PROYEK BISNIS PROGRAM KEWIRAUSAHAAN
CLOTHING BRAND“MINYMOUW BRAND”

LAPORAN AKHIR

Disusun Oleh :

Nama : Farra Qory Aina

NIM : 20312464

PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2024

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Laporan Proyek Bisnis Minymouw Clothing Brand

Disusun oleh : FARRA QORY AINA

Nomor Mahasiswa : 20312464

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Rabu, 09 Oktober 2024

Penguji/Pembimbing Skripsi : Arif Fajar Wibisono, SE., M.Sc., CFra.

Penguji : Rifqi Muhammad, Prof., SE., SH., M.Sc., Ph.D., SAS.

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

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

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Farra Qory Aina

NIM 20312464

Tugas akhir dengan judul:

LAPORAN AKHIR PROYEK BISNIS
MINYMOUW BRAND

Dengan ini, saya menyatakan bahwa seluruh bagian dan isi dari tugas akhir ini merupakan hasil karya saya sendiri. Jika di kemudian hari ditemukan bahwa ada bagian yang bukan hasil karya sendiri, saya bersedia untuk ditarik kembali dan menerima segala risiko serta konsekuensi yang muncul.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 16 Mei 2025

Farra Qory Aina

HALAMAN MOTO

“Tidak semua usaha itu dipermudah, tapi semua yang berusaha pasti akan berbuah”

“ Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”
(QS. Al-Insyirah : 6)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”
(QS. Al-Baqarah : 286)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT. atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan proyek bisnis "Minymouw Brand" ini dengan sepenuh hati. Laporan akhir proyek ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam meraih gelar Sarjana Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Penulis telah menyelesaikan laporan ini setelah melalui berbagai tantangan dan rintangan yang harus dihadapi. Berkat ridho Allah SWT serta dukungan dan bimbingan moril dan materiil dari berbagai pihak, terutama kedua orang tua, penulis berhasil melewati semua hambatan yang ada. Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan, terutama kepada :

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Febrika Jati Pradenta dan Ibu Zenni Asmara yang telah memberikan dukungan dan kontribusi terbesar dalam penyusunan laporan proyek bisnis ini. Terimakasih atas kesabaran dalam menemani setiap langkah dan progres penulis, doa yang tak pernah henti, serta wejangan yang selalu bermanfaat dalam mengarungi kehidupan. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan kasih sayang yang telah diberikan.
2. Dosen pembimbing, Bapak Arif Fajar Wibisono, SE., M.Sc., CFr yang telahmeluangkan waktu ditengah kesibukannya untuk memberikan saran dan arahan kepada penulis. Dukungan dan saran yang diberikan sangat membantu penulis dalam menyelesaikan laporan ini dengan baik. Semoga segala kebaikan Bapak Arif mendapat balasan yang setimpal.
3. Suami penulis, Mohammed Malvin Shariati Majid S.Ark terimakasih atas doa yang selalu dipanjatkan dan telah sabar menemani penulis sepanjang proses ini. Dukungan dan pengertian suami sangat berarti dalam kelancaran penyusunan laporan ini. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan kasih sayang yang telah diberikan.
4. Keluarga besar penulis, Little Kingdom dan Djumadi Family yang selalu

menyemangati dan mendoakan penulis.

5. Anak saya, Mohammed Keivel El Majid yang selalu memberikan kebahagiaan dan menjadi penyemangat utama penulis.
6. Sahabat-sahabat penulis, GGC & Ziezie Fams yang telah menemani, memberikan kebahagiaan, dan canda tawa.
7. Dan pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu-per satu.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan keberkahan dunia dan akhirat bagi pihak yang telah membantu dalam proses ini. Besar harapan penulis agar laporan akhir ini dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi pembaca.

ABSTRAK

Industri pakaian merupakan sektor bisnis yang perkembangannya sangat pesat didukung oleh permintaan konsumen yang terus meningkat dan tren mode yang selalu berubah. Namun hal itu menjadi tantangan juga untuk kami. Dalam menghadapi tantangan tersebut, saya yang sebelumnya menjual pakaian import yaitu "by.marra" beralih strategi dengan memproduksi pakaian baru atau clothing brand yaitu "Minymouw".

Proyek bisnis ini merupakan sebuah usaha untuk menciptakan produk-produk yang berkualitas, memiliki desain *simple timeless*, dan mampu memikat pelanggan. Rencana pelaksanaan proyek ini dimulai dari Februari 2024 – Juli 2024 dengan harapan bisnis ini dapat terus berkembang ditengah persaingan industri *fashion* yang ketat. Sampai saat ini, Minymouw baru merilis dua jenis atasan yaitu Calula Blouse & Moura Sweater Knit.

Kata kunci : *Pakaian*, *Minymouw. Simple, Calula*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN ..... **ii**
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **iii**
HALAMAN MOTO ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
ABSTRAK ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **viii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xi**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 2
1.3 Tujuan Program 2
1.4 Luaran yang Diharapkan 2
1.5 Manfaat Program 3
1.6 Sistematika Penulisan 3
BAB II TELAAH PUSTAKA **5**
2.1 Bisnis 5
2.2 Fashion 5
2.3 Kewirausahaan 6
2.4 Tujuan Kewirausahaan 7
2.5 Manfaat Kewirausahaan 8
2.6 Teori Business Model Canvas 8
2.7 Analisis SWOT 10
BAB III METODOLOGI PELAKSANAAN PROYEK BISNIS **12**
3.1 Gambaran Umum Rencana Usaha 12
3.1.1 Nama Usaha dan Jenis Produk 12
3.1.2 Keunggulan dan Kelemahan Produk 13
3.2 Gagasan Kegiatan Usaha 15

3.3 Profil Konsumen 15
3.4 Potensi Pasar 16
3.5 Segmentasi Pasar 16
3.6 Sumber Daya 17
3.7 Peluang Pasar 17
3.8 Analisis Kelayakan Usaha 17
3.8.1 Aspek Pemasaran 17
3.8.2 Aspek Manajemen 19
3.8.3 Aspek Keuangan 20
3.9 Keberlanjutan Usaha Proyek Bisnis 21
3.10 Analisis Business Model Canvas (BMC) 22
BAB IV PELAKSANAAN DAN ANALISA PROYEK BISNIS 26
4.1 Profil Bisnis 26
4.2 Realisasi Anggaran Proyek Bisnis 26
4.2.1 Penjualan 27
4.2.2 Tabel Produksi 28
4.2.3 Tabel Pembelian Bahan Baku 29
4.2.4 Tabel Biaya Operasional 29
4.2.5 Harga Pokok Produksi Keseluruhan 30
4.2.6 Harga Pokok Produksi Per Produk 30
4.2.7 Laporan Laba Rugi 30
4.2.8 Laporan Arus Kas Di tigatahunkan 31
4.2.9 Laporan Arus Kas 32
4.2.10 Margin Keuntungan 33
4.2.11 ROI (Return On Investment) 33
4.2.12 BEP (Break Event Point) 34
4.3 Pelaksanaan Proyek Bisnis 35
4.3.1 Tahapan Inisiasi Proyek 35
4.3.2 Tahapan Perencanaan Proyek 36
4.3.3 Tahapan Pelaksanaan Proyek 36
4.3.4 Pemantauan Usaha 44

4.3.5 Laporan Proyek 45
4.4 Identifikasi Masalah dan Pemecahannya 45
4.4.1 Identifikasi Masalah 45
4.4.2 Pemecahan Masalah 45
4.5 Analisis Pelaksanaan Proyek Bisnis 46
4.5.1 Produksi 46
4.5.2 Pemasaran dan Produksi 46
4.5.3 Pesaing 46
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI 47
5.1 Kesimpulan 47
5.2 Rekomendasi 47
DAFTAR PUSTAKA 49
LAMPIRAN - LAMPIRAN 50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Business Model Canvas....8
Gambar 2.2 Analisis SWOT 10
Gambar 3.1 Logo Minymouw....12
Gambar 3.2 Katalog Produk Calula Blouse 13
Gambar 3.3 Pilihan Warna Calula Blouse 14
Gambar 3.4 Katalog Produk Moura Sweater Knit 14
Gambar 3.5 Gambar Business Model Canvas Minymouw Brand 22
Gambar 4.1 Media Sosial Minymouw 36
Gambar 4.2 Proses Desain Produk....38
Gambar 4.3 Proses Pembelian Bahan 38
Gambar 4.4 Penyerahan Bahan Ke Konveksi 39
Gambar 4.5 Proses *Quality Check* produk 40
Gambar 4.6 Proses Foto Produk 41
Gambar 4.7 Proses Pengelolaan Etalase 41
Gambar 4.8 Proses Penjualan....42
Gambar 4.9 Proses Rekap Penjualan *Pasca-Live* 43
Gambar 4.10 Proses Pengemasan 44

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Penjualan 27
Tabel 4.2 Produksi 27
Tabel 4.3 Pembelian Bahan Baku 28
Tabel 4.4 Biaya Operasional 29
Tabel 4. 5 Biaya Overhead 29
Tabel 4.6 HPP Keseluruhan 30
Tabel 4.7 HPP Calula Blouse 30
Tabel 4.8 Tabel HPP Moura Sweater Knit 30
Tabel 4. 9 Laporan Laba Rugi 30
Tabel 4.10 Laporan Arus Kas Di Tigatahunkan 31
Tabel 4.11 Tabel Laporan Arus Kas 32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Curriculum Vitae 50
Lampiran 2. Laporan Realisasi Anggaran.....51
Lampiran 3. Dokumentasi Proyeksi Bisnis.....57

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara global, Industri pakaian merupakan salah satu sektor bisnis terbesar. Permintaan konsumen untuk produk fashion terus tumbuh dengan pesat, didukung oleh tren mode yang terus berkembang dan meningkatnya kesadaran konsumen akan kualitas dan kenyamanan. Dengan demikian, dunia fashion juga menghadapi banyak tantangan, seperti tren dan musim yang berubahdengan cepat, persaingan ketat di pasar, dan lain lain.

Dengan tantangan tersebut, saya menjadi tergugah untuk berjualan pakaian. Saya berjualandengan nama toko yaitu By.marra yang saya dirikan pada tahun 2019, yang saat ini sudah memiliki pengikut di Tiktok dengan jumlah 111.400, di Instagram dengan jumlah 33.000, dan di Shopee dengan jumlah 10.000 pengikut. Kami juga memiliki warehouse store di Jalan Smp Negri 10 Yogyakarta.

Saya menjual pakaian thrift import atau bekas melalui toko offline, online, dan sempat mengikuti event. Namun, melihat kondisi sekarang pemerintah mengeluarkan larangan penjualanpakaian thrift import, saya merasakan adanya keterbatasan dalam bisnis yang saya jalankan. Pengikut saya memberikan saran yang cukup bermanfaat yaitu saya disarankan untuk kembali memproduksi pakaian baru untuk dijual di By.marra.

Sebelumnya, saya juga menjual pakaian yang diproduksi sendiri yaitu baju baju tidur, dansaya jadi terbesit untuk memproduksi pakaian kasual untuk kegiatan sehari-hari. Maka, berbekal pengalaman yang sudah ada, saya merasa termotivasi

untuk memproduksi dan menjual pakaian baru yang saya desain dengan nama brand "*Minymouw*". Harapannya, bisnis ini bisa tumbuh dan berkembang dengan adanya inovasi produk yang semakin menarik dan mampu memikat minatpelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dikaji dalam proyek bisnis ini :

1. Bagaimana menentukan kanal yang tepat untuk strategi pemasaran dan promosi yangpaling efektif untuk produk "*Minymouw*"?
2. Bagaimana strategi yang diterapkan untuk meminimalkan risiko dan meningkatkankeberlanjutan bisnis "*Minymouw*"?

1.3 Tujuan Program

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dapat diketahui tujuan untuk membuat proposal ini yaitu:

1. Menentukan kanal yang tepat untuk strategi pemasaran dan promosi yang paling efektifuntuk produk "*Minymouw*"
2. Mengetahui strategi yang dapat membantu meminimalkan risiko dan meningkatkankeberlanjutan bisnis "*Minymouw*"

1.4 Luaran yang Diharapkan

1. Minymouw menjadi merek yang dikenal dengan kualitas produk yang unggul
2. Minymouw dapat bertahan dalam persaingan bisnis pada industri sejenis
3. Konsisten dalam memberikan pengalaman belanja yang memuaskan bagi pelanggan

4. Mengembangkan model produk inovatif yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan
5. Mencapai pertumbuhan finansial yang stabil dan berkelanjutan

1.5 Manfaat Program

1. Mendorong mahasiswa unuk berpikir secara kreatif dan inovatif dalam mengembangkanbisnis
2. Membantu mahasiswa mengembangkan soft skills melalui pengalaman langsung dalamberbisnis
3. Menjadi wadah bagi mahasiswa untuk mengembangkan potensi dalam berbisnis

1.6 Sistematika Penulisan

Berikut merupakan sistematika penulisan laporan akhir proyek bisnis pada Minymouw Brand di antaranya sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini menguraikan pentingnya pelaksanaan proyek bisnis ini. Dilengkapi dengan rumusan masalah, tujuan program, hasil yang diharapkan, manfaat yang diperoleh, serta gambaran umum struktur laporan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Pada telaah pustaka akan dibahas mengenai teori-teori yang mendukung proyek bisnis ini terutama konsep Business Model Canvas (BMC) dan analisis SWOT, yang membantu dalam memahami dan mengembangkan model bisnis serta menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha.

BAB III METODOLOGI PELAKSANAAN PROYEK BISNIS

Pada bab ini mendeskripsikan tentang konsep atau ide pokok dari kegiatan bisnis yang dijalankan oleh Minymouw Brand.

BAB IV PELAKSANAAN DAN ANALISIS PROYEK BISNIS

Pada bab ini menjelaskan detail dari pelaksanaan dan analisa proyek bisnis meliputi profil bisnis, identifikasi masalah serta pemecahan masalah, evaluasi terhadap capaian tujuan, kinerja, dan hasil dari proyek bisnis ini.

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Pada bab ini berisi tentang ringkasan dan saran yang didasari oleh semua temuan yang diperoleh selama pelaksanaan proyek bisnis berlangsung.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Bisnis

Bisnis dalam arti luas adalah suatu istilah umum yang menggambarkan suatu aktivitas daninstitusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari (Amirullah, 2005:2).

Bisnis menurut (Griffin dan Ebert, 2008) merupakan aktifitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan atau diinginkan oleh konsumen.

Menurut Louis E. Boone (2007:5), bisnis terdiri dari seluruh aktivitas dan usaha untuk mencari keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan bagi sistem perekonomian, beberapa bisnis memproduksi barang berwujud sedangkan yang lain memberikanjasa.

Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa bisnis adalah suatu aktivitas atau institusi yang memproduksi barang dan jasa yang diperlukan atau diinginkan oleh konsumen. Tujuan utama dari bisnis adalah untuk mencari keuntungan dengan menyediakan barang dan jasayang dibutuhkan oleh sistem perekonomian. Bisnis dapat berupa produksi barang berwujud maupun penyediaan jasa.

2.2 Fashion

Menurut Newman dan Shariff dalam bukunya *"Fashion A-Z: An Illustrated Dictionary"* (2009), fashion adalah sebuah gaya yang mencakup pakaian, aksesoris, musik, seni, dan unsur-unsur lain yang populer dalam konteks budaya pada waktu

tertentu. Fokus utama fashion terletak pada pakaian, dan secara umum, mode memiliki sifat yang tidak bertahan lama karena selalu berubah seiring dengan tren.

Sementara itu, *The World Book Encyclopedia* (1995) yang diterbitkan oleh World Book, Inc. menjelaskan bahwa fashion merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan gaya busana yang umum digunakan oleh mayoritas masyarakat di suatu negara. Namun, istilah fashion juga bisa diterapkan pada berbagai hal lainnya seperti mobil, furnitur, dan rumah. Oleh karena itu, fashion mencerminkan perilaku yang diterima secara luas oleh masyarakat.

Beberapa ahli mendefinisikan fashion dengan perspektif yang berbeda. Carlyle (2007) mengibaratkan fashion sebagai "kulit sosial" yang menggambarkan gaya hidup suatu kelompok masyarakat dan menjadi bentuk ekspresi identitas. Sedangkan Piliang (2004) menyatakan bahwa fashion adalah salah satu bagian dari gaya hidup yang dapat dicoba, diadopsi, atau ditinggalkan sesuai dengan perkembangan zaman.

2.3 Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah kepada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Menurut Cantillon, wirausaha adalah seseorang yang mampu memindahkan atau mengkonversikan sumber-sumber daya ekonomis dari tingkat produktivitas rendah ketingkat produktivitas yang lebih tinggi. Pendapat lain dari Suryana

mendefinisikan wirausaha adalah seseorang yang memiliki karakteristik percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, pengambil resiko yang wajar, kepemimpinan yang lugas, kreatif menghasilkan inovasi, serta berorientasi padamasa depan.

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan melibatkan semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam mengelola usaha atau kegiatan dengan tujuan mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi, dan produk baru. Hal inidilakukan dengan meningkatkan efisiensi untuk memberikan pelayanan yang lebih baik dan memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Dengan demikian, seorang wirausaha harus memiliki sikap yang positif, percaya diri, dan berorientasi pada hasil. Dalam dunia bisnis yang kompetitif, kewirausahaan menjadi faktor penting dalam mencapai kesuksesan dan pertumbuhan yang berkelanjutan.

2.4 Tujuan Kewirausahaan

Tujuan kewirausahaan menurut Basrowi (2011:07) sebagai berikut :

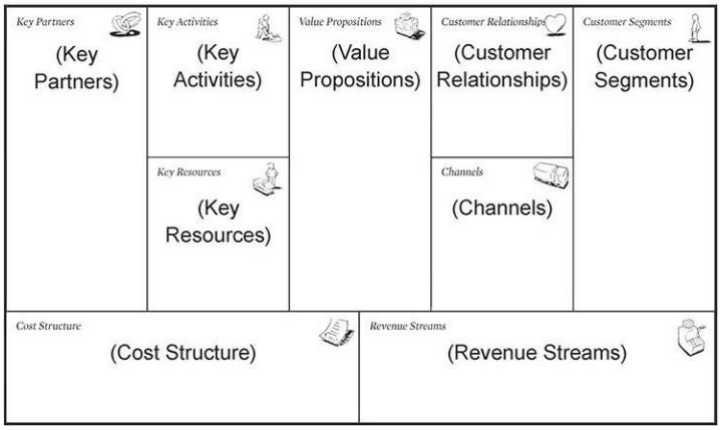
1. Meningkatkan jumlah wirausaha yang berkualitas
2. Mewujudkan kemampuan dan kemantapan para wirausaha untuk menghasilkankemajuan dan kesejahteraan masyarakat
3. Membudayakan semangat, sikap, perilaku dan kemampuan kewirausahaan dikalangan masyarakat yang mampu, andal, dan unggul
4. Menumbuhkan kembangkan kesadaran dan orientasi kewirausahaan yang tangguhdan kuat terhadap masyarakat

2.5 Manfaat Kewirausahaan

Manfaat kewirausahaan Thomas W. Ziemmerer dalam Basrowi (2011:08) merumuskanmanfaat berkewirausahaan, sebagai berikut:

1. Memberikan peluang dan kebebasan untuk mengendalikan nasib sendiri
2. Memberikan peluang melakukan perubahan
3. Memberi peluang untuk mencapai potensi diri sepenuhnya
4. Memiliki peluang untuk meraih keuntungan seoptimal mungkin
5. Memiliki peluang untuk berperan aktif dalam masyarakat dan mendapatkanpengakuan atas usahanya
6. Memiliki peluang untuk melakukan sesuatu yang disukai dan menumbuhkan rasasenang dalam mengerjakannya

2.6 Teori Business Model Canvas



Gambar 2.1 Contoh Business Model Canvas

Menurut (Osterwalder & Pigneur, 2010), business model canvas adalah sebuah alat untukmendeskripsikan, menganalisis, dan mendesain model bisnis dari suatu perusahaan. Business model canvas berbentuk sebuah kerangka sederhana yang terbagi-bagi ke dalam 9 bagian yang merupakan elemen-elemen penting

dalam membangun suatu bisnis. Sembilan elemen tersebut secara urut terdiri atas:

1. *Customer Segment* yaitu segmentasi/kelompok masyarakat yang ingin disasar sebagai calon pelanggan suatu perusahaan.
2. *Value Proposition* yaitu suatu nilai yang dimiliki oleh perusahaan yang menjadi alasan mengenai mengapa pelanggan memilih produk/jasa dari perusahaan tersebut.
3. *Channels* yaitu media-media atau cara suatu perusahaan agar bisa menjangkau pelanggannya. Melalui saluran yang tepat, value proposition yang dimiliki oleh perusahan bisa diterima dengan baik oleh pelanggan.
4. *Customer Relationship* yaitu metode yang digunakan perusahaan untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Customer Relationship sangat penting agar pelanggan dari suatu perusahaan tidak berpindah ke kompetitor.
5. *Revenue Stream* yaitu cara perusahaan mendapatkan keuntungan atas produk/jasa yangdiproduksi.
6. *Key Resource* yaitu berbagai sumber daya yang diperlukan suatu perusahaan untuk menciptakan value proposition mereka.
7. *Key Activities* yaitu seluruh aktivitas yang berkaitan dengan proses bisnis suatu perusahaan, dimana aktivitas utamanya adalah menciptakan value proposition.
8. *Key Partnership* yaitu semua pihak-pihak yang menjalin kerjasama dengan suatu perusahaan. Kerjasama ditujukan untuk menyokong dan mengoptimalkan alokasi sumber daya, memitigasi resiko, mengurangi

ketidakpastian persaingan, dan meningkatkan kinerja perusahaan.

9. *Cost Structure* yaitu seluruh struktur biaya yang dibutuhkan untuk menjalan bisnis suatuperusahaan.

Dengan menggunakan Business Model Canvas, perencanaan ide bisnis dapat dilakukan dengan lebih efisien karena elemen-elemen kunci dalam menjalankan bisnis dapat disusun secaracepat dalam satu dokumen. Selain itu, ide bisnis juga menjadi lebih teratur dan mudah untuk dibuatdan ditinjau karena urutan yang terstruktur dalam Business Model Canvas.

2.7 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strength), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunity) dan ancaman (Threat) yang terjadi dalam proyek atau di sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produksendiri maupun pesaing.

Gambar 2.2 Analisis SWOT

Dalam analisis SWOT terdapat faktor-faktor yang dibagi menjadi empat kategori yaitu: strengths (kekuatan), weakness (kelemahan), opportunities (peluang), dan threats (ancaman). Berikut adalah penjabaran dari masing-masing kategori:

- Strengths (kekuatan) merupakan faktor-faktor internal yang memberikan keunggulan kompetitif bagi suatu organisasi
- Weakness (kelemahan) merupakan faktor-faktor internal yang membatasi kinerja atau potensi suatu organisasi
- Opportunities (peluang) merupakan faktor-faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuan
- Threats (ancaman) merupakan faktor-faktor eksternal yang dapat menghambat kinerja atau kesuksesan suatu organisasi

Dengan menggunakan analisis SWOT, organisasi dapat mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja dan keberhasilan mereka. Hal ini membantu dalam pengambilan keputusan strategis dan perencanaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

BAB III

METODOLOGI PELAKSANAAN PROYEK BISNIS

3.1 Gambaran Umum Rencana Usaha

3.1.1 Nama Usaha dan Jenis Produk

Menentukan nama usaha yang tepat adalah 12angkah penting untuk membangun identitas brand yang mudah diingat. Nama Minymouw dipilih karena mencerminkan karakter yang simple, elegan, dan ikonik, dengan harapan bisa menjadi brand yang mudah dikenali oleh konsumen. Saat ini, Minymouw sudah memproduksi dua model atasan, yaitu blouse dan sweater berbahan rajut, dan harapannya akan menambah produk seperti kemeja, rok, dan celana.

Homestore Minymouw berlokasi di Jalan Smp Negeri 10 no 1050, Salakan, Bangunharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta. Selain itu, Minymouw juga hadir di platform seperti Shopee, Instagram, dan TikTok, sehingga pelanggan bisa berbelanja dengan lebih mudah dan nyaman. Semua produk dibuat dari bahan berkualitas, mengutamakan kenyamanan.

Gambar 3.1 Logo Minymouw

3.1.2 Keunggulan dan Kelemahan Produk

Keunggulan dari masing-masing produk, diantaranya :

1. Produk “Calula Blouse”

Gambar 3.2 Katalog Produk Calula Blouse

Memiliki keunggulan di antaranya:

- Bahan yang digunakan memiliki sifat dingin dan jatuh, memberikan kenyamanan pada pengguna
- Desain yang timeless sehingga tetap relevan dalam jangka waktu yang lama
- Fitur wudhu-friendly, memudahkan pengguna dalam berwudhu
- Tekstur bahan memberikan kesan elegan dan tidak monoton
- Tersedia dalam enam pilihan warna: hazelnut, taupe, black, denim, grey, soft peach, dan sage.

Gambar 3.3 Pilihan Warna Calula Blouse

Memiliki kelemahan di antaranya :

- Desain baju cenderung polos sehingga terlihat kurang menarik bagi sebagian konsumen
- Ukuran yang tersedia masih terbatas

2. Produk “Moura Sweater Knit”

Gambar 3.4 Katalog Produk Moura Sweater Knit

Memiliki keunggulan di antaranya:

- Desain yang lucu dan kasual, memberikan tampilan yang menarik dan tidak membosankan
- Menggunakan bahan rajut yang lembut
- Memberikan kesan kasual yang cocok untuk berbagai aktivitas santai.

Memiliki kelemahan di antaranya:

- Tersedia hanya dalam satu warna
- Hanya tersedia dalam satu ukuran

3.2 Gagasan Kegiatan Usaha

Kegiatan yang akan dilakukan oleh Minymouw yaitu sebagai berikut:

1. Melakukan survei kepada supplier tekstil untuk memilih bahan yang berkualitasdengan harga yang cocok.
2. Melakukan brainstorming untuk desain dan model produk yang kasual, elegant, dannampak rapi.
3. Berdiskusi dengan konveksi terkait model.
4. Melakukan QC (quality control) sebelum dijual.
5. Melakukan promosi dengan membuat konten di tiktok, instagram, dan shopee.
6. Membalas chat orderan maupun keluhan customer.
7. Melakukan packing pesanan.
8. Menunggu pick up ekspedisi atau mengantar ke drop off point terdekat.

3.3 Profil Konsumen

Berdasarkan data analisis pengikut dari aplikasi Tiktok dan Instagram, target

konsumen utama kami adalah remaja perempuan hingga wanita dewasa dengan rentang usia 16-45 tahun yang aktif di sosial media dan suka berbelanja melalui platform e- commerce.

3.4 Potensi Pasar

Potensi pasar pada industri fashion sangat besar, karena industri fashion terus berkembang dan selalu mengalami pertumbuhan yang baik. Tren fashion pada setiaptahunnya selalu berevolusi sehingga menciptakan peluang bagi pertumbuhan danpengembangan bisnis. Industri Fashion harus bisa beradaptasi dengan cepat agarmenghasilkan karya baru dan membuat pelanggan terus membeli produk model terbaru.

3.5 Segmentasi Pasar

1. Remaja Perempuan: Menjadi target utama bagi kami karena mereka sering membeli pakaian sesuai dengan tren terkini, namun banyak juga remaja perempuan yang menyukai pakaian modis dan tampak kasual, dengan tampilan rapi tersebut cocok untuk dipakai ke kampus, contoh produk seperti : Blus, Kemeja, Crop top, Outer, Cardigan.
2. Ibu Rumah Tangga: Biasanya membeli pakaian yang praktis, fungsional, tampak rapi dan nyaman ketika dipakai sesuai dengan aktivitas harian. Harga yang terjangkau menjadi pertimbangan utama mereka untuk membeli baju. Contoh produknya seperti one set dengan warna warna netral.
3. Wanita Dewasa: Pakaian dengan desain elegan dan material yang berkelas menjadipilihan yang tepat karena untuk memenuhi kebutuhan karakter

sosial mereka. Contoh produk seperti : kemeja dan blouse

3.6 Sumber Daya

1. Sumber daya manusia: penjahit, host live streaming, admin chat pesanan danpacking
2. Sumber daya fisik: konveksi, gudang, laptop, handphone, tripod, lighting
3. Sumber daya alam: kain, benang, jarum
4. Koneksi: Supplier kain, supplier benang, supplier packaging, supplier label tag,ekspedisi pengiriman, influencer campaign.

3.7 Peluang Pasar

Dari latar belakang yang telah saya jelaskan, terlihat adanya peluang pasar yang menjanjikan untuk mendirikan sebuah clothing brand baru. Dengan memiliki basis ±100.000 pengikut dalam bisnis thrifting, hal ini menunjukkan bahwa saya memiliki pangsa pasar yang cukup. Selain itu, permintaan yang diberikan oleh pelanggan untuk menciptakan brand baru menunjukkan tingginya minat mereka terhadap produk kami.

3.8 Analisis Kelayakan Usaha

3.8.1 Aspek Pemasaran

Untuk mencapai keuntungan dan laba yang optimal, Minymouw Brand menerapkan strategi marketing mix. Berikut ini adalah uraian mengenai strategi marketing mix yang diterapkan oleh Minymouw Brand:

1. Produk (Product)

   Minymouw Brand mengusung konsep clothing brand yang memproduksi

pakaian sendiri. Saat ini, brand ini menawarkan dua produk utama, yaitu Calula Blouse dan Moura Sweater Knit. Calula Blouse dirancang dengan bahan adem yang memberikan kenyamanan, memiliki desain timeless, serta fitur wudhu-friendly. Sementara itu, Moura Sweater Knit menggunakan bahan rajut lembut dengan desain kasual yang menarik.

2. Harga (Price)

   Harga produk dari Minymouw Brand bervariasi tergantung pada periode promosi. Harga normal untuk Calula Blouse adalah Rp110.000, sedangkan Moura Sweater Knit dibanderol seharga Rp89.000. Selama periode promosi live, harga diskon berlaku dengan Calula Blouse seharga Rp89.000 dan Moura Sweater Knit seharga Rp79.000. Metode pembayaran tersedia dalam bentuk tunai maupun non-tunai seperti transfer dan e-wallet.

3. Tempat (Placement)

   Minymouw Brand memiliki warehouse store yang berlokasi di Jalan SMP N 10, Yogyakarta. Lokasi ini berfungsi sebagai tempat penyimpanan dan distribusi produk untuk memfasilitasi penjualan dan pengiriman kepada pelanggan.

4. Promosi (Promotion)

   Strategi promosi Minymouw Brand melibatkan penggunaan media sosial seperti TikTok dan Instagram, serta marketplace Shopee. Promosi dilakukan melalui iklan dan konten yang menarik di platform-platform tersebut, untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan

kesadaran merek.

5. Aspek Lingkungan

   Usaha ini memiliki komitmen yang kuat terhadap lingkungan sekitar dengan memastikan bahwa tidak ada dampak negatif yang ditimbulkan secara fisik seperti polusi udara ataupun polusi suara.

3.8.2 Aspek Manajemen

Dalam aspek manajemen, saya melakukan berbagai langkah untuk memastikan kualitas dan efisiensi dalam proses produksi. Pertama, saya pribadi menentukkan kain dan merancang desain baju. Setelah itu, saya mengantarkan bahan-bahan tersebut ke konveksiSelanjutnya, saya juga turut terlibat dalam proses quality control untuk memastikan bahwa setiap produk memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan. Selain itu, saya juga memiliki host live dan admin untuk membantu dalam mempromosikan produk. Terakhir, saya juga bertanggungjawab dalam proses packing barang, memastikan bahwa setiap pesanan dikemas dengan rapi dan aman sebelum dikirimkepada pelanggan.

Dengan mengelola setiap tahap ini secara langsung, saya dapat memastikan bahwa setiap produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas dan memberikan kepuasan.

3.8.3 Aspek Keuangan

Sumber dana yang digunakan untuk memulai usaha Minymouw 100% berasal dari dana pribadi.

A. Sumber Modal

Sumber modal dalam membuka usaha ini, merupakan 100% dari modal penulis.

Keterangan	Presentase	Jumlah
Modal pribadi	100%	9.000.000

B. Kebutuhan Modal

1. Kebutuhan Modal Awal

No	Kebutuhan	Jumlah	Harga	Total Harga
1	**Bahan Baku**			
	Calula Blouse	70 pcs	Rp. 43.400	Rp. 3.038.050
	Moura Sweater Knit	50 pcs	Rp. 68.300	Rp. 3.415.000
2	**Kemasan**			
	Plastik Ploymailer	100 pcs	Rp. 1.100	Rp. 110.000
	Pouch Ziplock	100 pcs	Rp. 2.000	Rp. 200.000
	Sablon Ziplock	100 pcs	Rp. 1.000	Rp. 100.000
	Thankyou Card	100 pcs	Rp. 100	Rp. 7.500
3	**Operasional**			
	Biaya Listrik	1 bulan	Rp. 200.000	Rp. 200.000
	Biaya Wifi	1 bulan	Rp. 243.000	Rp. 243.000
	Gaji Host Live 2 jam	1 bulan	Rp. 35.000	Rp. 1.050.000
Total				**Rp. 8.363.050**

2. Rincian Kebutuhan Modal Calula Blouse

No	Kebutuhan	Jumlah	Harga	Total Harga
1	**Bahan Baku**			
	Kain	79,5 m	Rp. 19.900	Rp. 1.582.050
	Ongkos Jahit	70 pcs	Rp. 20.000	Rp. 1.400.000
	Label Brand Bahan Katun	70 lembar	Rp. 800	Rp. 56.000
2	**Kemasan**			
	Plastik Ploymailer	70	Rp. 1.100	Rp. 77.000
	Pouch Ziplock	70	Rp. 2.000	Rp. 140.000
	Sablon Ziplock	70	Rp. 1000	Rp. 70.000
Total				**Rp. 3.325.050**

3. Rincian Kebutuhan Modal Moura Sweater Knit

No	Kebutuhan	Jumlah	Harga	Total Harga
1	**Bahan Baku**			
	Kain	75 meter	Rp. 35.000	Rp. 2.625.000
	Ongkos Jahit	50 pcs	Rp. 15.000	Rp. 750.000
	Label Brand Bahan Katun	50 lembar	Rp. 800	Rp. 40.000
2	**Kemasan**			
	Plastik Ploymailer	50	Rp. 1.100	Rp. 55.000
	Pouch Ziplock	50	Rp. 2.000	Rp. 100.000
	Sablon Ziplock	50	Rp. 1000	Rp. 50.000
Total				**Rp. 3.620.000**

3.9 Keberlanjutan Usaha Proyek Bisnis

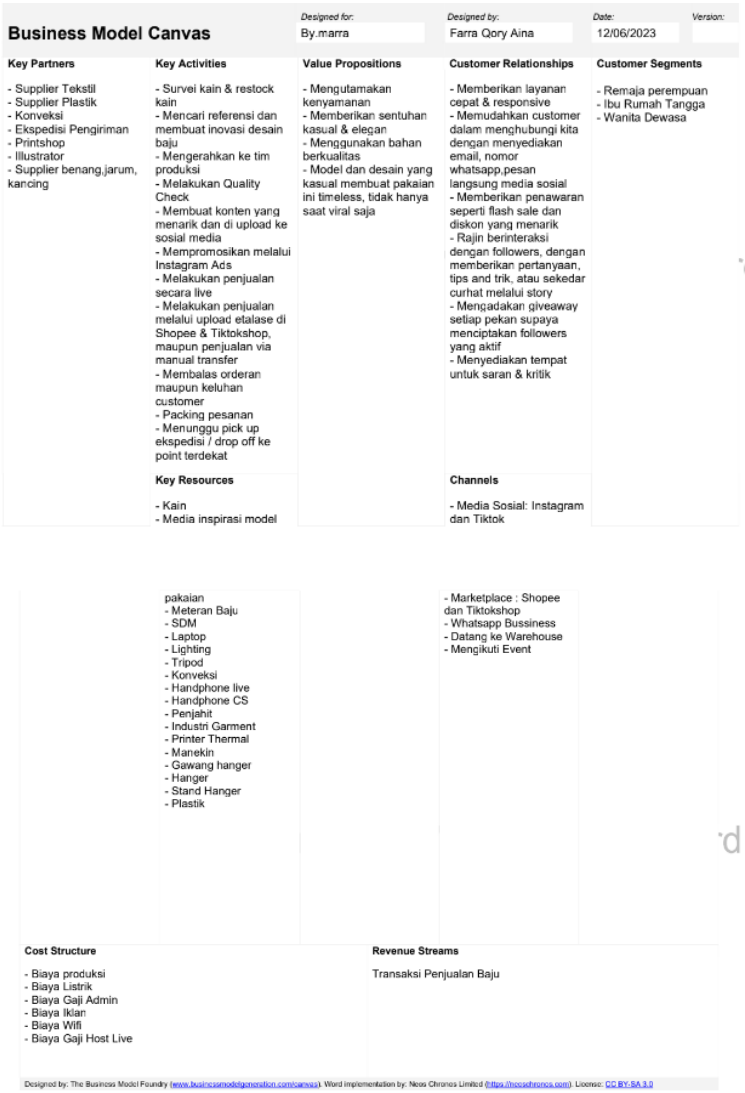
Setelah menyelesaikan usaha proyek bisnis ini, penulis berencana untuk mengembangkan produk Minymouw Brand melalui inovasi dan strategi baru. Beberapa langkah yang direncanakan meliputi:

1. Mengembangkan produk blouse dengan model-model terbaru yang mengiktui tren mode, serta menambahkan koleksi celana kasual yang sesuai dengan desain dan gaya brand
2. Menjadi tenant dalam bazzar atau event fashion untuk meningkatkan

visibilitas merek dan menjangkau audiens lebih luas

3. Bekerja sama dengan influencer yang sesuai untuk mempromosikan produk Minymouw Brand

3.10 Analisis Business Model Canvas (BMC)



Business Model Canvas

Designed for:	Designed by:	Date:	Version:
By.marra	Farra Qory Aina	12/06/2023	

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
- Supplier Tekstil - Supplier Plastik - Konveksi - Ekspedisi Pengiriman - Printshop - Illustrator - Supplier benang,jarum, kancing	- Survei kain & restock kain - Mencari referensi dan membuat inovasi desain baju - Mengerahkan ke tim produksi - Melakukan Quality Check - Membuat konten yang menarik dan di upload ke sosial media - Mempromosikan melalui Instagram Ads - Melakukan penjualan secara live - Melakukan penjualan melalui upload etalase di Shopee & Tiktokshop, maupun penjualan via manual transfer - Membalas orderan maupun keluhan customer - Packing pesanan - Menunggu pick up ekspedisi / drop off ke point terdekat	- Mengutamakan kenyamanan - Memberikan sentuhan kasual & elegan - Menggunakan bahan berkualitas - Model dan desain yang kasual membuat pakaian ini timeless, tidak hanya saat viral saja	- Memberikan layanan cepat & responsive - Memudahkan customer dalam menghubungi kita dengan menyediakan email, nomor whatsapp,pesan langsung media sosial - Memberikan penawaran seperti flash sale dan diskon yang menarik - Rajin berinteraksi dengan followers, dengan memberikan pertanyaan, tips and trik, atau sekedar curhat melalui story - Mengadakan giveaway setiap pekan supaya menciptakan followers yang aktif - Menyediakan tempat untuk saran & kritik	- Remaja perempuan - Ibu Rumah Tangga - Wanita Dewasa
	Key Resources - Kain - Media inspirasi model		**Channels** - Media Sosial: Instagram dan Tiktok	

pakaian - Meteran Baju - SDM - Laptop - Lighting - Tripod - Konveksi - Handphone live - Handphone CS - Penjahit - Industri Garment - Printer Thermal - Manekin - Gawang hanger - Hanger - Stand Hanger - Plastik		- Marketplace : Shopee dan Tiktokshop - Whatsapp Bussiness - Datang ke Warehouse - Mengikuti Event

Cost Structure	Revenue Streams
- Biaya produksi - Biaya Listrik - Biaya Gaji Admin - Biaya Iklan - Biaya Wifi - Biaya Gaji Host Live	Transaksi Penjualan Baju

Designed by: The Business Model Foundry (www.businessmodelgeneration.com/canvas). Word implementation by: Neos Chronos Limited (https://neoschronos.com). License: CC BY-SA 3.0

Gambar 3.5 Gambar Business Model Canvas Minymouw Brand

1. *Costumer Segments*

   Segmen pelanggan yang menjadi target dari bisnis ini adalah remaja perempuan, ibu rumah tangga, dan wanita dewasa. Pemilihan segmen ini

didasarkan pada kebutuhan mereka akan pakaian yang nyaman, kasual, namun tetap elegan, yang dapat digunakan dalam berbagai aktivitas sehari-hari. Pelanggan ini mengutamakan produk berkualitas yang sesuai dengan tren mode terkini

2. *Value Propostions*

   Nilai utama yang ditawarkan oleh bisnis ini adalah kenyamanan dan kualitas tinggi dari produk yang dihasilkan. Pakaian yang diproduksi memberikan sentuhan kasual dan elegan, yang dapat dikenakan dalam berbagai kesempatan. Selain itu, model dan desain yang dihasilkan bersifat timeless, sehingga tetap relevan dan stylish dalam jangka waktu lama.

3. *Channel*

   Bisnis ini menggunakan platform media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, sebagai saluran utama untuk berkomunikasi dengan pelanggan serta mempromosikan produk. Selain itu, penjualan dilakukan melalui marketplace seperti Shopee dan TikTokshop, yang memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk membeli produk secara online.

4. *Customer Relationship*

   Hubungan dengan pelanggan dijaga melalui pemberian layanan cepat dan responsif, terutama melalui media sosial dan aplikasi perpesanan seperti WhatsApp. Bisnis ini berupaya untuk membangun hubungan yang personal dengan pelanggannya, melalui interaksi yang intensif dan konten yang menarik, seperti polling desain dan tips fashion. Selain itu, mereka

juga berusaha menjaga loyalitas pelanggan dengan memberikan diskon atau penawaran khusus.

5. *Key Activities*

   Kegiatan utama yang dilakukan oleh bisnis ini mencakup restock kain dan inovasi desain, di mana tim produksi selalu mencari referensi terbaru untuk menghasilkan produk yang up-to-date dengan tren pasar. Selain itu, dilakukan quality check untuk memastikan bahwa produk yang diproduksi sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan. Promosi di media sosial juga menjadi aktivitas penting untuk memperluas jangkauan pasar, disertai dengan pengelolaan penjualan di marketplace seperti Shopee dan TikTokshop.

6. *Key Resources*

   Sumber daya yang diperlukan untuk menjalankan bisnis ini antara lain adalah bahan baku berupa kain berkualitas, alat-alat produksi seperti manekin, printer thermal, dan berbagai peralatan pendukung seperti hanger dan stand hanger. Selain itu, media inspirasi model juga digunakan untuk mengembangkan desain pakaian yang sesuai dengan tren terbaru.

7. *Key Partnerships*

   Mitra utama dalam bisnis ini adalah supplier tekstil dan plastik, yang menyediakan bahan baku utama untuk produksi, serta konveksi yang membantu dalam proses pembuatan pakaian. Selain itu, bisnis ini juga bekerja sama dengan jasa ekspedisi untuk pengiriman produk, serta printshop dan ilustrator untuk kebutuhan desain dan cetak.

8. *Cost Structure*

   Struktur biaya yang harus dikeluarkan oleh bisnis ini meliputi biaya produksi, yang mencakup pembelian bahan baku, biaya listrik, gaji admin, biaya iklan, biaya gaji host live, dan biaya operasional lainnya yang mendukung kegiatan produksi dan pemasaran.

9. *Revenue Streams*

   Sumber pendapatan utama bisnis ini berasal dari transaksi penjualan pakaian yang dilakukan melalui platform marketplace dan media sosial.

BAB IV

PELAKSANAAN DAN ANALISA PROYEK BISNIS

4.1 Profil Bisnis

Minymouw Brand adalah usaha di bidang *fashion* yang memproduksi pakaian dengan desain modern dan fungsional. Saat ini, produk yang ditawarkan meliputi *Calula Blouse* dan Moura Sweater Knit. Produk Calula Blouse dirancang dengan bahan adem dan fitur wudhu-friendly, sementara Moura Sweater Knit menggunakan bahan rajut lembut dengan desain kasual. Produk tersedia di warehouse store di Jalan SMP N 10, Yogyakarta, serta dipasarkan melalui media sosial dan *marketplace* seperti Shopee. Harga produk bervariasi, dengan diskon saat promosi live. Berikut ini adalah rencana dan jadwal proyek bisnis yang telah saya susun dengan tujuanuntuk mencapai hasil yang optimal.

4.2 Realisasi Anggaran Proyek Bisnis

Program proyek bisnis telah berjalan selama 7 bulan, terhitung sejak dimulainya produksi pada Januari 2024 hingga Juli 2024. Berikut merupakan realisasi anggaran proyek bisnis Minymouw Brand:

4.2.1 Penjualan

Tabel 4.1
Penjualan

No	Bulan	Keterangan	Harga Per Unit	Jumlah Unit Terjual	Total Penjualan
1	Januari	Calula Blouse	Rp. 89.000	52	Rp. 4.628.000
2	Februari	Calula Blouse	Rp. 89.000	62	Rp. 5.518.000
3	Maret	Calula Blouse	Rp. 89.000	68	Rp. 6.052.000
4	April	Calula Blouse	Rp. 89.000	63	Rp. 5.607.000
		Moura Sweater Knit	Rp. 79.000	15	Rp. 1.185.000
5	Mei	Calula Blouse	Rp. 89.000	48	Rp. 4.272.000
		Moura Sweater Knit	Rp. 79.000	10	Rp. 790.000
6	Juni	Calula Blouse	Rp. 89.000	35	Rp. 3.115.000
		Moura Sweater Knit	Rp. 79.000	5	Rp. 395.000
7	Juli	Calula Blouse	Rp. 89.000	10	Rp. 890.000
		Moura Sweater Knit	Rp. 79.000	7	Rp. 553.000
Total Penjualan				**375**	**Rp. 33.005.000**
Rata-rata per bulan					**Rp. 4.715.000**

Tabel 4.2
Produksi

No	Bulan	Keterangan	Calula Blouse	Moura Sweater Knit
1	Januari	Unit Produksi	70	-
		Persediaan Akhir	88	-
2	Februari	Unit Produksi	70	-
		Persediaan Akhir	96	-
3	Maret	Unit Produksi	70	50
		Persediaan Akhir	98	-
4	April	Unit Produksi	70	-
		Persediaan Akhir	105	35
5	Mei	Unit Produksi	-	-
		Persediaan Akhir	57	25
6	Juni	Unit Produksi	-	-
		Persediaan Akhir	22	20
7	Juli	Unit Produksi	-	-
		Persediaan Akhir	12	13
Total Unit Terjual			**338 unit**	**37 unit**

4.2.2 Tabel Produksi

Tabel 4.3
Pembelian Bahan Baku

No	Bulan	Keterangan	Unit	Rincian	Sub Total	Total
1	Januari 2024	Kain Calula	79,5 meter	Rp. 19.900	Rp. 1.582.000	Rp. 3.038.050
		Ongkos Jahit Calula	70 pcs	Rp. 20.000	Rp. 1.400.000	
		Label Brand	70 pcs	Rp. 800	Rp. 56.000	
2	Februari 2024	Kain Calula	79,5 meter	Rp. 19.900	Rp. 1.582.000	Rp. 3.038.050
		Ongkos Jahit Calula	70 pcs	Rp. 20.000	Rp. 1.400.000	
		Label Brand	70 pcs	Rp. 800	Rp. 56.000	
3	Maret 2024	Kain Calula	79,5 meter	Rp. 19.900	Rp. 1.582.000	Rp. 6.453.050
		Ongkos Jahit Calula	70 pcs	Rp. 20.000	Rp. 1.400.000	
		Label Brand	70 pcs	Rp. 800	Rp. 56.000	
		Kain Moura	75 meter	Rp35,000	Rp2,625,000	
		Ongkos Jahit Moura	50 pcs	Rp15,000	Rp750,000	
		Label Brand	50 pcs	Rp800	Rp40,000	
4	April 2024	Kain Calula	79,5 meter	Rp. 19.900	Rp. 1.582.000	Rp. 3.038.050
		Ongkos Jahit Calula	70 pcs	Rp. 20.000	Rp. 1.400.000	
		Label Brand	70 pcs	Rp. 800	Rp. 56.000	
5	Mei 2024	-	-	-	-	-
6	Juni 2024	-	-	-	-	-
7	Juli 2024	-	-	-	-	-
Total Pembelian Bahan Baku						**Rp. 15.567.200**
Rata-Rata Pembelian Bahan Baku per Unit						**Rp. 14.783**

4.2.3 Tabel Pembelian Bahan Baku

Tabel 4.4
Biaya Operasional

Bulan	Keterangan	Biaya	Total Biaya
Januari 2024	Wifi	Rp. 243.000	Rp. 443.000
	Listrik	Rp. 200.000	
Februari 2024	Wifi	Rp. 243.000	Rp. 443.000
	Listrik	Rp. 200.000	
Maret 2024	Wifi	Rp. 243.000	Rp. 443.000
	Listrik	Rp. 200.000	
April 2024	Wifi	Rp. 243.000	Rp. 443.000
	Listrik	Rp. 200.000	
Mei 2024	Wifi	Rp. 243.000	Rp. 443.000
	Listrik	Rp. 200.000	
Juni 2024	Wifi	Rp. 243.000	Rp. 443.000
	Listrik	Rp. 200.000	
Juli 2024	Wifi	Rp. 243.000	Rp. 443.000
	Listrik	Rp. 200.000	
Total Biaya Operasional			**Rp. 3.101.000**

4.2.4 Tabel Biaya Operasional

Tabel 4. 5
Biaya Overhead

No.	Bulan	Keterangan	Harga	Jumlah Unit	Total Harga
1	Januari 2024	Plastik Polymailer	Rp. 1.100	100	Rp. 110.000
		Pouch Ziplock	Rp. 2.000	100	Rp. 200.000
		Sablon Ziplock	Rp. 1.000	100	Rp. 100.000
2	Februari 2024	Plastik Polymailer	Rp. 1.100	100	Rp. 110.000
		Pouch Ziplock	Rp. 2.000	100	Rp. 200.000
		Sablon Ziplock	Rp. 1.000	100	Rp. 100.000
3	Maret 2024	Plastik Polymailer	Rp. 1.100	100	Rp. 110.000
		Pouch Ziplock	Rp. 2.000	100	Rp. 200.000
		Sablon Ziplock	Rp. 1.000	100	Rp. 100.000
4	April 2024	Plastik Polymailer	Rp. 1.100	100	Rp. 110.000
		Pouch Ziplock	Rp. 2.000	100	Rp. 200.000
		Sablon Ziplock	Rp. 1.000	100	Rp. 100.000
5	Mei 2024	-	-	-	-
6	Juni 2024	-	-	-	-
7	Juli 2024	-	-	-	-
Total Biaya Overhead					**Rp. 1.640.000**
Total Overhead per unit (rata-rata)					**Rp. 1.366**

4.2.5 Harga Pokok Produksi Keseluruhan

Tabel 4.6
HPP Keseluruhan

Keterangan	Nominal
Total Biaya Pembelian Bahan Baku	Rp. 15.567.200
Total Biaya Overhead	Rp. 1.640.000
Total HPP yang siap dijual (375 unit)	Rp. 17.207.200

4.2.6 Harga Pokok Produksi Per Produk

1. Calula Blouse

Tabel 4.7
HPP Calula Blouse

Keterangan	Nominal
Total Biaya Pembelian Bahan Baku per 70 pcs	Rp. 3.038.050
Total Biaya Overhead per 70 pcs	Rp. 287.000
Total Biaya	Rp. 3.325.050
HPP Produk	Rp. 47.500

2. Moura Sweater Knit

Keterangan	Nominal
Total Biaya Pembelian Bahan Baku per 50 pcs	Rp. 3.415.000
Total Biaya Overhead per 50 pcs	Rp. 205.000
Total Biaya	Rp. 3.620.000
HPP Produk	Rp. 72.400

Tabel 4.8 Tabel HPP Moura Sweater Knit

4.2.7 Laporan Laba Rugi

Tabel 4.9
Laporan Laba Rugi

Laporan Laba Rugi Bulan Januari 2024 – Juli 2024	
Penjualan	Rp. 33.005.000
Harga Pokok Produk	Rp. 17.207.200
Laba Kotor	Rp. 15.797.800
Biaya Operasi	Rp. 3.101.000
Laba Bersih	Rp. 12.696.600

4.2.8 Laporan Arus Kas Di tigatahunkan

Tabel 4.10
Laporan Arus Kas Di Tigatahunkan

Rincian 2024	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
Beginning Cash	N/A	736.950	1.626.950	-1.254.050	2.901.000	4.209.000
Cash Sales	4.628.000	5.518.000	6.052.000	6.792.000	5.062.000	3.510.000
Cash Out	3.891.050	3.891.050	7.306.050	3.891.000	853.000	853.000
Cash Available	736.950	2.363.900	372.900	1.646.950	7.110.000	6.866.000
Cash Flow Total	736.950	1.626.950	-1.254.050	2.901.000	4.209.000	2.657.000

Rincian 2024	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Beginning Cash	2.657.000	590.000	1.638.115	1.638.115	1.638.115	1.638.115
Cash Sales	1.443.000	4.715.000	4.715.000	4.715.000	4.715.000	4.715.000
Cash Out	853.000	3.076.885	3.076.885	3.076.885	3.076.885	3.076.885
Cash Available	3.247.000	2.228.115	3.276.230	3.276.230	3.276.230	3.276.230
Cash Flow Total	590.000	1.638.115	1.638.115	1.638.115	1.638.115	1.638.115

Rincian 2025	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
Beginning Cash	1.638.115	1.638.115	1.638.115	1.638.115	1.638.115	1.638.115
Cash Sales	4.715.000	4.715.000	4.715.000	4.715.000	4.715.000	4.715.000
Cash Out	3.076.885	3.076.885	3.076.885	3.076.885	3.076.885	3.076.885
Cash Available	3.276.230	3.276.230	3.276.230	3.276.230	3.276.230	3.276.230
Cash Flow Total	1.638.115	1.638.115	1.638.115	1.638.115	1.638.115	1.638.115

Rincian 2025	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Beginning Cash	1.638.115	1.638.115	1.638.115	1.638.115	1.638.115	1.638.115
Cash Sales	4.715.000	4.715.000	4.715.000	4.715.000	4.715.000	4.715.000
Cash Out	3.076.885	3.076.885	3.076.885	3.076.885	3.076.885	3.076.885
Cash Available	3.276.230	3.276.230	3.276.230	3.276.230	3.276.230	3.276.230
Cash Flow Total	1.638.115	1.638.115	1.638.115	1.638.115	1.638.115	1.638.115

Rincian 2026	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
Beginning Cash	1.638.115	1.638.115	1.638.115	1.638.115	1.638.115	1.638.115
Cash Sales	4.715.000	4.715.000	4.715.000	4.715.000	4.715.000	4.715.000
Cash Out	3.076.885	3.076.885	3.076.885	3.076.885	3.076.885	3.076.885
Cash Available	3.276.230	3.276.230	3.276.230	3.276.230	3.276.230	3.276.230
Cash Flow Total	1.638.115	1.638.115	1.638.115	1.638.115	1.638.115	1.638.115

Rincian 2026	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Beginning Cash	1.638.115	1.638.115	1.638.115	1.638.115	1.638.115	1.638.115
Cash Sales	4.715.000	4.715.000	4.715.000	4.715.000	4.715.000	4.715.000
Cash Out	3.076.885	3.076.885	3.076.885	3.076.885	3.076.885	3.076.885
Cash Available	3.276.230	3.276.230	3.276.230	3.276.230	3.276.230	3.276.230
Cash Flow Total	1.638.115	1.638.115	1.638.115	1.638.115	1.638.115	1.638.115

4.2.9 Laporan Arus Kas

Tabel 4.11
Tabel Laporan Arus Kas

Minymouw Brand **Laporan Arus Kas** **Periode yang berakhir pada 31 Juli 2024**		
Arus kas dari aktivitas operasi		
Kas diterima dari costumer	Rp. 33.005.000	
Dikurangi pembelian beban bahan baku dan biaya operasi	Rp. 18.668.200	
Arus kas bersih dari aktivitas operasi		Rp. 14.336.800
Arus kas dari aktivitas investasi		
Pembayaran kas untuk pembelian alat		-Rp. 3.851.090
Arus kas dari aktivitas pendanaan		
Kas diterima dari pemilik investasi		
Dikurangi penarikan kas oleh pemilik		
Arus kas bersih dari aktivitas pendanaan	Rp. 3.851.090	
Arus kas bersih dan saldo kas		**Rp. 10.485.710**

4.2.10 Margin Keuntungan

Margin Keuntungan = Keuntungan Bersih/Penjualan

= 12.696.600/33.005.000

= 38.4%

4.2.11 ROI (Return On Investment)

ROI = (Laba Bersih/Biaya Investasi)100%

= 12.696.600/3.891.050

= 326,7%

Analisis ROI dilakukan untuk mengevaluasi efektivitas investasi dan kinerja operasional dari Minymouw Brand. Hasil analisis ROI menunjukkan angka sebesar 326,7%. Artinya, setiap rupiah yang investasikan dalam Minymouw Brand menghasilkan keuntungan sebesar 3,27 kali lipat dari jumlah investasi awal. ROI yang tinggi mencerminkan bahwa Minymouw Brand sangat menguntungkan dan investasi yang dilakukan sangat efisien.

Dengan ROI sebesar 326,7%, proyek ini menunjukkan potensi keuntungan yang signifikan dan menjanjikan peluang yang baik.

4.2.12 BEP (Break Event Point)

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{(Harga jual per unit – Biaya Variabel per unit)}}{\text{Total Biaya Tetap}}$$

$$= \frac{3.101.000}{\left(\left(\frac{35.005.000}{375}\right) - (14.783 + 1.366)\right.}$$

= 39 unit / tahun

$$\text{BEP (rupiah)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{1 - (Harga jual per unit – Biaya Variabel per unit)}}$$

$$= \frac{3.101.000}{1 - \left((14.783 + 1.366)\left(\frac{35.005.000}{375}\right)\right.}$$

= 3.749.703 / tahun

Hasil perhitungan BEP pada proyek bisnis Minymouw Brand sekitar Rp. 3.749.703. Artinya penulis bisa mencapai BEP ketika memiliki pendapatan sebesar Rp. 3.749.703, apabila pendapatan lebih besar dari nilai tersebut maka telah balik modal dan bisa menghitung keuntungan

Payback Period

PP = Nilai Investasi / Laba Bersih

= 3.891.050/12.696.600

= 0,31 tahun atau 3,7 bulan.

Hasil perhitungan payback period pada proyek bisnis Minymouw Brand adalah 0,31 tahun atau sekitar 111 hari. Artinya penulis bisa melakukan pengembalian modal usaha selama 0,31 tahun atau 111 hari.

4.3 Pelaksanaan Proyek Bisnis

4.3.1 Tahapan Inisiasi Proyek

Sebelum mendirikan Minymouw, penulis telah memiliki pengalaman yang signifikan dalam industri *fashion* melalui usaha *thriftshop* yang bernama BY.MARRA. *Thriftshop* ini beroperasi dengan basis pengikut yang cukup besar di beberapa platform *e-commerce* dan media sosial, yaitu 100+ pengikut di *TikTokShop*, 10.000+ pengikut di Shopee, dan 32.000+ pengikut di Instagram. Aktivitas penjualan BY.MARRA cukup tinggi, dengan jumlah pesanan harian berkisar antara 80 hingga 150 paket setiap hari.

Namun, pada Agustus-Oktober 2023, kebijakan pemerintah terkait pelarangan impor pakaian thrift berdampak signifikan terhadap kelangsungan usaha ini. Larangan tersebut memaksa penulis untuk mempertimbangkan strategi baru guna mempertahankan bisnisnya. Salah satu pelanggan setia memberikan masukan untuk kembali memproduksi pakaian, terutama blouse, dan memasarkan produk tersebut melalui siaran langsung di media sosial. Masukan ini sejalan dengan pengalaman penulis yang sebelumnya, pada tahun 2020, pernah mendirikan sebuah clothing brand, namun terhenti karena berbagai kendala.

Berkat pengalaman yang telah penulis kumpulkan dalam mengelola BY.MARRA serta pemahaman terhadap dinamika pasar, penulis bertekad untuk mendirikan brand baru bernama Minymouw. Minymouw hadir dengan fokus pada desain pakaian yang simple, elegan, dan timeless, yang diharapkan mampu memenuhi kebutuhan pasar akan fashion yang berkualitas. Pengalaman yang sudah

dimiliki serta jaringan pelanggan yang telah terbentuk menjadi modal awal yang kuat bagi pengembangan Minymouw di industri fashion lokal.

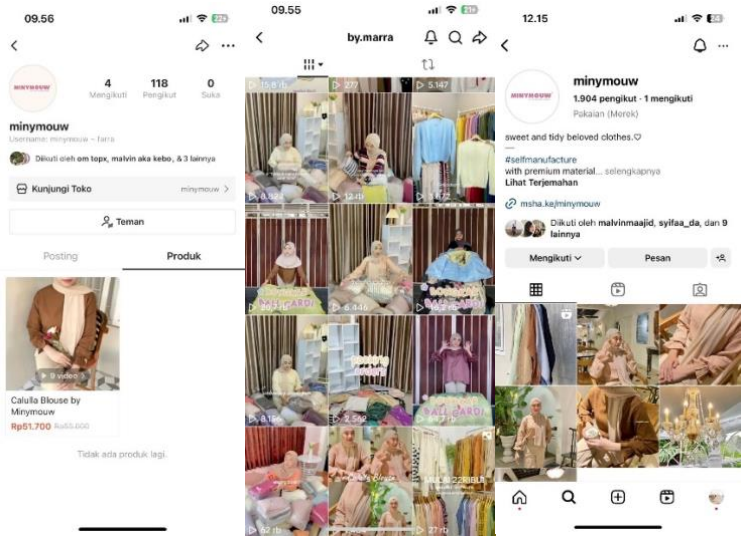
4.3.2 Tahapan Perencanaan Proyek

Setelah memutuskan untuk memulai kembali bisnis pakaian, penulis mengawali tahapan perencanaan dengan menyusun sebuah proposal agar seluruh proses pengembangan bisnis Minymouw lebih terstruktur. Proposal ini mencakup beberapa komponen penting, termasuk rincian produksi, target profit, bahan baku, dan aspek lain yang mendukung keberhasilan proyek.

Penyusunan proposal ini membantu penulis untuk memastikan bahwa setiap langkah bisnis berjalan sesuai rencana dan tujuan yang telah ditetapkan, serta meminimalkan risiko yang mungkin terjadi di masa mendatang.

4.3.3 Tahapan Pelaksanaan Proyek

- Akun Media Sosial Minymouw Brand



Gambar 4.1 Media Sosial Minymouw

Minymouw memanfaatkan berbagai platform media sosial untuk menjangkau dan berinteraksi dengan konsumen. Di Instagram (@minymouw), akun ini menampilkan daftar produk yang lengkap dengan foto-foto asli yang menonjolkan detail desain dan kualitas bahan. Foto-foto tersebut dirancang untuk mencerminkan karakter simple dan timeless dari *brand*. Selain itu, Instagram Minymouw juga memposting testimoni dari pelanggan, memberikan bukti sosial tentang kepuasan mereka terhadap produk, serta menyertakan informasi harga untuk memudahkan konsumen dalam mengambil keputusan.

Di Shopee (@minymouw), produk-produk Minymouw dapat ditemukan dengan tampilan yang profesional. Shopee menjadi salah satu saluran utama penjualan, di mana konsumen dapat melihat detail produk, harga, serta melakukan pembelian secara langsung.

Untuk TikTokShop, Minymouw menggunakan dua akun untuk siaran langsung, yaitu @minymouw dan @by.marra. Melalui live streaming, kami memperlihatkan produk secara real-time, melakukan demo, dan berinteraksi langsung dengan audiens. Ini memberikan kesempatan bagi konsumen untuk melihat produk secara langsung, mengajukan pertanyaan, dan mendapatkan penawaran khusus.

- Proses Desain Produk

Gambar 4.2 Proses Desain Produk

Pada proses ini, penulis bertanggung jawab penuh dalam merancang setiap detail produk Minymouw. Proses ini dimulai dengan penentuan konsep desain yang selaras dengan visi brand, yaitu mengusung gaya simple dan timeless. Penulis melakukan riset tren mode serta mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi target pasar untuk menghasilkan desain yang relevan dan menarik.

- Proses Pembelian Bahan

Gambar 4.3 Proses Pembelian Bahan

Pada tahap Pembelian Bahan**,** Minymouw sangat memperhatikan pemilihan kain yang nyaman dipakai dan berkualitas tinggi. Penulis melakukan survei ke sekitar 7-10 toko kain untuk mencari pilihan yang paling sesuai dengan standar brand. Selama proses ini, penulis menilai berbagai jenis kain berdasarkan kualitas, tekstur, dan kenyamanannya.

- Proses Penyerahan Bahan ke Konveksi

Gambar 4.4 Penyerahan Bahan Ke Konveksi

Setelah bahan kain dibeli, tahap berikutnya adalah menyerahkan bahan dan desain baju ke konveksi. Pada tahap ini, penulis mengirimkan bahan kain yang telah dipilih bersama dengan desain yang telah disetujui. Penyerahan ini mencakup dokumentasi rinci mengenai spesifikasi desain dan kualitas bahan kepada pihak konveksi untuk memastikan bahwa hasil akhir produk sesuai dengan standar Minymouw.

Selanjutnya, konveksi akan memulai proses pembuatan sampel berdasarkan desain yang telah disetorkan. Pembuatan sampel ini bertujuan untuk menguji kesesuaian desain dengan bahan dan memastikan bahwa produk akhir akan memenuhi standar kualitas yang diinginkan.

Setelah sampel selesai dibuat, sampel tersebut akan diperiksa. Jika sampel memenuhi standar yang diharapkan dan tidak memerlukan revisi, konveksi akan melanjutkan dengan produksi dalam kuantitas besar. Proses ini mencakup pembuatan produk secara massal sesuai dengan jumlah yang telah direncanakan.

- Proses *Quality Check* (QC)

Gambar 4.5 Proses *Quality Check* produk

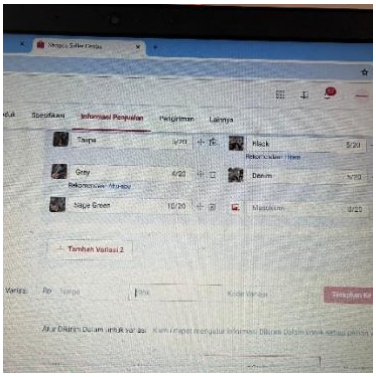
Setelah bahan dikirim ke konveksi dan produksi massal dimulai, tahap berikutnya adalah Quality Check atau pemeriksaan kualitas.

- Proses Foto Produk

Gambar 4.6 Proses Foto Produk

Setelah produk lulus dari *quality check*, tahap berikutnya adalah Proses Foto Produk. Pada tahap ini, produk yang telah disetujui untuk dijual akan difoto untuk keperluan pemasaran dan pengelolaan etalase.

- Proses Pengelolaan Etalase

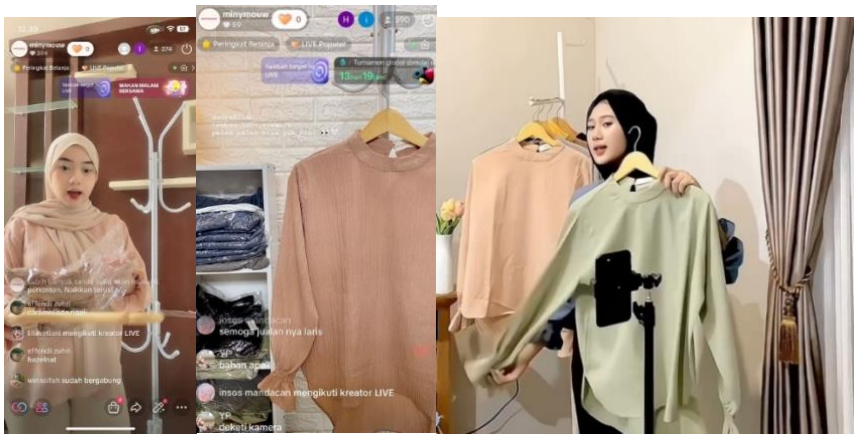


Gambar 4.7 Proses Pengelolaan Etalase

Setelah proses foto produk selesai dan produk telah dinyatakan memenuhi standar kualitas, langkah berikutnya adalah Pengelolaan Etalase. Pada tahap ini, produk yang telah disetujui untuk dijual akan dipersiapkan untuk ditampilkan dan dijual kepada konsumen.

- Proses Penjualan

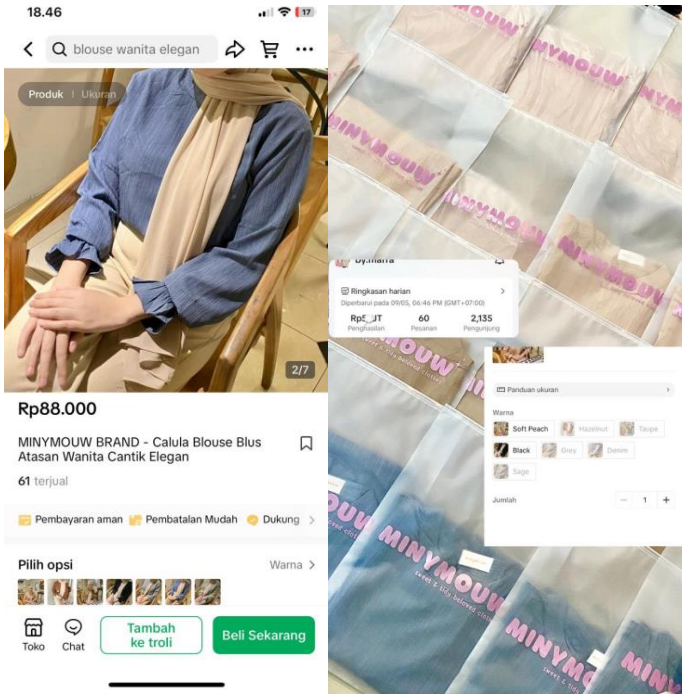
Setelah produk dikelola di etalase, Proses Penjualan dimulai dengan menggunakan saluran utama yaitu TikTokShop.



Gambar 4.8 Proses Penjualan

Penjualan Minymouw sering dilakukan melalui sesi live selling di TikTokShop, di mana produk diperkenalkan secara langsung kepada audiens. Selama sesi ini, penulis dapat menjelaskan fitur produk, menjawab pertanyaan, dan mendorong pembelian secara real-time. Selain itu, produk juga dipromosikan melalui konten berkualitas tinggi di TikTokShop untuk menarik perhatian dan meningkatkan penjualan.

- Proses Rekap Penjualan *Pasca-Live*



Gambar 4.9 Proses Rekap Penjualan *Pasca-Live*

Setelah sesi live selling, Pengumpulan dan Analisis Data Penjualan dilakukan untuk mengevaluasi hasil penjualan. Tahap ini melibatkan pengumpulan data terkait jumlah produk terjual dan total pendapatan dari sesi live.

- Proses pengemasan

Gambar 4.10 Proses Pengemasan

Pada tahap ini, produk yang telah terjual diambil dari stok dan diperiksa kembali untuk memastikan tidak ada kerusakan atau kesalahan sebelum dikemas.

4.3.4 Pemantauan Usaha

Pada tahap ini, penulis secara rutin memantau stok produk melalui *platform e-commerce* seperti *ShopeeSeller* dan *TikTokShopSeller*. Melalui pemantauan ini, penulis dapat segera mengidentifikasi kekurangan stok, merencanakan pengadaan barang, dan memastikan ketersediaan produk untuk memenuhi permintaan pelanggan.

4.3.5 Laporan Proyek

Laporan proyek merupakan tahap akhir dari usaha Minymouw Brand, pada tahap ini dilakukan pembuatan laporan akhir proyek bisnis berisi laporan penjualan yang terhitung dari awal Januari 2024 sampai dengan akhir Juli 2024.

4.4 Identifikasi Masalah dan Pemecahannya

4.4.1 Identifikasi Masalah

a. Akun TikTokShop mengalami pemblokiran, sehingga menghambat proses penjualan dan memerlukan pembuatan akun baru dari awal.
b. Penjualan produk paling banyak terjadi melalui TikTokShop, sementara penjualan melalui platform lain seperti Shopee atau Instagram tidak seimbang.
c. Konsistensi pembuatan konten untuk promosi produk belum terjaga karena tidak adanya karyawan khusus yang berperan sebagai konten kreator

4.4.2 Pemecahan Masalah

a. Menghubungi dukungan teknis *TikTokShop* untuk memulihkan akun yang terblokirPenjualan produk paling banyak terjadi melalui *TikTokShop*,
b. Strategi pemasaran yang merata pada semua media sosial
c. Menambah karyawan khusus untuk membuat video pemasaran.

4.5 Analisis Pelaksanaan Proyek Bisnis

4.5.1 Produksi

Produksi dilakukan sebulan sekali dengan jumlah 70 pcs per siklus. Produksi terakhir terjadi pada bulan April 2024. Jadwal ini memastikan ketersediaan produk sesuai permintaan dan menjaga kualitas.

4.5.2 Pemasaran dan Produksi

Pemasaran dilakukan melalui tiga media sosial: Instagram, TikTok, dan Shopee. Pemasaran paling sering dilakukan di TikTok karena platform ini lebih cepat dalam menyebarluaskan informasi dan menghasilkan *traffic* penjualan yang tinggi.

4.5.3 Pesaing

Minymouw menghadapi pesaing yang menjual produk dengan harga yang sangat rendah, bahkan di bawah harga pasaran. Beberapa pesaing menawarkan produk dengan harga sekitar 30 ribuan, mengklaim kualitas yang sama, meskipun kualitas sebenarnya mungkin berbeda. Strategi harga agresif ini dapat memengaruhi daya saing Minymouw, sehingga penting untuk menekankan keunggulan kualitas dan nilai tambah dari produk Minymouw**.**

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Minymouw merupakan proyek bisnis pribadi penulis yang dimulai pada awal tahun 2024. Proyek ini berjalan selama 7 bulan, terhitung dari tanggal 1 Januari 2024 hingga 31 Juli 2024. Dengan adanya tugas akhir kewirausahaan di Fakultas Bisnis dan Ekonomika, proyek bisnis Minymouw dapat berjalan sesuai rencana. Berdasarkan hasil pelaksanaan proyek bisnis selama periode tersebut, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dilihat dari segi keuangan, Minymouw menunjukkan hasil yang positif dan menjanjikan. Hal ini menunjukkan bahwa proyek bisnis ini sangat layak untuk diteruskan dan dikembangkan lebih lanjut.
2. Penulis baiknya dalam melakukan pemasaran tidak fokus pada 1 media sosial saja
3. Penulis baiknya terus berinovasi agar produk Minymouw dapat bervariasi
4. Penulis baiknya menambah karyawan khusus untuk membuat video pemasaran

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil pelaksanaan proyek bisnis Minymouw yang telah berlangsung selama 7 bulan, penulis menyampaikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Selalu perbarui koleksi produk dengan mengikuti tren fashion terkini sambil tetap mempertahankan elemen khas brand.

2. Gunakan *influencer* atau kreator konten untuk mempromosikan produk secara lebih luas dan efektif di media sosial.
3. Lakukan riset pasar secara berkala untuk memahami perubahan preferensi konsumen dan menyesuaikan produk sesuai dengan kebutuhan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Sari, A. P., Kurniullah, A. Z., Purba, B., Lie, D., Fajrillah, F., Simarmata, H. M.P., ... & Sisca, S. (2021). Kewirausahaan dan Bisnis.

Sanawiri, B., & Iqbal, M. (2018). *Kewirausahaan*. Universitas Brawijaya Press.

Kristiadi, D. K. Analisis Strategi Bisnis–Perusahaan Fashion ChainZARA. Butarbutar, B. (2019). Peranan Etika Bisnis dalam Bisnis. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, *1*(2), 187-195.

Sobana, D. H. (2018). Studi kelayakan bisnis.

Palupiningtyas, D., & Mistriani, N. (2020). Penerapan Kewirausahaan Berbasis Pariwisata Bagi Masyarakat. *JCES (Journal of Character Education Society)*, *3*(2), 311-319.

TALIA, N. LANGKAH AWAL DALAM MEMBANGUNKEWIRAUSAHAAN.

Wahyudi, A. (2019). *BISNIS & KEWIRAUSAHAAN*. Penerbit NEM.

Hendarsih, I. (2021). Analisis Penerapan Strategi Business Model Canvas (Bmc) Pada Jasa Zigzag Laserwork Semarang Jawa Tengah. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, *6*(4), 152-167.

Siregar, O. M., Sos, S., & Si, M. (2020). *Penerapan Bisnis Model Canvas Sentral UMKM*. Puspantara.

Fatimah, F. N. A. D. (2016). *Teknik analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia.

LAMPIRAN - LAMPIRAN

Lampiran 1. Curriculum Vitae

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama Lengkap	: Farra Qory Aina
Tempat & Tanggal Lahir	: Yogyakarta, 07 Desember 2000
Alamat	: Karangkajen MG III 884 Mergangsan, Brontokusuman,YK
Jenis Kelamin	: Perempuan
Status Perkawinan	: Sudah Menikah
Agama	: Islam
No. Telp	: 087735323599
Email	: 20312464@students.uii.ac.id Pendidikan
Terakhir	: SMA Muhammadiyah 2 Yogyakarta

RIWAYAT PENDIDIKAN

2013 - 2016	: SMP Muhammadiyah 2 Yogyakarta
2016 - 2019	: SMA Muhammadiyah 2 Yogyakarta
2020 - Sekarang	: Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII Prodi Akuntansi

PENGALAMAN

- Konten Kreator
- Owner By.marra Thriftshop
- Owner Online Shop Pimmi.id
- Owner Nakei Room

Lampiran 2. Laporan Realisasi Anggaran

1. Penjualan

No	Bulan	Keterangan	Harga Per Unit	Jumlah Unit Terjual	Total Penjualan
1	Januari	Calula Blouse	Rp. 89.000	52	Rp. 4.628.000
2	Februari	Calula Blouse	Rp. 89.000	62	Rp. 5.518.000
3	Maret	Calula Blouse	Rp. 89.000	68	Rp. 6.052.000
4	April	Calula Blouse	Rp. 89.000	63	Rp. 5.607.000
		Moura Sweater Knit	Rp. 79.000	15	Rp. 1.185.000
5	Mei	Calula Blouse	Rp. 89.000	48	Rp. 4.272.000
		Moura Sweater Knit	Rp. 79.000	10	Rp. 790.000
6	Juni	Calula Blouse	Rp. 89.000	35	Rp. 3.115.000
		Moura Sweater Knit	Rp. 79.000	5	Rp. 395.000
7	Juli	Calula Blouse	Rp. 89.000	10	Rp. 890.000
		Moura Sweater Knit	Rp. 79.000	7	Rp. 553.000
Total Penjualan				375	Rp. 33.005.000
Rata-rata per bulan					Rp. 4.715.000

2. Produksi

1	Januari	Unit Produksi	70	-
		Persediaan Akhir	88	-
2	Februari	Unit Produksi	70	-
		Persediaan Akhir	96	-
3	Maret	Unit Produksi	70	50
		Persediaan Akhir	98	-
4	April	Unit Produksi	70	-
		Persediaan	105	35

		Akhir		
5	Mei	Unit Produksi	-	-
		Persediaan Akhir	57	25
6	Juni	Unit Produksi	-	-
		Persediaan Akhir	22	20
7	Juli	Unit Produksi	-	-
		Persediaan Akhir	12	13
Total Unit Terjual			338 unit	37 unit

3. Pembelian Bahan

No	Bulan	Keterangan	Unit	Rincian	Sub Total	Total
1	Januari 2024	Kain Calula	79,5 meter	Rp. 19.900	Rp. 1.582.000	Rp. 3.038.050
		Ongkos Jahit Calula	70 pcs	Rp. 20.000	Rp. 1.400.000	
		Label Brand	70 pcs	Rp. 800	Rp. 56.000	
2	Februari 2024	Kain Calula	79,5 meter	Rp. 19.900	Rp. 1.582.000	Rp. 3.038.050
		Ongkos Jahit Calula	70 pcs	Rp. 20.000	Rp. 1.400.000	
		Label Brand	70 pcs	Rp. 800	Rp. 56.000	
3	Maret 2024	Kain Calula	79,5 meter	Rp. 19.900	Rp. 1.582.000	Rp. 6.453.050
		Ongkos Jahit Calula	70 pcs	Rp. 20.000	Rp. 1.400.000	
		Label Brand	70 pcs	Rp. 800	Rp. 56.000	
		Kain Moura	75 meter	Rp35,000	Rp2,625,000	
		Ongkos Jahit Moura	50 pcs	Rp15,000	Rp750,000	
		Label Brand	50 pcs	Rp800	Rp40,000	
4	April 2024	Kain Calula	79,5 meter	Rp. 19.900	Rp. 1.582.000	Rp. 3.038.050
		Ongkos Jahit Calula	70 pcs	Rp. 20.000	Rp. 1.400.000	
		Label Brand	70 pcs	Rp. 800	Rp. 56.000	

5	Mei 2024	-	-	-	-	-
6	Juni 2024	-	-	-	-	-
7	Juli 2024	-	-	-	-	-
Total Pembelian Bahan Baku						**Rp. 15.567.200**
Rata-Rata Pembelian Bahan Baku per Unit						**Rp. 14.783**

4. Total Biaya Operasi

Bulan	**Keterangan**	**Biaya**	**Total Biaya**
Januari 2024	Wifi	Rp. 243.000	Rp. 443.000
	Listrik	Rp. 200.000	
Februari 2024	Wifi	Rp. 243.000	Rp. 443.000
	Listrik	Rp. 200.000	
Maret 2024	Wifi	Rp. 243.000	Rp. 443.000
	Listrik	Rp. 200.000	
April 2024	Wifi	Rp. 243.000	Rp. 443.000
	Listrik	Rp. 200.000	
Mei 2024	Wifi	Rp. 243.000	Rp. 443.000
	Listrik	Rp. 200.000	
Juni 2024	Wifi	Rp. 243.000	Rp. 443.000
	Listrik	Rp. 200.000	
Juli 2024	Wifi	Rp. 243.000	Rp. 443.000
	Listrik	Rp. 200.000	
Total Biaya Operasional			Rp. 3.101.000

5. Total Biaya Overhead

No.	**Bulan**	**Keterangan**	**Harga**	**Jumlah Unit**	**Total Harga**
1	Januari 2024	Plastik Polymailer	Rp. 1.100	100	Rp. 110.000
		Pouch Ziplock	Rp. 2.000	100	Rp. 200.000
		Sablon Ziplock	Rp. 1.000	100	Rp. 100.000
2	Februari 2024	Plastik Polymailer	Rp. 1.100	100	Rp. 110.000
		Pouch Ziplock	Rp. 2.000	100	Rp. 200.000
		Sablon Ziplock	Rp. 1.000	100	Rp. 100.000
3	Maret	Plastik	Rp.	100	Rp. 110.000

	2024	Polymailer	1.100		
		Pouch Ziplock	Rp. 2.000	100	Rp. 200.000
		Sablon Ziplock	Rp. 1.000	100	Rp. 100.000
4	April 2024	Plastik Polymailer	Rp. 1.100	100	Rp. 110.000
		Pouch Ziplock	Rp. 2.000	100	Rp. 200.000
		Sablon Ziplock	Rp. 1.000	100	Rp. 100.000
5	Mei 2024	-	-	-	-
6	Juni 2024	-	-	-	-
7	Juli 2024	-	-	-	-
Total Biaya Overhead					Rp. 1.640.000
Total Overhead per unit (rata-rata)					Rp. 1.366

6. Total Harga Pokok Produksi

Keterangan	Nominal
Total Biaya Pembelian Bahan Baku	Rp. 15.567.200
Total Biaya Overhead	Rp. 1.640.000
Total HPP yang siap dijual (375 unit)	Rp. 17.207.200

7. Laporan Laba Rugi

Laporan Laba Rugi Bulan Januari 2024 – Juli 2024	
Penjualan	Rp. 33.005.000
Harga Pokok Produk	Rp. 17.207.200
Laba Kotor	Rp. 15.797.800
Biaya Operasi	Rp. 3.101.000
Laba Bersih	Rp. 12.696.600
Laba Bersih (Di tigatahunkan)	Rp. 74.831.450

8. Laporan Arus Kas di tigatahunkan

Rincian 2024	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
Beginning Cash	**N/A**	**736.950**	**2.363.900**	**1.109.850**	**4.010.850**	**8.219.850**
Cash Sales	**4.628.000**	**5.518.000**	**6.052.000**	**6.792.000**	**5.062.000**	**3.510.000**
Cash Out	**3.891.050**	**3.891.050**	**7.306.050**	**3.891.000**	**853.000**	**853.000**
Cash Available	**736.950**	**1.626.950**	**-1.254.050**	**2.901.000**	**4.209.000**	**2.657.000**
Cash Flow Total	**736.950**	**2.363.900**	**1.109.850**	**4.010.850**	**8.219.850**	**10.876.850**

Rincian 2024	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Beginning Cash	**10.876.850**	**11.466.850**	**12.564.965**	**14.203.080**	**15.301.195**	**16.939.310**
Cash Sales	**1.443.000**	**4.715.000**	**4.715.000**	**4.715.000**	**4.715.000**	**4.715.000**
Cash Out	**853.000**	**3.076.885**	**3.076.885**	**3.076.885**	**3.076.885**	**3.076.885**
Cash Available	**590.000**	**1.638.115**	**1.638.115**	**1.638.115**	**1.638.115**	**1.638.115**
Cash Flow Total	**11.466.850**	**12.564.965**	**14.203.080**	**15.301.195**	**16.939.310**	**18.577.425**

Rincian 2025	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
Beginning Cash	**18.577.425**	**20.215.540**	**32.780.460**	**34.418.575**	**36.056.690**	**37.694.805**
Cash Sales	**4.715.000**	**4.715.000**	**4.715.000**	**4.715.000**	**4.715.000**	**4.715.000**
Cash Out	**3.076.885**	**3.076.885**	**3.076.885**	**3.076.885**	**3.076.885**	**3.076.885**
Cash Available	**1.638.115**	**1.638.115**	**1.638.115**	**1.638.115**	**1.638.115**	**1.638.115**
Cash Flow Total	**20.215.540**	**21.853.655**	**34.418.575**	**36.056.690**	**37.694.805**	**39.332.920**

Rincian 2025	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Beginning Cash	**39.332.920**	**40.971.035**	**42.609.150**	**44.247.265**	**45.885.380**	**47.523.495**
Cash Sales	**4.715.000**	**4.715.000**	**4.715.000**	**4.715.000**	**4.715.000**	**4.715.000**
Cash Out	**3.076.885**	**3.076.885**	**3.076.885**	**3.076.885**	**3.076.885**	**3.076.885**
Cash Available	**1.638.115**	**1.638.115**	**1.638.115**	**1.638.115**	**1.638.115**	**1.638.115**
Cash Flow Total	**40.971.035**	**42.609.150**	**44.247.265**	**45.885.380**	**47.523.495**	**51.861.610**

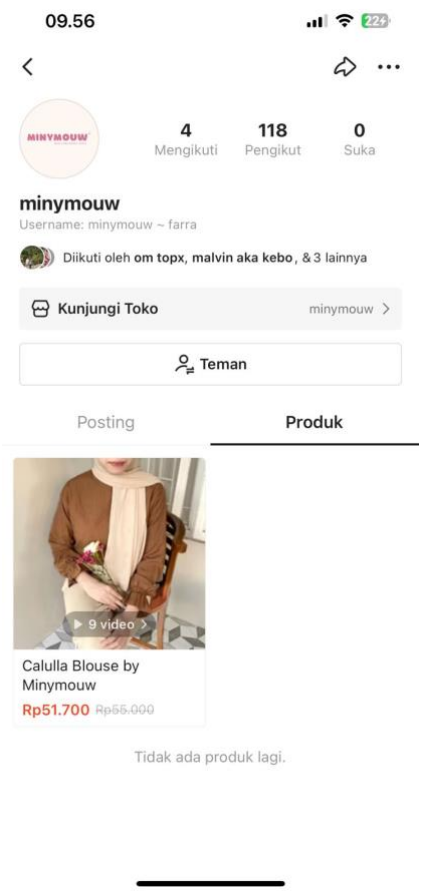
Rincian 2026	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
Beginning Cash	**51.861.610**	**53.499.725**	**54.597.840**	**56.235.955**	**57.874.070**	**58.972.185**
Cash Sales	**4.715.000**	**4.715.000**	**4.715.000**	**4.715.000**	**4.715.000**	**4.715.000**
Cash Out	**3.076.885**	**3.076.885**	**3.076.885**	**3.076.885**	**3.076.885**	**3.076.885**
Cash Available	**1.638.115**	**1.638.115**	**1.638.115**	**1.638.115**	**1.638.115**	**1.638.115**
Cash Flow Total	**53.499.725**	**54.597.840**	**56.235.955**	**57.874.070**	**58.972.185**	**60.610.300**

Rincian 2026	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Beginning Cash	**60.610.300**	**63.346.530**	**64.444.645**	**67.180.875**	**69.917.105**	**73.193.335**
Cash Sales	**4.715.000**	**4.715.000**	**4.715.000**	**4.715.000**	**4.715.000**	**4.715.000**
Cash Out	**3.076.885**	**3.076.885**	**3.076.885**	**3.076.885**	**3.076.885**	**3.076.885**
Cash Available	**1.638.115**	**1.638.115**	**1.638.115**	**1.638.115**	**1.638.115**	**1.638.115**
Cash Flow Total	**62.248.415**	**64.444.645**	**65.542.760**	**68.818.990**	**71.555.220**	**74.831.450**

9. Laporan Arus Kas

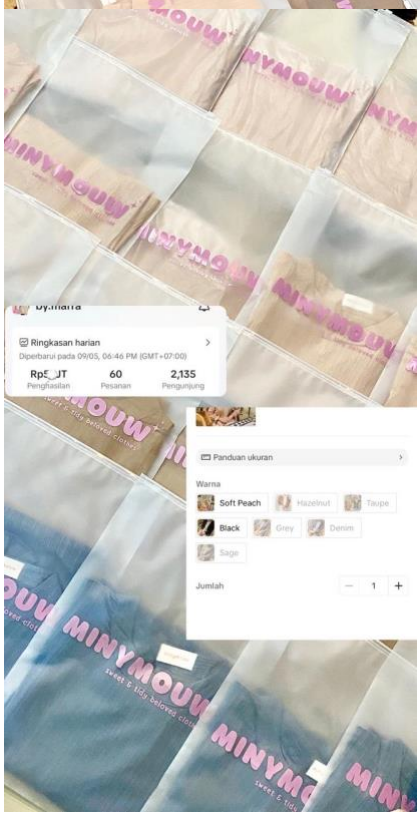
Minymouw Brand Laporan Arus Kas Periode yang berakhir pada 31 Juli 2024		
Arus kas dari aktivitas operasi	Rp 33.005.000	
Kas diterima dari costumer		
Dikurangi pembelian beban bahan baku dan biaya operasi	Rp 18.668.200	
Arus kas bersih dari aktivitas operasi		Rp. 14.336.800
Arus kas dari aktivitas investasi		-Rp. 3.851.090
Pembayaran kas untuk pembelian alat		
Arus kas dari aktivitas pendanaan	Rp. 3.851.090	
Kas diterima dari pemilik investasi		
Dikurangi penarikan kas oleh pemilik		
Arus kas bersih dari aktivitas pendanaan		
Arus kas bersih dan saldo kas		Rp. 10.485.710

Lampiran 3. Dokumentasi Proyeksi Bisnis



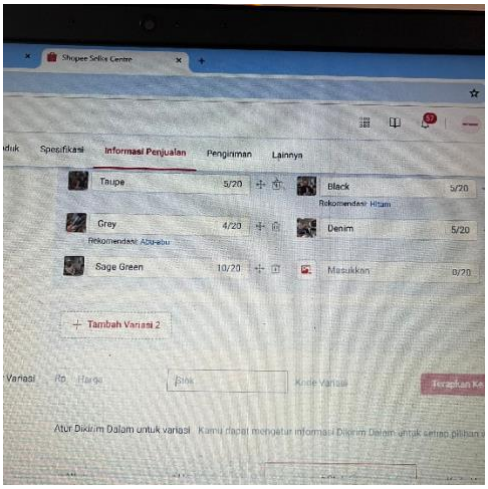
09.55
by.marra
15,8 rb
277
5.147
8.822
12 rb
3.872
6.446
8.156
2.562
64,7 rb
62 rb
27 rb

18.46
blouse wanita elegan
Produk | Ukuran
2/7
Rp88.000
MINYMOUW BRAND - Calula Blouse Blus Atasan Wanita Cantik Elegan
61 terjual
Pembayaran aman
Pembatalan Mudah
Dukung
Pilih opsi
Warna
Toko
Chat
Tambah ke troli
Beli Sekarang


Ringkasan harian
60
Pesanan
2,135
Pengunjung
Panduan ukuran
Warna
Soft Peach
Hazelnut
Taupe
Black
Grey
Denim
Sage
Jumlah
MINYMOUW

12.30
minymouw
394
274
Peringkat Belanja
LIVE Populer
MAKAN MALAM BERSAMA
penonton. Naikkan terus!
effendi zuhri
caramel ada ngak
lilissetiani mengikuti kreator LIVE
effendi zuhri
hazelnat
winasifah sudah bergabung

minymouw
59
0
590
Peringkat Belanja
LIVE Populer
Tambah target LIVE
Turnamen global dimulai
13 hari 19 jam
masyaAllah
tembus 500+ viewers
pelan pelan bisa yuk hihi
insos mandacan
semoga jualan nya laris
YP
bahan apa?
insos mandacan mengikuti kreator LIVE
YP
deketi kamera


Informasi Penjualan
Pengiriman
Lainnya
Taupe
5/20
Black
5/20
Grey
4/20
Denim
5/20
Sage Green
10/20
Tambah Variasi 2