

BAB III

METODE PELAKSANAAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

3.1 Produksi

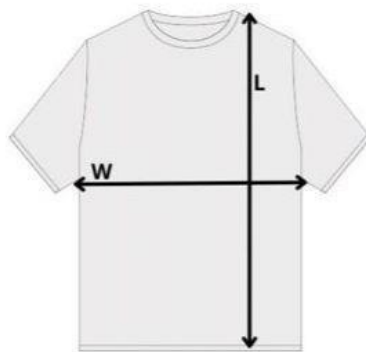
Dalam proses produksi kaos oversize dari Why2K, saya bertugas menjadi designer sekaligus CEO dari brand tersebut. Terdapat proses design yang saya lakukan dalam pembuatan design-design Y2K tersebut. Proses tersebut dilakukan dengan mencari referensi dari berbagai sumber yaitu Pinterest, Instagram, dan juga TikTok. Setelah referensi tersebut telah terkumpul, saya akan melanjutkan ke proses sketching di mana saya membuat draft awal dari sebuah design tersebut. Semua draft design yang telah dibuat lalu akan diselesaikan dengan rapih sehinggalayak untuk diproduksi. Setelah itu design yang sudah dibuat kemudiandipindahkanatau dilakukan mock up dan juga menentukan ukuran design.



Gambar 3.1 Foto Produksi Baju Why2K



Gambar 3.2 Foto Produk Why2K



***PLEASE NOTE THAT OUR CUTTING IS AN OVERSIZED
*BY REFERRING OUR SIZE CHART WE HOPE THAT YOU WILL FIND THE
PERFECT FIT**

SIZE CHART	S	M	L	XL
WIDTH	53	56	58	60
LENGTH	70	73	75	78

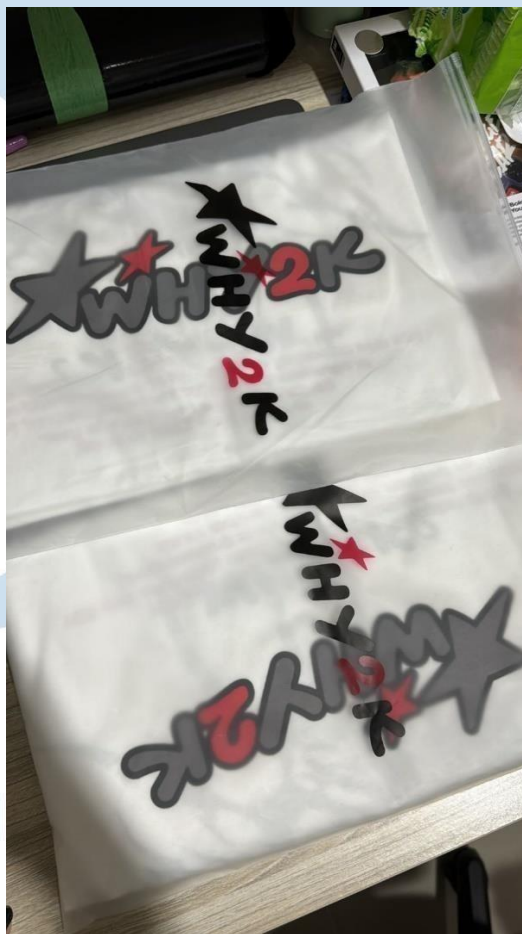
U
M
N

S
A
A

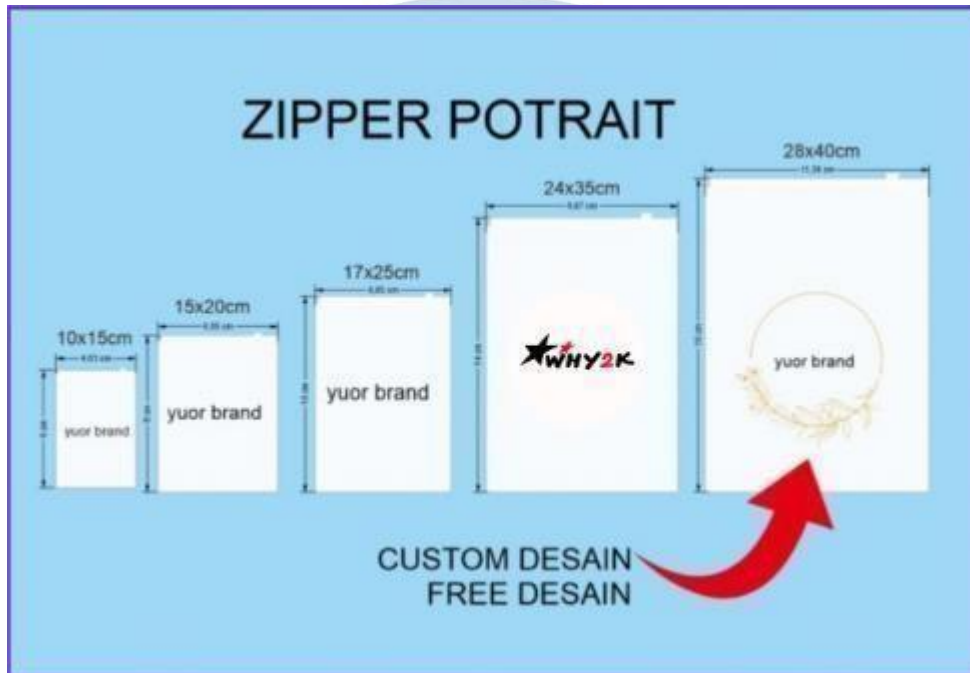
Gambar 3.3 Foto Size Chart Why2K

Sistem produksi yang digunakan oleh brand baju Why2K adalah dengan melalui vendor. Segala proses percetakan, sablon, dan juga penentuan pola semua dilakukan melewati vendor. Agar dapat mencapai kualitas baju yang maksimal, brand Why2K melakukan konsultasi langsung bersama vendor untuk menentukan warna baju, pola yang akan digunakan, size baju, bahan baju, sablon, dan hal-hal lain yang mempengaruhi produk kami. Setelah semua prosedur telah dilewati, vendor akan segera mencetak baju tersebut dan kami tetap berkomunikasi dengan vendor hingga proses pengiriman selesai.

Penulis juga telah membuat design packaging yang akan digunakan untuk membungkus produk kaos dari Why2K. Brand ini memiliki 2 bungkus packaging yaitu dengan menggunakan plastik zipper dan juga box lipat yang berbentuk kotak agar dapat menjamin keamanan dan juga kualitas baju yang ditawarkan oleh brand Why2K. Ketelitian dan juga kualitas packaging yang bagus merupakan salah satu kelebihan yang kami berikan kepada pelanggan agar dapat memuaskan serta membuat mereka senang ketika membeli produk dari Why2K.



Gambar 3.4 Packaging Baju Why2K



Gambar 3.5 Zipper Why2K



Gambar 3.6 Box Why2K



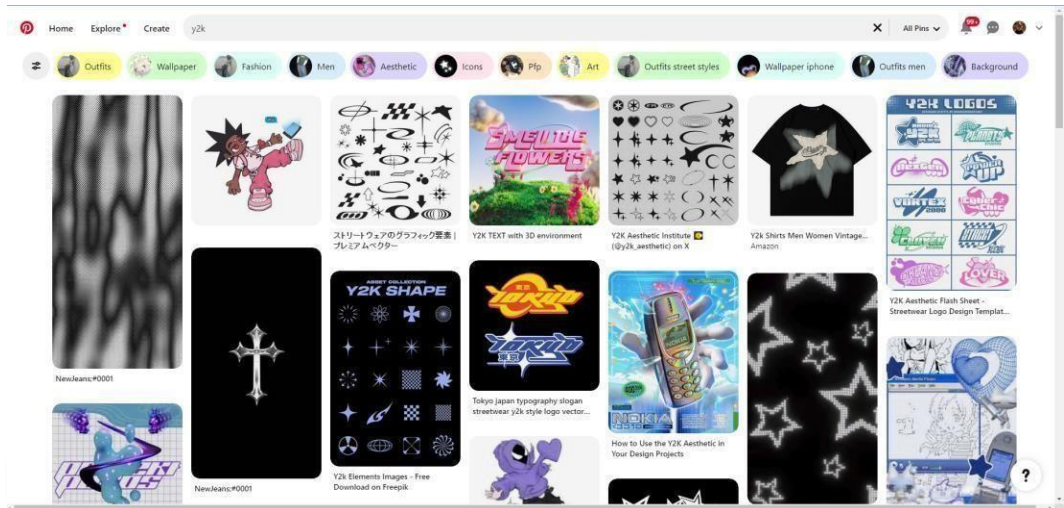
Gambar 3.7 Proses Design Logo Why2K

Why2K memiliki 3 design utama untuk collection 1. Produk tersebut dibuat dan di design sesuai dengan tema Y2K yang kami miliki. Kami juga memberikan nama untuk kaos yang kami produksi agar lebih mudah dibedakan untuk proses operasional dan juga untuk pelanggan. Nama dari produk brand Why2k terdiri dari Why2K Original, Slick, dan juga Neo. Berikut merupakan ketiga nama dari produk kami dengan design style Y2K.

3.1.1 Proses Produksi

Dalam proses produksi dari brand Why2K, terdapat juga beberapa prosedur yang harus dilewati. Dari pembuatan design sampai ke penjualan, proses tersebut merupakan hal pertama yang sangat penting untuk dilakukan.

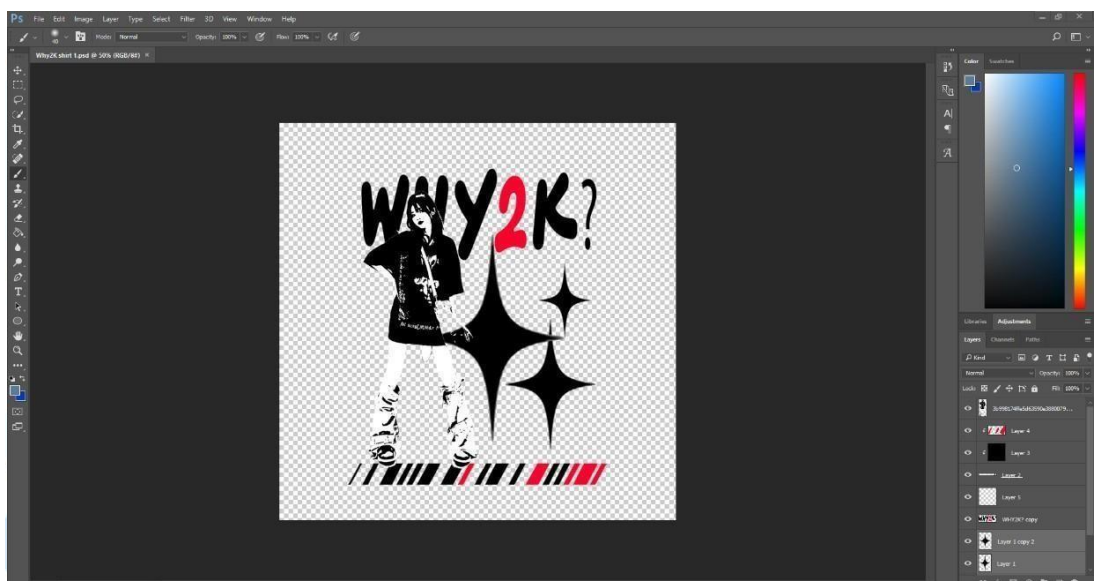
Pertama penulis mencari vendor dan membandingkannya di antara vendor lain melalui Instagram dan juga platform media sosial lainnya seperti Shopee dan TikTok. Penulis juga menanyakan ke beberapa orang di bidang fashion mengenai vendor yang baik dan mempunyai kualitas dan pilihan produksi yang luas. Setelah itu vendor telah didapatkan bernama Companion House. Penulis memulai untuk membuat design dari produk baju Why2K. Karena karakter utama yang dimiliki oleh brand tersebut adalah tema Y2K penulis mulai mencari ide dan aset melalui Pinterest.



Gambar 3.8 Proses Pencarian Ide Melalui Pinterest

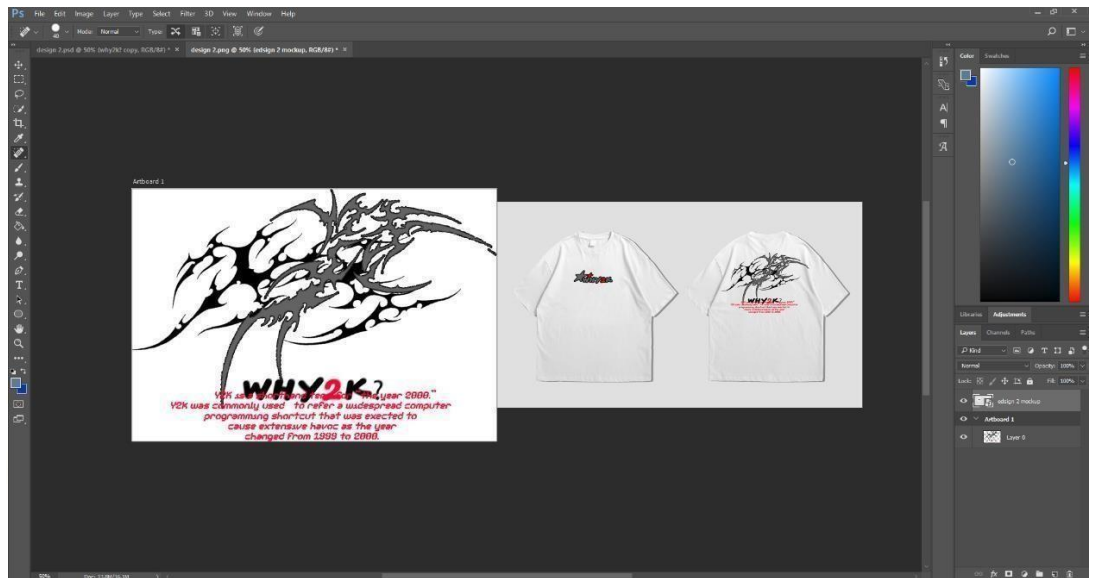
Sumber: Pinterest.com

Setelah ide tersebut didapatkan, maka proses design dapat dilanjutkan. Produk dan design awal yang dibuat oleh Why2K di design oleh penulis dan mendapatkan bantuan juga dari anggota kelompok Why2K. Karena penulis memiliki latar belakang yang berhubungan dengan design maka, penulis mendapatkan ide dan juga mengeksekusi design bertemakan Y2K tersebut.

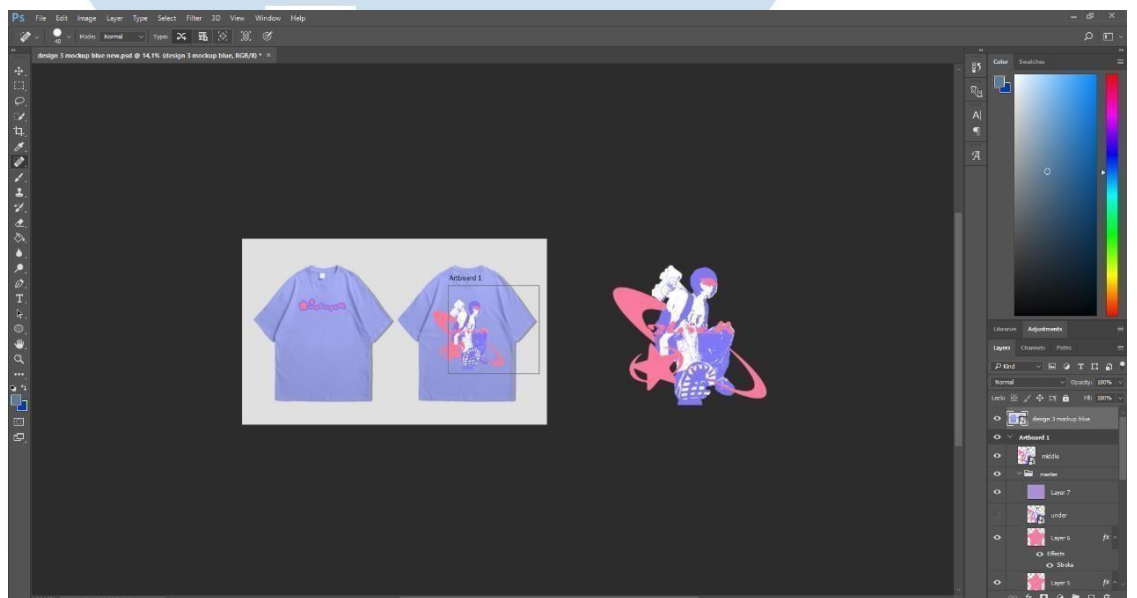


Gambar 3.9 Proses Pembuatan Design Original

N U S A N T A R A



Gambar 3.10 Proses Pembuatan Design Neo



Gambar 3.11 Proses Pembuatan Design Slick

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Setelah semua proses design selesai maka penulis lanjut berkonsultasi bersama vendor dan juga memilih bahan dari kaos oversize, pola yang akan digunakan, ukuran apa saja yang akan dicetak. Setelah semua itu dilalui dan semuanya sudah sesuai, lalu proses pencetakan dan juga pembayaran dari Why2K tersebut dilakukan.

COMPANION

Invoice

MADE WITH HEART

Date: November 1, 2023
 Invoice #: 1
 Customer ID: CLIFFORD WILLIAM

To: NAME CLIFFORD WILLIAM
 COMPANY NAME WHY2K
 ADDRESS
 COUNTRY
 PHONE 0877 8886 7697

Salesperson	Job	Payment Terms	Due Date
Jadhitya	Marketing	Cash	-

Qty	Description	Unit Price	Line Total
12.00	TSHIRT OVERSIZE PUTIH 24S NIRWANA	Rp 75.000,00	Rp 900.000,00
12.00	TSHIRT OVERSIZE PUTIH 24S NIRWANA	Rp 75.000,00	Rp 900.000,00
12.00	TSHIRT OVERSIZE PUTIH 24S NIRWANA	Rp 75.000,00	Rp 900.000,00

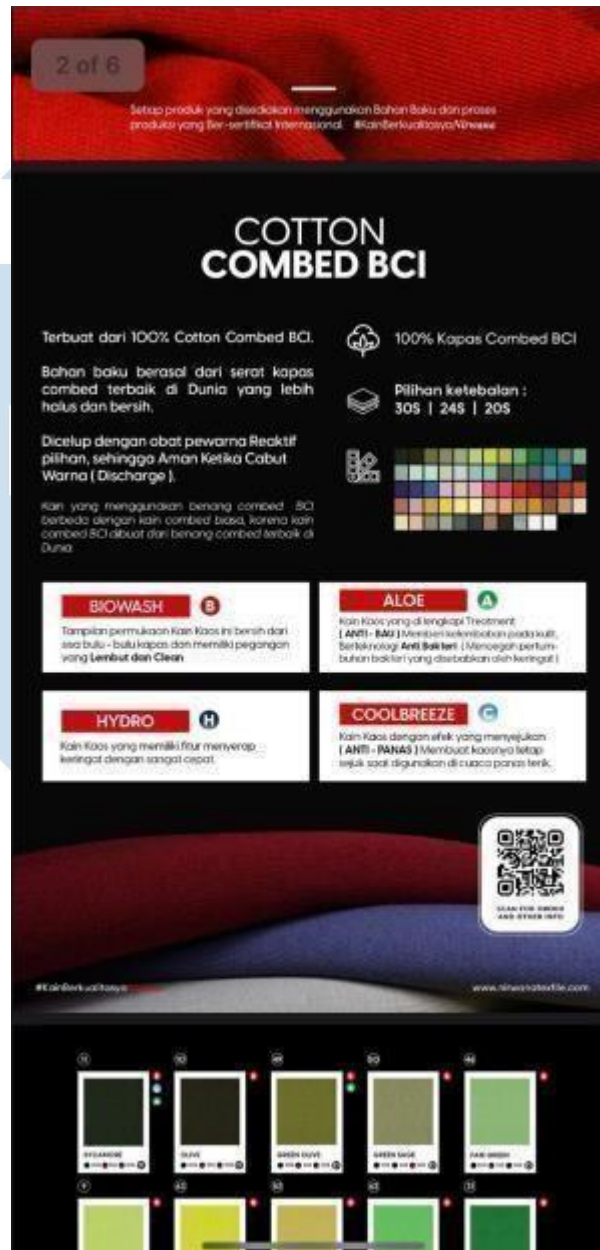
Subtotal Rp 2.700.000,00
 DP
 Total Rp 2.700.000,00

Make all checks payable to [Andre Satria]

Thank you for your business!

[JL.Houkeri III No.31b], [Arcamanik, Cisaranten Kulon] [Companionhouse2020@gmail.com]

Gambar 3.12 Invoice Vendor Companion House

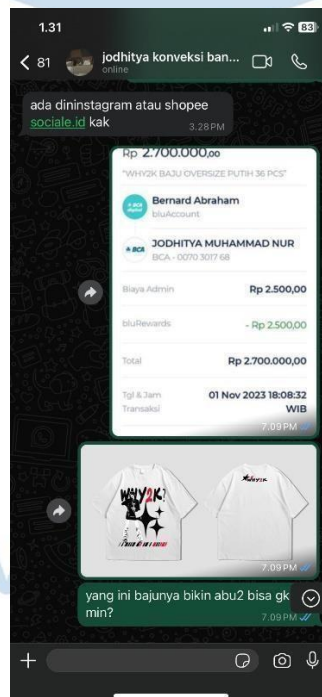


Gambar 3.13 Pemilihan Warna dan Bahan Kaos

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.14 Bukti Chat Konsultasi Vendor



Gambar 3.15 Bukti Pembayaran Kepada Vendor

Proses selanjutnya adalah proses pengiriman dan juga penerimaan barang. Barang yang telah dibuat oleh vendor Companion House diambil di *workshop* yang dimiliki dan berlokasi di TJ. Priok, Jakarta Utara. Setelah stock telah diambil, penulis berkomunikasi bersama CPO untuk menyetorkan barang dan produk sudah siap untuk dijual.



Gambar 3.16 Baju Telah Jadi dan Sampai

3.2 penetapan Harga

Terdapat beberapa faktor yang dapat dipertimbangkan untuk menetapkan harga untuk produk-produk Why2K. Berikut ini adalah perhitungan yang telah dibuat untuk mengetahui harga jual yang layak dan pas untuk Why2K.

1) Total Biaya:

- Biaya Produksi: Rp2.700.000 (Rp75.000/Pcs) = 36 baju
- Biaya Pengemasan: Rp191.500

Total Biaya: Rp2.891.500

2) Titik Impas:

- Titik impas (dalam satuan) = Total biaya tetap / (Harga jual per unit - Biaya variabel per unit)
- Biaya variabel per unit = Biaya produksi per unit + Biaya pengemasan per unit
- Biaya variabel per unit = Total biaya produksi / Jumlah kaos yang diproduksi
- Biaya variabel per unit = Rp 2891500 / 36 = Rp 80319,44
- Titik impas (dalam satuan) = Rp 2891500 / (149000 - 80319,44)
- Titik impas (dalam satuan) \approx 34,26 kaos

3) Harga Jual:

- Harga Jual: Rp149.000
- Pendapatan per 36 baju: Rp5.364.000
- Keuntungan: Rp5.364.000 – Rp2.891.500 = Rp2.472.500

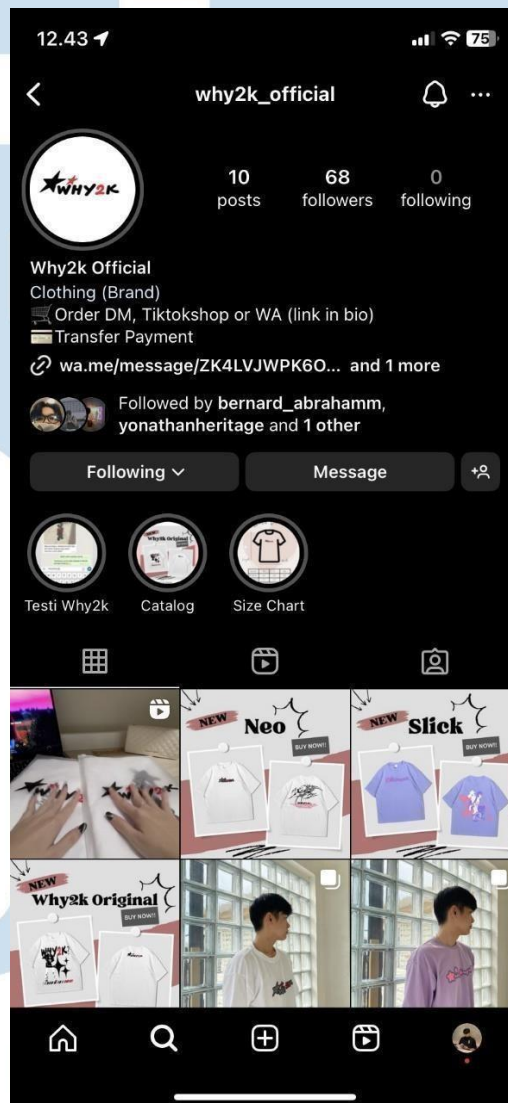
Dengan perhitungan berikut dapat disimpulkan bahwa bisnis Why2K memperoleh keuntungan hampir sebesar 50% dari modal awal. Karena kita memiliki margin keuntungan yang cukup tinggi di harga Rp149.000 maka seluruh anggota sepakat untuk menetapkan harga jual produk Why2K di harga Rp149.000 per bajunya.

3.3 Promosi Target Pasar

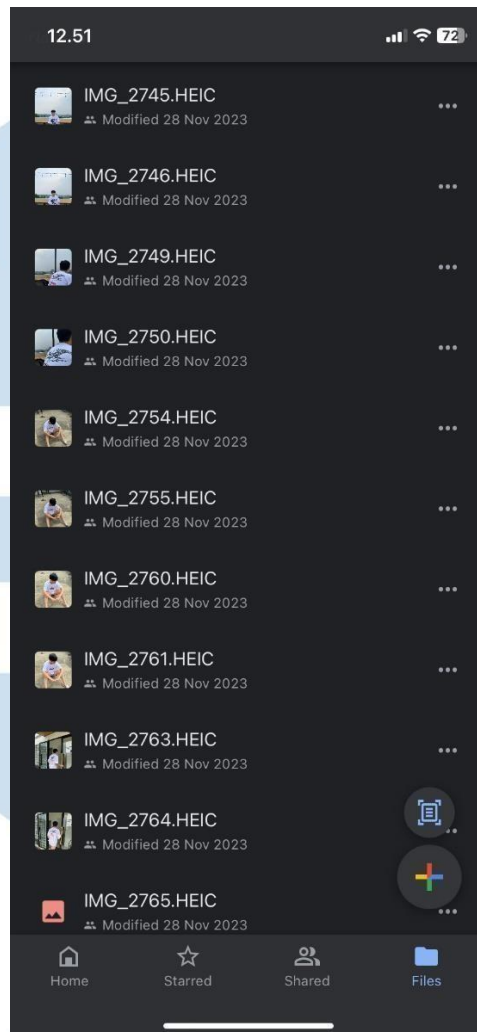
3.3.1 Metode Promosi

Dalam proses penjualan yang dilakukan oleh Why2K untuk meningkatkan keuntungan dan *sales*, terdapat juga beberapa strategi promosi yang kita

lakukan untuk mencapai tujuan tersebut. Hal pertama yang dilakukan oleh penulis dan juga CMO yaitu membuat akun Instagram Why2K. Instagram adalah media sosial utama yang akan kita gunakan untuk menjalankan proses marketing, dan kita juga memiliki TikTok untuk konten dalam bentuk *video*. Penulis telah melakukan beberapa sesi *photoshoot* untuk menjadi konten yang bisa diunggah ke media sosial.



Gambar 3.17 Akun Media Sosial Why2K



Gambar 3.18 Foto Produk Why2K

Dengan berbagai foto tersebut, CMO telah memilih dan mengunggah foto sebagai konten. Selain *photoshoot* yang dilakukan, penulis juga telah membuat design poster bertema Y2K yang digunakan untuk penambahan konten awal dari Instagram Why2K. Poster tersebut juga kita cetak untuk dipamerkan saat *demo day* di UMN. Untuk meningkatkan *sales* dan penjualan dari brand Why2K anggota Why2K memulai dari menawarkan kepada orang-orang terdekat, teman, serta keluarga agar bisa meningkatkan *awareness* orang-orang terhadap brand baru kami. Proses penawaran melalui *mouth to mouth* ini berjalan hingga sekarang karena metode tersebut merupakan metode yang bagus untuk permulaan bisnis. Kami juga

mengadakan promosi dalam bentuk *pricing* yaitu menurunkan harga jual dari produk Why2K dari Rp199.000 menjadi Rp149.000. Dengan harga yang terjangkau untuk kebanyakan orang, diskon atau promosi tersebut dapat menjadi cara promosi yang baik untuk mendorong kemauan membeli konsumen Why2K.

3.3.2 Sgmentasi Pasar

Dalam target pasar kami, market penyebaran product fashion yang akan kami tuju yaitu kepada pengguna Instagram, dan Tiktok dikarenakan kedua platform tersebut banyak digunakan oleh Gen Z untuk berbelanja. Selain itu Tiktok dan Instagram sering digunakan untuk berjualan online sehingga dapat menarik banyak pelanggan dengan berjualan online yaitu seperti tiktok live atau instagram live. Pengguna Instagram pada Gen Z yaitu mencapai 86,45% dan tiktok mencapai 41,79%, persentase tersebut menunjukan cukup banyak dalam penggunaan social media tersebut, maka kami perlu memakai iklan pada Instagram dan Tiktok dalam penyebaran produk agar dapat dikenal oleh banyak user Tiktok dan Instagram dengan mudah dan lebih cepat. Berikut ini merupakan segmentasi yang dilakukan oleh Why2K untuk menentukan target pasarnya.

1) Demografis:

- Usia: GEN Z hingga dewasa (usia 12-30)
- Pendapatan: Memiliki pendapatan menengah keatas bagi konsumen yang sadar mengenai keuangan dan anggaran.
- Jenis Kelamin: Laki-laki dan perempuan.

2) Psikografis:

- Gaya Hidup: Individu yang *trendy* dan menghargai kenyamanan dan mengekspresikan dirinya melalui pakaian dan *style*.
- Minat: Individu yang tertarik dengan *streetwear*, kaos *oversize*, *fashion*, dan pakaian dengan design yang unik.
- Nilai: Pelanggan yang menghargai seni atau gambar *grafik* dan menginginkan kualitas tinggi dalam suatu barang.

3) Geografis:

- Tempat Tinggal: Orang-orang yang tinggal di Indonesia khususnya di JABODETABEK dan Tangerang.

4) Perilaku:

- Orang-orang yang lebih memilih kaos *oversize* dibandingkan dengan kaos biasa yang memiliki ukuran pas
- Tertarik dengan design yang ditawarkan oleh brand yaitu *style Y2K*.

Dengan adanya pembagian segmentasi dalam pasar tersebut, Why2K dapat mengetahui *market* yang cocok dan yang harus dituju untuk menambah penjualan dari produk Why2K. Target pasar utama yang kita ingin capai akan kita salurkan melalui platform *E-Commerce* . Maka dari perkembangan *E-Commerce* tersebut fashion adalah hal ke-2 yang dicari melalui toko *E-Commerce* yang disebabkan hal tersebut membuat Gen Z lebih mudah mencari fashion yang sesuai dengan harga dan dapat memilih berbagai macam model design yang disukai. Banyak Gen Z yang menyukai berbelanja melalui *E-Commerce* yang dikarenakan lebih banyak promo, lebih mudah karena dapat di antar kerumah, mempunyai banyak pilihan dari berbagai macam toko, lalu memakan waktu yang cukup cepat dan lebih efisien. Selain itu jika mencari melalui toko fisik, pilihan lebih sedikit dan harga cenderung lebih mahal.

Dalam praktek langsung, kita memula menargetkan pasar kita kepada mahasiswa UMN dan juga orang-orang yang tinggal di sekitar wilayah Tangerang. Karena mahasiswa UMN memiliki *style* yang bagus dan *trendy*, produk yang ditawarkan oleh brand Why2K sangat cocok untuk disebar dan dengan harga yang terjangkau, Why2K dapat mulai meningkatkan *sales* dan penjualan yang mereka lakukan.

3.4 Tahapan Pekerjaan yang Dilakukan Dalam MBKM Kewirausahaan

Dalam program MBKM Kewirausahaan, penulis dengan jabatan CEO memiliki pekerjaan dan juga alur pekerjaan yang dilakukan selama membuat bisnis baju yaitu Why2K. Penulis melakukan berbagai hal dari berkomunikasi dan bekerja sama bersama tim atau anggota, serta melakukan berbagai kegiatan operasional yang dapat membantu Why2K. Berikut ini adalah alur pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selaku CEO dari brand Why2K di dalam program MBKM Kewirausahaan.

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1	Design Baju dan Vendor	Penulis mulai mencari dan membandingkan vendor yang cocok untuk dipakai dalam brand Why2K serta membuat design bertemakan Y2K untuk baju oversize yang akan dijual
2	2	Pemesanan <i>Packaging</i> dan Design Logo	Setelah baju sudah terbuat dan tercetak, sebelum masuk ke tahap penjualan, penulis dan CMO membuat desain <i>packaging</i> dan logo Why2K agar baju dapat dikemas dengan baik dan siap dijual kepada konsumen.
3	3	Photoshoot Untuk Konten Media Instagram	Setelah semuanya telah selesai dan produk sudah diterima, penulis melakukan sesi foto menggunakan 3 produk baru dari Why2K untuk

			diunggah ke media sosial sebagai konten pertama dari Why2K
4	6	Desain Poster dan Demo Day	Penulis membuat poster untuk dicetak sebagai dekorasi dan juga konten untuk Instagram serta untuk pajangan <i>Demo Day</i> yang diadakan di Universitas Multimedia Nusantara.
5	7	Demo Day	Seluruh anggota dari Why2K mengikuti acara <i>Demo Day</i> yang berlokasi di UMN untuk mempamerkan serta menjual produk baju <i>oversize</i> .
6	8	Sales dan Marketing	Penulis dan seluruh anggota dari Why2K terutama CMO memikirkan ide untuk membuat konten dan juga rencana marketing yang akan dibuat. Kita juga mendorong penjualan dengan cara menawarkan ke kerabat, keluarga, serta rekan-rekan dari anggota secara <i>mouth to mouth</i> .
7	9	Peningkatan Sistem Operasional	Karena banyak hal yang harus dipantau dalam berbagai aspek operasional, maka penulis bekerja sama bersama anggota untuk membuat berbagai dokumen operasional. Penulis bekerja sama dengan CFO untuk membuat tabel pemasukan serta laporan keuangan

			Why2K, selain itu penulis juga bekerja sama bersama COO untuk membuat dokumen stok produk yang dimiliki oleh Why2K.
8	10	Pembuatan Produk Baru	Karena penjualan sudah mulai meningkat dan stok semakin menipis, penulis bersama dengan CPO membuat <i>design</i> dan juga produk baru yaitu kaos <i>oversize</i> baru dan juga <i>sticker pack</i> . Why2K berniat untuk menjual dan meningkatkan kembali <i>sales</i> agar dapat memperoleh semakin banyak keuntungan.

3.5 Uraian Pelaksanaan Kerja Dalam MBKM Kewirausahaan

Penulis melakukan berbagai pekerjaan dengan perannya sebagai CEO. Dari proses produksi, pemasaran, dan juga penjualan, penulis memiliki perannya dan terdapat berbagai praktik pelaksanaan kerja yang telah dilakukan.

Pertama dalam konsultasi dengan pembimbing atau *mentor*, penulis telah mendapatkan berbagai tugas seperti bekerja sama dengan anggota-anggota lain untuk membuat berbagai alat operasional seperti *Google Docs*, *Google Sheets* untuk pemasaran, keuangan, serta stok barang yang dimiliki. Hal utama yang dilakukan oleh penulis adalah bekerja sama dengan CPO untuk merancang *design* serta produk baru yang akan dijual untuk meningkatkan pemasukan dari Why2K.

3.5.1 Proses Pelaksanaan

Pekerjaan yang dilakukan penulis pada tahap awal memulai program MBKM kewirausahaan dan juga bisnis Why2K adalah mengurus proses

produksi dari mencarikan vendor, merancang *design* baju *oversize*, dan juga sampai ke pencetakan baju serta *packaging*. Hal pertama yang dilakukan oleh penulis adalah mencari ide Y2K yang akan diimplementasikan ke dalam produk dan *branding* dari Why2K. Penulis membuat logo yang akan digunakan di semua produk Why2K sebagai tanda *trademark*. Setelah itu, penulis membuat 3 *design* utama untuk produk baju *oversize* dari Why2K yaitu *design original*, *design neo*, dan juga *design slick*. Setelah itu, penulis melakukan *photoshoot* untuk konten di media sosial dan juga membuat beberapa *design* poster yang digunakan untuk *demo day*. Di luar pekerjaan *design* dan juga berkomunikasi dengan anggota-anggota dan vendor, penulis juga merencanakan pembuatan produk baru yang berupa *sticker pack* dan juga *design* baju baru. Setelah menjual beberapa produk dan menghabiskan stok baju lama, penulis membuat produk-produk baru yang dapat dijual untuk meningkatkan pendapatan Why2K. Selain itu, penulis lanjut bekerja sama bersama anggota-anggota dan memantau sisi operasional dari Why2K.

3.5.1.1 Proyek 1 Desain Logo

Dalam proyek pertamanya ini, penulis fokus pada penciptaan logo yang menjadi langkah awal dalam strategi branding untuk Why2K. Logo ini dikembangkan dengan cermat menggunakan perangkat lunak desain Photoshop, memanfaatkan beragam referensi dan aset dari Pinterest untuk memperkaya ide kreatif. Proses desain ini melibatkan eksplorasi warna, bentuk, dan gaya yang dapat mewakili esensi merek secara keseluruhan. Dengan hadirnya logo Why2K, terbentuklah juga *trademark* atau simbol yang mencerminkan identitas kuat merek tersebut, yang kemudian diimplementasikan secara konsisten di semua produk baju *oversize* Why2K. *Trademark* ini tidak hanya menjadi elemen visual yang khas, tetapi juga berfungsi sebagai penanda kualitas dan gaya yang membedakan Why2K dari merek lain di pasaran. Dengan simbol ini, pelanggan dapat dengan

mudah mengenali produk Why2K, memperkuat identitas merek dan menciptakan asosiasi positif dengan kualitas serta keunikan desain produk.



Gambar 3.19 Perancangan Logo Why2K

3.5.1.2 Proyek 2 Pembuatan Desain Utama Why2K

Penjelasan dari proyek 2. Setelah logo terbuat, penulis membuat tiga desain utama yang menjadi produk awal dari Why2K. Setiap desain dirancang dengan cermat untuk mencerminkan visi dan konsep merek, memastikan bahwa produk-produk ini menarik perhatian pelanggan dan sesuai dengan identitas merek. Setelah itu, desain tersebut diproses melalui vendor terpercaya, yang memastikan bahwa kualitas bahan dan hasil akhir memenuhi standar tinggi yang ditetapkan oleh Why2K. Setelah selesai diproduksi, produk-produk ini dipaketkan dengan hati-hati, menggunakan desain kemasan yang juga diciptakan oleh penulis. Kemasan ini dirancang khusus untuk melindungi produk, sambil tetap mempertahankan estetika merek yang konsisten. Setiap paket disiapkan dengan cermat, sehingga produk baju tersebut siap untuk dijual ke pasar dengan daya tarik yang optimal dan memberikan pengalaman pembelian yang menyenangkan bagi pelanggan.

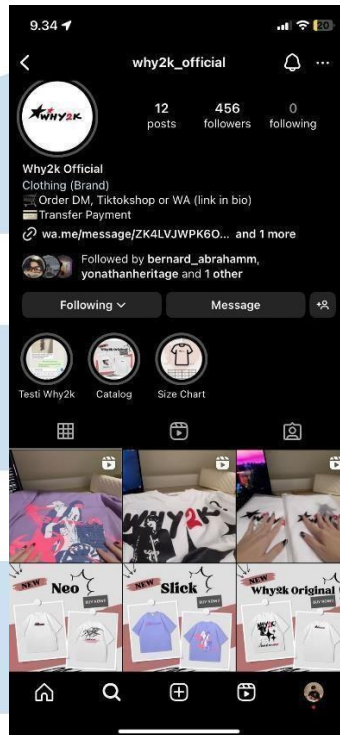


Gambar 3.20 Produk Awal Why2K

3.5.1.3 Proyek 3 Marketing Campaign

Selain membuat produk dan desain, penulis juga bekerja sama dengan Chief Marketing Officer (CMO) untuk mengembangkan konten mediasosial serta konten pemasaran yang strategis. Kerja sama ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap aspek pemasaran selaras dengan visi dan identitas merek Why2K. Langkah pertama yang diambil oleh penulis adalah melakukan sesi pemotretan profesional untuk menampilkan produk-produk Why2K yang telah selesai diproduksi. Pemotretan ini direncanakan dengan teliti, mempertimbangkan berbagai elemen seperti pencahayaan, latar belakang, dan pengaturan model, sehingga dapat menciptakan gambar yang memancarkan karakter dan kualitas merek.

Tujuan utama dari sesi foto ini adalah untuk menghasilkan konten berkualitas tinggi yang dapat digunakan di berbagai platform media sosial. Setiap gambar dipilih dengan hati-hati untuk mencerminkan estetika merek, memamerkan detail desain produk, dan menarik perhatian calon pelanggan. Selain itu, gambar-gambar ini juga digunakan sebagai bagian dari strategi pemasaran yang lebih luas, mencakup kampanye iklan digital, materi promosi, dan bahkan kolaborasi dengan influencer. Dengan pendekatan ini, konten yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga membantu membangun komunitas dan loyalitas pelanggan yang kuat bagi Why2K.



Gambar 3.21 Instagram Why2K

3.5.1.4 Proyek 4 Peningkatan Sistem Operasional

Dalam proyek ini, penulis bekerja sama erat dengan anggota-anggota tim Why2K untuk menyusun berbagai laporan melalui Google Sheets. Penulis menjalin komunikasi aktif dengan Chief Marketing Officer (CMO), Chief Financial Officer (CFO), dan Chief Operating Officer (COO) guna merancang dan menyusun laporan keuangan, laporan stok dan persediaan, serta rencana pemasaran yang akan dijalankan.

Laporan keuangan berfungsi sebagai alat yang memberikan gambaran lengkap tentang kesehatan finansial perusahaan. Laporan ini mencakup arus kas, pendapatan, pengeluaran, dan laba rugi, memungkinkan perusahaan untuk memahami posisi keuangan secara menyeluruh. Laporan stok dan persediaan memberikan informasi yang akurat mengenai tingkat inventaris produk, membantu dalam pengambilan keputusan terkait produksi dan penjualan. Sementara itu, rencana pemasaran dikembangkan melalui

diskusi mendalam dengan tim pemasaran, mengidentifikasi target pasar dan strategi distribusi yang optimal.

Selain itu, laporan ini digunakan sebagai alat pemantau untuk semua bentuk operasional, memberikan visibilitas menyeluruh yang memungkinkan tim manajemen Why2K mendeteksi potensi masalah sejak dini dan segera mengambil tindakan korektif. Catatan dan laporan ini juga menjadi alat bantu penting dalam merancang langkah-langkah strategis yang akan memastikan pertumbuhan dan kelangsungan bisnis Why2K. Dengan pendekatan yang sistematis ini, setiap keputusan strategis dibuat berdasarkan data yang terpercaya, menciptakan fondasi yang kuat untuk pengembangan bisnis ke depannya..

STOK AWAL 30		STOK SEKARANG		PENGELUARAN BAJU	
	STOK		SISA STOK	KETERANGAN	JUMLAH
12 WHY2k Original		12 WHY2k Original			
M	4	M	4	cliff,cete,yoyo,william,bernard	5
L	5	L	5	dibeli bernard	1
NL	4	NL	1	dibeli william	2
				pak gema	1
				mama yoyo	1
12 Neo		12 Neo		cete	2
M	4	M	4	cliff	2
L	4	L	0		
NL	4	NL	0		
12 Slick		12 Slick			
M	4	M	1		
L	4	L	3		
NL	4	NL	0		
TOTAL SEMUA	37	TOTAL SEMUA	18	TOTAL	14

Gambar 3.22 Awal Pembuatan Tabel Stok Produk Why2K

Dalam pembuatan *google sheets* terdapat juga tabel yang berisi rencana *marketing* yang akan dilakukan oleh CMO. Perincian dari tabel tersebut meliputi tanggal menunggah *video*, aplikasi yang akan digunakan, serta keterangan dari apa yang ingin diunggah.

Tanggal Post	Social Media	Keterangan
Mon, 22 Apr 24	Instagram	Mengupload feeds dan story design Why2k Original
Tue, 23 Apr 24	Instagram	Mengupload feeds dan story design Slick
Wed, 24 Apr 24	Instagram	Mengupload feeds dan story design Neo
	Instagram	Mengupload story Size Chart baju Why2k
Mon, 29 Apr 24	Instagram	
	Tiktok	

Gambar 3.23 Marketing Schedule

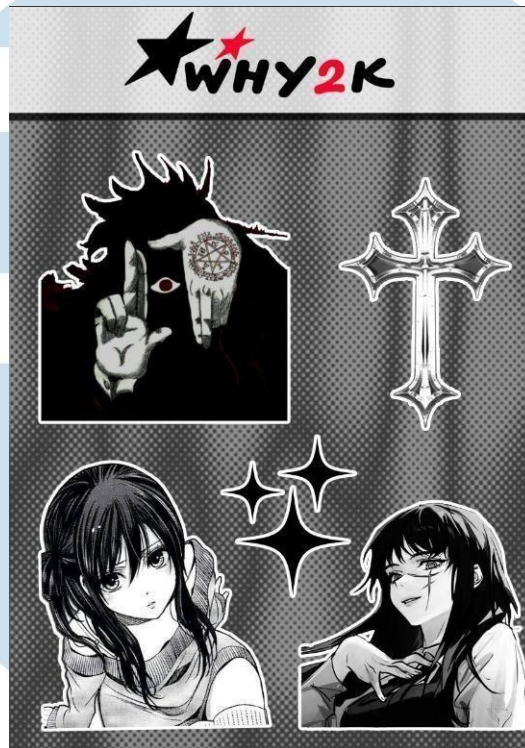
3.5.1.5 Proyek 5 Pembuatan Produk Baru

Dalam waktu dekat, penulis telah merancang berbagai produk dandesain baru sebagai bagian dari strategi ekspansi produk Why2K. Salah satu produk baru yang dikembangkan adalah sticker pack bertema Y2K. Penulis menggabungkan elemen-elemen branding Why2K yang khas ke dalam desain sticker pack ini, memastikan bahwa produk tersebut selaras dengan identitas merek. Setiap sticker pack mencakup berbagai desain yang menarik dan dibuat dalam dua macam variasi. Biaya produksi untuk setiap lembar A3 sekitar Rp10.000, dan setiap lembar berisi empat sticker pack. Harga jual per sticker pack ditetapkan sekitar Rp20.000 per produk, memberikan keuntungan yang cukup signifikan dan membuka peluang untuk memperluas pasar.

Selain merancang sticker pack, penulis bekerja sama dengan Chief Product Officer (CPO) untuk mengembangkan koleksi baju dengan desain yang baru. Dalam koleksi terbaru ini, baju memiliki warna abu-abu, yang berbeda dari produk sebelumnya. Penulis secara khusus mencari vendor yang mampu mencetak dan memproduksi baju tersebut sesuai dengan standar kualitas Why2K, memastikan bahwa produk ini siap untuk dijual.

Dengan kolaborasi antara penulis dan CPO, produk baru ini dibuat dengan mempertimbangkan tren pasar terkini dan kebutuhan pelanggan. Selain itu, produk baru ini memberikan variasi yang lebih luas bagi pelanggan, memperkuat portofolio Why2K dan meningkatkan daya tariknya di pasar. Seluruh proses pengembangan ini mencerminkan upaya

penulis untuk menjaga relevansi dan daya saing merek melalui inovasi produk yang berkelanjutan.



Gambar 3.24 Sticker Pack 1

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.25 Sticker Pack 2



Gambar 3.26 Desain Why2K Alucard

N U S A N T A R A

3.5.2 Kendala yang Ditemukan

Dalam pelaksanaan program MBKM kewirausahaan ini, terdapat berbagai kendala yang dialami oleh Why2K yang dapat menimbulkan masalah jika tidak diatasi. Masalah paling besar yang timbul berada pada bidang *sales* dan *operation* Why2K. Anggota kurang efisien dalam menjualkan produk-produknya serta kurangnya *marketing* atau pemasaran yang berjanlan mengakibatkan kurangnya kehadiran dalam media sosial kami.

Kendala awal yang dialami oleh Why2K adalah kurangnya kontribusi untuk menjual baju. Setiap anggota lebih banyak memfokuskan diri kepada tugas yang diberikan dan meningkatkan kinerja dan sistem operasional dibandingkan dengan mengejar penjualan dari baju Why2K. Terdapat juga kendala kecil seperti keterlambatan vendor dan juga komunikasi yang buruk dengan vendor. Setelah semua asalah tersebut terkendali, masalah terbesar yang masih kami alami hingga sekarang adalah kurang koordinasi antar anggota sehingga proses penjualan kurang efektif dan tidak efisien.

3.5.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dalam mengatasi berbagai kendala yang dihadapi oleh Why2K, anggota tim perlu merencanakan solusi yang efektif agar bisnis dapat beroperasi dengan lancar dan menghasilkan keuntungan yang optimal. Salah satu masalah utama yang dihadapi adalah kurangnya daya penjualan dari produk yang dimiliki, khususnya dalam bidang sales. Solusi yang diusulkan adalah dengan melakukan pembagian jatah penjualan kepada setiap anggota Why2K. Setiap anggota diberi tanggung jawab untuk menjual sejumlah baju tertentu, misalnya 5 baju per anggota. Dengan cara ini, penjualan tidak hanya ditangani oleh pihak marketing atau Chief Marketing Officer (CMO) saja, tetapi oleh seluruh anggota tim. Hal ini dapat meningkatkan keterlibatan semua anggota dalam proses penjualan dan memperluas jaringan pelanggan potensial. Selain itu, untuk mendorong penjualan, tim juga memutuskan untuk menambahkan berbagai promo, seperti diskon tambahan melalui platform TikTok Shop dan gratis ongkos kirim. Promosi ini diharapkan dapat meningkatkan minat dan pembelian dari pelanggan potensial, serta

meningkatkan eksposur merek di media sosial. Selain masalah penjualan, terdapat juga kendala terkait stok dan sisa barang yang dimiliki oleh Why2K. Untuk mengatasi hal ini, anggota tim bekerja sama dengan Chief Financial Officer (CFO) dan Chief Operating Officer (COO) untuk membuat sistem pencatatan keuangan yang lebih baik. Mereka membuat spreadsheet Google untuk mencatat semua transaksi dan informasi keuangan terkait, serta melakukan pencatatan ulang terhadap ketersediaan baju yang dimiliki dan pencatatan terhadap baju yang telah terjual. Dengan cara ini, diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dalam manajemen stok dan keuangan, serta memberikan visibilitas yang lebih baik terhadap performa bisnis secara keseluruhan.

