

**TUGAS AKHIR PERINTISAN BISNIS
PENGEMBANGAN UNIT USAHA PARFUM CUCI SEPATU
CONBE ASPEK PRODUKSI**



Disusun oleh:

Adi Anggoro Putro

18423087

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAM ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2025**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Adi Anggoro Putro
NIM : 18423087
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul tugas akhir : PENGEMBANGAN UNIT CUCI SEPATU
CONBE (ASPEK 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, Maret 2025


Adi Anggoro Putro

NOTA DINAS

Yogyakarta, 20 Maret 2025
20 Ramadhan 1446

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

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor : 1693/Dek/60/DAATI/FIAI/XII/2022 tanggal 28 Desember 2022, 4 Jumadil Akhir 1444 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Adi Anggoro Putro
Nomor Induk Mahasiswa : 18423087
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Jurusan/Program Studi : Ekonomi Islam
Tahun Akademik : 2024/2025
Judul Skripsi : Pengembangan Unit Usaha Parfum Sepatu Conbe
(Aspek Produksi)

Setelah kami teliti mengenai revisi seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa Tugas Akhir Perintisan Bisnis saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Semoga dalam waktu dekat bisa dikumpulkan dan bersama ini kami kirimkan 4 (empat) ekslembar Tugas Akhir Perintisan Bisnis yang dimaksud.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing



Fitri Eka Aliyanti, S.H.I., M.A.

REKOMENDASI PEMBIMBING

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

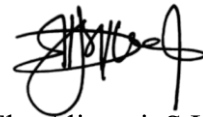
Nama Mahasiswa : Adi Anggoro Putro

NIM 18423087

Judul Tugas Akhir : Pengembangan Unit Usaha Parfum Sepatu Conbe (Aspek 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, Maret 2025



Fitri Eka Aliyanti, S.H.I., M.A.

LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fia@uii.ac.id
W. fia.uii.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Tugas Akhir Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 2 Juli 2025
Judul Tugas Akhir : Tugas Akhir Perintisan Bisnis Pengembangan Unit Usaha
Parfum Sepatu Conbe Aspek Produksi
Disusun oleh : ADI ANGGORO PUTRO
Nomor Mahasiswa : 18423087

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua/Pembimbing : Fitri Eka Aliyanti, SHI., MA

(.....)

Penguji I : Dr. Siti Achiria, SE, MM

(.....)

Penguji II : Sofwan Hadikusuma, Lc, ME

(.....)

Yogyakarta, 2 Juli 2025



Dr. Drs. Asmuni, MA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Allah SWT, Tuhan semesta alam atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini. Shalawat serta salam kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW atas segala petunjuk dan kebaikannya dalam membimbing umatnya dalam mencapai kebenaran. Melalui sebuah karya yang telah disusun oleh penulis dengan sebaik-baiknya dan penulis persembahkan karya ini kepada:

Ibu dan Ayah yang telah senantiasa terus mendukung saya dalam menyelesaikan karya tulis ini, saya mengucapkan terima kasih banyak atas segala doa yang senantiasa mengalir kepada saya, atas seluruh motivasi yang penuh, atas seluruh kasih sayang dan cinta yang utuh, atas segala dukungan dan restu yang selalu tercurahkan, atas seluruh jerih payah dan perjuangan tanpa pamrih yang tiada habisnya.

Penulis juga mengucapkan terimakasih banyak kepada seluruh dosen di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia terkhusus kepada dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah membimbing penulis dari awal masa perkuliahan hingga saat ini. Selain itu, penulis ucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing penulis yaitu Ibu Fitri Eka Aliyanti, S.H.I., M.A.. yang sudah membantu dan memberikan beragam usulan terhadap penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis hingga akhir sidang saat ini. Semoga penulis bisa mengamalkan ilmu yang telah diberikan oleh Bapak/Ibu dosen sehingga nantinya menjadi suatu keberkahan yang mengalir kepada Bapak/Ibu semua.

Tidak lupa juga penulis mengucapkan terimakasih kepada sahabat - sahabat penulis, *support system* yaitu keluarga, dan teman kelompok yaitu Adi Anggoro Putro dan Haekal Dawaniq yang selama ini telah berjuang bersama - sama sehingga penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini dan dapat mewujudkan cita-cita produk yang penulis inginkan. Terimakasih untuk diri penulis sendiri yang telah berusaha melakukan hal yang baik dan berjuang sejauh ini demi orang - orang yang penulis sayangi dan menyayangi penulis.

HALAMAN MOTTO

“ADA 3 TANGAN YANG MEMBUATMU SUKSES, TANGAN TUHAN
YANG MEMBANTUMU, TANGAN ORANG TUA YANG
MENDOAKANMU, DAN TANGANMU YANG BERJUANG UNTUK
MENDAPATKAN HASIL YANG TERBAIK.”

ABSTRAK

PENGEMBANGAN UNIT SEPATU USAHA PARFUM CUCI SEPATU CONBE ASPEK PRODUKSI

ADI ANGGORO PUTRO 18423087

Sepatu telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari bagi masyarakat modern. Selain berfungsi sebagai alas kaki, sepatu juga mencerminkan identitas, gaya hidup, dan preferensi berbagai penggunaannya dalam setiap aktivitas, baik formal maupun non-formal. Dengan meningkatnya tren penggunaan sepatu di berbagai kalangan, kebutuhan akan perawatan sepatu, termasuk parfum sepatu semakin meningkat. Indonesia, sebagai salah satu negara dengan populasi terbesar di dunia, memiliki potensi pasar yang luas bagi industri alas kaki dan produk perawatan sepatu. Oleh karena itu, kebutuhan akan inovasi dalam perawatan sepatu, termasuk penggunaan parfum sepatu, menjadi semakin relevan untuk meningkatkan kenyamanan dan kualitas pengalaman pengguna alas kaki. Conbe adalah sebuah bisnis yang berawal dari jasa pencucian sepatu dan berkembang menjadi bisnis parfum sepatu berbentuk padat. Produk yang dikembangkan oleh Conbe berbeda dari parfum sepatu cair yang umumnya tersedia di pasaran. Dengan inovasi berbasis bahan padat, parfum sepatu Conbe dirancang untuk lebih tahan lama serta meminimalkan kelembapan dalam sepatu. Dengan melakukan inovasi ini, diharapkan mampu menjadi terobosan baru bagi industri perawatan sepatu di Indonesia. Perintisan bisnis dilakukan pada bulan oktober hingga bulan januari. Tahapan produksi pada selama periode itu meliputi, Riset Bahan Baku, Pelaksanaan Produksi, Uji Sampling, Manajemen Stok dan Quality Control.

Kata kunci: Perintisan bisnis; Sepatu; Parfum; Produksi

ABSTRACT

DEVELOPMENT OF SHOE WASHING PERFUME BUSINESS UNIT CONBE PRODUCTION ASPECTS

ADI ANGGORO PUTRO 18423087

Shoes have become an essential part of everyday life for modern society. Apart from functioning as footwear, shoes also reflect the identity, lifestyle and preferences of various users in every activity, both formal and non-formal. With the increasing trend of using shoes in various circles, the need for shoe care, including shoe perfume, is increasing. Indonesia, as one of the countries with the largest population in the world, has a wide market potential for the footwear industry and shoe care products. Therefore, the need for innovation in shoe care, including the use of shoe perfume, is becoming increasingly relevant to improve the comfort and quality of the footwear user experience. Conbe is a business that started as a shoe washing service and evolved into a solid shoe perfume business. The product developed by Conbe is different from liquid shoe perfumes that are commonly available in the market. With solid-based innovation, Conbe shoe perfume is designed to last longer and minimize moisture in the shoes. By making this innovation, it is expected to be a new breakthrough for the shoe care industry in Indonesia. Business start-up was conducted from October to January. Production stages during that period included Raw Material Research, Production Implementation, Sampling Test, Stock Management and Quality Control.

Keywords: Business start-up; Shoe; Perfume; 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.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud 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	Ĥa	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	Šad	š	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
هـ	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
َ	Fathah	a	a
ِ	Kasrah	i	i
ُ	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
اَ يَ	Fathah dan ya	ai	a dan u
اَ وَ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

ك ت ا ب kataba

ف ا ل ا fa`ala

. haula

- مَزْهَ mzzh
- اَلْبِرَّ 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:

4. 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.

5. 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:

- اَلْ رَجُلُ ar-rajulu
- اَلْقَلَمُ al-qalamu
- اَلْ شَمْسُ asy-syamsu
- اَلْ جَلُّ al-jalalu

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:

- اَتَاْ ta'khužu
- اَشْيَاْ syai'un
- اَنَّا an-nau'u
- اِنَّ 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:

وَاللّٰهُ اَكْبَرُ . Wa innallāha lahuwa khair ar- rāziqīn/ Wa
innallāha lahuwa khairurrāziqīn

- بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ 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 لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِیْنَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu lillāhi rabbi
`ālamīn

- اَلرَّحْمٰنُ الرَّحِیْمُ 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:

اَللّٰهُ غَفُوْرٌ رَّحِیْمٌ Allaāhu gafūrun rahīm

- اِلٰلَہُ اِلَّا ہُوَ 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

Assalamu 'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini yang berjudul Pengembangan Unit usaha Parfum Sepatu Conbe dengan penuh kelancaran. Kemudian, sholawat serta salam senantiasa terhaturkan kepada Rasulullah SAW yang senantiasa menjadi sumber pedoman hidup terbaik bagi seluruh umat manusia.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Khodimah dan Bapak Parsid selaku kedua orang tua penulis atas segala doa, dukungan dan kasih sayang yang tidak terhingga sehingga menjadi sumber semangat penulis dalam menyelesaikan karya tulis ini. Disisi lain, penulis juga menyadari banyak pihak yang telah memberikan dukungan maupun bantuan selama pengerjaan tugas akhir perintisan bisnis ini.

Tidak lupa juga penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

6. Bapak Prof Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D, selaku rektor Universitas Islam Indonesia Beserta seluruh jajarannya dan rektor - rektor sebelumnya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menuntut ilmu menjadi mahasiswa di Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Dr. Drs. Asmuni, M.A., beserta jajarannya selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
8. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
9. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., ME., selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
10. Ibu Fitri Eka Aliyanti, S.H.I., M.A., selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Islam sekaligus Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan Bisnis yang telah memberikan dukungan, arahan, masukan, dan bimbingan dengan

penyuh kesabaran kepada penulis dalam menjalani kewajiban mahasiswa di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

11. Segenap Dosen serta staf Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat dan juga memberikan pelayanan kepada mahasiswa Prodi Ekonomi Islam.
12. Kedua Orang Tua yang memberikan penulis doa dan semangat dukungan yang selalu dipanjatkan demi kelancaran penyusunan Tugas Akhir Perintisan Bisnis.
13. Teman saya raihan izza yang sudah membantu memberikan beberapa masukan dalam penyusunan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini.
14. Teman kelompok Adi Anggoro dan Haekal yang telah bekerjasama menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini dengan baik.
15. Teman – teman dekat penulis yang telah memberikan beberapa informasi penting terkait syarat Tugas Akhir Perintisan Bisnis selama menyelesaikan studi di Yogyakarta.

Dengan kerendahan hati, penulis memohon kepada semua pihak atas segala kesalahan maupun hal – hal yang kurang berkenan dalam hati, itu semata – mata kelalaian dan kekhilafan dari penulis sendiri. Maka dari itu, penulis menerima saran dan kritik yang bersifat membangun. Semoga Laporan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi para pembaca.

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Yogyakarta, Maret 2025

Adi Anggoro Putro

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS.....	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	x
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Capaian Target.....	5
C. Sistematika Penulisan	6
BAB II PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS.....	8
A. Profil Bisnis	8
B. Competitor Advantage.....	10
C. Pelaksanaan Bisnis	11
BAB III IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH.....	30
A. Identifikasi Masalah	30
B. Tinjauan Teoritis pada Aspek Produksi.....	32
C. Pemecahan Masalah dalam Aspek Produksi	34
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	37
A. Kesimpulan.....	37
B. Saran.....	37
DAFTAR PUSTAKA.....	38
LAMPIRAN	40
RIWAYAT HIDUP	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Negara Produsen Sepatu Tahun 2023.....	1
Gambar 1.2	Industri Perawatan Sepatu Tahun 2024-2030	2
Gambar 2.1	Logo Conbe.....	8
Gambar 2.2	Biang Parfum	14
Gambar 2.3	Methanol	15
Gambar 2.4	Kertas Birmet	15
Gambar 2.5	Kain <i>Spunbond</i>	16
Gambar 2.6	<i>Silica Gel</i>	17
Gambar 2.7	<i>Packaging</i> Produk	18
Gambar 2.8	Plastik <i>Ziplock</i>	18
Gambar 2.9	<i>Impulse Sealer</i>	19
Gambar 2.10	Bentuk Produk	20
Gambar 2.11	Masker	38
Gambar 2.12	Baskom	22
Gambar 2.13	Sarung Tangan <i>Latex</i>	22
Gambar 2.14	Produk Parfum	25
Gambar 2.15	<i>Gift Pack</i> Produk.....	27

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Program Kerja.....	9
Tabel 2. 2 Kompetitor Analisis.....	10
Tabel 2. 3 Pembelian Bahan Baku.....	24
Tabel 2. 4 Tabel Harga Produk.....	26

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada masa kini, sepatu telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari bagi masyarakat modern. Selain berfungsi sebagai alas kaki, sepatu juga mencerminkan identitas, gaya hidup, dan preferensi berbagai penggunaannya dalam setiap aktivitas, baik formal maupun non-formal. Dengan meningkatnya tren penggunaan sepatu di berbagai kalangan, kebutuhan akan perawatan sepatu, termasuk parfum sepatu semakin meningkat. Indonesia, sebagai salah satu negara dengan populasi terbesar di dunia, memiliki potensi pasar yang luas bagi industri alas kaki dan produk perawatan sepatu. Industri alas kaki di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang signifikan. Data dari Footwear (2024) mencatatkan Indonesia sebagai negara yang masuk dalam tujuh besar pada produsen alas kaki, yakni memproduksi 544 juta pasang secara global pada tahun 2023. Hal ini menunjukkan potensi bagi produk pendukung yang menunjang dalam penggunaan sepatu mempunyai peluang yang sangat baik.

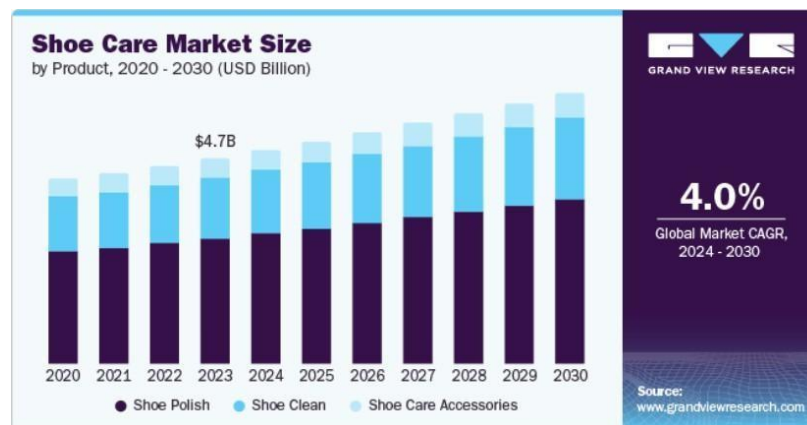
CONSUMPTION

RANK	COUNTRY	PAIRS (MILLIONS)	WORLD SHARE
1	CHINA	3 532	17.1%
2	INDIA	2 563	12.4%
3	UNITED STATES	1 934	9.4%
4	BRAZIL	776	3.8%
5	JAPAN	616	3.0%
6	PAKISTAN	544	2.6%
7	INDONESIA	544	2.6%
8	RUSSIAN FED.	428	2.1%
9	BANGLADESH	355	1.7%
10	MEXICO	340	1.6%

Gambar 1.1 Data Negara Produsen Sepatu Tahun 2023

Salah satu faktor terpenting pada keputusan pembelian sepatu oleh konsumen di Indonesia adalah kualitas dan kenyamanan. Studi yang dilakukan oleh Thira & Trianasari (2020), menunjukkan bahwa promosi dan kualitas

produk sepatu memiliki dampak yang signifikan terhadap daya tarik produk di pasar, di mana kualitas menjadi faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, kebutuhan akan inovasi dalam perawatan sepatu, termasuk penggunaan parfum sepatu, menjadi semakin relevan untuk meningkatkan kenyamanan dan kualitas pengalaman pengguna alas kaki. Hal ini sejalan dengan data yang diambil dari *Grand View Research*, industri perawatan sepatu diperkirakan akan mengalami kenaikan pertumbuhan majemuk tahunan (CAGR) sebanyak 4,4% per tahun dari 2023 hingga 2030, dengan peningkatan permintaan terhadap produk perawatan sepatu, termasuk parfum sepatu (Research, 2024).



Gambar 1.2 Industri Perawatan Sepatu Tahun 2024-2030

Industri sepatu global terus berkembang pesat, hal ini didorong oleh tren fashion, olahraga, dan kesadaran akan kebersihan alas kaki. Dalam beberapa tahun terakhir, industri alas kaki mengalami transformasi besar, di mana penjualan sepatu semakin meningkat, didukung dengan berbagai metode prediksi penjualan yang digunakan untuk menyesuaikan produksi dengan permintaan pasar (Jarod et al., 2023). Selain itu, tren pemasaran *digital* dan *electronic word of mouth* (e-WoM) berperan signifikan dalam mendorong pertumbuhan industri sepatu, termasuk produk perawatan seperti parfum sepatu (Hikam & Supriyono, 2024).

Di tingkat global, tren penyesuaian sepatu dengan preferensi individu semakin meningkat. Konsumen tidak hanya mencari sepatu berkualitas, tetapi juga layanan tambahan yang meningkatkan kenyamanan mereka, seperti

produk perawatan sepatu yang inovatif (Bondar et al., 2024). Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan kebersihan sepatu, permintaan terhadap produk perawatan sepatu yang lebih efektif dan tahan lama terus bertumbuh. Oleh karena itu, parfum sepatu padat seperti yang dikembangkan oleh Conbe memiliki peluang besar untuk bersaing dalam pasar yang semakin dinamis.

Conbe adalah sebuah bisnis yang berawal dari jasa pencucian sepatu dan berkembang menjadi bisnis parfum sepatu berbentuk padat. Produk yang dikembangkan oleh Conbe berbeda dari parfum sepatu cair yang umumnya tersedia di pasaran. Dengan inovasi berbasis bahan padat, parfum sepatu Conbe dirancang untuk lebih tahan lama serta meminimalkan kelembapan dalam sepatu. Dengan melakukan inovasi ini, diharapkan mampu menjadi terobosan baru bagi industri perawatan sepatu di Indonesia.

Hasil survei pasar yang dilakukan oleh tim kami, menunjukkan bahwa mayoritas pengguna sepatu mengalami kesulitan dalam menemukan parfum sepatu yang tahan lama dan tidak menimbulkan kelembapan berlebih. Dari 100 responden, sebanyak 73,9% lebih sering menggunakan sepatu dibandingkan sandal untuk aktivitas sehari-hari, tetapi 39,1% di antaranya mengeluhkan parfum sepatu berbentuk cair yang memiliki ketahanan aroma yang singkat serta berisiko meningkatkan kelembapan dalam sepatu. Oleh karena itu, Conbe menghadirkan parfum sepatu padat sebagai solusi inovatif untuk meningkatkan pengalaman pengguna dalam menjaga kebersihan dan kenyamanan alas kaki mereka.

Dalam proses produksinya, Conbe menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal efisiensi produksi. Produksi yang masih dilakukan secara manual membatasi kapasitas produksi hingga 50 produksi per hari. Selain itu, masih belum adanya supplier tetap untuk beberapa bahan baku, seperti kertas birmet dan spunbound, menyebabkan ketergantungan pembelian online yang sering kali memerlukan waktu lebih lama dalam proses pengiriman. Hal ini menjadi tantangan dalam memastikan keberlanjutan produksi dan memenuhi permintaan pasar yang semakin berkembang.

Dalam ekonomi Islam, produksi suatu barang tidak hanya bertujuan

untuk memperoleh keuntungan semata, tetapi juga harus memperhatikan aspek halalan thayyiban, yaitu memastikan produk yang dihasilkan halal serta memberikan manfaat bagi konsumen dan lingkungan (Syarif & Adnan, 2019). Islam mengajarkan bahwa keberlanjutan dan keseimbangan dalam produksi merupakan elemen penting yang harus diterapkan dalam setiap sektor industri, termasuk industri parfum sepatu.

Dalam konteks produksi parfum sepatu, prinsip keberlanjutan dan efisiensi sangat ditekankan. Menurut Abdi & Febriyanti (2020), Islam mengenal konsep Iqtishad, yaitu keseimbangan dalam pemanfaatan sumber daya tanpa berlebihan atau menyebabkan kerusakan (fasad). Oleh karena itu, dalam industri ini penting untuk menerapkan manajemen stok bahan baku yang efisien, guna menghindari pemborosan dan ketidakseimbangan antara permintaan dan produksi. Ketika produksi berjalan tanpa perencanaan yang baik, terdapat risiko bahan baku berlebih yang dapat menimbulkan kerugian ekonomi serta dampak lingkungan yang tidak diinginkan.

Selain itu, konsep Maslahah dalam ekonomi Islam menjadi prinsip utama dalam produksi. Produk yang dikembangkan tidak hanya bertujuan sebagai pewangi sepatu, tetapi juga berkontribusi pada kebersihan pengguna. Parfum sepatu yang dapat menghilangkan bau tidak sedap membantu menjaga kebersihan alas kaki, yang dalam Islam termasuk bagian dari thaharah atau kebersihan yang disyariatkan. Rasulullah SAW bersabda: “Kebersihan adalah sebagian dari iman” (HR. Muslim). Dengan demikian, produk ini memberikan manfaat (maslahah) bagi pengguna dan mencerminkan nilai-nilai Islam dalam menjaga kebersihan diri.

Dari aspek keadilan, transparansi dalam bisnis juga merupakan prinsip utama yang harus diterapkan. Islam menekankan pentingnya kejujuran dalam produksi dan pemasaran, sebagaimana disebutkan dalam hadis: “Barang siapa menipu, maka ia bukan dari golonganku” (HR. Muslim). Oleh karena itu, Conbe memastikan bahwa bahan baku yang digunakan berasal dari sumber yang jelas dan aman, serta proses produksinya mengikuti standar kualitas yang baik. Transparansi juga diterapkan dalam komunikasi kepada konsumen, agar

mereka memahami kualitas dan keunggulan produk yang dibeli.

Selain itu, konsep pentingnya kejujuran dalam perdagangan juga dijelaskan dalam QS. Al-Mutaffifin ayat 1-3 yang artinya "Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang), yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka meminta dipenuhi, tetapi apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi." (QS. Al- Mutaffifin [83]: 1-3). Ayat ini memberikan pedoman bahwa dalam produksi, distribusi, dan penjualan barang, prinsip kejujuran dan keadilan harus selalu ditegakkan. Oleh karena itu, dalam industri parfum sepatu, Conbe memastikan bahwa bahan baku yang digunakan berasal dari sumber yang dapat dipertanggungjawabkan serta bahwa produknya dibuat dengan kualitas terbaik dan tanpa adanya kecurangan dalam proses produksi

Berdasarkan perkembangan industri alas kaki dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kebersihan sepatu, kebutuhan akan produk perawatan sepatu, termasuk parfum sepatu, terus meningkat. Conbe hadir sebagai inovasi parfum sepatu padat yang menawarkan ketahanan aroma lebih lama dan solusi terhadap kelembaban berlebih yang sering terjadi pada parfum sepatu cair. Meskipun menghadapi tantangan dalam efisiensi produksi dan rantai pasok, peluang pasar tetap terbuka luas seiring dengan pertumbuhan industri perawatan sepatu secara global. Dari perspektif ekonomi Islam, produksi parfum sepatu ini berorientasi pada prinsip halalan thayyiban, efisiensi dalam pemanfaatan sumber daya (Iqtishad), serta keadilan dan transparansi dalam bisnis. Oleh karena itu, kajian lebih lanjut terhadap aspek produksi parfum sepatu Conbe menjadi penting untuk meningkatkan efisiensi, kualitas, dan keberlanjutannya di pasar.

B. Capaian Target

Pada pelaksanaan perintisan bisnis ini, ada beberapa capaian target yang akan kami laksanakan, diantaranya itu:

1. Penulis mampu merancang sebuah produk
2. Penulis mampu melakukan riset bahan baku dan lokasi pembelian

3. Penulis mampu melakukan riset kelayakan produk
4. Penulis mampu melakukan *quality control* pada produk
5. Penulis mampu melakukan perancangan pengembangan produk
6. Penulis mampu berkoordinasi bersama bidang pemasaran dan keuangan parfum sepatu conbe dalam mengelola keuangan dan manajemen stok

C. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan rancangan bangun bisnis ini memiliki beberapa bagian yaitu bagian awal, bagian inti, dan bagian akhir. Bagian awal terdiri dari bagian sampul depan dan halaman judul saja. Bagian inti laporan dibagi menjadi empat bagian yaitu Bab I, II, III, dan IV. Bab I berisi pendahuluan yang terdiri dari latar belakang yang menguraikan munculnya ide bisnis yang dijalankan dan bagaimana proses menganalisa kelayakan suatu bisnis, menganalisa melalui riset pasar serta sistematika laporan yang memaparkan secara singkat bagaimana laporan tugas akhir rancang bangun dan implementasi bisnis ini dibuat.

Pada bagian Bab II tentang laporan umum pelaksanaan kegiatan bisnis, terdiri dari profil bisnis dan pelaksanaannya. Pada bagian profil bisnis, menguraikan tentang profil bisnis secara umum meliputi bidang bisnis, lokasi, kapan berdiri dan perkembangan bisnis secara umum. Untuk bagian pelaksanaan bisnis berisikan tentang beberapa program yang beragam dari beberapa bidang produksi, pemasaran dan keuangan.

Pada bagian Bab III identifikasi dan pemecahan masalah terdiri dari identifikasi masalah, tinjauan teoritis, dan pemecahan masalah. Pada bagian identifikasi masalah menguraikan tentang permasalahan yang dihadapi oleh pelaku bisnis dalam membuat suatu bisnisnya. Kemudian bagian tinjauan teoritis berisikan tentang teori yang berkaitan dengan permasalahan yang muncul dan untuk bagian pemecahan masalah menjabarkan tentang teori atau pendekatan apa yang dipakai untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi dan bagaimana tingkat efektifitasnya.

Terakhir bagian Bab IV kesimpulan dan rekomendasi yaitu

menjelaskan tentang pelaksanaan bisnis secara umum. Pelaksanaan aspek fungsional dan penyelesaian masalah yang dihadapi sebagaimana telah diuraikan pada Bab III, dan saran kepada calon wisudawan yang akan berkecimpung di bidang bisnis yang sama dengan yang dijalankan.

Kemudian di bagian akhir memaparkan tentang daftar pustaka dan lampiran-lampiran di dalam menunjang bisnis yang dijalankan.

BAB II

PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS

A. Profil Bisnis

Conbe merupakan sebuah usaha dalam bidang jasa untuk merawat sepatu khususnya mencuci. Usaha perawatan alas kaki cukup di gandrungi oleh berbagai kalangan masyarakat dengan berbagai profesi karena memang menggunakan sepatu sudah menjadi keseharian. Akan tetapi persaingan usaha perawatan sepatu ini juga semakin banyak. Menanggapi hal tersebut Conbe melakukan sebuah inovasi yaitu membuat sebuah produk parfum sepatu, yang dimana inovasi parfum sepatu ini memiliki bentuk yang berbeda dibandingkan produk parfum pada umumnya, produk yang kami buat yakni berbentuk padat yang berbeda dengan parfum sepatu yang sudah beredar dipasaran. Bisnis conbe merupakan bisnis parfum sepatu yang dikelola pada tahun 2022 yang berlokasi di Tambakan, Sinduharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman. Sebelumnya bisnis parfum conbe merupakan usaha cuci sepatu yang dimulai sejak 2019. Penulis melakukan inovasi parfum sepatu diharapkan mampu mengatasi masalah bau pada sepatu, selain itu juga dapat sejalan dengan bisnis sebelumnya yaitu cuci sepatu sehingga apa yang Conbe dan Tim lakukan mampu mempertahankan eksistensinya agar tetap terus berjalan dengan pesaing baru dan akan mampu mendongkrak satu sama lain. Berikut logo yang Conbe buat sekaligus untuk menunjukkan identitas bisnis parfum sepatu Conbe sebagai berikut:



Gambar 2.1 Logo Conbe

Maka dari itu semoga ini merupakan langkah awal kami terjun ke dunia fragrance, walaupun banyak persaingan di luar. Semoga inovasi yang

Conbe berikan ini dapat di terima oleh masyarakat dan dapat membuat Conbe serta Tim dapat berkembang sehingga kami dapat membuat kembali berbagai produk inovasi yang dapat membatu masalah-masalah yang ada di masyarakat.

Pelaku bisnis sudah memiliki tim atau kelompok yang mempunyai background atau latar belakang masing-masing. Sebelum melakukan perintisan bisnis dimana kelompok ini berdiskusi secara internal terlebih dahulu untuk pembagian tugas antar masing- masing anggota kelompok dengan spesifikasi yang dibutuhkan. Hal tersebut untuk mengelola bisnis parfum cuci sepatu ini didasarkan inovasi yang dapat mengatasi masalah pada bau sepatu dengan cara pakai yang simple dan praktis.

Berdasarkan diskusi internal, kelompok bisnis saat ini terdiri dari tiga orang yang menjalankan pada bidangnya masing- masing dari bidang produksi, bidang pemasaran dan bidang keuangan.

Seluruh bidang akan melaksanakan pekerjaannya masing-masing sesuai dengan program kerja dan perencanaan masing – masing. Program kerja yang dijalankan oleh bidang-bidang tersebut digambarkan dalam label sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Program Kerja

Bidang Produksi	Bidang Pemasaran	Bidang Keuangan
1) Melakukan riset bahan baku	1) Melakukan survei pasar	1) Menyusun anggaran awal
2) Melakukan <i>Research and Development</i>	2) Membuat konten pemasaran	2) mencatat pemasukan dan pengeluaran agar tahu kemana pengalokasian uang (<i>cash flow</i>)
3) Melakukan Uji Sampling Produk	3) Pemasaran produk via marketplace	3) berkoordinasi dengan bidang pemasaran dan produksi
4) Melakukan <i>quality control</i>	4) Pengenalan brand via media sosial dan WOM (Word of Mouth)	4) membuat proyeksi <i>Break Even Point</i> (BEP)
5) Desain logo conbe dan <i>Packaging</i>	5) Berkoordinasi dengan bidang produksi dan bidang keuangan	
6) Berkoordinasi dengan bidang pemasaran dan bidang keuangan		

B. Competitor Advantage

Analisis Kompetitor

Analisis kompetitor merupakan bagian penting dalam strategi bisnis yang bertujuan untuk memahami kondisi pasar dan posisi sebuah bisnis di tengah persaingan. Dengan melakukan analisis ini, pelaku bisnis dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing, memahami strategi yang mereka gunakan, serta mengevaluasi peluang dan ancaman yang mungkin muncul. Melalui proses ini, perusahaan dapat memperoleh wawasan untuk mengembangkan produk atau layanan yang lebih unggul, menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif, dan meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, analisis kompetitor juga membantu dalam mengantisipasi pergerakan pesaing, merespons perubahan tren pasar, dan mempertahankan daya saing. Dengan demikian, analisis kompetitor bukan hanya tentang mengetahui apa yang dilakukan pesaing, tetapi juga menjadi dasar dalam pengambilan keputusan yang lebih tepat untuk pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis.

Berikut merupakan Tabel dari beberapa kompetitor dari Produk Conbe Shoes Parfum:

Tabel 2. 2 Kompetitor Analisis

Gambar Produk	Nama Produk	Harga	Keunggulan
	Noish Parfum Sepatu 100ML	Rp. 18.000	- Terbuat dari Bahan Ramah Lingkungan. - Membunuh bakteri - Memiliki berbagai macam aroma yang dapat bertahan lama hingga sehari-hari.
	Octopus	Rp. 28.500	- Atasi bau membandel dalam sekejap

	Parfum Sepatu 100ML		- Segar dan Tahan lama - Anti bakteri, aman dan Eco Friendly
	Vamp Shoe Freshener Pill	Rp. 82.500	• Mencegah & menghilangkan bau di sepatu • Menyerap kelembapan • Membunuh bakteri • Aroma menyegarkan • Bertahan hingga 6 bulan
	BAGUS “Anti Bau”	Rp. 18.500	- Menetralkan ion-ion penyebab bau-bau tidak sedap - Efektif menyerap segala bau tidak sedap - Mencegah perkembangan bakteri - Masa Efektif pemakaian 6 bulan

Jadi pada tabel di atas merupakan beberapa pesaing terbaik di dunia parfum sepatu dengan penjualan yang cukup banyak pada platform online (Shopee). Pada tabel diatas juga kami mengambil beberapa sampel produk kompetitor parfum sepatu dan juga anti kelembapan sepatu, dari beberapa produk ini lah yang menjadikan Conbe Tim ingin membuat produk yang dapat menggabungkan kedua fungsinya yakni dapat mengharumkan dan juga dapat menyerap kelembapan pada sepatu.

C. Pelaksanaan Bisnis

Parfum sepatu conbe secara resmi beroperasi penuh terhitung pada 6 Oktober 2022. Laporan dan analisa pelaksanaan praktik bisnis ini mengambil periode waktu dari 6 Oktober 2022 sampai 7 Januari 2023. Analisa pelaksanaan perintisan bisnis ini ditinjau dari aspek produksi sebagai berikut:

1. Tinjauan Aspek Produksi

Aspek yang akan penulis bahas pada bisnis ini yaitu dari aspek produksi. Aspek produksi yang dilakukan pada bisnis ini digunakan untuk merancang sebuah produk. Bagian produksi merupakan bagian yang cukup penting dalam dunia bisnis karena produk adalah sebuah benda yang ada di dunia ini merupakan hasil karya keteknikan. Fase penciptaan suatu produk yaitu dengan melakukan perancangan, pembuatan, penggunaan dan aktivitas lainnya yang berkaitan (Julyanthry et al., 2020). Keunggulan pada produk parfum Conbe ini adalah memiliki fungsi yang lebih banyak dibandingkan produk kompetitor lain, salah satunya memiliki “Anti Kelembapan” yang dimana pada umumnya produk parfum sepatu hanya menawarkan keharuman dan juga anti bakterial, produk parfum conbe menawarkan fungsi lebih. Pada nantinya setiap produk yang siap di perjual belikan akan di masukkan kedalam sebuah kemasan plastik ziplock, didalam plastik ziplock itu sendiri terdapat 2pcs produk yang dimana 2pcs produk itulah akan ditaruh kedalam sepatu konsumen. Maka dari itu Produksi dari parfum Conbe ini melakukan riset dengan sebaik mungkin. Ada beberapa program kerja yang dijalankan pada bisnis parfum Conbe khususnya pada bidang produksi, program-program tersebut diantaranya yaitu:

a) Melakukan Riset Bahan Baku

Menurut Sentosa & Trianti, (2017) bahan baku adalah bahan mentah yang belum diolah dan akan diolah menjadi barang jadi sebagai hasil utama dari perusahaan yang bersangkutan. Dalam hal pengadaan bahan baku, keberhasilan perusahaan tergantung dari upaya untuk mencari dan memilih bahan baku yang akan digunakan dalam proses produksi dengan teliti.

Riset bahan baku merupakan salah satu proses dalam merancang sebuah produk dan peranannya sangat penting dalam dunia perindustrian. Riset bahan baku adalah salah satu bentuk pelaksanaan dalam merealisasikan sebuah ide agar menjadi sebuah produk jadi yang baik serta bermanfaat. Adapun yang penulis siapkan dalam

meriset bahan baku dengan memilih bahan yang terbaik agar memenuhi spesifikasi produk. Berikut bahan baku yang penulis siapkan sebelum melakukan proses produksi:

1) Biang Parfum dan Metanol

Biang parfum sendiri penulis memilih aroma yang sangat cocok untuk dijadikan parfum sepatu, dan 3 aroma yang penulis pilih yakni bubble gum, lemon, black coffee, dari ketiganya memiliki kriteria aroma khasnya tersendiri. Berikut jabaran dari ke 3 varian aromanya:

- (a) Varian bubble gum ini memiliki ciri khas aroma yang menyegarkan dan wanginya tidak terlalu menyengat. Varian aroma bubble gum ini sangat cocok untuk sepatu daily yang digunakan untuk sekolah, bekerja dll.
- (b) Varian lemon ini memiliki ciri khas aroma yang sangat menyengat apabila langsung dihirup. Maka dengan itu varian aroma lemon ini sangat cocok untuk sepatu yang memiliki bau yang kurang sedap, seperti sepatu olah raga.
- (c) Sedangkan untuk varian black coffee ini memiliki ciri khas aroma yang soft dan tidak terlalu semerbak, dan cocok untuk sepatu daily juga.

Dari ketiga varian aroma diatas masing-masing memiliki keunggulannya tersendiri, seperti kecocokan terhadap sepatu dan cara kerja yang berbeda juga. Untuk varian bubble gum dan lemon biasanya aromanya akan menempel pada sepatu setelah 4-6 jam setelah produk di taruh di dalam sepatu, sedangkan untuk yang kopi biasanya aromanya akan menempel pada sepatu dalam jangka waktu 6-12 jam setelah produk di taruh ke dalam sepatu.

Alasan kenapa penulis hanya memilih 3 varian aroma ini dikarenakan untuk saat ini yang penulis rasakan hanya ke-3 aroma inilah yang sangat cocok apabila disandingkan dengan sepatu.



Gambar 2.2 Biang Parfum

Kemudian setelah menetapkan biang parfum yang tepat, penulis melakukan pencampuran terhadap methanol, methanol merupakan cairan yang tidak bewarna, mudah menguap, dan mudah terbakar. Dan methanol dalam Bahasa lain adalah alcohol yang juga dikenal sebagai metil alcohol, wood alcohol, atau spiritus. Methanol dalam produk kami memiliki fungsi agar aroma parfum dapat menguap karena sifat methanol itu sendiri adalah mudah menguap, maka dengan itu aroma pada biang parfum lebih gampang menyebar apabila dicampurkan dengan methanol, selain itu fungsi methanol juga membuat aroma pada parfum menjadi tahan lama dengan demikian parfum produk kami dapat lebih lama bisa dinikmati bagi pembeli.

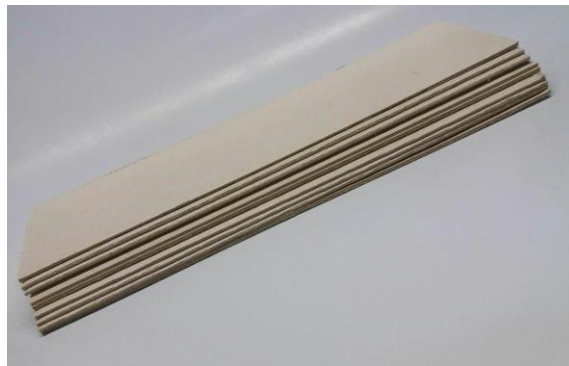
Pada pengaplikasiannya setiap 100ml biang parfum biasanya dapat menghasilkan 20-30 produk, dan harga setiap varian aroma bervariasi dari Rp. 25.000 – 48.000,- per 100ml. serta methanol dalam 1 liter bisa membuat 500-600 produk dengan harga Rp. 30.000. Untuk biang parfum serta methanol penulis melakukan pembelian secara langsung di toko biang parfum terdekat.



Gambar 2.3 Methanol

2) Kertas Birmet

Kertas birmet ini merupakan salah satu media dalam penyerapan cairan parfum, mengapa penulis memilih kertas birmet untuk perantara media parfumnya, karena kertas ini memiliki daya serap yang baik dan juga kertas birmet ini juga memang biasa digunakan untuk produk parfum seperti parfum gantung di mobil. Selain daya serapnya kertas birmet juga memiliki ketahanan yang cukup baik dalam menampung cairan parfumnya, membuat aroma parfum tidak langsung habis memuai ke permukaan.



Gambar 2.4 Kertas Birmet

Setelah kertas birmet didapatkan penulis melakukan pemotongan terhadap kertas birmet sesuai dengan ukuran. Alat penopang untuk memotong kertas birmet dengan menggunakan cutter dan juga penggaris agar hasil potongan dapat lebih presisi. Satu lembar kertas birmet dapat memproduksi kurang lebihnya 26 produk, dengan harga pembelian senilai Rp. 23.000 tidak dengan ongkir, karena belanja kebutuhan bahan baku birmet masih melalui e-commerce dikarenakan belum menemukan tempat offline store yang menjual kertas birmet.

3) Kain *Spunbond*

Kain *spunbond* ini memiliki fungsi untuk melapisi bagian luar produk. Kenapa penulis memilih kain *spunbond* untuk lapisan luar produk, karena kain *spunbond* memiliki rongga udara yang lebih lebar dibandingkan kain- kain pada umumnya, menyebabkan aroma parfum yang keluar akan lebih maksimal dibandingkan kami menggunakan bahan kain lain. Kain kemudian dipotong sesuai dengan ukuran yang ditentukan atau 2x nya ukuran potongan kertas birmet dan dibentuk mirip seperti bantal dengan cara di-*press* menggunakan mesin *impulse sealer*. Untuk satu 1 meter persegi kain *spunbond* dapat menghasilkan kurang lebihnya 20an produk dengan harga Rp. 7.000.



Gambar 2.5 Kain *Spunbond*

4) *Silica Gel*

Silica gel ini penulis memanfaatkan untuk anti kelembapan. Jadi fungsi yang parfum Conbe tawarkan selain mengharumkan dan membunuh bakteri, tapi juga menyerap anti kelembapan yang ada di sepatu. Karena faktor dari aroma bau sepatu itu bisa juga disebabkan dari sepatu yang lembab. Oleh karenanya penulis memilih *silica gel* menjadi opsi untuk anti kelembapan pada sepatu. Untuk *silica gel* penulis biasanya langsung membeli 500 gram di e-commerce dengan harga Rp. 24.000, setiap produk parfum biasanya terdapat 5gr/1 sendok makan *silica gel*.



Gambar 2.6 *Silica Gel*

b) Proses Produksi

Produksi merupakan pemanfaatan sejumlah sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan barang dan jasa (Julyanthry et al., 2020). Pada tahap proses produksi penulis melakukan beberapa tahapan yakni:

c) Pelaksanaan Produksi

Setelah mendapatkan hasil yang maksimal dalam riset produk, penulis melakukan pembuatan desain packaging produk yang menarik. Setelah beberapa kali mengenai desain *package* produk penulis menetapkan kemasan produk parfum sepatu conbe menjadi 3 varian yang dimana bisnis parfum sepatu Conbe memiliki 3 varian parfum dengan kemasan yang berbeda yaitu lemon, *black coffee*, dan *bubble gum* dimana desain itu sesuai dengan identik warna yang ada yaitu lemon dengan ciri khas warna kuningnya, kopi dengan ciri khas warna coklatnya, kemudian *bubble gum* dengan ciri khas warna biru. Desain kemasan itu kami buat agar bisa membedakan wangi parfum yang ada dengan keidentikan masing-masing yang berbeda, desain ini merupakan desain stiker yang akan di tempel kan pada plastik kemasan, plastik kemasan yang kami gunakan merupakan plastik ziplock dan berikut tampilan desain stiker kemasan sebagai berikut:



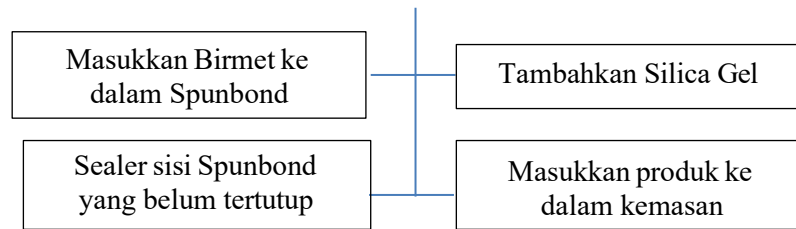
Gambar 2.7 *Packaging* Produk



Gambar 2.8 Plastik Ziplock

Setelah proses pembuatan desain *packaging* disepakati, penulis langsung melakukan pembuatan produk. Beberapa proses produksi produk sebagai berikut:





1) Memotong kertas birmet

Kertas birmet dipotong sesuai dengan ukuran yaitu 4,5cm x 6,5cm alat yang digunakan untuk memotong kertas birmet hanya dengan *cutter*, penggaris dan juga pulpen.

2) Memotong dan men-*sealer* kain *spunbond*

Kain *spunbond* dipotong dengan ukuran 12cm x 17cm, dan alat yang digunakan masih sama seperti memotong kertas birmet. Setelah dipotong kemudian kain *spunbond* di-*sealer* menggunakan alat *sealer* hingga membentuk potongan kertas birmet.



Gambar 2.9 *Impulse Sealer*

3) Meracik Cairan Parfum

Mencampur cairan biang parfum dengan metanol agar aroma parfum dapat menyebar, pencampuran biang parfum dan juga metanol menggunakan alat ukur mililiter (ml) agar presisi dan kemudian di satukan di baskom.

4) Merendam Kertas Birmet

Merendam kertas birmet yang sudah dipotong sebelumnya selama 10- 15 menit di cairan parfum yang sudah diracik juga

sebelumnya. Perendaman dilakukan di baskom yang sudah berisikan cairan parfum.

5) Finishing Produk

Pada proses *finishing* ini kertas birmet serta silicagel dimasukkan ke dalam kain *spunbond* dengan dibatasi di bagian tengahnya, kemudian kain *spunbond* di-sealer kembali. Lalu masukkan ke dalam kemasan dan tempelkan kemasan dengan stiker yang sudah didesain sebelumnya.

d) Uji *Sampling*

Uji *sampling* atau pengambilan sampel adalah teknik pengumpulan data dengan menganalisis sebagian kecil dari beberapa data. Teknik ini dilakukan untuk membuat kesimpulan data yang akurat terkait produk. Pada tahap ini penulis melakukan uji sampling produk dengan cara manual seperti bentuk produk yang diinginkan, kemudian daya tahan aroma, cara kerja parfum. Pada uji sampling penulis melakukan diskusi dengan tim bentuk yang cocok untuk produk parfum Conbe, kesepakatan final akhirnya penulis dan tim sepakat membuat produk dengan bentuk seperti bantal.



Gambar 2.10 Bentuk Produk

Setelah disepekati bentuk produk parfum, penulis melakukan riset terhadap daya tahan aroma produk tersebut, dengan cara menaruh produk tersebut kedalam sepatu dan melakukan cek secara berkala selama 1 bulan. Hasil dari riset tersebut menghasilkan data yang

dimana pada hari ke-10 aroma yang dikeluarkan dari produk berkurang, dan di hari ke-14 aroma produk semakin sangat berkurang dan pada hari seterusnya semakin berkurang. Dengan itu penulis bisa mengklaim bahwasanya batas maksimal ketahanan aroma produk ini hanya sampai di 14 hari. Pada proses riset uji ketahanan aroma produk, penulis juga mendapatkan hasil dari cara kerja produk. Cara kerja produk parfum conbe sangat berbeda dibandingkan parfum spray yang berada di pasaran, apabila parfum *spray* diaplikasikan ke sepatu maka aroma yang di timbulkan akan bercampur dengan aroma sepatu sebelumnya. Sedangkan cara kerja produk parfum conbe adalah dengan menghilangkan terlebih dahulu aroma bau pada sepatu kemudian aroma parfum yang akan digantikan aroma harum dari produk conbe yang menempel pada sepatu, dengan begitu aroma pada sepatu itu tidak tercampur-campur yang membuat sepatu memiliki bau yang kurang enak.

e) ***Quality Control***

Quality control sendiri adalah proses untuk memastikan bahwa produk yang akan dihasilkan berkualitas dan layak untuk dijual. Dalam menentukan standar kualitas produk pada bisnis kami, ada beberapa ketentuan yang harus dipenuhi pada masing-masing produk.

Dalam proses produksi kami beserta tim benar-benar memikirkan akan kualitas produk yang akan dihasilkan dengan mengutamakan standarisasi pada alat- alat yang digunakan pada saat produksi. Setiap peralatan yang di pakai untuk proses produksi seperti baskom, sarung tangan, masker, pinset dan alat lainnya selalu kami pastikan tidak akan tercampur dengan parfum sebelumnya agar aroma yang dikeluarkan pada setiap varian produk kami itu *fresh* dan aromanya tidak saling bercampur maka pada setiap *step* produksi varian kami memiliki beberapa peralatan yang berbeda.



Gambar 2.11 Masker



Gambar 2.12 Baskom



Gambar 2.13 Sarung Tangan *Latex*

Waktu dalam produksi merupakan salah satu kami dalam menjaga kualitas produk, dalam waktu satu hari biasanya kami hanya dapat memproduksi maksimal 50-60 pcs produk dari ke 3 varian. Karena proses yang cukup panjang pada saat memotong kain *spunbond* dan juga kertas birmet, dan juga pada saat mensealer kain *spunbond*, yang membuat proses produksi dalam 1 hari hanya dapat dimaksimalkan 50-60pcs produk. Karena apabila dipaksakan biasanya akan terjadi *human error* yang menyebabkan kecacatan produk yang membuat produk tidak dapat dijual.

Setelah proses produksi selesai dilakukan, seluruh produk akan

melewati proses Quality Control Produk untuk menguji beberapa hal. Seperti, Bentuk, Ketahanan, Aroma serta Fungsi lain yang terdapat dalam produk hingga produk layak di distribusikan untuk di perjual belikan.

Ada beberapa kendala setelah beberapa kali melakukan pengujian kualitas produk salah satunya, seperti fungsi penyerapan pada material silica gel yang tidak maksimal, karena silica gel terlebih dahulu menyerap kelembapan pada kertas birmet yang sudah dilakukan perendaman pada cairan parfum. Sehingga membuat silica gel terjadi ketidak optimalan kinerja material dalam proses menyerap kelembapan pada sepatu. Kemudian masalah yang kedua inkonsistensi bentuk produk seperti memiliki lebar produk yang berbeda. Walaupun kertas birmet yang di potong sudah sesuai dengan ukuran tapi proses sealer kain spunbondnya itu yang membuat ketidak sesuaian lebar pada produk. Masalah ini disebabkan karena seluruh proses produksi dalam pembuatan produk parfum dilakukan secara *handmade* dan juga alat sealer yang dilakukan secara manual.

Pada proses Quality Control pada paragraf sebelum terdapat beberapa masalah yang terjadi pada proses Quality Control. Menurut Tim Conbe sendiri masalah masalah tersebut masih bisa di toleransi dan tidak membuat output pada produk terlalu bermasalah. Dan menurut analisis dari Tim Conbe produk tersebut memiliki kecacatan produk tidak lebih dari 10% maka produk Conbe ini masih dianggap layak jual. Dan semua masalah tersebut bisa di hilangkan apabila Conbe Bekerja sama dengan lab untuk menganalisis daya serap pada material silica gel dengan data yang valid. Dan untuk masalah pada inkonsistensi pada bentuk produk Tim Conbe sudah berencana menambah investasi untuk membeli sebuah mesin otomatis yang dapat memberikan hasil yang baik pada bentuk produk hingga campuran bahan baku yang lebih presisi dibandingkan seluruh proses dilakukan secara handmade.

Setelah produk jadi maka produk akan disimpan pada lemari kaca (etalase) dan ditata supaya lebih rapih dan juga menjaga kualitas produk.

f) Manajemen Stok

Manajemen stok adalah proses perencanaan, pengadaan, pengelolaan dan pengendalian barang atau produk yang dimiliki suatu perusahaan untuk memenuhi permintaan pelanggan tanpa adanya kelebihan maupun kekurangan pada stok. Tujuan manajemen stok untuk memastikan jumlah stok yang tepat tanpa adanya kelebihan maupun kekurangan pada stok produk, dan juga menentukan keseimbangan antara investasi pelanggan dengan pelayanan terhadap pelanggan. Pada prosedur manajemen stok, penulis melakukan 3 batch produksi selama periode penjualan bulan 6 Oktober 2022 hingga 7 Januari 2023.

Pada *batch* pertama kami melakukan pembelian stok terlebih dahulu untuk proses produksi sebanyak 90 produk berikut tabel pembelian stok pada produksi *batch* pertama:

Tabel 2. 3 Pembelian Bahan Baku

NO	Bahan Baku	Kuantitas	Satuan	Harga
1	Kain Spunbond	5	m2	Rp. 35.000
2	Kertas Birmet	10	Lembar	Rp. 185.100
3	Biang Parfum	300	ml	Rp. 98.000
4	Methanol	1	Liter	Rp. 30.000
5	Silica Gel	500	Gram	Rp. 24.000
6	Plastik Ziplock	100	Pcs	Rp. 54.800
7	Stiker Packaging	15	Kertas A3	Rp. 202.500

Pada pembelian bahan baku diatas semua bahan yang kami beli tidak sesuai dengan target produksi pada batch pertama ini, dikarenakan kami menjaga agar apabila terjadi kegagalan dalam produksi maka akan ada bahan yang lebih yang dapat dimanfaatkan.

Pada produksi *batch* pertama ini kami memproduksi sebanyak 90pcs produk yang sudah langsung habis terjual dalam waktu 2 minggu saja dengan sistem penjualan dengan memberikan promo harga satuan dan juga paket. Harga satuan yang kami berikan dari harga normal ~~Rp. 12.000~~ Menjadi Rp. 10.000 dan harga paket 3 produk yang sebelumnya harga ~~Rp. 32.000~~ Menjadi Rp. 25.000. Harga yang kami berikan merupakan salah satu bentuk proses riset pasar, bagaimana respon pembeli terhadap produk kami.



Gambar 2.14 Produk Parfum

Pada produksi *batch* ke-2 kami memproduksi lebih banyak yakni sebanyak 150pcs produk, pada produksi ke-2 ini kami berencana menjualkan produk kami ke jangkauan konsumen yang lebih luas, karena hampir 70% penjualan produk pada batch pertama itu terjual pada teman atau kerabat. Oleh karena itu kami melakukan produksi pada batch ke 2 lebih banyak untuk menjangkau pasar yang lebih luas yang akan diperjual belikan juga via *online shop* seperti *Tokopedia* dan juga *Shopee*.

Pada produksi *batch* ke-2 ini kami memanfaatkan bahan sisa yang dibeli pada *batch* pertama dan juga melakukan pembelian

terhadap bahan baku yang sudah habis, seperti kain *spunbond*, parfum, stiker, kertas birmet, dan juga *packaging*. Pada pembelian produksi *batch* ke-2 kami membeli bahan baku untuk stok produksi sebanyak 200 - 300pcs produk.

Produk jadi pada *batch* ke-2 ini memakan waktu yang cukup lama sampai produk terjual habis, produk pada *batch* ke-2 ini habis dalam jangka waktu 1 bulan lebih dengan harga normal yang kami berikan kepada konsumen, harga normal yang diberikan pada konsumen yakni:

Tabel 2. 4 Tabel Harga Produk

NO	PRODUK	HARGA
1	BUBBLE GUM	Rp. 12.000
2	LEMON	Rp. 12.000
3	COFFEE	Rp. 12.000
4	PAKET 3 PCS	Rp. 32.000

Pada *batch* ke-3 kami melakukan produksi untuk pesanan dari Pak Kaprodi Ekonomi islam (Rheyza Virgiawan) untuk memproduksi 35pack pada tanggal 17 Oktober 2022 produk yang 1 packnya berisikan 3pcs produk parfum. Total produksi pada *batch* ke-3 ini sebanyak 105pcs produk. Produksi ke-3 ini diperuntukkan Pak Kaprodi untuk souvenir acara seminar dosen pada tanggal 22 Oktober 2022, pembelian produk ini Pak Kaprodi lakukan selain untuk souvenir tapi juga sebagai salah satu bentuk bantuan terhadap kami memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas. Pada produksi kali ini kami hanya menambah kebutuhan bahan baku seperti biang parfum, kain, *packaging*, dus *gift set*, dan juga stiker.



Gambar 2.15 *Gift Pack* Produk

Pada produksi *batch* ke-4 kami hanya memproduksi produk untuk stok penjualan yang hanya 50pcs dan kami hanya melakukan pembelian bahan baku yang sudah habis saja dan memanfaatkan bahan baku yang tersisa dari produksi pada batch ke 3.

g) Strategi Proses Produksi

Strategi proses produksi merupakan suatu rencana yang dibentuk oleh para pelaku bisnis dalam mengubah suatu sumber daya menjadi barang dan jasa agar menjadi sesuatu yang bernilai. Tujuan dari dibentuknya strategi proses produksi yaitu menemukan cara produksi yang efektif dalam menciptakan barang dan jasa sesuai dengan keinginan para konsumen dan spesifikasi produk dalam modal yang minim.

Pada bisnis ini kami hanya memiliki 3 anggota, maka strategi produksi sangat penting untuk diperhatikan agar proses produksi dapat berjalan secara efektif. Beberapa strategi yang telah kami terapkan pada bisnis kami meliputi :

1) Menghasilkan produk yang inovatif

Produk inovatif merupakan suatu produk baru atau peningkatan dari produk yang sudah ada sebelumnya, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang selalu berubah dan menciptakan keinginan baru. Mungkin dari segi

aroma produk kami memiliki kesamaan dengan produk yang sudah beredar dipasaran, tapi keunggulan yang ada di produk kami adalah dengan memberikan fungsi yang lebih dibandingkan produk parfum sepatu lain. Dengan begitu produk kami masih dapat bersaing di pasaran.

- 2) Penjadwalan produksi yang memperhatikan ketersediaan stok produk dan pesanan.

Kami memiliki keterbatasan tenaga dalam melaksanakan produksi, dalam hal ini maka dari itu kami harus selalu memperhatikan jumlah ketersediaan stok pada produk kami. Dan dalam kasus ini, kami harus selalu mengevaluasi hasil penjualan agar dapat menentukan produk mana yang akan menjadi prioritas dalam setiap proses produksi. Dengan adanya pembuatan jadwal produksi produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan, maka yang diharapkan kami mampu menyediakan produk yang paling diminati dalam keadaan yang tidak terbatas.

- 3) Merancang strategi pengembangan produk.

Produk kami rasa masih jauh dari kata sempurna, masih banyak kelemahan di dalamnya. Maka dari itu kami harus merancang sebuah strategi dalam pengembangan produk ini, jangan sampai ada kompetitor yang membuat produk yang sama dan lebih sempurna dari produk kami. Dan juga varian produk yang nantinya akan bertambah atau berganti itu harus di fikirkan jadi apabila merasa penjualan menurun maka kami sudah memiliki rancangan produk baru yang akan di keluarkan yang tentu saja memiliki cita rasa yang berbeda.

h) Perspektif Ekonomi Islam

Dalam Islam, kegiatan produksi tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga harus mempertimbangkan aspek kehalalan, keberlanjutan, dan kesejahteraan umat. Prinsip utama yang diterapkan dalam produksi parfum sepatu Conbe adalah halalan thayyiban, yaitu

memastikan bahwa produk tidak hanya halal dari segi kandungan, tetapi juga baik dan bermanfaat bagi konsumen serta tidak membahayakan kesehatan dan lingkungan.

Dalam praktik produksinya, Conbe memastikan bahwa setiap bahan baku yang digunakan aman dan tidak mengandung zat yang berbahaya bagi pengguna sepatu. Misalnya, dalam formulasi parfum, bahan-bahan yang dipilih tidak hanya berdasarkan efektivitasnya, tetapi juga diperhatikan dari segi keamanan dan dampaknya terhadap lingkungan.

Kemudian, Islam sangat menekankan pentingnya kejujuran dalam produksi dan perdagangan, baik dalam proses manufaktur maupun pemasaran produk. Dalam QS. Al-Mutaffifin ayat 1-3, Allah SWT memperingatkan agar tidak ada kecurangan dalam perdagangan:

"Celakalah bagi orang-orang yang curang dalam menakar dan menimbang." (QS. Al-Mutaffifin [83]: 1-3)

Dalam bisnis Conbe, hal ini diterapkan dengan menyampaikan informasi yang jujur kepada konsumen, seperti ketahanan aroma parfum yang hanya bertahan optimal hingga 14 hari. Selain itu, dalam proses produksi, dilakukan pengukuran bahan baku yang akurat dan sesuai standar, sehingga setiap produk memiliki kualitas yang sama dan konsisten.

BAB III

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

A. Identifikasi Masalah

Perencanaan dalam proses menjalankan produksi parfum sepatu pada Conbe tidak selalu berjalan sesuai dengan harapan. Selama proses produksi, berbagai tantangan dan hambatan sering kali muncul sehingga dapat mempengaruhi efektivitas dan efisiensi produk. Beberapa masalah ini dapat berupa jumlah kapasitas produksi yang masih terbatas, kualitas produk yang belum konsisten, dan beberapa masalah lainnya. Oleh karena itu, evaluasi perlu dilakukan agar permasalahan yang terjadi dapat diidentifikasi dan mencari solusi yang tepat guna meningkatkan efisiensi produksi dan menjaga kualitas produk. Berikut beberapa permasalahan yang dihadapi dalam aspek produksi:

1. Manajemen Stok Bahan Baku

Conbe mengalami masalah ketidakseimbangan dalam penyediaan bahan baku. Pada batch produksi pertama, dilakukan pengadaan bahan baku untuk 100 produk, tetapi dalam batch kedua, stok bahan baku ditingkatkan hingga dapat menciptakan 520 produk, meskipun produksi belum mencapai jumlah tersebut. Akibatnya, terjadi penumpukan bahan baku yang tidak segera digunakan, sehingga berpotensi menyebabkan pengurangan kualitas bahan baku.

2. Belum Tersedia Supplier Tetap

Beberapa bahan baku seperti kertas birmet, kertas spunbound, dan silicagel masih dibeli secara online tanpa adanya supplier tetap. Hal ini menyebabkan ketidakpastian dalam ketersediaan bahan baku serta meningkatkan risiko keterlambatan produksi akibat waktu pengiriman yang tidak dapat diprediksi.

3. Kapasitas Produksi yang Terbatas

Produksi yang dilakukan Conbe masih dilakukan dengan proses manual, yang menyebabkan keterbatasan jumlah produk yang dapat diproduksi dalam satu hari. Saat ini, batas maksimal produksi adalah 50

produk per hari, yang mana jumlah itu masih sangat terbatas. Selain itu, penyebab dari hal ini adalah penggunaan alat produksi yang masih terbatas pula. Pada saat ini Conbe hanya mempunyai alat penyegelan (*sealer*) dalam menunjang alat otomatis pada proses produksi. Selebihnya, seluruh proses dilakukan secara manual.

4. *Quality Control* belum memiliki standar yang baik

Pada saat ini, pemeriksaan kualitas produk masih dilakukan berdasarkan eksperimen yang dilakukan oleh tim produksi tanpa adanya Standar Operasional Prosedur (SOP) yang jelas dan baik. Hal ini dapat mengakibatkan kemungkinan adanya inkonsistensi tingkat kualitas antar batch produksi. Uji coba ketahanan aroma parfum masih dilakukan secara manual, dengan beberapa tahap yaitu, memantau produk parfum sepatu di tempat terbuka dalam kurun waktu 8 hari. Hasilnya dalam hari ke-8 wangi masih bertahan, namun selebihnya sudah berkurang. Kemudian, tim produksi melakukan uji coba secara manual di sepatu dalam waktu 1 bulan, hasilnya dalam waktu 2 minggu wangi sangat berkurang. Pada uji coba hal kelembapan, hasilnya wangi tidak sedap sepatu hilang dalam 24 jam, dan wangi sudah tidak tercampur lagi dengan wangi tidak sedap. Namun, proses ini masih dilakukan tanpa adanya parameter ilmiah yang dapat memastikan daya tahan aroma dalam berbagai kondisi dan lingkungan.

5. Masalah dalam Formulasi Produk

Salah satu varian parfum, yaitu Lemon, tim produksi menemukan bahwa pada varian ini dapat merusak kemasan produk, hal ini kemungkinan karena zat yang terkandung dalam formulasi parfum menyebabkan reaksi dengan plastik penyerap (birmet) dan plastik pengemas (*spunbound*). Kemudian, pada silicagel, fungsi penyerapan kelembapan mengalami penurunan kualitas, hal ini dapat terjadi karena bahan silicagel terlebih dahulu menyerap cairan parfum yang ada pada kertas birmet. Sehingga sistem kerja silica gel dalam menyerap kelembapan sudah berkurang terlebih dahulu sebelum produk digunakan.

6. Cairan Methanol yang Dibatasi oleh BPOM dalam Campuran Parfum

Methanol merupakan salah satu campuran yang terdapat pada setiap varian parfum produk Conbe, pembatasan methanol yang ditetapkan oleh BPOM karena methanol memiliki efek yang kurang baik bagi tubuh, karena methanol dapat masuk ke dalam tubuh tidak hanya melalui mulut melainkan dapat menyerap melalui kulit.

B. Tinjauan Teoritis pada Aspek Produksi

Dalam aspek produksi, terdapat berbagai teori yang dapat membantu meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses produksi, terutama bagi industri kecil dan menengah (IKM). Beberapa teori yang relevan dalam konteks permasalahan yang dialami pada proses produksi parfum sepatu Conbe mencakup *Lean Manufacturing*, *Just in Time*, dan *Quality Control*.

1. *Lean Manufacturing*

Lean Manufacturing adalah sebuah pendekatan dalam aspek produksi yang bertujuan untuk menghilangkan pemborosan dalam proses produksi. Pemborosan dalam produksi adalah kelebihan stok, proses yang tidak efisien, dan proses waktu tunggu yang lama (Lunkina & Vasyliov, 2024).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Jelačić et al., (2021), dalam industri kecil penerapan *Lean Manufacturing* dapat membantu meningkatkan efisiensi produksi dengan cara menyederhanakan alur kerja, mengurangi langkah yang tidak perlu, dan mengoptimalkan penggunaan bahan baku dan tenaga kerja. Conbe dapat menerapkan model produksi ini dengan cara memastikan bahan baku digunakan secara efisien, mengoptimalkan waktu produksi dengan cara menggunakan alat otomatis yang diperlukan.

2. *Just in Time (JIT)*

Just in Time (JIT) adalah sistem pengelolaan stok yang memastikan bahwa bahan baku hanya disediakan saat dibutuhkan dalam proses produksi, sehingga dapat mengurangi kelebihan stok dan mencegah pemborosan (Firiza, 2020). Pada industri kecil seperti Conbe,

penerapan JIT dapat mengurangi biaya penyimpanan bahan baku dan memastikan bahwa bahan baku selalu dalam kondisi yang optimal dan berkualitas baik. Metode ini sangat cocok untuk Conbe, yang sebelumnya mengalami kelebihan stok dalam batch produksi tertentu.

3. *Quality Control (QC)*

Quality Control (QC) adalah sebuah proses dalam produksi yang bertujuan untuk memastikan bahwa setiap produk memiliki standar kualitas yang konsisten dan sesuai dengan standar operasional yang telah ditetapkan (Kadhim et al., 2024). Dalam proses produksi Conbe, penerapan quality control dapat dilakukan dengan menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP) yang jelas dalam setiap tahap produksi. Hal ini penting untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang konsisten, tidak mengalami cacat, dan tetap aman digunakan oleh konsumen.

4. Perspektif Ekonomi Islam dalam Produksi

Dalam Islam, produksi barang dan jasa harus memenuhi prinsip halalan thayyiban, yaitu produk yang dihasilkan tidak hanya halal dalam kandungan bahan bakunya, tetapi juga memiliki kandungan manfaat bagi manusia dan tidak membahayakan lingkungan (Fata, 2023). Dalam produksi parfum sepatu, prinsip ini dapat diterapkan dengan cara memastikan bahwa bahan baku yang digunakan aman, tidak mengandung zat berbahaya, ramah lingkungan serta tidak membawa kemudharatan bagi penggunaannya.

Selain itu, proses produksi juga harus dilakukan dengan transparansi dan kejujuran, seperti yang diajarkan dalam QS. Al-Mutaffifin ayat 1-3, dimana Allah SWT melarang kecurangan dalam bisnis.

"Celakalah bagi orang-orang yang curang dalam menakar dan menimbang." (QS. Al-Mutaffifin [83]: 1-3)

Selain aspek halal, industri parfum sepatu juga harus

mempertimbangkan efisiensi dalam penggunaan sumber daya. Menurut Mustofa (2024), industri halal yang dijalankan dengan prinsip efisiensi dan keberlanjutan dapat meningkatkan daya saing bisnis dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi Islam. Dalam proses produksi Conbe, hal ini dapat diterapkan dengan cara menghindari pemborosan bahan baku dengan cara mengelola stok bahan baku dengan baik.

C. Pemecahan Masalah dalam Aspek Produksi

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi sebelumnya, berikut adalah langkah-langkah pemecahan masalah yang telah diterapkan atau direncanakan untuk meningkatkan efisiensi produksi dan kualitas produk parfum sepatu Conbe.

1. Untuk mengatasi ketidakseimbangan stok bahan baku, Conbe telah menerapkan metode *Just in Time (JIT)*, yaitu strategi di mana bahan baku hanya dipesan sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan dalam periode batch tertentu, sehingga dapat menghindari penumpukan bahan baku yang tidak digunakan. Sebagai upaya tambahan, sistem pencatatan stok berbasis digital juga akan dikembangkan untuk memantau jumlah bahan baku secara lebih akurat, sehingga dapat dilakukan pengadaan bahan secara lebih terencana dan tidak berlebihan. Dengan langkah ini, kualitas bahan baku tetap terjaga, serta biaya penyimpanan yang tidak perlu dapat dikurangi.
2. Untuk mengurangi ketergantungan pada pembelian bahan baku secara online yang sering kali mengalami keterlambatan pengiriman, Conbe sedang mencoba menjalin kerja sama dengan supplier tetap yang dapat menyediakan bahan baku seperti kertas birmet, kertas spunbound, dan silica gel agar pasok bahan baku lebih terjamin dan dalam waktu yang lebih singkat.
3. Untuk meningkatkan kapasitas produksi yang saat ini masih terbatas, Conbe mulai mengoptimalkan penggunaan alat produksi dengan menambah peralatan otomatis, seperti *sealer* otomatis yang lebih efisien untuk proses pengemasan. Penggunaan alat otomatis ini dapat

mempercepat produksi dan mengurangi ketergantungan pada tenaga kerja manual, sehingga jumlah produk yang diproduksi per hari dapat meningkat. Dan untuk kedepannya, Conbe berencana untuk membuat (Custom) mesin otomatis yang dapat mengurangi tenaga manusia dalam proses produksi sehingga kemungkinan terjadinya human eror akan berkurang.

4. Agar kualitas parfum sepatu lebih konsisten, Conbe mulai menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam *quality control*. SOP ini mencakup berbagai aspek, seperti menggunakan sarung tangan, menggunakan masker, menggunakan alat pengukur yang presisi, memastikan bahan baku tidak cacat. Hal ini dilakukan dengan harapan agar hasil produksi bahan jadi memiliki kualitas yang baik secara konsisten.
5. Untuk mengatasi masalah varian lemon yang merusak kemasan, Conbe sedang melakukan reformulasi bahan baku parfum dengan mencari alternatif zat yang tidak menyebabkan reaksi dengan plastik penyerap (birmet) dan plastik pengemas (*spunbound*). Pada saat ini, tim produksi Conbe memutuskan untuk menghentikan sementara produksi pada varian aroma lemon. Kemudian, pada masalah *silica gel* yang menyerap terlalu banyak cairan parfum akan diatasi dengan menggunakan lapisan pemisah tambahan dalam kemasan, sehingga parfum dan silica gel dapat tetap berfungsi secara optimal tanpa mengganggu satu sama lain.
6. Dalam masalah methanol kami belum melakukan riset yang mendalam terkait methanol yang terkandung dalam produk kami. Dikarenakan produk kami merupakan produk yang tidak langsung berinteraksi dengan kulit. Cairan methanol dan juga biang parfum ini sudah menyerap terlebih dahulu kedalam kertas birmet, dan cara penggunaan produk kami pun berbeda dengan parfum spray melainkan hanya di taruh ke bagian dalam sepatu. Dengan begitu potensi methanol akan masuk kedalam tubuh melalui mulut atau juga serapan pada kulit. Dalam menerapkan metode halalan thayyiban masalah ini nantinya akan kembali kami dalami jika

sudah dapat menemukan tempat LAB Uji Coba yang dapat bekerja sama dengan conbe, dan apabila campuran methanol dalam produk kami membawa kemudharatan pada pengguna produk conbe, maka campuran methanol pada produk kami akan kami gantikan dengan bahan yang lebih baik tanpa mengurangi kualitas produk.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Produksi parfum sepatu Conbe menghadirkan inovasi dalam bentuk parfum padat yang mampu mengatasi masalah bau sepatu tanpa menambah kelembaban. Namun, dalam proses produksinya masih terdapat beberapa tantangan seperti keterbatasan kapasitas produksi, ketidakseimbangan stok bahan baku, ketergantungan pada supplier, serta belum adanya standar quality control yang baku. Untuk mengatasi masalah ini, Conbe telah menerapkan beberapa strategi seperti manajemen stok berbasis *Just in Time (JIT)*, menjalin kerja sama dengan supplier tetap, dan meningkatkan kapasitas produksi dengan alat otomatis. Dari perspektif ekonomi Islam, produksi parfum sepatu ini telah memenuhi prinsip *halalan thayyiban*, dengan memastikan bahan baku yang aman, efisiensi dalam pemanfaatan sumber daya, serta transparansi dalam bisnis.

B. Saran

Untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan produksi, pengusaha perlu menerapkan sistem manajemen stok yang lebih efektif agar tidak terjadi kelebihan atau kekurangan bahan baku yang dapat menghambat produksi. Menjalinkan kerja sama dengan supplier tetap juga menjadi langkah penting agar bahan baku tersedia dengan harga dan kualitas yang stabil. Selain itu, optimalisasi penggunaan teknologi seperti alat otomatis dalam produksi dapat meningkatkan kapasitas serta menjaga konsistensi produk. Quality control juga perlu diperketat dengan menyusun *Standar Operasional Prosedur (SOP)* agar kualitas setiap batch produksi lebih terjaga. Pengusaha juga perlu terus melakukan riset dan pengembangan agar produk semakin inovatif serta memiliki keunggulan yang lebih kompetitif. Dari sisi ekonomi Islam, penting bagi pengusaha untuk memastikan bisnisnya dijalankan dengan prinsip kejujuran, transparansi, serta keberlanjutan agar tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga membawa manfaat bagi konsumen dan lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, M., & Febriyanti, N. (2020). *Penyusunan Strategi Pemasaran Islam dalam Berwirausaha di Sektor Ekonomi Kreatif Pada Masa Pandemi Covid-19*. 10, 160–178. <https://doi.org/10.15642/elqist.2020.10.2.160-178>
- Bondar, O., Chertenko, L., Spahiu, T., & Shehi, E. (2024). Shoe customization in a mass- production mode. *Journal of Engineered Fibers and Fabrics*. <https://doi.org/10.1177/15589250241239247>
- Fata, Z. (2023). Halal Industry Management in Islamic Economic Perspective. *Ta'amul: Journal of Islamic Economics*. <https://doi.org/10.58223/taamul.v2i1.55>
- Firiza, S. Y. (2020). *Analisis Perencanaan Pengendalian Produk Hairdryer Carolina 450 Watt Dengan Menggunakan Metode Capacity Requirement Planning (Crp)*. 3. <https://doi.org/10.32734/EE.V3I2.1012>
- Footwear, W. (2024). The World Footwear Yearbook 2024. In *World Footwear*. <https://www.worldfootwear.com/news/the-world-footwear-yearbook-2024/9952.html>
- Hikam, S., & Supriyono. (2024). The Impact of Digital Marketing and Electronic Word of Mouth on Impulse Buying of Adidas Running Shoes in Surabaya. *International Journal of Economics (IJE)*. <https://doi.org/10.55299/ijec.v3i2.1071>
- Jarod, G. N. S., Siregar, I. K., & Saputra, E. (2023). Application of the Trend Moment Method to Predict Shoes Sales. *SISTEMASI*. <https://doi.org/10.32520/stmsi.v12i2.2781>
- Jelačić, D., Barčić, A. P., Oblak, L., Motik, D., Grošelj, P., & Jošt, M. (2021). Sustainable Production Management Model for Small and Medium Enterprises in Some South- Central EU Countries. *Sustainability*, 13, 6220. <https://doi.org/10.3390/SU13116220>
- Julyanthry, Siagian, V., & Asmeati. (2020). *Manajemen Produksi dan Operasi* (J. Simarmata, Ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Kadhim, S. R., Ahmed, A. H., & Radhi, A. H. (2024). The Effect of Product Quality Management on the Accounting Performance of Small and Medium Companies. *South Asian Journal of Social Sciences and Humanities*. <https://doi.org/10.48165/sajssh.2024.5302>
- Lunkina, T., & Vasyliiev, V. (2024). MANAGEMENT OF THE PRODUCTION POTENTIAL OF A COMMUNAL PRODUCTION ENTERPRISE REGARDING THE ORGANIZATION OF MEALS IN EDUCATIONAL INSTITUTIONS. *Market Infrastructure*. <https://doi.org/10.32782/infrastuct77-2>
- Mustofa, H. Z. (2024). The Influence of Halal Industry on Increasing Economic Growth in Islamic Countries. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v12i1.28208>
- Research, G. V. (2024). Shoe Care Market Size & Trends. In *Grand View Research*. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/shoe-care-market>
- Sentosa, E., & Trianti, E. (2017). PENGARUH KUALITAS BAHAN BAKU, PROSES PRODUKSI DAN KUALITAS TENAGA KERJA TERHADAP

KUALITAS PRODUK PADA PT DELTA SURYA ENERGY DI BEKASI.

In *Jurnal Ilmu Manajemen Oikonomia* (Vol. 62, Issue 2).

Syarif, F., & Adnan, N. (2019). *Pertumbuhan dan Keberlanjutan Konsep Halal Economy di Era Moderasi Beragama*. 12, 93–122.
<https://doi.org/10.37302/jbi.v12i1.97>

Thira, R., & Trianasari, N. (2020). *Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sepatu Nike di Bandung*. 7.
<https://consensus.app/papers/pengaruh-harga-promosi-dan-kualitas-produk-terhadap-thira-trianasari/80add154646a587aa652150c2b6ee7c2/>

LAMPIRAN



RIWAYAT HIDUP



Adi Anggoro Putro lahir di Kabupaten Banyumas Pada tanggal 07 September 2000. Merupakan anak pertama dari suami – istri Parsid dan Khodimah. Penulis saat ini berdomisili di Karanggayam, Kec. Lumbir, Kab. Banyumas. Penulis menamatkan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMAS Citra Islami Citra Raya Kab. Tangerang. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta pada tahun 2018.

Selama di bangku perkuliahan, penulis selalu aktif mencoba dalam merintis sebuah bisnis di antaranya bisnis Madu, Cuci Sepatu, Diamond Store (Game). Selama bangku perkuliahan penulis juga pernah ikut serta dalam acara kegiatan kampus seperti mengikuti UKM fakultas, serta mengikuti kepanitiaan seperti menjadi bagian keamanan pada acara TEMILREG (Temu Ilmiah Regional) Yogyakarta. Kegiatan-kegiatan ini penulis lakukan supaya mendapatkan pengalaman lebih dan juga pembelajaran yang mungkin dimasa yang akan datang akan berguna serta menjadi pembelajaran pada saat menghadapi sebuah masalah yang lebih serius nantinya.