

**Technopreneurship pada Preppstudio Brand Lokal Baju Pria**

**E-Bisnis / R**

**Supangat, M.Kom., ITIL, COBIT**



**Oleh:**

**Delada Putri Amanda Telaumbanua**

**1211900193**

**PROGRAM STUDI E-BISNIS**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2021**

## **Technopreneurship pada Preppstudio Brand Lokal Baju Pria**

### **I. RINGKASAN**

Zaman sekarang ini yang sedang booming dan mendunia adalah Media, Karena saat ini perkembangan media itu sendiri sangatlah pesat diseluruh dunia apalagi di Indonesia. Salah satu media yang sangat populer sekarang dan perkembangannya yang begitu cepat adalah media online yaitu “Internet”.

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan primer manusia. Dengan aplikasi yang dibuat ini pelanggan dapat memilih dan mencari baju berdasarkan kategori dan nama. Pemilihan baju secara langsung juga membutuhkan waktu yang cukup lama, bahkanantisipasi pembelian baju secara online dengan memanfaatkan sosial media yang ada pun masih memakan waktu, seperti pembeli yang selalu ingin direspon dengan cepat sedangkan antrian dari pelanggan lain pun masih banyak sehingga dapat membuat kesalahpahaman antar pembeli dan penjual. Untuk pembayaran transaksi, selain memilih transfer antar bank pelanggan juga dapat memilih transaksi COD. Karyawan Prepp dapat melihat tabel konsumen yang baru pesan maupun sudah bayar, mengelola data baju, mengirimkan pesan ke pelanggan tertentu, dan mengelola data petugas. Dibuatnya aplikasi ini diharapkan dapat membantu pelanggan lebih mudah dalam memenuhi kebutuhan mereka ketika ingin membeli atau mencari baju yang sesuai dengan model pilihannya tanpa harus menghabiskan waktu yang dimilikinya. Dalam pengembangan sistem ini Preppstudio menggunakan bahasa pemrograman PHP (Hypertext Preprocessor), dimana PHP digunakan untuk membangun aplikasi Website. Sedangkan basis data yang digunakan adalah MySQL. Melalui aplikasi ini juga diharapkan dapat membantu meningkatkan promosi toko Preppstudio dan meningkatkan keuntungan dengan banyaknya pembelian melalui aplikasi berbasis mobile web ini.

Preppstudio adalah usaha yang bergerak dibidang Fashion yang menjual pakaian pria dengan merek lokal (Fashion Brand Lokal), yang pastinya uptodate dan cocok untuk selera masyarakat Indonesia. Preppstudio Identik dengan warna gaya basic, Prepp memberikan harga jual yang cukup terjangkau jika

dibandingkan dengan brand luar ternama. Tujuan membuat baju brand lokal adalah untuk membangkitkan semangat pemuda Indonesia agar lebih mencintai produk dalam negeri.

Dari ringkasan di atas menunjukkan bahwa adanya peluang-peluang baru di dalam bisnis dengan adanya Internet. Begitu juga dengan upaya Preppstudio untuk memudahkan pembeli/konsumen dalam membeli kebutuhan Fashion *Casual*. Preppstudio menawarkan pakaian dengan konsep trendy dan kasual untuk siapapun, khususnya anak-anak milenial. Dengan adanya teknologi seperti website [www.preppstudio.com](http://www.preppstudio.com) memudahkan pembeli untuk melihat produk yang ditawarkan hanya melalui website, tidak perlu keluar rumah atau pergi ke toko. Cukup membuka website masyarakat sudah bisa memiliki pakaian brand lokal dengan harga yang murah dengan kualitas super.

## **II. Deskripsi Perusahaan**

### **A. Bentuk Usaha**

Bisnis yang saya akan saya mulai ketika sudah Tamat S1 ini sangat cocok dalam kehidupan sekarang, karena saat ini, semakin banyak orang yang memperhatikan penampilannya, salah satunya adalah pakaian. Pria zaman sekarang sudah sangat mengerti fashion. Makin meningkatnya kebutuhan permintaan berbagai macam pakaian yang uptodate, mendorong saya untuk mendirikan bisnis yang bergerak di bidang clothing ini. Preppstudio mengusung tema “*ultimate everybody wear*”, dengan desain kasual sangat kental terasa pada produk Prepp. Preppstudio cocok buat pria yang mau tampil kasual, tapi tetap terlihat santai. Desain kemeja Prepp cocok dipadukan dengan kaus dan celana bahan hingga skinny fit.

### **B. VISI DAN MISI**

#### **Visi**

Menjadi Perusahaan Clothing Brand Lokal Preppstudio bisa dipercaya dengan kualitas yang baik dan pelayanan yang professional.

#### **Misi**

- Menawarkan produk fashion yang uptodate
- Memberikan layanan dan produk pakaian terbaik kepada setiap pelanggan sehingga banyak yang menjadi pelanggan tetap
- Menawarkan pada keunggulan produk dari segi kualitas barang sehingga menambah nilai pelanggan
- Memiliki produk pakaian berstandar Internasional
- Membentuk karyawan yang jujur, tulus, dan profesional
- Memberikan manfaat bagi masyarakat setempat

### **C. TUJUAN**

Dalam berbisnis fashion ini saya ingin mempunyai usaha sendiri selepas menempuh studi S1, yaitu membangun usaha bisnis fashion offline dan menjadi distributor langsung fashion.

Dan juga saya Ingin mempermudah bagi siapa saja yang ingin berbelanja pakaian tanpa harus repot-repot keluar rumah. Terutama kebanyakan pria jarang sekali mengunjungi toko untuk membeli pakaian mereka.

### **III. BARANG DAN JASA**

Sekarang ini bisnis yang sudah memakai website untuk penjualan sudah banyak, ini mengikuti jaman sekarang yang semakin berkembang dan teknologi, karena mayoritas hasil-hasil kemeja dari Preppstudio ini dari kreativitas dan dukungan teknologi. Seiring dengan perkembangan pangsa pasar pada bisnis fashion pria di Indonesia juga sudah lumayan berkembang. Rata-rata untuk konsumen penyuka atau peminat dari kemeja-kemeja ini hampir 80% adalah Pria berumur 20-28 Tahun, dan sisanya adalah Wanita. Ciri-ciri dari konsumen yang ditargetkan biasanya adalah anak muda, orang-orang yang suka dengan gaya casual dan warna basic. Kemeja dan baju Prepp sangat cocok untuk dipakai bekerja maupun acara formal dan informal. Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP) dari Preppstudio ini yaitu :

**Segmentasi:**

- a. Geografis : Domestic dan Internasional

**Demografis :**

- b. Gender: Laki-laki
- c. Usia: 15-40 Tahun
- d. SSE: Kelas menengah sampai menengah atas

**Psikografis :**

- e. Gaya Hidup : Hobby dengan fashion
- f. Kepribadian : Menyukai warna dan gaya basic

**Targeting:**

Orang-orang yang menyukai kemeja dan baju formal. Yang mencari baju atau kemeja yang simple tetapi ada unsur dari gambar yang menarik dan bagus sebagai daya tariknya. Tentunya dengan harga murah tapi kualitas yang bagus.

**Positioning:**

**“Casual Basic”**

## IV. ANALISIS ASPEK TEKNIK

### **Analisis Situasi**

Usaha ini dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT:

Faktor SWOT yaitu faktor Eksternal dan faktor Internal

Kekuatan (Strength):

- kerjasama
- kualitas SDA
- Dapat memenuhi kebutuhan pelanggan
- Memberikan pelayanan terbaik terhadap pelanggan
- Menjual produk yang berkualitas

Oportunity (Peluang) :

- tingginya permintaan
- Dengan tetap menjaga mutu dan kualitas produk , kami yakin dapat bersaing dengan Brand Ternama lainnya

Kelemahan (Weaknes):

- rendahnya modal kerja
- Persaingan pasar dengan perusahaan yang berskala nasional.

Hambatan (threaty):

- Perekonomian labil
- Perubahan harga pasar yang kurang dapat diprediksi
- Munculnya para usahawan usahawan baru yang sejenis

### **Promotion**

Membuat Iklan melalui jejaring social, Membuat display di berbagai tempat, Melalui mulut ke mulut, Mengandalkan informasi dari pelanggan ke orang lain, Melalui brosur, Serta membuat advertisement secara online di internet agar bisa dijangkau masyarakat luas.

## V. ANALISIS ASPEK PASAR

- a) **Memiliki kreatifitas atau ide**, Jadi karena untuk membuat baju Preppstudio ini kita harus memiliki kreatifitas atau ide karena yang menjadi daya tarik dari baju dan kemeja dari Prepp adalah gaya dan warna yang casual. Mungkin untuk beberapa pria kurang menyukai warna basic. Jadi menjadi sebuah tantangan untuk mencari warna-warna basic untuk produk Prepp.
- b) **Memiliki alat yang mendukung untuk mendesign**, ini adalah satu hal yang sangat penting dalam membuka usaha Fashion terutama Fashion Pria, karena apabila kita memiliki alat-alat untuk membuat design gambar itu sendiri, ini akan mengurangi modal usaha kita, karena kita tidak harus modar-mandir kewarnet yang ada aplikasi/software design. Ini malah akan membuat kita mengeluarkan uang yang cukup banyak untuk satu design saja. Media alat atau software/aplikasi yang harus ada yaitu : Komputer, Paint Tablet, koneksi internet, Aplikasi design & web (photoshop, Illustrator dll). Dengan keempat media ini Prepp sudah bisa membuat gambar-gambar, website dan iklan. Tanpa harus mengeluarkan biaya karena punya sendiri media-media tersebut.
- c) **Modal untuk produksi baju**, Tentu saja apabila untuk usaha Clothing Fashion Pria yang masih baru memerlukan modal untuk produksi, karena saat produksi lah semua hasil akhirnya.
- d) **Tempat untuk berjualan**, yang terakhir ini adalah bagaimana tempat kita memasarkannya, untuk awalan mungkin kita bisa melalui online dulu seperti (Facebook, Twitter, Instagram, kaskus, blog, dll). Karena ini adalah lahan yang sangat mudah diakses dan tanpa modal untuk memposting/memasarkan atau mengiklankan jualan Preppstudio. Dan juga untuk media online ini sendiri rata-rata anak muda 98% di Indonesia menggunakan media online, ini memudahkan Preppstudio untuk memasarkannya.

## VI. ANALISIS ASPEK MANAJEMEN

Usaha Preppstudio adalah usaha milik sendiri atau perorangan yang tidak memiliki kaitan dengan pihak lain. Kantornya berpusat di Surabaya. Kesan yang dibangun dalam melayani pelanggan adalah *comfortable and high service*. Sehingga pelanggan merasa nyaman dan senang dalam melihat produk-produk yang kami tawarkan melalui website.

Awal Usaha ini memerlukan 13 orang karyawan, terdiri dari :

- a. Desainer : 1 orang
- b. IT : 3 orang
- c. Karyawan : 5 orang
- d. Sales promotion : 2 orang
- e. Admin : 2 orang

Konsumen yang dituju yaitu:

- a. Pelajar/Mahasiswa
- b. Pekerja kantoran
- c. Masyarakat sekitar

Struktur Usaha:

- a. Pemilik Usaha  
Bertugas untuk memantau jalannya usaha
- b. Desainer  
Bertugas untuk mendesain atau membuat rancangan baju agar produksi dapat berjalan
- c. IT  
Bertugas untuk membuat dan memantau website yang digunakan untuk berjualan
- d. Karyawan  
Bertugas dalam awal dan akhir clothingan/ baju selesai
- e. Sales Promotion  
Bertugas untuk mempromosikan produk

## VII. ANALISIS ASPEK FINANSIAL

### MODAL

Untuk spesifikasi harga yang disurvei :

#### - Kemeja Casual :

1 lusin kemeja eazydry XL Oxford : Rp 1.920.000,00

½ lusin kemeja eazydry XL Oxford : Rp 960.000,00

1 lusin kemeja flanel XXL Flanel : Rp 1.860.000,00

½ lusin kemeja flanel XXL Flanel : Rp 930.000,00

#### - Baju Kerah Polo :

Per 3 polo kerah XXL : Rp 447.000,00

Per 1 polo kerah XXL : Rp 149.000,00

### KEUNTUNGAN

Kira-kira dilihat dari harga-harga diatas untuk 1 kemeja itu akan saya jual sekita Rp155.000-Rp 160.000, untuk per satu baju kira-kira keuntungan yang saya bisa peroleh sekita Rp10.000-Rp20.000. Dan untuk baju kerah polo per 1 baju akan saya jual dengan harga Rp 149.000-Rp 160.000, untuk per satu jaket kira-kira keuntungan yang bisa saya peroleh sekitar Rp 20.000-Rp 30.000.

- Apabila diperhitungkan selama 1 bulan untuk baju keuntungan saya Rp 300.000-Rp 600.000 , dan untuk selama 1 tahun diperkirakan Rp 3.650.000-Rp 7.300.000.

- Untuk kemeja diperhitungkan selama 1 bulan keuntungan saya adalah Rp 600.000-Rp 900.000 , dan untuk selama 1 tahun diperkirakan kenuntungan saya Rp 7.300.000-Rp 10.950.000.

## VIII. DAFTAR PUSTAKA

(No Title 学姐单词, n.d.)

Jing-yan, Z. H. O. U. (2010). Business Management of Japan's Uniqlo (UNIQLO) Apparel. *Journal of Jilin Province Economic Management Cadre College*, 6.

Supangat, S., & Elda Prawinda, E. (2021). Digital Konten Media Strategi Marketing Dalam Instagram Makwinfood. *Digital Konten Media Strategi Marketing Dalam Instagram Makwinfood*.

Ujianti, Anggraini, and Gandung Triyono. "PENEREPAN WEBSITE E-COMMERCE BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) UNTUK PELAYANAN PENJUALAN PADA MSFASHIONERS." *IDEALIS: InDonEsiA journal Information System* 3.1 (2020): 436-442.

# HASIL PLAGIASI

