secara online.

3.1.4 Perkembangan bisnis

Pada bulan Januari, penulis melakukan *brain storming* mengenai bisnis apa yang akan dijalankan dan melakukan riset pasar. Melalui hasil *brain storming* dan riset tersebut, penulis menentukan bisnis pakaian wanita muslimah sebagai bisnis dari Tugas Akhir Rancang Bangun

Bisnis. Pemilihan nama *brand*, pembuatan logo di lakukan di awal Januari. Tahap selanjutnya penulis menentukan *supplier* bahan, *packaging*, dan konveksi. *Supplier packaging* berada di luar kota sehingga pembelian dilakukan secara *online*, sementara *supplier* bahan dan konveksi berada di Yogyakarta.

Produk pertama adalah *dress*, dikarenakan produk ini akan launching mendekati bulan Ramadhan dan berdasarkan hasil riset, produk *dress* banyak diminati pada bulan Ramadhan. Proses *launching* produk pertama melewati banyak tahap seperti produksi, foto katalog, *brand awareness* dengan melakukan *endorsement* pada *influencer*, iklan di sosial media, dan upload konten di media sosial. Terjadi permasalahan yaitu waktu launching produk mengalami keterlambatan dikarenakan kesalahan jasa foto katalog dalam menggunakan produk *dress* ini, sehingga foto katalog dilakukan dua kali.

Pada bulan Mei, Almond Chic memproduksi produk baru berupa kemeja dan blouse. Sejauh ini, kemeja paling diminati konsumen dengan jumlah penjualan terbanyak dibandingkan *dress* dan *blouse*.

3.2 Tinjauan Aspek Produksi/Operasional

3.2.1 Penggunaan Bahan Baku

Produk pertama Almond Chic merupakan *dress* berbahan katun rayon *airflow*. Bahan ini memiliki tekstur yang lembut, jatuh dan tidak gampang lecek sehingga nyaman digunakan. Selain itu, bahan *airflow* tidak terawang dan adem sehingga aman dan nyaman digunakan

muslimah. Produk *dress* ini membutuhkan 3 meter kain untuk satu produknya, total produksi pertama berjumlah 68 *dress* dengan total bahan 204 meter.

Produk kedua bernama kina *shirt*, menggunakan bahan katun linen. (Masruri n.d.) mendefinisikan bahan katun linen sebagai salah satu bahan terbaik untuk penggunaan kemeja, seratnya memiliki ketebalan dan bahannya yang adem, maka sangat ideal digunakan sebagai material utama dalam pembuatan kemeja. Produk kina *shirt* membutuhkan 1,5 meter untuk satu produknya, total produksi berjumlah 60 *pieces*.

Produk ketiga adalah alea *ruffle blouse*, menggunakan bahan katun rayon motif premium. Bahan katun rayon sangat populer di Indonesia, karena bahan ini menyerap keringat dan adem sehingga sangat cocok digunakan di 28ublic tropis seperti Indonesia. Katun rayon yang digunakan untuk produk ini memiliki motif yang cantik seperti rintik air hujan, sehingga sangat cocok diproduksi menjadi *blouse*. Produk alea *ruffle blouse* membutuhkan 1,5 meter untuk satu produknya, total produksi berjumlah 28 *pieces*. Untuk supplier bahan produk berasal dari toko tekstil Supra dan Zaara tekstil yang berada di Jl. Urip sumoharjo, Gondokusuman, Yogyakarta.

3.2.2 Proses Produksi

Dalam memproduksi pakaian, hal pertama yang dilakukan ialah mempersiapkan desain dengan mencari referensi dari internet lalu mengkombinasikan dengan karakteristik produk Almond Chic dengan

gaya *vintage* dan *casual*. Setelah membuat desain pakaian, selanjutnya menentukan dan membeli bahan yang cocok untuk desain tersebut. Lalu, bahan dikirimkan ke konveksi, dan dilakukan pembuatan sampel produk untuk menghindari adanya kegagalan produksi. Setelah sampel jadi dan tidak memerlukan revisi, maka dilakukan produksi massal. Tahap terakhir yaitu *quality check* dan mengemas produk menggunakan plastik bening khusus baju.

3.2.3 Produk yang Dihasilkan

Untuk produk pertama yaitu *mecca dress* menggunakan bahan rayon *airflow* premium. Satu produk *Mecca dress* membutuhkan 3 meter kain, dan penulis memilih empat variasi warna yaitu hitam, *soft pink*, *mocca*, dan *sage* dengan total pembelian 227 yard atau 204 meter yang diperkirakan akan menjadi 68 *dress*.

Untuk produk kedua yaitu *kina shirt* menggunakan bahan katun linen premium, dalam membuat *kina shirt* membutuhkan 1,5 meter untuk satu baju. *Kina shirt* memiliki empat variasi warna yaitu *soft lilac*, *soft grey*, *broken white*, dan *sage green* dengan masing-masing warna berjumlah 15 *pieces*.

Untuk produk ketiga yaitu *Alea ruffle blouse* menggunakan bahan katun rayon motif premium. *Alea ruffle blouse* memiliki empat variasi warna yaitu *soft pink*, *dusty pink*, *mocca*, dan *dark grey*. Produk ini membutuhkan 1,5 meter, masing-masing warna berjumlah 7 *pieces*.



Gambar 3.1 Produk Mecca Dress



Gambar 3.2 Produk Kina Skirt



Gambar 3.3 Produk Alea Ruffle Blouse

3.3 Tinjauan Aspek Pemasaran

3.3.1 Strategi Promosi

Dikarenakan di awal penjualan masih secara *online*, maka penulis mengedepankan promosi melalui media sosial seperti:

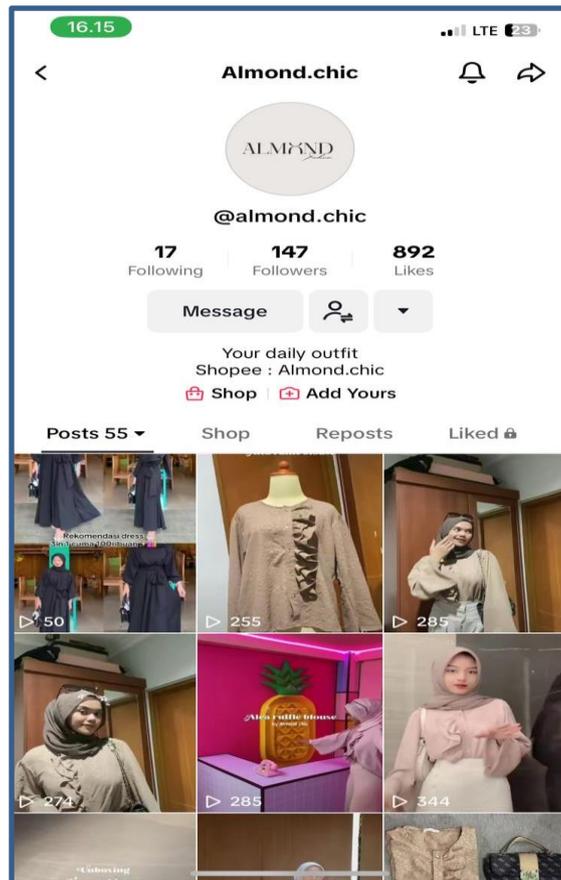
- 1) Mengiklankan produk pada beberapa *platform* media sosial seperti instagram, tiktok, dan shopee.



Gambar 3.5 Endorsement Instagram



Gambar 3.6 Konten Instagram



Gambar 3.7 Konten TikTok

3.3.2 Saluran Distribusi

Saluran distribusi merupakan jalur-jalur yang dipilih untuk mengirimkan produk dari produsen hingga sampai ke tangan konsumen akhir. Almond Chic menggunakan saluran distribusi melalui *e-commerce*, dimana produknya dijual secara online melalui berbagai situs web *e-commerce*, *platform* perdagangan elektronik, atau pasar online seperti Shopee dan TikTok Shop.

3.3.3 Kebijakan Harga

Strategi harga yang penulis gunakan seperti kebanyakan perusahaan yaitu dengan *markup pricing* dimana menaikkan harga pada produk. Dengan kata lain, berfokus pada biaya produksi. Selain itu penulis juga menentukan harga menyesuaikan dengan target pasar yaitu menengah ke atas, sehingga harga yang ditentukan tidak murah namun juga tidak terlalu mahal.

3.4 Tinjauan Aspek Organisasi/SDM

Almond chic adalah bisnis yang dikelola oleh satu orang, di mana dalam pelaksanaan pengembangan bisnis ini, penulis sebagai pemilik bisnis mengendalikan secara penuh seluruh proses operasional. Mulai dari merancang produk, memilih bahan dan pemasok, pengemasan produk, hingga melakukan kegiatan pemasaran dan penjualan.

3.5 Tinjauan Aspek Keuangan

3.5.1 Laporan Laba Rugi

Laporan Laba Rugi Almond Chic

Tahun 2023

Tabel 3.10 Laporan Laba Rugi

Keterangan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Pendapatan												
Penjualan	Rp0	Rp1.349	Rp1.349	Rp750	Rp1.752	Rp2.765	Rp2.344	Rp2.540	Rp1.627	Rp1.274	Rp1.106	Rp528
Potongan Penjualan	Rp0	Rp88	Rp88	Rp49	Rp114	Rp180	Rp152	Rp165	Rp106	Rp83	Rp72	Rp34
Penjualan Bersih	Rp0	Rp1.261	Rp1.261	Rp701	Rp1.638	Rp2.586	Rp2.191	Rp2.375	Rp1.521	Rp1.191	Rp1.034	Rp494

Harga Pokok Penjualan	Rp0	Rp806	Rp806	Rp448	Rp949	Rp1.537	Rp1.298	Rp1.439	Rp872	Rp723	Rp614	Rp280
Laba Kotor	Rp0	Rp456	Rp456	Rp253	Rp689	Rp1.049	Rp893	Rp937	Rp650	Rp468	Rp420	Rp214
Beban Iklan	Rp0	Rp125	Rp125			Rp125	Rp70	Rp125	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
Beban Pemasaran					Rp275	Rp275			Rp275	Rp275	Rp0	Rp0
Laba Bersih	Rp0	Rp331	Rp331	Rp253	Rp414	Rp649	Rp823	Rp812	Rp375	Rp193	Rp420	Rp214

3.5.2 Laporan Arus Kas

Laporan Arus Kas Almond Chic

Tahun 2023

Tabel 3.11 Laporan Arus Kas

AKUN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Aktivitas Operasional												
Kas terakhir	Rp15.763	Rp9.353	Rp10.489	Rp10.605	Rp11.306	Rp12.669	Rp9.022	Rp11.143	Rp13.393	Rp13.410	Rp14.325	Rp15.359
Penjualan	Rp0	Rp1.349	Rp1.349	Rp750	Rp1.752	Rp2.765	Rp2.344	Rp2.540	Rp1.627	Rp1.274	Rp1.106	Rp528
Potongan Penjualan	Rp0	Rp88	Rp88	Rp49	Rp114	Rp180	Rp152	Rp165	Rp106	Rp83	Rp72	Rp34
Pembelian Persediaan dagang	Rp4.431	Rp0	Rp1.020	Rp0	Rp0	Rp5.833	Rp0	Rp0	Rp1.230	Rp0	Rp0	Rp0
Piutang	Rp0	Rp0		Rp0								
Beban Iklan	Rp0	Rp125	Rp125	Rp0	Rp0	Rp125	Rp70	Rp125	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
Beban Pemasaran	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp275	Rp275	Rp0	Rp0	Rp275	Rp275	Rp0	Rp0
Arus Kas Aktivitas Operasional	Rp11.333	Rp10.489	Rp10.605	Rp11.306	Rp12.669	Rp9.022	Rp11.143	Rp13.393	Rp13.410	Rp14.325	Rp15.359	Rp15.853
Investasi	Rp0			Rp0								
Peralatan	Rp1.980			Rp0								
Arus Kas Aktivitas Investasi	Rp1.980	Rp0										
Aktivitas Pendanaan	Rp0			Rp0								
Penambahan Modal	Rp0	Rp0		Rp0								
Arus Kas Aktivitas Pendanaan	Rp0											

Total Kas	Rp9.353	Rp10.489	Rp10.605	Rp11.306	Rp12.669	Rp9.022	Rp11.143	Rp13.393	Rp13.410	Rp14.325	Rp15.359	Rp15.853
-----------	---------	----------	----------	----------	----------	---------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

3.5.3 Laporan Neraca

Laporan Neraca Almond Chic

Tahun 2023

AKUN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Aset Lancar												
Kas	Rp9.353	Rp10.489	Rp10.605	Rp11.306	Rp12.669	Rp9.022	Rp11.143	Rp13.393	Rp13.410	Rp14.325	Rp15.359	Rp15.853
Persediaan												
Kain	Rp2.553	Rp2.553	Rp1.005	Rp1.005	Rp1.005	Rp2.043	Rp2.043	Rp2.043	Rp57	Rp57	Rp57	Rp57
Label	Rp88	Rp88	Rp3	Rp3	Rp3	Rp103	Rp103	Rp103	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
Barang Jadi	Rp1.790	Rp985	Rp2.832	Rp2.385	Rp1.436	Rp4.594	Rp3.296	Rp1.857	Rp4.304	Rp3.581	Rp2.967	Rp2.687
Total Aset Lancar	Rp13.783	Rp14.114	Rp14.445	Rp14.698	Rp15.112	Rp15.761	Rp16.584	Rp17.396	Rp17.771	Rp17.963	Rp18.383	Rp18.597
Aset Tidak Lancar												
Peralatan	Rp1.980											
Total Aset Tidak Lancar	Rp1.980											
Total Aset	Rp15.763	Rp16.094	Rp16.425	Rp16.678	Rp17.092	Rp17.741	Rp18.564	Rp19.376	Rp19.751	Rp19.943	Rp20.363	Rp20.577
Utang dan Ekuitas												
Modal	Rp15.763											
Utang	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0								
Laba Ditahan	Rp0	Rp331	Rp662	Rp915	Rp1.329	Rp1.978	Rp2.801	Rp3.613	Rp3.988	Rp4.180	Rp4.600	Rp4.814
Total Utang dan Ekuitas	Rp15.763	Rp16.094	Rp16.425	Rp16.678	Rp17.092	Rp17.741	Rp18.564	Rp19.376	Rp19.751	Rp19.943	Rp20.363	Rp20.577

Tabel 3.12 Laporan Neraca

BAB IV

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

4.1 Identifikasi Masalah

4.1.1 Aspek Produksi/Operasional

Permasalahan di aspek produksi terdapat pada pembuatan sampel produk pertama Almond Chic , karena masih menggunakan kain baru bukan kain sisa atau perca pada pembuatan sampel , sehingga banyak kain baru yang terbuang saat pembuatan sampel produk. Masalah kedua yaitu, bahan produksi yang ada pada supplier tidak konsisten kualitasnya, dan tidak selalu lengkap variasi warna bahannya. Masalah ketiga terdapat pada proses foto katalog produk dimana terdapat miskomunikasi cara pemakaian produk pada model sehingga diperlukan pengulangan photoshoot yang mengakibatkan keterlambatan waktu *launching* produk.

4.1.2 Aspek Pemasaran

Permasalahan pada aspek pemasaran yaitu kurang luasnya target pasar dalam promosi produk, hasil pemasangan iklan di sosial media dan *endorse* pada *influencer* belum dapat dikatakan efektif, kurangnya interaksi dengan pelanggan. Selain itu, penjualan produk *alea ruffle blouse* dapat dikatakan belum memenuhi target karena hanya terjual 12 *pieces*.

4.2 Tinjauan Teoritis

Salah satu hambatan utama dalam bidang pemasaran adalah membangun hubungan yang baik dengan konsumen. Keberhasilan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terkait erat dengan loyalitas dan kepercayaan pelanggan. Hal ini mendorong pelanggan untuk melakukan transaksi secara berulang, meningkatkan volume pembelian, dan memberikan rekomendasi positif mengenai produk atau layanan kepada orang lain (Mukminin and Lathifa 2020).

Agar dapat mempertahankan pelanggan, para pengusaha perlu memiliki pemahaman yang baik mengenai perilaku konsumen untuk menyediakan produk dan layanan yang optimal serta memenuhi kebutuhan mereka. Dengan perkembangan tren yang terjadi, konsumen secara alami akan mengikuti perubahan tersebut. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku usaha untuk memahami perilaku konsumen guna mencapai kesuksesan dalam strategi pemasaran.

Perilaku konsumen merupakan analisis atas tahapan-tahapan yang terlibat ketika individu atau kelompok membuat keputusan dalam memilih, membeli, menggunakan, atau mengatur produk, jasa, ide, atau pengalaman dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Hasan 2013).

Berdasarkan penjelasan (Ketler and Keller 2016) terdapat tiga faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen:

4.2.1 Faktor Budaya

- (1) Subkultur: Mengacu pada segmen sosial yang memiliki struktur nilai dan norma yang berbeda dari budaya utama. Contohnya, subkultur etnis atau subkultur generasi.
- (2) Kelas Sosial: Mengacu pada lapisan masyarakat berdasarkan faktor seperti pendapatan, pendidikan, dan pekerjaan. Kelas sosial dapat memengaruhi preferensi dan kebiasaan belanja.

4.2.2 Faktor Sosial:

- (1) Keluarga: Pengaruh anggota keluarga dalam pengambilan keputusan pembelian. Keluarga sering menjadi kelompok referensi utama dan memengaruhi nilai serta preferensi konsumen.
- (2) Kelompok Referensi: Merupakan kelompok orang yang memberikan informasi, pandangan, dan norma yang memengaruhi perilaku konsumen. Kelompok referensi dapat terdiri dari teman, keluarga, atau tokoh publik.

4.2.3 Faktor Personal

- (1) Usia dan Tahap Siklus Hidup: Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh perbedaan kebutuhan dan prioritas pada berbagai tahap kehidupan. Misalnya, kebutuhan dan preferensi seorang remaja dapat berbeda dengan orang dewasa atau lansia.
- (2) Pekerjaan : Profesi dan pekerjaan seseorang dapat memengaruhi pengeluaran, preferensi merek, dan jenis produk yang dibeli. Orang

dengan pekerjaan yang berbeda mungkin memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda pula.

Faktor-faktor ini saling terkait dan kompleks, menciptakan kerangka pemahaman tentang bagaimana berbagai elemen dapat memengaruhi perilaku pembelian konsumen. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini, pelaku usaha dapat merancang strategi yang lebih tepat untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi target pasar.

Membangun *brand image* juga tidak kalah pentingnya dari memahami perilaku konsumen. *Brand image* sangat penting dalam pemasaran karena menciptakan persepsi dan kesan positif di benak konsumen. David A. Aaker, seorang ahli branding, menggambarkan *brand image* sebagai “kesan atau pendapat konsumen tentang merek yang dibentuk oleh elemen-elemen brand seperti nama, logo, gaya, dan asosiasi merek lainnya.”

Brand strategy merupakan salah satu strategi pemasaran dalam membangun identitas atau karakter yang berperan penting supaya produk terlihat unggul dan berbeda dari produk sejenis lainnya.

Beberapa strategi umum untuk membangun *brand image* yang dapat diterapkan oleh perusahaan meliputi:

- **Diferensiasi:** Menonjolkan elemen unik atau keunggulan merek yang membedakannya dari pesaing.
- **Konsistensi Branding:** Menjaga konsistensi dalam elemen-elemen brand seperti logo, desain, warna, dan pesan merek di semua saluran komunikasi.

- **Komunikasi yang Efektif:** Merancang kampanye pemasaran yang cerdas dan efektif untuk menyampaikan nilai merek dan membangun koneksi emosional dengan konsumen.
- **Partisipasi Konsumen:** Melibatkan konsumen dalam pengembangan merek, memungkinkan mereka merasa terlibat dan memiliki kedekatan lebih dengan merek.
- **Pengalaman Pelanggan yang Positif:** Memberikan pengalaman pelanggan yang positif melalui layanan pelanggan yang ramah, pengalaman belanja yang mudah, dan produk yang memuaskan.
- **Inovasi:** Terus menghadirkan inovasi dalam produk atau layanan untuk tetap relevan dan menarik bagi konsumen.

Setiap strategi ini dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik khusus merek dan pasar. Penting untuk memiliki pemahaman mendalam tentang audiens target dan pasar untuk merancang strategi yang efektif.

4.3 Pemecahan Masalah

Setelah diadakan evaluasi mengenai permasalahan yang dialami bisnis Almond Chic, dapat diambil keputusan terhadap beberapa permasalahan tersebut. Dalam permasalahan aspek produksi terbagi menjadi empat solusi pemecahan masalah. Solusi pertama, dalam pembuatan sampel produk Almond Chic akan menggunakan kain perca atau kain sisa guna menghindari terbuangnya kain baru. Solusi kedua, ketidaklengkapan bahan ataupun variasi warna pada *supplier* merupakan permasalahan yang tidak dapat dicegah sehingga solusi yang tepat ialah dengan menambah *supplier* baru yang

memiliki harga jual sama. Jika hal tersebut masih belum bisa mengatasi permasalahan maka langkah terakhir yang dapat diambil ialah dengan memilih bahan dan variasi warna lainnya. Solusi ketiga yaitu, memberikan contoh pemakaian produk berupa video pada jasa foto katalog supaya tidak terjadi miskomunikasi dalam pemakaian produk.

Selanjutnya pada aspek pemasaran solusi yang dapat dilakukan ialah dengan menggunakan teori *inbound marketing*. *Inbound marketing* mengedepankan pendekatan di mana perusahaan menciptakan konten yang menarik dan memberikan solusi untuk masalah konsumen, sehingga konsumen mendekati merek secara sukarela. *Inbound marketing* memfokuskan upaya pada penarikan perhatian daripada mendorong pesan secara agresif. Tentunya dalam keberhasilan *inbound marketing* dibutuhkan konsistensi, serta menggunakan *online advertisement* secara berkala.

Untuk saat ini penulis memutuskan bahwa belum akan menambah karyawan dikarenakan seluruh kegiatan masih dapat dikelola secara mandiri. Selain itu, faktor biaya operasi juga menjadi alasan mengapa saat ini belum dibutuhkan adanya penambahan karyawan. Namun jika kedepannya Almond Chic mengalami peningkatan penjualan yang tinggi, maka tidak menutup kemungkinan akan membutuhkan sumber daya manusia baru.

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Dalam pelaksanaan bisnis *fashion muslimah* yang dijalankan dapat diambil kesimpulan bahwa, langkah pertama dalam menjalankan sebuah bisnis diperlukan adanya penentuan model bisnis seperti *customer segment, value proposition, channel, customer relationships, revenue, key activities, key resources, key partners, dan cost structure*. Penentuan ini yang akan mempengaruhi berjalannya bisnis kedepannya. Dalam menjalankan sebuah bisnis, konsumen merupakan hal utama yang harus diperhatikan para pelaku bisnis. Keberhasilan dan kegagalan menjalankan bisnis ditentukan dari minat dan kepuasan konsumen.

Pelaksanaan bisnis Almond Chic masih belum terlaksana sesuai yang diharapkan, dilihat dari permasalahan yang dihadapi pada aspek produksi, dan pemasaran. Namun, penulis berhasil menyelesaikan permasalahan tersebut dan mengevaluasi bisnis sehingga kedepannya permasalahan tersebut dapat dicegah. Selain itu, tingkat penjualan produk masih belum optimal sehingga kedepannya Almond Chic akan mengedepankan konsistensi dalam aspek pemasaran sehingga produk Almond Chic bisa dikenal dengan lebih luas. Disamping kegagalan yang dialami, pelaksanaan bisnis ini sudah memiliki keberhasilan dimana dapat memproduksi tiga jenis pakaian dengan total penjualan *65 pieces* dan mendapat ulasan positif dari konsumen.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan dari hasil pelaksanaan Rancang Bangun Bisnis Almond Chic, penulis merekomendasikan kepada calon wirausahawan yang akan berkecimpung di bidang usaha *fashion* untuk melakukan uji kelayakan bisnis terlebih dahulu, serta rutin melakukan riset pasar dikarenakan bisnis fashion merupakan salah satu bisnis yang cepat berubah sehingga pelaku usaha harus cepat tanggap dalam memahami keinginan dan kebutuhan pasar. Calon wirausahawan juga dapat menjadikan permasalahan dan solusi yang dialami bisnis Almond Chic sebagai upaya mencegah permasalahan pada bisnis yang akan dijalankan.

LAMPIRAN

Lampiran 1 – Kegiatan Produksi dan Penjualan



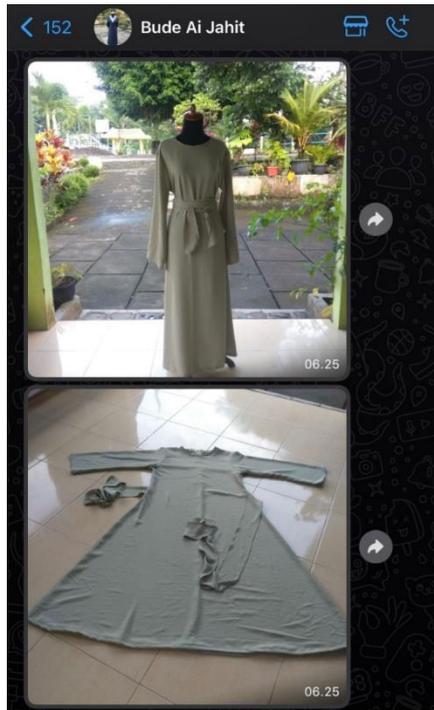
Lampiran 1 - Pembelian Bahan Produksi



Lampiran 2 - Pengantaran Barang ke Konveksi



Lampiran 3 - Label Pakaian



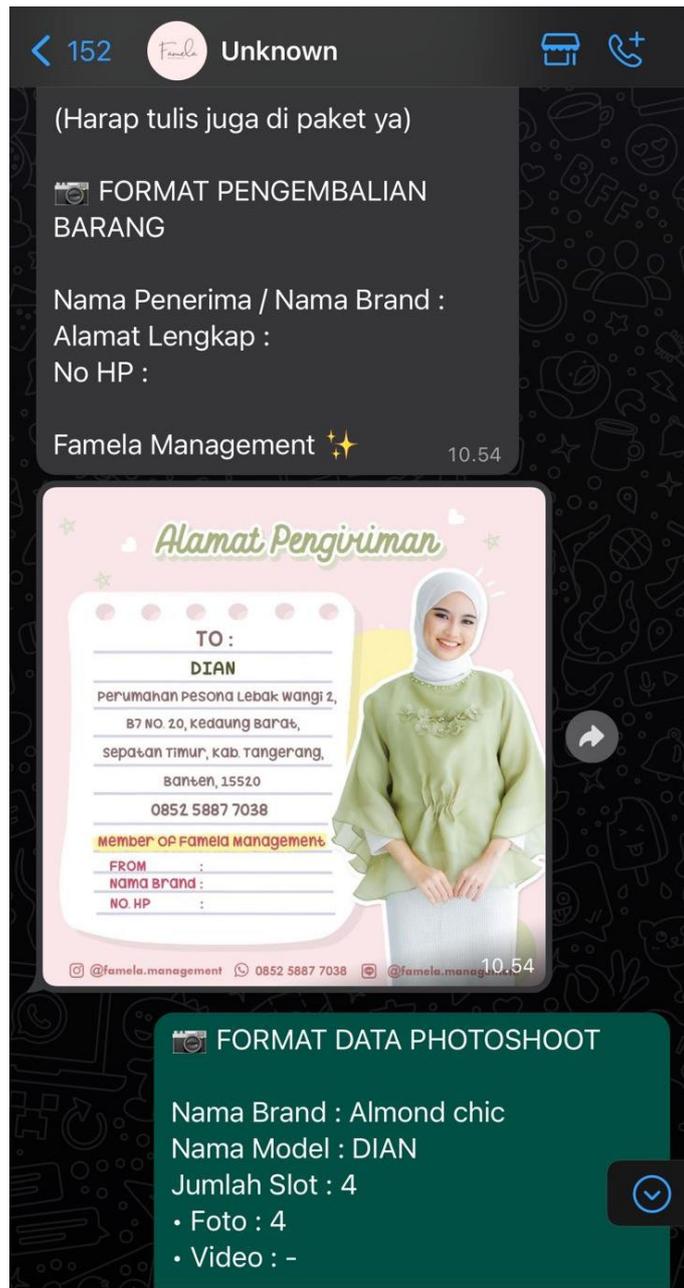
Lampiran 4 - Pembuatan Sampel Produksi



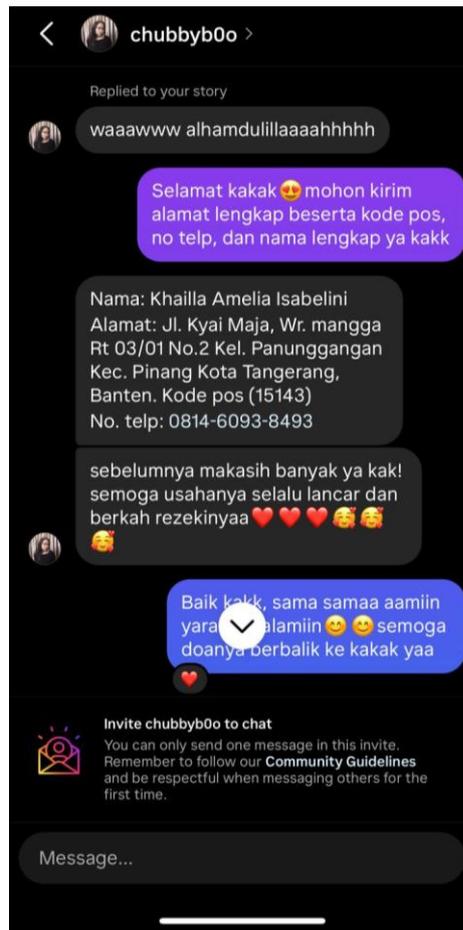
Lampiran 5 - Produksi Massal



Lampiran 6 - Pengemasan Barang Pesanan Konsumen



Lampiran 7 - Jasa Foto Katalog

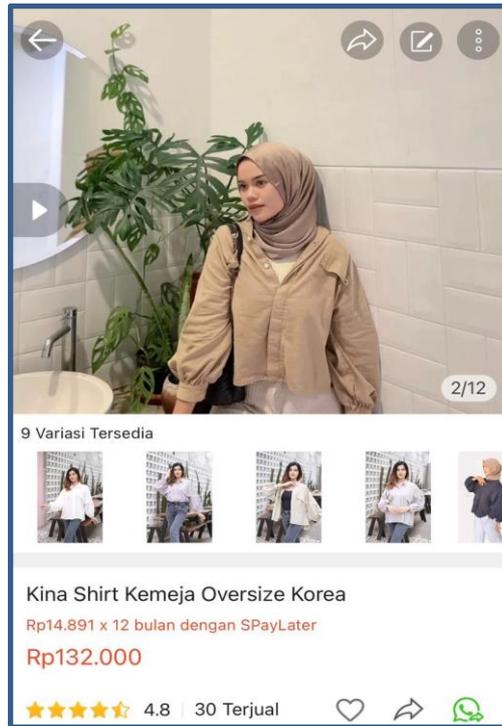


Lampiran 8 – Giveaway Followers Instagram

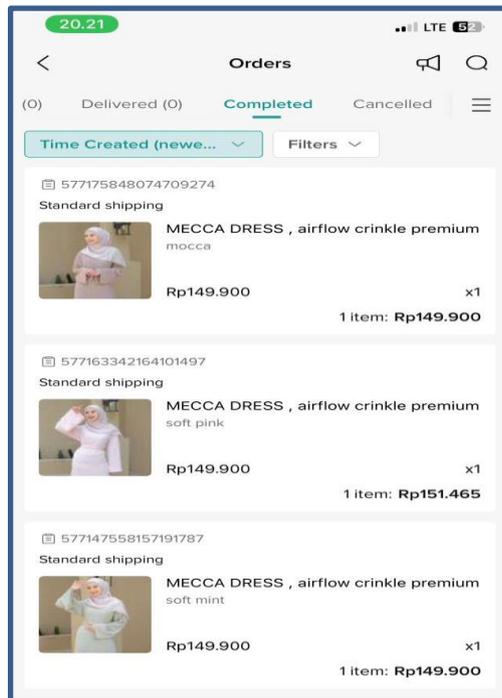
No. Tgl	Product	Qty	Harga Beli	Harga Jual	Laba
1. 1	Mecca dress	1	89.500	149.900	50.657
2. 3	"	1	"	149.900	"
3. 4	"	2	"	149.900	"
4. 5	Krim shirt	1	70.000	132.000	53.420
5. 7	Mecca dress	1	89.500	149.900	50.657
6. 8	Krim shirt	2	70.000	132.000	53.420
7. 11	Alena ruffle blouse	1	77.500	139.000	52.465
8. 13	"	1	"	139.000	"
9. 14	Krim shirt	1	90.000	132.000	53.420
10. 15	"	1	"	132.000	"
10. 15	Mecca dress	1	89.500	149.900	50.657
11. 17	"	2	"	149.900	"
12. 18	"	1	"	149.900	"
13. 20	Alena ruffle b	1	77.500	139.000	52.465
	Krim shirt	1	70.000	132.000	53.420

Bulan: Juli 2023

Lampiran 9 – Rekap Penjualan



Lampiran 12 – Penjualan Kina shirt Shopee



Lampiran 13 – Penjualan TikTok Shop



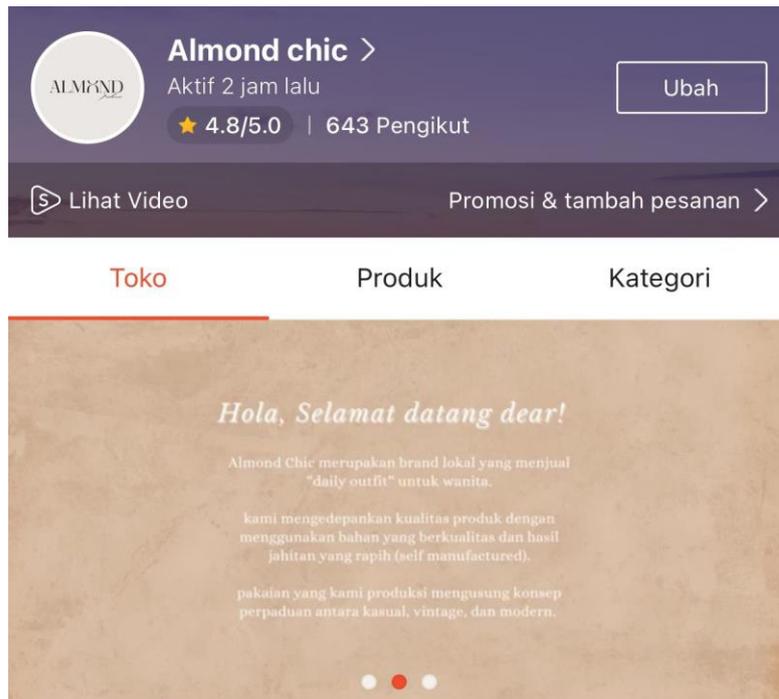
Lampiran 14 – Company Milestone 2024

Capaian jumlah followers di e-commerce dan sosial media

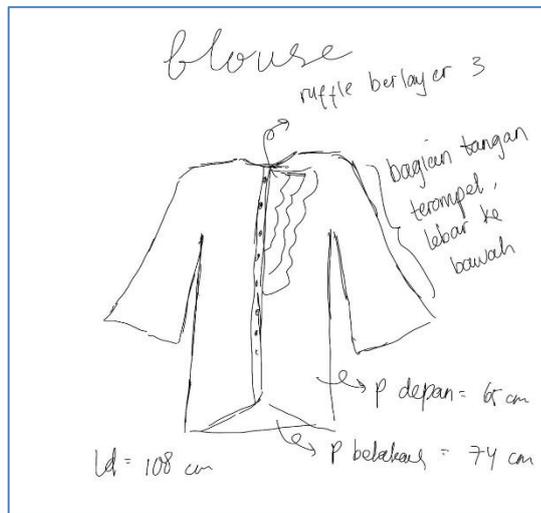
The image displays three screenshots related to the Almond Chic brand's online presence:

- Left Screenshot:** A dark-themed profile page for 'almond.chic' on a social media platform. It shows 113 posts, 3,011 followers, and 19 following. The bio identifies it as 'Almond Chic Clothing (Brand)' with a website link 'msha.ke/almond.chic'. It also notes that it is followed by 'esyazefanya, 8nycophile and 6 others'.
- Middle Screenshot:** A screenshot of an e-commerce storefront for 'Almond chic'. It features a 4.8/5.0 rating from 652 reviewers and navigation tabs for 'Toko', 'Produk', and 'Kategori'. A featured product image is visible.
- Right Screenshot:** A light-themed profile page for '@almond.chic' on a social media platform. It shows 17 following, 147 followers, and 892 likes. The bio includes the text 'Your daily outfit' and 'Shopee : Almond.chic' with a shop icon.

Lampiran 15 – Capaian Jumlah Followers di Media sosial



Lampiran 16 – Rating Toko



Lampiran 17 – Desain produk

Lampiran 2 – Laporan Aktivitas Rancang Bangun Bisnis

Laporan Aktivitas RBB Bulan 1 Februari

Tanggal	Jam	Aktivitas Bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
13/02/2023	Pagi	Membuat beberapa pilihan nama brand	Belum ada	Belum ada	Owner
	siang	Menentukan nama brand	Belum ada	Belum ada	Owner
14/02/2023	Pagi	Membuat logo brand	Kurang mahir dalam membuat design	Menggunakan aplikasi canva & melihat referensi di pinterest	Owner
	siang	Membuat design label pakaian	Belum ada	Belum ada	Owner
15/02/2023	Pagi	Mencari supplier packaging	Belum ada	Belum ada	Owner
	Siang	Membeli packaging	Belum ada	Belum ada	Owner
16/02/2023	pagi	Menentukan pakaian yang akan diproduksi	Belum ada	Belum ada	Owner
	siang	Membuat design produk	Belum ada	Belum ada	Owner
19/02/2023	Pagi	Membeli bahan produksi	Warna yang dijual tidak lengkap	Memilih warna lain	Owner
	Siang	Mengantarkan bahan produksi ke penjahit	Belum ada	Belum ada	Owner

20/02/2023	Pagi	Mengubah seluruh username sosial media dan e-commerce menjadi Almond.chic	Belum ada	Belum ada	Owner
	Siang	Mengubah seluruh username sosial media dan e-commerce menjadi Almond.chic	Belum ada	Belum ada	Owner
21/02/2023	pagi	Penjahit mengirimkan hasil sampel dress	Ada beberapa bagian yang tidak sesuai	Revisi produk	Owner
	Siang	Revisi sampel produk pada penjahit	Belum ada	Belum ada	Owner
22/02/2023	Pagi	Penjahit memberikan sampel terbaru	Belum ada	Belum ada	Owner
	Siang	Sampel disetujui & produksi massal	Belum ada	Belum ada	Owner
23/02/2023	Pagi	Brain storming konten untuk produk baru	Belum ada	Belum ada	Owner
	Siang	Brain storming konten untuk produk baru	Belum ada	Belum ada	Owner
24/02/2023	Pagi	Mencari jasa foto katalog	Belum ada	Belum ada	Owner
	Siang	Pembayaran jasa foto studio	Belum ada	Belum ada	Owner
28/02/2023	Pagi	Mengambil produk	Belum ada	Belum ada	Owner

		pada penjahit & melakukan pembayaran pada penjahit			
	Siang	Mengirimkan sampel produk pada jasa foto katalog melalui ekspedisi & mengecek jumlah produk	Belum ada	Belum ada	Owner
29/02/2023	Pagi	Mencari influencer untuk endorsement	Tidak semua influencer membalas pesan	Mencari opsi yang lain	Owner
	Siang	Mencari influencer untuk endorsement mendekati bulan puasa	Tidak semua influencer membalas pesan	Mencari opsi yang lain	Owner
30/02/2023	Pagi	Melakukan pembayaran endorsement & mengirimkan produk pada influencer melalui ekspedisi	Belum ada	Belum ada	Owner
	Siang	Membuat konten video dress	Belum ada	Belum ada	Owner
31/02/2023	Pagi	Mengecek hasil jasa foto katalog	Hasil foto pemakaian produknya salah	Bernegosiasi dengan jasa foto katalog agar mengulang foto dengan gratis	Owner
	Siang	Mengirimkan video	Belum ada	Belum ada	Owner

		cara pemakaian produk pada jasa foto katalog			
--	--	--	--	--	--

Lampiran 8- Laporan Aktivitas Bulan Februari

Laporan Aktivitas RBB Bulan 2 Maret

Tanggal	Jam	Aktivitas Bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
02/03/2023	Pagi	Cek dan download hasil foto katalog	Belum ada	Belum ada	owner
	Siang	edit foto katalog untuk design feeds instagram & foto produk e-commerce	Kesulitan menemukan design yang cocok	Mencari referensi melalui pinterest	owner
05/03/2023	Pagi	Membuat konten video dan foto produk dress warna hitam di Madinah	Tidak dapat maksimal dikarenakan sedikit waktu untuk berfoto	Take foto dan video di lain waktu saat city tour	owner
	Siang	Mengulang take foto dan video dress warna hitam	Belum ada	Belum ada	owner
06/03/2023	Pagi	Spill produk dress melalui instagram pribadi owner	Belum ada	Belum ada	owner
09/03/2023	Pagi	Membuat konten video dan foto produk dress warna mocca di Mekkah	Hasil foto dan video tidak presisi dan bagus, sulit menemukan	Mengulang take foto dan video	owner

			tempat sepi di Mekkah		
	Siang	Mengulang take dan video dress warna mocca	Belum ada	Belum ada	owner
13/03/2023	Pagi	Edit foto dan video hasil take di Madinah & Mekkah	Belum ada	Belum ada	owner
	Siang	Edit foto dan video hasil take di Madinah & Mekkah	Belum ada	Belum ada	owner
15/03/2023	Pagi	Take video konten dress untuk tiktok & reels ig	Belum ada	Belum ada	owner
	Siang	Edit video yang tadi dibuat	Belum ada	Belum ada	owner
26/03/2023	Pagi	Mempersiapkan hasil foto dan design yang akan di upload di feeds instagram tanggal 27	Belum ada	Belum ada	owner
	Siang	Membuat caption untuk feeds instagram	Kesulitan merangkai kata	Melihat referensi di instagram	owner
27/03/2023	Pagi	Upload feeds dan story instagram sebagai awareness produk akan launching tanggal 28	Belum ada	Belum ada	owner
	Siang	Upload konten tiktok dan reels ig sebagai	Belum ada	Belum ada	owner

		awareness produk baru			
28/03/2023	Pagi	Mengupload produk pada shopee dan tiktokshop	Belum ada	Belum ada	owner
	Siang	Endorsement oleh influencer instagram sudah di upload	Belum ada	Belum ada	owner
29/03/2023	Pagi	Endorsement oleh influencer tiktok 1 sudah di upload	Viewers sedikit	Repost tiktok dan bagikan pada teman,keluarga, dan seluruh sosial media	owner
	Siang	Melayani customer melalui chat dan mengirimkan pesanan	Belum ada	Belum ada	owner
30/03/2023	Pagi	Melayani customer melalui chat dan mengirimkan pesanan	Belum ada	Belum ada	owner
	Siang	Melayani customer melalui chat dan mengirimkan pesanan	Belum ada	Belum ada	owner
31/03/2023	Pagi	Upload konten dan story pada instagram dan tiktok	Viewers sedikit	Repost dan bagikan pada teman,keluarga, dan seluruh sosial media	owner

	Siang	Melayani customer melalui chat dan mengirimkan pesanan	Belum ada	Belum ada	owner
--	-------	--	-----------	-----------	-------

Lampiran 9- Laporan Aktivitas Bulan Maret

Laporan Aktivitas RBB Bulan 3 April

Tanggal	Jam	Aktivitas Bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
01/04/2023	Pagi	Upload story produk di instagram	Belum ada	Belum ada	Owner
	Siang	Upload video di tiktok & pengiriman produk pesanan	Belum ada	Belum ada	Owner
02/04/2023	Pagi	Upload story instagram untuk interaksi dengan followers	Belum ada	Belum ada	Owner
	Siang	Melayani customer melalui chat dan mengirimkan pesanan	Belum ada	Belum ada	Owner
03/04/2023	Pagi	Endorsement oleh influencer tiktok 2 sudah di upload	Views sedikit	Membagikan video pada kerabat dan di sosial media	Owner
	Siang	Melayani customer melalui chat dan mengirimkan	Belum ada	Belum ada	Owner

		pesanan			
04/04/2023	Pagi	Take video untuk konten tiktok	Kurangnya ide konten	Mencari referensi di tiktok	Owner
	Siang	Melayani customer melalui chat dan mengirimkan pesanan	Belum ada	Belum ada	Owner
05/04/2023	Pagi	Melayani customer melalui chat dan mengirimkan pesanan	Belum ada	Belum ada	Owner
	Siang	Melayani customer melalui chat dan mengirimkan pesanan	Belum ada	Belum ada	Owner
06/04/2023	Pagi	Mengiklankan produk pada instagram ads	Belum ada	Belum ada	Owner
	Siang	Melayani customer melalui chat dan mengirimkan pesanan	Belum ada	Belum ada	Owner
09/04/2023	Pagi	Edit video untuk konten	Belum ada	Belum ada	Owner
	Siang	Upload konten tiktok , melayani customer melalui chat dan mengirimkan pesanan	Belum ada	Belum ada	Owner
10/04/2023	Pagi	Upload story produk	Belum ada	Belum ada	Owner

		di instagram			
	Siang	Melayani customer melalui chat dan mengirimkan pesanan	Belum ada	Belum ada	Owner
11/04/2023	Pagi	Upload story produk di instagram	Belum ada	Belum ada	Owner
	Siang	Endorsement oleh influencer instagram 1 sudah di upload, melayani customer melalui chat dan mengirimkan pesanan	Views sedikit	Membagikan video pada kerabat dan di sosial media	Owner
12/04/2023	Pagi	Take foto dan video untuk konten tiktok	Video kurang pencahayaan matahari	Take ulang di siang hari	Owner
	Siang	Take foto dan video untuk konten tiktok	Belum ada	Belum ada	Owner
13/04/2023	Pagi	Edit foto dan video konten tiktok	Belum ada	Belum ada	Owner
	Siang	Take foto dan video untuk konten tiktok	Belum ada	Belum ada	Owner
14/04/2023	Pagi	Upload foto dan video konten tiktok	Belum ada	Belum ada	Owner
	Siang	Upload foto dan video konten tiktok	Belum ada	Belum ada	Owner
15/04/2023	Pagi	Melayani customer melalui chat dan mengirimkan pesanan	Belum ada	Belum ada	Owner

	Siang	Melayani customer melalui chat dan mengirimkan pesanan	Belum ada	Belum ada	Owner
16/04/2023	Pagi	Melayani customer melalui chat dan mengirimkan pesanan	Belum ada	Belum ada	Owner
	Siang	Melayani customer melalui chat dan mengirimkan pesanan	Belum ada	Belum ada	Owner
17/04/2023	Pagi	Endorsement oleh influencer instagram 2 sudah di upload	Belum ada	Belum ada	Owner
	Siang	Melayani customer melalui chat dan mengirimkan pesanan	Belum ada	Belum ada	Owner
18/04/2023	Pagi	Endorsement oleh influencer tiktok 3 sudah di upload	Belum ada	Belum ada	Owner
	Siang	Melayani customer melalui chat dan mengirimkan pesanan	Belum ada	Belum ada	Owner
19/04/2023	Pagi	Melayani customer melalui chat dan mengirimkan pesanan, pengiriman terakhir sebelum	Belum ada	Belum ada	Owner

		lebaran			
	Siang	Menyalakan fitur libur pada e-commerce dan post story pemberitahuan libur hingga waktu yang ditentukan	Belum ada	Belum ada	Owner
28/04/2023	Pagi	Upload story pemberitahuan jika besok toko online sudah buka kembali	Belum ada	Belum ada	Owner
	Siang	Upload story pemberitahuan jika besok toko online sudah buka kembali	Belum ada	Belum ada	Owner
29/04/2023	Pagi	Upload story jika toko sudah buka kembali	Belum ada	Belum ada	Owner
	Siang	Melayani chat customer dan membalas review dari customer	Belum ada	Belum ada	Owner
30/04/2023	Pagi	Melayani chat customer dan membalas review dari customer	Belum ada	Belum ada	Owner
	Siang	Melayani chat customer dan membalas review dari customer	Belum ada	Belum ada	Owner

Lampiran 10- Laporan Aktivitas Bulan April

Laporan Aktivitas RBB Bulan 4 Mei

Tanggal	Jam	Aktivitas Bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
01/05/2023	Pagi	Mencari referensi produk baru	Tidak ada	Tidak ada	Owner
	Siang	Desain produk	Tidak ada	Tidak ada	Owner
02/05/2023	Pagi	Membeli bahan	Warna tidak lengkap	Membeli warna yang ada	Owner
	Siang	Mengantar bahan ke penjahit dan memberi desain ke penjahit	Tidak ada	Tidak ada	Owner
03/05/2023	Pagi	Sampel jadi	Kurang sesuai	Revisi	Penjahit
	Siang	Revisi Sampel	Tidak ada	Tidak ada	Penjahit
04/05/2023	Pagi	Update di sosial media akan ada produk baru	Tidak ada	Tidak ada	Owner
	Siang	Sampel jadi dan konfirmasi ke penjahit untuk produksi massal	Tidak ada	Tidak ada	Owner
05/05/2023	Pagi	Take video untuk konten tiktok	Tidak ada	Tidak ada	Owner
	Siang	Edit dan unggah konten di tiktok	Viewers dikit karena waktu unggah kurang tepat	Unggah ulang dimalam hari	Owner
06/05/2023	Pagi	Unggah produk lama	Tidak ada	Tidak ada	Owner

		di instagram			
	Siang	Packing dan kirim produk	Tidak ada	Tidak ada	Owner
07/05/2023	Pagi	Packing dan kirim produk	Tidak ada	Tidak ada	Owner
	Siang	Packing dan kirim produk	Tidak ada	Tidak ada	Owner
08/05/2023	Pagi	Packing dan kirim produk	Tidak ada	Tidak ada	Owner
	Siang	Packing dan kirim produk	Tidak ada	Tidak ada	Owner
09/05/2023	Pagi	Packing dan kirim produk	Tidak ada	Tidak ada	Owner
	Siang	Packing dan kirim produk	Tidak ada	Tidak ada	Owner
10/05/2023	Pagi	Produk sudah jadi	Tidak ada	Tidak ada	Owner
	Siang	Mengambil produk pada penjahit	Tidak ada	Tidak ada	Owner
11/05/2023	Pagi	Booking jasa foto katalog	Tidak ada	Tidak ada	Owner
	Siang	Pembayaran	Tidak ada	Tidak ada	Owner
12/05/2023	Pagi	Packing dan kirim produk ke jasa foto katalog	Tidak ada	Tidak ada	Owner
	Siang	Packing dan kirim produk ke customer	Tidak ada	Tidak ada	Owner
13/05/2023	Pagi	Take foto produk	Tidak ada	Tidak ada	Owner
	Siang	Edit foto produk	Tidak ada	Tidak ada	Owner
14/05/2023	Pagi	Packing dan kirim produk	Tidak ada	Tidak ada	Owner
	Siang	Packing dan kirim produk	Tidak ada	Tidak ada	Owner
15/05/2023	Pagi	Foto produk jadi	Tidak ada	Tidak ada	Owner
	Siang	Download dan edit	Tidak ada	Tidak ada	Owner

		foto produk			
16/05/2023	Pagi	Edit feeds untuk upload produk di sosial media dan e-commerce	Tidak ada	Tidak ada	Owner
	Siang	Packing dan kirim produk	Tidak ada	Tidak ada	Owner
17/05/2023	Pagi	Launching produk	Tidak ada	Tidak ada	Owner
	Siang	Upload foto, video produk di sosial media dan e-commerce	Tidak ada	Tidak ada	Owner
18/05/2023	Pagi	Upload story di instagram interaksi dengan followers	Tidak ada	Tidak ada	Owner
	Siang	Packing dan kirim produk	Tidak ada	Tidak ada	Owner
19/05/2023	Pagi	Packing dan kirim produk	Tidak ada	Tidak ada	Owner
	Siang	Packing dan kirim produk	Tidak ada	Tidak ada	Owner
20/05/2023	Pagi	Packing dan kirim produk	Tidak ada	Tidak ada	Owner
	Siang	Packing dan kirim produk	Tidak ada	Tidak ada	Owner
21/05/2023	Pagi	Take video untuk tiktok	Kurangnya ide video	Mencari referensi di tiktok	Owner
	Siang	Upload tiktok	Tidak ada	Tidak ada	Owner
22/05/2023	Pagi	Pasang iklan produk di instagram	Tidak ada	Tidak ada	Owner
	Siang	pembayaran	Tidak ada	Tidak ada	Owner
23/05/2023	Pagi	Take video untuk tiktok	Tidak ada	Tidak ada	Owner

	Siang	Upload tiktok	Views sedikit	Share video ke seluruh sosial media dan kerabat	Owner
24/05/2023	Pagi	Take video untuk tiktok	Tidak ada	Tidak ada	Owner
	Siang	Upload tiktok	Tidak ada	Tidak ada	Owner
25/05/2023	Pagi	Packing dan kirim produk	Tidak ada	Tidak ada	Owner
	Siang	Packing dan kirim produk	Tidak ada	Tidak ada	Owner
26/05/2023	Pagi	Take video untuk tiktok dan instagram reels	Tidak ada	Tidak ada	Owner
	Siang	Edit video	Tidak ada	Tidak ada	Owner
27/05/2023	Pagi	Edit video	Tidak ada	Tidak ada	Owner
	Siang	Upload video tiktok dan instagram reels	Tidak ada	Tidak ada	Owner
28/05/2023	Pagi	Upload story instagram	Tidak ada	Tidak ada	Owner
	Siang	Packing dan kirim produk	Tidak ada	Tidak ada	Owner
29/05/2023	Pagi	Upload story instagram	Tidak ada	Tidak ada	Owner
	Siang	Packing dan kirim produk	Tidak ada	Tidak ada	Owner
30/05/2023	Pagi	Take video konten tiktok dan instagram reels	Tidak ada	Tidak ada	Owner
	Siang	Edit video	Tidak ada	Tidak ada	Owner
31/05/2023	Pagi	Edit video	Tidak ada	Tidak ada	Owner

	Siang	Upload tiktok dan instagram reels	Tidak ada	Tidak ada	Owner
--	-------	--------------------------------------	-----------	-----------	-------

Lampiran 11- Laporan Aktivitas Bulan Mei

DAFTAR PUSTAKA

- Anggriyani, Dewi Sukma. 2022. "Pesona Dan Potensi Busana Muslim Indonesia." *Ukmindonesia.Id*. Retrieved (<https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/pesona-dan-potensi-busana-muslim-indonesia>).
- Annur, Cindy Mutia. 2023. "Populasi Muslim Indonesia Terbanyak Di Asia Tenggara, Berapa Jumlahnya?" *Databooks*. Retrieved (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/19/populasi-muslim-indonesia-terbanyak-di-asia-tenggara-berapa-jumlahnya>).
- Hasan, A. 2013. *Marketing*. Cetakan Pe. Media Pressdindo.
- Ketler, P., and Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th Editi. Pearson Practice Hall Inc.
- Masruri, Muhammad. n.d. "Bahan Kain Linen: Pengertian, Karakteristik, Jenis." *Bosmeal*. Retrieved (https://bosmeal.com/bahan-kain-linen/#google_vignette).
- Mukminin, M. .., and F. .. Lathifa. 2020. "Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Di Sidoarjo (The Influence of Brand Image and Trust on Sharia Bank Customer Loyalty in Sidoarjo)." *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal* 4(1).
- Rizaty, Monavia Ayu. 2023. "Populasi Asean Capai 679,7 Juta Pada 2023, Indonesia Terbanyak Artikel Ini Telah Tayang Di Dataindonesia.Id Dengan Judul 'Populasi Asean Capai 679,7 Juta Pada 2023, Indonesia Terbanyak', Author: Monavia Ayu Rizaty. Editor: Dimas Bayu. Klik Selengkapnya D." *DataIndonesia.Id*. Retrieved

(<https://dataindonesia.id/varia/detail/populasi-asean-capai-6797-juta-pada-2023-indonesia-terbanyak>).

Saleh, Muhammad Yusuh. 2019. *Konsep Dan Strategi Pemasaran*.