

PRAKTIK BISNIS KONVEKSI PAKAIAN “KVKU”



LAPORAN PRAKTIK BISNIS

Oleh:

Nama : Ferryanto Gunawan

NPM : 2013910043

**Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh predikat
Ahli Madya**

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

DIPLOMA III

Program Studi Manajemen Perusahaan

(Terakreditasi berdasarkan keputusan BAN-PT

No: 1120/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/X/2015)

BANDUNG

2017

BUSINESS PRACTICE OF “KVKU” CLOTHING



BUSINESS REPORT

By:

Name : Ferryanto Gunawan

Reg. Number : 2013910043

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

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS

DIPLOME III

BUSINESS MANAGEMENT DEPARTMENT

(Accredited based on the decree of BAN-PT

No: 1120/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/X/2015)

BANDUNG

2017



UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
DIPLOMA III
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERUSAHAAN



PRAKTIK BISNIS KONVEKSI PAKAIAN “KVKU”

Oleh :

Nama : Ferryanto Gunawan

NPM : 2013910043

PERSETUJUAN LAPORAN PRAKTIK BISNIS

Bandung, Januari 2017

Ketua Program DII Manajemen Perusahaan,

(Elvy Maria Manurung, SE., Ak., MT.)

Pembimbing,

(Elvy Maria Manurung, SE., Ak., MT.)

Penguji,

(Nina Septina, SP.,MM)



PERNYATAAN:

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Ferryanto Gunawan
Tempat, Tanggal Lahir : Padang, 4 April 1990
Nomor Pokok : 2013910043
Program Studi : Diploma III Manajemen Perusahaan
Jenis Naskah : Laporan Praktik Bisnis

JUDUL

PRAKTIK BISNIS KONVEKSI PAKAIAN "KVKU"

Dengan,

Pembimbing : Elvy Maria Manurung, SE., Ak., MT.

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 2010: 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:
Pembuat Pernyataan:



(Ferryanto Gunawan)

ABSTRAK

Penulis bersama dua orang rekan penulis adalah *owner* dari bisnis konveksi pakaian yang bernama “KVKU” (Konveksi Kulit). “KVKU” merupakan bisnis konveksi pakaian yang memulai usahanya pada Januari 2016 dan berlokasi di Jalan Rereng Barong No. 32, Bandung. Penulis memulai menulis laporan praktik bisnis dari Bulan Oktober 2016 hingga Januari 2017.

Selama menjalankan bisnis, penulis bertanggung jawab penuh dalam bidang pemasaran dan penanganan konsumen. Penulis selaku pemilik juga memiliki hak dalam mengambil keputusan dalam produksi. “KVKU” merupakan bisnis ke bisnis juga bisnis ke konsumen dengan target penjualan skala nasional. Selain itu, “KVKU” sangat memprioritaskan kepuasan konsumen dan membantu konsumen dalam mencari disain-disain pakaian.

Penulis menghadapi langsung interaksi jual beli dengan konsumennya, bertanggung jawab atas target penjualan yang ditetapkan dalam setiap bulannya. “KVKU” juga memiliki strategi ke depan dengan memberikan inovasi dalam segi disain produk sehingga menarik konsumen. Dalam menjalankan bisnis ini penulis pun mengalami berbagai hambatannya seperti banyaknya pesaing yang sudah lebih dulu muncul dan masih belum banyak konsumen mengetahui akan produk ini.

Penulis menyimpulkan dalam kegiatan bisnis ini, dengan mengeluarkan disain yang menarik, dapat dipesan sesuai keinginan konsumen, dan selalu berinovasi dengan disain yang berbeda setiap bulannya merupakan faktor utama “KVKU”. Selain itu untuk keberlangsungan bisnis ini dan harus memiliki strategi marketing yang tepat agar sasaran yang dituju tepat. Selalu menerima kritik dan saran dari konsumen sebelum produksi, pada saat produksi dan juga setelah produksi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, penyusunan tugas akhir yang berjudul “Praktik Bisnis Konveksi Pakaian KVKU”, dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan tugas akhir ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, dan kerjasama dari berbagai pihak sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada Ibu Elvy Maria Manurung, SE., Ak., MT selaku Kepala Program Studi DIII Manajemen Unpar dan dosen pembimbing yang telah sabar, tekun, tulus, dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun tugas akhir.

Selanjutnya ucapan terima kasih penulis sampaikan pula kepada:

1. Papih A.A Gunawan yang telah memberikan motivasi kepada penulis. *I love you Dad.*
2. Mamih Maria Satoko yang selalu sabar dan memberikan motivasi kepada penulis untuk mendapatkan gelar Ahli Madya. *I love you Mom.*
3. Bapak Dianta Hasri Natalius Barus, ST., MM selaku dosen wali penulis.
4. Seluruh tenaga pengajar Program Studi Diploma III Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Bandung yang telah memberikan bekal yang sangat berguna kepada penulis.
5. Seluruh karyawan tata usaha, pekarya Program Studi Diploma III Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Bandung yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam perkuliahan dan pada saat proses penyusunan laporan praktik bisnis.
6. Yelly Leonita Gunawan selaku kakak penulis yang selalu cerewet memberikan masukan kepada penulis .
7. Ali Faturrahman dan Gadya Dwipa Laksamana, S.H. selaku rekan bisnis penulis.

8. Ibu Merry selaku Dekan FE Unpar beserta alumni FE Unpar tahun 1979 dan Ibu Regina Detty beserta PSC Gereja Katolik Bandung yang telah membantu penulis dalam urusan finansial.
9. Lia Kurniawati, SE. yang selalu hadir di samping penulis untuk memberikan masukan, motivasi, dan cerewet pada penulis selama mengerjakan Tugas Akhir.
10. Rekan-rekan yang telah mengerjakan Tugas Akhir bersama penulis, Fikri Fachman, Verdy Verdiansyah, dan Sandhy.
11. Rekan-rekan yang telah membantu penulis mengerjakan Tugas Akhir, Fajar Ramadhan, Ibnu Wahid Firdaus, Rery Sawitr, Icha, Ryan, dan Fadlulah.
12. Rekan-rekan yang telah memberikan referensi kepada penulis, Rendy (Berit), Agam Januar, A.Md, dan Joshua Octavianus, A.Md.
13. Rekan-rekan yang selalu memberikan liburan sejenak selama penulis menyelesaikan tugas akhir ini, Alvin Sebastian Setiawan, S.T., Axel Vincentius Budiman, S.T., Richard, S.E., Handry Gunawan, Tutut Nidyadan Putri Kuntana, dan Natalin Sentosa.
14. Rekan-rekan yang selalu memberikan hiburan kepada penulis, Akies, Marsya, Eot, Rudi, Ugay, Firman, dan Edelweis tim.
15. Bapak Andre dan keluarga yang senantiasa membantu meluangkan waktu dan tempat untuk penulis mengerjakan Tugas Akhir.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan pada penulisan tugas akhir ini, penulis mengharapkan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan tugas akhir ini.

Bandung, Desember 2016

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I LATAR BELAKANG.....	1
1.1. Peluang dan kesempatan.....	1
1.2. Motivasi dan alasan	2
1.3. <i>Problem solving</i>	2
1.4. Ide Bisnis	4
BAB II KEGIATAN BISNIS	6
2.1. Profil Lengkap Bisnis	6
2.2. Alur Bisnis.....	8
2.3. Target Jangka Pendek-Menengah	14
2.4. Agenda Kerja (<i>timeline</i>)	16
BAB III EVALUASI BISNIS	19
3.1. Evaluasi Pencapaian Bisnis Konveksi Pakaian “KVKU”	19
3.2. Analisis	23
3.2.1. Analisis SWOT.....	24
3.2.2. Analisis <i>Five Forces</i>	25
BAB IV KESIMPULAN.....	29
4.1. Kesimpulan Bisnis.....	29
4.2. Strategi Ke Depan.....	30
DAFTAR PUSTAKA	31
LAMPIRAN.....	32
RIWAYAT HIDUP PENULIS	40

DAFTAR TABEL

- TABEL 2.1. PROFIL BISNIS “KVKU”
- TABEL 2.2. PERENCANAAN BISNIS “KVKU” DALAM JANGKA
MENENGAH
- TABEL 2.3. AGENDA KERJA “KVKU” TAHUN 2016
- TABEL 3.1. EVALUASI PENCAPAIAN PENJUALAN “KVKU” TAHUN
2016
- TABEL 3.2. DATA PENJUALAN “KVKU” TAHUN 2016

DAFTAR GAMBAR

- GAMBAR 1.1. PERSENTASI PERTUMBUHAN BISNIS INDUSTRI KREATIF DI INDONESIA
- GAMBAR 1.2. CONTOH DISAIN PAKAIAN “KVKU”
- GAMBAR 2.1. STRUKTUR ORGANISASI “KVKU”
- GAMBAR 2.2. ALUR BISNIS “KVKU”
- GAMBAR 2.3. *INPUT* “KVKU”
- GAMBAR 2.4.. *PROSES CHART* “KVKU”
- GAMBAR 3.1. RATA-RATA PENJUALAN “KVKU”
- GAMBAR 3.2. DIAGRAM PERKEMBANGAN TARGET DAN REALISASI PENJUALAN
- GAMBAR 3.3. ANALISIS *SWOT* “KVKU”
- GAMBAR 3.4. *FIVE FORCES* “KVKU”

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	KARTU BIMBINGAN PENULIS
LAMPIRAN 2	CONTOH GAMBAR MESIN JAHIT
LAMPIRAN 3	CONTOH GAMBAR HASIL PRODUK
LAMPIRAN 4	CONTOH TESTIMONI KONSUMEN
LAMPIRAN 5	CONTOH TRANSFER PEMBAYARAN
LAMPIRAN 6	CONTOH RESI PENGIRIMAN BARANG

BAB I

LATAR BELAKANG

Pada saat ini banyak orang yang menginginkan pakaian yang mereka pakai itu berbeda dari yang lain. Pakaian juga dapat dijadikan sebagai suatu identitas bagi mereka sendiri. Pakaian dengan merek yang sudah terkenal bisa membuat rasa percaya diri mereka meningkat. Namun tidak semua orang bisa membelinya karena harga pakaian yang terlalu mahal. Berdasarkan pemikiran itu, penulis bersama dua orang rekan mempunyai ide untuk memproduksi satu jenis pakaian.

Selain itu, perkembangan industri konveksi pakaian yang semakin pesat dikarenakan bertambahnya minat konsumen terhadap pakaian yang dapat dipesan sesuai dengan keinginan konsumen. Melihat kondisi ini, penulis bersama dengan dua orang rekan membuat bisnis konveksi yang lebih difokuskan pada pakaian. Konveksi merupakan salah satu pilihan bagi penulis yang tidak memiliki modal besar untuk mulai merintis bisnis di bidang pakaian.

Bisnis konveksi ini merupakan bisnis yang tidak akan pernah berhenti, karena setiap orang akan selalu membutuhkan pakaian. Oleh karena itu, pakaian merupakan kebutuhan pokok manusia.

1.1. Peluang dan kesempatan

Bisnis konveksi pakaian adalah salah satu jenis bisnis yang akan terus ada dan tidak akan pernah mati sampai kapanpun. Bisnis konveksi pakaian menjadi kesempatan bisnis yang potensial karena mempunyai target konsumen yang sangat banyak. Penulis melihat perkembangan industri pakaian di Bandung yang sangat berkembang pesat dengan banyaknya bertumbuh *distro* dan *factory outlet* yang selalu ramai. Hal itu merupakan suatu kesempatan baik untuk merintis bisnis di bidang konveksi pakaian. Biaya yang harus dikeluarkan setiap orang untuk tetap *update* dalam dunia *fashion* tidaklah sedikit jumlahnya. Seringkali masyarakat memaksakan kemampuan *financial* mereka dalam memenuhi kebutuhan mereka yang satu ini. Selain itu banyak juga orang-orang di luar kota Bandung yang mencari produk pakaian dari Bandung yang sudah terkenal bagus dengan harga yang terjangkau.

Penulis melihat permintaan pakaian yang tidak pernah habis dari konsumen. Penulis dalam hal ini ingin coba mengakomodasi permintaan kebutuhan gaya hidup konsumtif tersebut. Di saat ini, konsumen lebih menyukai pakaian dengan bahan yang nyaman dipakai, disain yang simpel serta dapat dipilih sesuai keinginan konsumen. Penulis menjadi tertarik untuk memulai bisnis pakaian ini dengan *brand* “KVKU”.

1.2. Motivasi dan alasan

Penulis semakin termotivasi untuk dapat mengembangkan bisnis konveksi pakaian “KVKU” ini untuk mendapatkan penghasilan yang menjanjikan. Di samping itu, penulis ingin kesuksesan di bisnis ini menjadi permulaan untuk menjalankan bisnis yang lebih besar dengan tantangan yang berbeda. Penulis melihat konveksi pakaian “KVKU” ini mempunyai *range* harga yang lebih terjangkau dibandingkan konveksi lainnya yang sejenis. Dengan demikian konveksi pakaian “KVKU” menjadi pilihan terbaik bagi konsumen.

Penulis menginginkan *brand* “KVKU” bisa semakin dikenal oleh banyak orang. Penulis mempunyai ambisi untuk membuka *offline store* sehingga dapat meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen akan kualitas yang dimiliki oleh “KVKU”.

1.3. Problem solving

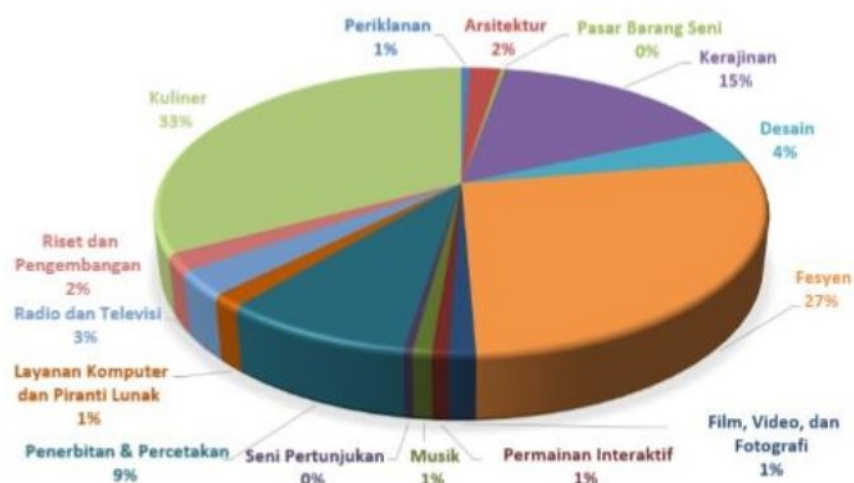
Berdasarkan permasalahan sebelumnya mengenai kualitas pakaian dengan harga yang tidak terjangkau dan adanya keinginan konsumen untuk memilih disain sendiri sesuai dengan selera konsumen tersebut. Penulis membuat pakaian yang dapat dipesan sesuai dengan keinginan konsumen dan pemilihan bahan yang tepat. Dengan demikian penulis mampu memberikan solusi kepada konsumen untuk memberikan kepuasan dan selalu mengikuti perkembangan *fashion* yang selalu berkembang mengikuti *trend mode* dari waktu ke waktu.

Definisi *fashion* menurut Schwaab (2011) adalah sebuah kata serapan dari bahasa Perancis ‘*Facon*’ (sikap, gaya, cara). *Fashion* merupakan keseluruhan sistim yang terdiri dari rupa, gaya, dan *trend*. Sebuah kesatuan yang mendefinisikan diri seseorang seutuhnya. *Fashion* seperti sebuah antologi cerita tentang diri manusia. Tetapi *fashion* juga menunjukkan karakter pengguna pakaian yang sebenarnya. *Fashion* dapat masuk kedalam semua bidang. *Fashion*

merupakan sebuah panduan *anthropologi* yang dapat mendeskripsikan suatu masa dan juga melatih mata penggunanya. *Fashion* membentuk suatu wadah untuk mengadopsi segala hal dan menampilkan rasa serta keistimewaannya.

Semakin banyaknya pakaian dengan merek imitasi ternama, atau produk yang tidak sesuai standar produksi di luar negeri (*reject*) yang masuk ke Indonesia dengan harga yang murah. Banyak konsumen dari golongan tertentu yang lebih memilih untuk membeli produk tersebut. Maka dari itu, “KVKU” akan selalu menjaga kualitas produknya karena kepuasan konsumen adalah prioritas utama yang harus selalu dapat dipertanggungjawabkan. Berikut adalah persentasi pertumbuhan bisnis industri kreatif di Indonesia dapat dilihat pada Gambar 1.1. :

GAMBAR 1.1.
PERSENTASI PERTUMBUHAN BISNIS INDUSTRI KREATIF DI
INDONESIA



Sumber: BPS, 2015 diakses pada tanggal 20 November 2016 pukul 21.00

WIB

Dari gambar 1.1. dapat terlihat bisnis *fashion* yang dialami oleh “KVKU” mempunyai persentasi yang tinggi dalam pertumbuhan industri kreatif di Indonesia dengan mendapatkan persentasi 27% konsumsi pasar. Dalam menjalankan bisnisnya, “KVKU” dapat serta akan mengakomodasi kebutuhan konsumen. Bentuk *customize* sesuai dengan permintaan konsumen yang akan “KVKU” produksi dan berikan kepada konsumen.

1.4. Ide Bisnis

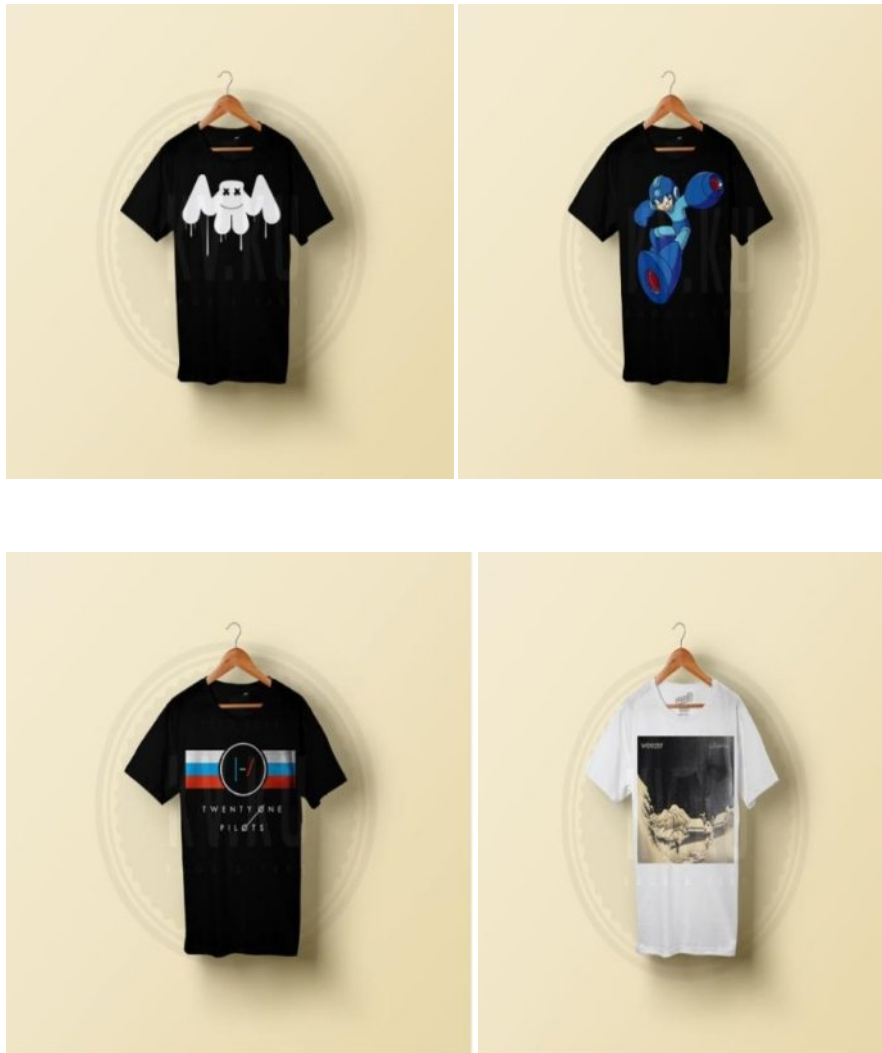
“KVKU” pada awalnya adalah bisnis yang memproduksi tas kain dan pada saat itu penulis belum bergabung pada bisnis tersebut. “KVKU” beralih konsep bisnis dari konveksi tas kain menjadi konveksi pakaian dengan melihat perkembangan bisnis pakaian yang semakin berkembang. Penulis baru mulai bergabung untuk merintis “KVKU” yang difokuskan pada penjualan pakaian. “KVKU” sendiri membebaskan konsumen untuk memilih disain pakaian sesuai dengan selera dan mengeluarkan disain yang unik dan simpel.

Dalam hal pemasaran produk “KVKU” penulis melakukan penawaran dan pemasaran melalui media sosial seperti instagram maupun dengan secara langsung. Konsumen yang tertarik untuk membeli diwajibkan untuk melakukan pembayaran di awal, baru kemudian produk pesanan konsumen masuk ke tahap produksi dan selanjutnya setelah produk jadi dikirim ke alamat konsumen yang dituju.

“KVKU” akan selalu mengutamakan kepuasan konsumen, maka dari itu bila ada *complain* dari konsumen kami akan cepat untuk menanggapi. Kepercayaan dari konsumen ini yang akan membantu “KVKU” untuk semakin berkembang.

Berikut adalah contoh disain pakaian “KVKU” yang dapat dilihat pada Gambar 1.2. :

GAMBAR 1.2.
CONTOH DISAIN PAKAIAN "KVKU"



Sumber : "KVKU", 2016