



LAPORAN AKHIR

“Spizartel” sebagai bisnis ekspor kerah lepas-pasang(*detachable collar*) bersifat kreatif

**BIDANG KEGIATAN:
PKM-K**

Diusulkan oleh:

Habibi Yasin	D24120056/2012
Aditya Sandi Nugroho	B04120153/2012
Faisal Rahman	G84110020/2011
Markistiandi S. F.	D24120050/2012
Zirzis Rifaldianto	C14120072/2012

**INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2012**

**HALAMAN PENGESAHAN PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA
LAPORAN AKHIR**

1. Judul Kegiatan : "Spizartel" sebagai bisnis ekspor kerah lepas-pasang
(*detachable collar*) bersifat kreatif
2. Bidang Kegiatan : PKM-P PKM-K PKM-T
 PKM-M
3. Ketua Pelaksana Kegiatan
- a. Nama Lengkap : Habibi Yasin
 - b. NIM : D24120056
 - c. Jurusan : Ilmu Nutrisi dan Teknologi Pakan
 - d. Institut : Institut Pertanian Bogor (IPB)
 - e. Alamat Rumah : Jl. Subur No.28 RT.009/08 Kel:
Lenteng Agung, Kec: Jagakarsa,
Jakarta Selatan, DKI Jakarta.
 - f. Alamat email : habibiyasin91@gmail.com
4. Anggota Pelaksana Kegiatan/ Penulis : 5 orang
5. Dosen Pembimbing
- a. Nama Lengkap dan Gelar : Laily Dwi Arsyianti S.E., M.Sc
 - b. NIDN : 19830724
 - c. Alamat Rumah dan No Tel./HP : Greenland Residence blok HH6
no. 8, Bukit Cimanggu City, Kota
Bogor, Jawa Barat
6. Biaya Kegiatan Total :
- a. Dikti : Rp. 9.500.000,-
 - b. Sumber lain : -
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : 5 bulan

Bogor, 22 Juli 2013

Menyetujui,

Ketua Departemen Ilmu Nutrisi dan
Teknologi Pakan



Dr. Ir. Idat Galih Permana, M.Sc.Agr.
NIP.196705061991031001

Wakil Rektor Bidang Akademik dan
Kemahasiswaan



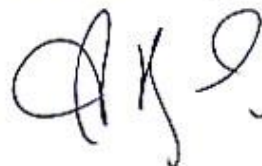
& Prof. Dr. Ir. Yenny Koesmarvono, M.S
NIP. 195812281985031003

Ketua Pelaksana Kegiatan



Habibi Yasin
NIM. D24120056

Dosen Pembimbing



Dr. Laily Dwi Arsyianti S.E., M.Sc
NIDN. 19830724

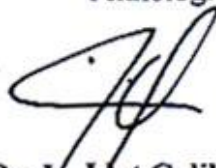
**HALAMAN PENGESAHAN PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA
LAPORAN AKHIR**

1. Judul Kegiatan : "Spizartel" sebagai bisnis ekspor kerah lepas-pasang
(*detachable collar*) bersifat kreatif
2. Bidang Kegiatan : PKM-P PKM-K PKM-T
 PKM-M
3. Ketua Pelaksana Kegiatan
- a. Nama Lengkap : Habibi Yasin
 - b. NIM : D24120056
 - c. Jurusan : Ilmu Nutrisi dan Teknologi Pakan
 - d. Institut : Institut Pertanian Bogor (IPB)
 - e. Alamat Rumah : Jl. Subur No.28 RT.009/08 Kel:
Lenteng Agung, Kec: Jagakarsa,
Jakarta Selatan, DKI Jakarta.
 - f. Alamat email : habibiyasin91@gmail.com
4. Anggota Pelaksana Kegiatan/Penulis : 5 orang
5. Dosen Pembimbing
- a. Nama Lengkap dan Gelar : Laily Dwi Arsyianti S.E., M.Sc
 - b. NIDN : 19830724
 - c. Alamat Rumah dan No Tel./HP : Greenland Residence blok HH6
no. 8, Bukit Cimanggu City, Kota
Bogor, Jawa Barat
6. Biaya Kegiatan Total :
- a. Dikti : Rp. 9.500.000,-
 - b. Sumber lain : -
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : 5 bulan

Bogor, 22 Juli 2013

Menyetujui,

Ketua Departemen Ilmu Nutrisi dan
Teknologi Pakan



Dr. Ir. Idat Galih Permana, M.Sc.Agr.
NIP.196705061991031001

Ketua Pelaksana Kegiatan



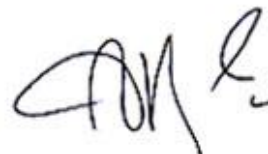
Habibi Yasin
NIM. D24120056

Wakil Rektor Bidang Akademik dan
Kemahasiswaan



& Prof. Dr. Ir. Yonny Koesmarvono, M.S
NIP. 195812281985031003

Dosen Pembimbing



Dr. Laily Dwi Arsyianti S.E., M.Sc
NIDN. 19830724

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Kerah(*collar*) adalah bagian teratas dari sebuah pakaian yang menandakan jika pakaian tersebut adalah pakaian yang formal dan sopan. Kerah terbagi menjadi tiga jenis yaitu kerah rebah(*flat collar*), kerah rol (*roll collar*), kerah tegak(*stand collar*). Searah perkembangan zaman modern, terbentuklah inovasi baru yaitu kerah lepas-pasang. Kerah lepas-pasang(*detachable collar*) merupakan aksesoris baru berbentuk seperti kerah yang mirip dengan kalung, tetapi memiliki sentuhan berbeda. Kerah lepas-pasang ini populer dikalangan wanita eropa karena masih jarang terdengar di kalangan pria karena pria tidak suka mengenakan aksesoris bila tidak dibutuhkan seperti jam tangan.

Kerah ini memiliki potensi besar untuk dijadikan barang ekspor karena ini merupakan produk yang unik dan jarang dilihat oleh masyarakat. Kerah ini juga berpotensi untuk diminati oleh kalangan anak-anak, remaja maupun dewasa yang menginginkan gaya berpakaian trendy dan unik. Oleh karena itu kami mendesain kerah lepas-pasang ini secara sederhana tetapi bergaya untuk menambah kreativitas dibidang fashion serta harganya pun terjangkau. Di pasar internasional, konsumen fashion mencari sesuatu yang unik dan jarang ditemui sehingga bila digunakan akan menarik perhatian dari orang lain, oleh karena itu kerah lepas-pasang ini akan sangat diminati oleh pasar tersebut.

Perumusan Masalah

Masalah yang melatarbelakangi ini adalah:

1. Masyarakat lebih menyenangi pakaian berbahan kaos daripada pakaian berkerah.
2. Mahasiswa diwajibkan untuk memakai pakaian berkerah untuk mengikuti perkuliahan.

Tujuan Program

Program ini bertujuan untuk :

1. Mendapatkan profit.
2. Memperkenalkan dan menjadikan trend terbaru di kalangan masyarakat dunia sehingga produk ini dapat ekspor.
3. Memudahkan mahasiswa dalam mengikuti SOP perkuliahan.
4. Menambah jiwa kreativitas dan kewirausahaan pada mahasiswa.
5. Mendirikan usaha mandiri yang dapat memberi peluang kerja bagi masyarakat.

Luaran yang Diharapkan

Terbukanya usaha ini diharapkan membuka peluang untuk menjadi bisnis ekspor dan memberikan lebih banyak lowongan pekerjaan bagi masyarakat.

Kegunaan Program

Program ini memiliki kegunaan bagi berbagai pihak

1. Untuk pribadi

Kegunaan untuk tim ini salah satunya dalam proyek ini kami selain mendapatkan keuntungan profit, dapat juga mengembangkan soft skill berupa kewirausahaan.

2. Untuk mahasiswa

Mahasiswa sendiri dapat menggunakan kerah lepas-pasang ini untuk kepentingan sendiri dalam memanfaatkan kaos yang ada menjadi kaos yang memenuhi SOP perkuliahan dengan cara memakaikan kerah ini pada kaos tersebut yang akan merubah kaos tersebut menjadi kaos berkerah.

Selain untuk kepentingan konsumsi mahasiswa, program ini dapat juga dimanfaatkan untuk melatih keahlian dalam bidang wirausaha sehingga mahasiswa bisa mendapatkan keuntungan yang menjadikan mahasiswa mandiri dan penuh kreativitas dan menumbuhkan daya saing untuk melatih diri dalam menjalani dunia kewirausahaan di dunia luar yang penuh dengan persaingan ketat.

3. Untuk masyarakat

Saat ini masyarakat lebih menyenangi pakaian berbahan kaos tetapi dengan adanya inovasi ini, diharapkan menjadi trend terbaru dikalangan masyarakat dan mengenalkan ide menarik ini bahwa mengenakan pakaian berkerah itu tidak sesulit yang dikira. Oleh karena itu, inovasi terbaru ini akan menciptakan trend terbaru dan lapangan pekerjaan di kalangan masyarakat dunia khususnya Indonesia.

Program ini dapat digunakan sebagai barang konsumsi maupun produksi dengan cara menyetok bahan tekstil, menjual, dsb. Bisa juga memperluas lapangan pekerjaan bagi masyarakat sebagai penjahit, buruh, penjual, maupun reseller sehingga diharapkan banyak masyarakat kita yang pendapatannya bisa bertambah dan mengurangi pengangguran melalui program ini.

II. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

Usaha penjualan kerah lepas-pasang ini akan membutuhkan sebuah kios, penyetok bahan, pekerja, rancangan, iklan dengan gambaran sebagai berikut :

1. Kios

Untuk Kios perdana ini kami akan mencari tempat di dekat kampus IPB yang sestrategis mungkin dan dirancang dengan *stylish* sehingga menarik pembeli untuk melihat-lihat kedalam.

2. Online marketing

Selain membuat kios, tim juga membuat kios secara online yaitu dengan mempergunakan situs-situs yang selama ini dianggap mempunyai profit cemerlang seperti blogger, Kaskus, Toko Bagus dan tidak lupa di jejaring sosial.

3. Penyetok bahan

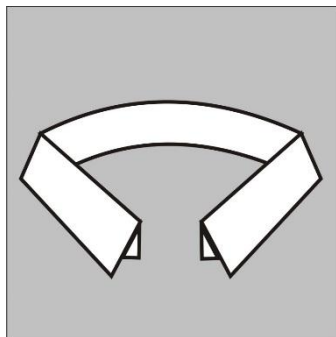
Bahan distok dari pedagang konveksi sekitar

4. Pekerja

Dalam rencana wirausaha ini Jabatan dipegang oleh para anggota, dan kami akan merekrut pekerja dari masyarakat sekitar untuk menjadi pekerja produksi dan pekerja pemasaran.

5. Rancangan

Kami membuat desain prototype yaitu Detachable Collar Prototype A, Detachable Collar Prototype B dan Detachable Collar V2. Detachable Collar Prototype A yaitu kerah lepas pasang yang kami desain dengan kelebihan di cara penggunaannya yang mudah dan desain yang simple sehingga mengurangi ongkos produksi dan mengakibatkan harga jual terjangkau. Detachable Collar Prototype B mirip dengan A, bedanya memiliki gambar sehingga lebih menarik. Detachable collar V2 didesain sedemikian rupa dengan desain yang atraktif dengan kelebihan yaitu membuat hangat dada dan punggung. Namun dalam pelaksanaan kami yang bisa terbuat hanya prototype A.



Gambar 1. *Detachable Collar Prototype A*

6. Aspek manajemen dan organisasi

- Struktur organisasi perusahaan
 Dalam semua bisnis diperlukan suatu bentuk organisasi yang tepat, efektif, dan rapi. Tujuannya agar pencapaian tujuan perusahaan bisa maksimal dan cepat. Oleh karena itu kami struktur yang kami buat adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Tugas anggota proyek “*Detachable Collar*”

Jabatan	Tugas
Project Manager (Zirzis Rifaldianto)	Bertanggung jawab secara keseluruhan atas kegiatan perusahaan, pembuat kebijakan, penentu arah kemajuan perusahaan.
Marketing and Public Relation (Aditya Sandi Nugroho)	Manager MPR mempunyai tugas pokok menjalin kerjasamadengan berbagai pihak yang mendukung kelancaran usaha dan bertanggung jawab terhadap target pasar

	dan jaringan usaha. Tanggung jawab dalam memberikan citra yang baik di mata konsumen.
Manager Control Quality Product (Faisal Rahman)	Menjalin kerjasama dengan pemasok, mengontrol kuantitas dan kualitas produk yang di kumpulkan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, memenuhi kebutuhan para konsumen.
Resource and Development (Habibi Yasin)	Menentukan cara-cara atau dorongan untuk merangsang para konsumen untuk membeli. Merancang inovasi – inovasi baru dalam bidang pemasaran, peka mamahami kebutuhan konsumen, kemudian mengembangkan inovasi tersebut untuk pengembangan usaha.
Administration and Financial (Markistiandi Syawal Fadhilah)	Mempunyai tugas pokok mengatur administrasi dan bertanggung jawab terhadap pengelolaan semua arus biaya yang keluar masuk keuangan perusahaan.
Designer (Habibi Yasin)	Mendesain web, kios, serta produk-produk baru yang akan diluncurkan dan memperbaiki desain produk lama yang gagal.

7. Strategi pemasaran

- STP (Segmentation, Targetting, and Positioning)
 - ✓ Segmenting Detachable Collar adalah inovasi fashion terbaru dengan segmentasi pasar sebagai berikut :
 - a) Kelompok Mahasiswa
Kelompok yang memiliki SOP perkuliahan yang mengharuskannya memakai baju berkerah ketika mengikuti kuliah yang memerlukan inovasi baru agar memudahkan mengikuti SOP perkuliahan.
 - b) Kelompok Masyarakat Indonesia
Kelompok pasar dimana tempat fashion berkembang dengan pesat.
 - c) Kelompok Masyarakat Dunia
 - d) Kelompok pasar yang selalu dinamis dalam berpakaian dan selalu mencari inovasi terbaru.
 - ✓ Targetting

Kegiatan targetting merupakan kegiatan penentuan fokus pasar. Target utama pemasaran produk kerah lepas-pasang(detachable collar) ini adalah pemuda khususnya mahasiswa yang memiliki selera berpakaian yang tinggi. Sebagai permulaan, pasar yang kami bidik adalah daerah Dramaga. Dalam perkembangannya, diharapkan bisnis ini bisa menjadi trend bukan hanya dalam lingkup nasional tetapi juga internasional dan ekspor pun dapat terlaksana.

✓ Positioning

Positioning adalah suatu cara menempatkan produk dalam berbagai jenis yang beredar. Pemuda melihat kerah lepas-pasang(detachable collar) ini sebagai trend berpakaian baru sehingga mudah menyebar dan memberikan kemudahan bagi produk ini untuk berkembang dan mendunia.

• Analisis SWOT

✓ Strengths (kelebihan)

Kelebihan dari kerah ini memakai bahan yang sedikit pemakaiannya tapi dapat menghasilkan sesuatu yang unik dan menarik perhatian masyarakat khususnya anak muda yang selalu ingin berpenampilan menarik. Karena terbuat dari bahan yang sedikit pemakaiannya dan akan menghasilkan keuntungan lebih bagi produsen dan penjual. Produk kami memiliki ciri khas yaitu setiap produk yang diproduksi akan bercap logo perusahaan sesuai dengan nama perusahaan *Spizartel* yang bergambar kepala spesies *Spizartel Bartesi* yaitu elang jawa, binatang khas Indonesia, yang langka.

✓ Weakness (kekurangan)

Kekurangan kerah ini belum dikenal oleh masyarakat sehingga pada awalnya kemungkinan penjualan masyarakat masih meraba-raba produk ini, tapi akan menaik pada beberapa bulan kemudian ketika masyarakat mengetahui produk ini melalui iklan dan sebagainya.

✓ Opportunity (peluang)

Peluang dari penjualan ini sangat baik karena para kelompok kaum muda mudah untuk dibuat tertarik pada sesuatu yang baru apalagi sesuatu yang terlihat modis dan menarik sehingga ketika beberapa anggota kelompok pemuda itu memakai produk ini, anggota yang lain pun tertarik sehingga menyebar dan menjadi trend di dunia nyata maupun maya sehingga kemungkinan ekspor juga besar.

✓ Thread (ancaman)

Ancaman pada produk ini adalah jika produk ini mendapatkan kesan pada masyarakatnya kurang menarik maka otomatis produk ini akan mati dipasaran, sedangkan jika produk ini berhasil membuat masyarakat tertarik awalnya maka akan terjadi pembajakan dengan menggunakan ide desain produk ini dengan tanpa meminta izin.

- Marketing Mix

- ✓ Produk

Produk yang kami tawarkan adalah macam-macam tipe *Detachable Collar* yang bisa dipakai bukan hanya untuk wanita tapi juga untuk pria dan sangat berguna untuk mahasiswa.

- ✓ Harga (*price*)

Detachable Collar ini memiliki harga yang bervariasi tergantung model apa yang diminta

Tabel 2. Rincian Moda dan Harga Prototype

Produk	Modal	Harga yang ditawarkan
Prototype A (standard)	Rp 10.000	Rp 13.000 - Rp 17.000
Prototype B (standard)	Rp 15.000	Rp 17.000 - Rp 20.000
Prototype C (V2)	Rp 20.000	Rp 22.000 - Rp 24.000

- Promosi

Pemasaran merupakan salah satu faktor penting dalam berwirausaha untuk menarik perhatian masyarakat khususnya pemuda, kami menggunakan berbagai cara, yaitu dengan membuat iklan di berbagai media seperti koran, pamflet, online, dan menjualnya secara langsung.

- ✓ Direct Selling Product

Kami akan membuat sebuah kios di atasnya akan diberi banner agar masyarakat mengetahui bahwa kios tersebut menjual sesuatu yang unik yaitu kerah lepas-pasang (*detachable collar*) dan bermerk sendiri yaitu “*Spizartel*”.

- ✓ Internet

Promosi dan pengenalan produk secara lebih luas akan dilakukan melalui jaringan internet. Website yang dibuat akan memuat tentang deskripsi produk, cara perawatan, harga, cara pembelian, lowongan pekerjaan, alamat cabang, dan info-info yang berkaitan dengan produk dan testimoni masyarakat terhadap produk.

- ✓ Membuat katalog, brosur, leaflet, ex-banner

Katalog dibuat untuk mempermudah konsumen melihat detail produk mengenai tipe dan harganya. Brosur dan leaflet diperbanyak sebagai sarana promosi kepada

konsumen secara luas. Ex-banner dibuat sebagai sarana promosi ditempat umum, diharapkan kehadirannya dapat menjadi daya tarik konsumen.

- ✓ Kerja sama dengan pihak lain
Untuk meluaskan pasar, kerah lepas-pasang dapat bekerjasama dengan lembaga atau independent dalam membantu penjualan produk. Sistem kerjasamanya adalah dengan sistem yang kami buat.

III. METODE PENDEKATAN

Metode pelaksanaan adalah berisi langkah-langkah agar tujuan dari usulan PKMK ini tercapai. Langkah-langkahnya sebagai berikut:

- a. Lokasi
Lokasi kios pertama ini akan bertempat di daerah Babakan Raya.
- b. Persiapan
Kegiatan persiapan yang akan dilakukan meliputi membuat jadwal kegiatan, kegiatan survey pasar, membuat kontrak dengan pemasok, dan pembelian peralatan.
- c. Pengumpulan Produk
Kerjasama dengan pemasok menggunakan sisten konsinyasi, dimana pembayaran barang yang diambil dilakukan dikemudian hari setelah barang terjual.
- d. Promosi dan Pemasaran
Tahapan kegiatan promosi dan pemasaran dilakukan sebelum, selama, dan sesudah program berlangsung
- e. Sebelum program berlangsung :
 - Pembuatan desain alat-alat promosi seperti katalog produk
 - Pembuatan desain interior took
 - Pembuatan desain web “Toko Online”

Selama program berlangsung :

 - Promosi melalui internet
 - Penawaran ke pasar
 - Mengikuti bazar, pameran, ekspo, dan lain-lain
 - Kerjasama pemasaran dengan pihak lainnya
- f. Pelaporan Kegiatan
Pelaporan kegiatan dilakukan sebagai evaluasi dan pertanggungjawaban dalam pelaksanaan kegiatan PKM Kewirausahaan ini bila usulan tersebut disetujui.

IV. PELAKSANAAN PROGRAM

Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan tim SPIZARTEL meliputi waktu dan tempat antara lain sebagai berikut:

waktu : bulan Maret-Mei 2013

tempat :

- produksi dilakukan di 2 tempat konveksi yang menjalin kerjasama dengan ELMACO
 - desain produk dilakukan oleh tim di Sekitar Kampus IPB Bogor
- pemasaran yang dilakukan dibagi dalam 2 sistem, yaitu dengan Promosi melalui internet, Penawaran ke pasar melalui *direct selling*.

Tahapan Pelaksanaan/Jadwal Faktual Pelaksanaan

Tabel.1

Target Luaran dan Penanggung Jawab

Keterangan	BULAN 1				BULAN 2				BULAN 3				BULAN 4				Pj
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Persiapan awal																	
Survei awal (lapang) + studi literature	■	■															A
Persiapan media pemasaran dan desain publikasi		■	■														h
Konsultasi ke konveksi tentang desain dan harga			■	■	■	■											z + f
Pembuatan dan percobaan kerah-lepas pasang prototype							■	■	■	■							h + f
Pembuatan desain kerah lepas-pasang		■	■														h
Pelaksanaan kegiatan																	
Penyebaran publikasi			■	■		■	■		■	■							s + h
Pembuatan kerah SPIZARTEL tahap 1										■	■						h + f
Penjualan dan penjaringan pendapat konsumen												■	■	■			A
Evaluasi																	
Rapat evaluasi							■			■			■				A



Gambar.2
Katalog

PEMASUKAN	Jumlah	Harga	Total
Dana Dikti			5000000
Penjualan Kerah	5	20000	100000
Total Pemasukan			13320000
PENGELUARAN	Jumlah	Harga	Total
Produksi I			
Kerah lepas-pasang	50	14000	700000
Label	1000	750	750000
Plastik	100	150	15000
Percobaan kerah	14	10000	140000
ATK			13800
Total Pengeluaran			1618800

Rancangan dan Realisasi Biaya

Tabel 2 Rancangan dan Realisasi Biaya

V HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan SPIZARTEL yang telah dilakukan, menitikberatkan pada tiga hal utama yaitu pada pola desain, produksi dan pemasaran. Secara keseluruhan, berdasarkan rancangan jadwal yang dibuat, secara keseluruhan target yang diharapkan belum sepenuhnya terealisasi.

Tidak tercapainya target yang diharapkan dikarenakan konsep desain yang dibuat masih beradaptasi dengan permintaan pasar. Permintaan pasar lebih menekankan pada ciri khas, prinsip desain, *simple* dan makna desain yang diusung. Selain itu, diperlukan juga penambahan koneksi terkait konveksi dalam rangka pemenuhan kebutuhan pasar akan produk Spizartel yang meningkat.

Metode pelaksanaan yang dilakukan oleh tim SPIZARTEL dibagi dalam 3 tahapan yang meliputi persiapan awal, tahap pelaksanaan serta tahap evaluasi.

a. Tahap persiapan produksi

Metode ini terkait erat dengan mekanisme yang berhubungan dengan produksi baik dari segi bahan baku, bahan penunjang, tempat konveksi, pembuatan desain serta pemasaran. Adapun metode yang telah dilaksanakan antara lain:

- Persiapan media pemasaran dan desain publikasi (katalog, *facebook*, *email*, *blog*, *cybershop*)
- Pembelian bahan penunjang produksi
- Pembuatan desain pola batik serta produk SPIZARTEL

b. Tahap pelaksanaan kegiatan

Tahapan ini merupakan tahapan yang terpenting dimana kegiatan-kegiatan yang dilakukan berupa:

1. Produksi (produksi 1)

Terlebih dahulu menentukan tempat konveksi terbaik dengan spesifikasi-spesifikasi khususnya (spesifikasi kaos dan spesifikasi jaket). Hal ini dimaksudkan untuk menjaga kualitas produk serta ketepatan produksi.

2. Publikasi dan pemasaran produk (pembuatan katalog, pemasaran jejaring sosial *facebook*)

Publikasi dan pemasaran yang dilakukan menggunakan metode *ready stock*. Metode *ready stock* ditujukan untuk pemasaran internal kampus dan pemasaran *on-line*.

3. 'Penko' (pendapat konsumen)

Penjaringan pendapat dimaksudkan untuk menjaring pendapat masyarakat terkait desain, kualitas serta mutu produk SPIZARTEL agar output produk yang dihasilkan sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen.

c. Tahap evaluasi

Evaluasi kegiatan mencakup 3 aspek tujuan sebagai target evaluasi berupa desain, produksi dan pemasaran. Evaluasi dimaksudkan agar desain yang dihasilkan sesuai dengan keinginan pasar, sistem produksi yang efektif dan efisien serta pemasaran produk-produk Spizartel yang tepat dan mencapai target penjualan yang diharapkan.

A. Desain

Dalam hal penentuan desain-desain yang akan diproduksi, ditentukan dari keputusan bersama dari hasil rapat tim serta masukan mayoritas dari konsumen. Adapun desain-desain yang untuk diproduksi sebagai berikut:

- Produksi tahap 1



Gambar. 3 Desain yang Diproduksi Tahap 1

B. Produksi, pemasaran dan penjualan

Dalam hal produksi, SPIZARTEL menggunakan 2 tempat konveksi dengan spesifikasi dan keahlian tertentu. Adapun banyaknya produksi yang dihasilkan sebagai berikut:

Tabel. 4

Produksi dan Hasil Penjualan

No	Produksi	Jumlah	Tahap Produksi	Hasil Penjualan
1	Tahap 1	Kerah 50 buah	Produksi telah selesai dibuat	Telah terjual 5 buah

- *Readystock*

Ready stock hanya digunakan untuk pemasaran produk SPIZARTEL yang melalui penjualan *online* (*facebook, email, Kaskus, blog*) dengan terlebih dahulu produk yang dihasilkan telah melalui kesepakatan bersama. Adapun stock barang yang dijual melalui media *on-line* merupakan hasil sisa daripada sistem pemasaran *by other*.

Adapun keuntungan yang didapat dari penjualan via *on-line* adalah bersifat bebas biaya, jaringan pasar luas dan keuntungan yang berlipat.

VI KESIMPULAN DAN SARAN

Lahirnya SPIZARTEL sebagai suatu upaya kreativitas dari generasi muda dalam memperkaya kreativitas dan fashion unik. Dengan menggunakan 1 model dasar desain serta tambahan variasi warna, sederhana, dan kualitas bahan terbaik. Sistem pemasaran yang luas serta desain yang cukup diminati tetapi harga kurang menarik mengurangi penjualan produk-produk SPIZARTEL. Berdasarkan analisis kelayakan usaha, dapat dilihat bahwa *payback period* belum dapat ditempuh selama 6 bulan sehingga dapat dikatakan bahwa produk SPIZARTEL bersifat “**BELUM LAYAK**”.

Tetapi SPIZARTEL mempunyai prospek yang sangat besar untuk dikembangkan dan bersifat berkelanjutan. Akan tetapi, dalam pelaksanaannya pangsa pasar yang susah ditembus adalah pasar Internasional karena biaya pengiriman yang masih tergolong mahal dan tidak seimbang dengan modal yang ada.