

ARTIKEL
BUSINESS PLAN
PABRIK KONVEKSI VSC
MATA KULIAH E BISNIS (R)
Supangat, M.Kom., ITLL., COBIT.



Oleh:

Alviyati Wahyuningtyas

1211900085

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2021

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada kehadiran Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT. karena jika tanpa rahmat serta ridhoNya kami tidak dapat menyelesaikan artikel ini dengan baik dan tepat waktu.

Tidak lupa kami ucapkan terima kasih kepada dosen pengajar kami Bapak Supangat, M.Kom., ITLL., COBIT yang membimbing kami dalam proses pengerjaan tugas artikel yang berjudul "**Business Plan Konveksi VSC**".

Kami menyadari bahwa dalam penulisan artikel ini tidak terlepas dari kekurangan baik dalam teknis penulisan maupun materi, mengingat kemampuan yang saya miliki. Untuk itu kritik dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan artikel ini. Kami berharap semoga makalah ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan dunia bisnis.

Surabaya, 23 Desember 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	
KATA PENGANTAR.....	
DAFTAR ISI.....	
BAB I	
PENDAHULUAN	
1.1 Ringkasan	
A. Latar Belakang Bisnis.....	
B. Sasaran.....	
C. Kelayakan Bisnis.....	
BAB II	
DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1 Bentuk Usaha.....	
2.2 Visi & Misi.....	
2.3 Tujuan.....	
2.4 Kepemilikan.....	
BAB III	
BARANG/JASA	
3.1 Gambaran Produk/Jasa.....	
3.2 Alasan Produksi.....	
3.3 Manfaat.....	
BAB IV	
ANALISIS ASPEK PASAR	
4.1 SWOT.....	
4.2 Segmentasi Pasar.....	
4.3 Positioning Produk.....	
4.4 Kompetitor.....	

BAB V

ANALISIS ASPEK TEKNIS

5.1 Lokasi Bisnis.....

5.2 Layout.....

5.3 Skala Produksi.....

5.4 Pemilihan Mesin.....

BAB VI

ANALISIS ASPEK MANAJEMEN

6.1 Masa Pembangunan.....

6.2 Sudah Beroperasi.....

6.3 Manajemen SDM.....

BAB VII

ANALISIS ASPEK FINANCIAL

7.1 Kebutuhan Dana.....

7.2 Break Event Point.....

BAB VIII

8.1 Kesimpulan.....

DAFTAR PUSTAKA

RINGKASAN

Konveksi VSC adalah perusahaan perorangan yang dijalankan oleh saya sendiri Alviyati Wahyuningtyas, perusahaan ini bergerak dibidang konveksi (pakaian jadi). Bisnis ini dikhususkan untuk pakaian jadi pria dan wanita dewasa yang sedang trend atau mengikuti perkembangan jaman dan dirancang dengan model yang menarik. Tidak hanya pakaian jadi, tetapi melihat pasar saat ini jasa jahitan banyak dibutuhkan masyarakat. Baik dari masyarakat kelas tinggi, menengah, maupun kelas rendah. Bisnis ini berjalan tidak hanya diwaktu tertentu saja namun berjalan setiap saat. Oleh karena itu bisnis ini tidak hanya menjual pakaian namun juga menerima pesanan jahitan juga.

Konveksi VSC ini bukan hanya sekedar konveksi, namun konveksi dengan brand VSC diharap mampu bersaing dengan brand ternama. Tidak hanya itu sebisa mungkin kualitas dan bahan baku yang kami gunakan sama dengan yang digunakan oleh brand terkenal dan tentunya jika membeli produk kami aman dikantong dan dompet konsumen.

Prospek pengembangan usaha konveksi ini sangat menjanjikan, karena melihat persaingan akan barang ini semakin meningkat dari tahun ke tahun. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengembangkan bisnis ini pada masa sekarang dengan memberikan harga terjangkau dengan kualitas yang bagus. Dan bisnis ini akan dipasarkan di kota kota besar di Indonesia. Sedangkan rencana pengembangan usaha yang akan diadakan adalah Strategi Pemasaran dimana ada pembagiannya yakni: Pengembangan produk dimana produk akan dikembangkan dengan kualitas yang terbaik, motif menarik, dan diproses dengan teknologi canggih serta rapi sehingga bisa menarik minat konsumen untuk membeli.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG BISNIS

Konveksi VSC adalah perusahaan perorangan yang dijalankan oleh saya sendiri Alviyati Wahyuningtyas, perusahaan ini bergerak dibidang konveksi (pakaian jadi). Bisnis ini dikhususkan untuk pakaian jadi pria dan wanita dewasa yang sedang trend atau mengikuti perkembangan jaman dan dirancang dengan model yang menarik. Tidak hanya pakaian jadi, tetapi melihat pasar saat ini jasa jahitan banyak dibutuhkan masyarakat. Baik dari masyarakat kelas tinggi, menengah, maupun kelas rendah. Bisnis ini berjalan tidak hanya diwaktu tertentu saja namun berjalan setiap saat. Oleh karena itu bisnis ini tidak hanya menjual pakaian namun juga menerima pesanan jahitan juga.

Walaupun di store sudah banyak menghasilkan macam-macam model pakaian beserta jenis kainnya, namun ada beberapa kalangan masyarakat cenderung datang untuk membuat pakaiannya karena beranggapan dengan datang kepenjahit dapat membantu memuaskan keinginannya dari segi selera individu sehingga dapat menentukan jenis kain beserta model pakaiannya sendiri dan juga ukuran pakaian bisa menyesuaikan ukuran dan bentuk badannya. Dan untuk kedepannya usaha jahitan sangat berpotensi untuk dapat dikembangkan lebih lagi, karena masyarakat semakin lama semakin kreatif dalam menentukan model pakaian.

Prospek pengembangan usaha konveksi ini sangat menjanjikan, karena melihat persaingan akan barang ini semakin meningkat dari tahun ke tahun. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengembangkan bisnis ini pada masa sekarang dengan memberikan harga terjangkau dengan kualitas yang bagus. Dan bisnis ini akan dipasarkan di kota kota besar yang ada di Indonesia. Sedangkan rencana pengembangan usaha yang akan diadakan adalah Strategi Pemasaran dimana ada pembagiannya yakni: Pengembangan produk dimana produk akan dikembangkan dengan kualitas yang terbaik, motif menarik, dan diproses dengan teknologi canggih serta rapi sehingga bisa menarik minat konsumen untuk membelinya.

Karena bisnis ini baru, perlu perhatian khusus dan didukung oleh informasi yang akurat, agar terjadi link bisnis yang terarah antar pelaku usaha dengan elemen daya saing usaha, yakni jaringan pasar. Ada dua aspek yang harus dikembangkan untuk membangun jaringan pasar ini, aspek tersebut adalah membangun sistem promosi untuk penetrasi pasar dan merawat jaringan pasar untuk mempertahankan pangsa pasar. Untuk sistem promosi itu

sendiri kita menggunakan strategi promosi yang paling efektif dan kita juga menerapkan strategi khusus untuk merawat jaringan pasar agar tetap mempertahankan pangsa pasar.

Dengan melihat pertumbuhan manusia yang makin hari makin meningkat dan tentunya kebutuhan akan pakaian juga meningkat, maka dengan landasan pemikiran ini penulis memilih judul Business Plan Konveksi VSC sebagai jawaban UAS dan Tugas Akhir. Dengan modal seratus juta rupiah diprediksikan akan kembali modal dalam kurun waktu 5 bulan. Karena bisnis ini sangat menjanjikan untuk menjadi bisnis usaha yang sukses, ditambah lagi dengan populasi manusia yang semakin meningkat maka semakin banyak juga yang akan membutuhkan pakaian.

Bisnis konveksi ini, tidak akan terlaksana tanpa izin Allah SWT dan kerjasama para karyawan, pengelola, dan konsumen untuk memajukan usaha ini. Dengan atas izin Allah saya ingin melaksanakan bisnis ini.

1.2 SASARAN

Sasaran bisnis konveksi VSC ini adalah pria dan wanita dewasa dengan umur kisaran 18-40 tahun. Sasaran kelas ekonominya menjangkau seluruh kalangan, baik kelas ekonomi rendah, kelas ekonomi menengah, maupun kelas ekonomi tinggi. Sasaran fashionnya adalah masyarakat yang menyukai fashion simple, elegan, fashionable, serta yang senang mengikuti tren fashion. Sasaran lokasi untuk menjual produk kami yaitu seluruh kota-kota besar yang ada di Indonesia.

1.3 KELAYAKAN BISNIS

1. Aspek Hukum	a. Sudah Memiliki Izin IOLasi b. Sudah Memiliki Surat Tanda Daftar Perusahaan c. Sudah Memiliki NPWP d. Sudah Memiliki Akta Pendirian Usaha Dari Notaris e. Sudah Memiliki Surat Izin Usaha
2. Aspek Ekonomi dan Budaya	a. Dalam aspek budaya, perusahaan sudah mempertimbangkan bagaimana perusahaan

	<p>mempengaruhi adat dan budaya di daerah sekitar lokasi perusahaan</p> <p>b. Dalam aspek ekonomi, Perusahaan sudah memikirkan dampak perusahaan pada tingkat pendapatan per kapita di sekitar perusahaan</p>
3. Aspek Pasar dan Pemasaran	a. Perusahaan sudah menganalisis potensi pasar, peluang pasar, segmentasi, situasi, positioning pasar, kompetitor, dll.
4. Aspek Manajemen	a. Aspek manajemen Bisnis Konveksi VSC sudah menjalani studi kelayakan.
5. Aspek Keuangan	a. Aspek keuangan sudah uji kelayakan, nilai BEP produksi lebih besar daripada jumlah unit produksi

BAB II

PERENCANAAN BISNIS KONVEKSI VSC

2.1 DESKRIPSI PERUSAHAAN

Konveksi VSC adalah perusahaan perorangan yang dijalankan oleh saya sendiri Alviyati Wahyuningtyas, perusahaan ini bergerak dibidang konveksi (pakaian jadi). Bisnis ini dikhususkan untuk pakaian jadi pria dan wanita dewasa yang sedang trend atau mengikuti perkembangan jaman dan dirancang dengan model yang menarik. Tidak hanya pakaian jadi, tetapi melihat pasar saat ini jasa jahitan banyak dibutuhkan masyarakat. Berikut plan data perusahaan.

DATA PERUSAHAAN

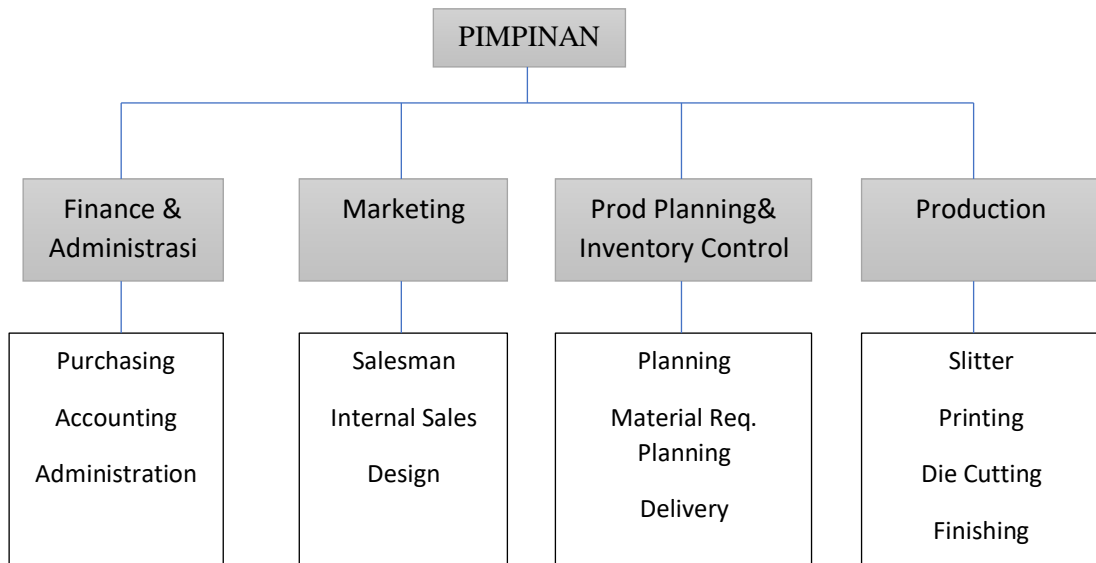
Tabel 2.1

1. Nama Perusahaan	Konveksi VSC
2. Bidang Usaha	Toko
3. Jenis Produk / Jasa	Kaos, kemeja, dan fashion wanita
4. Alamat Perusahaan	Kedung Turi
5. Nomor Telepon	085730490996
6. Alamat Email	alviyati21@gmail.com
7. Mulai Berdiri	2021

1. STRUKTUR ORGANISASI

Pengorganisasian merupakan pengaturan setelah adanya planning(rencana). Dalam hal ini diatur dan ditentukan tentang pekerjaan, serta sifat pekerjaan, unit-unit kerja (pembentukan bagian-bagian), tentang siapa yang akan melakukannya, apa saja alat-alatnya, dan bagaimana pengaturan keuangan serta fasilitasnya. Oleh karena itu setiap perusahaan akan memiliki struktur yang berbeda tergantung skala perusahaan dan jenis perusahaan.

Pengorganisasian dilakukan secara efektif agar dapat menghasilkan keuntungan dan manfaat tentang kejelasan kinerja individual dan tugas-tugas yang terspesifikasikan dengan tepat. Serta pembagian kerja yang baik, guna menghindari terjadinya konflik antar karyawan.



Gambar 2.1 Strukur Organisasi

PEMBAGIAN TUGAS DAN FUNGSI

Finance & Administration

Adalah Bagian yang mengawasi serta mengontrol keuangan, pembuatan laporan dan anggaran. Bagian Finance & Administration bertugas antara lain:

Purchasing / Pembelian: bertugas membeli barang sesuai permintaan dari bagian PPIC dengan mempertimbangkan kriteria berikut:

- Harga Murah
- Kualitas Bagus
- Delivery Time cepat
- Continuibilitas

Accounting

- Membuat catatan pengeluaran
- Meng-verifikasi surat tagihan
- Membuat catatan pembayaran
- Membuat Penagihan dan pencatatan uang masuk
- Membuat perencanaan keuangan
- Pembayaran Pajak
- Membuat Perencanaan Anggaran Tahunan

Admisitration

- Mencatat seluruh hasil kegiatan produksi
- Melakukan pembuatan laporan hasil barang jadi dan pengiriman
- Melakukan pembuatan dokumen Surat Jalan untuk Pengiriman barang
- Mencatat prsensi karyawan dan melakukan perhitungan gaji karyawan.

Marketing

Merupakan bagian yang mengatur tentang pemasaran produk yang akan di pasarkan.

Marketing merupakan salah satu fungsi utama di antara fungsi-fungsi penting lainnya yang ada dalam suatu perusahaan yang mempunyai tugas antara lain :

- Melakukan penjualan Karton Box
- Mampu meyakinkan pelanggan atas manfaat dan keunggulan produk
- Mampu meyakinkan calon konsumen yang ragu dalam mengambil keputusan.
- Menyelesaikan keluhan Pelanggan.
- Melakukan penagihan pembayaran atas barang yang sudah dikirim dan diterima konsumen
- Mencatat dan meng-input order yang masuk (internal sales)
- Maintain master data Customer (internal sales)
- Bekerjasama dengan bagian PPIC guna memastikan pengiriman barang.

Production Planning & Inventory Control

Merupakan bagian yang memiliki tugas atau fungsi untuk mengontrol bagian bahan baku untuk produksi di gudang persediaan.

Tugas - tugas PPIC adalah sebagai berikut:

- Menerima pesanan dari Marketing dan membuat rencana produksi sesuai dengan pesanan yang diterima.
- Membuat planning pengadaan bahan berdasarkan forecast dari marketing dengan memperhatikan kondisi stock dengan menghitung kebutuhan material produksi menurut standard stock yang ideal.

- Memonitor seluruh inventory baik untuk proses produksi, stock yang tersedia di gudang maupun yang akan direstock sehingga proses produksi dan penerimaan pesanan dapat berjalan lancar dan balance.
- Menyusun jadwal produksi sesuai waktu, routing & quantity yang tepat sehingga barang bisa dikirim tepat waktu dan sesuai dengan permintaan pelanggan.
- Mampu menyeimbangkan lini kerja di produksi supaya tidak ada mesin yang overload ataupun mesin lain tunggu order.
- Memberikan informasi ke bagian marketing jika terdapat masalah di proses produksi yang menyebabkan keterlambatan kirim.

Production

Merupakan bagian dimana divisi ini mengolah bahan baku mentah hingga jadi. Bagian produksi bertugas dan bertanggung jawab mengerjakan dan menyelesaikan pesanan dari PPIC tepat waktu.

2.2 VISI & MISI KONVEKSI VSC

Visi

Menjadikan perusahaan Konveksi VSC dapat dipercaya dengan kualitas standar produk yang tinggi dan pelayanan yang professional.

Misi

1. Memberikan pelayanan terbaik dan solusi bernilai positif kepada setiap konsumen
2. Menciptakan produk fashion yang berkualitas, inovatif, dan mampu mengikuti tren perkembangan jaman.
3. Menjadikan produk yang mampu dijangkau oleh semua kalangan.
4. Menciptakan tata kelola produksi yang efektif dan efisien.
5. Memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar.

2.3 TUJUAN

1. Mendapatkan keuntungan
2. Mengurangi jumlah pengangguran dengan merekrut calon karyawan
3. Menyenangkan pelanggan
4. Menjual produk berkualitas tinggi
5. Menciptakan kesejahteraan melalui pertumbuhan dan keuntungan

2.4 KEPEMILIKAN

BIODATA KEPEMILIKAN/PENGURUS

Tabel 2.2

1. Nama	Alviyati Wahyuningtyas
2. Jabatan	Pimpinan
3. Tempat dan Tanggal Lahir	Surabaya, 22 April 2001
4. Alamat Rumah	Kedung Turi
5. Nomor Telepon	085730490996

BAB III

BARANG / JASA

3.1 GAMBARAN PRODUK/JASA

Jenis produk yang dihasilkan:

1. Baju Kaos
2. Kemeja
3. Kebaya
4. Celana
5. Jas
6. Blezer
7. Pakaian Wanita

Karakteristik produk: Untuk usia dewasa umur 18 tahun – 40 tahun, pria dan wanita.

Assesories tambahan: Manik-manik, payet, kancing, sablon, bordiran.

Jenis jasa yang dihasilkan:

1. Jasa Jahitan

Karakteristik jasa: Untuk usia dewasa umur 18 tahun – 40 tahun, pria dan wanita.

Berikut jasa jahitan yang bisa dilakukan:

1. Jasa jahit kaos
2. Jasa jahit kemeja
3. Jasa jahit kebaya
4. Jasa jahit celana
5. Jasa jahit jas
6. Jasa jahit blezer
7. Jahitan pakaian wanita

a) Contoh Gambar Produk Dan Jasa Jahit Yang Akan Dihasilkan

1. Kaos



2. Kemeja



3. Kebaya



4. Celana



5. Jas



6. Blezer



7. Pakaian Wanita



3.2 ALASAN PRODUKSI

Alasan kami memproduksi produk kami adalah produk kami memiliki keunggulan dibanding produk dari perusahaan lain, sehingga mampu dan dapat memenangkan persaingan khususnya di bidang bisnis. Adapun keunggulan produk yang kami hasilkan:

- a. Hasil jahitan rapi dan cantik
- b. Furing/lapisan kain brbahan dingin dan nyaman saat dipakai
- c. Bahan baku yang dibakai berkualitas tinggi
- d. Harga terjangkau
- e. Memberikan model dan motif yang simple dan cantik serta bisa memilih untuk desain yang diinginkan konsumen yang kemudian akan ditempah
Selanjutnya konsumen datang untuk menjahit pakaiannya, untuk sistem pembayarannya dapat dibayar diakhir saat mengambil atau diawal saat memberi kain.

3.3 MANFAAT

Manfaat yang didapatkan konsumen apabila membeli produk dari kami:

1. Konsumen dapat memiliki pakaian yang berkualitas tinggi dengan harga terjangkau
2. Konsumen dapat mengikuti trend dengan memakai produk pakaian yang kami hasilkan
3. Konsumen yang membeli poduk pakaian kami dalam jumlah yang banyak akan mendapatkan diskon
4. Pelayanan customer service 24 jam
5. Gratis biaya pengiriman jika membeli dalam jumlah yang banyak, min. 100 pcs pakaian

BAB IV

ANALISIS ASPEK PASAR

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menganalisis aspek pasar, diantaranya yaitu:

4.1 ANALISIS SWOT

- a. Kekuatan (Strength)
 - Konveksi milik sendiri
 - Bisa memesan custom
 - Harga terjangkau
 - Bahan berkualitas
 - Cepat dan tepat waktu dalam pengerjaan
 - Mempunyai tenaga kerja yang handal
- b. Kelemahan (Weaknes)
 - Sebagian dari kapasitas mesin jahit adalah mesin jahit tradisional yang sudah lama
 - Besarnya biaya yang tak terduga
 - Kurangnya melakukan promosi
- c. Peluang (Opportunity)
 - Indonesia sangat kuat di pakaian dan suka sekali mengikuti tren fashion yang ada
 - Tanah Abang Central Perdagangan terbesar se Asia Tenggara
 - Online shop yang sedang booming dan sering dipakai saat ini
- d. Tantangan (Threats)
 - Kenaikan bahan baku yang terjadi secara tiba-tiba
 - Import barang dari china yang sangat tinggi

4.2 SEGMENTASI PASAR

1. Produk yang dijual
Pakaian pria dan pakaian wanita dewasa
2. Segmentasi Geografis
Kota-kota besar seperti, Surabaya, Jakarta, Semarang, Medan, Palembang, Bandung, Yogyakarta, dll yang dapat dijangkau kurir dengan maksimal 2-3 hari kerja.
3. Segmentasi Demografi
Perempuan atau wanita dewasa dengan rentang usia 18-40 tahun dan memiliki penghasilan diatas 1,5 juta perbulan.
4. Segmentasi Psikografis
Mengikuti perkembangan jam dan tren masa kini dan tentu terbiasa dengan social media ataupun internet.
5. Behaviour
Benefit, bahan berkualitas dan model mengikuti tren serta harga terjangkau.

4.3 POSITIONING PRODUK



1. Price-based positioning
Konveksi VSC memposisikan produk termurah dibanding produk lain di pasar.
2. Convenience-based positioning
Konveksi VSC memposisikan dengan memberikan kemudahan dengan aksesibilitasnya yang sangat luas, dengan dukungan berbagai platform e-commerce.
3. Quality-based positioning
Konveksi VSC menekan kualitas produk dan kualitas layanan yang unggul dibanding dengan kualitas pesaing.
4. Brand Positioning
Konveksi VSC akan menekan tingkat branding/tagline sehingga brand dapat membuat konsumen merasa bangga telah membeli produk VSC

4.4 KOMPETITOR

KOMPETITOR	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
1. UD. Anton Konveksi/Sabella	<ul style="list-style-type: none">• Biaya tenaga kerja sangat tinggi	<ul style="list-style-type: none">• Jahitan tidak rapi
2. PT. Sumbu Thomas	<ul style="list-style-type: none">• Harga terjangkau• kualitas bagus	<ul style="list-style-type: none">• Bahan yang dipakai bermutu rendah
3. UD. Arta Busana	<ul style="list-style-type: none">• Motif membuat konsumen tertarik	<ul style="list-style-type: none">• Harga mahal

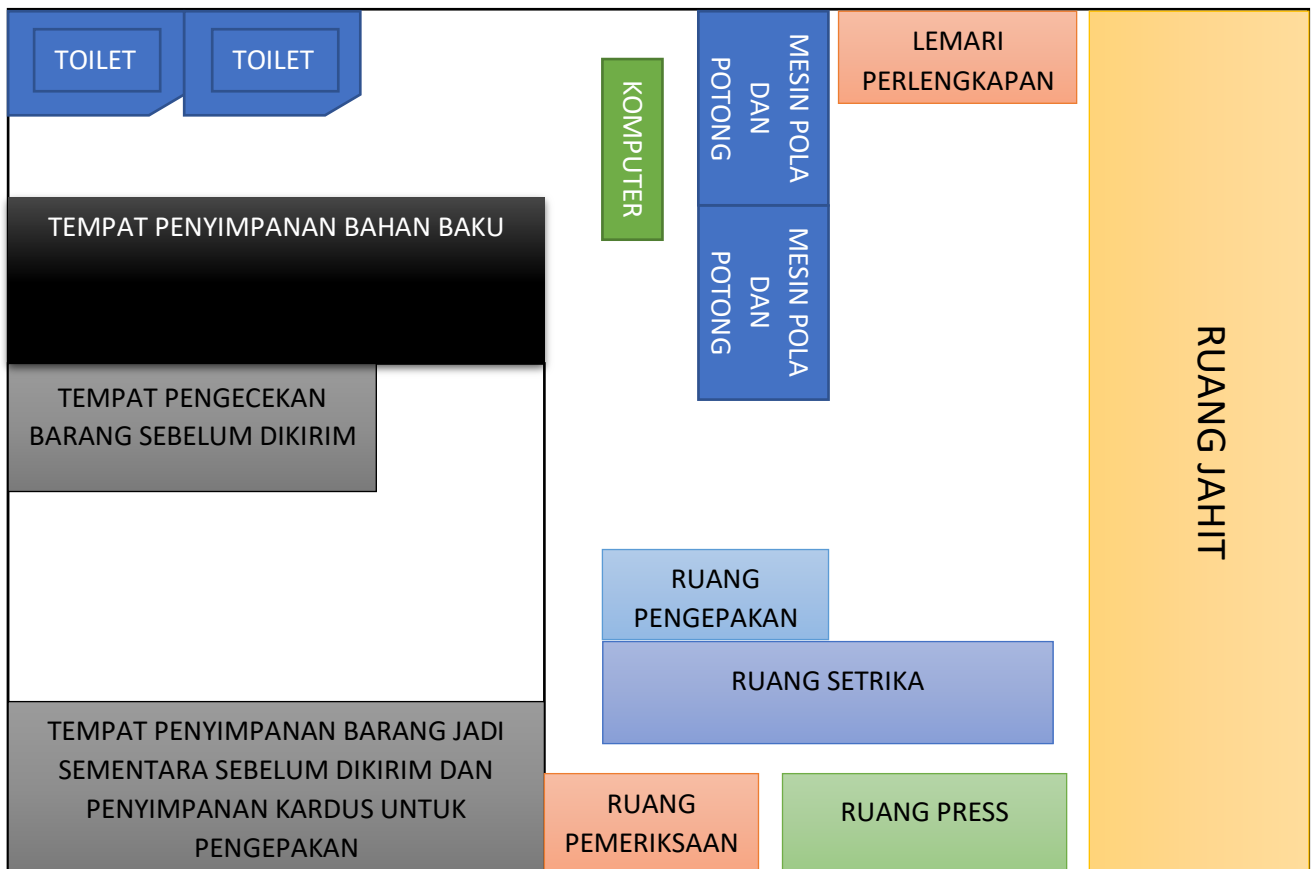
BAB V

ANALISIS ASPEK BISNIS

5.1 LOKASI BISNIS

- JL. Kedungturi II No. 37, Kelurahan Kedungdoro, Kecamatan Tegalsari, Surabaya, Jawa Timur.
- Lokasi produksi dekat dengan lokasi pembelian bahan, sehingga tidak memakan biaya pengiriman yang banyak
- Lokasi produksi dengan lokasi pasar grosir, mall, ekspedisi dll. Sehingga mudah dalam mendistribusikan barang.

5.2 LAYOUT



5.3 SKALA PRODUKSI

Produk	Per Hari	Per Bulan	Per Tahun
Baju Kaos	100 pcs	3000 pcs	36000 pcs
Kemeja	100 pcs	3000 pcs	36000 pcs
Kebaya	50 pcs	1500 pcs	18000 pcs
Celana	100 pcs	3000 pcs	36000 pcs
Jas	50 pcs	1500 pcs	18000 pcs
Blezer	100 pcs	3000 pcs	36000 pcs
Pakaian Wanita	100 pcs	3000 pcs	36000 pcs
TOTAL	600 pcs	18000 pcs	216000 pcs

5.4 MESIN YANG DIBUTUHKAN

MESIN	JUMLAH PCS
Komputer	2 pcs
Mesin Pola	5 pcs
Mesin Potong	5 pcs
Setrika	5 pcs
Mesin Press	5 pcs
Mesin Jahit	5 pcs

BAB VI

ANALISIS ASPEK MANAJEMEN

6.1 MASA PEMBANGUNAN

Masa pembangunan untuk Konveksi VSC membutuhkan waktu untuk penyiapan proyek beroperasi selama 1 tahun. Karena pemilik harus membangun gedung untuk memproduksi dan mencari agen bahan baku dengan kualitas tinggi dan murah serta menjalin hubungan baik. Juga membutuhkan waktu untuk merekrut karyawan yang memang sudah mempunyai skill menjahit dan itu cukup sulit dan memakan waktu yang lama.

6.2 SUDAH BEROPERASI

Konveksi VSC sudah beroperasi dari tahun 2019 yang memang dalam kondisi tersebut sedang ramai diperbincangkan adanya covid-19. Sehingga konveksi ini masih bisa dikatakan bisnis UMKM yang penjualannya saat itu menggunakan E-commerce dan karena bisnis ini berjalan dengan baik sehingga Konveksi VSC melakukan proses pengembangan bisnis yang nantinya juga akan menguntungkan untuk semua orang yang terlibat didalamnya.

6.3 MANAJEMEN SDM

- **Jumlah karyawan yang dibutuhkan Konveksi VSC**

Profesi	Jumlah Karyawan Yang Dibutuhkan
Admin Penjualan	1 Orang
Admin Akuntan	1 Orang
Karyawan dengan skill pola	5 Orang
Karyawan dengan skill Potong	5 Orang
Karyawan dengan skill press	5 Orang
Karyawan dengan skill jahit	5 Orang

- **Persyaratan Karyawan**

1. Admin penjualan : Mampu mengelola penjualan dengan baik
 2. Admin akuntan : Mampu mengelola keuangan dengan baik
 3. Kary. Skill pola : Mempunyai skill untuk menggambar pola
 4. Kary. Skill potong : Mempunyai skill untuk memotong kain
 5. Kary. Skill press : Mempunyai skill untuk press barang
 6. Kary. Skill jahit : Mempunyai skill untuk menjahit
- Min. Pendidikan terakhir SMA
 - Tidak buta warna
 - Tidak sedang berkuliah

- **Proses Rekrutmen**

1. Seleksi berkas
2. Wawancara offline
3. Tes
4. Diterima/TidakDiterima

BAB VII
ANALISIS ASPEK FINANCIAL

7.1 KEBUTUHAN DANA

MESIN	JUMLAH PCS	HARGA	TOTAL HARGA
Komputer	2 pcs	5.000.000	10.000.000
Mesin Pola	5 pcs	800.000	4.000.000
Mesin Potong	5 pcs	850.000	4.250.000
Setrika	5 pcs	350.000	1.750.000
Mesin Press	5 pcs	1.000.000	5.000.000
Mesin Jahit	5 pcs	1.500.000	7.500.000
TOTAL			32.500.000

RENCANA KEBUTUHAN MODAL

Total Nilai Kebutuhan Modal	: 100.000.000
Total Kebutuhan Modal Investasi	: 32.500.000
Total Nilai Kebutuhan Modal Kerja	: 67.500.000

7.2 BREAK EVENT POINT

Rumus:

Total pendapatan = Total pengeluaran

(Harga jual x Quantity) = (Biaya tetap + Biaya Variabel)

Estimasi dalam 1 bulan

Quantity dalam I bulan:

Produk	Per Hari	Harga	Harga Total
Baju Kaos	100 pcs	25.000	2.500.000
Kemeja	100 pcs	40.000	4.000.000
Kebaya	50 pcs	100.000	5.000.000
Celana	100 pcs	50.000	5.000.000
Jas	50 pcs	150.000	7.500.000
Blezer	100 pcs	50.000	5.000.000
Pakaian Wanita	100 pcs	35.000	3.500.000
TOTAL			32.500.000

Harga Total : 32.500.000
Biaya Variabel : 10.000.000
Harga Jual : 20.000.000
Biaya Tetap : 50.000.000

$$\begin{aligned} \text{Estimasi BEP} &= \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel}} \\ &= \frac{50.000.000}{20.000.000 - 10.000.000} \\ &= 5 \text{ Bulan} \end{aligned}$$

BAB VIII

PENUTUP

KESIMPULAN

Dengan demikian penulis menyampaikan bahwa usaha konveksi merupakan usaha yang menguntungkan jika melakukan bisnis plan yang terperinci terlebih dahulu guna meminimalisir resiko kerugian. Tidak hanya dalam menjalankan bisnis konveksi harus mampu menganalisis kebutuhan pasar dan tren pasar serta dapat melihat siapa pesaing kita dan bagaimana kita tetap unggul dan tidak tertinggal. Selanjutnya kita juga harus mampu mempromosikan produk dengan baik dan tentunya harus melakukan pencatatan baik pengeluaran maupun masukan agar tidak terjadi minus dalam berusaha maupun berbisnis.

Daftar Pustaka

Supangat, & Amna, A. R. (2019). Pemanfaatan Fitur Analisis Data Menggunakan

K-Means Cluster Dalam Point of Sales (POS). *Teknika*, 8(2), 97–102.

<https://doi.org/10.34148/teknika.v8i2.157>

M. ΘΕΟΔΩΡΟΥ, M. M., Paz, G. B., & Ruíz, A. A. B. (2020). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析 Title. 3(2017), 54–67.

<http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>