

**Strategi Pengembangan *Branding* dan *Marketing* pada Produk
Tas 2in1 Alinea**

Bidang Produksi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi Islam dari Program Studi Ekonomi Islam



Oleh :
Kinasih Assafina Salma
20423093

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2024**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Kinasih Assafina Salma
NIM : 20423093
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Tugas Akhir : **Strategi Pengembangan *Branding* dan *Marketing* pada Produk Tas *Zin1* Alinea Bidang Produksi**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia. Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 5 April 2024



Kinasih Assafina Salma

NOTA DINAS

Yogyakarta, 5 April 2024 M
25 Ramadhan 1445 H

Hal : Tugas Akhir Perintisan Bisnis
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
D.I. Yogyakarta

Assalamualaikum Wr.Wb.

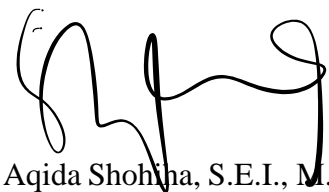
Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 1785/Dek/60/DAATI/FIAI/XI/2023 tanggal 24 November 2023 M, 9 Jumadil Awal 1445 H atas tugas kami sebagai pembimbing Tugas Akhir saudara:

Nama	: Kinasih Assafina Salma
Nomor Pokok / NIM	: 20423093
Fakultas	: Ilmu Agama Islam
Program Studi	: Ekonomi Islam
Tahun Akademik	: 2023/2024
Judul Skripsi	: Strategi Pengembangan <i>Branding</i> dan <i>Marketing</i> pada Produk Tas <i>2in1</i> Alinea (Bidang Produksi)

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami tetapkan bahwa Tugas Akhir Perintisan Bisnis saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 5 April 2024



Aqida Shohiha, S.E.I., M. E.



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan Bisnis:

Nama Mahasiswa : Kinasih Assafina Salma
NIM : 20423093
Judul Tugas Akhir : **STRATEGI PENGEMBANGAN *BRANDING* DAN *MARKETING* PADA PRODUK TAS 2IN1 ALINEA BIDANG PRODUKSI**

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah Tugas Akhir Perintisan Bisnis pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 5 April 2024

Aqida Shohiha, S.E.I., M.E.

LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,3 Yogyakarta 55584
T. (0274) 808444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fia@uii.ac.id
W. Fiauii.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 29 Mei 2024
Judul Tugas Akhir : Strategi Pengembangan Branding dan Marketing pada Produk Tas 2in1 Alinea
Disusun oleh : KINASIH ASSAFINA SALMA
Nomor Mahasiswa : 20423093

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua/Pembimbing : Aqida Shohiha, S.E.I., M.E. (.....)
Penguji I : Rheyza Virgiawan, Lc., ME (.....)
Penguji II : Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec. (.....)

Yogyakarta, 29 Mei 2024



HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmaanirrahim,

Alhamdulillah rabbil ‘*alamin*, segala pujian dan rasa syukur hanya untuk Allah SWT, Sang Maha Pemberi hidayah, rahmat, serta karunia hingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini sampai selesai dalam keadaan yang sebaik-baiknya. Sholawat serta salam selalu tercurahkan bagi Rasulullah SAW, utusan Allah yang menjadi suri taulan bagi umatnya kelak hingga akhir zaman.

Seluruh penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini penulis tujukan pertama kepada diri sendiri selaku penulis yang telah menguatkan tekad untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Tak lupa juga, keluarga penulis baik kedua orang tua, yakni Bapak Singgih Wijonarko dan Ibu Fitriah Makmur Yanti, kakak penulis, Vika Putri Widyaningtyas, serta kerabat yang selalu memberikan *support*, doa, dan kasih yang tulus yang memotivasi untuk menjadikan tugas akhir ini sebagai sesuatu yang kelak dapat bermanfaat bagi banyak orang.

Ucapan terimakasih yang tulus disampaikan penulis untuk seluruh dosen Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia, khususnya kepada para dosen Program Studi Ekonomi Islam *wa bil khusus* dosen pembimbing penulis, yakni Ibu Aqida Shohiha, S.E.I., M.E. yang telah memberikan banyak ilmu, pengalaman, waktu, hingga pengorbanan lainnya. Ucapan terimakasih dan rasa kasih sebagai teman perjuangan, kerabat karib, dan selaku anggota tim, Deaz Aurellia Febrillianda, yang telah bersama-sama berjuang bersama penulis dalam mendirikan dan menyelesaikan perintisan bisnis dengan sangat baik walau banyak rintangan dan terpaan masalah yang dihadapi.

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.”

Asy-Syarah [94]:6

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang, kecuali menurut kesanggupannya.”

Al-Baqarah [2]:286

اللَّهُمَّ لَا سَهْلَ إِلَّا مَا جَعَلْتَهُ سَهْلًا ، وَ أَنْتَ تَجْعَلُ الْحَزْنَ إِذَا شِئْتَ سَهْلًا

"Ya Allah, tiada satu kemudahan, melainkan jika Engkau jadikan mudah, dan dengan kehendak-Mu sesuatu yang sulit itu menjadi mudah."

(HR. Ibnu Hibban)

ABSTRAK
STRATEGI PENGEMBANGAN *BRANDING* DAN *MARKETING* PADA
PRODUK TAS *2IN1* ALINEA

KINASIH ASSAFINA SALMA
20423093

Mayoritas orang membutuhkan tas ketika mereka akan berkegiatan diluar rumah seperti, sekolah, kuliah, kerja, ataupun rekreasi. Selain itu, tas juga memiliki nilai tersendiri dalam menunjang penampilan, khususnya untuk kaum wanita. Tas *2in1* yang banyak diperjualbelikan di pasar memiliki beberapa kekurangan baik dari segi model, efektivitas fasilitas yang dimiliki, kualitas bahan, hingga tingkat harga. Sebagai langkah pengembangan *branding* tas *2in1*, Alinea hadir sebagai sebuah inovasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan menghasilkan perpaduan dua jenis fungsi tas, yakni *tote bag* dan *backpack* berbahan kulit sintetis Virotex yang tebal, awet, dan anti air. Alasan pemilihan bentuk *tote bag* adalah untuk membuat tas terkesan feminim dan simpel. Sedangkan, *backpack* mudah dan aman digunakan, manajemen beban lebih baik, serta dapat mencegah cedera otot bahu. Untuk meningkatkan fleksibilitas produk, Tas *2in1* Alinea hanya menggunakan tali tanpa pengait tambahan dan dilengkapi dengan kompartmen luar yang mudah dijangkau. Terdapat tiga warna tas yang ditawarkan, yakni *beige*, *choco*, dan *black*.

Perintisan bisnis Alinea mulai beroperasi sejak bulan November 2023 hingga Maret 2024 yang bertempat di Gang Giri Sakti, Sukoharjo, Kabupaten Sleman, D.I. Yogyakarta. Produk Tas *2in1* Alinea dipasarkan secara *offline* dan *online* melalui *event* dan *e-commerce* dengan target pasar utamanya adalah kaum wanita sekitar usia 17–40 tahun seperti, pelajar, mahasiswi, serta wanita karir atau pekerja. Tim bisnis Alinea terdiri dari dua orang yang bertanggung jawab atas bidang produksi dan pemasaran dengan asas akad *musyarakah* dan keuangan merupakan tanggung jawab bersama yang disusun secara kolektif oleh semua anggota tim.

Program kerja yang dilaksanakan oleh bidang produksi meliputi perancangan *branding* produk dengan menciptakan spesifikasi produk, menentukan konveksi dan mitra bisnis melalui survei atau riset, melakukan *sampling* produk, *quality control*, manajemen *stock product*, dan menyusun laporan keuangan bisnis bersama dengan bidang pemasaran. Selama kegiatan operasional berlangsung, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi bidang produksi namun, dapat ditindaklanjuti dan dicari solusinya. Proses produksi Tas *2in1* Alinea dilaksanakan dua kali selama proses perintisan bisnis dan berhasil menghasilkan 60 pcs tas. Bisnis perintisan Alinea berhasil memperoleh laba (*profit*) dan dinilai layak karena kapasitas produksi lebih besar dari BEP unit dan tingkat penjualan lebih besar dari BEP harga.

Kata Kunci: *Branding*, Tas *2in1*, Produksi.

ABSTRACT

BRANDING AND MARKETING DEVELOPMENT STRATEGIES ON 2IN1 ALINEA BAG PRODUCT

**KINASIH ASSAFINA SALMA
20423093**

The majority of people need a bag when they are going to do activities outside the home such as school, college, work, or recreation. In addition, bags also have their own value in supporting appearance, especially for women. 2in1 bags that are widely traded in the market have several shortcomings in terms of model, effectiveness of facilities owned, quality of materials, and price level. As a step to develop 2in1 bag branding, Alinea comes as an innovation to meet consumer needs by producing a combination of two types of bag functions, namely tote bags and backpacks made of thick, durable, and waterproof Virotex synthetic leather. The reason for choosing the tote bag shape is to make the bag look feminine and simple. Meanwhile, the backpack is easy and safe to use, has better weight management, and can prevent shoulder muscle injuries. To increase the flexibility of the product, the Alinea 2in1 Bag only uses a strap without an additional buckle and is equipped with an easy-to-reach outer compartment. There are three bag colors offered, namely beige, choco, and black.

Alinea started operating from November 2023 to March 2024 at Gang Giri Sakti, Sukoharjo, Sleman Regency, D.I. Yogyakarta. Alinea 2in1 Bag products are marketed offline and online, in events and e-commerce with the main target market is women around 17-40 years old such as students, college students, and career women or workers. Alinea's business team has two people in team who are responsible for production and marketing with the principle of musyarah contract and finance is a shared responsibility that is collectively compiled by all team members.

The work program carried out by the production sector includes designing product branding by creating product specifications, selecting convection and business partners through a survey or research, doing product sampling, quality control, stock product management, and preparing business financial reports together with the marketing sector. During operational activities, there are several problems faced by the production sector, but they can be followed up and found the solution. The Alinea 2in1 Bag production process was carried out twice during the business startup process and successfully produced 60 pcs of bags. Alinea's pioneering business succeeded in making a profit and was considered feasible because the production capacity was greater than the unit BEP and the sales level was greater than the price BEP.

Keywords: Branding, 2in1 Bag, Production.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Tabel 0. 1 Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es

ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0. 2 Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0. 3 Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَ	Fathah dan ya	ai	a dan u
...وُ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ -kataba سُئِلَ -suila حَوَّلَ -hauila
فَعَلَ -fa'ala كَيْفَ -kaifa

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0. 4 Tabel Transliterasi Maddah

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...أ...إ...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
...ي	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
...وُ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ -qāla قِيلَ -qīla
رَمَى -ramā يَقُولُ -yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

نَزَّلَ -nazzala الْبُرِّ -al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ	-ar-rajulu	الشَّمْسُ	-asy-syamsu
الْقَلَمُ	-al-qalamu	الْجَلَالُ	-al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُ	-ta'khužu	النَّوْءُ	-an-nau'u
شَيْءٌ	-syai'un	إِنَّ	-inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha fahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha fahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn

- الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrahim,

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakaatuh.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, berkat rahmat, perlindungan, dan pertolongan-Nya penulis bisa ada sampai saat ini menyelesaikan laporan Tugas Akhir Perintisan Bisnis dengan hati yang lapang, keadaan yang baik, dan mental yang sehat. Sholawat tidak lupa dijunjung kepada Rasulullah SAW, suri tauladan seluruh umat muslim di dunia hingga akhir zaman.

Seluruh pencapaian penulis ditujukan untuk diri sendiri, keluarga, dan kerabat penulis yang senantiasa menemani semasa perjuangan penulis dalam menyusun laporan Tugas Akhir Perintisan Bisnis dengan judul “Strategi Pengembangan *Branding* dan *Marketing* pada Produk Tas *2in1* Alinea”. Dengan ini penulis berterima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST., M.SC., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, MA., beserta jajarannya selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., ME., selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Ibu Aqida Shohiha, S.E.I., M.E selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan Bisnis. Penulis mendapatkan bimbingan yang menyenangkan, banyak pengalaman, wawasan baru, serta motivasi yang mengiringi penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini.
6. Para dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah berjasa menjadi pelita dalam kegelapan dan memberikan banyak ilmu.
7. Kedua orang tua tercinta, Bapak Singgih Wijonarko dan Ibu Fitriah Makmur Yanti yang selalu dengan tulus cinta menyertai dan mendukung setiap langkah serta tanpa henti menghaturkan doa demi kesuksesan dan


kelancaran semua proses.

8. Kakak kandung penulis satu-satunya, Vika Putri Widyaningtyas dan kerabat penulis, Peni Wiasih, yang sudah dianggap seperti kakak sendiri, yang sudah banyak sekali memberikan bantuan, motivasi, serta menjadi tempat keluh kesah penulis.
9. Keponakan-keponakan terlucu dan tercinta yakni, Ashilla Ghaisani El Makka, Arsakha Zhafrani El Makka, dan Askara Syahdani El Makka yang telah menjadi sumber hiburan utama penulis saat jenuh.
10. Deaz Aurellia Febrillianda, rekan tim yang telah berjuang bersama dalam menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis.
11. Teman-teman terkasih penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang sudah berperan aktif membangkitkan semangat penulis dan menjadi tempat bertukar pikiran.

Akhirul kalam, tidak lupa penyampaian kata maaf atas seluruh kesalahan baik dalam penulisan laporan ini maupun perilaku dan segala ucapan penulis yang pernah terucap. Tidak ada manusia yang luput dari kesalahan. Maka dari itu, sebagai bentuk rasa peduli antar sesama, dengan tulus hati penulis menerima segala kritik dan saran yang dapat menjadi bahan evaluasi penulis. Penulis berharap laporan ini kelak dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya.

Wassalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakaatuh.

Yogyakarta, 5 April 2024



Kinasih Assafina Salma

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	x
KATA PENGANTAR	xvi
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Sistematika Penulisan	7
BAB II PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS	9
A. Profil Bisnis	9
B. Pelaksanaan Bisnis	13
BAB III IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH	39
A. Identifikasi Masalah	39
B. Tinjauan Teoritis	41
C. Pemecahan Masalah	45
BAB IV PENUTUP	48
A. Kesimpulan	48
B. Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	53
RIWAYAT PENULIS	62

DAFTAR TABEL

Tabel 0. 1 Tabel Transliterasi Konsonan	x
Tabel 0. 2 Tabel Transliterasi Vokal Tunggal	xi
Tabel 0. 3 Tabel Transliterasi Vokal Rangkap.....	xii
Tabel 0. 4 Tabel Transliterasi Maddah	xii
Tabel 2. 1 Rencana Kegiatan Operasional	11
Tabel 2. 2 Tabel Capaian Target Aktivitas	12
Tabel 2. 3 Hasil Mini Riset Desain Produk	14
Tabel 2. 4 Tabel Hasil Kegiatan Survei Konveksi atau Vendor	21
Tabel 2. 5 Proses Quality Control	26
Tabel 2. 6 Tabel Checksheet	29
Tabel 2. 7 Tabel Biaya Produksi dan Investasi	30
Tabel 2. 8 Biaya Produksi/Pcs	30
Tabel 2. 9 Tabel HPP	31
Tabel 2. 10 Tabel Penghitungan Harga Jual Produk.....	31
Tabel 2. 11 Tabel <i>Break Event Point</i>	32
Tabel 2. 12 Laporan Neraca	33
Tabel 2. 13 Laporan Laba Rugi.....	34
Tabel 2. 14 Laporan Arus Kas	35
Tabel 2. 15 Tabel Hasil Capaian Target Aktivitas.....	36
Tabel 3. 1 Tabel Permasalahan Bagian Produksi.....	40
Tabel 3. 2 Tabel Pemecahan Masalah Produksi.....	47
Tabel 4. 1 Tabel Mutasi Harian Kas	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk Terlaris Shopee Tahun 2020.....	2
Gambar 1. 2 Data Google Trends 2022-2023	3
Gambar 2. 1 Logo Alinea.....	10
Gambar 2. 2 <i>Polling</i> Model Tas	14
Gambar 2. 3 Google Trends Pencarian Tote Bag, Backpack, dan Sling Bag.....	15
Gambar 2. 4 <i>Polling</i> Urgensi Tas.....	15
Gambar 2. 5 Survei Populix	16
Gambar 2. 6 <i>Polling</i> Warna	16
Gambar 2. 7 Tas 2in1 Alinea	17
Gambar 2. 8 F.CloStore di Shopee.....	18
Gambar 2. 9 Kompetitor F.CloStore	19
Gambar 2. 10 Sumber Plastik Packing di Shopee.....	19
Gambar 2. 11 BHOOMI di Shopee.....	20
Gambar 2. 12 label.plat di Shopee	20
Gambar 2. 13 Kompetitor label.plat.....	21
Gambar 2. 14 Bagan Alur Produksi	23
Gambar 2. 15 Pencatatan Kode Produk Per-Orderan.....	24
Gambar 2. 16 Stock Opname Periode Desember 2023 dan Januari 2024	25
Gambar 2. 17 Stock Opname Periode Februari dan Maret 2024	25
Gambar 4. 1 Perancangan Logo Alinea	53
Gambar 4. 2 Fiksasi Logo dan Brand Tag Alinea.....	53
Gambar 4. 3 Rancangan <i>Packaging</i>	53
Gambar 4. 4 Perancangan Spesifikasi Produk	54
Gambar 4. 5 Survei Produsen Tas Beringharjo dan Manding	54
Gambar 4. 6 Konveksi Tajur	55
Gambar 4. 7 Konveksi Pinus.....	55
Gambar 4. 8 Survei Pemilihan Warna di Toko Bahan Liman Simanjuntak	55
Gambar 4. 9 Supplier Spunbond	55
Gambar 4. 10 Supplier Logo.....	56
Gambar 4. 11 Supplier Polymailer.....	56
Gambar 4. 12 Kompetitor Tas <i>2in1</i> Alinea di Shopee	56
Gambar 4. 13 Tas Sampling.....	57
Gambar 4. 14 Tas Contoh dan hasil Sampling.....	57
Gambar 4. 15 Kegiatan Produksi di Konveksi.....	57
Gambar 4. 16 Packing Tas 2in1 Alinea	57
Gambar 4. 17 Logo Produk Alinea	58
Gambar 4. 18 Spunbond Alinea.....	58
Gambar 4. 19 Quality Checking Produk Jadi.....	58
Gambar 4. 20 <i>Controlling</i> Produksi <i>via Chat</i>	59
Gambar 4. 21 <i>Reject</i> Logo, <i>Spunbond</i> , dan Bahan Kotor	59
Gambar 4. 22 Penyimpanan Produk	60
Gambar 4. 23 Tas <i>2in1</i> Alinea	60
Gambar 4. 24 Dokumentasi <i>Customer</i>	60

BAB I

PENDAHULUAN

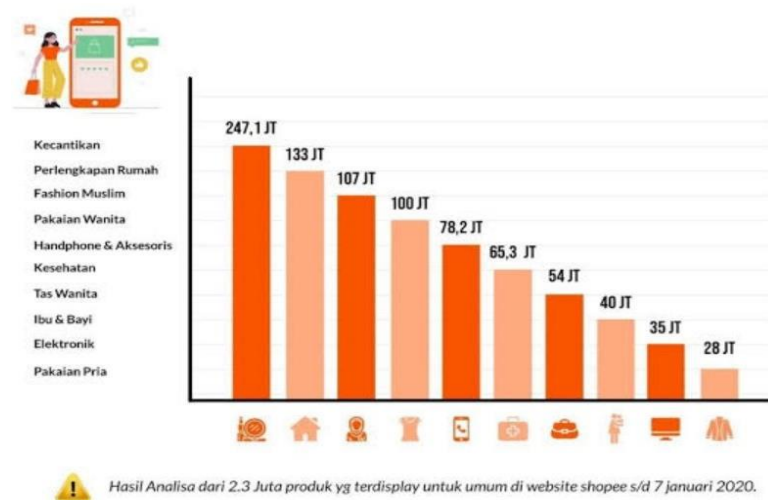
A. Latar Belakang

Dunia fesyen terus mengalami kemajuan dengan berbagai tren mode seiring dengan perkembangan teknologi. Pakaian merupakan suatu karakter sosial yang memberikan identitas budaya seseorang (Putri, 2020). Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), pangsa industri tekstil dan pakaian jadi masih sebesar 6,37%. Sementara, industri kulit, produk kulit, dan alas kaki tumbuh 3,58% (*year on year/yoy*) pada triwulan II tahun 2023.

Menurut Pandary (2022) tak banyak ditemukan tas yang bisa digunakan pada beberapa kegiatan dalam satu waktu. Di zaman sekarang, generasi muda di Indonesia, terutama wanita, sangat membutuhkan produk fesyen yang memiliki banyak fungsi namun, tetap memiliki *look* atau penampilan yang simpel dan *elegant* sehingga, ketika produk tersebut digunakan tetap terlihat stylish. Fesyen yang simpel terlihat lebih nyaman dan santai, terutama ketika dikenakan untuk melakukan rangkaian aktivitas sehari-hari seperti ke kampus atau untuk berpergian ke tempat lainnya. Hal ini dibuktikan dengan sebanyak 73% suara memilih gaya simpel dalam survei Populix yang dilakukan terhadap 1.013 responden yang terdiri dari 500 pria dan 513 wanita rentang usia 18-55 tahun (Dihni, 2022).

Tas merupakan salah satu mode fesyen yang semakin pesat berkembang di Indonesia. Tas memiliki nilai fungsional dalam kehidupan manusia. Tas dibutuhkan untuk mempermudah seseorang dalam membawa barang untuk berkegiatan sehari-hari. Mayoritas orang membutuhkan tas ketika mereka akan berpergian keluar rumah seperti, sekolah, kuliah, kerja, ataupun rekreasi. Tas mempunyai segmentasi pasar yang luas mulai dari kalangan anak, remaja, dan dewasa baik *gender* pria maupun wanita. Selain itu, tas juga memiliki nilai tersendiri dalam menunjang penampilan, khususnya untuk kaum wanita. Bagi wanita, tas merupakan salah satu aksesoris untuk mempercantik diri mereka.

Berdasarkan survei terhadap followers Instagram dengan menggunakan fitur *polling*, sebanyak 18% suara menyatakan bahwasannya tas penting untuk menjadi aksesoris penampilan dan 82% suara menyatakan fungsi utama dari tas adalah untuk mempermudah membawa barang (survei *polling* dengan 20 *followers* Instagram, 17 Oktober 2023) . Bahkan, tas wanita menempati posisi 10 besar pada kategori produk terlaris di *e-commerce* Shopee.



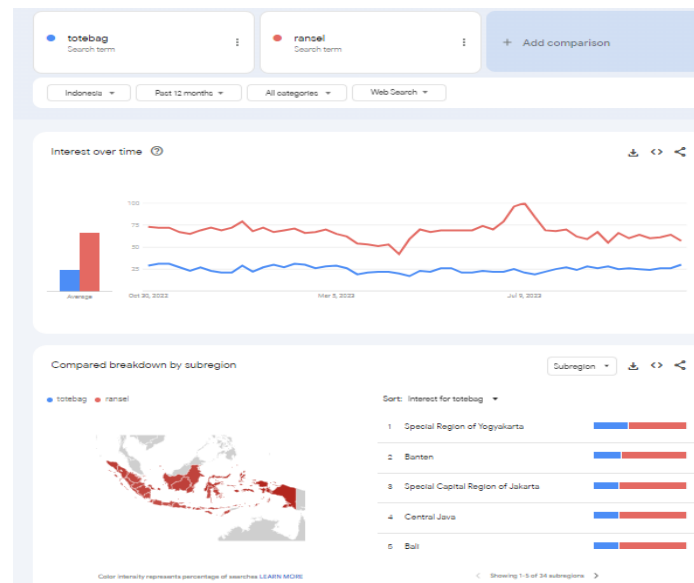
Gambar 1. 1 Produk Terlaris Shopee Tahun 2020

(Sumber: digimind.id)

Model tas yang kini ramai diminati adalah *tote bag*. *Tote bag* dinilai lebih memiliki nilai estetika terutama untuk wanita karena lebih menunjukkan kesan simpel dan feminim. Namun, tak sedikit juga orang yang lebih memilih fungsional dari tas tersebut. Tas yang lebih mampu menampung banyak barang biasanya adalah tas ransel atau *backpack*. Jika dinilai dari pandangan mahasiswa, mereka membutuhkan tas yang mampu membawa banyak peralatan kuliah seperti, buku, alat tulis, dsb (Mahmud, 2019).

Ransel atau *backpack* merupakan salah satu model tas yang digemari karena keunggulannya seperti pengelolaan beban lebih baik serta dapat mencegah cedera otot bahu (Bagus & SP, 2014). Selain itu, ransel biasanya dipilih oleh seseorang yang tidak suka ribet. Berdasarkan survei yang dilakukan Nastiti (2023) pada Mei 2022 dengan tujuan untuk mengetahui persepsi, preferensi, dan intensi responden

dalam membeli produk tas di tahun 2022, hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 26 responden lebih memilih tas model *backpack* atau ransel, 13 memilih tas model *tote bag*, 11 responden lebih memilih tas dengan model *multispace bag*, dan 4 responden memilih tas model *sling bag*.



Gambar 1. 2 Data Google Trends 2022-2023

(Sumber: trends.google.com)

Data Google Trends menunjukkan jumlah pencarian terhadap ‘*tote bag*’ dan ‘ransel’ dalam jangka waktu 12 bulan dengan *average 25* untuk *tote bag* dan *67* untuk ransel. Daerah di Indonesia yang paling banyak melakukan pencarian terkait dua model tas tersebut ada di Pulau Jawa.

Berawal dari isu tersebut, maka kami merumuskan sebuah solusi yakni, menggabungkan dua fungsi tas dalam satu produk atau bisa disebut sebagai tas *2in1*. Fungsi tas yang kami pilih adalah *tote bag* dan *backpack*. Alasan pemilihan bentuk tas *tote bag* karena wanita lebih merasa feminim dan simpel ketika menggunakan *tote bag*. Sedangkan, fungsi *backpack* atau ransel merupakan bentuk tas yang lebih mempermudah ketika mobilisasi terutama menggunakan kendaraan bermotor. Penggunaan *backpack* memperkecil risiko kriminalitas di jalan ketika berkendara dan dapat menghindari rasa pegal akibat terlalu lama membawa *tote bag* di satu bahu.

Tas *2in1* yang banyak diperjualbelikan di pasar memiliki beberapa kekurangan baik dari segi model, efektivitas fasilitas yang dimiliki tas tersebut, pemilihan bahan, tingkat keawetan, hingga *range* harga. Hal ini didapatkan dari riset kompetitor yang telah dilakukan terhadap lima kompetitor yakni, dua kompetitor langsung dan tiga kompetitor tidak langsung. Kompetitor langsung memiliki bentuk tas yang serupa dari segi bentuk hampir 99% serupa.

Sedangkan, untuk kompetitor tidak langsung merupakan usaha tas yang memproduksi produk tas *2in1* namun, berbeda dengan produk tas Alinea dari segi bentuk, dsb. Indikator yang menjadi pembanding adalah bahan, varian warna tas, ukuran, harga, serta *review* dari *customer* dengan kategori penilaian bintang 1-3 sebagai alat ukur kekurangan dan bintang 4-5 sebagai alat ukur kelebihan produk melalui fitur penilaian di *e-commerce* Shopee.

Alinea merumuskan sebuah inovasi sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan memproduksi tas *2in1* yang berbahan kulit sintetis Virotex yang awet, tahan air, tidak mudah sobek, dan terlihat *elegant*. Tas *2in1* merupakan perpaduan dua jenis fungsi tas *tote bag* dan *backpack* yang akan mempermudah wanita dalam membawa barangnya yang banyak ketika mereka akan melakukan mobilisasi dan aktivitas diluar rumah.

Selain itu, untuk membuat tampilan simpel dan meningkatkan fleksibilitas produk, tas Alinea hanya menggunakan tali tanpa pengait untuk merubah model tas. Alinea juga memiliki sisi tas yang dapat menjadi tampilan depan dan belakang sekaligus yang dilengkapi dengan kompartmen luar yang mudah dijangkau untuk dapat digunakan pengguna menyimpan barang-barang kecil seperti handphone, alat tulis, kartu, kunci. Terdapat tiga pilihan warna yaitu, *beige*, *mocca*, dan *black* yang dipilih langsung oleh beberapa calon *customer* melalui *polling* Instagram (survei *polling* dengan 20 *followers* Instagram, 17 Oktober 2023). Tentunya hal tersebut perlu menjadi perhatian dalam mendukung kegiatan produksi dengan mengembangkan *branding* produk dan strategi *marketing* sebagai upaya menyampaikan informasi produk dan memperluas jangkauan *customer* terhadap produk.

Branding merupakan usaha sebuah perusahaan untuk menciptakan persepsi dari produk terhadap konsumen atau *customer* atau singkatnya adalah refleksi dari produk. *Branding* digunakan untuk membangun identitas merk/*brand* sebagai karakter produk (Ahmad & Sulistio, 2021). Dalam melakukan produksi, penting untuk menciptakan *branding* produk dari sisi desain tas, penentuan bahan, pemilihan mitra konveksi, pemantauan proses produksi, hingga pembuatan sosial media. *Branding* juga menjadi sebuah strategi awal untuk melakukan kegiatan pemasaran. Produk Alinea akan dipasarkan dengan metode konvensional dan digital seperti, *e-commerce*.

Data Badan Pusat Statistik menunjukkan penggunaan internet di Indonesia berdasarkan tujuan penggunaannya, sosial media menjadi tujuan akses internet tertinggi ke-2 dari total 12 tujuan. Hal ini memberikan sebuah peluang untuk menjadikan media internet seperti, iklan melalui sosial media sebagai media pemasaran lainnya.



Gambar 1.3 National Socio-Economic Survei BPS

(Sumber: bps.go.id)

Pengembangan *branding* yang baik akan memudahkan proses produksi baik dari desain tas, penentuan bahan, pemilihan mitra konveksi, dan pemantauan proses produksi hingga produk siap dipasarkan. Produksi tas Alinea akan dilakukan oleh vendor atau konveksi tas *key* yang telah dipilih. Dalam memenuhi kebutuhan bahan baku dan semua penghitungan *cost product*, tim Alinea telah mempercayakan dan membuat kesepakatan kepada vendor yang telah dipilih sesuai kebutuhan.

Namun, tetap dalam rangkaian kegiatan produksi baik pra-produksi maupun

pasca produksi akan dalam pemantauan *quality control*. Menurut Ardiansyah (2022), *quality control* dengan metode *Statistical Quality Control* (SQC). Terdapat empat alat statistik, yaitu:

- a. *Check sheet* mencatat jumlah total produksi, jenis cacat, dan total produk cacat.
- b. Diagram Pareto untuk mengetahui kesalahan yang paling dominan
- c. *Control chart* untuk memantau pengendalian kualitas produk
- d. Diagram sebab akibat membantu memberikan solusi permasalahan.

Kemudian, sebelum produksi, akan dilakukan *sampling product* sebagai langkah membentuk standar mutu produk dan manajemen SOP produksi guna meminimalisir kesalahan saat produksi. Tim Alinea juga telah melakukan survei bahan secara langsung di toko bahan kain dan kulit sintetis di Toko Liman Simanjuntak, Yogyakarta. Aksesoris lain yang akan digunakan juga akan dipilih terlebih dahulu untuk menghasilkan produk yang berkualitas.

Langkah setelah kegiatan produksi selesai adalah manajemen penyimpanan produk jadi dan manajemen *stock product*. Ketersediaan bahan baku yang sesuai dengan kebutuhan dan tepat waktu akan memberikan kontribusi besar terhadap kelancaran proses produksi (Nurprihatin 2021). Persediaan terbagi menjadi tiga macam, yaitu persediaan bahan baku, barang dalam proses, dan barang jadi.

Namun, dalam manajemen persediaan tas Alinea hanya membutuhkan manajemen persediaan barang jadi berupa tas *2in1* karena semua persiapan bahan baku dan bahan pendukung lain untuk produksi telah diperhitungkan oleh konveksi. Kemudian, dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen dan menghindari terjadinya kelebihan atau kekurangan *stock product* barang, maka tim produksi Alinea akan menerapkan konsep pemantauan *stock* atau *stock opname*. Maka kelancaran proses produksi dan pemasaran pun dapat berjalan stabil karena produk dapat tersedia sesuai dengan yang jumlah dan waktu yang dibutuhkan.

Tentunya, dalam melaksanakan operasional bisnis akan ditemukan permasalahan. Permasalahan dapat dideteksi sejak dini untuk kemudian disusun rancangan solusi yang strategis sebagai langkah awal mitigasi. Sebagai salah satu contoh permasalahan yang mungkin akan timbul adalah terkait mundurnya waktu

produksi dari perencanaan. Produksi yang dilakukan di konveksi memerlukan waktu untuk masuk ke dalam antrian penjahitan. Setiap periode produksi akan memiliki waktu antrian yang berbeda. Maka dari itu, diperlukannya SDM produksi yang dapat bekerjasama secara baik dengan konveksi dan mampu memperkirakan waktu pelaksanaan produksi dengan baik. Salah satu langkah mitigasi lain dalam kegiatan produksi adalah merancang target aktivitas sebagai tanda keberhasilan program kerja produksi yang telah dirancang.

Selanjutnya, dalam rangka menunjang jalannya perintisan bisnis ini, rancangan permodalan menggunakan akad *musyarakah* yakni, sistem kerjasama bisnis dengan sistem patungan modal dan kerjasama semua anggota tim sekaligus membagi adil hasil keuntungan dan kerugian sesuai porsi modal. Metode pencatatan keuangan akan dilakukan dengan pencatatan mutasi harian dan pencatatan laporan keuangan setiap 5 bulan termasuk didalamnya laporan neraca atau posisi keuangan, laporan laba rugi, dan laporan arus kas.

B. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada dasarnya memuat uraian rinci mengenai tahapan pembahasan yang berlangsung. Adapun dalam perintisan ini terdiri dari empat bab:

BAB I ANALISIS SITUASI

Bab I menjelaskan terkait kumpulan informasi terkait kebutuhan konsumen sebagai potensi pasar yang membutuhkan tas fungsional, simpel, dan memiliki nilai estetika (*elegant*). Bab ini juga menjelaskan terkait potensi pasar dan usaha sejenis yang telah ada serta *positioning* produk di pasar kelak. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi masalah yang terjadi serta mampu merumuskan solusi yang tepat.

BAB II PELAKSANAAN KEGIATAN KEWIRAUSAHAAN

Bab II menjelaskan tentang rangkaian aktivitas yang akan dilakukan selama proses perintisan bisnis dari tinjauan aspek. Tinjauan aspek tersebut meliputi tinjauan dari aspek sumber daya, aspek operasional produksi, aspek pemasaran, dan aspek keuangan. Kemudian, dalam bab ini juga memberikan gambaran umum profil bisnis termasuk didalamnya bidang usaha, lokasi, waktu berdiri usaha, dan perkembangan usaha.

BAB III IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

Bab III menjelaskan tentang permasalahan yang berasal dari aspek- aspek baik dari sisi pemasaran, keuangan, SDM, maupun operasional. Sehingga, menghasilkan sebuah rumusan kebijakan pemecahan masalah dari berbagai tinjauan teori sekaligus untuk mengetahui bagaimana rancangan program pelaksanaan kegiatan perintisan bisnis dapat menyelesaikan permasalahan tersebut

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab IV merupakan kesimpulan dari hasil pembahasan yang menyesuaikan dengan kegiatan perintisan bisnis yang terjadi di lapangan. Kesimpulan ini juga menghasilkan sebuah saran yang memberi masukan dari hasil kegiatan perintisan bisnis yang telah dilakukan.

BAB II

PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS

A. Profil Bisnis

Generasi muda di Indonesia saat ini, terutama wanita, sangat membutuhkan produk fesyen yang memiliki banyak fungsi namun, tetap memiliki *look* atau penampilan yang simpel dan elegan. Sehingga, ketika produk tersebut digunakan tetap terlihat *stylish*. Tas memiliki nilai fungsional dalam kehidupan manusia terutama dalam mempermudah seseorang membawa barang dalam berkegiatan seperti kuliah, bekerja, maupun rekreasi. Tas juga memiliki nilai tersendiri dalam menunjang penampilan, khususnya untuk kaum wanita.

Sehingga, dapat diperoleh bahwasannya terdapat tiga urgensi utama yang dibutuhkan masyarakat saat ini terkait produk tas yakni, kebutuhan akan hal praktis, kebutuhan estetika produk, dan kebutuhan produk fungsional. Berawal dari isu tersebut, maka penulis dan tim Alinea merumuskan sebuah solusi yakni, menggabungkan dua fungsi tas dalam satu produk atau bisa disebut sebagai tas *2in1*.

Tas *2in1* Alinea merupakan perpaduan dua jenis fungsi tas *tote bag* dan *backpack* sebagai produk tas fungsional berbahan kulit sintetis Virotex yang awet, tahan air, tidak mudah sobek, serta memiliki tampilan simpel dan elegan. Alasan pemilihan bentuk *tote bag* karena wanita zaman sekarang banyak menggunakan *tote bag* agar terlihat feminim dan simpel. Sedangkan, fungsi *backpack* atau ransel merupakan bentuk tas yang lebih mempermudah ketika mobilisasi terutama menggunakan kendaraan bermotor. Selain itu, untuk meningkatkan fleksibilitas produk, Tas *2in1* Alinea hanya menggunakan *strap* atau tali tanpa pengait untuk merubah model tas yang dilengkapi dengan kompartmen luar yang mudah dijangkau untuk dapat digunakan pengguna menyimpan barang-barang kecil seperti *handphone*, alat tulis, kartu, serta kunci.

Bisnis perintisan Tas *2in1* Alinea dimulai sejak November 2023 yang bertempat di Gang Giri Sakti, Sukoharjo, Kabupaten Sleman, D.I. Yogyakarta. Produk Tas *2in1* Alinea akan dipasarkan secara *offline* dan *online* melalui *event* dan

e-commerce dengan target pasar utamanya adalah kaum wanita dengan rentang usia 17–40 tahun seperti, pelajar, mahasiswi, wanita karir atau pekerja. Namun, tidak menutup kemungkinan bahwa sasaran kami juga sebuah perusahaan, organisasi atau kelompok yang mayoritas anggotanya adalah wanita seperti, kelompok ibu-ibu arisan atau perusahaan yang sedang mengadakan *event* dan memerlukan *souvenir* atau *merchandise*.

Bentuk usaha ini merupakan usaha perseorangan yang didirikan dan dikelola secara langsung oleh para pendiri. Sehingga, segala bentuk aktivitas dan kewajiban perusahaan adalah tanggung jawab pemilik perusahaan tersebut. Akad yang digunakan dalam sistem permodalan bisnis Tas 2in1 Alinea adalah akad *musyarakah*, yaitu akad kerjasama dengan sistem kontribusi dana, pembagian keuntungan sistem margin dan kerugian sebesar 50:50 berdasarkan kesepakatan.

Nama Alinea merupakan singkatan dari *Artificial Leather by Kina and Deaz*. Alinea merupakan diksi bahasa Indonesia, yaitu ‘alinea’ yang berarti paragraf. Makna dari paragraf merupakan kesatuan dari kalimat-kalimat yang padu dan utuh yang kemudian menghasilkan sebuah narasi yang bermakna. Dari penggambaran makna tersebut, penulis dan tim Alinea merumuskan bahwa makna Alinea adalah hasil gabungan ide dan inovasi dari para *owner* yang menghasilkan sebuah produk solutif dan inovatif.


 The logo for Alinea is the word 'Alinea' written in a large, elegant, black serif font. The letters are closely spaced and have a classic, slightly ornate appearance.

Gambar 2. 1 Logo Alinea

Dalam melaksanakan perintisan bisnis ini, komitmen penulis dan tim Alinea adalah memproduksi produk tas dengan bahan baku yang berkualitas dan terus melakukan *update* tren dan inovasi terkait model yang terus berkembang serta memberikan kesan baik dengan meningkatkan kualitas layanan dan menjaga komunikasi baik dari pihak pembeli, mitra kerjasama, dan pihak lainnya yang terhubung dengan kami.

Sebagai upaya untuk mencapai target visi bisnis, Alinea membentuk tim dan mendelegasikan tugas serta tanggung jawab masing-masing anggota berdasarkan

kemampuan individu anggota yang telah dirundingkan terlebih dahulu sebelum melaksanakan kegiatan perintisan.

Anggota tim Alinea terdiri dari dua orang yang masing-masing bertanggung jawab atas operasional bisnis dalam bidang produksi, pemasaran, dan keuangan yang dijalankan secara kolektif berdasarkan kesepakatan anggota tim namun, tetap dengan garis tanggung jawab yang jelas untuk setiap aspek keuangan dari masing-masing individu. Berikut ini merupakan rencana kegiatan operasional yang akan dilakukan pada perintisan bisnis ini dari masing-masing bidang:

Tabel 2. 1 Rencana Kegiatan Operasional

Produksi	Pemasaran
Perancangan konsep produk (model tas, <i>layout</i> , inovasi, warna)	Melakukan analisis dan riset
Survei konveksi atau vendor tas	Mendesain logo, <i>packaging</i> , branding produk
Melakukan <i>sampling</i> produk	Perancangan metode pemasaran
Produksi, <i>quality control</i> , dan manajemen <i>stock product</i>	Pembuatan akun sosial media (WhatsApp dan Instagram) dan <i>e-commerce</i> (Shopee)
Menghitung biaya produksi, HPP, dan analisis keuntungan BEP	Menjalin relasi dengan calon mitra bisnis
Bersama-sama mencatat keuangan keuangan harian, laporan neraca, laporan laba rugi, dan laporan arus kas.	Bersama-sama mencatat keuangan keuangan harian, laporan neraca, laporan laba rugi, dan laporan arus kas.
Melakukan evaluasi	Melakukan evaluasi

Dalam melakukan perancangan dan penyusunan laporan keuangan bisnis, kedua bidang bekerja sama dengan membagi tanggung jawab masing-masing. Keuangan yang berkaitan dengan operasional bisnis khususnya produksi, akan disusun oleh bidang produksi sedangkan, untuk pencatatan penjualan, pembelian, keuangan harian, dan laporan keuangan usaha akan secara bersama-sama dengan bidang pemasaran Alinea.

Dalam melaksanakan rencana kegiatan operasional produksi, maka dirancanglah beberapa rancangan program kerja pada bidang produksi beserta *key performance indicator* (KPI) atau capaian target aktivitas produksi.

Tabel 2. 2 Tabel Capaian Target Aktivitas

Program Kerja	Capaian Target Aktivitas
Membuat rancangan <i>branding produk</i> (model tas, logo, <i>layout</i> , inovasi, dan warna)	Menghasilkan desain tas yang akan diproduksi
Survei konveksi atau vendor	Mendapatkan informasi berupa kontak dan alamat konveksi
Melakukan <i>sampling</i>	Menghasilkan desain tas <i>fixed</i> yang akan diproduksi
Produksi, <i>quality control</i> , dan manajemen <i>stock product</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produksi berjalan di konveksi yang dipilih. 2. Jumlah produk yang dihasilkan sesuai kesepakatan dan <i>budget</i>, serta hasil jadi produk memenuhi standar mutu yang telah ditentukan. 3. Mengunjungi konveksi saat proses produksi dan saat <i>finishing</i> produk,
Produksi, <i>quality control</i> , dan	

Program Kerja	Capaian Target Aktivitas
manajemen <i>stock product</i>	serta memastikan produksi berjalan dengan baik dan sesuai <i>timeline</i> (min. dua kali kunjungan) . 4. Mengecek satu persatu produk jadi berdasarkan standar mutu yang ditentukan.
Menghitung biaya produksi, <i>cost product/HPP</i> , analisis keuntungan BEP	Susunan laporan keuangan yang terencana dan terperinci, masa pengembalian modal tidak lebih dari enam bulan, serta harga jual produk di rentang harga antara: Rp 119.000-150.000.
Mencatat keuangan harian, neraca, laba rugi, dan arus kas bersama dengan bidang pemasaran Alinea	Sesuai panduan penyusunan laporan keuangan berdasarkan standar akuntansi
Melakukan evaluasi	Dapat mendefinisi permasalahan yang terjadi dan dapat merancang solusi sebagai langkah mitigasi dari permasalahan yang pernah terjadi.


B. Pelaksanaan Bisnis

Bisnis Alinea resmi beroperasi pada bulan November 2023. Kegiatan perintisan bisnis dan penyusunan laporan ini dibuat dalam periode pelaksanaan selama 5 bulan, yakni November 2023 s.d. Maret 2024. Dalam rangka melaksanakan kegiatan operasional bisnis, penulis menyusun beberapa rumusan program perintisan bisnis yang telah dirancang khususnya dalam bidang produksi yaitu:

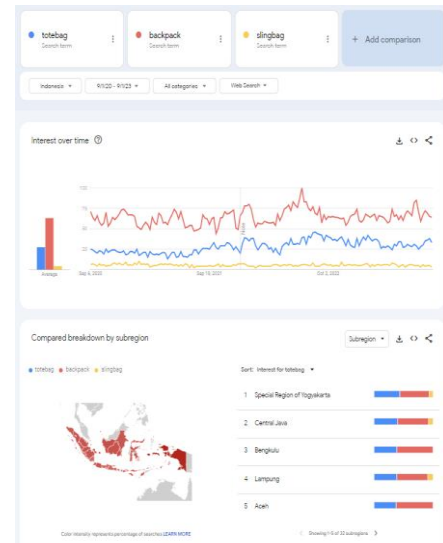
1. Riset Spesifikasi Produk

Riset spesifikasi produk bertujuan untuk merancang konsep sebelum memproduksi produk dengan tujuan untuk mengetahui kebutuhan konsumen terhadap produk tas dan membangun USP (*Unique Selling Product*) serta standar mutu produk. Hasil riset diperoleh dari penelitian dalam jurnal dan mini riset menggunakan fitur *polling* Instagram yang dengan responden merupakan wanita yang merupakan calon target pasar. Tahap perancangan konsep produk diawali dengan riset penentuan desain produk berdasarkan fungsi, tampilan, minat *customer* terhadap model tas, warna, penggunaan logo, dan pemilihan *packaging*.

Tabel 2. 3 Hasil Mini Riset Desain Produk

<p>Model tas yang dipilih</p> <p>Hasil <i>polling</i>:</p> <p>Model <i>Backpack</i> dengan persentase 50% sebanyak 6 suara.</p> <p>Model <i>Tote Bag</i> dengan persentase 50% sebanyak 6 suara</p> <p>Kesimpulan:</p> <p>Suara seimbang terkait model tas yang digemari yakni, model <i>backpack</i> dan <i>tote bag</i>.</p> <p>Dari hasil pencarian di Google Trends, model tas <i>backpack</i> dan <i>tote bag</i> mengungguli model <i>sling bag</i> dalam pencarian via <i>website</i>.</p>	 <p>The image shows a screenshot of an Instagram poll. The poll title is "KLO BUAT KULIAH/PERGI JAUH DEH, YG BAWA BARANG BYK". There are two options: "Team Totebag" and "Team backpack", both showing 50% of the votes. Below the poll, there are several images of different bag styles, including backpacks, tote bags, and sling bags. The poll is set against a background of a grid of photos showing people using various bags.</p>
--	---

Gambar 2. 2 *Polling Model Tas*



Gambar 2. 3 Google Trends Pencarian *Tote Bag, Backpack, dan Sling Bag.*

Sumber: <https://trends.google.com/trends>

Urgensi tas bagi *customer*

Hasil *polling*:

Fungsi utama tas sebagai wadah membawa barang dengan persentase 82% sebanyak 10 suara. Penunjang penampilan dengan persentase 18% sebanyak 2 suara.

Kesimpulan:

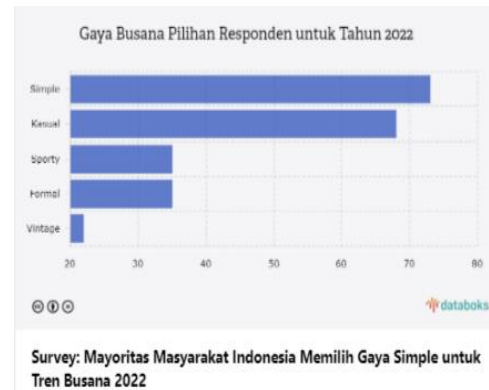
Fungsi tas sebagai wadah untuk membawa barang-barang menjadi hal utama namun, tas juga menjadi hal penunjang penampilan. Diperlukan *compartment* tas yang cukup untuk menunjang fungsi tas.



Gambar 2. 4 *Polling* Urgensi Tas

Simple Look

Berdasarkan survei Populix yang dilakukan tahun 2022 terhadap 1.013 responden laki-laki dan wanita dengan rentang usia 18–25 tahun merupakan penduduk kota-kota besar di Indonesia, menunjukkan sebanyak 73% suara memilih gaya busana simpel.



Gambar 2. 5 Survei Populix

Sumber: databoks.katadata.co.id

Pemilihan Warna

Pemilihan warna tema *earthtone* berdasarkan warna yang banyak digemari calon target pasar dan menyesuaikan ketersediaan warna yang ada di konveksi. Warna serupa yang tersedia dari konveksi yakni, warna *mocca* dan *cappuccino* (seperti di gambar). Pengubahan nama warna *cappuccino* menjadi *beige* dan *mocca* menjadi *choco*.

Warna *cappuccino* dengan persentase 49% dipilih sebanyak 6 dari 12 suara

Warna *mocca* dengan persentase 17% dipilih sebanyak 2 dari 12 suara



Gambar 2. 6 Polling Warna

2. Spesifikasi Produk

Spesifikasi produk yang telah ditetapkan berdasarkan hasil mini riset, survei, dan kesepakatan melalui diskusi antara anggota tim Alinea. Spesifikasi produk meliputi:



Gambar 2. 7 Tas 2in1 Alinea

- 1) Model tas 2in1 (*tote bag* dan *backpack*)
- 2) Terdapat 1 kantong besar dengan ritsleting di bagian *body* luar tas dan 3 kantong tanpa ritsleting di bagian dalam
- 3) Bahan polos tanpa motif, tampilan simpel tanpa pengait tambahan dan aksesoris
- 4) Bahan kulit sintetis Virotex
- 5) Tiga warna tas, yakni *black* (hitam), *choco* (coklat), dan *beige* (coklat muda keabu-abuan)
- 6) Plat logo kuningan berbentuk persegi panjang berukuran 1cm x 3,5cm dengan tulisan Alinea berwarna hitam
- 7) Harga Rp 135.000
- 8) *Packaging* dengan *Spunbond* sablon 38cm x 45cm x 10cm, *polymailer* putih *glossy* 35cm x 50cm, dan stiker pengiriman

3. Alat dan Bahan Baku Produksi

Kegiatan penentuan alat dan bahan baku produksi merupakan salah satu langkah terpenting dalam merintis sebuah ide bisnis. Produk yang berasal dari bahan dan melalui proses yang terencana, akan lebih bernilai atau berkualitas untuk meyakinkan kepercayaan konsumen. Sebelum memulai menentukan alat dan bahan

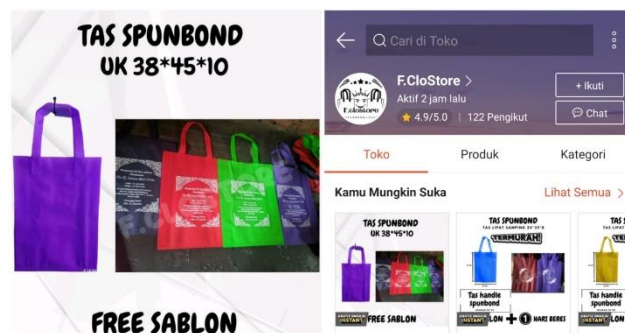
baku produksi tas Alinea, terlebih dahulu dilakukan survei secara langsung dan via *marketplace* Shopee. Berikut ini merupakan hasil penentuan alat dan bahan baku produksi yang digunakan setelah melalui proses survei:

a. Survei dan Penentuan Alat dan Bahan Baku Produksi

Survei untuk menentukan jenis *packing* dilakukan dengan survei melalui *marketplace* Shopee dengan melihat tipe *packing* dan *packaging* beberapa merk produk tas yang sudah cukup terkenal seperti Mossdom, Rumah Warna, dan Bostanten. Setelah berbagai macam pertimbangan dari aspek harga, kebermanfaatan, estetika, dan fungsi untuk keamanan produk, maka didapatkan beberapa item yang digunakan untuk *packaging* :

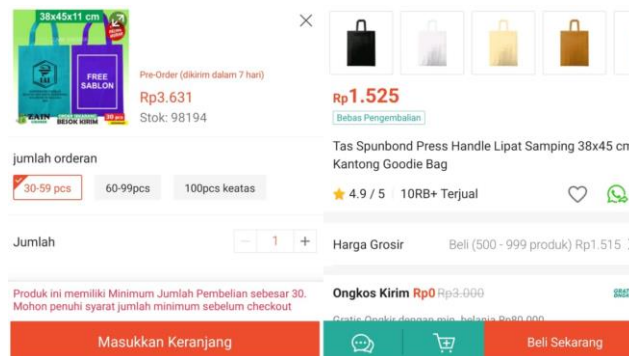
1) F.CloStore

Merupakan mitra *packaging* berupa *spunbond* sablon *custom* yang berukuran 38cm x 45cm x 10cm. Toko F.Clostore dipilih karena memiliki penilaian 4.9/5.0 dan *review customer* rata-rata baik dan minim cacat. Selain itu, admin *seller* juga ramah, responsif, dan solutif, serta harga murah.



Gambar 2. 8 F.CloStore di Shopee

Pertimbangan dalam menentukan *supplier spunbond* adalah kompetitor dengan produk serupa jarang ada yang menjual tas *spunbond* seperti ukuran yang dibutuhkan dan rata-rata memiliki batas minimal pembelian diatas 100 pcs. Berikut ini merupakan beberapa kompetitor yang menjadi pertimbangan dalam menentukan pemilihan mitra :



Gambar 2. 9 Kompetitor F.CloStore

2) Sumber Plastik Packing

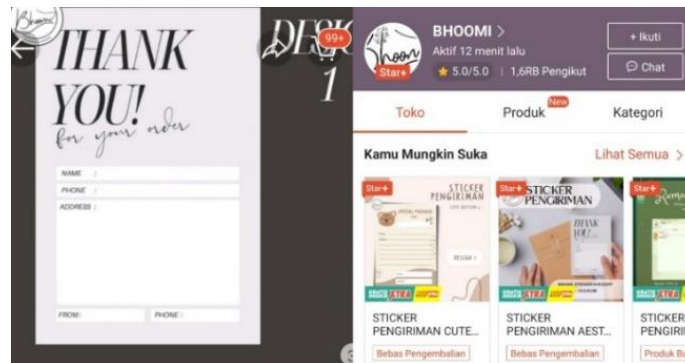
Merupakan agen plastik polmailer yang memiliki memiliki penilaian 4.9/5.0, *review customer* rata-rata baik, serta memiliki range harga standar. Sumber Plastik Packing memiliki *store offline* yang berada di Rejowinangun, Kec. Kotagede, D.I. Yogyakarta. *Polmailer* yang dipilih berukuran 35cm x 45cm dan pembelian dilakukan secara langsung di *store* dan dilayani dengan baik oleh penjual.



Gambar 2. 10 Sumber Plastik Packing di Shopee

3) BHOOMI

BHOOMI dipilih menjadi mitra stiker alamat karena memiliki penilaian 5.0/5.0 dan *review customer* rata-rata baik dan produknya unik jarang ada yang menjual produk serupa di Shopee.



Gambar 2. 11 BHOOMI di Shopee

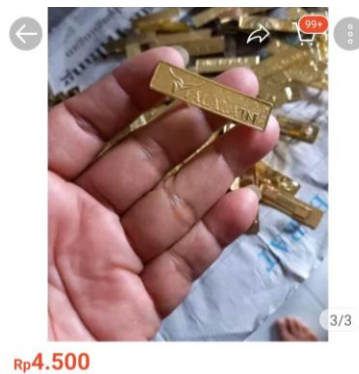
4) label.plat

Dipilih karena memiliki penilaian 4.9/5.0 dan *review customer* rata-rata baik, produk sesuai dengan kebutuhan, harga cukup terjangkau, dan kompetitornya sangat sedikit. Selain itu, *seller* juga ramah, responsif, dan komunikatif.



Gambar 2. 12 label.plat di Shopee

Sebelum menentukan label.plat sebagai mitra bisnis, dilakukan survei terlebih dahulu terhadap beberapa kompetitor. Walaupun kompetitor memiliki harga yang lebih murah, namun, produk yang tersedia tidak sesuai dengan kebutuhan dan memiliki beberapa kekurangan yang bisa mempengaruhi produk Tas 2in1 Alinea. Berikut ini merupakan salah satu kompetitor yang menjadi pertimbangan dalam menentukan mitra logo:



Gambar 2. 13 Kompetitor label.plat

b. Survei dan Penentuan Konveksi atau Vendor Tas

Survei dilakukan secara *online* terlebih dahulu untuk mengetahui konveksi atau vendor tas yang berada di wilayah D.I. Yogyakarta. Setelah membuat daftar konveksi atau vendor tas, tim Alinea merancang jadwal pelaksanaan survei dan melakukan survei bersama-sama serta mengumpulkan informasi dari sisi aspek kebutuhan, kelebihan, kekurangan, dan *cost product*.

Tabel 2. 4 Tabel Hasil Kegiatan Survei Konveksi atau Vendor

Waktu Survei	Lokasi	Nama Konveksi	Kelemahan/ Kekuatan
09 Oktober 2023	Beringharjo Manding Terban	Chiquita Bag	1) Rata-rata pengrajin kulit asli 2) <i>Cost</i> terlalu mahal
	Gondokusuman	Pinus Bag	<i>Cost</i> Rp 105.000 gratis <i>sampling</i> min. 20 pcs
11 Oktober 2023	Klaten Bantul Simanjuntak	Pengrajin Kulit Rumahan Toko Liman	1) Hanya menerima tas <i>souvenir</i> kulit asli 2) Banyak warna bahan
16 Oktober 2023	Bantul	Custombagmaker	>Rp 110.000 <i>sampling</i> Rp 350.000 min. 12 pcs
03 November 2023	Tangerang	Tas Tajur Tangerang	<i>Cost</i> : Rp 99.000 Minimal pemesanan 24 pcs

Setelah melakukan berbagai macam pertimbangan berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan, tim Alinea memilih Konveksi Tas Tajur Tangerang sebagai mitra konveksi. Konveksi Tas Tajur Tangerang menawarkan harga produk yang lebih terjangkau dibandingkan konveksi lain. Selain itu, untuk hasil produk buatan konveksi Tajur juga sudah terbukti dengan testimoni langsung dari salah satu anggota tim Alinea yang pernah membeli produk dari Tas Tajur Tangerang. Kemudian, yang menjadi pertimbangan adalah jarak konveksi dengan *warehouse* Alinea yang berada di Yogyakarta. Namun, hal tersebut dapat dicarikan solusinya dengan pengiriman melalui ekspedisi atau pengambilan secara langsung oleh tim Alinea.

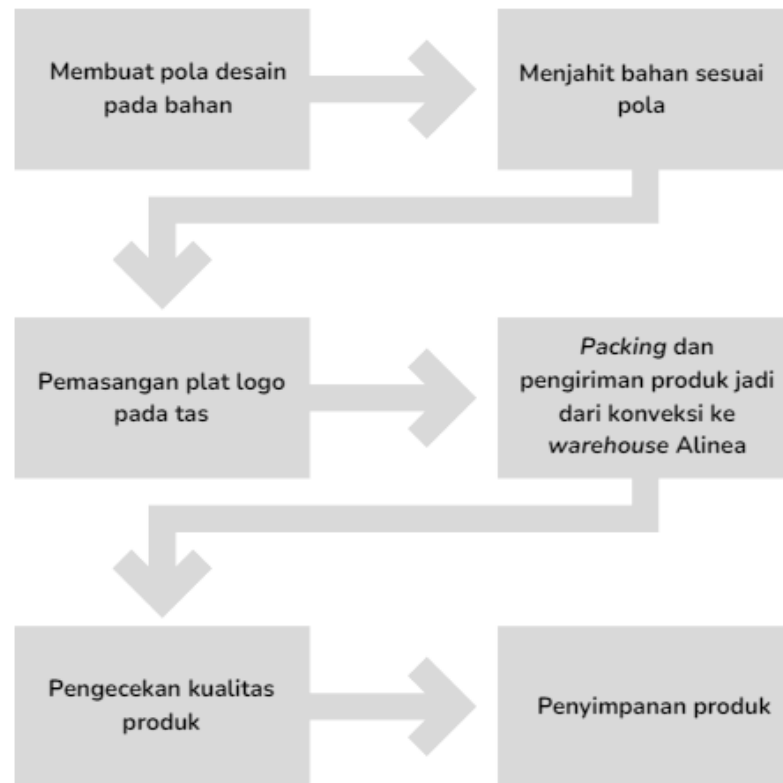
4. Operasional Bisnis : Produksi

a. *Sampling* Produk

Proses *sampling* merupakan proses uji coba pembuatan produk menggunakan inovasi desain sebagai pengembangan *branding* produk. *Sampling* dilakukan di konveksi Pinus Bag berbahan kulit sintetis Myo dan kantong belakang yang lebih besar. Hasil desain dari tas *sampling* digunakan sebagai model tas yang akan di produksi di konveksi yang dipilih. Namun, penggunaan bahan dari hasil *sampling* tidak digunakan karena menjadi kurang kokoh dan *cost product* lebih besar dari rancangan biaya.

b. Proses Produksi

Proses pembuatan Tas *2in1* Alinea dilaksanakan di Konveksi Tas Tajur Tangerang. Kegiatan produksi dari proses pengolahan bahan mentah hingga produk jadi dilakukan oleh konveksi atau bisa disebut sebagai sistem maklon. Proses produksi berlangsung selama dua minggu. Produksi pertama, menghasilkan 36 pcs tas dan proses produksi kedua menghasilkan 24 pcs tas. Proses produksi Tas *2in1* Alinea meliputi:



Gambar 2. 14 Bagan Alur Produksi

5. Manajemen *Stock Product*

Manajemen *stock* adalah proses upaya mengatur jumlah persediaan dan manajemen penyimpanan produk untuk mencegah terjadinya kekurangan persediaan dan dalam rangka menjaga kualitas produk selama proses penyimpanan berlangsung.

a. Perencanaan Produksi

Meliputi kegiatan perancangan alur produksi mulai dari fiksasi jumlah produk yang akan diproduksi, pencatatan kebutuhan bahan baku dan alat produksi, penentuan jenis *packaging*, perancangan tempat penyimpanan, pencatatan rancangan biaya yang akan dikeluarkan, dan menyusun metode distribusi barang. Jumlah produk yang diproduksi pada produksi pertama sejumlah 36 pcs atau tiga lusin dengan tiga variasi warna dan setiap warna sejumlah 12 pcs. Sedangkan, produksi kedua berjumlah 24 pcs dengan varian warna *beige* yang merupakan warna paling diminati semasa penjualan tas dari produksi pertama.

b. Pengadaan *Stock*

Setelah proses produksi selesai, langkah berikutnya adalah penerimaan barang jadi dan kemudian barang jadi akan disimpan di tempat penyimpanan sebagai bentuk pengadaan *stock* dengan terlebih dahulu dilakukan *quality checking* pada masing-masing produk berdasarkan standar mutu yang telah ditetapkan.

c. Penyimpanan Barang

Produk jadi yang telah dilakukan *quality checking* akan disimpan di sebuah *box* kontainer besar dengan tutup guna menjaga produk dari kotoran, debu, maupun ancaman dari serangga. Produk tas telah dilapisi dengan plastik bening yang diberikan pihak konveksi dan kemudian dikelompokkan berdasarkan warna dan disusun berjajar tidak menumpuk. Penumpukkan produk dihindari karena akan membuat produk terlipat dan dapat meninggalkan bekas lipatan yang tahan lama.

d. Monitoring persediaan

Pemantauan persediaan bermanfaat untuk menjaga jumlah *stock* agar tidak kekurangan atau kelebihan sehingga, dapat memenuhi permintaan. Langkah yang dilakukan dalam memantau persediaan, yaitu:

- 1) Membuat catatan kode untuk setiap orderan yang masuk sesuai dengan jumlah *stock* yang ada. Kode produk yang dicatat berupa nama warna tas diikuti dengan nomor urut barang yang keluar.

PRODUKSI 1					
No.	Tanggal	Kode	Nama Pelanggan	Item	Qty
1	01/07	B1	Khusnul Khotimah	Beige	1
2	01/07	B2	Erlin Yuniarti	Beige	1
3	01/07	BL1	Bu Ayu	Black	1
4	01/07	B3	Bu Yuli	Beige	1
5	01/07	B4	Mahfudz	Beige	1
6	01/07	C1	Mahfudz	Choco	1
7	01/07	BL2	Mahfudz	Black	1
8	01/08	B5	Diana	Beige	1
9	01/08	BL3	Vinny	Black	1
10	01/08	C2	Bu Siti Murtapiah	Choco	1
11	01/08	B6	Bu Yuliana	Beige	1
12	01/09	C3	Fitri	Choco	1
13	01/09	C4	Sarah	Choco	1
14	01/13	BL4	Intan	Black	1
15	01/13	B7	Intan	Beige	1
16	01/15	C5	Marsya	Choco	1
17	01/16	BL5	Dee	Black	1
18	01/16	B8	Bunda Dee	Beige	1
19	01/18	C6	Bu Sam	Choco	1

Gambar 2. 15 Pencatatan Kode Produk Per-Orderan

- 2) *Stock Opname*, dilakukan satu kali setiap pada akhir bulan dengan memantau jumlah persediaan barang di catatan dan di gudang atau tempat penyimpanan. Kode produk yang tertera merupakan nama warna dan urutan waktu produksi, yakni B (*beige*), BL (*black*), dan C (*choco*). Sedangkan angka setelah huruf kode warna merupakan urutan waktu produksi, yakni sebagai contoh 'B-01' berarti *stock* produk '*beige* produksi pertama', dsb. Berikut ini adalah hasil pencatatan *stock opname* Tas 2in1 Alinea selama periode 31 Desember 2023 s.d. 30 Maret 2024:

LAPORAN STOCK OPNAME TAS 2IN1 ALINEA										
Periode 31 Desember 2024										
No	Kode Barang	Nama Barang	Satuan	Harga Pokok	Harga Jual	Stok Awal	Penjualan	Persediaan Akhir (Nilai pada Buku)	Persediaan di Gudang (Nilai Fisik)	Ket.
1	B-01	Tas 2in1 Alinea Beige	pcs	Rp 108.013	Rp 135.000	12	0	12	12	☑
2	BL-01	Tas 2in1 Alinea Black	pcs	Rp 108.013	Rp 135.000	12	0	12	12	☑
3	C-01	Tas 2in1 Alinea Choco	pcs	Rp 108.013	Rp 135.000	12	0	12	12	☑
TOTAL						36	0	36	36	

LAPORAN STOCK OPNAME TAS 2IN1 ALINEA										
Periode 31 Januari 2024										
No	Kode Barang	Nama Barang	Satuan	Harga Pokok	Harga Jual	Stok Awal	Penjualan	Persediaan Akhir (Nilai pada Buku)	Persediaan di Gudang (Nilai Fisik)	Ket.
1	B-01	Tas 2in1 Alinea Beige	pcs	Rp 108.013	Rp 135.000	12	9	3	3	☑
2	BL-01	Tas 2in1 Alinea Black	pcs	Rp 108.013	Rp 135.000	12	5	7	7	☑
3	C-01	Tas 2in1 Alinea Choco	pcs	Rp 108.013	Rp 135.000	12	6	6	6	☑
TOTAL						36	20	16	16	

Gambar 2. 16 *Stock Opname* Periode Desember 2023 dan Januari 2024

LAPORAN STOCK OPNAME TAS 2IN1 ALINEA										
Periode 29 Februari 2024										
No	Kode Barang	Nama Barang	Satuan	Harga Pokok	Harga Jual	Stok Awal	Penjualan	Persediaan Akhir (Nilai pada Buku)	Persediaan di Gudang (Nilai Fisik)	Ket.
1	B-01	Tas 2in1 Alinea Beige	pcs	Rp 108.013	Rp 135.000	3	3	0	0	☑
2	BL-01	Tas 2in1 Alinea Black	pcs	Rp 108.013	Rp 135.000	7	7	0	0	☑
3	C-01	Tas 2in1 Alinea Choco	pcs	Rp 108.013	Rp 135.000	6	5	1	1	☑
TOTAL						16	15	1	1	

LAPORAN STOCK OPNAME BARANG PT ALINEA										
Periode 30 Maret 2023										
No	Kode Barang	Nama Barang	Satuan	Harga Pokok	Harga Jual	Stok Awal	Penjualan	Persediaan Akhir (Nilai pada Buku)	Persediaan di Gudang (Nilai Fisik)	Ket.
1	B-01	Tas 2in1 Alinea Beige	pcs	Rp 108.013	Rp 135.000	0	0	0	0	☑
2	BL-01	Tas 2in1 Alinea Black	pcs	Rp 108.013	Rp 135.000	0	0	0	0	☑
3	C-01	Tas 2in1 Alinea Choco	pcs	Rp 108.013	Rp 135.000	1	1	0	0	☑
4	B-02	Tas 2in1 Alinea Beige	pcs	Rp 108.013	Rp 135.000	24	24	0	0	☑
TOTAL						25	25	0	0	

Gambar 2. 17 *Stock Opname* Periode Februari dan Maret 2024

6. *Quality Control*

Quality control dilakukan untuk memastikan proses produksi produk Tas *2in1 Alinea* berjalan lancar dan dapat meminimalisir jumlah produk cacat sehingga, produk dapat diterima baik oleh *customer* dan dapat meningkatkan kepercayaan *customer* terhadap produk. Sistem pencatatan untuk *quality control* produk jadi menggunakan *check sheet* (Permono *et al.*, 2022).

Sebelum proses *quality control* dilakukan, penulis terlebih dahulu membuat daftar indikator sebagai standar proses kegiatan *quality control* selama produksi sampai proses penyimpanan produk. Kegiatan *quality control* tersebut terdiri dari pengawasan proses produksi, pengecekan unit jadi (*quality checking product*) baik produk tas maupun *spunbond*, pengecekan tempat penyimpanan, dan pengecekan barang sebelum dijual.

Tabel 2. 5 Proses *Quality Control*

No.	Kegiatan	Indikator
1.	Pengawasan proses produksi	Melakukan follow up terkait proses produksi kepada konveksi via chat WhatsApp dan <i>chat</i> Shopee secara berkala sebanyak 4 kali yakni: <ul style="list-style-type: none"> a) 1x sebelum proses produksi mulai : memastikan b) 2x selama proses produksi c) 1x setelah proses produksi selesai
2.	Pengecekan setiap unit barang jadi setelah produksi sesuai standar mutu yang ditentukan,	<p style="text-align: center;">Tas <i>2in1 Alinea</i></p> <ul style="list-style-type: none"> a) Jahitan: <ul style="list-style-type: none"> (1) Rapih sesuai jalur jahitan (2) Tidak ada benang yang berlebih/kurang (3) Semua bagian terjahit sempurna b) Bahan Kulit Sintetis <ul style="list-style-type: none"> (1) Menggunakan bahan Virotex

No.	Kegiatan	Indikator
		<p>(2) Tidak ada sobek (3) Tidak ada kerutan (4) Tidak bernoda</p> <p>c) Resleting, Logo, dan <i>Ring</i></p> <p>(1) Semua resleting yang digunakan sejenis (2) Resleting tidak berkarat (3) Rel resleting lancar ketika digunakan (4) Jumlah <i>ring</i> lengkap (5) Semua terpasang rapih dan kuat (6) Letak logo sesuai <i>layout</i> yang dirancang.</p> <p style="text-align: center;"><i>Spunbond</i></p> <p>a) Jahitan:</p> <p>(1) Rapih sesuai jalur jahitan (2) Tidak ada benang yang berlebih/kurang (3) Semua bagian terjahit sempurna</p> <p>b) Bahan <i>spunbond</i> tidak robek atau berlubang</p> <p>c) Tinta sablon rapih, sesuai dengan tulisan atau model desain, tidak menempel pada produk lain, tidak terkelupas</p> <p>d) Tali <i>spunbond</i> dapat digunakan sebagaimana mestinya, tidak putus, dan ukuran semua panjang tali sama</p>

No.	Kegiatan	Indikator
3.	Pengecekan tempat penyimpanan	Memastikan <i>box</i> kontainer bersih, tidak pecah, kering, dan dapat berfungsi dengan sempurna.
4.	Pengecekan sebelum <i>packing</i>	<ul style="list-style-type: none"> a) Memastikan setiap tas dibungkus plastik transparan terlebih dahulu kemudian dibungkus <i>spunbond</i> b) <i>Spunbond</i> dan <i>polymailer</i> tidak ada noda, robek, atau pun rusak lainnya. c) Menulis nama penerima dan alamat pengiriman sesuai dengan pesanan d) melapisi stiker pengiriman dengan lakban agar tidak luntur atau robek selama proses pengiriman e) Pengecekan logo

Setelah indikator tersebut tersusun, maka proses *quality control* dapat dilaksanakan. *Quality control* berupa *quality checking product* dilaksanakan setiap selesai produksi dan dicatat pada *check sheet* (Judi *et al.*, 2011).

Pencatatan di *check sheet* ini guna untuk mendeteksi total banyaknya *defect product* atau *reject* yang terjadi pada setiap hasil produksi. Hasil dari *check sheet* ini dapat bermanfaat sebagai bahan evaluasi dan juga sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk menentukan mitra bisnis.

Berikut ini merupakan hasil pencatatan di *check sheet* setelah adanya proses *quality checking* dari dua kali produksi. Produksi pertama dilaksanakan bulan Desember 2023 dan produksi kedua dilaksanakan di bulan Februari 2024:

Tabel 2. 6 Tabel *Checksheets*

TAS 2IN1 ALINEA			
PRODUKSI I			
Total <i>Input</i>	36 pcs		
Jenis Cacat	P-I	Total	Defect %
Jahitan	0	0	0%
Bahan	1	1	2,7%
Resleting	0	0	0%
Inner	0	0	0%
Logo	2	2	3,3%
PRODUKSI II			
Total <i>Input</i>	24 pcs		
Jenis Cacat	P-II	Total	Defect %
Jahitan	0	0	0%
Bahan	2	2	8%
Resleting	0	0	0%
Inner	0	0	0%
Logo	0	0	0%

SPUNBOND			
PRODUKSI I			
Total <i>Input</i>	50 pcs		
Jenis Cacat	P-I	Total	Defect %
Jahitan	0	0	0%
Tinta Sablon	29	29	58%
Berlubang	0	0	0%
Tali Putus	0	0	0%
Robek	0	0	0%
PRODUKSI II			
Total <i>Input</i>	30 pcs		
Jenis Cacat	P-II	Total	Defect %
Jahitan	0	0	0%
Tinta Sablon	2	2	6,7%
Berlubang	0	0	0%
Tali Putus	0	0	0%
Robek	0	0	0%

Dari hasil *check sheet* tersebut, dapat diketahui bahwasannya dari produksi pertama terdapat dua macam *defect* pada tas. Sebanyak dua tas dengan jenis cacat logo (kurang kencang saat pemasangan dan hampir lepas) dan satu tas cacat bahan (terdapat coretan kapur jahit pada bahan). Sedangkan, untuk produk *spunbond*, terdapat 29 *spunbond* dengan kondisi tinta sablon yang saling menempel antar produk sehingga, membuat tampilan *spunbond* kotor.

Kemudian, untuk produksi kedua terdapat dua tas dengan *defect* coretan kapur, sisa lem pada bahan produk, dan terdapat dua *spunbond* dengan *defect* tinta sablon yang menempel. Namun, *defect* tinta sablon yang menempel pada *spunbond* dapat diperbaiki sehingga, *spunbond* dapat berfungsi secara sempurna.

7. Rincian Keuangan Produksi

a. Biaya Produksi dan Investasi

Sejumlah biaya yang ditujukan untuk menjalankan proses pengolahan bahan baku menjadi barang siap dijual disebut sebagai biaya produksi. Biaya produksi terdiri atas biaya bahan baku dan biaya *packaging* yang dibutuhkan. Selain itu, terdapat biaya investasi yang terdiri dari peralatan yang digunakan dalam mendukung operasional bisnis.

Tabel 2. 7 Tabel Biaya Produksi dan Investasi

Jenis	Satuan	Harga Satuan	Qty	Jumlah Harga	
				Produksi I	Produksi II
Variable Cost					
Bahan Baku	Pcs	Rp 99.000	36	Rp 3.564.000	Rp 2.376.000
<i>Spunbond</i>	Pcs	Rp 2.450	50	Rp 122.500	Rp 108.000
Plat Logo	Pcs	Rp 5.000	50	Rp 250.000	Rp 250.000
Stiker Pengiriman	Pcs	Rp 500	36	Rp 18.000	Rp 0
<i>Polymailer</i>	Pcs	Rp 980	50	Rp 49.000	Rp 0
Total Biaya Produksi				Rp 4.003.500	Rp 2.734.000
Kapasitas Produksi				36 Pcs	24 Pcs
Investasi					
<i>Box</i> Kontainer	Unit	Rp 140.000	1	Rp 140.000	
Plastik	Pcs	Rp 13.000	1	Rp 13.000	
Lakban	Pcs	Rp 6.000	1	Rp 6.000	
Pulpen	Pcs	Rp 2.200	1	Rp 2.200	
Total Biaya Investasi				Rp 161.200	

Tabel 2. 8 Biaya Produksi/Pcs

Biaya Produksi/Pcs		
Bahan Baku	Pcs	Rp 99.000
<i>Spunbond</i>	Pcs	Rp 2.450
Plat Logo	Pcs	Rp 5.000
Stiker Pengiriman	Pcs	Rp 500
<i>Polymailer</i>	Pcs	Rp 980
Total Biaya Bahan Baku dan Kemasan/pcs		Rp 107.930

Biaya bahan baku dan kemasan/pcs akan dihitung menjadi biaya pembelian pada tabel HPP yang akan dikalikan dengan kapasitas produksi 60 pcs.

b. Harga Pokok Produksi/HPP

Tabel 2. 9 Tabel HPP

Perhitungan Harga Pokok Produksi	
Persediaan Bahan Baku	
Pembelian	Rp 6.475.800
Total Biaya Bahan Baku	Rp 6.475.800
Persediaan Barang Dalam Proses (<i>Work In Process</i> /WIP)	
Total Biaya Bahan Baku	Rp 6.475.800
Total Biaya WIP	Rp 6.475.800
Biaya Administrasi	Rp 5.000
HARGA POKOK PRODUKSI	Rp 6.480.800
Volume Produksi	60
HPP/PRODUK	Rp 108.013

Total HPP yang dihasilkan adalah **Rp6.480.800**. Kemudian, didapatkan total HPP/pcs sebesar **Rp108.013** yang berasal dari jumlah total HPP dibagi dengan jumlah volume produksi. Volume produksi yang digunakan adalah jumlah produksi pertama, yakni 36 pcs dengan produksi kedua sebanyak 24 pcs.

c. Harga Jual Produk

Setelah didapatkan nilai HPP/pcs, maka dapat ditentukan harga jual produk yang akan dipasarkan. Harga jual tersebut terdiri dari HPP/pcs dijumlah dengan profit yang diinginkan/pc.

Tabel 2. 10 Tabel Penghitungan Harga Jual Produk

Akumulasi Jenis Biaya	Jumlah
Total HPP/Pcs	Rp 108.013
Profit/Pcs	Rp 26.987
	—————+
Harga Jual Produk	Rp 135.000

Didapatkan harga jual produk yang akan dipasarkan adalah **Rp135.000**.

d. BEP (*Break Event Point*)

Break Event Point atau BEP dapat mewakili keadaan suatu bisnis ketika tidak mengalami keuntungan maupun kerugian. BEP dapat menjadi salah satu pertimbangan pelaku bisnis untuk mengambil keputusan baik dalam pengembangan produk maupun untuk menghindari perusahaan dari kerugian (Maruta, 2018). Selain itu, BEP merupakan salah satu faktor penentu kelayakan keberlanjutan suatu usaha (Tri Retnaning, 2020).

Tabel 2. 11 Tabel *Break Event Point*

Keterangan	Jumlah Harga
Penjualan	Rp 8.100.000
<i>Fixed Cost</i>	
Peralatan Investasi	Rp 161.200
Penyusutan Peralatan Investasi	Rp 28.848
Biaya Administrasi Pembelian Bahan Baku	Rp 5.000
Transportasi	Rp 100.000
Total <i>Fixed Cost</i>	Rp 295.048
<i>Variable Cost</i>	
Bahan Baku	Rp 6.737.500
Biaya Operasional	Rp 353.200
Total <i>Variabel Cost</i>	Rp 7.090.700
BEP HARGA	Rp 2.367.868
BEP UNIT	13

Dari penghitungan diatas, didapatkan hasil jumlah BEP unit adalah **13** sedangkan, BEP harga adalah **Rp 2.367.868**. Hasil BEP harga menghasilkan arti bahwa usaha Tas *2in1* Alinea akan mencapai titik impas saat perusahaan memperoleh pendapatan sebesar nilai tersebut. Sehingga, bisnis dinilai layak karena kapasitas produksi lebih besar dari BEP unit dan tingkat penjualan lebih besar dari BEP harga.

8. Laporan Keuangan

Penulisan laporan keuangan didasarkan dengan SAK ETAP (2009, par2.1) dalam (Sugiri & Riyono, 2019) terdiri dari neraca (posisi keuangan), laba rugi, dan arus kas. Laporan keuangan Alinea terhitung selama kegiatan bisnis dari bulan November 2023 s.d. 31 Maret 2024 dan disusun oleh tim Alinea bersama penulis.

a. Neraca

Laporan neraca disusun untuk dapat mengetahui informasi terkait aset, kewajiban, dan ekuitas perusahaan. Berikut ini merupakan penyajian laporan neraca Alinea bentuk Skontro:

Tabel 2. 12 Laporan Neraca

ALINEA NERACA PER 31 MARET 2024			
ASET		KEWAJIBAN	
Aset Lancar		Liabilitas	
Kas dan Setara Kas	Rp 5.352.956	Hutang	Rp -
Bahan Habis Pakai	Rp 291.844	Jumlah	Rp -
Jumlah Aset Lancar	Rp 5.644.800		
Aset Tetap		EKUITAS	
Peralatan	Rp 161.200	Modal	Rp 4.540.000
Akm. Penyusutan	(Rp 28.848)	Laba	Rp 1.237.152
Jumlah Aset Tetap	Rp 132.352		
Aset Total	Rp 5.777.152	Kewajiban dan Ekuitas Total	Rp 5.777.152

Jumlah aset total yang dimiliki Alinea adalah sejumlah **Rp5.777.152** serta total kewajiban dan ekuitas sejumlah adalah **Rp5.777.152**. Aset lancar kas dan setara kas merupakan saldo uang yang tersimpan di rekening BSI Alinea. Sedangkan, bahan habis pakai merupakan sisa bahan *packing* dan logo. Nilai modal terdiri dari modal iuran sejumlah Rp4.400.000 dan modal dalam bentuk barang berupa *box* kontainer sebagai tempat penyimpanan produk seharga Rp140.000.

b. Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi menyajikan informasi mengenai kinerja perusahaan berupa pendapatan (*revenue*), keuntungan (*income*), dan biaya atau beban perusahaan yang dikeluarkan selama periode tertentu.

Tabel 2. 13 Laporan Laba Rugi

ALINEA		
LAPORAN LABA RUGI		
PERIODE NOVEMBER 2023 s.d. 31 MARET 2024		
Pendapatan		
Penjualan		Rp 8.100.000
Potongan Penjualan		Rp -
Total Pendapatan		Rp 8.100.000
HPP		Rp 6.480.800
Laba (Rugi) Kotor		Rp 1.619.200
Biaya Usaha		
Biaya Marketing	Rp 199.200	
Biaya Transport dan Ekspedisi	Rp 109.000	
Biaya Administrasi	Rp 45.000	
Penyusutan Peralatan	Rp 28.848	
Total Biaya Usaha	Rp 382.048	
Laba (Rugi) Usaha		Rp 1.237.152
Kerugian dan Beban di Luar Usaha	Rp -	
Laba Bersih		Rp 1.237.152

Dapat diketahui dari hasil penyajian laporan laba rugi tersebut, jumlah laba kotor, yakni sejumlah **Rp1.619.200** dan laba usaha **Rp1.237.152**. Kemudian, didapatkan nilai laba bersih sejumlah **Rp1.237.152**. Laba akan didistribusikan menjadi *dividen* kepada pemilik modal dengan pembagian 50% untuk masing-masing orang.

c. Laporan Arus Kas

Laporan arus kas atau *cash flow* adalah laporan pengeluaran dan pemasukan atau pendapatan usaha dalam periode tertentu. Berdasarkan (SAK ETAP 2009. par.7.3) dalam (Sugiri & Riyono, 2019) laporan arus kas terdiri dari pengeluaran dan penerimaan dana yang berasal dari aktivitas operasional, aktivitas investasi, dan aktivitas pendanaan.

Tabel 2. 14 Laporan Arus Kas

ALINEA		
LAPORAN ARUS KAS		
PERIODE NOVEMBER 2023 s.d. 31 MARET 2024		
A.	Kegiatan Operasional	
	Pendapatan dari penjualan	Rp 8.100.000
	Biaya Operasional	-Rp 7.125.844
	Total Arus Kas Kegiatan Operasional	Rp 974.156
B.	Kegiatan Investasi	
	Membeli Peralatan	-Rp 21.200
	Total Arus Kas Kegiatan Investasi	-Rp 21.200
C.	Kegiatan Pendanaan	
	Total Arus Kas Kegiatan Pendanaan	Rp -
	Kenaikan Kas Bersih	Rp 952.956
	Saldo Kas Awal	Rp 4.400.000
	Saldo Kas Akhir	Rp 5.352.956

Dari hasil penyajian laporan arus kas, diketahui total biaya untuk menunjang operasional selama proses perintisan bisnis Alinea sejumlah **Rp 7.125.844**. Jumlah saldo kas akhir, yakni **Rp 5.352.956** dengan saldo kas awal berupa iuran modal sejumlah **Rp 4.400.000** yang kemudian dijumlahkan dengan kenaikan kas bersih sejumlah **Rp 952.956**.

9. Hasil Capaian Target Aktivitas

Setelah operasional bisnis berjalan, bidang produksi kemudian melakukan evaluasi hasil rencana pelaksanaan program kerja bidang produksi terhadap realita pelaksanaan kegiatan produksi dalam rangka mencapai target aktivitas:

Tabel 2. 15 Tabel Hasil Capaian Target Aktivitas

Program Kerja	Capaian Target Aktivitas	Hasil Aktivitas
Membuat rancangan <i>branding produk</i> (model tas, logo, <i>layout</i> , inovasi, dan warna).	Menghasilkan desain tas yang akan diproduksi.	Terlaksana dan menghasilkan spesifikasi produk yang akan diproduksi.
Survei konveksi atau vendor	Mendapatkan informasi berupa kontak dan alamat konveksi	Terlaksana dengan baik serta berhasil mendapatkan semua kontak konveksi atau vendor yang dikunjungi selama empat hari survei di wilayah D.I. Yogyakarta dan sekitarnya.
Melakukan <i>sampling</i>	Menghasilkan desain tas <i>fixed</i> yang akan diproduksi	Desain tas hasil <i>sampling</i> digunakan sebagai desain tas <i>fixed</i> yang diproduksi
Produksi, <i>quality control</i> , dan manajemen <i>stock product</i>	1. Produksi berjalan di konveksi yang dipilih. 2. Jumlah produk sesuai dengan kesepakatan dan <i>budget</i> , serta hasil jadi produk	Proses produksi dan <i>quality control</i> terlaksana dengan baik sesuai capaian target aktivitas. Kecuali, pengunjungan konveksi secara langsung tidak dapat

Program Kerja	Capaian Target Aktivitas	Hasil Aktivitas
	<p>memenuhi standar mutu yang telah ditentukan.</p> <p>3. Mengunjungi konveksi saat proses produksi dan saat <i>finishing</i> produk, serta memastikan produksi berjalan dengan baik dan sesuai <i>timeline</i> (min. dua kali kunjungan).</p> <p>4. Mengecek satu persatu produk jadi berdasarkan standar mutu yang ditentukan.</p>	<p>dilaksanakan karena letak konveksi yang jauh dan kurangnya fleksibilitas waktu yang dimiliki oleh bidang produksi. Sehingga, pemantauan proses produksi dilakukan via WhatsApp dengan bukti berupa dokumentasi proses produksi.</p>
<p>Menghitung biaya produksi, <i>cost product/HPP</i>, analisis BEP.</p>	<p>Susunan laporan keuangan yang terencana dan terperinci, masa pengembalian modal tidak lebih dari enam bulan, serta harga jual produk di rentang harga antara: Rp 119.000-150.000.</p>	<p>Didapatkan harga produk senilai Rp 135.000 dari hasil penghitungan biaya produksi, HPP, dan analisis BEP.</p>

Program Kerja	Capaian Target Aktivitas	Hasil Aktivitas
Mencatat keuangan harian, neraca, laba rugi, dan arus kas bersama dengan bidang pemasaran Alinea	Berdasarkan standar penyusunan laporan akuntansi	Laporan keuangan disusun sesuai dengan aturan dasar akuntansi SAK ETAP dalam Buku Pengantar Akuntansi Pengantar 1 (Edisi Kesepuluh) karya (Sugiri & Riyono, 2019)
Melakukan evaluasi	Dapat mendefinisikan permasalahan yang terjadi dan dapat merancang solusi sebagai langkah mitigasi dari permasalahan yang pernah terjadi.	Terlaksana dan hasil evaluasi berupa identifikasi permasalahan dan pemecahan masalah dari tinjauan teori terdapat di BAB III.

BAB III

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

A. Identifikasi Masalah

Seiring berkembangnya sebuah bisnis, pasti akan didapati beberapa kendala yang dapat menghambat jalannya operasional bisnis. Kendala atau permasalahan tersebut ada yang dapat ditindaklanjuti atau tidak dapat ditindaklanjuti. Selain itu, permasalahan dapat bersal dari internal dan eksternal. Contoh permasalahan internal bisa dari permasalahan desain produk sedangkan, permasalahan karena faktor eksternal seperti, miskomunikasi dengan mitra bisnis. Berikut ini merupakan permasalahan yang penulis temukan selama proses perintisan bisnis Tas *2in1* Alinea khususnya dalam bidang produksi:

1. Spesifikasi Produk

Spesifikasi produk yang telah direncanakan merupakan hasil diskusi internal tim Alinea. Kemudian, terdapat beberapa permasalahan yang terjadi setelah proses produksi produk selesai seperti, ukuran tas lebih besar dari yang direncanakan dan tidak adanya hiasan tali kecil sebagai penambah estetika produk. Berasal dari permasalahan tersebut kemudian, muncul masalah terkait ukuran *packaging* yang tidak mencukupi ukuran tas.

2. Komunikasi Bisnis

Interaksi antar mitra bisnis dapat dilakukan secara verbal dan non-verbal. Penulis telah melakukan komunikasi verbal melalui percakapan via WhatsApp dan *chat* Shopee. Rencana sebelum dilakukannya komunikasi adalah mencatat setiap *detail* topik bahasan dan hasilnya, menghubungi di jam kerja, dan tidak *spam* dengan harapan tidak terjadi miskomunikasi. Selain itu, bidang produksi sudah menemui pihak konveksi secara langsung untuk melakukan fiksasi. Namun, pada realisasinya terjadi miskomunikasi dengan pihak konveksi terkait spesifikasi produk yang berubah dari kesepakatan dan waktu operasional produksi mundur dari perencanaan. Hal ini bisa terjadi akibat pihak admin konveksi yang tidak fokus saat melayani *customer* bisnisnya atau tidak adanya pencatatan hasil percakapan.

3. Kemasan atau *Packaging*

Sebelum menentukan *packaging*, penulis dan tim Alinea menyusun berbagai rencana dalam bentuk *plan A* dan *plan B*. *Plan A* berisi rencana *packaging* produk menggunakan plastik *ziplock* transparan, *polymailer*, dan ditempelkan stiker pengiriman. Sedangkan, *plan B* merupakan rancangan penggunaan *spunbond* sebagai alternatif *ziplock* transparan. Pada realisasinya, *plan A* tidak dapat digunakan karena pesanan tidak dibuat selama lebih dari seminggu dan tidak adanya kepastian dari *seller* Shopee. Beberapa rencana dan realisasi tersebut dapat dirangkum dari setiap aspek didapati permasalahan berikut ini:

Tabel 3. 1 Tabel Permasalahan Bagian Produksi

Rencana	Realisasi	Permasalahan
Spesifikasi Produk		
1. Ukuran tas: 35cm x 32cm	1. Ukuran tas: 37cm x 33cm	Adanya perbedaan ukuran tas dan penggunaan hiasan tali kecil yang menyebabkan masalah pada bagian <i>packaging</i> dan realisasi estetika produk berbeda dengan perencanaan.
2. Menggunakan hiasan tali kecil	2. Tidak menggunakan hiasan tali kecil	
3. Tiga varian warna: <i>beige</i> , <i>choco</i> , dan <i>black</i> .	3. Terdapat tiga varian warna: <i>beige</i> , <i>choco</i> , dan <i>black</i> .	
4. Model <i>2in1 tote bag</i> dan <i>backpack</i>	4. Model <i>2in1 tote bag</i> dan <i>backpack</i>	
5. Harga Rp 135.000	5. Harga Rp 135.000	
Komunikasi Bisnis		
Komunikasi dengan pihak konveksi via WhatsApp rutin, <i>fast respons</i> , dan tidak terjadi miskomunikasi.	Komunikasi terhambat karena kesibukan pihak konveksi dan terjadi miskomunikasi terkait spesifikasi produk, yaitu	Munduranya waktu operasional produksi dari rencana dan berubahnya spesifikasi produk.

Rencana	Realisasi	Permasalahan
Komunikasi dengan <i>customer</i>	tidak terdapat hiasan tali kecil pada tas.	
Kemasan/Packaging		
<i>Transparant ziplock</i> ukuran 35cm x 45cm <i>Polymailer premium</i> bermotif ukuran 30cm x 40cm Alternatif: <i>Spunbond</i> ukuran 38cm x 45cm x 12cm	Seller Shopee ziplock tidak memproses pesanan dan tidak merespon selama 10 hari. Polymailer lebih kecil dari ukuran tas sehingga, tidak dapat menutupi keseluruhan produk tas Sebanyak 29 dari 50 <i>spunbond reject</i> (>50%) dengan kerusakan tinta sablon yang menempel antar produk	Pesanan terhambat dan menyebabkan keterlambatan kegiatan operasional lain dan polymailer tidak dapat digunakan Hanya sebagian <i>spunbond</i> yang bisa langsung digunakan dan selebihnya memerlukan tindakan perbaikan sebelum bisa digunakan.

B. Tinjauan Teoritis

Spesifikasi produk dapat menjadi alat komunikasi antara pengguna dan penyedia barang atau jasa, yakni berupa rancangan produk sesuai dengan dengan melihat kebutuhan dan memahami perilaku konsumen yang ada di pasar. Spesifikasi produk adalah salah satu faktor yang menentukan tingkat kepuasan konsumen setelah membeli dan menggunakan suatu produk (Fany Novita & Rahim, 2022). Selain itu Gilang Perdana & Putri Pratama (2020), mengemukakan persepsi *customer* dalam melakukan pembelian produk dapat dipengaruhi oleh kualitas dan desain produk. Keputusan pembelian *customer* juga dipengaruhi oleh jumlah harga, kualitas produk, dan desain produk (Hananto, 2021). Kesalahan dalam merancang

spesifikasi produk harus dihindari guna membuat produk dapat secara maksimal memenuhi fungsinya dan dapat terjual (Made & Batan, 2002).

Dalam menyusun spesifikasi produk, terlebih dahulu dibuat rancangan desain produk yang menyesuaikan kebutuhan dan minat konsumen yang bisa didapatkan melalui riset sederhana atau survei. Hal berpengaruh lainnya adalah upaya untuk mengembangkan variasi produk atau pembaharuan dengan inovasi yang lebih modern dan *trendy* (Latte & Manan, 2022).

Selanjutnya, penulis dan tim Alinea membuat desain produk Tas *2in1* Alinea dengan spesifikasi: harga yang ditawarkan Rp 135.000, bahan tas terbuat dari kulit sintetis tipe Virotext, model tas *2in1* (*tote bag* dan *backpack*), fungsi utama tas menjadi wadah untuk membawa berbagai macam perlengkapan dan fungsi penunjang penampilan yang simpel dan elegan, serta ukuran tas tergolong sedang.

Interaksi yang terjadi antara para pelaku bisnis dilakukan baik secara tertulis, verbal, maupun non-verbal seperti, bahasa isyarat, gerakan tubuh disebut sebagai komunikasi bisnis. Salah satu indikator keberhasilan seorang pelaku bisnis adalah seberapa baik mereka dapat memiliki keterampilan yang cakap dalam mengelola komunikasinya agar terciptanya lingkungan persaingan bisnis yang harmonis (Adin *et al.*, 2023).

Menurut Schramm dalam (Tuti Bahfiarti, 2012), komunikasi yang efektif, yaitu ketika dapat pemahaman yang selaras dapat dibangun secara bersama antara pihak sumber pengirim informasi dan pihak penerima informasi. Singkatnya, informasi yang diterima sama dengan yang disampaikan pengirim pesan. Nita Andriani (2021) menyebutkan bahwa komunikasi yang dilakukan dengan metode kombinasi dengan verbal baik tertulis, maupun terucap, dan non-verbal atau praktik langsung memungkinkan penerimaan informasi lebih mudah diserap atau dipahami dengan jelas.

Komunikasi erat hubungannya dengan etika. Menurut hukum Islam, etika komunikasi sangat penting dan merupakan aturan komunikasi yang mengandung nilai-nilai moral yang mencakup unsur-unsur baik hubungan antara seseorang dengan Allah maupun hubungan antar manusia seperti, hubungan mitra bisnis dengan tujuan kemaslahatan.

Komunikasi dilakukan semata-mata bukan hanya untuk demi memenuhi kebutuhan dan keuntungan bisnis saja namun, juga berorientasi untuk membangun muamalah yang baik antar sesama manusia dengan membangun kerjasama yang baik, tidak saling merugikan, serta menghindari terjadinya hal-hal yang diharamkan dalam berniaga menurut syariat Islam. Ketika terjadi miskomunikasi, penulis bersama tim Alinea merancang langkah penyelesaian terhadap permasalahan yang terjadi dengan musyawarah dan melakukan evaluasi terkait penyebab terjadinya miskomunikasi tersebut.

Maka dari itu, dalam melakukan komunikasi kepada mitra bisnis Tas *2in1* Alinea seperti, admin mitra konveksi, mitra logo, mitra *spunbond*, dan juga *customer*, penulis melakukan beberapa langkah dalam komunikasi bisnis baik sebelum komunikasi dilakukan, saat komunikasi berlangsung, maupun saat komunikasi berakhir:

1. Menyusun daftar topik atau hal-hal yang akan dibahas dengan mitra dalam jangka waktu terdekat
2. Melakukan perkenalan diri dan menyampaikan tujuan melakukan komunikasi kepada mitra bisnis
3. Menyampaikan setiap topik tersebut dengan memastikan setiap topik dapat dipahami oleh mitra bisnis dan mencegah terjadinya miskomunikasi
4. Menyampaikan pertanyaan satu persatu agar tidak terjadinya penumpukan chat dan guna menghindari adanya pertanyaan yang terlewat untuk dijawab
5. Mengakhiri setiap komunikasi dengan mengucapkan terimakasih
6. Melakukan komunikasi *chat* di jam kerja aktif (08.00-17.00 WIB)
7. Melakukan setiap komunikasi menggunakan bahasa yang sopan, jelas, lugas, serta menerapkan etika berkomunikasi menurut syariat Islam.
8. Melakukan komunikasi *mix methods* dengan metode verbal dan nonverbal.
9. Mencatat setiap hasil pembahasan dan melakukan evaluasi terkait komunikasi di hari tersebut guna memperbaiki komunikasi di hari berikutnya.

Peranan *packaging* selain merupakan suatu wadah yang berfungsi untuk melindungi produk dari berbagai macam kemungkinan kerusakan, *packaging* atau

kemasan juga dapat menjadi daya tarik minat konsumen dan sebagai salah satu media informasi produk ke konsumen. *Packaging* menjadi salah satu strategi dalam membangun *branding*, yakni untuk menggambarkan citra merk di mata konsumen (Chomsatu *et al.*, 2019).

Berdasarkan hasil penelitian Prameswari (2018), terkait inovasi desain kemasan, desain kemasan merupakan faktor utama bagi responden dalam memilih produk. Dalam merancang sebuah desain kemasan konsep *background* dan warna *packaging* atau kemasan disusun secara selaras dan menarik, penggunaan tipografi yang sesuai dengan penggambaran produk sehingga, akan tergambar identitas produk, desain yang fungsional, serta dapat menciptakan respons emosional positif dengan menarik perhatian secara visual atau *good appearance* (Karedza, 2017). Selain dari sisi *appearance*, menurut Mukhtar & Nurif (2015), desain *packaging* setidaknya harus mempertimbangkan beberapa faktor dalam pemilihannya, yakni:

1. Keamanan guna menghindari produk dari berbagai ancaman kerusakan
2. Ekonomi yang merupakan efisiensi dan efektivitas produk terhadap biaya yang digunakan
3. Distribusi, yakni *packaging* mudah digunakan dalam proses pendistribusian dan penyimpanan
4. Memanfaatkan desain *packaging* sebagai sarana penyampaian informasi terkait citra produk
5. Kemudahan penggunaan bagi *customer* atau *ergonomic*
6. Nilai estetika suatu desain terletak pada elemen visualnya memiliki visual yang menarik melalui perpaduan warna, *font*, atau gambar yang dapat menginterpretasikan produk
7. Membangun identitas dengan memiliki ciri khas tersendiri agar mudah dikenali dan tidak menjiplak desain karya orang lain
8. Kemasan memiliki fungsi *promotor* atau bisa disebut *silent sales person* yang dapat secara efektif memengaruhi konsumen dalam pembelian produk
9. *Reusable* dan *eco green packaging* lebih diminati calon *customer*.

Kemasan baik dari sisi desain maupun dari sisi tampilannya, harus

direncanakan secara efektif dan efisien, karena penentuan desain kemasan dan realisasinya mengeluarkan biaya yang tidak sedikit dan dapat mempengaruhi perubahan harga pokok produksi dan harga jual. Penggunaan *packaging* yang dapat digunakan kembali (*reusable*) seperti, *goodie bag* atau *spunbond* merupakan jenis *packaging* yang dapat direkomendasikan untuk produk tas (Praditya *et al.*, 2019) Kemasan *reusable* dapat menawarkan manfaat lebih seperti, biaya kemasan *reusable* dapat lebih rendah dibandingkan kemasan sekali pakai (Coelho., 2020). *Spunbond* memiliki kekuatan bahan lebih dari kemasan kertas, media *spunbond* dapat didesain dengan bebas dan mudah, harga relatif murah dan terjangkau, dapat melindungi produk tas namun, tetap memiliki nilai estetika tersendiri dengan motif atau desain yang disusun, dan juga faktor utama lingkungan, yakni *spunbond* merupakan kemasan yang dapat digunakan berulang kali (*reusable packaging*) dan termasuk *bio-degreable* (Feby Sasmita & Mein, 2022).

C. Pemecahan Masalah

1. Spesifikasi Produk

Karena desain produk yang dibuat pada produksi pertama tidak sesuai dengan rancangan desain, maka penulis dan tim Alinea menimbang kerugian dari permasalahan tersebut dan seberapa jauh dapat ditindaklanjuti.

Hasil diskusi tersebut adalah bahwasannya kesalahan berupa tidak adanya aksesoris tas seperti yang direncanakan, tidak mengurangi kualitas produk dan tidak terdapat kerugian. Sehingga, dapat ditindaklanjuti sebagai bahan evaluasi untuk produksi berikutnya dan produk tetap bisa laku dijual di pasar. Namun, desain produk pada produksi pertama dan kedua memiliki perbedaan, yakni pada tas produksi pertama tidak terdapat hiasan tali kecil, sedangkan tas produksi kedua memiliki hiasan tali kecil.

2. Komunikasi Bisnis

Miskomunikasi terutama yang berasal dari komunikasi via daring menjadi salah satu permasalahan yang sulit dihindari dalam bisnis dan perlu segera ditindaklanjuti. Solusi utama dari permasalahan miskomunikasi adalah menyusun

langkah mitigasi untuk mencegah terjadinya miskomunikasi di kemudian hari. Langkah mitigasi yang bisa disusun, yakni salah satunya dengan merancang metode komunikasi yang efektif berdasarkan masing-masing tipe mitra atau *partner* bisnis.

Langkah tersebut bisa dimulai dengan melakukan *follow up* rutin dan menyesuaikan dengan waktu aktif mitra bisnis, membuat poin hasil kesepakatan dan mengirimkan ulang ke mitra bisnis sebagai bentuk penegasan ulang, dan mengkomunikasikan bentuk kesalahan yang terjadi kepada mitra bisnis. Akan tetapi, permasalahan lain akibat terjadi miskomunikasi tersebut harus segera dicarikan solusi salah satunya dengan mengkomunikasikannya dengan baik kepada pihak mitra bisnis dan tim bisnis.

3. Kemasan/*Packaging*

Penulis dan tim Alinea melakukan mencari alternatif *packaging* pengganti plastik *ziplock* dan mendesain ulang *packaging* yang lebih dapat menjadi *value product* dengan beberapa pertimbangan. *Packaging* yang akhirnya dipilih untuk produk Tas 2in1 Alinea adalah plastik pembungkus langsung tas, *spunbond*, dan polymailer guna kebutuhan untuk pengiriman produk melalui ekspedisi. *Spunbond* dipilih menjadi *packaging* utama yang merupakan alternatif dari kemasan *ziplock* karena *spunbond* memiliki nilai-nilai lebih yang cocok dengan produk tas. Mayoritas *packaging* produk tas menggunakan *packaging* yang berbahan kain juga seperti *dust bag* dan *spunbond*.

Namun, dalam realisasinya *spunbond* juga mengalami kendala, yakni adanya cacat produksi pada *spunbond*. Namun, permasalahan tersebut dapat ditindaklanjuti dengan mencari solusi perbaikan melalui *seller* produsen *spunbond* tersebut. Sehingga, *spunbond* yang awalnya *reject* dapat digunakan kembali setelah diperbaiki. Berdasarkan pemecahan masalah di atas, dapat dirangkum langkah pemecahan masalah dari beberapa permasalahan yang telah diidentifikasi berikut ini:

Tabel 3. 2 Tabel Pemecahan Masalah Produksi

Permasalahan	Pemecahan Masalah
Spesifikasi Produk	
Adanya perbedaan ukuran tas dan penggunaan hiasan tali kecil yang menyebabkan masalah pada bagian <i>packaging</i> dan realisasi estetika produk berbeda dengan perencanaan.	Tetap melakukan penjualan tas produksi pertama dan lebih menonjolkan keunggulan tas yang lain seperti, dari dual-model, keawetan bahan, warna yang beragam, dan model yang tidak pasaran
Komunikasi Bisnis	
Mundurinya waktu operasional produksi dari rencana dan berubahnya spesifikasi produk	Melakukan <i>follow up</i> rutin menyesuaikan waktu aktif kerja mitra bisnis, membuat poin hasil kesepakatan dan mengirimkan ulang ke mitra bisnis sebagai bentuk penegasan ulang, serta mengkomunikasikan bentuk kesalahan yang terjadi kepada mitra bisnis
Kemasan/Packaging	
<p>a. Rancangan desain <i>packaging ziplock</i> tidak dapat karena pesanan terhambat dan <i>polymailer</i> pada pembelian pertama tidak dapat digunakan karena ukurannya yang lebih kecil dibandingkan produk.</p> <p>b. Adanya cacat produksi dari <i>spunbond</i>, yakni banyak jiplakan tinta sablon antar produk yang menempel satu sama lain.</p>	<p>a. Mengganti kemasan <i>ziplock</i> dengan <i>spunbond</i> dan melakukan pembelian <i>polymailer</i> yang lebih besar dari ukuran tas.</p> <p>b. Melakukan perbaikan pada <i>spunbond</i> dengan menempelkan lakban pada jiplakan tinta sablon, mengeriknya secara perlahan, kemudian menarik lakban dengan kuat dan cepat.</p>

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Tas dapat memudahkan manusia memenuhi kebutuhannya dalam membawa barang-barangnya saat berkegiatan di luar rumah, khususnya untuk kaum Wanita. Dalam memilih model tas, bukan hanya fungsi yang diutamakan namun, juga mementingkan estetika dan juga inovasi. Mayoritas kaum wanita memilih model *tote bag* karena dinilai lebih simpel. Sedangkan, *backpack* lebih banyak dipilih karena lebih dapat memuat banyak barang dan mudah digunakan untuk mobilitas sehari-hari. Tas *2in1 Alinea* hadir sebagai inovasi perpaduan dua model tas yang mengutamakan nilai fungsi, kemudahan atau *simpel*, dan estetika dalam satu produk.

Proses produksi dimulai dengan melakukan riset guna merancang spesifikasi produk, melakukan survei konveksi untuk tempat produksi, penentuan alat dan bahan baku produksi, manajemen *stock product*, *quality control*, serta pencatatan laporan keuangan yang berkaitan dengan produksi hingga penyajian laporan akhir keuangan.

Alinea mulai dirintis sejak November 2023 berlangsung hingga Maret 2024. Selama menjalankan operasional perintisan bisnis ini, Alinea melakukan produksi sebanyak dua kali dengan jumlah produksi pertama sebanyak 36 pcs dan produksi kedua sejumlah 24 pcs. Keseluruhan hasil produksi dapat terjual habis di pertengahan bulan Maret 2024 dan mencapai titik BEP (*Break Event Point*) di penjualan 13 unit serta memiliki jumlah aset total sebesar **Rp5.777.152** dengan perolehan laba bersih sejumlah **Rp1.237.152**.

Setiap perjalanan usaha pastinya terdapat berbagai macam permasalahan. Permasalahan yang bidang produksi adalah permasalahan terkait komunikasi bisnis dengan mitra bisnis yang berakibat pada berubahnya spesifikasi produk dari rencana yang diinginkan terhadap realisasi dan juga barang *packaging reject* untuk produk Tas *2in1 Alinea*. Namun, permasalahan tersebut dapat diatasi dan ditindaklanjuti melalui berbagai macam solusi sehingga, dapat menjadi bahan evaluasi para pelaku

bisnis dalam bertindak dan mengambil keputusan penting yang berkaitan dengan operasional bisnis.

B. Saran

Para pelaku bisnis harus semakin kreatif dalam mengembangkan inovasi bisnis mereka, salah satunya pada produk tas. Produk tas harus terus *update* terkait tren yang digemari target pasar tanpa harus menjiplak kompetitor. Sebelum melakukan operasional bisnis, penting untuk melakukan riset spesifikasi produk dan melakukan *sampling product* di konveksi yang dituju.

Selain itu, pencatatan *stock (stock opname)*, yakni mencatat setiap barang yang keluar dan menyesuaikan persediaan di catatan dengan realisasi di gudang penting untuk dilakukan. Kerugian dan permasalahan bisnis dapat diminimalisir dengan menyusun indikator standar kegiatan operasional atau SOP (standar operasional perusahaan) dan merencanakan langkah mitigasi dari berbagai macam kemungkinan ancaman yang akan terjadi. Salah satu langkah pencegahan kerugian di bidang produksi adalah dengan pencatatan barang cacat atau *reject* menggunakan *check sheet*. Hasil pencatatan tersebut akan mendefinisikan jenis cacat apa yang banyak terjadi dan bisa dilakukan langkah pencegahan kerugian setelahnya. Pembuatan target dari setiap program kerja juga memudahkan perjalanan aktivitas perintisan bisnis agar sesuai dengan *timeline* yang telah direncanakan. Tetapi, tidak menutup kemungkinan akan terjadinya kemunduran waktu disebabkan dengan hal-hal diluar dugaan.

Dalam menjalankan bisnis, erat kaitannya dengan *partner* atau mitra bisnis. Perlu untuk melakukan pendekatan terlebih dahulu untuk mengenali mitra bisnis yang akan diajak untuk bekerja sama dan harapannya, komunikasi dapat sesuai dengan karakter mitra bisnis tersebut. Sehingga, miskomunikasi dapat dihindari dan hubungan baik bisnis tetap terjaga dengan mengawali komunikasi yang baik dengan mitra bisnis. Dalam menentukan harga jual, perlu diperhatikan tingkat keuntungan yang diinginkan agar ketika akan diadakan promosi produk, keuntungan tidak akan tergerus dengan potongan harga dari biaya promosi tersebut. Namun, dalam menentukan harga jual harus tetap memperhatikan tingkat kemampuan target pasar.

DAFTAR PUSTAKA

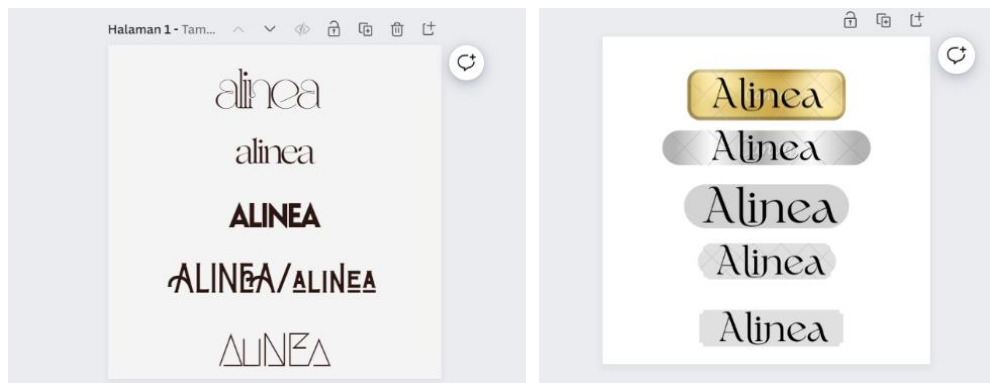
- Adin, Z., Hafni, I., & Izzati, Y. (2023). Dasar-Dasar Komunikasi Bisnis. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi (JRMK)*, 3(1), 33–42.
- Ahmad, O., & Sulistio, B. (2021). *BRANDING SEBAGAI INTI DARI PROMOSI BISNIS*.
- Ardiansyah, R., Rizqi, A. W., & Kurniawan, Moh. D. (2022). Quality Control Using Statistical Quality Control (SQC) Approach On Bag Products of UD. FGH. *MOTIVECTION: Journal of Mechanical, Electrical and Industrial Engineering*, 4(2), 129–140. <https://doi.org/10.46574/motivection.v4i2.118>
- Bagus, F. S., & SP. (2014). *Desain Usulan Produk Tas Ransel Multifungsi Sebagai Alat Bantu Sandaran Duduk dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment*.
- Chomsatu, Y., Mursito, B., & Maulana, I. (2019). “STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN MELALUI PACKAGING PRODUK YANG MENARIK” PADA UMKM DESA GUMUKREJO TERAS BOYOLALI (Vol. 01, Issue 01).
- Coelho, P. M., Corona, B., ten Klooster, R., & Worrell, E. (2020). Sustainability of reusable *packaging*—Current situation and trends. *Resources, Conservation and Recycling: X*, 6. <https://doi.org/10.1016/j.rcrx.2020.100037>
- Dihni, V. A. (2022, March). *Gaya Busana Pilihan Responden untuk Tahun 2022*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/15/survei-mayoritas-masyarakat-indonesia-memilih-gaya-simple-untuk-tren-busana-2022>
- Fany Novita, D., & Rahim, R. (n.d.). PENGARUH MINAT KONSUMEN DAN SPESIFIKASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA PT. CAHAYA PRIMA LESTARI ABADI MEDAN. In *Journal Economic Management and Business* (Vol. 1, Issue 2).
- Feby Sasmita, A., & Mein, K. (2022). PELATIHAN MENGHIAS TAS SPUNBOND SEBAGAI ECO-WEARABLE BAG. *Jurnal Online Tata Busana*, 11(1), 1–8.
- Gilang Perdana, R., & Putri Pratama, M. (2020). *Pengaruh Perceived Brand Prestige, Product Quality dan Design Product terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Eiger*.

- <http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmmba/index>
- Hananto, D. (2021). *PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JERSEY SEPEDA DI TANGSEL*. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>
- Judi, H. M., Jenal, R., & Genasan, D. (2011). *Quality Control Implementation in Manufacturing Companies: Motivating Factors and Challenges*. INTECH Open Access Publisher. www.intechopen.com
- Karedza, G. (2017). The Impact of *Packaging Designs* on Consumer Buying Behaviour of FMCG during the Hyperinflationary and After the Dollarisation Era in Zimbabwe. *Asian Journal of Social Sciences and Management Studies*, 4(1), 20–30. <https://doi.org/10.20448/journal.500/2017.4.1/500.1.20.30>
- Latte, J., & Manan, A. (2022). PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TAS ANYAMAN PURUN DI KECAMATAN HAUR GADING KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA. *Inovatif*, 4(1).
- Made, I., & Batan, L. (n.d.). *Metode Pemeriksaan Mampu Ukur Suatu Rancangan Ditinjau dari Spesifikasi Produk Dengan Bantuan Checklist*.
- Maruta, H. (2018). ANALISIS BREAK EVEN POINT (BEP) SEBAGAI DASAR PERENCANAAN LABA BAGI MANAJEMEN. *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)*, 2(1).
- Mukhtar, S., & Nurif, M. (2015). PERANAN *PACKAGING* DALAM MENINGKATKAN HASIL PRODUKSI TERHADAP KONSUMEN. *Jurnal Sosial Humaniora*, 8(2).
- Nastiti, W. A., Wibowo, J., & Suhandiah, S. (2023). ANALISIS KELAYAKAN BISNIS PRODUKSI TAS BACKPACK: STUDI TENTANG POTENSI PASAR BERDASARKAN 6 ASPEK KELAYAKAN. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(2).
- Nita Andriani. (2021). *Etika Komunikasi Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Vol. 19, Issue 1). <http://alhikmah.iain-jember.ac.id/>
- Nurprihatin, F., Gotami, M., & Rembulan, G. D. (2021). Improving the

- Performance of Planning and Controlling Raw Material Inventory in Food Industry. *IJRIE: International Journal of Research in Industrial Engineering*, 10(4), 332–345.
- Permono, L., Salmia, S. T., Septiari, R., Program,), & Industri, S. T. (2022). PENERAPAN METODE SEVEN TOOLS DAN NEW SEVEN TOOLS UNTUK PENGENDALIAN KUALITAS PRODUK (STUDI KASUS PABRIK GULA KEBON AGUNG MALANG). *Jurnal Mahasiswa Teknik Industri*, 5(1).
- Praditya, B., Putra, Y., Wulandari, S., & Sagita, B. H. (2019). PERANCANGAN PROGRAM KOMUNIKASI PEMASARAN TAS PADA UKM LEVAYA MENGGUNAKAN METODE BENCHMARKING. *JISI: JURNAL INTEGRASI SISTEM INDUSTRI*, 6(2). <https://doi.org/10.24853/jisi.6.2.71-79>
- Prameswari, N. S., Suharto, M., & Wulandari, E. (2018). STRATEGI BRANDING MELALUI INOVASI DESAIN KEMASAN BAGI HOME INDUSTRY SABUN CAIR. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 03(02). <http://bit.do/demandia>
- Putri, A. L., Susyanti, J., & Khoirul, M. (2020). Pagaruh Faktor Modal Usaha, Modal Psikologis, Karakteristik Enterpreuner, Dan Inovasi Terhadap Perkembangan Usaha Pada Ekonomi Kreatif Sub Sektor Fashion Di Malang Raya. *E-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 9(3). www.fe.unisma.ac.id
- Sugiri, S., & Riyono, B. A. (2019). *Akuntansi Pengantar 1* (Edisi Kesepuluh). UPP STIM YKPN.
- Tri Retnaning, R. (2020). ANALISIS KELAYAKAN USAHA MENGGUNAKAN METODE BREAK EVEN POINT (BEP) PADA STUDI KASUS CV. HARMONI UNGGAS JAYA. *Jurnal Mahasiswa Teknik Industri*, 3(1). <https://ejournal.stiesyariahbengkalis.a>
- Tuti Bahfiarti, O. (2012). *BUKU AJAR DASAR-DASAR TEORI KOMUNIKASI*.

LAMPIRAN

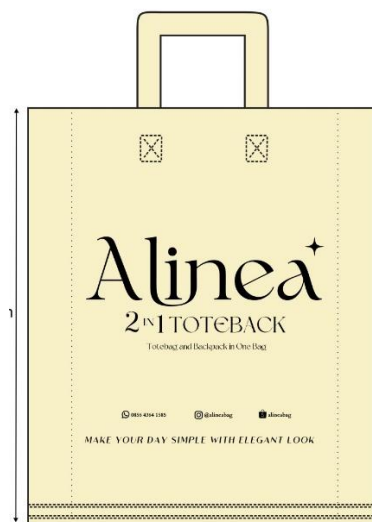
1. Perancangan Spesifikasi Produk



Gambar 4. 1 Perancangan Logo Alinea



Gambar 4. 2 Fiksasi Logo dan *Brand Tag* Alinea



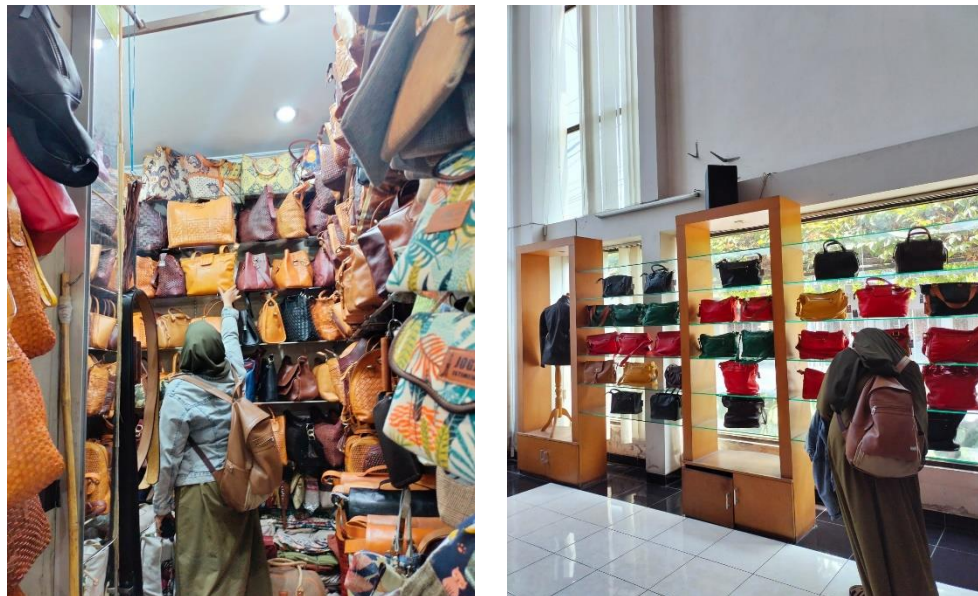
Gambar 4. 3 Rancangan *Packaging*



Gambar 4. 4 Perancangan Spesifikasi Produk

2. Kegiatan Survei

a. Survei Pencarian Konveksi dan Mitra Bisnis



Gambar 4. 5 Survei Produsen Tas Beringharjo dan Manding



Gambar 4. 6 Konveksi Tajur



Gambar 4. 7 Konveksi Pinus



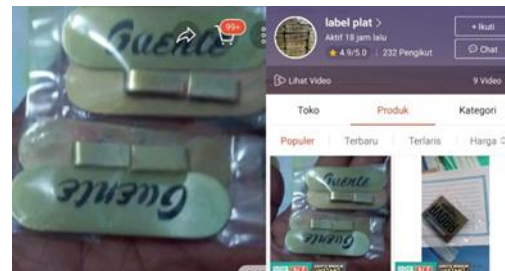
Gambar 4. 8 Survei Pemilihan Warna di Toko Bahan Liman Simanjuntak



Gambar 4. 9 Supplier Spunbond



Gambar 4. 10 Supplier Stiker Alamat



Gambar 4. 10 Supplier Logo



Gambar 4. 11 Supplier Polymailer

b. Survei Kompetitor di Shopee



Gambar 4. 12 Kompetitor Tas 2in1 Alinea di Shopee

3. *Sampling*



Gambar 4. 13 Tas *Sampling*



Gambar 4. 14 Tas Contoh dan Hasil *Sampling*

4. Kegiatan Produksi



Gambar 4. 15 Kegiatan Produksi di Konveksi



Gambar 4. 16 *Packing* Tas 2in1 Alinea



Gambar 4. 17 Logo Produk Alinea



Gambar 4. 18 Spunbond Alinea

5. Kegiatan *Quality Control*



Gambar 4. 19 *Quality Checking* Produk Jadi



Gambar 4. 20 *Controlling Produksi via Chat*

Dari hasil *quality checking*, diperoleh beberapa jenis *reject* pada produk yang ditemukan setelah proses produksi Tas 2in1 Alinea:



Gambar 4. 21 *Reject Logo, Spunbond, dan Bahan Kotor*

6. Proses Penyimpanan Produk



Gambar 4. 22 Penyimpanan Produk

7. Hasil Produk



Gambar 4. 23 Tas 2in1 Alinea

8. Customer

Berikut ini merupakan dokumentasi pembelian dari beberapa *customer*:



Gambar 4. 24 Dokumentasi *Customer*

9. Catatan Mutasi Harian

Tabel 4. 1 Tabel Mutasi Kas Harian

MUTASI KAS HARIAN					
No.	Tanggal	Keterangan	Pemasukan	Pengeluaran	Saldo
1.	11/22/2023	Iuran Modal Tahap 1	Rp 2,000,000		Rp 2,000,000
2.	11/28/2023	Logo Alinea		Rp 250,000	Rp 1,750,000
3.		Adm. Shopee		Rp 1,000	Rp 1,749,000
4.	12/3/2023	DP Tas		Rp 1,000,000	Rp 749,000
5.		Transpor Pengiriman		Rp 83,000	Rp 666,000
6.	12/5/2023	Adm. Rek BSI		Rp 10,000	Rp 656,000
7.	12/11/2023	Plastik Polymiler 1		Rp 35,144	Rp 620,856
8.	12/12/2023	Stiker Pengiriman		Rp 18,000	Rp 602,856
9.		Adm. Shopee		Rp 1,000	Rp 601,856
10.	12/19/2023	Iuran Modal Tahap 2	Rp 2,400,000		Rp 3,001,856
11.	12/20/2023	Pelunasan Tas		Rp 2,564,000	Rp 437,856
12.	12/23/2023	Tas <i>Spunbond</i>		Rp 122,500	Rp 315,356
13.		Adm. Shopee		Rp 1,000	Rp 314,356
14.		Biaya Kirim <i>Spunbond</i>		Rp 11,000	Rp 303,356
15.		Plastik Polymailer 2		Rp 49,000	Rp 254,356
16.		Lakban		Rp 6,000	Rp 248,356
17.	12/26/2023	Spidol		Rp 2,200	Rp 246,156
18.	12/28/2023	Foto Produk		Rp 90,200	Rp 155,956
19.		Foto Produk		Rp 11,000	Rp 144,956
20.	12/29/2023	Transportasi		Rp 15,000	Rp 129,956
23.	1/5/2024	Admin Rekening		Rp 10,000	Rp 119,956
24.	1/24/2024	Plastik		Rp 13,000	Rp 106,956
25.	1/26/2024	Marketing		Rp 48,000	Rp 58,956
26.	1/31/2024	Penjualan 20 tas	Rp 2,700,000		Rp 2,758,956
27.	2/5/2024	Adm. Rek		Rp 10,000	Rp 2,748,956
28.	2/15/2024	Logo Alinea (2)		Rp 250,000	Rp 2,498,956
29.		Adm. Shopee		Rp 1,000	Rp 2,497,956
30.	2/12/2024	DP Tas (2)		Rp 1,376,000	Rp 1,121,956
32.	2/13/2024	<i>Spunbond</i> (2)		Rp 108,000	Rp 1,013,956
33.		Adm. Shopee		Rp 1,000	Rp 1,012,956
34.	2/25/2024	Pelunasan Tas (2)		Rp 1,000,000	Rp 12,956
35.	2/29/2024	Penjualan 15 tas	Rp 2,025,000		Rp 2,037,956
36.	3/5/2024	Adm.Rek		Rp 10,000	Rp 2,027,956
37.	3/20/2024	Marketing		Rp 50,000	Rp 1,977,956
38.	3/31/2024	Penjualan 25 tas	Rp 3,375,000		Rp 5,352,956
Jumlah			Rp 12,500,000	Rp 7,147,044	Rp 5,352,956

RIWAYAT PENULIS

Kinasih Assafina Salma lahir di Jakarta tanggal 20 November 2001/4 Ramadhan 1422 H merupakan anak kedua dari dua besaudara yang lahir dari pasangan suami istri Singgih Wijonarko dan Fitriah Makmur Yanti. Penulis bertempat tinggal di Teluknaga, Kabupaten Tangerang, Banten dan telah menamatkan pendidikannya di SMAN 5 KAB. TANGERANG. Penulis memulai pendidikan S1 Program Studi Ekonomi Islam di Universitas Islam Indonesia pada tahun 2020.

Penulis aktif dalam mengikuti organisasi kampus seperti AUSHAF UII dan turut menjadi pengajar UII Ayo Mengajar. Selain itu, penulis juga turut aktif mengikuti kepanitiaan seperti dalam event I-SAFE 2022 dan TEMILNAS FoSSEI XXI 2022 dan menjuarai beberapa perlombaan, yakni menjadi Juara III Bussiness Plan Competition TEMILREG D.I. Yogyakarta 2022 dan Juara I Lomba Poster Millenials Anti Narkoba AUSHAF UII.