

MENYUSUN IDE BISNIS *dalam* **BUSINESS PLAN**

PENYUSUN :

M. Nur Afif Tri Rizqi

Avita Badiatus Sholikhah

Lailatul Husna

Siti Aminah

Zurotul Ilmi

Linda Ismiatul Ula

Siti Aisyah



**INSTITUT AGAMA ISLAM
SUNAN KALIJOGO MALANG
2020**

MENYUSUN IDE BISNIS
dalam
BUSINESS PLAN

PENYUSUN:

M. Nur Afif Tri Rizqi
Avita Badiatus Sholikhah
Lailatul Husna
Siti Aminah
Zurotul Ilmi
Linda Ismiatul Ula
Siti Aisyah

INSTITUT AGAMA ISLAM SUNAN KALIJOGO
MALANG
2020

MENYUSUN IDE BISNIS
dalam
BUSINESS PLAN

Penulis:

M. Nur Afif Tri Rizqi
Avita Badiatus Sholikhah
Lailatul Husna
Siti Aminah

Zurotul Ilmi
Linda Ismiatul Ula
Siti Aisyah

ISBN

978-623-94210-2-1

Editor:

Sri Mulyani, S.E., M.E
Endang Tyasmaning, M.Pd
Saiful Muslim, S.E., M.M

Layout dan Desain

Sri Mulyani, S.E., M.E

Tahun Terbit:

2020

Penerbit:

Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang

Redaksi:

Jl. Keramat, Dusun Gandon Barat, Desa Sukolilo,
Jabung, Malang, Jawa Timur 65155

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Pimpinan dan seluruh civitas akademika Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang atas terselesaikannya buku *“Menyusun Ide Bisnis dalam Business Plan”*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT, karena dengan rahmat dan karunia-Nya kami bisa menyelesaikan naskah buku "*Menyusun Ide Bisnis dalam Business Plan*".

Sholawat dan salam semoga senantiasa Allah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarganya, para sahabat dan para pengikutnya yang senantiasa istiqomah mengikuti ajaran-ajaran beliau. Aamiin...

Buku yang sederhana ini merupakan hasil karya para mahasiswa yang merupakan hasil integrasi dari proses pembelajaran matakuliah Kewirausahaan. Buku ini berisi tentang berbagai macam ide bisnis yang dirancang dan tertuang didalam *Business Plan*. Beberapa ide bisnis yang ada didalam buku ini diantaranya yaitu:

1. Rencana Bisnis "COOL BAG"
2. *Business Plan* "MILK MOO"
3. Budidaya Ikan Nila "Banyu Biru"
4. Usaha Konveksi Bordir
5. Usaha Konveksi Mukena
6. Usaha Fashion Wanita "Top Fashion"
7. *Business Plan* Jasa *Fotocopy*

Kumpulan *Business Plan* dalam buku ini masih sangat sederhana, oleh karena itu saran yang bersifat membangun sangat kami harapkan demi sempurnanya buku ini di masa mendatang.

Buku ini kami persembahkan kepada para pimpinan dan seluruh civitas akademika Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang yang diantaranya adalah semua fakultas dan program studi, para dosen pengampu matakuliah, serta para pembaca pada umumnya.

Terimakasih juga kami sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian buku ini, semoga buku ini bermanfaat sesuai dengan fungsinya.

Wallaahu a'laamu bish-shawab

Malang, Juli 2020

Tim Penulis

DAFTAR ISI

UCAPAN TERIMAKASIH	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
1. Rencana Bisnis “COOL BAG”	
Oleh: M. Nur Afif Tri Rizqi.....	1
2. <i>Business Plan</i> “MILK MOO”	
Oleh: Avita Badiatus Sholikhah	20
3. Budidaya Ikan Nila “Banyu Biru”	
Oleh: Lailatul Husna.....	34
4. Usaha Konveksi Bordir	
Oleh: Siti Aminah.....	54
5. Usaha Konveksi Mukena	
Oleh: Zurotul Ilmi.....	76
6. Usaha Fashion Wanita “Top Fashion”	
Oleh: Linda Ismiatul Ula	94
7. <i>Business Plan</i> Jasa Fotocopy	
Oleh: Siti Aisyah.....	105
DAFTAR PUSTAKA :	106
BIOGRAFI PENULIS DAN EDITOR	107

RENCANA BISNIS "COOL BAG"

Oleh: M. Nur Afif Tri Rizqi

I. Pendahuluan

Sampah plastik di Indonesia mencapai 5,4 juta ton per tahun. Indonesia Solid Waste Association (InSWA) mengajak masyarakat untuk menggunakan plastik ramah lingkungan karena keberadaan plastik saat ini sangat mengkhawatirkan. Ketua umum InSWA Sri Bebasari mengatakan dari waktu ke waktu, penggunaan plastik meningkat secara signifikan melampaui penggunaan bungkus berbahan kertas. "Butuh waktu ratusan, bahkan ribuan tahun agar bisa terurai, maka plastik dianggap sebagai bahan yang sangat merusak lingkungan". Saat ini berdasarkan data statistik persampahan domestik Indonesia, jenis sampah plastik menduduki peringkat kedua yaitu sebesar 5,4 juta ton per tahun atau 14% dari total produksi sampah. Sementara data dari Badan Pengelolaan Lingkungan Hidup Daerah (BPLHD) Jakarta, tumpukan sampah di wilayah DKI Jakarta mencapai lebih dari 6.000 ton per hari dan sekitar 13% dari jumlah tersebut berupa sampah plastik. Dari seluruh sampah yang ada, 57% ditemukan di pantai berupa sampah plastik. Sebanyak 46 ribu ton sampah plastik mengapung di setiap mile persegi samudera, bahkan kedalaman sampah plastik di Samudra Pasifik mencapai hampir 100 meter. Saat ini rata-rata orang Indonesia menghasilkan sampah 0,5 kg dan

13% diantaranya adalah plastik. Sampah plastik menduduki peringkat ketiga dengan jumlah 3.6 ton per tahun atau 9% dari jumlah total produksi sampah. Langkah positif untuk pengurangan sampah melalui kampanye 3R yaitu *reduce* (mengurangi) *reuse* (mengggunakan kembali) dan *recycle* (mendaur ulang). Namun secara umum, hasil yang didapat tidak sebanding dengan pertumbuhan penggunaan plastik yang terus meningkat dari hari ke hari. “Yang harus dilakukan saat ini bukan memusuhi plastik, akan tetapi menemukan formula yang tepat untuk mempercepat proses penguraian plastik agar bisa kembali ke alam.

Dari sekian masalah yang muncul dari limbah plastik maka dari itu kami mempunyai terobosan usaha yang kedepannya dapat mengurangi sampah plastik tersebut menjadi kerajinan olahan tangan yang dapat bermanfaat untuk semua orang. Untuk menarik minat orang, produk tersebut kami namakan “*Cool Bag*”.

1.1. Visi, Misi dan Tujuan Usaha

Visi

Menciptakan sebuah usaha yang bermanfaat dan mudah disukai oleh masyarakat

Misi

- 1) Memberikan *Handy Craft* yang terbaik.
- 2) Memberikan pelayanan yang terbaik.

Tujuan Usaha

- 1) Menambah pengalaman dan ilmu pengetahuan kewirausahaan dalam melakukan kegiatan usaha.
- 2) Mewujudkan kemampuan dan kemantapan dalam berwirausahaan untuk meningkatkan kemajuan dan kesejahteraan masyarakat.
- 3) Membudayakan semangat, sikap, perilaku dan kemampuan kewirausahaan di kalangan mahasiswa dan masyarakat yang mampu di andalkan dan terdepan dalam berwirausaha
- 4) Mendapatkan keuntungan dari hasil usaha

1.2 Manfaat Usaha

1) Manfaat Finansial

Usaha COOL BAG (Tas Keren) ini cukup menjanjikan, karena keuntungan yang didapat cukup besar. Kami menawarkan dan memberikan kemudahan bagi pelanggan dengan memberikan harga yang murah tapi dengan produk yang tidak murahan dengan kata lain kualitas produk selalu dijaga dan dijamin kulaitasnya. Dengan usaha ini diharapkan dapat memberikan keuntungan.

2) Bagi Pemilik

Dengan melihat peluang ini, diharapkan usaha ini dapat berkembang ke berbagai daerah. Usaha COOL BAG (Tas Keren) ini cukup

menjanjikan bagi kita, karena masih banyak daerah-daerah di Indonesia yang belum bisa memanfaatkan limbah plastik untuk menjadi olahan yang berguna seperti COOL BAG (Tas Keren) ini, sehingga kita dapat memasarkannya ke daerah tersebut. Keuntungan yang dapat diperoleh oleh pemilik usaha yaitu dapat menjadikan sebagai pengalaman dalam berbisnis. Serta dapat menjadi pembelajaran dalam menjalankan bisnis-bisnis yang lain yang lebih besar. Pembelajaran yang diperoleh seperti bagaimana cara melayani konsumen, serta bagaimana supaya karyawan menjadi senang dengan kebijakan yang kita tetapkan, dan lain sebagainya.

3) Bagi Masyarakat

Dengan adanya COOL BAG (Tas Keren) ini, dapat menjadi alternatif bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan fashion mereka. Selain itu juga secara tidak langsung dapat membuka lapangan kerja bagi masyarakat yang membutuhkan pekerjaan, karena apabila usaha ini telah berkembang maka membutuhkan tenaga kerja untuk membantu dalam kelancaran usaha.

II. Profil Perusahaan

2.1 Nama Perusahaan

Nama Usaha : COOL BAG
Jenis Usaha : Accessories dan Fashion
Tempat : Jl. Sunan Kalijogo Sukolilo Jabung.

2.2 Struktur Organisasi

Ketua : M Nur Afif Tri Rizqi
Sekertaris : Slamet Wahyudi
Bendahara : Moch Annur Salim
Pemasaran 1 : Fathur Riski Dwi Putro
Pemasaran 2 : Krismansyah Adi Guna

2.3 Analisis Produk

Produk olahan berbahan plastik bekas yang kami beri label “ Cool Bag “ ini berbahan baku plastik sisa bungkus kopi yang jarang terpakai di kalangan masyarakat .

Berikut berbagai macam Olahan Cool bag yang kami produksi, seperti :

- 1) Dompot
- 2) Tas Slempang Kecil (Untuk HP)
- 3) Tas Slempang Sedang
- 4) Tas Keranjang ibu-ibu

Dengan memiliki berbagai macam Produk diatas masyarakat dapat memilih sesuai kebutuhan mereka yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan sehari-hari untk menambah kesan *fashionable* pada diri masyarakat.

2.4 Rencana Usaha

Adapun rencana usaha yang akan dijalankan dalam usaha ini ialah sebagai berikut:

1) Rencana Jangka Pendek

Usaha bisnis COOL BAG (Tas Keren) yang kami rintis ini bertujuan untuk menambah pengalaman kerja didalam usaha bisnis bagi kalangan sesama mahasiswa maupun bagi umum, selain dapat meningkatkan kreativitas, juga dapat dijadikan suatu usaha yang menjanjikan untuk kehidupan masa depan dan biaya kebutuhan sehari hari kita.

2) Rencana Jangka Menengah

Usaha yang kami rintis ini pastinya akan kami kembangkan demi mewujudkan impian kami bersama, yaitu ingin menjadi seorang pengusaha muda yang sukses, strategi pasar dan pemasaran menjadi kunci awal untuk keberlanjutan usaha kami kedepannya. Pelanggan ialah raja, maka dari itu kepuasan pelanggan menjadi yang utama dari segalanya, karena tanpa pelanggan belum tentu usaha ini akan bertahan lama. Tidak lupa pula kami rajin melakukan promosi usaha kami, baik dari mulut ke mulut, iklan radio, media online, dan media yang lainnya.

3) Rencana Jangka Panjang

Setelah berhasil mendapatkan pelanggan, kami akan lebih meningkatkan mutu dan kualitas dari usaha kami ini, tidak lupa pula kami membangun jaringan dengan

membangun *cafe* maupun *franchise* agar usaha yang kami jalankan dapat berkembang lebih besar dalam bidang usaha kuliner di Indonesia.

2.5 Analisis Pesaing

Mengenai Pesaing dalam hal Usaha *Handy Craft* (Kerajinan Tangan) yang kami buat kali ini banyak memberikan peluang bagi kami karena di lingkungan sekitar tempat produksi masih sangat minim pesaing yang membuat kerajinan tangan yang berbahan dasar plastik. Maka dari itu kami selaku pengusaha yang bergerak dibidang kerajinan yang memanfaatkan plastik-plastik bekas sangatlah beruntung karena masih belum banyak yang dapat mendaur ulang plastik yang dapat menumbuhkan nilai ekonomis.

2.6 Analisis SWOT

a. *Strength* (Kekuatan Usaha)

- 1) Harganya Ekonomis / Terjangkau sehingga dapat di nikmati oleh semua kalangan
- 2) Dapat menambah accessoris yang bisa dipakai
- 3) Produk yang berkualitas dan dapat di bawa untuk bepergian.

b. Weakness (Kelemahan Usaha)

Kelemahan pada prodik ini adalah dengan berkembangnya *fashion* masyarakat kita dan semakin tinggi pula *merk* dan harga yang dikenakan oleh masyarakat. Namun hadirnya produk ini ialah upaya untk menghindarkan pola hidup masyarakat kita yang cenderung konsumtif.

c. Opportunity (Peluang Usaha)

- 1) Sedikitnya pesaing dibidang kerajinan tangan
- 2) Dapat di nikmati oleh semua kalangan
- 3) Harga ekonomis / terjangkau.

d. Threat (Ancaman Usaha)

Kurang minatnya masyarakat terhadap produk yang berbahan plastik apalagi produk itu berupa tas atau dompet. Ditambah lagi masyarakat kurang percaya dengan *merk* lokal dibandingkan merk impor sperti : Adidas, Gucci dan lain-lain.

2.7 Analisis Pasar

Analisis pasar dan pemasaran usaha COOL BAG (Tas Keren) kami yaitu:

1. Target Penjualan

Target dari produk ini adalah kalangan kaum hawa terutama ysng sangat tertarik dengan produk yang berbau *fashion*.

2. Sasaran Konsumen

Dalam menjalankan usaha ini sasaran pembeli kami yaitu mencakup semua kalangan masyarakat, baik kalangan bawah, kalangan menengah dan kalangan atas. Dari semua kalangan tersebut sebagian besar mampu untuk membeli produk yang kami tawarkan, karena harga yang kami berikan juga cukup terjangkau untuk semua kalangan. Harga yang kami berikan yaitu :

- Dompet : Rp 35.000,- / Pcs.
- Tas slempang Kecil : Rp 50.000,- / Pcs.
- Tas Slempang Sedang : Rp. 75.000,- / Pcs.
- Tas Keranjang Ibu-ibu : Rp. 80.000,- / Pcs.

2.8 Strategi Pemasaran

Adapun strategi pemasaran yang dapat kami lakukan adalah:

1. *Media Banner*

Promosi ini merupakan promosi yang cukup sederhana, serta tidak memerlukan banyak biaya untuk melakukan promosi ini. Cukup dengan memasang *banner* di dekat lokasi kita berusaha untuk mempromosikan usaha kita, sehingga secara tidak langsung semua konsumen/masyarakat akan mengetahui usaha kita. Dan apabila usaha kita sudah diketahui dan disukai, maka konsumen tersebut akan memberitahukan kepada orang lain untuk membeli *COOL BAG* (Tas Keren) di tempat kita usaha.

2. Dengan media internet

Selain menggunakan *banner*, maka promosi juga dapat dilakukan dengan menggunakan media internet, seperti dapat melalui facebook, twitter, blog, instagram, dan lain-lain. Karena sebagian besar masyarakat telah menggunakan media internet, sehingga masyarakat dapat mengetahui usaha kita.

3. Pengembangan Produk

Pengembangan produk dari usaha ini dapat dilakukan dengan menambah jenis-jenis kerajinan tangan dengan menambah produk seperti tas punggung.

4. Melakukan promosi

Untuk menarik minat konsumen agar membeli produk yang kami tawarkan kami mempunyai cara-cara tertentu, adapun cara tersebut yaitu:

- a) Pada setiap hari Jum'at kami akan memberikan potongan harga kepada konsumen yang membeli Cool Bag jenis Apapun, maka akan kami berikan diskon sebesar 10%.
- b) Apabila konsumen membeli Cool Bag sebanyak 2 Pcs, maka kami akan memberikan gratis sebanyak 1 Pcs.

2.9 Rencana Pengembangan Bisnis

Pengembangan usaha yang akan kami lakukan adalah menerima pesanan *online* yang rencana akan di pasarkan di

whatsapp dan Instagram. Kami menyediakan COOL BAG dalam Box.

Dampak dari bisnis ini terhadap konsumen adalah konsumen dapat memakai produk daur ulang dari sampah plastik yang menurut sebagian orang dipandang sebelah mata, namun kini hadir dalam bentuk yang lebih modern dan *fashionable*.

2.10 Analisis dampak dan Resiko Usaha

Resiko usaha eksternal dari COOL BAG ini, kurang percayanya masyarakat terhadap produk dalam negeri atau dalam hal ini masyarakat kita masih cenderung menyukai merk luar atau Import.

III. Bahan dan Tata Cara Pembuatan “Cool Bag”

3.1 Alat dan Bahan



Staples dan isinya



Gunting



Plastik Bekas Bungkus Kopi



Size Card

3.2 Cara Membuat *Cool Bag*

1. Siapkan alat dan bahan
2. Potong ujung plastik bekas bungkus kopi



3. Sobek bagian tengah plastik bekas bungkus kopi



4. Lipat menjadi 3x lipatan

5. Lipatan ke-1



6. Lipatan ke-2



7. Lipatan Ke-3



8. Kemudian Ukurlah menggunakan Size card



9. Kemudian Rekatkan ke-2 ujung Menggunakan Staples



10. Jadilah bentuk seperti ini



11. Kemudian Rangkai seperti pada gambar



IV. Analisis Bisnis Aspek Keuangan

4.1 Rencana Anggaran Biaya

Modal adalah satu satunya perihal yang penting untuk memulai usaha, dengan mengetahui modal awal dan menetapkan harga pokok penjualan (HPP), kita dapat mengetahui besar laba yang akan kita dapatkan. Sumber modal untuk memulai usaha ini dari Penanaman Modal

dari Anggota Organisasi dan Pengurus, dan berasal dari orang tua sebagai penanam modal ke dua.

Rincian Biaya :

Contoh kita membuat 2 Buah COOL BAG

1. Biaya Tetap

KETERANGAN	HARGA SATUAN	UNIT	TOTAL
Gunting	Rp 20.000	1	Rp 20.000
Staples	Rp 15.000	1	Rp 15.000
Isi Staples	Rp 2.000	12	Rp 24.000
Plastik Bekas	Rp 10.000	1	Rp 10.000
Size Card	Rp 5.000	2	Rp 10.000
TOTAL			Rp 79.000

2. Biaya Variabel

KETERANGAN	HARGA/SATUAN	UNIT	TOTAL
Bungkus Kopi Good day	Rp 100	500	Rp 50.000
Bungkus Kopi Kapal Api	Rp 100	500	Rp 50.000
Bungkus Kopi Top coffe	Rp 100	500	Rp 50.000
TOTAL			Rp 150.000

HARGA POKOK PENJUALAN	Rp 50.000
------------------------------	------------------

Perkiraan Laba/Rugi

Laba yang diinginkan 23% = Laba x HPP
 = 23% x Rp. 50.000
 = Rp. 11.500
 Harga Jual = Total Laba (Rp) + HPP
 = Rp. 11.500 + Rp. 50.000
 = Rp. 61.500

4.2 Perkiraan Pendapatan

Jika kita bisa menjual cool bag minimal 2 Pcs saja per hari, maka proyeksi pendapatan yang akan kita terima adalah sebagai berikut:

Proyeksi pendapatan per hari = Rp. 61.500 X 2
 = Rp. 123.000,-
 Proyeksi pendapatan per bulan = Rp. 123.000 X 30
 = Rp. 3.690.000

4.3 Perhitungan BEP Modal

BEP = Total Biaya : pendapatan bersih
 = [(79.000 + 150.000) x 30] : Rp. 3.690.000
 = Rp. 6.870.000 : Rp. 3.690.000
 = 1,8 bulan
 = 2 bulan

Jadi, berdasarkan perhitungan tersebut, modal untuk membuat *Cool Bag* akan BEP pada bulan ke 2 setelah penjualan.

4.4 Perhitungan BEP Unit Penjualan

$$\begin{aligned}\text{BEP} &= \text{Total biaya} : \text{harga jual rata rata} \\ &= \text{Rp. 229.000} : \text{Rp. 61.500} \\ &= 3,7 \text{ unit} \\ &= 4 \text{ unit (dibulatkan)}\end{aligned}$$

Untuk bisa mencapai BEP maka harus bisa menjual 4 unit Cool Bag per hari.

4.5 Perhitungan *Return on Investment* (ROI)

$$\text{ROI} = \frac{\text{EAT}}{\text{Investasi}} \times 100\%$$

$$\text{ROI} = 123.000 : 229.000 \times 100\% = 53,7 \%$$

Nilai Return on Investment dalam bisnis COOL BAG ini sebesar 53,7% sehingga bisa disimpulkan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan.

V. PENUTUP

Demikian proposal yang dapat kami buat kurang lebihnya harap dimaklumi. Dan pada intinya Bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya. Secara historis, bisnis berasal dari kata business yang berasal dari kata dasar *busy* yang berarti "sibuk". Dalam artinya, sibuk mengerjakan aktivitas dan

pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Dalam ekonomi kapitalis, kebanyakan bisnis dimiliki oleh pihak swasta, bisnis dibentuk untuk mendapatkan profit dan meningkatkan kemakmuran para pemiliknya. Dari analisis diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa menjalankan suatu bisnis itu tidak mudah kita harus memahami apa saja komponen-komponen yang ada di dalam bisnis. Sehingga, kita tidak mengalami kerugian atau gulung tikar dari usaha yang kita jalankan. Misalnya, Bisnis industri kuliner merupakan salah satu bisnis yang paling laris saat ini, masih banyak nya orang orang masih butuh akan jajahan kuliner atau tempat kuliner yang berkualitas bagus dan terjangkau harganya. Dengan demikian, bisnis kuliner seperti inilah yang menjadi solusi bagi masyarakat menengah ke bawah.

BUSINESS PLAN "MILK MOO"

Oleh : Avita Badiatus Sholikhah

I. Pendahuluan

Jabung merupakan sebuah daerah yang memiliki beberapa perternakan sapi perah yang hampir dimiliki sebagian rumah di setiap desanya yang menghasilkan susu sapi murni dengan kualitas yang cukup baik. Susu adalah bagian dari empat sehat lima sempurna, kandungan susu memiliki banyak vitamin B2 dan vitamin A, selain protein juga terdapat macam-macam asam amino yang penting untuk pertumbuhan tubuh manusia, kandungan kalsium susu dapat menambah kekuatan tulang, kandungan magnesium dalam susu dapat membuat jantung dan system syaraf tahan terhadap kelelahan.

Susu tidak hanya di konsumsi oleh orang dewasa namun anak-anak bisa menikmati susu setiap hari. karena melimpahnya perahan susu sapi tersebut, serta perkembangan teknologi dan zaman yang cukup pesat di daerah Jabung, maka muncullah ide pembuatan pengolahan susu sapi yang bervariasi rasa yang tetap memperhatikan kualitas gizi dan kehygienisan yang terkandung didalamnya dan juga beberapa produk olahan dari susu sapi murni yang kekinian dan tidak

menguras kantong, sehingga dapat menarik minat masyarakat.

1.1 Visi, Misi, dan Tujuan Usaha

1. Visi

Menyajikan minuman yang sehat, bergizi, higienis, bebas dari pengawet, dan kekinian.

2. Misi

- a. Menyediakan olahan susu yang sehat dan nikmat.
- b. Menomor satukan kualitas bahan-bahan.
- c. Menyajikan olahan susu yang higienis.
- d. Menciptakan olahan susu yang bervariasi rasa dan kekinian.

3. Tujuan Usaha

- a. Menambah pengalaman dan ilmu pengetahuan kewirausahaan dalam melakukan kegiatan usaha.
- b. Mewujudkan kemampuan dan kemantapan dalam berwirausahaan untuk meningkatkan kemajuan dan kesejahteraan masyarakat.
- c. Membudayakan semangat, sikap, perilaku dan kemampuan kewirausahaan di kalangan mahasiswa dan masyarakat yang mampu di andalkan dan terdepan dalam berwirausaha
- d. Mendapatkan keuntungan dari hasil usaha

1.2 Manfaat

1. Bagi Pemilik

Usaha ini sangat bermanfaat bagi pemilik karena dapat menjadi sumber pemasukan yang lumayan dan dapat dikembangkan karena peluang usaha ini sangat besar dilihat dari banyaknya permintaan dari masyarakat yang sangat membutuhkan makanan yang sehat dan nikmat juga tidak ketinggalan jaman.

2. Bagi Karyawan

Selain bermanfaat bagi perusahaan, usaha ini juga bermanfaat bagi karyawan yang bekerja diperusahaan ini. Karena dapat menambah pengalaman kerja, meningkatkan produktifitas, membuka lowongan pekerjaan, dan sumber pendapatan.

3. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat, usaha ini sangat bermanfaat karena tersedianya olahan susu sapi murni yang sehat dan bergizi, bervariasi dan murah di kantong.

II. Profil Usaha

2.1 Nama Perusahaan

Nama Usaha : MILK MOO

Jenis Usaha : Makanan dan minuman

Tempat : Jl. Ahmad Yani Kemantren Jabung

2.2 Struktur Organisasi

Ketua	: Avita Badiatus
Sekretaris	: Maisaroh
Bendahara	: Arsyfania
Pemasaran 1	: Nailul Huda
Pemasaran 2	: Azzam Al-Hanif

2.3 Analisis Produk

Produk yang kami beri label “MILK MOO” ini berbahan susu sapi segar dari hasil kerja sama dengan pemilik peternakan sapi milik keluarga yang diolah dan dikemas secara higienis dan memperhatikan kualitas gizi yang terkandung didalamnya. Juga memberikan variasi olahan yang tidak ketinggalan jaman yang biasa disebut kekinian.

Berikut berbagai macam Olahan Milk Moo yang kami produksi, seperti:

1. Susu sapi varian rasa buah : Rp. 5.000
2. Yogurt rasa buah : Rp. 10.000
3. Es krim susu rasa buah : Rp. 5.000
4. Milk Shake : Rp. 8.000
5. Sudot Jelly : Rp. 7.000

Dengan memiliki berbagai macam olahan susu diatas masyarakat dapat memilih olahan yang mereka sukai dan akan nikmati sesuai kebutuhan dan keinginan.

III. Analisis Bisnis

3.1 Rencana Usaha

Adapun rencana usaha yang akan dijalankan dalam usaha ini ialah sebagai berikut:

a. Rencana Jangka Pendek

Usaha bisnis MILK MOO yang kami rintis ini bertujuan untuk menambah pengalaman kerja didalam usaha bisnis bagi kalangan sesama mahasiswa maupun bagi umum, selain dapat meningkatkan kreativitas, juga dapat dijadikan suatu usaha yang menjanjikan untuk kehidupan masa depan dan biaya kebutuhan sehari hari kita.

b. Rencana Jangka Menengah

Usaha yang kami rintis ini pastinya akan kami kembangkan demi mewujudkan impian kami bersama, yaitu ingin menjadi seorang pengusaha muda yang sukses, strategi pasar dan pemasaran menjadi kunci awal untuk keberlanjutan usaha kami kedepannya. Kami juga akan melakukan promosi usaha kami melalui sistem jaringan organisasi, media cetak dan online, serta media yang lainnya.

c. Rencana Jangka Panjang

Dalam jangka panjang kami akan meningkatkan mutu dan kualitas dari usaha kami ini, tidak lupa pula kami membangun jaringan bisnis seperti membukan outlet anak cabang, maupun *franchise* agar usaha yang kami jalankan dapat berkembang lebih besar dalam bidang usaha kuliner di Indonesia.

3.2 Analisis Pesaing

Mengenai Pesaing dalam hal Usaha yang kami buat kali ini banyak memberikan peluang bagi kami karena di lingkungan sekitar tempat produksi masih sangat minim pesaing yang membuat olahan susu sapi berbagai varian. Maka dari itu kami selaku pengusaha yang bergerak dibidang makanan dan minuman yang memanfaatkan susu sapi yang melimaph sangatlah beruntung karena masih belum banyak yang dapat mengolah susu sapi menjadi olahan baru yang dapat menumbuhkan nilai ekonomis.

3.3 Analisis SWOT

1. Strength (Kekuatan Usaha)
 - a. Bahan baku yang cukup melimpah dan mudah didapat
 - b. Harganya terjangkau sehingga dapat di nikmati oleh semua kalangan
 - c. Olahan produk bervariasi dan kekinian

- d. Pertumbuhan Penjualan
- 2. *Weakness* (Kelemahan Usaha)
 - a. Biaya Produksi lumayan tinggi
 - b. Pemasaran produk yang kurang
 - c. Kurangnya karyawan
 - d. Mudah basi
- 3. *Opportunity* (Peluang Usaha)
 - a. Pertumbuhan ekonomi yang meningkat
 - b. Minat masyarakat terhadap olahan makanan baru cukup tinggi
 - c. Membuat olahan inovasi baru dari produk
- 4. *Threat* (Ancaman Usaha)
 - a. Muncul pesaing produk baru dengan bahan dasar yang sama
 - b. Adanya persaingan harga
 - c. Munculnya produk baru yang lebih diminati

3.4 Analisis Aspek Pemasaran

1. Strategi Pemasaran

Untuk pemasaran produk kami mengambil beberapa alternatif yaitu melalui :

- a. Media sosial

Media sosial yang digunakan berupa iklan, Facebook, dan instagram. Hal ini akan memungkinkan produk akan cepat terkenal dan diketahui masyarakat luas. Selain dari orang-orang yang ada didalam perusahaan konsumen dari mulut

ke mulut juga bisa membantu mempromosikan produk jika mendapatkan pelayanan yang memuaskan.

b. Endorsement

Pemasaran yang kedua yaitu melalui acara endorsement saat event-event tertentu seperti acara jalan santai, *Car Free Day* dan lain-lain.

c. Banner

Memasang banner untuk menarik pelanggan dengan gambar dan kata yang menarik. Peletakan banner cukup didepan perusahaan agar orang tau dimana letak usaha olahan susu Milk Moo.

d. Pengembangan Produk

Pengembangan produk dari usaha ini dapat dilakukan dengan menambah variasi rasa dan olahan baru yang lebih variatif

e. Melakukan Promosi

Untuk menarik minat konsumen agar membeli produk yang kami tawarkan kami mempunyai cara-cara tertentu, seperti "Jumat manis" dimana setiap hari Jumat kami memberi 50 produk untuk dibagikan kepada masyarakat yang kurang mampu supaya bisa merasakan produk yang kami pasarkan.

2. Pangsa Pasar

Dalam menjalankan usaha ini sasaran pembeli kami yaitu mencakup semua kalangan masyarakat, baik kalangan bawah, kalangan menengah dan kalangan atas. Juga dari semua kalangan usia, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa sampai lanjut usia. Dari semua kalangan tersebut sebagian besar mampu untuk membeli produk yang kami tawarkan, karena harga yang kami berikan pun cukup terjangkau untuk semua kalangan dan juga menarik perhatian karena kemasan yang cukup menarik dan kekinian.

3.5 Rencana Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha yang akan kami lakukan adalah menerima pesanan online yang rencana akan di pasarkan di whatsapp, Facebook, Instagram dan Yutube Channel. Kami menyediakan MILK MOO dalam kemasan botol-botol yang menarik.

Dampak dari bisnis ini terhadap konsumen adalah konsumen menikmati olahan susu yang bervariasi. Karena menggunakan kemasan yang mudah dibawa kemana-mana dan menarik sehingga bisa dijadikan unggahan di media sosial, yang secara tidak langsung dapat menarik minat masyarakat untuk menikmati produk kami.

3.6 Analisis Dampak dan Resiko Usaha

Kondisi dari susu murni itu sendiri sangat mudah sekali untuk basi, hal inilah yang bisa menjadi kendala yang cukup membuat kerepotan. Jadi perlu pandai-pandai dalam memperhitungkan atau mengatur persediaan susu sapi segar serta meyimpan dengan cara yang benar. Selain itu juga persaingan pasar pada usaha olahan susu ini yang saat ini mengalami peningkatan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya para pelaku usaha yang menjalankan usaha olahan susu. Oleh karena itu, perlu adanya pengembangan produk agar tetap bisa bersaing dan menjadi lebih unggul.

3.7 Analisis Aspek Keuangan

a. Rencana Anggaran Biaya

Modal adalah satu satunya perihal yang penting untuk memulai usaha, dengan mengetahui modal awal dan menetapkan harga pokok penjualan (HPP), kita dapat mengetahui besar laba yang akan kita dapatkan. Sumber modal untuk memulai usaha ini dari modal sendiri dan modal kemitraan.

b. Biaya tetap

NO	URAIAN	UNIT	HARGA (Rp)	JUMLAH (Rp)
1	Rumah produksi	1	5.000.000	5.000.000
2	Tangki	1	1.000.000	1.000.000

3	Bak	10	50.000	500.000
4	Kompore	4	100.000	400.000
5	Panci	4	50.000	200.000
	TOTAL			7.100.000

c. Biaya Variabel

NO	URAIAN	UNIT	HARGA (Rp)	JUMLAH (Rp)
1	Bahan Baku			
	Gula Pasir	10 kg	8.000	80.000
	Vanili	5	2.000	10.000
	Buah-Buahan	15 kg	30.000	450.000
	Es Batu	2 box	50.000	100.000
2	Bahan Penunjang			
	Cup	5 pcs	15.000	75.000
	Gelas	5 pcs	20.000	100.000
	Botol	5 pcs	40.000	200.000
	Sedotan	5 pcs	5.000	25.000
	Sendok	5	2.000	10.000
	Plastik	5 pcs	10.000	50.000
	TOTAL			1.100.000
	HPP			110.000

d. Perkiraan Laba/Rugi

$$\begin{aligned}\text{Laba yang diinginkan } 25\% &= \text{Laba} \times \text{HPP} \\ &= 25\% \times \text{Rp. } 110.000 \\ &= \text{Rp. } 27.500\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Harga Jual} &= \text{Total Laba (Rp)} + \text{HPP} \\ &= \text{Rp. } 27.500 + \text{Rp. } 110.000 \\ &= \text{Rp. } 137.500\end{aligned}$$

e. Perkiraan Biaya dan Pendapatan

Biaya tetap + biaya variable (Rp 7.100.000 + Rp 1.100.000)	Rp 8.200.000
Penjualan MILK MOO	Rp. 500.000
Pengeluaran per bulan (Rp. 250.000 x 30 hari)	Rp. 7.500.000
Pendapatan per minggu (Rp 100.000 x 7 hari)	Rp. 700.000
Pendapatan per bulan (Rp. 100,000 x 30 hari)	Rp 3.000.000

f. Perhitungan BEP Modal

$$\begin{aligned}\text{BEP} &= \text{Total Biaya : pendapatan bersih} \\ &= (7.100.000 + 1.100.000) : 3.000.000 \\ &= 2,7 \\ &= 3 \text{ bulan}\end{aligned}$$

g. Perhitungan BEP Unit Penjualan

$$\begin{aligned}\text{BEP} &= \text{Total biaya : harga jual rata rata} \\ &= 8.200.000 : 137.500 \\ &= 59.6363636364 \\ &= 60 \text{ (Dibulatkan)}\end{aligned}$$

Dari perhitungan tersebut, maka dapat diketahui bahwa usaha MILK MOO akan mencapai BEP pada penjualan 60 unit.

IV. Penutup

Berdasarkan uraian rencana bisnis dan analisis bisnis pada beberapa aspek, maka usaha MILK MOO layak untuk dilakukan, terutama di daerah Jabung yang kaya akan peternakan sapi perah.

BUDIDAYA IKAN NILA “BANYU BIRU “

Oleh: Lailatul Husna

I. Pendahuluan

Jawa timur, khususnya di pesisir selatan Kabupaten Malang terkenal memiliki potensi perikanan yang tinggi. Dengan produksi ikan tangkapan laut sekitar 16,071,03 pada tahun 2019. Padahal, jumlah produksi ikan pada tahun 2017 hanya sekitar 3,394,62 ini menunjukkan peningkatan yang signifikan. Namun tingkat produksi yang tinggi tidak menjamin tingkat konsumsi tinggi, bahkan tingkat konsumsi ikan di kota Malang terbilang rendah yakni kurang dari 30 kilogram. Dan tercatat setiap tahun setiap keluarga hanya mengonsumsi 28 kilogram sangat jauh dari target konsumsi ikan yang mencapai 70 kilogram pertahun. Tingkat konsumsi ikan di Kabupaten Malang dipengaruhi oleh beberapa faktor berikut :

1. Tingkat pendidikan mempengaruhi konsumsi ikan secara tidak signifikan karena tingkat pendidikan responden kurang optimal dalam memahami kandungan gizi pada ikan,
2. Tingkat pendapatan keluarga mempengaruhi konsumsi ikan secara signifikan karena pendapatan merupakan alat ukur kemampuan konsumen dalam membeli guna memenuhi kebutuhan,
3. Jumlah anggota keluarga mempengaruhi konsumsi ikan secara tidak signifikan karena semakin banyak jumlah

- anggota keluarga semakin besar dan beragam kebutuhan yang harus dipenuhi diluar konsumsi ikan,
4. Selera mempengaruhi konsumsi ikan secara signifikan karena selera mempengaruhi konsumen untuk mengkonsumsi secara berulang-ulang sehingga semakin sering seseorang mengkonsumsi ikan semakin besar pula jumlah ikan yang dikonsumsi,
 5. Persepsi harga ikan mempengaruhi konsumsi ikan secara tidak signifikan karena meskipun terjadi kenaikan harga ikan responden tetap mengkonsumsi ikan dengan mengganti jenis ikan yang memiliki harga lebih murah,
 6. Persepsi harga substitusi ikan mempengaruhi konsumsi ikan secara tidak signifikan karena substitusi ikan seperti telur dan tahu tempe merupakan kebutuhan yang akan tetap dikonsumsi walaupun mengalami kenaikan harga

Dari beberapa faktor diatas maka kami tertarik untuk membuat ide bisnis tentang budidaya ikan nila yang tertuang didalam *business plan*. Karena ikan nila memiliki kandungan gizi yang banyak, pertumbuhannya cepat, rasa dagingnya enak dan banyak digemari masyarakat, respon terhadap pakan buatan, dapat hidup dalam kondisi kepadatan tinggi, nilai perbandingan antara konsumsi pakan dan daging yang dihasilkan lebih rendah, tahan terhadap penyakit dan lingkungan perairan yang tidak memadai, dan memiliki prospek bisnis yang menjanjikan.

Selain itu, perkembangannya lebih cepat dan biaya produksi ikan nila juga relatif lebih murah dibandingkan dengan jenis-jenis ikan lainnya. Sehingga dapat menjual ikan dengan kualitas yang tinggi dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat.

1.1. Visi dan misi.

Visi budidaya ikan nila “banyu biru”.

Menghasilkan ikan konsumsi yang berkualitas dengan harga bersaing yang dapat meningkatkan gizi dan kesejahteraan masyarakat. Dan Menjadikan budidaya ikan nila “banyu biru” terbesar di Kabupaten Malang dan Menjadikan usaha yang mampu bersaing dan tumbuh berkembang dengan sehat serta mengurangi angka pengangguran di Indonesia.

Misi budidaya ikan nila “Banyu Biru”.

1. Membudidayakan ikan nila secara intensif untuk meningkatkan gizi dan kesejahteraan masyarakat.
2. Menghasilkan produk yang berkualitas dan terjangkau. Yang memberikan pelayanan yang memuaskan bagi para pelanggan.
3. Memberikan harga yang terjangkau bagi semua kalangan masyarakat. Berdaya saing tinggi melalui pengolahan yang profesional demi kepuasan pelanggan.

4. Menjalin hubungan yang baik kepada para relasi, kemitran kerja agar menjadi lebih baik dan saling menguntungkan.
5. Menciptakan lapangan pekerjaan baru.

1.2. Tujuan

1. Mencari keuntungan/laba.
2. Memberi peluang kerja bagi orang lain.
3. Memenuhi hajat hidup masyarakat yakni dalam hal memenuhi kebutuhan asupan gizi yang dibutuhkan oleh masyarakat.

II. Analisis Bisnis

2.1 Analisis Aspek pemasaran

a. Gambaran umum pangsa pasar

Dalam menjalankan usaha ini sasaran pembeli/aspek pasar saya yaitu mencakup semua kalangan masyarakat, baik kalangan bawah, kalangan menengah dan kalangan atas. Dari semua kalangan tersebut sebagian besar mampu untuk membeli produk yang kami tawarkan, karena harga yang saya berikanpun cukup terjangkau untuk semua kalangan. Sehingga masyarakat akan senantiasa banyak yang akan membeli produk yang saya tawarkan. Peluang kesuksesan pun akan semakin jelas kelihatan. Kondisi pasar yang

selalu ramai baik dari lingkungan setempat maupun dari luar kota.

Selain itu wilayah Kecamatan Jabung memiliki potensi yang sangat bagus dibidang pertanian, perternakan, perkebunaan, serta perikanan. Kawasan ini juga menjadi salah satu andalan untuk mengerakkan roda perekonomian Kabupaten Malang. Potensi di Kecamatan Jabung ini ditunjukkan dengan data yang dimiliki oleh kecamatan. Rinciannya terdapat 59 kelompok tani,13 kelompok petenak, dan 6 kelompok budidaya ikan semua kelompok itu tersebar di 15 desa.

b. Permintaan dan penawaran.

Budidaya ikan nila “banyu biru” berada di Desa Sukolilo yang merupakan pusat perekonomian Kecamatan Jabung. Yang juga terdapat banyak sekali rumah makan yang mengolah berbagai jens ikan. Sayangnya banyak rumah makan yang membeli ikan dari luar daerah. Ini di karenakan kurangnya pemasok ikan di Kecamatan Jabung dan jarang nya penjual ikan di pasar tradisional maupun modern. Dan harganya pun tidak cukup terjangkau ini dikarnakan ikan yang mereka jual berasal dari luar daerah. Maka dari itu kami menawarkan ikan nila dengan

kualitas terbaik dan harga yang relatif lebih terjangkau.

c. Rencana penjualan.

Awal dalam mempromosikan atau mempublikasikan bisnis ini diantaranya melalui media sosial dan juga melalui penawaran secara langsung dengan pihak ketiga atau pembeli sesuai dengan target pasar yang akan di capai.

2.2 Analisis SWOT

Strategi Pemasaran dipakai untuk menentukan tujuan yang terbaik. Begitu pula dengan pemasaran ikan nila, strategi pemasaran digunakan untuk meningkatkan produktifitas usaha ini. Diantaranya sebagai berikut:

- 1) Strategi harga/*price* : usaha kami menawarkan harga yang lebih terjangkau dari pada yang lainnya. Kami juga memiliki ikan nila merah dan ikan nila hitam dengan kualitas baik, belum lagi memiliki link distributor bibit ikan nila merah yang siap menyuplai kebutuhan kami serta sahanganya sangat murah.
- 2) Strategi produk : ikan nila merah dan ikan nila hitam disini menjadi komoditas utama dalam usaha ini, selain itu kami juga selalu menjaga kebersihan kolam tambak ikan karena kami ingin menyajikan ikan yang selalu bersih dan bebas dari penyakit serta memiliki kualitas yang baik dengan kandungan gizi yang tinggi.

- 3) Strategi *promotion* : pada tahap awal dalam mempromosikan atau mempublikasikan bisnis ini adalah melalui media interaksi sosial, yaitu bertatap muka langsung dengan pihak ketiga atau pembeli sesuai dengan target pasar yang akan di capai.
- 4) Strategi *place*: budidaya ikan nila “banyu biru” berada di Desa Sukolilo yang merupakan pusat perekonomian Kecamatan Jabung.

2.3 Analisis Aspek organisasi dan manajemen

- 1) Nama perusahaan / usaha.
Nama Usaha : Banyu Biru
Bidang usaha : Budidaya ikan nila
Sasaran : Masyarakat umum
Warung makan ikan.
Motto :
“Semakin sulit perjuangan semakin besar kemenanganya”
- 2) Namapemilik / pimpinan.
Nama : Lilatul Husna
TTL : Malang, 13 maret 1998
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Gedangan
Kec.Jabung, Kab.Malang
No HP : 0895395770144

3) Alamat dan tempat usaha:

Desa Gedangan Kecamatan Jabung, Malang

4) Struktur organisasi

Ketua pelaksana dan manajer.

Nama : Lailatul Husna

TTL : Malang, 13 maret 1998

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Gedangan

Kec.Jabung, Kab.Malang

No Hp : 0895395770144.

Bagian pemasaran dan produksi.

Nama : Muhammad Ari

TTL : Malang, 20 april 1994

Jenis Kelamin : Laki-laki

Alamat : Sukolilo

Kec.Jabung, Kab.Malang

No Hp : 089830567077

2.4 Analisi Aspek keuangan meliputi:

1) Strategi sumber pendanaan.

Modal merupakan hal yang penting yang harus disediakan oleh pelaku usaha untuk menjalankan usahanya, yang merupakan dana awal dalam pembentukan usaha. Modal kami peroleh dari BMT Sebesar Rp. 39.608.520,-

Kebutuhan permodalan dari usaha budidaya ikan nila “Banyu Biru” adalah sebagai berikut:

NO	Modal Investasi	Jumlah (Unit)	Harga Satuan (juta Rp)	Jumlah (juta Rp)
1.	Rumah singgah	1	14,4	14,4
2.	Jarring	20	0,8	15,5
3.	Terpal	20	5,4	6,9
4.	Mesin	1	2,4	2,4
5.	Serok (besar)	2	0,2	0,2
6.	Timbangan	1	0,2	0,2
Total				39,6

Tingkat pendapatan seorang pengusaha tentunya mengharapkan pendapatan yang lebih atau keuntungan yang besar dalam menjalankan suatu usaha. Pendapatan pembudidaya ikan nila sistem kolam terpal memberikan jumlah pendapatan rata-rata pembudidaya adalah sebesar Rp. 133.025.000 per tahun yang diperoleh dari rata-rata jumlah produksi dikali dengan harga jual ($5.321 \times \text{Rp. } 25.000$). Pendapatan adalah pendapatan kotor yang belum dikurangi biaya tetap dan biaya tidak tetap.

2) Proyeksi keuangan

a. Biaya Tetap (*Fixed Cost*).

Biaya tetap yang dibutuhkan didalam usaha budidaya ikan nila “Banyu Biru” adalah:

NO	Jenis perawatan	Jumlah (RP)
1.	Perawatan rumah sangga	272,000
2.	Perawatan jarring	330,000
3.	Perawatan terpal	300,000
	Jenis penyusutan	
1.	Penyusutan rumah sangga	1,440,000
2.	Penyusutan jarring	2,657,6000
3.	Penyusutan terpal	1,392,000
4.	Penyusutan mesin	488,000
5.	Penyusutan timbangan	40,000
6.	Rekening listrik	216,000
Total		7,569,704,

b. Biaya Tidak Tetap (*Variable Cost*)

Biaya variabel yang dibutuhkan didalam usaha budidaya ikan nila “Banyu Biru” adalah:

NO	Jenis	Jumlah satuan	Harga satuan (RP)	Jumlah satuan (RP)
1.	Tenaga kerja	2 orang	2,355,000	5,181,000
2.	Benih	96 karung	450,000	43,020,000
3.	Pakan	18,600 ekor	600,	11,160,000
4.	Obat	1 botol	100,000	100,000
	Total			59,461,000

Total Biaya (TC)

$$(TC) = TFC + TVC$$

$$= \text{Rp.}7.569.704 + \text{Rp.}59.461.000$$

$$= \text{Rp.}67.030.704$$

Total biaya (TC) adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan proses produksi. Total biaya dari usaha budi daya ikan adalah sebesar Rp. 67.030.704. total biaya ini diperoleh dari total biaya tetap (*fixed cost*) ditambah dengan total biaya tidaktetapan (*variabel Cost*).

3) Analisis kelayakan usaha

Untuk mengetahui kelayakan dari usaha budidaya ikan Nila, maka hal yang harus diketahui terlebih dahulu adalah:

1. Investasi(I) =Rp.39.608.520
2. Biaya Tetap(FC) =Rp.7.569.704
3. Biaya TidakTetap(VC) =Rp.59.461.000
4. Total Biaya(TC) =Rp.67.030.704
5. Total Penerimaan(TR) =Rp.133.025.000

Guna mengetahui tingkat kelayakan usaha budidaya ikan nila maka digunakan analisis finansial dengan menggunakan rumus:

1. $OP = TR - VC$

Dimana:

TR =Total penerimaan

VC =Biaya Tidak Tetap

$OP = TR - VC$

=Rp.133.025.000-Rp.59.461.000

=Rp.73.564.000

Operating profit dapat digunakan untuk biaya produksi berikutnya.

2. $NetProfit(\pi)$

$(\pi) = TR - TC$

Dimana:

TR =Total Penerimaan

$$\begin{aligned}
&TC = \text{Total Biaya} \\
&= TR - TC \\
&= \text{Rp.133.025.000} - \text{Rp.67.030.704} \\
&= \text{Rp.65.994.296}
\end{aligned}$$

Keuntungan ini menggambarkan bahwa usaha budi daya ikan Nila menunjukkan hasil yang positif.

3. Profit Rate(PR)

$$\begin{aligned}
\text{Profitrate} &= \frac{\pi}{TC} \times 100 \% \\
&= \frac{65,994,296}{67,070,704} \times 100 \% \\
&= 98,45\%
\end{aligned}$$

Tingkat keuntungan menunjukkan usaha budi daya ikan nila memberikan keuntungan dibandingkan dengan jumlah keseluruhan biaya yang dikeluarkan. Tingkat keuntungan yang didapat sebesar 98,45% yang berarti usaha yang dijalankan mendatangkan keuntungan.

4. PaybackPeriod(PP).

$$\begin{aligned}
\text{PaybackPeriod} &= \frac{TR}{TC} \times 1 \text{ Tahun} \\
&= \frac{133,025,000}{67,030,704} \times 1 \text{ tahun} \\
&= 0,60 \text{ tahun}
\end{aligned}$$

Jangka waktu pengembalian investasi dari usaha budi daya ikan nila adalah 0,60 tahun. 0,60 tahun dihitung dalam bulan, yaitu $0,60 \times 12 \text{ bulan} = 7,2 \text{ bulan}$. 7,2 bulan dihitung dalam hari, yaitu $0,2 \times 30 \text{ hari} = 6$. Jadi, 7,2 bulan atau tujuh bulan enam hari. Jangka waktu pengembalian investasi dari usaha budi daya ikan nila.

2.5 Aspek teknik dan teknologi.

- 1) Sumber bahan baku : pasar lokal, agen ikan
- 2) Alat / mesin produksi : alat produksi tradisional (cangkul, serok, ember dan lainnya)
- 3) Proses produksi

Proses pembesaran ikan nila pada umumnya meliputi persiapan lahan atau kolam, seleksi benih dan penebaran bibit, pemberian pakan, manajemen kualitas air, pemanenan.

a. Persiapan lahan (kolam)

Persiapan kolam untuk usaha budidaya ikan nila, meliputi pembersihan kolam, perbaikan/pembuatan pematang, pembuatan pintu masuk dan keluar air, pembuatan saringan pintu air masuk/keluar serta pemupukan. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar pematang tidak bocor ataupun longsor, pemasukan dan pengeluaran air lancar, menetralkan PH air, dan menumbuhkan pakan alami.



Gambar 1.

Persiapan kolam budidaya ikan nila “Banyu Biru”

b. Seleksi bibit dan penebaran bibit

Memilih bibit yang baik sangat penting karena berkaitan erat dengan hasil panen ikan nila. Bibit yang baik dapat memproduksi benih dalam jumlah banyak dan memiliki kualitas tinggi. Selain itu, pertumbuhannya juga sangat cepat. Adapun ciri-ciri benih ikan nila yang bagus, antara lain sebagai berikut:

- a) Pemilihan bibit dan induk yang Baik
- b) Benih sehat dan tidak cacat fisik maupun cacat karena penyakit
- c) Aktif bergerak
- d) Ukuran benih sama
- e) Gerakan lincah
- f) Warna senada
- g) Responsif terhadap pemberian pakan.
- h) Resisten terhadap hama, jamur, parasit dan penyakit.

- a. Dapat bertahan hidup di lingkungan perairan yang relatif buruk
- b. Induk ikan nila yang baik untuk dipijahkan memiliki berat antara 120-180 gram.
- c. Untuk ikan nila yang baik dipijahkan sekitar 4-5 bulan.



Gambar 2
Bibit Ikan Nila

Adapun cara melakukan penyebaran bibit, antara lain sebagai berikut:

- a) Siapkan wadah berupa ember atau wadah besar lainnya. Masukkan air bersih sekitar setengah ember dari wadah tersebut kemudian masukkan bibit ikan nila ke dalamnya. Biarkan selama kurang lebih 10 menit agar bibit ikan terbiasa dengan air tersebut.

- b) Setelah 10 menit, tambahkan air ke dalam ember hingga penuh dan diamkan selama 5 menit. Proses ini sangat penting karena tujuan dari hal ini agar bibit ikan nila yang akan kita tebarkan sudah terbiasa dengan habitat yang baru. Sehingga bibit ikan nila tidak akan mengalami stress apalagi mati.
- c) Setelah melewati proses tersebut, ambil benih ikan nila dengan perlahan. Lau tebarkan bibit ikan nila.
- d) Pemberian pakan
- Faktor pakan bisa mempengaruhi pertumbuhan ikan nila. Agar pertumbuhan tinggi, diperlukan pakan dalam kualitas dan jumlah yang memadai serta lingkungan yang baik. Jumlah pakan yang diberikan setiap hari harus disesuaikan dengan berat ikan. Tingkat pemberian pakan 3-5% dari bobot tubuh ikan nila per hari, artinya untuk 13.000 ekor benih ikan nila dengan berat rata-rata per ekor 100 gram, diberi pakan sebanyak 39 kg ($13.000 \times 100 \text{ gram} \times 3\%$). Dosis pemberian pakan tiap hari ditambah sejalan dengan pertambahan berat ikan nila, contoh pada saat berat ikan nila mencapai berat rata-rata 800 gram maka

jumlah pakan yang diberikan sebanyak 347 kg ($13.000 \times 800 \text{ gram} \times 3\%$). Pemberian pakan dua kali sehari, yaitu pagi dan sore hari. Pakan diberikan dengan cara ditebarkan secara merata dengan harapan setiap ikan akan mendapatkan jumlah pakan yang sama. Dalam praktiknya dalam budidaya akan mencoba menerapkan teknologi dalam pemberian pakan yaitu dengan melakukan pemuasaan pada ikan dengan tujuan menekan pengeluaran (biaya pembelian pellet). Dalam pemberian pakan kami akan memberikan pakan alami (yang tersedia di dalam kolam), pakan buatan (pellet), dan pakan tambahan (daun/sayuran sisa).

e) Manajemen kualitas air

Pengelolaan air sangat penting dalam usaha budidaya perikanan karena air merupakan medium atau tempat hidup dan gerak, bagi hidupnya ikan, pembawa unsur hara, mineral, vitamin, gas terlarut dan pembentukan serta penguraian bahan-bahan organik. Beberapa karakteristik perairan yang tepat antara lain adalah air yang bergerak tetapi bukan arus kuat, badan air cukup besar dan luas sehingga

dapat menjamin stabilitas kualitas air, kedalaman air minimal mencapai 1 m. Kualitas air mendukung pertumbuhan ikan nila dengan suhu perairan 20-30°C, oksigen terlarut tidak kurang dari 4,0 mg/l, dan kecerahan tidak kurang dari 80 cm.

f) Pemanenan



Gambar 3

Hasil Panen Ikan Nila

Panen adalah pemungutan hasil ikan yang dipelihara. Jika pemeliharaan kita berhasil dengan cukup baik, pemanenan ikan dapat dilakukan setelah ikan berumur 7,2 bulan terhitung sejak benih mulai ditebar dikolam pembesaran. Berat rata-rata dapat mencapai 500-600 gram per ekor. Waktu pemanenan dilakukan hari tidak panas yaitu sore hari. Ini

dimaksudkan agar ikan tidak mengalami stres akibat suhu siang hari yang panas. Apabila pemanenan dilakukan sore atau malam hari, kondisi ikan akan tetap segar sampai ketempat tujuan pemasaran.

III. Penutup

Budidaya ikan nila “Banyu Biru” berada di Desa Sukolilo yang merupakan pusat perekonomian kecamatan jabung, yang juga terdapat banyak sekali rumah makan yang mengolah berbagai jenis ikan. Sayangnya banyak rumah makan yang membeli ikan dari luar daerah. Hal ini dikarenakan kurangnya pemasok ikan di Kecamatan Jabung dan jarang nya penjual ikan di pasar tradisional maupun modern. Dan harganya pun tidak cukup terjangkau ini dikarenakan ikan yang mereka jual berasal dari luar daerah. Maka dari itu kami menawarkan ikan nila dengan kualitas terbaik dan harga yang lebih terjangkau. Dari uraian *Business Plan* diatas dapat disimpulkan bahwa usaha budidaya ikan nila di Desa Sukolilo, Kecamatan Jabung layak untuk dilakukan.

USAHA KONVEKSI BORDIR

Oleh: Siti Aminah

I. Pendahuluan

Usaha bidang jasa saat ini menduduki tingkat usaha yang paling banyak diminati terutama oleh usaha rumah tangga. Selain karena dianggap lebih sederhana dari usaha produk barang, usaha jasa juga memiliki peluang yang cukup besar. Salah satunya adalah usaha jasa konveksi. Usaha ini memiliki peluang besar karena kebutuhan sandang menjadi kebutuhan pokok, selain itu hal ini juga menjadi sarana untuk mengembangkan suatu tren yang akan datang. Jika umumnya konveksi hanya terbatas pada pembuatan pakaian baik itu untuk kalangan dewasa, remaja, ataupun anak-anak maka disini kami menyajikan jasa konveksi yang memiliki hiasan bordir asli yang dibuat oleh tangan langsung. Ini menjadi daya tarik sendiri karena dewasa ini banyak sekali karya yang dihasilkan oleh tenaga mesin dan teknologi serba modern lainnya. Selain itu pangsa pasar yang kami tawarkan juga cukup luas melihat kebutuhan akan sandang yang dibutuhkan oleh semua kalangan dari orang tua hingga anak-anak, serta mencakup semua lapisan masyarakat baik masyarakat kalangan menengah ke bawah ataupun masyarakat sosialita.

Jasa konveksi yang memiliki jasa hiasan bordir memiliki peluang yang sangat besar terutama di wilayah Malang karena jumlah usaha konveksi yang masih terbilang rendah

dan tingginya tenaga kerja jahit. Hal ini memungkinkan peluang yang besar dalam mendirikan usaha konveksi yang dipadukan dengan jasa bordir, baik dalam bidang baju sehari-hari, baju sekolah (name tag, logo dan sebagainya) ataupun untuk seragam kantor dan acara besar seperti wisuda dan peringatan hari besar.

1.1 Visi-Misi dan Tujuan Usaha

Visi

1. Menjadi produk unggulan yang aman, nyaman, dan halal
2. Menciptakan daya saing yang mumpuni
3. Menjadi karya lokal yang terbaik

Misi

1. Bahan halal Dan berkualitas
2. Sumber daya yang terbaik
3. Tenaga kerja yang bermoral dan terdidik
4. Usaha yang terstruktur dan terorganisasi

Tujuan Usaha

1. Membuka lowongan pekerjaan
2. Memajukan konveksi dalam negeri
3. Mencari keuntungan dalam usaha konveksi
4. Meningkatkan kreatifitas dan inovasi masyarakat

1.2 Manfaat Usaha

1. Bagi pemilik

Usaha ini sangat bermanfaat bagi pemilik karena dapat menjadi sumber pemasukan yang lumayan dan dapat dikembangkan dengan membangun anak cabang didaerah lain karena peluang usaha ini sangat besar dilihat dari sedikitnya pesaing yang menyami produk Usaha Konveksi Bordir. Disisi lain manfaat bagi pemilik yaitu dapat menambah pengalaman dalam bersaing didunia usaha pasar bebas.

2. Bagi karyawan

Selain bermanfaat bagi pemilik, usaha konveksi bordir juga bermanfaat bagi karyawan yang bekerja dalam perusahaan ini seperti dapat menambah pengalaman kerja, meningkatkan kreatifitas, membuka lowongan pekerjaan, dan sumber pendapatan.

3. Bagi masyarakat

Bagi masyarakat, usaha konveksi bordir dapat bermanfaat sebagai badan atau organisasi yang menyediakan lowongan pekerjaan.

II. Analisis Bisnis

2.1 Analisis Aspek Pemasaran

1. Media pemasaran

Untuk pemasaran produk kami mengambil beberapa alternatif yaitu melalui :

a) Media sosial

Media sosial yang digunakan berupa iklan, facebook, instagram dan youtube. Hal ini memungkinkan produk akan cepat terkenal dan diketahui masyarakat secara luas. Selain dari orang-orang yang ada didalam perusahaan konsumen juga bisa membantu mempromosikan produk jika mendapatkan pelayanan yang memuaskan.

b) Acara *endorsement*

Pemasaran yang kedua yaitu melalui acara *endorsement* seperti acara wisuda.

c) Banner

Memasang banner untuk menarik pelanggan dengan gambar dan kata yang menarik. Peletakan banner cukup didepan perusahaan agar orang tau dimana letak usaha konveksi bordir.

2. Pangsa Pasar

Dalam hal ini kami memiliki beberapa sasaran konsumen yaitu:

a) Wanita

Dalam berbagai hal, perempuan selalu memperhatikan gaya hidup dan *style* yang mereka gunakan baik dalam kehidupan sehari-hari atau acara khusus. Jasa bordir akan membantu mereka untuk tampil lebih cantik dan elegan dengan hiasan-hiasan yang beraneka ragam dan dari bahan yang nyama. Selain itu bordir juga mencerminkan kehidupan mewah dan tampil anggun.

b) Intuisi pendidikan

Dalam hal ini kami mengambil manfaat yang berhubungan dengan seragam yaitu seperti name tag dan logo sekolah. Selain itu jasa konveksi dan bordir juga dapat digunakan dalam acara besar yang diadakan oleh sekolah seperti acara wisuda yang memakai seragam kebaya berhiasan bordir juga bisa dipakai dalam seragam guru.

c) Perusahaan / perkantoran

Dalam bidang ini jasa bordir bisa dipakai untuk seragam karyawan atau logo perusahaan

d) Umum

Dalam kategori ini jasa bordir menawarkan sebagai produk hadiah atau cinderamata bagi konsumen. Biasanya terjadi ketika acara ulang tahun, pernikahan dan lain sebagainya.

Dalam usaha ini dalam tiap-tiap kategori memiliki harga yang berbeda-beda. Hal ini akan dijelaskan sebagai berikut:

Kategori 1:

No	Jenis	Harga (Rp)
1	Mukenah besar	2.500.000
2	Mukenah kecil	2.700.000
3	Gamis / jubah	1.500.000
4	Setelan dewasa	700.000
5	Setelan anak	500.000
6	Taplak	250.000
7	Kerudung, anak kerudung (iket)	150.000

Kategori 2 :

No	Jenis	Harga (Rp)
1	Mukenah besar	2.000.000
2	Mukenah kecil	1.500.000
3	Gamis / jubah	1.000.000
4	Setelan dewasa	550.000
5	Setelan anak	200.000
6	Taplak	150.000
7	Kerudung, anak kerudung (iket)	100.000

Kategori 3 :

No	Jenis	Harga (Rp)
1	Mukenah besar	1.500.000
2	Mukenah kecil	1.000.000
2	Gamis / jubah	800.000
3	Setelan dewasa	500.000
4	Setelan anak	300.000
5	Taplak	100.000
6	Kerudung, anak kerudung	50.000
7	Logo	5.000 / biji
8	Paket souvenir	10.000 / biji

3. Aspek Permintaan dan Penawaran

Disini kami menerima permintaan pemesanan dalam jumlah besar atau diatas 100 pasang baju dan akan didiskon 10% dalam tiap kemasan. Selain itu bagi konsumen yang memesan dalam jumlah antara 50-99 biji akan ada bonus 1 mukenah. Selain dalam pemesanan dalam jumlah banyak perusahaan juga menawarkan konveksi dalam bentuk eceran yang akan ada bonus berupa gantungan kunci berlogo perusahaan dalam tiap kemasan.

Penawaran yang dilakukan adalah kami mempunyai beberapa kategori yang ditawarkan yaitu

a) Kategori 1

Pada kategori ini kami menyediakan produk yang berkualitas tinggi dengan kain dan benang terbaik serta

model hiasan bordir yang cukup rumit. Disisi lain kemasan yang disajikan akan lebih elegan dengan 2 lapisan yaitu lapisan plastik yang membungkus baju dan lapisan kedua dari kardus yang dihias dengan pita. Ini biasanya dipakai unuk kado atau hadiah dalam suatu acara.

b) Kategori 2

Pada kategori ini kami menawarkan produk dengan kain berkualitas sedang dan gambar yang tidak terlalu rumit, selain itu dalam hal kemasannya juga hanya dilapisi satu yaitu plastik yang membungkus produk bagi konsumen.

c) Kategori 3

Pada kategori ini perusahaan menyediakan produk dari kain biasa, hiasan bordir yang sederhana dan terbungkus atas plastik yang berlogo perusahaan. Kategori ini juga melayani pemesanan bordir logo sekolah, perkantoran dan intuisi lainnya. Pada tiap-tiap kategori akan dapat bonus 1 gantungan kunci yang berlogo perusahaan.

4. Rencana Penjualan

1) Rencana jangka pendek (1-5 tahun)

Pencapaian yang dilampaui usaha diharapkan dapat menarik pelanggan yang cukup banyak dan dapat dipasarkan dalam pasar-pasar besar diseluruh pelosok Malang dan sekitarnya. Usaha konveksi bordir akan menjadi produk andalan untuk *fashion*.

Selain itu ditargetkan untuk semakin banyak munculnya kreasi-kreasi baru yang dapat menambah warna dan model yang dipakai dalam hiasan kain baik dari karyawan atau permintaan pelanggan.

2) Rencana jangka menengah (6-10 tahun)

Usaha konveksi Bordir dapat menembus pangsa pasar nasional dan dapat membuka 2 cabang di daerah sekitar, selain itu pihak perusahaan diharapkan dapat menyerap tenaga kerja sekitar 100 orang karyawan yang terbagi dalam tiap divisi.

3) Rencana jangka panjang (10-15 tahun)

Dalam kurun waktu 10 tahun usaha konveksi bordir diharapkan dapat menembus pasar bebas tingkat internasional dan membuka lebih banyak cabang baik dilingkup Malang atau luar kota.

2.2 Analisis SWOT

1. *Streng* (kekuatan)

- 1) Jenis usaha konveksi yang dipadukan dengan bordir masih dalam jumlah sedikit
- 2) Bahan yang digunakan berkualitas dan asli produk dalam negeri
- 3) Kemasan menarik dan elegan
- 4) Pangsa pasar luas
- 5) Banyak variasi gambar dan pilihan yang ditawarkan

2. *Weakness* (kelemahan)
 - 1) Mahalnya kain yang berbahan katun
 - 2) Belum mempunyai sumber kain dan benang sendiri
3. *Opportunity* (peluang)
 - 1) Sedikit pesaing
 - 2) Pangsa pasar luas
4. *Threat* (ancaman)
 - 1) Usaha sablon yang semakin banyak
 - 2) Pajak usaha semakin besar

2.3 Analisis Organisasi dan Manajemen

Nama usaha	: AA <i>Best Style</i>
Nama pemilik	: Siti Aminah
Alamat	: Jln. Raya Pakis, Pakis Jajar
Bentuk usaha	: Profit
Sruktur organisasi	
Penanggung jawab	: Siti Aminah
Pemimpin	: Ainul Yaqin
Bendahara	: Afan
Seksi pemasaran	: Naning, Ulfa, Nanda
Bagian gambar	: Mani
Bagian potong kain	: Nima
Bagian bordir	: Ima
Bagian jahit	: Ami
Bagian pembersih	: Lila
Seksi kemasan	: Naming, Ita, Ika

Jumlah staf : 20

Uraian Tugas

- 1) Penganggung jawab, bertanggung jawab atas jalannya produksi, memantau jalannya produksi, penentu kebijakan perusahaan.
- 2) Pemimpin bertugas memimpin jalannya produksi, pembuat kebijakan perusahaan.
- 3) Bendahara bertugas melakukan pembukuan keuangan, prediksi untung rugi, pemegang kas perusahaan.
- 4) Seksi pemasaran bertugas memasarkan produk yang sudah jadi kepada pelanggan, membuat strategi untuk menarik pelanggan.
- 5) Bagian gambar bertugas menggambar hiasan atau model bordir yang akan dikerjakan.
- 6) Bagian potong kain bertugas memotong kain yang sudah dibordir dengan model baju atau konveksi yang telah ditentukan.
- 7) Bagian bordir bertugas membordir kain yang telah digambar.
- 8) Bagian jahit bertugas menjahit model baju yang ditentukan.
- 9) Bagian pembersih bertugas membersihkan produk yang sudah jadi.
- 10) Seksi kemasan bertugas dalam *finishing* produk saat akan disampaikan ke pelanggan, mengemas dengan rapi dan menarik.

2.4 Analisis Produk

1. Nilai dan Manfaat Produk

a. Manfaat Khusus

Manfaat khusus ditunjukkan bagi pemilik dan karyawan yaitu sebagai sumber penghasilan, tempat pengapresiasian bakat atau kreatifitas dan menambah pengalaman.

b. Manfaat Umum

Manfaat umum diperuntukkan bagi masyarakat luas yang ikut menikmati hasil karya usaha konveksi bordir baik itu dalam memanfaatkan produk atau dalam segi CSR.

c. Kelebihan nilai yang dimiliki dari produk ini

1) Produk lokal

Kami mengambil bahan-bahan lokal dan gambar-gambar yang terinspirasi dari keanekaragaman budaya sendiri sebagai ekspresi untuk cinta produk dalam negeri. Hal ini juga dapat melestarikan dan menambah budaya dalam negeri.

2) Dibuat tanpa mesin

Hal ini menjadi salah satu kelebihan karena dibuat oleh tangan manusia langsung dan dari kreatifitas karyawan itu sendiri.

3) Beragam bentuk

Dalam hal ini perusahaan menyediakan berbagai macam model hiasan yang dipakai,

dimulai dari mukenah, gamis, kerudung, baju atasan, sampai logo pada seragam sekolah atau kantor.

4) Pemesanan grosir atau eceran

Disini kami melayani pemesanan dalam jumlah banyak ataupun dalam benruk eceran dengan waktu yang telah ditentukan, ada juga diskon dalam pemesanan dalam jumlah yang besar.

2. Kegunaan Produk

- 1) Untuk fashion dan gaya hidup yang mewah. Biasanya orang lebih suka untuk tampil elegan dan indah dipandang. Maka dari itu kami menyediakan produk yang murah tapi berkualitas.
- 2) Sebagai hadiah atau kenang-kenangan.

3. Proses

a. Tahap 1

Mencari bahan-bahan dan alat yang dibutuhkan seperti kain, benang jahit, benang bordir, pensil kain, karbon, gunting, midangan

b. Tahap 2

Menentukan model baju yang akan dibuat atau yang sudah dipesan dan gambar yang akan dibordir di kain.

c. Tahap 3

Penggambaran contoh gambar pada kain yang ditentukan dengan pensil kain

d. Tahap 4

Pem-bordiran gambar dengan benang bordir dan warna yang sudah ditentukan. Hal ini bisa berlangsung selama 4-7 hari tergantung besar kain dan tingkat kerumitan gambar.

e. Tahap 5

Setelah selesai dibordir kain akan diberikan pada seksi potong kain untuk selanjutnya dijahit oleh penjahit.

f. Tahap 6

Setelah dijahit, baju akan dikemas dengan rapi atau bisa sesuai dengan permintaan konsumen lalu produk akan dikirimkan ke konsumen lewat jasa pengiriman barang.

4. Sarana dan Prasarana

Dalam hal sarana dan prasara dalam usaha konveksi bordir membutuhkan ketika mencari dan mengambil bahan baku dari sumber dan ketika mengirimkan produk ke konsumen. Sarana dan prasarana meliputi

a. Mobil box

b. Sepeda ongkir

5. Bahan Baku

Kain	Pensil kain	Plastik
Benang bordir	Karbon	Pita hias
Benang jahit	Kardus kemasan	resleting

6. Alat

Mesin bordir	Midangan	Meteran
Mesin jahit	Lem	Karbon
Penggaris kain	Gunting	Pulpen

2.4 Analisis Aspek Keuangan

Biaya Produksi

Contoh : membuat produk mukenah besar kategori 2

Analisis biaya tetap jahit dan bordir

No	Alat	Harga (Rp)	Unit	Jumlah (Rp)
1	Mesin jahit	3.000.000	1	3.000.000
2	Mesin bordir	4.500.000	1	4.500.000
3	penggaris	12.000	2	24.000
4	Gunting biasa	10.000 (tergantung ukuran)	1	10.000
5	Midangan	15.000 (tergantung ukuran)	2	30.000
6	Gunting bengkok	17.000	1	17.000
7	Pensil kain	2.500	1	2.500
8	Karbon	4.000	1	4.000

9	Solasi	2.000	1	2.000
	TOTAL			7.589.000

Analisis biaya variabel jahit

No	Bahan jahit	Harga (Rp)	Unit	Jumlah (Rp)
1	Benang jahit	3.000	1	3.000
2	Kain katun	25.000 / meter	3	75.000
3	Elastis 1 cm	3.500 / meter	1	3.500
4	Elastis 3 cm	4.000 / meter	2	8.000
	TOTAL			89.000

Analisis biaya variabel bordir

No	Bahan bordir	Harga (Rp)	Unit	Jumlah (Rp)
1	Benang bordir	20.000	5	100.000
2	Benang spul	15.000	5	75.000
	TOTAL			175.000

Analisis biaya kemasan

No	Bahan	Harga (Rp)	Unit	Jumlah (Rp)
1	Plastik	17.000/pacs	1	17.000
2	Kardus	10.000/biji	1	10.000
3	Pita	2.500/biji	1	2.500
5	Kertas hias	2.000/biji	1	2.000
	TOTAL			31.500

Biaya-Biaya yang diperlukan untuk usaha bordir:

Biaya variabel jahit	= Rp. 89.000
Biaya variabel bordir	= Rp. 175.000
Biaya kemasan	= Rp. 31.500
Gaji karyawan	= Rp. 800.000
Beban Listrik	= Rp. 150.000
Total biaya	= Rp. 1.245.000

Proyeksi Keuntungan

Laba yang diinginkan 16%	= Laba x HPP
	= 50% x Rp. 1.245.000
	=Rp.622.500
Harga Jual	= Total Laba (Rp) + HPP
	= Rp.622.500 + Rp. 1.245.000
	= Rp. 1.867.000
	= Rp. 2.000.000 (dibulatkan)

Perkiraan Pendapatan

Penjualan ketegori 1	= Rp. 6.500.000
Penjualan ketegori 2	= Rp. 4.000.000
Penjualan ketegori 3	= Rp. 5.500.000
Pendapatan	= Rp. 16.000.000

Biaya-Biaya :

Biaya tetap variabel	= Rp 8.834.000
BebanListrik	= Rp. 1.500.000
Beban gaji karyawan	= Rp. 2.000.000
Jumlah biaya	= Rp. 12.334.000
Pendapatan bersih	= Rp. 3.666.000 / bulan

Perhitungan BEP Modal

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \text{Total Biaya} : \text{pendapatan bersih} \\ &= (\text{Rp. 1.245.000} + \text{Rp. 8.834.000}) : \text{Rp. 3.666.000} \\ &= 2,749 \\ &= 2,8 \text{ bulan (pembulatan)} \end{aligned}$$

Jadi, kemungkinan modal akan kembali selama 2 bulan lebih 3 minggu atau minggu ke- 11

Perhitungan BEP Unit Penjualan

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \text{Total biaya} : \text{harga jual rata rata} \\ &= \text{Rp. 10.079.000} : \text{Rp. 2.000.000} = 5,039 \\ &= 4 \text{ produk (pembulatan)} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Total Per Hari} &= \text{BEP} : \text{Target penjualan per hari} \\ &= 4 : 30 \\ &= 0,13 / 1 \text{ hari} \end{aligned}$$

Untuk mencapai BEP harus menjual atau menyelesaikan 0,13% dari pembuatan 1 produk atau menyelesaikan suatu produk dalam waktu 9 hari

Perhitungan ROI

$$\begin{aligned} \text{Pendapatan yang dihasilkan} &: \text{Modal yang ditanam} \times 100\% \\ \text{Rp. 2.000.000} &: \text{Rp. 1.245.000} \times 100\% = 161\% \end{aligned}$$

Nilai Return on Investment dalam bisnis KONVEKSI BORDIR ini sebesar 161%.

a. Kesimpulan

Pada intinya usaha bisnis itu penting dalam keberlangsungan ekonomi dan penunjang kehidupan manusia dalam segi finansial. Bisnis menjadi usaha yang paling banyak digandrungi saat ini karena menjanjikan keuntungan yang berkali-kali lipat dari modal awal. Baik usaha bisnis rumah tangga, UKM, atau bisnis yang berskala besar mengalami perkembangan yang pesat dalam usaha jasa, atau produksi. Salah satunya yaitu usaha konveksi yang semakin menjamur. Disini kami menyajikan seluk beluk tentang usaha yang memiliki peluang cukup besar dan bisa dimulai dari dana yang tidak terlalu besar. Ini dapat membantu para calon usahawan dalam mengetahui hal-hal apa saja yang diperlukan dalam memulai dan mengembangkan usaha tersebut.

Lampiran Gambar alat produksi



Benang bordir



Benang jahit



Minyak mesin



Gunting biasa dan
bengkok



Midangan



Mesin jahit



Mesin Bordir



Penggaris



Meteran dan Tetalan



Kain Perca



Kain



Karbon

Gambar produk



Mukenah



Baju Koko



Baju Anak



Taplak Meja

USAHA KONVEKSI MUKENA

Oleh: Zuhrotul Ilmi

I. Pendahuluan

Di zaman sekarang ini, kebutuhan hidup sudah semakin bertambah. Kebutuhan sekunder sekarang menjadi kebutuhan primer. Sedangkan harga terus melonjak tanpa diimbangi dengan naiknya penghasilan. Sehingga banyak orang yang mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Satu satunya cara untuk memperbaiki perekonomian adalah dengan mencari penghasilan tambahan.

Berbisnis adalah hal yang sangat menjanjikan untuk mendapatkan keuntungan apabila dijalankan dengan baik. Mengingat bahwa masyarakat di Indonesia mayoritas adalah umat muslim, biasanya banyak orang yang mencari busana muslim atau alat sholat seperti mukena untuk digunakan pada saat lebaran nanti. Bukan hanya pada saat bulan ramadhan saja alat sholat seperti mukena dicari masyarakat, tapi juga sepanjang tahun.

Hal ini terjadi karena setiap harinya umat muslim wanita menggunakan mukena untuk menjalankan ibadah. Melihat peluang-peluang tersebut, kami memperkirakan bahwa mukenah ini akan laris di pasaran dan tentunya akan memberikan keuntungan yang cukup besar mengingat jumlah penduduk muslim wanita di Indonesia yang sangat banyak.

1.1 Visi, Misi dan Tujuan

Visi

Memberikan semangat bagi kaum muslimah, agar tetap menjaga sholatnya dan juga memberikan manfaat bagi muslimah.

Misi

- Melayani dengan baik
- Menjamin kualitas yang terbaik
- Memberikan inovasi yang terbaru

Tujuan usaha

- Untuk meningkatkan kreativitas dan juga kualitas negri dalam kegiatan berwirausaha.
- Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat muslim dalam sarana beribadah.
- Mengembangkan ilmu pengetahuan kewirausahaan.

II. Analisis Bisnis

2.1 Analisis Aspek Pemasaran

1. Media pemasaran

a. Sosial media

Media promosi yang kami gunakan ini merupakan media yang sangat umum, karena sebagian besar dari masyarakat Indonesia menggunakan media ini, media ini meliputi facebook, Instagram, whatsapp, twitter dll. Dalam media ini mempermudah kami untuk melakukan promosi.

b. *Endorsement*.

Kami akan memperkenalkan produk kami melalui *endorsement* dengan cara ini produk kami akan terkenal luas di seluruh nusantara, kami melakukan *endorsement* pada selebgram (Instagram).

c. Media banner

Media ini terlihat sangat sederhana namun memiliki manfaat tersendiri yaitu memperjelas informasi bagi konsumen, mengaktifkan kita dalam berpromosi dan menghemat biaya promosi, benner akan kami pasang pada pinggir jalan raya dekat lokasi.

d. Pangsa pasar

e. Anak-anak.

Dalam produk ini kami menyediakan mukena anak mulai dari umur 3-9 tahun karena biasanya orang tua mengajari anaknya untuk beribadah sejak usia dini, agar nanti dewasa ia mulai terbiasa. Disini kami juga menawarkan model mukena untuk anak kecil yang sangat menarik dan lucu.

f. Wanita dewasa.

Dalam hal ini wanita sangat memperhatikan *style* dan penampilan apalagi bagi para remaja, disini kami menampilkan inovasi terbaru dari produk ini dengan dengan bentuk yang sederhana namun sangat elegan ketika dipakai.

g. Ibu-ibu (orang tua)

Disinilah biasanya orang tua itu lebih suka dengan produk yang murah namun terlihat menarik dan cantik, disini kami juga memiliki produksi mukena seperti yang dicontohkan dan masih banyak varian yang kami buat. Dalam usaha ini dalam tiap-tiap jenis memiliki harga yang berbeda-beda. Hal ini akan dijelaskan sebagai berikut.

No	Jenis	Harga (Rp)
1.	Mukena anak	1.500.000
2.	Mukena katun jepang	3.000.000
3.	Mukena bordiran	2.000.000
4.	Mukena parasit	1.500.000
5.	Mukena terusan	2.000.000
6.	Mukena potongan	2.500.000

2. Permintaan Dan Penawaran

a. Permintaan

Di perkirakan 20 % anak-anak, 40 % dewasa, dan 30 % orang tua yang tertarik untuk membeli produk kami, produk ini tidak setiap hari terjual akan tetapi mingguan dan setiap konsumen membeli minimal 3sampai 1 lusin, maka dapat di perkirakan perminggunya kami menyediakan 20 lusin.

Penawaran yang kami tawarkan disini dalam semua jenis memiliki perbedaan antara lain:

b. Penawaran

Produk anisa mukena *colaction* yang kami tawarkan memiliki ciri khas dan juga harga yang terjangkau, oleh karena itu kami yakin produk ini akan memiliki banyak peminat dan tidak hanya itu produk yang kami tawarkan juga ada bahan yang nyaman dan terjamin kualitasnya. Jadi bagi para konsumen tidak perlu khawatir pada produk kami karena memiliki bahan yang nyaman dipakai.

3. Rencana penjualan

a. Rencana Jangka pendek

Usaha mukena kami dirikan untuk menambah wawasan kami dalam berbisnis. Dengan mengembangkan inovasi dan kreativitas, juga bermanfaat dalam pengembangan bisnis kami baik bermanfaat dalam kalangan mahasiswa maupun umum. Selain itu usaha ini juga untuk modal kami untuk kemasa depan nanti.

b. Rencana Jangka menengah.

Produksi mukena ini akan kami kembangkan dengan membuka cabang dari beberapa tempat sekitar. Kami targetkan untuk memperbanyak pelanggan dengan menerima permintaan yang di inginkan oleh pelanggan,

dari sini kami akan mempermudah untuk mendapatkan target.

c. Rencana Jangka panjang

Setelah lama kita mendiri produk ini, kami mengharapkan memperkembang luaskan cabang produksi kami di seluruh Indonesia. Dengan menciptakan inovasi terbaru dan kratifitas maupun mutu tingkat internasional.

2.2 Analisis SWOT

a) *Strength*

- 1) Bahan mudah di dapat
- 2) Harga dan produk yang berkualitas
- 3) Banyak peminat bagi kaum wanita
- 4) Banyak model yang menarik

b) *Weakness* (kelemahan)

- 1) Jumlah pesaing yang cukup banyak
- 2) Kurangnya pangsa pasar karena produk khusus wanita

c) *Opportunity* (peluang)

- 1) Memiliki kenyamanan pakai bagi pengguna
- 2) Mudah melakukan promosi
- 3) Memudahkan seseorang untuk beribadah ketika bepergian

d) *Threats* (ancaman)

- 1) Timbulnya usaha sejenis yang lebih murah
- 2) Naiknya harga bahan baku karena banyaknya permintaan

2.3 Analisis Pesaing

Dalam analisis pesaing kami sudah mengetahui bahwa di daerah sekitar Sumber Pasir banyak yang menjual pakaian seperti busana, pakaian anak, dewasa laki-laki maupun perempuan sangat banyak, akan tetapi yang satu ini kami sangat jarang kami lihat kurang lebih yang menjual produk mukenah hanya 10% dari daerah ini. Maka dari sinilah kami akan mendapatkan keuntungan dan pangsa pasar yang lumayan untuk dijadikan target kami dalam berbisnis. Disini juga merupakan tempat yang strategis untuk melakukan penjualan produk karena dekat dengan toko pakaian, dan juga depan jalan raya tempat dimana orang berkendara, dan pasti ia akan melihat-lihat di sekitarnya.

2.4 Analisis Aspek Manajemen Dan Organisasi

Identitas usaha

Nama usaha : Anisa Mukena Collection

Nama pemilik : Zuhrotul Ilmi

Jenis usaha : Fasion

Tempat : Jalan Raya Sumber Pasir, Pakis

Struktur organisasi

Ketua / Pemimpin	: Zuhrotul Ilmi
Manajer Keuangan	: Muntaza Aida Aflah
Manajer Pemasaran	: Kayyis Mas'uda
Manajer Operasional	: Ulla Karimatun Nisa

a. Ketua

- 1) Menyusun strategi bisnis jangka pendek dan jangka panjang
- 2) Mengambil keputusan untuk segala kegiatan operasional dan manajerial perusahaan
- 3) Melakukan rekrutmen dan pemutusan hubungan kerja.
- 4) Mengevaluasi kinerja perusahaan secara periodik.
- 5) Memeriksa dan menyetujui Anggaran yang diperlukan untuk kemajuan perusahaan.

b. Bagian keuangan

- 1) Memberikan laporan keuangan kepada ketua.
- 2) Melaporkan keadaan keuangan perusahaan kepada ketua setiap bulannya
- 3) Menjaga kestabilan keuangan perusahaan.
- 4) Menangani semua kegiatan yang berhubungan dengan masalah keuangan.
- 5) Mengurus pembagian gaji setiap karyawan setiap bulannya

c. Bagian pemasaran

- 1) Menganalisis dan menyusun strategi pemasaran untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

- 2) Menganalisis kebutuhan pasar / konsumen.
 - 3) Bertanggung jawab terhadap perolehan hasil penjualan dan penggunaan dana.
 - 4) Melaporkan hasil pemasaran kepada ketua
- d. Bagian operasional.
- 1) Mengelola dan mengarahkan tim operasi agar mencapai target bisnis
 - 2) Membantu mengembangkan anggaran operasional dan modal.
 - 3) Bekerja sesuai dengan kebijakan dan prosedur.

2.5 Analisis Aspek Produksi

1. Nilai dan manfaat produk

Manfaat dari produk ini

1. Khusus

manfaat khusus ini kami tunjukkan khususnya bagi pemilik dan karyawan kami yang telah melakukan suatu produk yang bermutu dan berkualitas untuk masyarakat .

2. Umum.

Manfaat yang ini kami berikan dan kami tunjukkan kepada penikmat dan peminat produk yang kami buat dengan kepuasan mereka terhadap produk kami.

Nilai-nilai penting yang dimiliki produk ini.

a. Produk lokal.

Produk yang kami buat menggunakan bahan-bahan asli produk Indonesia, dengan menambahkan esensi yang berbasis nusantara seperti mengekspresikan keragaman budaya dalam produk ini.

b. Model yang bermacam-macam.

Model dalam produk kami sangat banyak varian seperti bordiran berbentuk candi Borobudur, pulau Indonesia, dan bunga-bunga (anggrek, melati, tulip, mawar), batik jumput, dan masih banyak varian lainnya.

2. Kegunaan produksi.

a. Sebagai sarana beribadah para kaum muslimah dengan produk yang bermutu dan berkualitas agar konsumen merasa nyaman dengan produk yang dipakai.

b. Bisa juga untuk mempraktikkan seseorang dalam bepergian agar tidak ribet dibawa kemana-mana, karena dalam setiap pembelian mukena ini akan mendapatkan tasnya maka produk ini akan terlihat praktis dan elegan.

3. Proses Produksi

1) Pematangan

Pematangan kain dilakukan setelah pengukuran terhadap kain yang akan di potong dan di

sesuaikan ukuran yang telah ditetapkan menurut rencana produksi.

2) Penggambaran

Setelah kain di potong selanjutnya memberi gambar pada kain yang akan dibordir menurut garis design dengan pola yang telah di tetapkan.

3) Pembordiran.

Setelah kain digambar selanjutnya dibordir sesuai dengan jalur-jalur yang telah digambar. Di dalam pembordiran ini menggunakan motif motif terbaik.

4) Pengobrasan

Setelah melakukan pembordiran selanjutnya masuk proses pengobrasan dimana hanya bagian sisi saja yang di obras

5) Penecian

Setelah selesai di obras untuk selanjutnya dengan proses meneci guna merapikan sisi kain tersebut.

6) Penjahitan.

Setelah semua proses diatas selesai, selanjutnya masuk proses penjahitan dimana dalam proses ini dilakukan pula menempelkan merk produk.

7) Pengepakan.

Setelah itu proses terakhir yaitu pengepakan, proses ini dilakukan setelah produk ini disetrika

dan dilipat rapi, lalu di pack pada jenis dan ukuran masing-masing.

4. Bahan dan alat.

1	Mesin jahit	20 m	Kain katun jepang
3	Meteran	20 m	Kain sutra
3	Gunting	30	Benang
4	Rol siku-siku	3 m	Elastis
3	Pembanding	1 m	Karet besar
3	Pcs jarum pentul	1 m	Karet kecil
3 m	Kabel	2	Mesin bordir
10	Jarum jahit	2lusin	Hanger
3	Kapur jahit	1	Setrika
5 pcs	Plastik	3	Keranjang
25 m	Kain parasit	15 m	Kain

5. Strategi Perkembangan Produk

Pengembangan produk adalah kegiatan yang sangat dominan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dalam suatu perusahaan. Untuk menghasilkan nilai intrinsik suatu produk yang jauh lebih tinggi dari nilai ekstrinsiknya, perlu dioptimalkan pendayagunaan segenap kemampuan yang dimiliki untuk dapat menciptakan sebuah produk yang berkualitas tinggi dimata konsumen. Adapun upaya-upaya mengembangkan produk yaitu:

a. Modifikasi produk

Yakni memperbaiki produk yang sudah ada yaitu meliputi perbaikan mutu, hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas produk yang dijual agar dapat memenuhi keinginan konsumen. Yang kedua yakni memperbaiki ciri khas, hal ini dilakukan untuk menunjukkan identitas produk yang dihasilkan. Selanjutnya kami akan memperbaiki gaya, hal ini dilakukan untuk mengikuti *trand fashion* yang selalu berkembang supaya produk yang dihasilkan perusahaan kami selalu menarik konsumen.

b. Menciptakan produk baru.

Suatu produk baru merupakan barang dan jasa yang pada dasarnya berbeda dari yang telah di pasaran sebelumnya diperusahaan. tingkat kebaruan bagi perusahaan kami seperti: produk yang benar benar baru/ hasil inovasi yang menciptakan pasar baru, lini produk baru dan penyempurnaan sebagai revisi produk yang sudah ada, jika kami melakukan hal ini maka penghasilan usaha kami akan lebih cepat meningkat.

c. Diversifikasi produk.

Diversifikasi produk merupakan suatu keanekaragaman produk yang sudah kami buat

dan dipasarkan. Apabila produk kita dapat beraneka ragam maka kita akan dapat memperoleh berbagai keuntungan serta stabilitas usaha kita.

6. Sarana dan Prasarana

Dalam hal ini kami juga membutuhkan alat atau barang sebagai sarana untuk pengambilan maupun pencarian bahan baku, serta pengiriman barang produk kepada konsumen dan pelanggan agar pekerjaan kami menjadi mudah dan lancar. Sarana prasarana yang digunakan diantaranya adalah motor dan mobil.

2.6 Analisis Aspek Keuangan

Rincian biaya

Contoh kami membuat dari semua jenis mukenah.

1. Biaya Tetap

Keterangan	Harga satuan	Unit	Jumlah
Mesin bordir	Rp 3,200,000	1	Rp 3,200,000
Mesin jahit	Rp 3,000,000	1	Rp 3,000,000
Jarum pentul	Rp 2,000	3 pcs	Rp 6,000
Pembanding	Rp 15,000	3	Rp 45,000
Setrika	Rp 50,000	1	Rp 50,000
Karbon	Rp 6,000	3	Rp 18,000

Jarum jahit	Rp 2,000	10	Rp 20,000
Kapur jahit	Rp 1,500	4	Rp 6,000
Rol siku-siku	Rp 7,000	5	Rp 35,000
Plastic	Rp 15,000	5 pcs	Rp 75,000
Total			Rp 6,455,000

2. Biaya Variabel

Keterangan	harga satuan	Unit	jumlah
Benang hajit	3000	10	Rp 30,000
Kain katun	25.000/meter	5	Rp 125,000
Kain parasit	15.000/meter	7	Rp 105,000
Kain katun jepang	30.000/meter	5	Rp 150,000
Elastis besar	3000/meter	3	Rp 9,000
Elastis kecil	4000/meter	3	Rp 12,000
Benang border	8000	10	Rp 80,000
Total			Rp 511,000

3. Perkiraan Pendapatan

Penjualan mukena semua jenis	=Rp 12.500.000
Pengeluaran listrik	= Rp. 1.500.000
Pengeluaran gaji karyawan	=Rp. 1.800.000
Biaya tetap dan biaya variabel	= Rp. 6.966.000
Laba Bersih	= Rp. 2.234.000

4. Perhitungan BEP Modal

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \text{Total Biaya : pendapatan bersih} \\ &= \text{Rp. 10.266.000 : Rp. 2.234.000} \\ &= 4,59 \\ &= 5 \text{ bulan} \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas, maka usaha konveksi mukena ini akan mengalami BEP pada bulan ke 5.

5. Perhitungan ROI

$$\text{ROI} = \frac{\text{EAT}}{\text{Investasi}} \times 100\%$$

$$(\text{Rp. 2.234.000 : Rp. 10.266.000}) \times 100\% = 21,7\%$$

Nilai ROI dari usaha Konveksi Mukena ini adalah 21,7%

III. Penutup

Demikian proposal ini saya susun untuk dengan harapan memohon persetujuan atas usaha yang saya dirikan dapat di terima. Pembuatan proposal ini bertujuan untuk memperluas wawasan dan ilmu pengetahuan tentang peluang dalam dunia usaha. Pada dasarnya bisnis merupakan kegiatan penjualan barang dan jasa yang gunanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan permintaan pasar yang sangat mendukung perkembangan usaha ini. Bisnis didirikan untuk meningkatkan keuntungan dan juga kemakmuran bagi pemilik usaha.

Saya menyadari bahwa dalam pembuatan proposal ini masih banyak kesalahan dan kekurangan, maka dari itu mohon dimaklumi karena manusia tidak lari dari kesalahan untuk itu saya mohon maaf atas kekurangan proposal ini.

Akhirnya saya dapat menyelesaikan tugas proposal saya, saya mengucapkan terimakasih atas dukungan dan partisipasi yang diberikan oleh semua pihak yang ikut serta dalam pendirian usaha yang saya bentuk.

Lampiran: Produk Konveksi Mukena



USAHA FASHION WANITA

TOP FASHION

Oleh :

Linda Ismiatul Ula

I. Pendahuluan

Zaman semakin berkembang, tentunya *fashion* telah mengikuti arus moderisasi. Istilah umum *fashion* adalah untuk bergaya atau mode. Semakin berkembangnya zaman menjadikan masyarakat yang selektif untuk menentukan gaya hidupnya. Gaya hidup tidaklah jauh dari kata *fashion*, karena *fashion* menunjang penampilan seseorang agar lebih menarik dan tren center.

Fashion dan wanita merupakan dua hal yang tidak bisa dipisahkan. Tentunya untuk model yang bermacam macam adalah wanita. Produk *fashion* meliputi pakaian, tas, sepatu, asesoris lainnya,

Pesaing bisnis *fashion* ini sangat ketat terutama di produk pakaian, karena pakaian setiap tahun selalu berganti ganti. Cara yang digunakan agar konsumen tertarik adalah untuk memasarkan produk terkini dan *up to date* tentunya.

1.1 Visi, Misi dan Tujuan Usaha

Visi

Menjadikan *top fashion* sebagai usaha yang telah menyediakan produk sesuai dengan keinginan konsumen dan lebih di kenal oleh masyarakat.

Misi

- 1) Menawarkan produk atau *fashion* yang *up to date*
- 2) Memberikan pelayanan yang sangat baik, agar banyak yang menjadi pelanggan tetap
- 3) Menawarkan keunggulan produk dari segi kualitas sehingga menambah nilai baik

Tujuan Usaha

Tujuan dalam berbisnis fashion ini. Saya ingin mempunyai usaha sendiri setelah menempuh S-1. Dan Membangun usaha bisnis *offline* serta menjadi distributor langsung

1.2 Manfaat

1. Manfaat Finansial

Usaha *fashion* wanita ini bisa dikatakan cukup menguntungkan, mengingat jumlah konsumen pakaian dengan model-model terbaru saat ini yang cukup meningkat, maka dari itu kami memproduksi barang yang kekinian dan dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat tingkat menengah kebawah, tentunya kami

melayani dengan baik agar konsumen puas dengan pelayanan ini agar menjadi pelanggan tetap.

2. Bagi Pemilik

Dengan peluang yang cukup besar, kami berusaha mengembangkan usaha ini dengan cara memasarkan hasil produksi dengan ruang lingkup yang lebih meluas lagi. Keuntungan yang dapat diperoleh oleh pemilik usaha yaitu dapat menjadikan sebagai pengalaman dalam berbisnis. Serta dapat menjadi pembelajaran dalam menjalankan bisnis-bisnis yang lain yang lebih besar. Pembelajaran yang diperoleh seperti bagaimana cara melayani konsumen, serta bagaimana supaya konsumen serta karyawan menjadi puas dengan cara kami.

3. Bagi Masyarakat

Usaha *fashion* wanita yang kami rintis saat ini, tidak lain salah satunya ialah untuk membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang belum memiliki pekerjaan. Karena mengingat rencana jangka panjang kami membutuhkan karyawan khususnya untuk wanita.

II. Profil Usaha

2.1 Nama Perusahaan

Nama Usaha : TOP FASHION
Jenis Usaha : Perdagangan
Jenis barang : Pakaian Wanita
Bidang usaha : Barang
Pemilik usaha : Linda Ismiatul Ula
Alamat usaha : Jl. Sidodadi bendo RT 29 RW 04 desa
sukolilo kecamatan jabung. Dekat
MI Arrahmah Bendo
Contact person : 089681427723

2.2 Struktur Organisasi

Ketua : Linda Ismiatul Ula
Sekertaris : Erliviana Azzahra Putri Wijaya
Bendahara : Rika angelia putri
Pemasaran 1 : Lailatun Nikmah
Pemasaran 2 : Dinda Kirana

2.3 Analisis Produk

Kami menjual produk bagaian dengan berbagai macam model yang terkini, dengan bahan yang bermacam macam dari kualitas rendah hingga kualitas yang tinggi tergantung minat konsumen.

Beberapa jenis pakaian yang akan kami produksi yakni meliputi:

- 1) Celana
- 2) Atasan (tunik. Blouse, outerm dll)

- 3) Gamis
- 4) Baju tidur
- 5) Batik
- 6) Kaos
- 7) Asesoris
- 8) Dan lainnya

Dengan memproduksi berbagai jenis *fashion* tersebut, konsumen dapat puas memilih berbagai macam model yang *up to date* dengan *style* yang terkini.

2.4 Rencana Usaha

Adapun rencana usaha yang akan dijalankan dalam usaha ini ialah sebagai berikut:

1. Rencana Jangka Pendek

Dalam jangka pendek kami akan melakukan pengembangan produk. Pengembangan produk adalah salah satu hal yang harus dilakukan oleh suatu bisnis untuk mempertahankan eksistensi yang telah di raih dan menarik lebih banyak konsumen. Serta mempertahankan keunggulan kompetitif bisnis tersebut dibanding dengan pesaingnya. Kami menyadari persaingan kreatif khususnya di bidang *fashion* sangatlah ketat. Selain itu kami akan mengembangkan produk *Top Fashion* dengan berbagai motif dengan semua jenis ukuran dan macam macam pilihan perpaduan warna yang semakin beraneka ragam.

2. Rencana Jangka Menengah

Dalam *Top Fashion*, kami memiliki beberapa rekan kerja. Kami bekerja sama dalam bentuk tenaga. Serta memproduksi barang dengan cara *offline* yaitu pameran dengan *face to face*. Dengan rekan kerja kami dapat memasarkan produk kamu semakin meluas, tentunya untuk peluang kita akan semakin besar. Sehingga nanti usaha kita akan lebih berkembang dan lebih dikenal oleh masyarakat tentunya seluruh Indonesia juga luar negeri.

3. Rencana Jangka Panjang

Rencana usaha kami untuk kedepannya tidak hanya pakaian serta asesoris wanita. Jika nanti sudah berkembang, kami akan membuka bisnis perdagangan pakaian pria. Sebelum itu yang akan kami tingkatkan adalah kualitas produk dan barang semakin membaik dan tidak pernah mengecewakan konsumen, tentunya yang terutama adalah dalam model yang kekinian dan *style* yang *up to date*.

III. Analisis Usaha

3.1 Analisis SWOT

a. *Strength* (Kekuatan Usaha)

- 1) Bertanggung jawab, kreatif, inovatif.
- 2) Dapat memenuhi kebutuhan konsumen
- 3) Adanya garansi jika ada kekurangan barang
- 4) Sesuai dengan selera masyarakat

b. *Weakness* (Kelemahan Usaha)

- 1) Berubahnya kondisi sebuah perekonomian
- 2) Kehabisan model
- 3) Masyarakat kurang up to date dan belum paham dengan barang

c. *Opportunity* (Peluang Usaha)

Dengan tetap menjaga komitmen. Kami akan mempertahankan mutu dan kualitas produk. Dan kami yakin jika harus bersaing dengan usaha berskala nasional.

d. *Threat* (Ancaman Usaha)

Munculnya produk atau *style* terbaru yang menyaingi usaha kami dengan harga yang lebih rendah.

3.2 Analisis Pasar

Analisis Pasar dan Pemasaran usaha TOP FASHION kami adalah bahwa kaum wanita adalah insan yang mempunyai daya tari yang begitu tinggi terhadap hal hal yang berhubungan dengan penampilan. Dengan orang orang yang konsumtif berarti keuntungan bagi usaha produksi. Pemasaran dengan offline dan online juga ikut mempermudah konsumen untuk membeli produk kami.

3.3 Analisis Pemasaran

1. Strategi Pemasaran

Promosi merupakan bagian dari proses pemasaran. Promosi sangat mempengaruhi kelancaran dan keberhasilan dalam usaha. Kami melakukan promosi dengan cara offline maupun online. Promosi dengan *online* kita melalui *facebook*, *instagram* maupun *whatsapp*. Promosi dengan *offline* kita mengadakan pameran dari mulut ke mulut, seperti pameran di matos mog dan lainnya.

2. Penetapan harga

Harga yang akan dikenakan adalah harga yang terjangkau oleh kalangan masyarakat. Jadi kami menyediakan harga dari rendah hingga harga yang tinggi. Setelah kami tetapkan harga ini adalah harga yang sesuai produk serta kualitas suatu barang. Untuk selanjutnya harga akan disesuaikan dengan perkembangan seterusnya. Berikut ini adalah rincian jenis produk dan harganya:

No	Jenis produk	Harga
1	Kemeja atau atasan tunik	>Rp. 60.000,-s/d Rp. 150.000,-
2	Kaos	>Rp. 30.000,-s/d Rp. 80.000,-
3	Gaun	>Rp. 50.000,-s/d Rp. 250.000
4	Kerudung	>Rp. 25.000,-s/dRp. 75.000,-
5	Celana atau bawahan	>Rp. 35.000,-s/d Rp. 150.000,-
6	Jaket	>Rp. 65000,-s/d Rp. 150.000,-
7	Asesoris	>Rp. 5000,-s/d Rp. 30.000,-

3.4 Analisis Aspek Keuangan

1. Sumber Permodalan

Sebagai sumber awal mula usaha adalah *owner* sendiri. Sebagai investasinya untuk usaha dalam bidang perdagangan.

2. Biaya awal kebutuhan

No	Jenis barang	Jumlah	Harga satuan	Total
1	Celana	6 biji	Rp. 55.000	Rp. 330.000
2	Outer tunik	6 biji	Rp. 40.000	Rp. 240.000
3	Kerudung	12 biji	Rp. 15.000	Rp. 180.000
4	Gamis	6 biji	Rp. 60.000	Rp. 360.000
5	Jaket	6 biji	Rp. 65.000	Rp. 390.000
6	Kaos	6 biji	Rp. 20.000	Rp. 120.000
	Total			Rp. 1.620.000

Proyeksi Laba/Rugi

$$\begin{aligned}\text{Laba yang diinginkan } 20\% &= \text{Laba} \times \text{HPP} \\ &= 20\% \times \text{Rp. } 50.000 \\ &= \text{Rp. } 10.000 \\ \text{Harga Jual} &= \text{Total Laba (Rp)} + \text{HPP} \\ &= \text{Rp.}10.000 + \text{Rp. } 50.000 \\ &= \text{Rp. } 60.000\end{aligned}$$

4. PENUTUP

Top fashion merupakan bisnis pakaian wanita khususnya. Yang membedakan top fashion dengan yang lainnya adalah dengan brand dan *style* yang tentunya mengeluarkan produk yang memuaskan konsumen dan model yang up to date serta pelayanan yang kami berikan dengan kepuasan pelanggan, *Top Fashion* ini adalah bisnis secara *offline*, untuk online hanya pemasaran produk saja. Jika berbicara mengenai *trend fashion*, yang merupakan mode pakaian atau perhiasan yang populer selama waktu tertentu. Istilah fashion sering digunakan arti seperti *glamour*, keindahan dan gaya atau *style* yang harus mengalami perubahan dari masa ke masa.

Lampiran :



BUSINESS PLAN JASA FOTOCOPY

Oleh: Siti Aisyah

I. Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang semakin pesat mengharuskan para pelaku usaha dan masyarakat untuk lebih cepat beradaptasi pada perkembangan teknologi tersebut. Hadirnya mesin *fotocopy* merupakan suatu bagian dari perkembangan teknologi tersebut yang sangat dirasakan manfaatnya. Mesin *fotocopy* ini sangat dibutuhkan bagi semua kalangan. Baik dari pelajar, mahasiswa, pegawai kantor, dan masyarakat pada umumnya.

Mesin *fotocopy* adalah peralatan kantor yang membuat salinan ke atas kertas dari dokumen, buku, maupun sumber lain. Mesin *fotocopy* zaman sekarang menggunakan xerografi, proses kering yang bekerja dengan bantuan listrik maupun panas. Mesin *fotocopy* lainnya dapat menggunakan tinta. Biasanya dalam sebuah pekerjaan, mesin *fotocopy* sangat dibutuhkan untuk memperbanyak data dan dokumen secara singkat dan mudah. Kita dengan mudah memperbanyak gambar dan tulisan, tinggal pencet tombol, tunggu sejenak, semua pekerjaan penggandaan beres.

Sekarang ini, di Kecamatan Jabung sudah banyak usaha yang menggunakan jasa *fotocopy* namun, setelah kami amati di beberapa tempat *fotocopy* masih terdapat

beberapa kelemahan yang di komplain oleh masyarakat. Diantaranya para pegawai kurang profesional, hasil fotocopyan kurang memuaskan/tidak jelas , jam kerja terbatas, dan fasilitas lain kurang lengkap.

Dari permasalahan-permasalahan di atas muncul obsesi dari kami untuk mendirikan usaha jasa *fotocopy* yang lebih memuaskan pelanggan.

1.1 Visi & Misi Usaha

Visi : Menjadi mitra yang baik dan di percayai oleh konsumen.

Misi : Memberikan layanan terbaik dibidangnya.

II. Analisis Bisnis

2.1 Aspek Pemasaran

1) Gambaran umum pangsa pasar

Yang menjadi target dari usaha kami adalah pelajar, mahasiswa, pegawai, dan masyarakat umum, kami ingin menciptakan *image* atau citra perusahaan dibenak konsumen sebagai tempat *fotocopy* yang berkualitas dengan harga yang pas.

2) Permintaan dan penawaran

a. Permintaan

Perkembangan permintaan saat ini kalau kita cermati, permintaan akan *fotocopy* semakin meningkat seiring dengan meningkatnya

kepentingan masyarakat dan meminimalisasi biaya.

b. Penawaran

Perkembangan penawaran disektor usaha *fotocopy* pada saat ini memang umum di lingkungan kampus. Hal tersebut disebabkan karena sektor usaha ini sudah dibidik secara serius. Oleh karena itu, agar usaha *fotocopy* menjadi lebih baik maka perlu peningkatan penawaran yang memberikan nilai lebih bagi konsumen dengan cara mendiskon harga dengan ketentuan yang berlaku.

c. Prospek penawaran di masa yang akan datang.

Mengingat adanya peluang yang besar dalam usaha *fotocopy* pada masa yang akan datang, maka perlu adanya penawaran produk yang memberikan nilai lebih dan manfaat bagi konsumen. Penawaran tersebut akan semakin variatif (lebih banyak produk yang ditawarkan dalam hal ini tidak dimiliki oleh pesaing) maupun lebih kompetitif (dilihat dari kualitas kertas dan hasil *copy* harga dalam hal ini tidak terlalu diperhitungkan dikarenakan para pesaing juga melakukan banting harga) maka karena sudah ditunjang dengan perangkat teknologi informasi yang memberikan

kemudahan dalam melakukan transaksi atau sebatas bertukar informasi.

3) Rencana penjualan

1) Strategi penjualan kami menggunakan cara promosi yaitu :

Promosi yang akan kami gunakan untuk kelangsungan perkembangan usaha kami yaitu selain melakukan promosi melalui mulut ke mulut tapi juga promosi dengan penyebaran brosur, poster, *flayer* yang akan kami sebarkan di kawasan yang menjadi sasaran kami, selain itu kami akan melakukan kerjasama dengan institusi dan sekolah-sekolah sekitar dan ikut menjadi sponsor dalam suatu acara-acara. Kami juga melakukan promosi melalui teman, saudara dan masyarakat. Selain itu, promosi juga dilakukan via elektronik (handphone, jejaring sosial di internet seperti WA, facebook, instagram, dan lain-lain).

2) Strategi Pelayanan

Memberikan pelayanan yang memuaskan melalui layanan langsung pegawai yang ramah, tepat waktu mengerjakan pekerjaan.

3) Strategi Penetapan Harga

Penetapan harga yang akan kami lakukan adalah dengan menetapkan harga berdasarkan tingkat

keberlangsungan usaha, dimana kami mencari keuntungan yang relatif sehingga dapat menjalankan usaha secara *continue* untuk meningkatkan usaha yang begitu pesat. Kami akan menyesuaikan harga pasar. Untuk jasa *fotocopy* dan print kami akan memberi diskon pada pelanggan-pelanggan tertentu kepada organisasi atau instruksi yang bekerja sama dengan kami.

2.2 Analisis SWOT

a. *Strength* (Kekuatan)

1. Hasil *fotocopy* yang bagus karena mesin baru dan terawat.
2. Melakukan pengembangan usaha karena dari unit usaha ini akan mampu menyediakan kebutuhan dan keinginan yang lain.
3. Memiliki relasi bisnis *fotocopy* yang banyak.

b. *Weakness* (Kelemahan)

1. Usaha kami akan mengalami penurunan pendapatan ketika musim liburan.
2. Modal yang kami butuhkan relative besar.

c. *Opportunity* (Peluang)

1. Banyak orang yang membutuhkan jasa *fotocopy* untuk mempermudah suatu pekerjaan.
2. Kesempatan untuk memperluas lahan bisnis.
3. Lokasi usaha dekat dengan pangsa pasar.

d. *Threat* (ancaman)

1. Banyaknya pesaing.
2. Harga bahan baku yang semakin mahal.

2.3 Aspek organisasi dan manajemen

- 1) Nama Perusahaan / Usaha : Galery Fotocopy
- 2) Nama Pemilik / Pimpinan : Siti Aisyah
- 3) Alamat dan tempat usaha : Jalan Raya Sukolilo
Kec. Jabung Kab. Malang
- 4) Struktur Organisasi :
 - Pemilik & kasir : Siti Aisyah
 - Karyawan : Adim & Rahmad
- 5) Jabatan, Jumlah staf, Uraian Tugas, dan Penggajian
 - a. Jabatan dan uraian tugas :
 - Pemilik berperan sebagai kasir sekaligus penanggung jawab operasional
 - Karyawan berperan sebagai pelaksana pengoperasian mesin *fotocopy* sekaligus melayani konsumen.
 - b. Jumlah staf dan penggajian :
 - Karyawan berjumlah 2 orang
 - Gaji karyawan /bulan Rp. 800.000,-
 - c. Jam kerja :
 - Buka pada hari Senin – Minggu jam 07:00 – 21:00

2.4 Analisis Aspek produksi

1) Dimensi produk

Dalam proses pelaksanaan usaha, dalam hal sumberdaya yang kami punya adalah sumber daya handal, mempunyai kapasitas dan kreativitas dan penguasaan bidang yang mumpuni. Mampu bekerja secara kolektif dalam pengerjaan tugas. Semuanya mampu dan bisa dalam bidang ini yang mereka dapat semasa mahasiswa, dan bekerja di tempat percetakan.

Dalam hal fasilitas, nantinya dalam pelaksanaan usaha produk sangatlah penting. Dalam hal ini ada beberapa fasilitas atau peralatan yang dibutuhkan dalam proses pelaksanaan usaha seperti computer, printer, *fotocopy*, lemari kaca, staples dan peralatan ATK penunjang lainnya. Hasil perbanyakkan kertas dokumen tersebut tentunya di harapkan memiliki kualitas yang sangat baik yaitu memiliki ketajama tulisan sempurna hingga dapat tetap terbaca dengan jelas. Banyak jenis mesin *fotocopy* dari berbagai produsen mesin *fotocopy* yang beredar saat ini produknya tersebut dapat bekerja optimal dalam proses perbanyakkan dan penggandaan kertas dokumen, kualitas sempurna untuk proses penggandaan tersebut kami menggunakan mesin fotocopy canon karena mesin *fotocopy* ini sangat baik kualitasnya.

Karena ini merupakan usaha jasa, maka dalam proses pelaksanaan usaha lebih memberatkan pada aspek layanan konsumen dari segi harga dan perlakuan pelanggan ketika dalam proses transaksi di tempat usaha kami.

2) Nilai dan manfaat produk

Usaha jasa *fotocopy* kami ini bermanfaat untuk :

- a. Meringankan dan memperingkas pekerjaan para pelajar, mahasiswa, para pekerja, dan masyarakat sekitar dalam memperbanyak dokumen atau berkas.
- b. Menyediakan berbagai macam ATK yang digunakan para pengguna alat tulis.
- c. Memenuhi kebutuhan dan permintaan para konsumen.

3) Kegunaan produk

- Untuk memudahkan konsumen dalam bekerja
- Memudahkan konsumen untuk mencari ATK yang dibutuhkan

4) Proses produksi

- Melayani dengan cekatan apabila ada konsumen
- Memberikan pelayanan yang ramah

5) Sarana dan prasarana / alat-alat produksi

- a. Penyediaan mesin *fotocopy*
- b. Kertas dengan berbagai ukuran dan ketebalan
- c. Penyediaan tinta mesin *fotocopy*
- d. Penyediaan mesin laminating

- e. Penyediaan alat pemotong kertas
 - f. Penyediaan etalase
 - g. Penyediaan meja dan kursi
 - h. Penyediaan alat untuk menjilid berupa :
 - Staples besar dan kecil
 - Cutter
 - Mistar
 - Lakban
 - i. Sarana dan prasarana penunjang lainnya sesuai kebutuhan
- 6) Biaya produksi

Rincian dana yang diperlukan antara lain:

Peralatan Yang Dibutuhkan	Harga
Mesin Fotocopy	Rp. 16.000.000,-
Kertas HVS 88 Rim X Rp 22.500,-	Rp. 1.980.000,-
Tinta mesin fotocopy 4kg X Rp 115.000,-	Rp. 460.000,-
Etalase	Rp. 500.000,-
Meja dan Kursi	Rp. 300.000,-
Alat-alat untuk menjilid:	
Staples besar	Rp. 750.000,-
Staples kecil (2X @ Rp 10.000,-)	Rp . 20.000,-
Cutter (2 X @ Rp 20.000,-)	Rp. 40.000,-
Mistar besi 2 X @ Rp 5.000,-	Rp. 10.000,-

Sarana dan prasarana penunjang lainnya	Rp. 500.000,-
Modal kerja	Rp. 1.000.000,-
Total Kebutuhan Modal	Rp 21.560.000,-

Jumlah Karyawan dan Sistem Penggajian Per Bulan

- a. Pemilik = Rp 1.200.000,-
- b. Karyawan = Rp 800.000,-
- Total Gaji = Rp 2.000.000,-**

2.5 Analisis Aspek keuangan

Analisa BEP

Perkiraan dihitung melalui rata-rata penghasilan bersih perbulan:

Pendapatan Rata-rata: 154 X 500 X 100	Rp 7.700.000,-
Biaya produksi yang dikeluarkan selama satu bulan: Tinta : 154 rim X 4600/kg Kertas : 154 rim X Rp 22.500,-	Rp 708.400,- Rp 3.465.000,-
Biaya Listrik selama 1 bulan	Rp 270.000,-
Biaya Tenaga Kerja	Rp 500.000,-
Total Pengeluaran	Rp 4.943.400,-
Laba bersih	Rp 2.756.600,-

$$\text{BEP} = (\text{Rp. } 21.560.000,- : \text{Rp. } 2.756.600,-)$$

$$= 7,8$$

$$= 8 \text{ Bulan (Dibulatkan)}$$

III. PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Dari kesimpulan yang bisa kami ambil, usaha fotocopy mampu memberikan hasil yang sangat baik dan layak untuk dijalankan karena peluang usaha yang besar dalam usaha *fotocopy* pada masa yang akan datang, permintaan pengandaan/*fotocopy* semakin meningkat seiring kebutuhan masyarakat untuk menyelesaikan pekerjaan dalam waktu cepat dan untuk kepentingan masyarakat dan meminimalisasi usaha.

3.2 Saran

Dalam menjalankan usaha *fotocopy*, yang perlu diperhatikan adalah mengenai bagaimana menjaga kualitas hasil *fotocopy* yang baik, menjaga stabilitas stock kertas serta mencari segmen yang tepat. Juga menentukan dalam harga pasar, dan yang tak kalah penting adalah menjaga kualitas pelayanan terhadap konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2006). Kewirausahaan. Edisi kesepuluh. Bandung: Alfabeta
- Geoffrey G. Meredith dkk. (1996) Kewirausahaan, Teori dan Praktek. Edisi kelima. Jakarta: PT Pustaka Binaman Pressindo.
- Justin G. Longenecker dkk.(2001). Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil. Jakarta: PT. Salemba Emban Patria.
- Rusman Hakim. (1998). Kiat Sukses Berwiraswasta. Edisi Kedua. Jakarta: PT Elex Media Media Komputindo.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2008), Entrepreneurship, Singapore: Mc Graw-Hill International.
- Hall, D. (2004). Metode Canggih Melejitkan Kreativitas Bisnis, Bandung: Kaifa-Mizan.
- Van Horne, C.James. 2005. *Fundamentals of Financial Management* – Prinsip Prinsip Manajemen Keuangan. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- [http://www.ampl.or.id/digilib/read/46 mengkhawatirkan-sampah-plastik-capai-5-4-juta-ton-pertahun/49539](http://www.ampl.or.id/digilib/read/46%20mengkhawatirkan-sampah-plastik-capai-5-4-juta-ton-pertahun/49539). Diakses pada 6 Juni 2020.
- <https://www.mongabay.co.id/2019/01/10/apa-ancaman-sektor-kelautan-indonesia-di-tahun-2019/>. Diakses pada 8 Juni 2020.

Biografi Penulis

M. Nur Afif Tri Rizqi. Mahasiswa di Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang, Jawa Timur. Aktif dalam kegiatan ilmiah dan pengabdian kepada masyarakat. Saat ini mengemban amanah sebagai Ketua Badan Eks;ekutif Mahasiswa (BEM) IAI Sunan Kalijogo Malang.

Avita Badiatus Sholikhah. Lahir di Malang pada Januari 2000. Mahasiswi di Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang, Jawa Timur. Aktif dalam berbagai kegiatan organisasi, diantaranya adalah sebagai benndahara Badan Eks;ekutif Mahasiswa (BEM) IAI Sunan Kalijogo Malang. Divisi Literasi dan Pengembangan Himaprodi Perbankan Syariah dan Wakil Ketua IPPNU Ranting Kemantren, Jabung, Malang.

Lailatul Husna. Lahir di Malang pada Maret 1998. Mahasiswi di Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang, Jawa Timur. Aktif dalam berbagai kegiatan ilmiah dan saat ini juga aktif sebagai anggota IPPNU Ranting Kemantren, Jabung, Malang.

Siti Aminah. Mahasiswi di Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang, Jawa Timur. Aktif dalam berbagai kegiatan ilmiah dan saat ini juga aktif sebagai anggota IPPNU Ranting Kemantren, Jabung, Malang.

Zurotul Ilmi. Mahasiswi di Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang, Jawa Timur. Aktif dalam berbagai kegiatan ilmiah dan saat ini juga aktif sebagai anggota IPPNU Ranting Kemantren, Jabung, Malang.

Linda Ismiatul Ula. Lahir di Malang pada April 1999. Mahasiswi di Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang, Jawa Timur. Saat ini aktif dalam organisasi Paduan Suara IAI Sunan Kalijogo Malang dan anggota IPPNU Ranting Kemantren, Jabung, Malang.

Siti Aisyah. Lahir di Malang pada Februari 1998. Mahasiswi di Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang, Jawa Timur. Aktif dalam kegiatan ilmiah dan saat ini aktif sebagai organisasi IPNU dan IPPNU Ranting Kemantren, Jabung, Malang.

Biografi Editor

Sri Mulyani, S.E., M.E. Lahir di Pati, Jawa Tengah pada tahun 1985. Dosen di Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang, Jawa Timur. Menyelesaikan pendidikan S1 Manajemen di Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Dan menyelesaikan pendidikan S2 Ekonomi Syariah juga di Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Pernah bekerja sebagai praktisi di Lembaga Amil Zakat Nasional yaitu Rumah Zakat Kota Malang dan praktisi lembaga keuangan syariah yaitu KANINDO Syariah. Saat ini aktif dalam berbagai penelitian di bidang ekonomi syariah, keuangan keuangan dan perbankan syariah.

Endang Tyasmaning, M.Pd. Lahir di Batu, Jawa Timur pada tahun 1964. Dosen di Prodi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang, Jawa Timur. Aktif dalam berbagai seminar dan penelitian ilmiah. Dan saat ini menjabat sebagai Wakil Rektor II, Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang.

Saiful Muslim, S.E., M.M. Lahir di Sumenep, Madura, Jawa Timur pada tahun 1980. Dosen di Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang, Jawa Timur. Menyelesaikan pendidikan S1 Manajemen di Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Dan menyelesaikan pendidikan S2 Manajemen di Universitas Muhammadiyah Malang (UMM). Aktif dalam berbagai kegiatan ilmiah dan telah lama berpengalaman sebagai praktisi di Lembaga Keuangan Syariah.

MENYUSUN IDE BISNIS *dalam* **BUSINESS PLAN**

Seringkali kita mengalami kesulitan untuk memulai sebuah bisnis. Padahal banyak ide bisnis yang kelihatannya sederhana namun bisa menginspirasi kita untuk memulai bisnis. Buku ini berisi tentang kumpulan ide bisnis yang unik dan menarik yang disusun di dalam *Business Plan* sehingga bisa membantu memudahkan bagi siapa saja yang ingin memulai sebuah bisnis karena dilengkapi dengan analisis kelayakan bisnis. Sehingga buku ini sangat layak dibaca oleh mereka yang tertarik dalam dunia bisnis, memulai bisnis baru maupun bagi mereka yang ingin mengembangkan bisnis.



Sri Mulyani, S.E., M.E
KaProdi Perbankan Syariah
Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang

Penerbit :

Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang
Jl. Keramat, Dusun Gandon Barat, Desa Sukolilo,
Jabung, Malang, Jawa Timur 65155

ISBN 978-623-94210-2-1

