

**ID DAILY SECOND HAND**

**LAPORAN PROYEK KEWIRAUSAHAAN**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana**



**Disusun Oleh:**

**Muhammad Rafi' Fajriyanto**

**2121 31794**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI**

**YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGERA**

**YOGYAKARTA**

**TAHUN 2025**

# HALAMAN PENGESAHAN

## TUGAS AKHIR

### PROYEK KEWIRAUSAHAAN

### ID DAILY SECOND HAND

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**MUHAMMAD RAFI' FAJRIYANTO**

**Nomor Induk Mahasiswa: 212131794**

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Rabu tanggal 25 Juni 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S.M.)

**Susunan Tim Penguji:**

Pembimbing



Bianka Andriyani, S.E., M.M.

Penguji



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

Yogyakarta, 3 Juli 2025

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta

Ketua



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

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## ABSTRAK

Laporan ini merupakan proyek kewirausahaan Id Daily Second Hand, sebuah usaha *thrift shop* yang sudah berjalan selama tiga bulan yang berfokus pada pengelolaan strategi pemasaran, operasional, dan aspek keuangan. Usaha ini menawarkan berbagai model, mulai dari *casual*, *outdoor*, dan *streetwear*, dengan merek ternama seperti Adidas, The North Face, Dickies dan Carhartt, yang mengikuti tren terkini. Proyek ini didorong oleh meningkatnya minat masyarakat Indonesia, khususnya anak muda, terhadap *thrifting* sebagai alternatif *fashion* serta sarana ekspresi diri sekaligus upaya mengurangi limbah tekstil dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Strategi pemasaran dilakukan melalui platform media sosial dan *marketplace* seperti Instagram, TikTok, Carousell, dan Tokopedia untuk memperluas jangkauan pasar dan mempermudah transaksi. Hasil laporan menunjukkan bahwa inovasi terhadap varian produk dan layanan berkontribusi positif terhadap peningkatan penjualan dan kepuasan konsumen. Meskipun menghadapi tantangan seperti tren pasar, fluktuasi bahan baku dan persaingan pasar, Id Daily Second Hand berhasil dalam mengatasi tantangan tersebut dengan menerapkan strategi adaptif dan inovatif. Laporan ini menunjukkan bahwa keberhasilan Id Daily Second Hand berfokus dari kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan tren pasar dan kebutuhan konsumen. Untuk pengembangan bisnis kedepan, disarankan Id Daily Second Hand meningkatkan konsistensi kualitas produk, memperluas jangkauan promosi dengan konten menarik dan kreatif, serta berkolaborasi dengan *influencer* lokal agar bisnis semakin dikenal oleh masyarakat dan dapat bersaing di pasar.

**Kata Kunci:** Proyek Kewirausahaan, Id Daily Second Hand, strategi pemasaran, inovasi produk, media sosial, kepuasan konsumen, pengembangan bisnis.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## ABSTRACT

*This report is an entrepreneurial project of Id Daily Second Hand, a thrift shop business that has been running for three months that focuses on managing marketing, operational, and financial strategies. The business offers a variety of models, ranging from casual, outdoor, and streetwear, with well-known brands such as Adidas, The North Face, Dickies and Carhartt, following the latest trends. This project is driven by the increasing interest of the Indonesian people, especially the younger generation, in thrifting as an alternative fashion and a means of self-expression as well as efforts to reduce textile waste and support local economic growth. Marketing strategies are carried out through social media platforms and marketplaces such as Instagram, TikTok, Carousell, and Tokopedia to expand market reach and facilitate transactions. The results of the report show that innovation in product and service variants contributes positively to increased sales and consumer satisfaction. Despite facing challenges such as market trends, raw material fluctuations and market competition, Id Daily Second Hand has succeeded in overcoming these challenges by implementing adaptive and innovative strategies. This report shows that the success of Id Daily Second Hand focuses on the ability to adapt to changing market trends and consumer needs. For future business development, it is suggested that Id Daily Second Hand improve the consistency of product quality, expand the range of promotions with interesting and creative content, and collaborate with local influencers so that businesses are increasingly known by the public and can compete in the market.*

**Keywords:** *Entrepreneurship Project, Id Daily Second Hand, marketing strategy, product innovation, social media, consumer satisfaction, business development.*

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Kewirausahaan berperan penting dalam pembangunan ekonomi dengan menciptakan lapangan kerja, mendorong inovasi, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Khamimah, 2021). Menurut De Jong & Wennekers (2008), kewirausahaan adalah pengambilan risiko untuk menjalankan usaha secara inovatif agar mampu bersaing. Selain menjadi solusi atas pengangguran dan kesenjangan sosial, kewirausahaan juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional. Dengan mempertimbangkan potensi industri dan pengalaman belajar pada saat proses pembelajaran Mata Kuliah Kewirausahaan, penulis memilih bisnis thrift shop toko pakaian bekas layak pakai sebagai proyek kewirausahaan.

Dalam praktiknya, istilah *thrifting*, *thrift*, dan *thrift shop* saling berkaitan namun memiliki makna berbeda. *Thrifting* merupakan kegiatan membeli barang bekas, *thrift* berarti perilaku hidup hemat, sedangkan *thrift shop* merupakan toko fisik atau online yang menjual barang bekas. Fenomena ini menjanjikan secara bisnis sekaligus mendukung gaya hidup berkelanjutan.

*Thrift shop* menjadi semakin populer, khususnya di kalangan anak muda, karena tidak hanya menawarkan alternatif *fashion* yang lebih terjangkau, tetapi juga mendukung gaya hidup berkelanjutan. *Thrifting* atau aktivitas membeli barang bekas, membantu mengurangi limbah tekstil yang dihasilkan industri *fashion*, yang mencapai lebih dari 92 juta ton per tahun (ThredUp, 2021). Konsumen juga mulai memandang pakaian *thrift shop* sebagai sarana ekspresi diri dan identitas, bukan sekadar bentuk penghematan (Ibrahim et al., 2021).

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Media sosial turut berperan dalam mempopulerkan tren ini. *Publik figur* dan *Influencer* lokal mulai menggugah hasil buruan pakaian *thrifting* mereka di media sosial (Agnesvy, 2022). Melihat peluang ini, Id Daily Second Hand hadir sebagai *thrift shop* yang menawarkan produk bermerek seperti Adidas, The North Face, Dickies, dan Carhartt, serta memanfaatkan platform media sosial dan *marketplace* seperti Instagram, Tiktok, Carousell dan Tokopedia, untuk memperluas jangkauan pasar. Strategi ini mendukung pemasaran digital yang efektif dan meningkatkan daya saing bisnis di pasar nasional.

## Perumusan Masalah

1. Bagaimana cara Id Daily Second Hand menarik konsumen yang mencari produk berkualitas dari merek ternama?
2. Bagaimana strategi efektif Id Daily Second Hand dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor lain di pasar?
3. Bagaimana Id Daily Second Hand dapat memanfaatkan platform media sosial dan *marketplace* untuk meningkatkan penjualan produk?
4. Bagaimana Id Daily Second Hand mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan?

## Tujuan Proyek Kewirausahaan

1. Menyediakan produk bermerek yang sesuai dengan tren pasar dan preferensi konsumen, sehingga dapat menarik minat pasar lebih luas.
2. Mengembangkan bisnis Id Daily Second Hand supaya dapat berkembang secara baik.
3. Mengurangi limbah tekstil dan mendukung gaya hidup berkelanjutan.
4. Menerapkan Ilmu yang sudah dipelajari pada saat kuliah serta mengimplementasikannya pada bisnis yang dijalankan.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Kontribusi Proyek Kewirausahaan

Dari Proyek kewirausahaan ini dapat menjadi pertimbangan bagi masyarakat, khususnya anak muda, yang ingin memulai bisnis *thrift shop* untuk menciptakan peluang usaha baru dan mendorong ekonomi lokal. Proyek ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam merancang strategi bisnis yang efisien dan inovatif, serta memberikan kontribusi positif terhadap pengurangan limbah pakaian bekas. Selain itu, proyek ini menekankan pentingnya adaptasi terhadap kebutuhan pasar, mencari supplier berkompeten, memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan, dan melakukan inovasi dalam pengemasan dan promosi. Dengan demikian, hasil proyek ini dapat menjadi acuan yang bermanfaat untuk praktik kewirausahaan selanjutnya.

## BAHASAN UMUM DAN ANALISIS SWOT

### Produk

### Pasar

Pertumbuhan pasar *thrift shop* di Indonesia didorong oleh beragamnya kebutuhan dan preferensi konsumen. Oleh karena itu, diperlukan segmentasi pasar untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif. Menurut (Kotler dan Keller, 2012), segmentasi pasar merupakan proses membagi konsumen ke dalam kelompok berdasarkan karakteristik tertentu agar perusahaan dapat menyesuaikan penawaran produk dengan lebih tepat. Berikut ada faktor-faktor segmentasi pasar yang dapat diterapkan dalam bisnis *Id Daily Second Hand*:

- a. Faktor geografi : *Id Daily Second Hand* menargetkan pasar di daerah perkotaan yang memiliki minat tinggi terhadap produk bermerek dan berkualitas.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- b. Faktor demografi : Sasaran pasar Id Daily Second Hand adalah pria dan wanita berusia 18–50 tahun yang peka terhadap tren fashion dan memiliki anggaran cukup.
- c. Faktor psikografis : Id Daily Second Hand menyasar konsumen dengan gaya hidup modern, mengikuti tren *fashion*, serta mencari produk bermerek dan berkualitas.

## **Id Daily Second Hand**

Id Daily Second Hand menawarkan berbagai model produk, mulai dari *casual*, *outdoor*, dan *streetwear*, dengan merek seperti Adidas, The North Face, Dickies dan Carhartt. Dengan fokus pada produk bermerek dan berkualitas, bisnis ini memberikan solusi bagi konsumen yang ingin tampil *trendy* dan *stylish* tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk membeli produk barunya. Id Daily Second Hand memanfaatkan media sosial dan marketplace seperti Instagram, TikTok, Carousell, dan Tokopedia untuk memperluas jangkauan pasar serta memudahkan pencarian produk.

## **Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah metode yang digunakan untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang dapat membantu dalam merumuskan strategi yang efektif dan relevan untuk mencapai tujuan bisnis. Akronim SWOT terdiri dari empat komponen, yaitu *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (Ancaman).

## **Analisis Peluang dan Ancaman**

Peluang (*Opportunitis*) merupakan faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh organisasi untuk mencapai tujuan dan peningkatan kinerja (Rangkuti, 2015). Adapun peluang (*Opportunitis*) yang dimiliki Id Daily Second Hand:

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. Id Daily Second Hand dapat memanfaatkan tren fashion berkelanjutan dengan menawarkan produk bermerek dan berkualitas dalam berbagai model, serta harga yang kompetitif. Dukungan platform media sosial dan marketplace juga memungkinkan bisnis ini menjangkau konsumen lebih luas dan memudahkan akses terhadap produk yang tersedia.

Ancaman (*Threats*) merupakan faktor eksternal yang berpotensi merugikan organisasi dan mempengaruhi kinerja organisasi (Rangkuti, 2015). Ancaman (*Threats*) yang dihadapi Id Daily Second Hand:

2. Id Daily Second Hand menghadapi beberapa tantangan seperti persaingan yang semakin ketat, perubahan preferensi konsumen terhadap merek fashion, serta kenaikan harga yang berdampak pada margin keuntungan. Selain itu, meskipun tren thrifting semakin populer, stigma negatif terhadap pakaian bekas masih menjadi hambatan dalam perluasan pasar.

## **Analisis Kekuatan dan Kelemahan**

Kekuatan (*Strengths*) adalah faktor internal yang memberikan keunggulan kompetitif bagi suatu organisasi, mencakup sumber daya, kemampuan, dan keunggulan yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan bisnis (Rangkuti, 2015). Kekuatan (*Strengths*) yang dimiliki Id Daily Second Hand:

1. Id Daily Second Hand menawarkan pakaian bekas asli yang telah diseleksi dengan baik, dengan beragam model seperti casual, outdoor, dan streetwear dari merek ternama. Produk dijual dengan harga lebih terjangkau dibandingkan barang baru, didukung oleh pelayanan yang ramah serta proses transaksi yang aman melalui

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

platform seperti Carousell dan Tokopedia. Inovasi juga diterapkan melalui kemasan menarik dan pengiriman yang dipastikan aman hingga ke tangan konsumen.

Kelemahan (Weaknesses) adalah keterbatasan internal yang dapat menghambat pencapaian tujuan organisasi, mencakup kurangnya sumber daya, pengalaman, inovasi, serta kemampuan beradaptasi terhadap tren pasar dan teknologi (Rangkuti, 2015). Kelemahan (*Weaknesses*) yang dimiliki Id Daily Second Hand, antara lain:

2. Id Daily Second Hand mempunyai kelemahan dalam menjaga konsistensi stok produk akibat ketidakpastian ketersediaan barang. Variasi kualitas pada produk bekas juga berpotensi memengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu, penumpukan stok lama dapat menghambat rotasi produk baru dan mengganggu efisiensi penyimpanan.

## METODOLOGI PENGEMBANGAN PRODUK DAN MANAJEMEN USAHA

### Eksplorasi Kreativitas

Id Daily Second Hand mengeksplorasi kreativitas dengan menawarkan berbagai pilihan produk unik dan bermerek, seperti pakaian casual, outdoor, dan streetwear dari merek ternama seperti Adidas, The North Face, Dickies, dan Carhartt, dengan harga kompetitif sesuai tren saat ini. Id Daily Second Hand menyediakan berbagai platform media sosial dan marketplace untuk memudahkan konsumen dalam mencari produk yang tersedia dan bertransaksi, menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih aman dan efisien.

### Manajemen Pemasaran

Jenis pemasaran yang digunakan Id Daily Second Hand 4P yaitu *product* (Produk) menawarkan pakaian casual, outdoor, dan streetwear dari merek ternama seperti Adidas, The

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

North Face, Dickies, dan Carhartt yang telah diseleksi untuk memastikan kualitas dan keaslian, *price* (Harga) menetapkan harga berdasarkan merek, kondisi produk, dan biaya operasional, dengan tetap menjaga harga yang kompetitif tanpa mengurangi kualitas. *place* (Tempat) memanfaatkan platform seperti Instagram, TikTok, Carousell, dan Tokopedia untuk memudahkan konsumen dalam mengakses dan membeli produk, serta *promotion* (Promosi) melakukan promosi melalui konten menarik di media sosial, iklan berbayar, program diskon, bundling, dan promosi di marketplace untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

## **Manajemen Operasi**

Terdapat tiga kegiatan operasional Id Daily Second Hand yaitu peningkatan efisiensi proses dengan mengoptimalkan waktu dan biaya yang diperlukan pada saat menjalankan bisnis, mengendalikan kualitas produk dengan memastikan produk yang dijual memenuhi standar kualitas untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen, serta meningkatkan kepuasan konsumen dengan fokus pada efisiensi dan kualitas produk untuk dapat memberi pengalaman berbelanja dengan baik kepada konsumen.

## **Manajemen Sumber Daya Manusia**

Kegiatan manajemen sumber daya yang penulis jalankan pada bisnis Id Daily Second Hand ini dimulai dari niat untuk motivasi diri sendiri, mencari *supplier*, membuat jadwal pembuatan konten menarik baik foto maupun video, mengemas produk yang telah laku terjual, mengirim paket produk ke *ekspedisi*, serta membuat inovasi dengan tujuan untuk menarik minat konsumen.

## **Manajemen Keuangan**

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Manajemen keuangan yang penulis terapkan pada bisnis Id Daily Second Hand dilakukan dengan mencatat setiap pemasukan dan pengeluaran. Modal awal bisnis ini menggunakan uang sendiri, yang digunakan untuk membeli stok produk, dan kebutuhan operasional. Keuntungan diperoleh digunakan untuk membeli persediaan stok produk agar dapat berkembang dan dapat bersaing di pasar.

## **Manajemen Perubahan dan Inovasi**

Id Daily Second Hand secara berkala melakukan analisis dan survei tren pasar untuk memperbarui varian produk dengan menambah model dan merek baru, guna menarik konsumen dan memperluas pangsa pasar. Pemanfaatan media sosial dan marketplace memberikan kemudahan transaksi, serta dengan konten menarik dan iklan berbayar menjangkau konsumen lebih luas. Inovasi promosi berupa diskon bagi konsumen setia memperkuat loyalitas, sementara mendengarkan kebutuhan konsumen memungkinkan penyesuaian produk dan layanan yang relevan. Strategi ini mendorong pertumbuhan bisnis dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

## **Business Model Canvas**

Analisis Business Model Canva :

1. Partner Kunci
  - *Supplier* pakaian bekas bermerek dan berkualitas.
  - Platform *marketplace* yaitu Carousell, Tokopedia
  - Jasa pengiriman yaitu Jastip, JNE, JNT
2. Aktivitas Utama

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Menjalankan kegiatan pengadaan produk menarik, pemasaran melalui media sosial Instagram dan Tiktok, pembuatan konten baik foto maupun video, distribusi barang melalui *marketplace*, dan analisis tren pasar.
3. Proporsi Nilai
- Id Daily Second Hand sangat mengutamakan kualitas produk dengan merek ternama dengan harga terjangkau dibandingkan produk baru dan untuk mendukung gaya hidup berkelanjutan, serta kemudahan akses pembelian.
4. Hubungan Pelanggan
- Id Daily Second Hand sangat mengutamakan interaksi dengan layanan ramah dan responsif kepada kosumen untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Karena dengan memberikan kepuasan tersebut dapat mendorong konsumen untuk *repeat order* atau pembelian ulang kembali.
5. Segmen Pelanggan
- Id Daily Second Hand menysasar ke pecinta *fashion* bermerek dari anak muda hingga orang tua dengan anggara yang cukup. Karena saat ini banyak anak muda sampai orang tua, mengikuti tren *fashion* luar negeri yang *trendy* dan *stylish*.
6. Sumber Daya Utama
- Id Daily Second Hand membutuhkan sumber daya utama dari modal awal sendiri, mencari supplier pakaian bekas berkualitas dan bermerek, serta teknologi untuk memasarkan produk melalui *media sosial* dan *marketplace*.
7. Saluran Distribusi

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Id Daily Second Hand menggunakan saluran distribusi yang terdiri dari platform media sosial dan marketplace seperti Instagram, Tiktok, Carousell dan Tokopedia. Karena untuk memperluas jangkauan pemasaran.
8. Struktur Biaya
- Biaya yang dikeluarkan Id Daily Second Hand yaitu biaya bahan baku untuk membeli stok produk, biaya operasional dan pemasaran seperti biaya kuota internet, biaya iklan, biaya *laundry*, biaya *packing*, biaya stiker dan biaya gaji karyawan.
9. Aliran Pendapatan
- Id Daily Second Hand memperoleh pendapatan yang berasal dari pendapatan penjualan, dengan perhitungan harga jual dikurangi harga beli dikurangi harga operasional, sehingga akan diperoleh laba bersih setiap produknya.

## PEMBAHASAN MANAJEMEN USAHA

### Inovasi Produk

Id Daily Second Hand melakukan inovasi produk dengan menyediakan pakaian bekas bermerek dan berkualitas yang langsung didatangkan dari luar negeri seperti Jepang dan Korea, bukan dari barang bekas pada umumnya. Produk dipilih secara selektif sesuai tren fashion terkini, melalui proses pengecekan dan perawatan ketat agar tetap layak pakai.

### Manajemen Pemasaran

Dalam praktik kewirausahaan, Id Daily Second Hand mengimplementasikan manajemen pemasaran melalui strategi promosi digital efektif menggunakan berbagai platform media

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

sosial seperti Instagram dan Tiktok, dengan menggunakan iklan berbayar. Serta platform *marketplace* seperti, Carousell dan Tokopedia, sebagai pihak ke tiga untuk memastikan proses transaksi berjalan dengan baik dan benar.

## **Manajemen Produksi**

Id Daily Second Hand mengelola manajemen produksi dengan memesan produk sesuai tren terkini dari supplier luar negeri seperti Jepang dan Korea, atau membeli melalui situs jual beli barang bekas luar negeri, kemudian menggunakan jasa titip (JASTIP) untuk pengiriman ke alamat penulis. Setelah tiba, produk diperiksa kualitas dan keasliannya, dilanjutkan dengan proses pencucian untuk menjaga kebersihan dan kualitas. Produk yang lolos seleksi siap dipasarkan melalui media sosial dan marketplace.

## **Manajemen Sumber Daya Manusia**

Manajemen sumber daya manusia yang Id Daily Second Hand jalankan, mulai dari seleksi produk, pengelolaan stok, pelayanan konsumen, pemasaran, hingga pengemasan. Proses ini mencakup rekrutmen, pelatihan, dan pengembangan karyawan agar dapat berkontribusi optimal. Pelatihan dilakukan melalui dua metode, yaitu *On-the-Job* dengan membimbing karyawan secara langsung dalam operasional harian seperti pengecekan produk, penataan stok, komunikasi dengan konsumen, pembuatan konten, dan pengemasan. Sementara *Off-the-Job* dilakukan di luar lingkungan kerja, seperti pelatihan tren fashion bekas dan strategi pemasaran digital, guna meningkatkan wawasan dan keterampilan karyawan secara menyeluruh.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Manajemen Keuangan

Id Daily Second Hand mengimplementasikan manajemen keuangan ke dalam beberapa bagian, sebagai berikut:

### Biaya Investasi

ID.DAILYSECONDHAND			
Biaya Biaya Investasi			
Aset	Harga	Unit	Total Nilai
<b>Biaya Investasi Februari</b>			
Handphone Iphone XR	Rp 5,000,000	1	Rp 5,000,000
Gawangan pakaian 2 susun	Rp 300,000	1	Rp 300,000
Hanger pakaian plastik putih	Rp 2,500	60	Rp 150,000
Karpet background foto	Rp 250,000	1	Rp 250,000
Box container plastik 150 L	Rp 250,000	1	Rp 250,000
Tripod foto	Rp 200,000	1	Rp 200,000
Trifod lighting	Rp 200,000	1	Rp 200,000
Penghilang bulu portable	Rp 100,000	1	Rp 100,000
Printer thermal mini	Rp 130,000	1	Rp 130,000
Materan pakaian	Rp 5,000	1	Rp 5,000
<b>Total Biaya Investasi Februari</b>			<b>Rp 6,585,000</b>
<b>Biaya Investasi Maret</b>			
Penerimaan Kas dari Owner (penambahan modal Maret)			Rp 7,905,307
<b>Total Biaya Investasi Maret</b>			<b>Rp 7,905,307</b>
<b>Sub Biaya Total Investasi</b>			<b>Rp 14,490,307</b>

Biaya investasi pada bulan Februari mencapai Rp 6.585.000 yang mencakup pembelian peralatan seperti Handphone iPhone XR, gawangan pakaian, hanger pakaian, karpet background, box container, tripod foto, trifod lighting, penghilang bulu, Printer thermal mini, dan meteran pakaian. Pada bulan Maret, penulis menambah modal pribadi sebesar Rp 7.905.307. Dengan Total biaya investasi sebesar selama dua bulan pertama sebesar Rp 14.490.307.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Biaya Modal Kerja

ID.DAILYSECONDHAND					
Modal Kerja					
Februari					
Unit terjual	30				
Keterangan	Harga	Satuan	Harga Per Unit	Yang Digunakan/ Terjual	Harga Total
<b>Bahan Baku Produk</b>					
Jacket Tracktop Adidas	Rp 400,000	1/Unit	Rp 400,000	20	Rp 8,000,000
Jacket Outdoor Dickies	Rp 300,000	1/Unit	Rp 300,000	10	Rp 3,000,000
<b>Total Bahan Baku Produk</b>					<b>Rp 11,000,000</b>
<b>Biaya Bahan Penolong</b>					
Striker A3	Rp 13,000	30/Unit	Rp 433	30	Rp 13,000
Plastik ziplock 40 x 50	Rp 68,000	50/Unit	Rp 1,360	30	Rp 40,800
Plastik polyaiker	Rp 31,000	50/Unit	Rp 620	30	Rp 18,600
Kertas label striker thermal	Rp 2,500	1/Roll (5m)	Rp 40	30	Rp 1,200
<b>Total Biaya Bahan Penolong</b>					<b>Rp 73,600</b>
<b>Biaya Overhead Pabrik (BOP)</b>					
Kuota internet	Rp 150,000	1/Bln	Rp 5,000	30	Rp 150,000
Listrik	Rp 50,000	1/Bln	Rp 1,667	30	Rp 50,000
Laundry	Rp 54,000	18/Kg	Rp 1,800	30	Rp 54,000
Biaya promosi iklan	Rp 400,000	4/Minggu	Rp 13,333	30	Rp 400,000
<b>Total Biaya Overhead Pabrik (BOP)</b>					<b>Rp 654,000</b>
<b>Biaya Tenaga Kerja Langsung (TKL)</b>					
Gaji Karyawan	Rp 1,500,000	1/Bln	Rp 50,000	30	Rp 1,500,000
<b>Total Biaya Tenaga Kerja Langsung (TKL)</b>					<b>Rp 1,500,000</b>
<b>Sub Total Modal Kerja Bulan Februari</b>					<b>Rp 13,227,600</b>

Modal Kerja					
Maret					
Unit terjual	47				
Keterangan	Harga	Satuan	Harga Per Unit	Yang Digunakan/ Terjual	Harga Total
<b>Bahan Baku Produk</b>					
Jacket Tracktop Adidas	Rp 400,000	1/Unit	Rp 400,000	17	Rp 6,800,000
Jacket Carhartt	Rp 1,000,000	1/Unit	Rp 1,000,000	10	Rp 10,000,000

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tas Carhartt	Rp 600,000	1/Unit	Rp 600,000	4	Rp 2,400,000
Jaket Hoodie Carhartt	Rp 300,000	1/Unit	Rp 300,000	16	Rp 4,800,000
<b>Total Bahan Baku Produk</b>					<b>Rp 24,000,000</b>
<b>Biaya Bahan Penolong</b>					
Striker A3	Rp 13,000	30/Unit	Rp 433	47	Rp 20,367
Plastik ziplock 40 x 50	Rp 68,000	50/Unit	Rp 1,360	47	Rp 63,920
Plastik polyaiker	Rp 31,000	50/Unit	Rp 620	47	Rp 29,140
Kertas label striker thermal	Rp 2,500	1/roll (5 m)	Rp 40	47	Rp 1,880
<b>Total Biaya Bahan Penolong</b>					<b>Rp 115,307</b>
<b>Biaya Overhead Pabrik (BOP)</b>					
Kuota internet	Rp 150,000	1/Bln	Rp 3,191	47	Rp 150,000
Listrik	Rp 50,000	1/Bln	Rp 1,064	47	Rp 50,000
Laundry	Rp 90,000	30/Kg	Rp 1,915	47	Rp 90,000
Biaya promosi iklan	Rp 400,000	4/Minggu	Rp 8,511	47	Rp 400,000
<b>Total Biaya Overhead Pabrik (BOP)</b>					<b>Rp 690,000</b>
<b>Biaya Tenaga Kerja Langsung (TKL)</b>					
Gaji Karyawan	Rp 1,500,000	1/Bln	Rp 31,915	47	Rp 1,500,000
<b>Total Biaya Tenaga Kerja Langsung (TKL)</b>					<b>Rp 1,500,000</b>
<b>Sub Total Modal Kerja Bulan Maret</b>					<b>Rp 26,305,307</b>

<b>Modal Kerja</b>					
<b>April</b>					
Unit terjual	47				
<b>Keterangan</b>	<b>Harga</b>	<b>Satuan</b>	<b>Harga Per Unit</b>	<b>Yang Digunakan/ Terjual</b>	<b>Harga Total</b>
<b>Bahan Baku Produk</b>					
Jaket Tracktop Adidas	Rp 400,000	1/Unit	Rp 400,000	6	Rp 2,400,000
Jaket Outdoor The North Face	Rp 350,000	1/Unit	Rp 350,000	6	Rp 2,100,000
Kemeja Carhartt	Rp 600,000	1/Unit	Rp 600,000	6	Rp 3,600,000
Jaket Carhartt	Rp 1,000,000	1/Unit	Rp 1,000,000	13	Rp 13,000,000
Tas Carhartt	Rp 400,000	1/Unit	Rp 400,000	12	Rp 4,800,000
Jaket Hoodie Big Logo	Rp 1,000,000	1/Unit	Rp 1,000,000	4	Rp 4,000,000
<b>Total Bahan Baku Produk</b>					<b>Rp 29,900,000</b>
<b>Biaya Bahan Penolong</b>					
Striker A3	Rp 13,000	30/Unit	Rp 433	47	Rp 20,367
Plastik ziplock 40 x 50	Rp 68,000	50/Unit	Rp 1,360	47	Rp 63,920
Plastik polyaiker	Rp 31,000	50/Unit	Rp 620	47	Rp 29,140

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kertas label striker thermal	Rp 2,500	1/roll (5 m)	Rp 40	47	Rp 1,880
<b>Total Biaya Bahan Penolong</b>					<b>Rp 115,307</b>
<b>Biaya Overhead Pabrik (BOP)</b>					
Kuota internet	Rp 150,000	1/Bln	Rp 3,191	47	Rp 150,000
Listrik	Rp 50,000	1/Bln	Rp 1,064	47	Rp 50,000
Laundry	Rp 105,000	35/Kg	Rp 2,234	47	Rp 105,000
Biaya promosi iklan	Rp 400,000	4/Minggu	Rp 8,511	47	Rp 400,000
<b>Total Biaya Overhead Pabrik (BOP)</b>					<b>Rp 705,000</b>
<b>Biaya Tenaga Kerja Langsung (TKL)</b>					
Gaji Karyawan	Rp 1,500,000	1/Bln	Rp 31,915	47	Rp 1,500,000
<b>Total Biaya Tenaga Kerja Langsung (TKL)</b>					<b>Rp 1,500,000</b>
<b>Sub Total Modal Kerja Bulan April</b>					<b>Rp 32,220,307</b>
<b>Sub Total Modal Kerja 3 Bulan</b>					<b>Rp 71,753,213</b>

Modal kerja merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan secara rutin untuk mendukung operasional bisnis Id Daily Second Hand dalam waktu 3 bulan. Modal kerja yang digunakan berjumlah Rp 71,753,213. Modal ini mencakup kebutuhan operasional seperti pembelian produk bahan baku, pembelian bahan penolong, biaya overhead dan gaji karyawan.

## Harga Pokok Produksi

<b>ID.DAILYSECONDHAND</b>	
<b>Harga Pokok Penjualan</b>	
<b>Keterangan</b>	<b>Total</b>
<b>Bulan Februari</b>	
Biaya Bahan baku	Rp 11,000,000
Biaya Bahan Penolong	Rp 73,600
Biaya Overhead	Rp 654,000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 1,500,000
<b>Total HPP Februari</b>	<b>Rp 13,227,600</b>
<b>Bulan Maret</b>	
Biaya Bahan baku	Rp 24,000,000
Biaya Bahan Penolong	Rp 115,307
Biaya Overhead	Rp 690,000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 1,500,000
<b>Total HPP Maret</b>	<b>Rp 26,305,307</b>
<b>Bulan April</b>	
Biaya Bahan baku	Rp 29,900,000

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Biaya Bahan Penolong	Rp 115,307
Biaya Overhead	Rp 705,000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 1,500,000
<b>Total HPP April</b>	<b>Rp 32,220,307</b>
<b>Sub Total 3 Bulan</b>	<b>Rp 71,753,213</b>

Id Daily Second Hand mengeluarkan biaya untuk Harga Pokok Penjualan (HPP) selama 3 bulan sebesar Rp 71,753,213.

## Pendapatan Penjualan Per Bulan

<b>ID.DAILYSECONDHAND</b>		
<b>Pendapatan Penjualan Per Bulan</b>		
<b>Keterangan</b>	<b>Unit</b>	<b>Total</b>
<b>Bulan Februari</b>		
Jaket Tracktop Adidas	20	Rp 13,000,000
Jaket Outdoor Dickies	10	Rp 5,500,000
<b>Total Pendapatan Februari</b>		<b>Rp 18,500,000</b>
<b>Bulan Maret</b>		
Jaket Tracktop Adidas	17	Rp 11,050,000
Jaket Carhartt	10	Rp 20,000,000
Tas Carhartt	4	Rp 3,600,000
Jaket Hoodie Carhartt	16	Rp 11,200,000
<b>Total Pendapatan Maret</b>		<b>Rp 45,850,000</b>
<b>Bulan April</b>		
Jaket Tracktop Adidas	6	Rp 3,900,000
Jaket Outdoor The North Face	6	Rp 3,600,000
Kemeja Carhartt	6	Rp 6,000,000
Jaket Carhartt	13	Rp 26,000,000
Tas Carhartt	12	Rp 10,800,000
Jaket Hoodie Big Logo	4	Rp 6,400,000
<b>Total Pendapatan April</b>		<b>Rp 56,700,000</b>
<b>Sub Total Pendapatan 3 Bulan</b>		<b>Rp 121,050,000</b>

Pendapatan penjualan merupakan total penerimaan yang diperoleh dari hasil penjualan produk Id Daily Second Hand selama 3 bulan. Id Daily Second Hand mendapatkan total pendapatan sebesar Rp 121,050,000.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Laporan Laba Rugi

ID.DAILYSECONDHAND			
Laporan Laba Rugi			
Keterangan	Bulan		
	Februari	Maret	April
Pendapatan Penjualan	Rp 18,500,000	Rp 45,850,000	Rp 56,700,000
HPP	Rp 13,327,600	Rp 26,405,307	Rp 32,320,307
<b>Laba Per Bulan</b>	<b>Rp 5,172,400</b>	<b>Rp 19,444,693</b>	<b>Rp 24,379,693</b>
<b>Total Laba 3 Bulan</b>	<b>Rp 48,996,787</b>		

Laporan laba rugi Id Daily Second Hand selama 3 bulan bersumber dari total pendapatan penjualan – total harga pokok produksi (HPP). Laba yang didapatkan pada bulan Februari sebesar Rp 5,172,400, bulan Maret sebesar Rp 19,444,693, dan bulan April sebesar Rp 24,379,693. Secara keseluruhan pendapatan bersih yang diperoleh Id Daily Second Hand selama 3 bulan sebesar Rp 48,996,787.

## Laporan Arus Kas

ID.DAILYSECONDHAND		
Laporan Arus Kas		
Keterangan	Kas Masuk	Kas Keluar
Arus kas	Debit	Kredit
<b>Bulan Februari</b>		
Saldo Awal Kas		
Penerimaan Kas dari Owner	Rp 6,585,000.00	
Pembelian Aset Operasional (Biaya Investasi)		Rp 6,585,000.00
Penerimaan Kas dari Owner untuk Stok	Rp 13,327,600.00	
Pembelian Stock Pakaian (Sudah termasuk BB, BP, TKL, BOP)		Rp 13,327,600.00
Pendapatan Penjualan Februari	Rp 18,500,000.00	
Total	Rp 38,412,600.00	Rp 19,912,600.00
Saldo Akhir Kas	Rp 18,500,000.00	
<b>Bulan Maret</b>		

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Saldo Awal Kas	Rp 18,500,000.00	
Penerimaan Kas dari owner (Penambahan Modal Bulan Maret)	Rp 7,905,306.67	
Pembelian Stok Pakaian (Sudah termasuk BB, BP, TKL, BOP)		Rp 26,405,306.67
Pendapatan Penjualan Maret	Rp 45,850,000.00	
Total	Rp 72,255,306.67	Rp 26,405,306.67
Saldo Akhir Kas	Rp 45,850,000.00	
<b>Bulan April</b>		
Saldo Awal Kas	Rp 45,850,000.00	
Pembelian Stok Pakaian (Sudah termasuk BB, BP, TKL, BOP)		Rp 32,320,306.67
Pendapatan Penjualan April	Rp 56,700,000.00	
Total	Rp 102,550,000.00	Rp 32,320,306.67
Saldo Akhir Kas	Rp 70,229,693.33	

Laporan arus kas Id Daily Second Hand selama 3 bulan pertama operasional menunjukkan pengelolaan keuangan stabil dengan fluktuasi penjualan dan pengeluaran. Pada Februari, kas masuk Rp 38.412.600 dan keluar Rp 19.912.600, saldo akhir Rp 18.500.000. Maret, kas masuk Rp 72.255.307 dan keluar Rp 26.405.307, saldo akhir Rp 45.850.000. April, kas masuk Rp 56.700.000 dan keluar Rp 32.320.307, saldo akhir Rp 70.229.693. Secara keseluruhan, bisnis memiliki likuiditas baik dan mampu mengelola kas secara efisien.

## Perhitungan Payback Periode

ID.DAILYSECONDHAND				
Perhitungan Payback Periode				
	Laba Per Bulan	Biaya Investasi	Payback Periode Bulanan	Payback Periode Harian
Februari	Rp 5,172,400	Rp 5,172,400	1	30
Maret	Rp 19,444,693	Rp 9,317,907	0.479	14.376
April	Rp 24,379,693			
	Rp 48,996,787	Rp 14,490,307	1.479	44.376

$$\text{Payback period} = \frac{5,172,400}{5,172,400} + \frac{9,317,907}{19,444,93}$$

*Payback period* = 1,479 bulan atau 44 hari

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Id Daily Second Hand membutuhkan waktu 1,479 bulan atau 44 hari untuk mengembalikan investasi awal.

## **Manajemen Perubahan dan Inovasi**

Manajemen perubahan dan inovasi yang diterapkan oleh Id Daily Second Hand meliputi empat strategi utama untuk meningkatkan daya saing dan kepuasan konsumen. Pertama, pemanfaatan platform media sosial dan marketplace sebagai sarana pemasaran dan interaksi dengan konsumen. Kedua, penggunaan iklan berbayar untuk memperluas jangkauan pasar. Ketiga, memberikan nilai tambah kepada konsumen melalui bonus menarik, seperti stiker gratis, dan pengemasan produk yang menarik untuk menciptakan kesan eksklusif. Keempat, menjalankan program promo diskon, bundling, dan titip jual kepada rekanan seller untuk produk yang kurang diminati, guna menghindari penumpukan stok di gudang.

## **Kesimpulan**

Penulis memilih proyek kewirausahaan Id Daily Second Hand karena minat dalam *fashion* dan pengalaman dari mata kuliah kewirausahaan. Proyek *thrift shop* ini telah berjalan selama tiga bulan, di mana penulis belajar mengelola stok, memahami kebutuhan konsumen, dan mengelola keuangan dengan baik. Penulis menyadari pentingnya inovasi produk, adaptasi terhadap tren *fashion*, serta pelayanan yang ramah untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Membangun ciri khas produk dengan merek ternama menjadi strategi branding utama. Namun, tantangan seperti ketidakpastian ketersediaan stok berkualitas dan produk yang kurang diminati dapat menghambat rotasi produk. Oleh karena itu, penulis perlu memperluas jaringan *supplier* untuk menjaga konsistensi dan kualitas produk. Dengan meningkatnya tren *thrifting* di kalangan anak muda, Id Daily Second Hand memiliki potensi untuk berkembang

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

lebih jauh dengan menjaga kualitas, memanfaatkan platform digital, dan bekerja sama dengan *influencer* lokal untuk memperluas jangkauan pasar.

## Saran

Berdasarkan penjelasan di atas, terdapat beberapa saran untuk membuka dan mengembangkan bisnis *thrift shop*. Lakukan analisis pasar untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen. Perluas jaringan supplier untuk memastikan ketersediaan stok dan menjaga kualitas produk melalui seleksi yang ketat. Terus lakukan inovasi pada layanan dan varian produk agar tetap relevan dengan tren pasar. Selain itu, pengelolaan keuangan harus dilakukan secara rapi dan terstruktur, memanfaatkan aplikasi digital untuk pencatatan dan analisis. Penulis berharap proyek ini dapat menginspirasi anak muda untuk membuka bisnis, mengembangkan potensi diri, menciptakan lapangan kerja baru, dan mengurangi limbah pakaian, serta berkontribusi pada ekonomi lokal dan memberikan kesempatan bagi anak muda untuk mengeksplorasi kreativitas diri mereka dalam menjalankan bisnis kedepan.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## DAFTAR PUSTAKA

- Khamimah, W. (2021). Peran kewirausahaan dalam memajukan perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 228-240.
- De Jong, J., & Wennekers, S. (2008). Conceptualizing entrepreneurial employee behaviour. *EIM-SCALES (Scientific Analysis of Entrepreneurship and SMEs)*.
- Chotimah, Nur Aini. (2021). Perilaku Konsumen Pakaian Bekas di Pasar Klitikan Notoharjo Surakarta. *Skripsi*, 3.
- ThredUp, (2021). *2021 Resale Report: Resale is not slowing down*. ThredUp Inc.
- Revolution, F. (2020). Fashion Transparency Index, 2020 edition. *Leek: Fashion Revolution*.
- Ibrahim, R., Bumulo, S., & Apajulu, S. (2024). Fenomena Thrifting Fashion di Era Milenial (Studi pada Mahasiswa Pengguna Thrifting Fashion di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Gorontalo). *Sosiologi Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 136-145.
- Agnesvy, F. (2022). Penggunaan trend fashion thrift sebagai konsep diri pada remaja di Kota Bandung. *Avant Garde: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 254–271
- Lestari, S. (2022). Mengenal dan Membaca Pasar. *Al-Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(II).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Manajemen Pemasaran, Edisi KeTiga Belas, Jilid 1 dan 2. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Sudrartono, T. (2019). Pengaruh segmentasi pasar terhadap tingkat penjualan produk fashion UMK: Studi kasus pada pelaku UMK Bumi Orange Cinunuk Bandung. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 53–64.
- Rangkuti, F. (2015). Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis. *Language*, 13(246p), 23cm.
- Siregar, R. (2022). Peran kreativitas dalam proses kewirausahaan dan strategi untuk menginspirasi ide hebat. *PediaQu: Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(4), 124–134.
- Pide, A. (2018). Manajemen Operasi (Teori Dan Aplikasi Dalam Dunia Bisnis). Bogor: Azkiya Publishing.
- Ompusunggu, D. P., & Irenetia, N. (2023). Pentingnya manajemen keuangan bagi perusahaan. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(2), 140-147.
- Hasibuan, Malayu S. P. (2017). Manajemen sumber daya manusia (Edisi revisi, cetakan ke-21). Jakarta: PT Bumi Aksara.