

RENCANA BISNIS AKSESORIS PALM'S CRAFT

Lena Nursiska*

lenu.nursiska@yahoo.com

Marizka Annastasia*

annastasiamarizka@gmail.com

Putri Rizki Andriani*

putriandriani986@gmail.com

Sofa Rachmawati*

sofarachmawati@icould.com

Tsurayya Munira*

tsurayyamuniraa@gmail.com

*Owner-Business "PALM'S Craft", di Jakarta Selatan-DKI Jakarta

Suwandi

Dosen Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS) Universitas Bakrie Jakarta

Naskah diterima : 18 September 2018

Naskah di approval : 25 September 2018

Abstract - *Fashion becomes an indispensable part of everyday looks and style. Objects such as clothing, accessories and styles worn are not just body coverings and ornaments, but rather as a form of non-verbal communication tool in conveying a personal identity or group identity. This final project journal contains a summary of the "PALM'S Craft" business plan in the fashion accessories world of bracelets, from business processes to development plans for the coming year. The analysis includes analysis of marketing strategy, SWOT, and pricing. In its development plan, it also contains some financial information related to "PALM'S Craft", as well as information on funding and profit and loss "PALM'S Craft".*

Keywords: *Fashion, accessories, bracelets*

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri fashion di Indonesia semakin berkembang. Fashion juga mencerminkan citra dari orang itu sendiri. Bentuk, warna, corak kain, desain bukan hanya berupa kebutuhan primer berkala. Namun, sudah menjadi kebutuhan artistik.

Berbicara mengenai fashion bukan hanya berbicara mengenai baju, celana, atau rok yang kita kenakan, tetapi juga membicarakan mengenai aksesoris yang digunakan. Aksesoris itu adalah gelang, jam, kalung,

cincin, hiasan rambut dan lain-lain. Aksesoris merupakan kekuatan (*The power of Accessories*) dari fashion bila kita menggunakannya secara baik dan sesuai dengan busana yang kita gunakan.

Penampilan akan terlihat lebih berkelas dan menarik dengan menambahkan aksesoris seperti gelang yang sesuai dengan warna pakaian atau memakai sesuatu aksesoris yang berkilauan, hal itu akan memberikan kesan elegan yang menjadikan nilai tambah bagi fashion kita.

1.2. Analisa Industri

Karena kekuatan dari aksesoris tersebut, pemilik memiliki daya tarik terhadap aksesoris karena menurutnya aksesoris merupakan suatu pemanis bagi fashion dan memiliki dampak yang besar meskipun bentuknya kecil. Kecintaan terhadap aksesoris tersebut membuat pemilik selalu merasa tidak puas dengan aksesoris yang sudah ada. Selalu merasa aksesoris yang ada saat ini bentuk dan jenisnya itu-itu saja, dan terkadang tidak cocok dengan selera pemilik.

1.3. Analisa Kompetitor

Untuk itu penulis merasa perlu adanya inovasi dan orang baru yang memiliki kreatifitas yang tinggi untuk menambah jenis aksesoris. Dengan begitu jenis aksesoris akan bertambah, dan para pecinta aksesoris merasa terjawab pertanyaannya mengenai aksesoris yang selama ini mereka cari. Selain itu dengan berinovasi, dapat merubah pemikiran orang-orang yang sebelumnya kurang menyukai aksesoris, menjadi suka menggunakan aksesoris.

II. DESKRIPSI PERUSAHAAN DAN PRODUK

2.1. Deskripsi Perusahaan

PALM'S adalah usaha yang bergerak dalam bidang fashion aksesoris gelang tangan. Didirikan oleh 5 orang dengan kemampuan yang kompeten di bidang masing-masing, perusahaai ini mampu bergerak secara profesional dan memeberikan kepuasan maksimal kepada para konsumen.

Tujuan dari PALM'S Craft ini untuk memanjakan dan menjawab permintaan para penggemar aksesoris. Selain itu PALM'S Craft berharap dapat membuat aksesoris yang inovatif dan mewarnai dunia melalui penampilan dengan indahna aksesoris.

2.2. Visi dan Misi

Visi

Menjadi perusahaan *Brand Fashion Accessories* yang terkemuka dan dihargai masyarakat yang akan mengubah dunia dengan indahna aksesoris.

Misi

1. Menciptakan produk yang berkualitas, inovatif dan berkualitas

2. Menjadi *Trend Setter* atau selalu menjadi yang pertama dalam dunia aksesoris
3. Menjalani bisnis dengan semangat dan mengutamakan pelayanan terbaik

2.3. Logo



- PALM'S Craft artinya kerajinan tangan yang dibuat dengan telapak tangan Putri, Aya, Lena, Marizka, Sofa.
- Tulisan PALM'S menyerupai bentuk benang melambangkan benang sebagai bahan dasar.
- Warna biru melambangkan rsifat profesional dan kepercayaan.
- Warna hitam sisi elegan dari setiap produk.

2.3.1. Deskripsi Produk

Produk yang ditawarkan PALM'S Craft merupakan aksesoris bagi pria dan wanita untuk menunjang penampilan mereka. Untuk saat ini aksesoris yang dipasarkan hanya aksesoris tangan yaitu gelang dan dapat disebut dengan *Bracelet*.

III. METODOLOGI

3.1.1. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan faktor penting dalam perencanaan, berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya dan apa alat yang digunakan. Melalui keterlibatan pihak eksternal sebagai penilai, maka akan didapatkan banyak masukan tambahan untuk dapat memajukan usaha lebih baik.

Adapun tiga teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Angket, dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk menjawabnya.
2. Observasi, tidak hanya mengukur sikap dari koresponden tetapi juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi

meliputi situasi dan kondisi. Ditujukan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, serta gejala-gejala alam.

3. Wawancara, melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data atau peneliti terhadap narasumber atau sumber data.

3.2. Metode Analisis Data

Pada perencanaan bisnis ini, analisa dapat digunakan tiga buah metode analisa data, yaitu:

1. Analisis dan Strategi S.W.O.T

Analisis SWOT adalah analisis terhadap beberapa faktor yang dimiliki suatu usaha atau ide yang akan dikembangkan. Dengan analisa ini, dapat diketahui kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan juga tantangan yang mungkin terjadi. Dengan mengetahui hal tersebut diharapkan para pelaku usaha dapat mempersiapkan strategi untuk menghadapi segala kendala.

2. Segmenting, Targeting, Positioning (STP)

Analisis STP merupakan langkah awal dalam menentukan pasar karena tiap konsumen memiliki kebutuhan yang sangat bervariasi. Oleh karena itu, produsen harus dapat mengidentifikasi segmen pasar yang hendak dilayani dengan baik dan membaginya kedalam kelompok-kelompok yang lebih kecil (segmenting). Dengan begitu produsen dapat mengevaluasi segmen pasar mana yang lebih menarik untuk dimasuki dan dapat memilih salah satu atau lebih segmen pasar yang ada (targeting). Selanjutnya produsen dapat menetapkan posisi yang diinginkan atas produk atau perusahaannya dalam benak konsumen dibandingkan dengan pesaingnya (positioning).

3. Analisa Penetapan Harga

Penetapan harga yang efisien dengan didasarkan pada biaya, persaingan, permintaan dan laba, tetapi kombinasi optimal dari faktor-faktor tersebut berbeda sesuai dengan sifat produknya, pasarnya, dan tujuan perusahaan.

3.3. Aspek Kelayakan Bisnis

Dalam melakukan studi kelayakan bisnis dibutuhkan aspek-aspek yang akan mendukung tingkat kelayakan suatu bisnis, aspek-aspek yang perlu dilakukan dalam studi kelayakan tersebut yaitu:

1. Aspek Produk atau Jasa

Aspek produk atau jasa bisa dilakukan dengan menentukan daya tarik ide suatu produk atau jasa bagi para calon pelanggan dan mengidentifikasi berbagai sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk atau jasa tersebut.

2. Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek Pasar dan pemasaran berkaitan dengan adanya peluang pasar untuk suatu produk yang ditawarkan oleh suatu bisnis, meliputi potensi pasar, intensitas persaingan, *market share* yang ingin dicapai, serta menganalisa strategi untuk mencapai *market share* yang diharapkan.

3. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Aspek manajemen dan sumber daya manusia menganalisis tahap-tahap pelaksanaan bisnis dan kesiapan tenaga kerja, baik tenaga kerja kasar maupun tenaga kerja terampil yang diperlukan untuk menjalankan bisnis.

4. Aspek Keuangan

Aspek keuangan menganalisis besarnya biaya investasi dan modal kerja serta tingkat pengembalian investasi dari bisnis yang akan dijalankan.

IV. ANALISA DATA

4.1. Analisa S.W.O.T

1. *Strength* (Kekuatan)

Tersedia berbagai ukuran yang dapat dipilih sesuai dengan kebutuhan pelanggan dari mulai S-XL. Serta disediakan layanan custom atau dapat disesuaikan dengan keinginan pelanggan. Adanya jaminan produk bergaransi satu minggu, menggunakan bahan yang nyaman digunakan, model variatif, serta dapat memilih warna yang diinginkan.

2. *Weaknes* (Kelemahan)

Tidak semua barang yang diinginkan pelanggan itu ada dan siap kirim (tidak *ready stock*), dikarenakan masih terbatasnya sumber daya manusia yang tidak dapat membuat seluruh jenis dalam waktu yang singkat. Sehingga ada beberapa barang yang akan dibuat apabila ada permintaan dari pelanggan.

3. *Opportunity* (Keuntungan)

Kami menciptakan produk dengan material yang aman di kulit dan berkualitas serta sangat menjaga kepuasan pelanggan baik itu terhadap kualitas produk maupun pelayanan terbaik yang

kami berikan, sehingga pelanggan merasa nyaman dan merasa terlayani dengan baik.

4. Threat (Tantangan)

Bersaing dengan perusahaan aksesoris yang telah berdiri lama dan telah melekat dihati pelanggan. Sehingga PALM'S Craft harus mengeluarkan strategi yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan melakukan promosi yang baik untuk merebut hati pelanggan.

4.2. Analisa Strategi Pemasaran

Untuk dapat memenangkan pasar dan merebut perhatian pelanggan sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan, tentunya perusahaan harus memiliki strategi yang tepat untuk memasarkan produk yang ditawarkan. Untuk itu PALM'S memiliki strategi pemasaran yang sesuai dengan bisnis yang dijalankannya, yaitu melalui mulut ke mulut, media sosial, bazar, kartu nama dan *reseller dropshiper*.

4.3. Analisa Target Pemasaran

Pada saat menciptakan produk, tentunya pembisnis wajib menentukan target pasar yang hendak dituju. Hal tersebut menjadi wajib, agar perusahaan dapat dengan jelas mengetahui pelanggannya. Untuk itu PALM'S Craft memiliki target pasar yaitu Wanita dan Pria Remaja dan Dewasa, sedangkan segmentasi pasar yang diincar adalah Remaja Awal (12-15 tahun), Remaja Pertengahan (15-18 tahun), Remaja Akhir (18-21) dan Dewasa (21-30 tahun).

4.4. Analisa Penentuan Harga

1. Modal Awal :

Modal awal berasal dari uang pribadi pemilik PALM'S Craft, dengan rincian sebagai berikut:

5 orang x @ Rp. 600.000 = Rp. 3.000.000

Dari modal tersebut pemilik membeli bahan baku dan peralatan, antara lain:

Fix cost = Rp 1.700.000

Variable cost = Rp 824.000
= Rp 2.524.000

2. Keuntungan

Modal Awal = Rp. 824.000 per 100 pcs

HPP = Rp. 8.240

Harga Jual = Rp. 20.000 per 1 pcs

Profit = Rp. 20.000 – Rp. 8.240

1. = Rp. 11.760,-

Dengan menjual 42 pcs saja, perusahaan kami sudah bisa kembali modal untuk memenuhi kembali kebutuhan variabelnya yaitu sejumlah Rp. 840.000,-.

V. RENCANA BISNIS

5.1. Rencana Pengembangan Bisnis

Tahap pengembangan yang akan kami lakukan yaitu dalam jangka waktu 12 (dua belas) bulan. Tahap-tahapannya sebagai berikut :

1. Bagaimana konsumen bisa mengenal tentang produk aksesoris gelang kami.
2. Bagaimana membentuk image gelang kami agar di minati oleh semua kalangan terutama anak-anak mudah jaman sekarang yang *fashionable*.
3. Bagaimana sistem pemasaran kami bisa meluas dari cakupan awal mula berdiri.
4. Bagaimana usaha ini dapat berkembang baik, dengan mengeluarkan inovasi-inovasi terbaru yang unik dan kreatif.

5.2. Risiko

Risiko strategi yang mungkin terjadi pada bisnis PALM'S Craft yaitu ketidakpastian yang di akibatkan dari kurang matangnya strategi dalam menjalankan bisnis. Dapat disebabkan karena perubahan teknologi, pesaing baru yang memasuki pasar, perubahan dalam permintaan pelanggan, peningkatan harga barang baku, atau perubahan skala besar lainnya.

Risiko reputasional yang dapat terjadi berupa tidak percayaan konsumen terhadap bisnis kita, sehingga perusahaan harus menjaga reputasi dengan baik. Dan untuk risiko finansial megacu secara khusus terhadap arus masuk dan keluar uang dalam perputaran bisnis, yang kemungkinan akan menyebabkan kerugian finansial.

5.3. Keuangan

Modal awal berasal dari uang pribadi para pemilik sebesar Rp. 3.000.000,-. Dari modal tersebut sudah

dapat membeli bahan baku dan peralatan yang dibutuhkan untuk memulai bisnis tersebut. Dengan perhitungan keuntungan sebagai berikut:

Modal Awal = Rp. 824.000,- per 100 pcs
 HPP = Rp. 8.240,-
 Harga Jual = Rp. 20.000,- per 1 pcs
 Profit = Rp. 20.000 – Rp. 8.240
 = Rp. 11.760,-

<https://coecoesm.wordpress.com/2011/10/31/strategi-penetapan-harga-2>

BEP Break Even Point (BEP) adalah suatu keadaan dimana dalam operasi perusahaan, perusahaan itu memperoleh laba dan tidak menerima rugi (Penghasilan=Total Biaya).

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Fixed Cost}}{\text{Price per Unit} - \text{Variabel Cost}}$$

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{Fixed Cost}}{1 - \frac{\text{Variabel Cost}}{\text{Sales}}}$$

Break Even Point		
Fixed Cost	Variabel Cost	Price
Rp. 1.700.000,	Rp. 824.000,	Rp. 20.000,
-	-	-
2,114427		

VI. KESIMPULAN

PALM'S Craft adalah salah satu usaha yang bergelut di bidang aksesoris untuk wanita dan pria. Dengan model yang variatif dan layanan yang sangat menarik serta siap untuk bersaing di dunia bisnis aksesoris yang pada sekarang ini sangat terbuka lebar. Harga terjangkau disesuaikan dengan target pasar dan segmentasi pasar PALM'S Craft tanpa mengesampingkan kualitas yang diberikan karena kepuasan pelanggan lah yang menjadi prioritas.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P. &. (2003). *Principles of Marketing In Segmenting, Targeting, and Positioning*.
- Bygrave William and Andrew Zacharakis. (2011). *Entrepreneurship*. United States of America: John Wiley & Sons, Inc.