

PRAKTIK BISNIS
“CLOCKWERK” PRODUKSI POSTER DAN FOTO KAYU
DI INDONESIA



LAPORAN PRAKTIK BISNIS
“CLOCKWERK”

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat
untuk memperoleh gelar Ahli madya

Oleh :

Fadlullah Budisetya
2013910040

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERUSAHAAN
Terakreditasi Berdasarkan Keputusan BAN-PT
No : 1120/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/X/2015
BANDUNG
2017

**“CLOCKWERK”: POSTER AND PHOTOWOOD
MANUFACTURING IN BANDUNG, INDONESIA
BUSINESS PRACTICE REPORT**



**BUSINESS PRACTICE
“CLOCKWERK”**

**This report is made to fulfill the requirement of the Diploma III
Business Management Program**

**By :
Fadlullah Budisetya
2013910040**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
DIPLOMA III BUSINESS MANAGEMENT PROGRAM
Accredited based on the decree of BAN-PT
No : 1120/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/X/2015
BANDUNG
2017**



UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
DIPLOMA III
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERUSAHAAN



LAPORAN PRAKTIK BISNIS “CLOCKWERK”
PRODUKSI POSTER DAN FOTO KAYU DI INDONESIA

Oleh :

Nama : Fadllullah Budisetya

NPM : 2013910040

PERSETUJUAN PRAKTIK BISNIS
UNTUK DISIDANGKAN

Bandung, Maret 2017

Ketua Program Studi DIII Manajemen Perusahaan

Nina Septina S.P., MM.

Pembimbing

Dr. Elvy Maria Manurung

Penguji

Nina Septina S.P., MM.



PERNYATAAN:

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Fadlullah Budisetya

Tempat, Tanggal, Lahir : Bandung, 21 Desember 1993

Nomor Pokok : 2013910040

Program Studi : Diploma III Manajemen Perusahaan

Jenis Naskah : Skripsi/laporan kerja/makalah/artikel/laporan

Proposal Bisnis

JUDUL

PRAKTIK BISNIS "CLOCKWERK" PRODUKSI POSTER DAN FOTO
KAYU DI INDONESIA

Dengan,

Pembimbing : Dr. Elvy Maria Manurung

Ko pembimbing: -

SAYA NYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apapun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur, atau tafsir dan jelas saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut (*plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik dan sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak manapun.

Pasal 25 ayat (2) UU No. 20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70 : lulusan yang karya ilmiah digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 200juta

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 8 Juni 2017

Pembuat Pernyataan: Fadlullah BS.



(FADLULLAH BUDI SETYA)

ABSTRAK

Penulis adalah mahasiswa Program Studi DIII Manajemen Perusahaan, Universitas Katolik Parahyangan yang merupakan salah satu pemilik dari bisnis *Clockwerk* yang bergerak dalam bidang produksi *posterwood & photowood*. Bisnis ini bermula dari tugas kuliah yang menjadi syarat kelulusan yang dimulai pada tahun 2015. Kantor *Clockwerk* berlokasi di Jalan Taman Siswa nomor 67, Burangrang, Lengkong, Bandung, Jawa Barat. Penulis mulai menulis laporan bisnis ini sejak bulan Februari 2017.

Clockwerk merupakan jenis bisnis dengan target pasar kalangan muda yang menyukai produk *vintage* yang berbahan dasar kayu. *Clockwerk* ingin dikenal di masyarakat sebagai *brand* yang memberikan inovasi pada pajangan dinding melalui setiap produknya.

Penulis dan tim ingin membantu konsumen mendapatkan fungsi-fungsi utama dari pajangan dinding yang berbahan dasar kayu yang dapat membuat suasana ruangan lebih nyaman dan lebih *natural*, sehingga membuat para konsumen lebih nyaman dengan suasana yang baru dalam menikmati pajangan dinding di ruangan mereka. Kegiatan bisnis *Clockwerk* banyak mengalami pembelajaran dan tantangan-tantangan seperti masih terbatasnya konsumen yang mengerti dan memiliki ketertarikan dengan pajangan poster dan foto dari kayu, sedikitnya *supplier* bahan kayu dengan kualitas yang bermutu, hingga tantangan tambahan permodalan yang dibutuhkan.

Penulis menyimpulkan dalam bisnis ini, dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat untuk menciptakan *awareness* pada *market* di Indonesia yang pada kenyataannya masih menghiraukan pajangan dinding yang berbahan dasar kayu. Selain itu perencanaan produksi seperti penetapan bahan dan *supplier* merupakan salah satu *key success factor* dalam menjaga kualitas produk. Kritik dan saran dari konsumen juga memegang peranan penting dalam perkembangan bisnis *Clockwerk*.

KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT. atas berkat, rahmat, bimbingan dan karunia-NYA penulis dapat menyelesaikan laporan proposal bisnis yang berjudul “Praktik Bisnis ‘*CLOCKWERK*’ PRODUKSI POSTER DAN FOTO KAYU DI INDONESIA

Laporan ini disusun untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian komperhensif pada Program Diploma III, jurusan manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan Bandung untuk predikat Ahli Madya.

Penyusunan laporan proposal bisnis ini, penulis mengalami berbagai hambatan, namun berkat dukungan, bimbingan, serta saran dari berbagai pihak, penulis akhirnya dapat menyelesaikan praktek bisnis ini. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih Allah SWT. atas berkat, rahmat dan dukungan dan doa yang diberikan sehingga penulis berhasil menyelesaikan laporan praktek kerja. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Terima kasih kepada Allah SWT. yang selalu menyertai saya dalam setiap waktu nya.
2. Terima kasih kepada Bapak Jutri dan Ibu Dewi selaku orang tua penulis yang selalu mendukung dan mendoakan penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini, bukan hanya laporan proposal bisnis saja tapi di semua aspek kegiatan penulis.
3. Ibu Nina Septina S.P., MM selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Perusahaan, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan Bandung dan selaku dosen pembimbing yang selama ini telah meluangkan waktu, pikiran dan tenaga untuk memberikan pengarahan dalam membimbing penulis selama menyelesaikan laporan proposal bisnis ini.

4. Ria Christina dan keluarga yang telah membantu juga mendukung penulis dalam proses penyusunan laporan proposal bisnis.
5. Dr. Elvy Maria Manurung selaku dosen pembimbing yang telah membantu serta memberikan dukungan dan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan hingga proses membuat laporan proposal bisnis.
6. Ibu Lilian Danil S.E., MM, Ibu Rr Ida Nuraida S.E., MM, Bapak Dianta Hasri S.T., MM dan Ibu Tiurma Meilania A. A. D, S.Ab., MM selaku tenaga pengajar Program Studi Diploma III Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan Bandung yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
7. Ibu Leoni Anastasia, Bapak Petrus Dwi Purwoko dan Bapak Asep Tisna selaku staf tata usaha Program Studi Diploma III Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan Bandung yang telah membantu penulis melancarkan urusan administrasi dari awal perkuliahan hingga penyusunan laporan proposal bisnis.
8. Seluruh jajaran pekarya dan *security* telah mendukung proses pembelajaran penulis selama perkuliahan.
9. Terima kasih juga kepada sahabat – sahabat seperjuangan penulis dan seluruh penghuni komunitas Mang Jaja yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
10. Sahabat – sahabat penulis sejak SMA, penghuni jalan kalimantan yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
11. Sahabat – sahabat penulis di Jamaah Masjid, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
12. Teman – teman seperjuangan Manajemen 2012 yang memberikan semangat serta dukungan kepada penulis.
13. Terima kasih untuk seluruh pihak dalam *Clockwerk* yang membantu proses dan penyelesaian laporan proposal bisnis ini.

Penulis menyadari Laporan Proposal Bisnis ini masih jauh dari sebuah kesempurnaan. Segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Akhir kata penulis mengharapkan Laporan Proposal Bisnis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Bandung, 22 Mei 2017

Penulis,
Fadlullah BudiSetya

DAFTAR ISI

| | |
|-----------------------------------|------|
| KATA PENGANTAR | i |
| DAFTAR ISI..... | iv |
| DAFTAR TABEL..... | vi |
| DAFTAR GAMBAR | vii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | viii |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Peluang dan Kesempatan | 1 |
| 1.2 Motivasi | 2 |
| 1.3 <i>Problem Solving</i> | 3 |
| 1.4 Ide Bisnis..... | 4 |
| BAB II..... | 7 |
| KEGIATAN BISNIS | 7 |
| 2.1 Profil Lengkap Bisnis..... | 7 |
| 2.1.1 Struktur Organisasi..... | 10 |
| 2.2 Alur Bisnis | 12 |
| 2.2.1 Deskripsi Input | 14 |
| 2.2.2 Deskripsi Proses | 14 |
| 2.2.3 Deskripsi Output | 18 |
| 2.3 Target Jangka Pendek..... | 18 |
| 2.4 Agenda Kerja (Timeline) | 20 |
| BAB III | 26 |
| EVALUASI BISNIS | 26 |

| | |
|---|----|
| 3.1 Evaluasi Pencapaian | 26 |
| 3.1.1 Pemasaran | 27 |
| 3.1.2 Operasional | 29 |
| 3.1.3 Keuangan | 30 |
| 3.1.4 Sumber Daya Manusia | 37 |
| 3.2 Analisis <i>SWOT</i> | 37 |
| 3.3 Analisis <i>Bussines Canvas Model</i> | 40 |
| 3.3.1 <i>Customer Segment</i> | 40 |
| 3.3.2 <i>Value Proposition</i> | 41 |
| 3.3.3 <i>Customer Relationship</i> | 42 |
| 3.3.4 <i>Channel</i> | 42 |
| 3.3.5 <i>Revenue Stream</i> | 43 |
| 3.3.6 <i>Key Resource</i> | 43 |
| 3.3.7 <i>Key Activities</i> | 44 |
| 3.3.8 <i>Key Partnership</i> | 45 |
| 3.3.9 <i>Cost Structure</i> | 45 |
| BAB IV..... | 47 |
| KESIMPULAN..... | 47 |
| 4.1 Kesimpulan Bisnis..... | 47 |
| 4.2 Strategi Kedepan | 48 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 49 |
| LAMPIRAN..... | 50 |
| RIWAYAT HIDUP..... | 62 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| TABEL 2.1. Profil Lengkap Bisnis..... | 10 |
| TABEL 2.2 Tabel Jangka Pendek..... | 19 |
| TABEL 3.1. Pencapaian <i>Clockwerk</i> | 27 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| GAMBAR 1.1 Business Canvas Model..... | 5 |
| GAMBAR 2.1 Logo 1 <i>Clockwerk</i> | 8 |
| GAMBAR 2.2 Logo 2 <i>Clockwerk</i> | 8 |
| GAMBAR 2.3 Struktur Organisasi <i>Clockwerk</i> | 11 |
| GAMBAR 2.4 Alur Bisnis <i>Clockwerk</i> | 12 |
| GAMBAR 2.5 Proses Penyatuan Kayu | 16 |
| GAMBAR 2.6 Proses Pengamplasan | 16 |
| GAMBAR 2.7 Proses <i>Finishing</i> | 17 |
| GAMBAR 2.8 Dokumentasi | 17 |
| GAMBAR 2.9 Dokumentasi | 18 |
| GAMBAR 2.10 <i>Timeline Clockwerk</i> 2015 | 21 |
| GAMBAR 2.11 <i>Timeline Clockwerk</i> 2016 | 22 |
| GAMBAR 2.12 <i>Timeline Clockwerk</i> 2017 | 23 |
| GAMBAR 3.1 Grafik Penjualan | 28 |
| GAMBAR 3.2 Neraca Awal 2015 | 31 |
| GAMBAR 3.3 Neraca Akhir 2015 | 31 |
| GAMBAR 3.4 Neraca Akhir 2016..... | 32 |
| GAMBAR 3.5 Laporan Laba Rugi 2015 | 32 |
| GAMBAR 3.6 Laporan Laba Rugi 2016 | 33 |
| GAMBAR 3.7 Resi Pengiriman | 34 |
| GAMBAR 3.8 Testimoni Konsumen | 35 |
| GAMBAR 3.9 Testimoni Konsumen | 36 |
| GAMBAR 3.10 SWOT <i>Clockwerk</i> | 38 |
| GAMBAR 3.11 Bussines Canvas Model | 40 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| LAMPIRAN 1 <i>Workshop dan Warehouse</i> | 51 |
| LAMPIRAN 2 Menjadi Narasumber Salah Satu Media Cetak Online | 53 |
| LAMPIRAN 3 Pembuatan Logo <i>Clockwerk</i> | 55 |
| LAMPIRAN 4 Inovasi Baru <i>Clockwerk</i> | 56 |
| LAMPIRAN 5 Kartu Bimibingan | 61 |

BAB I

PENDAHULUAN

Menurut penulis kewirausahaan adalah suatu ide bisnis yang direalisasikan dan di wujudkan dengan bentuk usaha yang baru dan berbeda. Menurut Kasmir (2006) kewirausahaan adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Menurut Lukas dan Ferrel (2000) inovasi produk dibagi menjadi tiga kategori yaitu :

- i. Perluasan produk (*line extensions*) merupakan produk yang masih *familiar* bagi organisasi bisnis tetapi baru bagi pasar.
- ii. Peniruan produk (*me-too products*) merupakan produk yang dianggap baru oleh bisnis tetapi familiar dengan pasar.
- iii. Produk baru (*new-to-the-world products*) merupakan produk yang dianggap baru baik oleh bisnis maupun oleh perusahaan.

Kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai suatu kemampuan kreatif dan inovatif (*create new and different*) yang dijadikan kiat, dasar, sumber daya, proses dan perjuangan untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa yang dilakukan dengan keberanian untuk menghadapi resiko.

1.1 Peluang dan Kesempatan

Titik awal kemunculan poster adalah ditemukannya teknik litografi (cetak) dan kromatografi (pewarnaan) pada akhir tahun 1780-an. Pada pertengahan abad 19 tahun 1800-an poster mulai banyak dibuat di Eropa. Pada tahun 1866 Julius Cheret membuat kurang lebih 1000 poster untuk promosi pameran, pertunjukan teater, dan produk-produk lain di paris. Poster merupakan plakat, tempelan, atau pengumuman tertulis yang disampaikan kepada masyarakat dengan cara ditempatkan di tempat-tempat umum. Isi poster dapat berupa penawaran barang, pengumuman tentang suatu hal, hiburan, atau informasi tentang program pemerintah. Selain itu poster mempunyai ciri-ciri khusus, salah satu cirinya bahwa poster dapat dibuat diatas kertas, kain, seng, kayu, dan lainnya. Pembuatan

poster mungkin sedikit rumit, karena ada beberapa cara dalam membuat poster tersebut sehingga kita menciptakan hasil yang optimal. Selain itu kaidah pembuatan poster pun harus sangat diperhatikan, agar hasil yang dihasilkan sesuai dengan keinginan konsumen.

Sektor perdagangan di Indonesia sejak dahulu hingga sekarang dirasa sulit untuk stabil. Sektor perdagangan, manufaktur, dan industri merupakan salah satu modal penunjang pertumbuhan sektor perekonomian di Indonesia. Dari beberapa sektor tersebut sektor perdaganganlah yang paling banyak diminati oleh banyak kalangan orang untuk lahan pembuka usaha. Karena saat ini sedikit sekali lapangan kerja yang menjamin karyawannya untuk memenuhi kebutuhan hidup, dan pada akhirnya masyarakat dipaksa untuk terus menerus berkreasi dalam mengembangkan bisnisnya demi menjaga kestabilan ekonomi kehidupannya agar tidak bergantung pada suatu instansi baik pemerintahan maupun swasta.

Sehubungan dengan kondisi ekonomi sektor kreasi (*art-craft*) yang belum banyak berkembang/stabil menurut penulis, maka penulis tertarik untuk memulai dan menekuni bisnis yang berhubungan dengan poster (*art-craft*) di atas yaitu bisnis yang diberi label/ brand “*Clockwerk*” yang bergerak dibidang industri kreatif. Industri kreatif pada jaman sekarang banyak diminati oleh anak muda agar mereka bisa menjadi tokoh utama dalam usaha tersebut. Bidang *handycraft* menjadi pilihan penulis dari sekian banyak sub-bidang industri kreatif. Potensi bisnis dalam bidang *handycraft* dapat dibilang cukup besar dikarenakan selain di dalam negeri, di luar negripun *handycraft* asal Indonesia sangat banyak peminatnya. Lebih ditailnya penulis terjun dalam bidang usaha poster, poster yang dibuat oleh penulis merupakan sebuah karya *handmade*, yang menjadikan orang-orang lebih respek terhadap produk kerajinan tangan.

1.2 Motivasi

Di dalam mendirikan usaha ini penulis memiliki beberapa alasan, alasan pertama penulis ingin mendirikan bisnis ini karena berwirausaha merupakan hal yang menyenangkan untuk penulis. Menyenangkan dalam arti penulis bisa

menentukan waktu kerja sendiri. Alasan kedua penulis ingin mendirikan bisnis adalah *passion* di bidang *craft* dan impian penulis, alasan ini termasuk faktor penting dalam bisnis karena bagi penulis dengan sebuah *passion* maka seseorang akan menjalankan bisnisnya dengan senang hati, dengan pemikiran serta fokus yang lebih sehingga dapat menciptakan produk kreatif atau produk unggulan. Alasan kedua inilah yang membuat penulis dapat menguasai dan menjalankan bisnis ini, sehingga tidak membutuhkan tenaga ahli untuk menciptakan produk yang siap dijual.

Alasan ketiga penulis ingin mendirikan bisnis ini adalah faktor ekonomi. Faktor ini adalah faktor terpenting semua pelaku bisnis untuk membuka bisnis baru, mulai dari bisnis kecil hingga bisnis besar yang modalnya sampai ratusan juta.

1.3 Problem Solving

Pada bagian *problem solving* ini, penulis dan rekan yakin untuk membuka dan menjalankan usaha dengan memperkenalkan inovasi baru (*new-to-the-world products*), di mana produk ini dapat memberikan jawaban atas permasalahan yang dirasakan oleh pembeli seperti kejenuhan terhadap produk poster yang berbahan dasar kertas, cetakan foto yang berbahan kertas, dan tidak tahan lama. Di sinilah “*Clockwerk*” hadir menjadi solusi untuk menjawab permasalahan yang ada. Tidak hanya itu harga yang ditawarkan sangat terjangkau dan sesuai dengan target *market* yang sudah ditentukan sebelumnya yaitu berkisar dari mulai Rp 110.000 hingga Rp 300.000.

Harga yang terjangkau membuat konsumen lebih antusias dengan produk yang penulis tawarkan. Cara pemesanan “*Clockwerk*” mengedepankan sistem *customization* yang menjadikan pembeli dapat memilih ukuran dan *design* yang sesuai dengan keinginannya. Dengan demikian, penulis memanfaatkan harga yang lebih terjangkau dan pemesanan sesuai keinginan konsumen dalam menyajikan produk sebagai salah satu strategi pemasaran

Selain dari pemesanan yang sangat memudahkan konsumen, penulis mengalami permasalahan bahan baku yang cukup sulit dengan harga yang rendah.

Maka dari itu penulis dengan orang tua penulis mencari *supplier* sampai ke desa untuk mendapatkan bahan baku yang harga ekonomis tetapi kualitas maksimal.

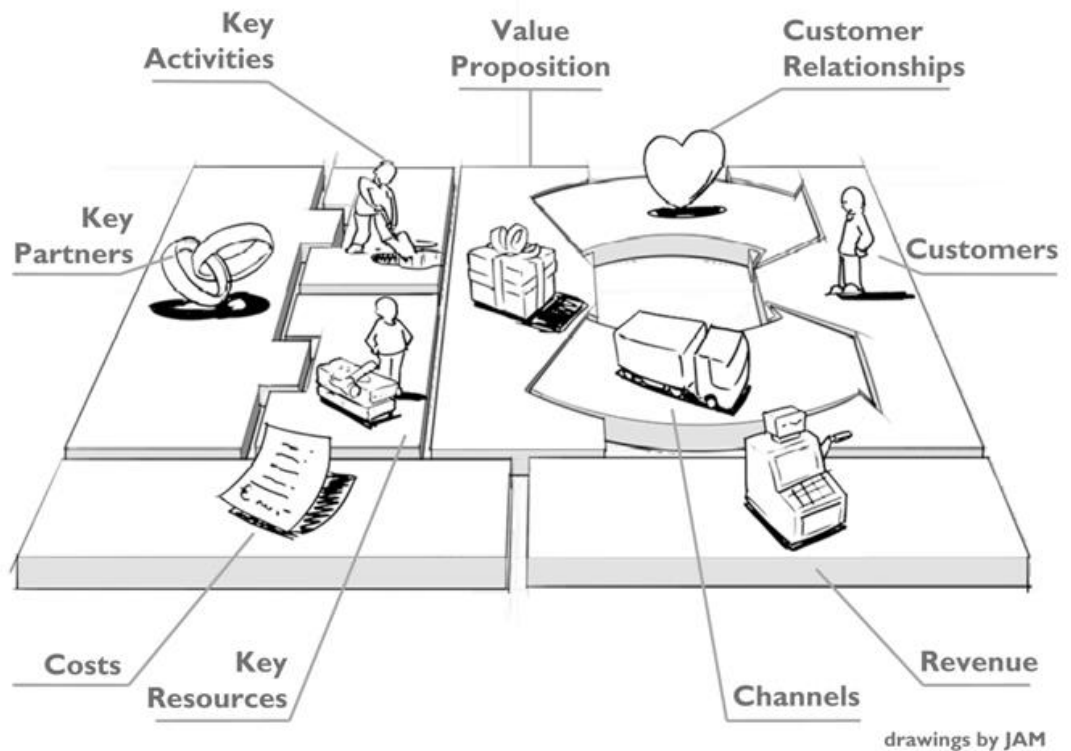
1.4 Ide Bisnis

Berangkat dari permasalahan pada kesempatan tentang harga, penulis dan rekannya terinspirasi untuk membuat produk kerajinan tangan yang diberi nama “*Clockwerk*”. “*Clockwerk*” merupakan jenis usaha kerajinan tangan di bidang poster kayu yang memiliki segmentasi pasar yaitu anak muda, pekerja kantoran atau instansi dan masyarakat yang sedang mencari dekor ruangan, hadiah, dan pajangan dinding.

Harga jual poster kayu “*Clockwerk*” yang ditawarkan cukup terjangkau untuk pencarian hadiah yaitu berkisar Rp 110.000 sampai dengan Rp 300.000. Kekurangan pada “*Clockwerk*” yaitu pembelian saat ini baru dapat melalui *online store*, “*Clockwerk*” juga kerap ikut berpartisipasi diberbagai *event* bazar kampus.

Pada saat penulis membangun “*Clockwerk*”, penulis belum terpikir akan misi, visi, tujuan, dan lain sebagainya yang menyangkut bisnis ini. Namun seiring berjalannya waktu, penulis bertekad untuk membangun sebuah perusahaan profesional yang memiliki nilai yang berbeda, yang tidak hanya bertujuan untuk kebutuhan komersil semata, melainkan juga dapat memecahkan masalah yang dihadapi oleh target pasar dan menjadi *problem solver* untuk masalah tersebut. Tidak hanya masalah yang berkaitan dengan bisnis ini, namun juga dapat memecahkan beragam masalah atau agar semakin besar juga fungsi dan manfaat dari pendirian “*Clockwerk*” itu sendiri.

GAMBAR 1.1
BUSINESS CANVAS MODEL



Di unduh dari <https://www.linkedin.com/pulse/holistic-strategic-management-tool-business-model-canvas-verbustel>, tanggal 3 April 2017

Pada Gambar 1.1. dapat dilihat bahwa *customer segments* pada bisnis *photowood* yang dituju adalah kalangan remaja dan dewasa dari umur 15 – 55 tahun. Terlebih untuk calon konsumen yang mencari hadiah atau dekorasi.

- Pada bagian *customer segment*, penulis menargetkan masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah ke atas, orang yang menyukai hiasan dinding dengan suasana *vintage*, dan orang-orang yang menyukai dan menghargai karya seni.
- Pada bagian *value propositions*, melalui produk *photowood* ini penulis ingin memberikan nilai tambah yang baru kepada

konsumen yaitu keunikan pada perpaduan antar tinta dan serat kayu yang membuat kesan eksklusif pada produk dan *customize* produk.

- Pada bagian *Customer Relationship*, penulis berencana memberikan pelayanan langsung kepada konsumen dengan ramah tamah, agar konsumen merasa sebagai prioritas.
- Pada bagian *channels* adalah cara bisnis untuk menyampaikan *value* kepada konsumen dengan menggunakan bantuan media digital seperti *social media* dan *website*. Dalam jangka panjang produk “*Clockwerk*” akan menjadi barang konsinyasi dengan toko-toko tertentu.
- Pada bagian *revenue streams* penulis berencana untuk meningkatkan pendapatan dari penjualan langsung kepada calon konsumen dengan bantuan dari bagian *channel*.
- Pada bagian *key activities* penulis berencana untuk tetap menjaga bagian-bagian dari aktifitas “*Clockwerk*” yaitu konsultasi, produksi dan pemasaran agar menghindari ketidakpuasan *output* dari konsumen.
- Pada bagian *key resources* penulis merencanakan sumber daya bisnis untuk mempertahankan bisnisnya.
- Pada bagian *key partnership* penulis harus menjaga hubungan dengan bagian *supplier* dan *ekspedisi*.
- Pada bagian *cost structure* penulis merencanakan setiap pembiayaan pada tahap produksi, pemasaran, sumber daya manusia, dan biaya yang tidak terduga, siklus bisnis ini yang harus dikelola secara efektif-efisien sehingga tidak beresiko kerugian pada bisnis.