

**POTENSI KAOS CUSTOM PRINTING SEBAGAI INDUSTRI KREATIF
DENGAN MEMANFAATKAN DIGITAL MARKETING
RINGKASAN
PROYEK KEWIRAUSAHAAN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



**Disusun Oleh:
MOCHAMAD IQBAL DZAKY ADINATA
2119-31068**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
JUNI 2024**

TUGAS AKHIR

**PROYEK KEWIRAUSAHAAN
POTENSI KAOS CUSTOM PRINTING SEBAGAI INDUSTRI KREATIF
DENGAN MEMANFAATKAN DIGITAL MARKETING**

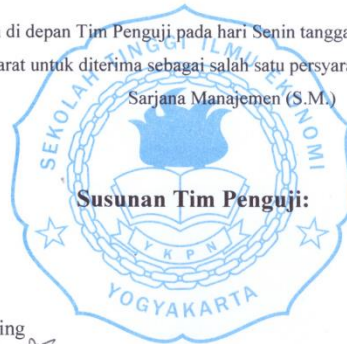
Dipersiapkan dan disusun oleh:

MOCHAMAD IQBAL DZAKY ADINATA

Nomor Induk Mahasiswa: 211931068

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Senin tanggal 27 Juni 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S.M.)



Susunan Tim Penguji:

Pembimbing

Bambang Setia Wibowo, SE., MM.

Penguji

Shita Lusi Wardhani, Dra., M.Si.

Yogyakarta, 27 Juni 2024
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Proyek ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh Potensi Kaos *Custom Printing* Sebagai Industri Kreatif Dengan Memanfaatkan *Digital Marketing* dapat mempengaruhi perkembangan usaha/bisnis kaos yang dijalankan. Kewirausahaan ini berdomisili di daerah Kota Surakarta dengan memiliki basis pelanggan secara *online* yang tersebar di seluruh penjuru Indonesia. Dalam praktiknya proyek ini menggunakan strategi *S.W.O,T* dan *Business Model Canvas* agar sesuai dengan Visi dan Misi yang sudah dibuat sebelumnya. Kemudian setelah proyek ini dibuat, dalam mengelolanya penerapan manajemen sangat diperlukan didalamnya. Adapun pengelolaannya ada manajemen pemasaran, manajemen produksi, manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan, manajemen perubahan dan inovasi. Dengan menerapkan manajemen tersebut, proyek kewirausahaan ini mendapatkan hasil yang positif terhadap penjualan, produksi, sumber daya manusia, dan keuangan.

Kata kunci: Kaos *Custom Printing*, Industri Kreatif, *Digital Marketin*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

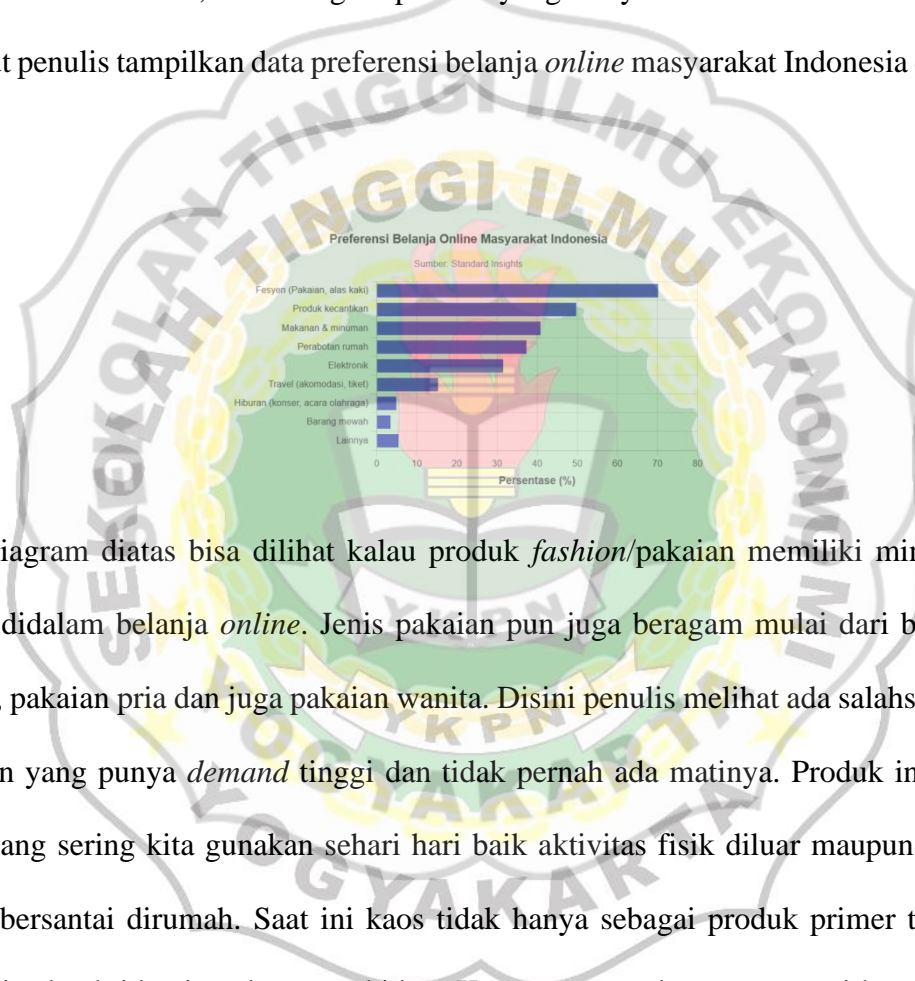
Latar Belakang

Kaos merupakan produk industri pakaian yang berhubungan dengan kebutuhan pokok manusia yaitu sandang. Dengan adanya kaos sebagai pakaian sehari-hari, manusia bisa mengekspresikan dirinya dengan sebuah kaos yang dipakai setiap hari. Sebagai industri yang bergerak di bidang *apparel*. Kaos juga merupakan sarana menyalurkan sebuah karya kreatif yang sudah dibuat dan diaplikasikan ke dalam sebuah pakaian salah satunya adalah kaos. Saat ini industri kaos juga terus berkembang pesat dengan mengikuti *trend* yang ada. Industri *apparel* ini tidak ada matinya sama sekali, karena manusia selalu membutuhkan pakaian setiap harinya.

Melihat dari perkembangan teknologi informasi yang berkembang pesat. Membuat pemasaran suatu bisnis/usaha sekarang menjadi lebih mudah. Dimana saat ini revolusi industri sudah memasuki 4.0 yang mana sebagian besar bisnis/usaha sudah memanfaatkan digitalisasi untuk mengenalkan dan memasarkan produknya. Di zaman yang serba *digital* ini sosial media menjadi platform yang banyak digunakan masyarakat dalam menghabiskan sebagian besar waktunya setiap hari. Media sosial adalah bagian dari kehidupan sehari-hari. Interaksi melalui *platform virtual*, seperti *Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn* dan *Tiktok* menggambarkan orientasi dan perilaku terhadap semua jenis teknologi media sosial (Alawan, 2017). Adapun sosial media yang banyak digunakan seperti *instagram, tiktok* dan juga *X (twitter)*. Mereka sampai bisa menghabiskan waktu berjam jam dalam satu hari hanya untuk *update* berita, mencari informasi dan *update* kegiatan dalam sehari-hari. Inilah yang bisa dimanfaatkan untuk meraup cuan dan keuntungan dari sosial media dengan memanfaatkan *digital marketing* sebagai metode pemasarannya. Selain sosial media ada *platform* transaksi yang tidak kalah pentingnya yang membuat transaksi produk secara *online* jadi lebih aman dan mudah. *Platform* tersebut bernama *e-commerce*. Saat ini kita

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

mengenal *e-commerce* antara lain adalah shopee, lazada dan tokopedia. Banyak produk yang bisa ditemui konsumen di dalam *e-commerce* seperti pakaian, *skincare*, makanan, perabotan rumah dan juga elektronik. Semuanya bisa langsung dibeli dengan cara yang mudah dan praktis hanya dari *smartphone* dan tinggal menunggu barang pesanan sampai ke alamat penerima. Dilihat dari *demand* belanja online yang tinggi oleh masyarakat Indonesia, ada kategori produk yang banyak diminati oleh masyarakat. Berikut penulis tampilkan data preferensi belanja *online* masyarakat Indonesia dibawah ini:



Dari diagram diatas bisa dilihat kalau produk *fashion*/pakaian memiliki minat yang tinggi didalam belanja *online*. Jenis pakaian pun juga beragam mulai dari bawahan, atasan, pakaian pria dan juga pakaian wanita. Disini penulis melihat ada salahsatu jenis pakaian yang punya *demand* tinggi dan tidak pernah ada matinya. Produk ini adalah kaos yang sering kita gunakan sehari hari baik aktivitas fisik diluar maupun sekedar untuk bersantai dirumah. Saat ini kaos tidak hanya sebagai produk primer tapi juga sebagai sebuah identitas dan gaya hidup. Konsumen cenderung mencari kaos dengan *design* yang sesuai hobi atau kesukaanya. Bangsawan (2014) berpendapat bahwa bermacam bentuk, gambar atau kata-kata dalam kaos merupakan pesan akan identitas, pengalaman, perilaku bahkan realitas sosial. Pemilihan teks ataupun gambar pada kaos merupakan sebuah bentuk dari ekspresi individualistik. Inilah potensi yang penulis lihat pada usaha kaos *custom printing*. Yaitu membuat kaos dengan diberikan sebuah goresan *design* yang disukai oleh konsumen.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kaos Custom Printing

Kaos merupakan produk yang kita pakai sehari-hari dalam berbagai aktivitas. Agar kaos yang dipakai terlihat lebih keren dan *special*. Ada yang namanya sablon kaos yang berfungsi untuk membuat *design* pada kaos. Dengan adanya *design* di sebuah kaos, orang yang memakainya akan terlihat lebih bergengsi dan percaya diri. Kaos custom printing merupakan produk yang dimana kaosnya bisa ditempel *design* sesuai permintaan konsumen. Proses pembuatannya pun terbilang cepat, jadi konsumen tidak perlu menunggu waktu lama untuk kaos yang dipesanya. Ini dikarenakan sablon yang dipakai merupakan sablon *digital* yang mana bisa dipesan satuan. Dengan begitu konsumen bebas memilih desain atau gambar yang mereka sukai untuk kaosnya. Dalam praktik kewirausahaan, penulis menggunakan sablon kaos yang bernama DTF (*direct transfer film*) merupakan sablon *digital* yang sangat praktis, efektif dan berkualitas. Sablon ini memiliki ketajaman warna yang tinggi sehingga desain atau gambar yang dicetak dengan yang dilayar memiliki kemiripan warna 90 %. Ini membuat pemakaiannya jadi lebih puas dengan kaos *custom*nya. Selain pelanggan dapat memesan kaos dengan *design* atau gambar mereka sendiri. Usaha kaos *custom* yang penulis jalankan juga menyediakan kaos *printing design* yang sudah jadi. Pelanggan tinggal memesan dan sudah mendapatkan kaos dengan *design* yang sudah kita siapkan.



PEMBAHASAN SWOT ANALYSIS DAN SWOT STRATEGY

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



Business Model Canvas



Inovasi Produk

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dalam menjalankan usaha kaos *custom* ini penulis melakukan beberapa inovasi peningkatan kualitas produk agar produk bisa tahan lebih lama dari segi sablon maupun bahan kaosnya sendiri. Adapun inovasi yang dilakukan sebagai berikut:

Pertama: Jenis sablon yang digunakan adalah sablon *DTF Premium (direct transfer film)* ini merupakan jenis sablon *digital* yang praktis dan berkualitas untuk usaha custom kaos seperti ini.

Kedua: Peningkatan jenis bahan kaos yang dipakai, kalau pada umumnya kaos menggunakan jenis *30's* (ketebalan tipis), pada usaha kaos *custom* yang penulis jalankan ada peningkatan ketebalan bahan kaos yaitu *24's* jenis ketebalan yang tidak terlalu tipis dan terlalu tebal, jadi produk yang akan digunakan oleh konsumen tidak akan mudah robek dan tidak gerah saat digunakan.

Selain dari sisi produk ada juga inovasi pada kemasan kaos yang digunakan. Kalau biasanya kemasan untuk kaos menggunakan plastik sekali pakai, tetapi untuk usaha kaos custom yang penulis jalankan menggunakan plastik yang bisa digunakan lagi untuk membungkus pakaian atau barang lainnya. Jadi penggunaan plastik ini akan lebih ramah lingkungan.



DTF Premium



Katun Kombed 24's



Plastik Zipper

Manajemen Pemasaran

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dalam melakukan pemasaran penulis membuat strategi 4P didalam aktivitas pemasarannya, yaitu: Product, Price, Place, Promotions

The image shows a social media post for 'Dcr Project' featuring anime-themed t-shirts. The post includes customer reviews, product images, and pricing information. A large watermark for 'SEKOLAH TINGGI ILMU TEKNOLOGI YKPN YOGYAKARTA' is overlaid on the image.

Product

Price

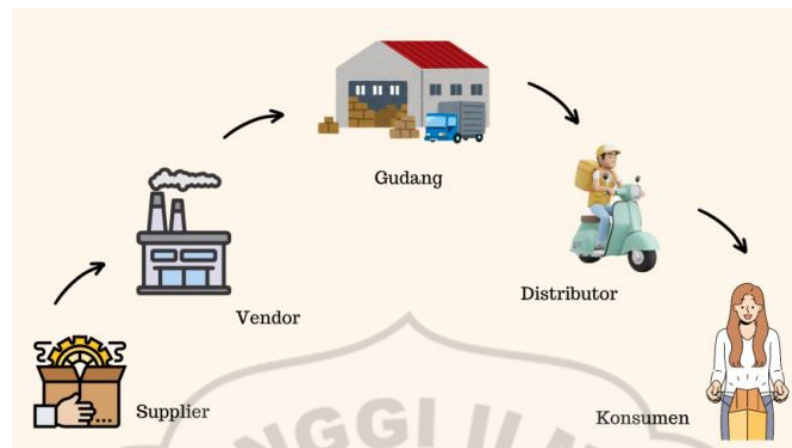
Place

Promotions

Manajemen Produksi

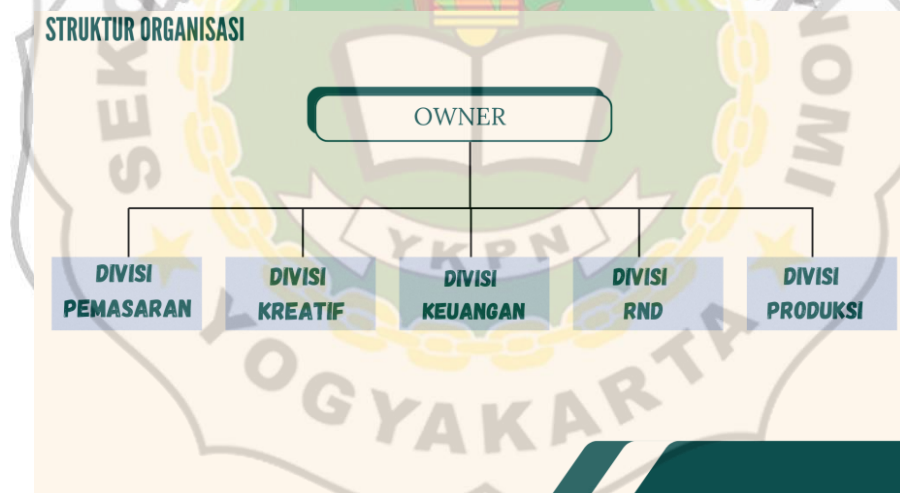
PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Alur produksi kaos custom printing hingga diterima oleh konsumen



Manajemen Sumber Daya Manusia

Struktur Organisasi Usaha Kaos Custom Printing



Manajemen Keuangan

Selama menjalankan proyek kewirausahaan pada bulan februari, maret dan april.

Penulis mendapatkan laporan keuangan dari setiap transaksi yang terjadi dibulan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

tersebut. Berikut akan penulis sampaikan hasil laporan keuangan yang terjadi pada bulan februari, maret dan april selama proyek kewirausahaan ini berjalan.

Biaya Overhead	Harga	Kuantitas
Sticker	500	1 pcs
Plastik Kaos	1,500	1 pcs
Plastik Packaging	1,100	1 pcs
Total BOP	3,100	1 pcs

Keterangan:

- Biaya Overhead yang dikeluarkan untuk 1 pcs kaos custom printing

Laporan Keuangan Bulan Febuari 2024

Biaya biaya Bulan Februari 2024

Biaya Produksi Kaos	Harga	Kuantitas	Harga Total
Kaos Polos	41.000	15	615.000
Sablon DTF	15.000	15	225.000
Biaya Press	7.500	15	112.500
Biaya Overhead	3.100	15	46.500
HPP	Rp66.600	15	Rp999.000

Biaya Penolong	Harga	Kuantitas	Harga Total
Solasi Kertas	3.200	1	Rp3.200

Biaya Utilitas	Harga
Biaya Wifi	217.000
Biaya Capcut Pro	103.000
Total Biaya Utilitas	Rp320.000

Laporan Laba Rugi Bulan Februari 2024

	Tiktok Shop
Penjualan	1.623.192
fee marketpace	4.50%
Potongan Fee	73.044
Omset setelah fee	1.550.148
HPP	999.000
Laba/Rugi Kotor	Rp551.148
Biaya Penolong	3.200

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Biaya Utilitas	320.000
Laba/Rugi Bersih	Rp227.948

Laporan Keuangan Bulan Maret 2024

Biaya biaya Bulan Maret 2024

Biaya Produksi Kaos	Harga	Kuantitas	Harga Total
Kaos Polos	41.000	80	3.280.000
Sablon DTF	15.000	80	1.200.000
Biaya Press	7.500	80	7.580
Biaya Overhead	3.100	80	248.000
HPP	Rp66.600	80	Rp4.735.580

Biaya Penolong	Harga	Kuantitas	Harga Total
Solasi Kertas	3.200	2	Rp6.400

Biaya Utilitas	Harga
Biaya Wifi	217.000
Biaya Capcut Pro	103.000
Total Biaya Utilitas	Rp320.000

Laporan Laba Rugi Bulan Maret 2024

	Tiktok	Shopee	Total Penjualan
Penjualan	8.183.748	419.975	8.603.723
fee marketplace	4.50%	8%	
Potongan fee	368.269	33.598	
Omset setelah fee	7.815.479	386.377	8.201.856
		HPP	4.735.580
		Laba/Rugi Kotor	Rp3.466.276
		Biaya Penolong	6.400
		Biaya Utilitas	320.000
		Laba/Rugi Bersih	Rp3.139.876

Laporan Keuangan Bulan April 2024

Biaya biaya Bulan April 2024

Biaya Produksi Kaos	Harga	Kuantitas	Harga Total
Kaos Polos	41.000	146	5.986.000
Sablon DTF	15.000	146	2.190.000

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Biaya Press	7.500	146	7.646
Biaya Overhead	3.100	146	452.600
HPP	Rp66.600	146	Rp8.636.246

Biaya Penolong	Harga	Kuantitas	Harga Total
Solasi Kertas	3.200	2	Rp6.400

Biaya Utilitas	Harga	
Biaya Wifi	217.000	1 bulan
Biaya Capcut Pro	103.000	1 bulan
Biaya Domain	119.000	1 tahun
Biaya Hosting	75.000	1 bulan
Biaya Iklan	1.951.345	1 bulan
pajak iklan	195.135	10%
Total Biaya Utilitas	Rp2.660.480	

Laporan Laba Rugi Bulan April 2024

	Tiktok	Shopee	Website	Total Penjualan
Penjualan	5.372.627	2.085.187	10.548.000	18.005.814
fee marketplace	4.50%	8%	(tidak ada fee)	
Potongan fee	241.768	166.815		
Omset setelah fee	5.130.859	1.918.372	10.548.000	17.597.231
			HPP	8.636.246
			Laba/Rugi Kotor	Rp8.960.985
			Biaya Penolong	6.400
			Biaya Utilitas	2.660.480
			Laba/Rugi Bersih	Rp6.294.105

Laporan Laba Rugi Februari - April 2024

Komponen	Februari	Maret	April
Pendapatan	1.550.148	8.201.856	17.597.231
HPP	999.000	4.735.580	8.636.246

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Laba Kotor	Rp551.148	Rp3.466.276	Rp8.960.985
Biaya Penolong	3.200	6.400	6.400
Biaya Utilitas	320.000	320.000	2.660.480
Laba Bersih	Rp227.948	Rp3.139.876	Rp6.294.105

Berdasarkan laporan keuangan selama bulan februari sampai april mencatikan total laba bersih selama 3 bulan yaitu sebesar Rp9.661.930.

Pada bulan februari laporan laba/rugi mencatatkan keuntungan laba bersih sebesar Rp227,948. Dan menjadi laba bersih terendah selama periode februari - april 2024.

Sedangkan untuk bulan maret mencatatkan keuntungan laba bersih sebesar Rp3,139,876. Aktivitas promosi yang aktif ditambah memasuki bulan ramadhan membuat kenaikan penjualan dibanding bulan sebelumnya.

Pada bulan april menjadi puncak penjualan terbanyak dengan mencatatkan laba bersih sebesar Rp6,294,105. Karena pada bulan april terjadi momentum lebaran yang membuat penjualan melonjak dibandingkan bulan bulan sebelumnya. Selain momentum lebaran ada biaya promosi berbayar yang membuat produk lebih banyak terjualnya.

Dengan demikian laporan keuangan selama proyek kewirausahaan berjalan menorehkan laba disetiap bulanya dan mengalami kenaikan di akhir periode proyek kewirausahaan. Dengan begitu usaha kaos custom printing yang dijalankan ini sangat berpotensi besar untuk kedepanya.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, H. (2017). Peranan Manajemen Sumberdaya Manusia Dalam Organisasi.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Jurnal Warta Edisi, 51, 1–11.

Alawan, A. (2017). Investigating the impact of social media advertising features on customer purchase intention. *International Journal of Information Management, 42(1), 65–77.*

Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Kesembelian.* Bandung : Alfabeth.

Bangsawan, A. (2014). Lokalitas Konten dalam Visual Kaos Cak-Cuk Surabaya Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni, Institut Informatika Indonesia (IKADO) Surabaya. *Jurnal Fakultas Desain, 1(1), 29–37.*

Blocher, E. J. (2001). *Manajemen Biaya.* Jakarta: Salemba Empat.

Charles, W., Lamb, J. F., & Hair, C. M. (2001). *Pemasaran, Edisi pertama.* Jakarta: Salemba Empat.

Heizer, J., & Render. (2015). *Manajemen Operasi.* Jakarta : Salemba Empat.

Kibe, C. W. (2014). Effect of Communication Strategies on Organizational Performance. *European Journal of Business and Management, 6(11), 1–10.*

Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I Edisi ke 13.* Jakarta: Erlangga.

Laksmi. (2017). *Teori Interaksionisme Simbolik dalam Kajian Ilmu Perpustakaan dan Informasi: Jurusan Perpustakaan dan Sains Informasi Universitas Indonesia.* Universitas Indonesia.

McShane, S. L., & Glinow, M. A. Van. (2005). *Organizational Behavior Emerging Realities for the Workplace Revolution.* New York: The McGraw-Hill Companies.

Prawiro, M. (2019). *Pengertian Desain: Fungsi, Tujuan, Prinsip, Dan Jenis Desain.* Maxmanroe. <https://www.maxmanroe.com/>

Raharjo, S. T. (2011). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pabrik Minyak Kayu Putih (PMKP) di Krai Purwodadi.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Diponegoro Journal of Managemen, 1(1), 1–20.

Richard, D. (2006). *Manajemen, Edisi 6*. Jakarta: Salemba Empat.

Rusdiana, H. A. (2019). *Manajemen Operasi*. Bandung : CV Pustaka Setia.

Sutrisno. (2003). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta : Ekonisia.

Wibowo. (2011). *Manajemen Perubahan*. Jakarta: Rajawali Pers.

Wiwin, S. (2012). *Analisa Job Discription Terhadap Kinerja Karyawan pada*

Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Indragiri Hilir.

Universitas Islam Indragiri.

