

BAB I

PENDAHULUAN

A. Profil Bisnis

Identitas Usaha

Nama Usaha	: Aksesoris Manik
Bentuk Usaha	: Usaha Mikro Kreatif
Bidang Usaha	: Produksi dan Penjualan Aksesoris Manik
Tagline	: Tampil percaya diri dengan gayamu
Alamat Usaha	: JL.Manglayang Baru III No.299 Kel. Palasari Kec.Cibiru Kota Bandung
Pemilik /Pendiri	: Marina Silvy Margana
Kontak	: Telepon : 085624763683
Emai	: marinasilvy02@gmail.com

B. Latar Belakang Proyek Bisnis

Pendidikan tinggi pada dasarnya memegang peranan penting dalam menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas, kompetitif, serta mampu memberikan kontribusi nyata bagi pembangunan ekonomi dan sosial. Perguruan tinggi tidak hanya berperan sebagai lembaga yang menyampaikan pengetahuan secara konseptual, tetapi juga sebagai sarana pembentukan keterampilan praktis,

etika profesional, serta kemampuan beradaptasi terhadap dinamika perubahan global yang semakin kompleks. Oleh karena itu, lulusan perguruan tinggi diharapkan tidak semata-mata berorientasi sebagai pencari kerja, melainkan juga memiliki kapasitas untuk menjadi pencipta lapangan kerja yang mandiri, inovatif, dan berdaya saing.

Perkembangan globalisasi, kemajuan teknologi, serta transformasi industri telah membawa perubahan signifikan dalam dunia usaha dan ketenagakerjaan. Persaingan kerja semakin ketat, baik di tingkat nasional maupun internasional, sementara ketersediaan lapangan kerja formal tidak sebanding dengan jumlah lulusan perguruan tinggi yang terus meningkat. Di sisi lain, dunia kerja menuntut kompetensi yang semakin beragam, mencakup keterampilan teknis, kemampuan berpikir kritis, kreativitas, serta jiwa kewirausahaan. Kondisi tersebut menuntut perguruan tinggi untuk melakukan penyesuaian dalam sistem pembelajaran agar lebih berorientasi pada pengembangan kompetensi aplikatif dan kesiapan kerja mahasiswa.

Dalam menjawab tantangan tersebut, penerapan pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) menjadi pendekatan yang relevan dan strategis. Mahasiswa tidak cukup hanya memahami teori yang diperoleh di ruang kelas, tetapi juga perlu diberikan kesempatan untuk mengimplementasikan pengetahuan tersebut dalam konteks nyata. Salah satu bentuk pembelajaran yang efektif dalam mewujudkan hal tersebut adalah melalui tugas akhir berbasis proyek bisnis, yang memungkinkan mahasiswa mengintegrasikan kemampuan akademik dengan praktik kewirausahaan secara langsung.

Tugas akhir dalam bentuk proyek bisnis memberikan pengalaman pembelajaran yang komprehensif karena mahasiswa tidak hanya dituntut untuk melakukan kajian akademik, tetapi juga merancang, menjalankan, dan mengevaluasi suatu kegiatan usaha secara nyata. Dalam proyek bisnis, mahasiswa berperan sebagai pelaku usaha yang harus mampu mengidentifikasi peluang pasar, mengembangkan produk atau jasa, menyusun strategi pemasaran, mengelola keuangan, serta melakukan evaluasi kinerja usaha. Melalui proses tersebut, mahasiswa memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika dunia bisnis, termasuk berbagai tantangan, risiko, dan peluang yang menyertainya.

Selain itu, tugas akhir berbasis proyek bisnis menjadi media untuk mengintegrasikan berbagai disiplin ilmu yang telah dipelajari selama masa perkuliahan. Pengetahuan di bidang manajemen, pemasaran, akuntansi, keuangan, kewirausahaan, dan analisis pasar tidak lagi dipahami secara parsial, melainkan diterapkan secara terpadu dalam satu sistem usaha yang utuh. Dengan demikian, proses pembelajaran menjadi lebih kontekstual, aplikatif, dan relevan dengan kebutuhan dunia kerja dan dunia usaha.

Pelaksanaan proyek bisnis juga mendorong pengembangan keterampilan non-akademik atau soft skills yang sangat dibutuhkan dalam dunia profesional, seperti kemampuan berkomunikasi, kerja sama tim, kepemimpinan, pengambilan keputusan, serta manajemen waktu. Dalam menjalankan usaha, mahasiswa dituntut untuk bersikap proaktif, kreatif, dan solutif dalam menghadapi berbagai permasalahan, serta mampu mengambil keputusan secara rasional berdasarkan

analisis yang matang. Pengalaman ini menjadi bekal penting bagi mahasiswa dalam menghadapi tantangan setelah menyelesaikan pendidikan tinggi.

Pengambilan tugas akhir dalam bentuk proyek bisnis juga sejalan dengan kebijakan pemerintah dan institusi pendidikan dalam mendorong pertumbuhan kewirausahaan di kalangan generasi muda. Kewirausahaan dipandang sebagai salah satu solusi strategis untuk mengatasi permasalahan pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Melalui pengembangan usaha mandiri, mahasiswa diharapkan mampu menciptakan nilai tambah ekonomi, membuka peluang kerja baru, serta berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi baik di tingkat daerah maupun nasional.

Dalam kerangka pembangunan ekonomi nasional, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat vital sebagai penggerak perekonomian. UMKM terbukti memiliki ketahanan yang tinggi dalam menghadapi krisis ekonomi dan menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Oleh karena itu, pembekalan keterampilan kewirausahaan melalui tugas akhir proyek bisnis merupakan bentuk kontribusi nyata perguruan tinggi dalam mendukung penguatan UMKM serta pengembangan ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

Sebagai implementasi konkret dari tugas akhir berbasis proyek bisnis, pemilihan bidang usaha menjadi aspek penting yang harus mempertimbangkan relevansi akademik, potensi pasar, serta peluang pengembangan usaha. Dalam hal ini, sektor fashion, khususnya produk aksesoris, dipilih sebagai fokus proyek bisnis. Industri fashion merupakan bagian dari ekonomi kreatif yang terus berkembang dan

memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian. Dinamika tren, inovasi desain, serta tingginya minat konsumen menjadikan sektor ini memiliki prospek usaha yang menjanjikan.

Pemilihan usaha aksesoris fashion didasarkan pada beberapa pertimbangan strategis. Pertama, produk aksesoris memiliki fleksibilitas tinggi dari segi desain, bahan, fungsi, dan segmentasi pasar. Aksesoris tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap penampilan, tetapi juga sebagai media ekspresi gaya hidup dan identitas individu, sehingga membuka ruang kreativitas dan inovasi yang luas.

Kedua, usaha aksesoris memiliki hambatan masuk yang relatif rendah dibandingkan dengan jenis usaha fashion lainnya. Kebutuhan modal awal yang lebih terjangkau, proses produksi yang tidak terlalu kompleks, serta risiko usaha yang relatif dapat dikendalikan menjadikan sektor ini sesuai untuk dikembangkan dalam skala proyek bisnis mahasiswa. Kondisi ini memungkinkan mahasiswa untuk lebih fokus pada penguatan konsep usaha, inovasi produk, dan strategi pemasaran.

Ketiga, perkembangan teknologi digital dan media sosial memberikan peluang besar bagi usaha aksesoris untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui platform daring. Pola konsumsi masyarakat yang semakin mengarah pada belanja online serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi mendukung pengembangan usaha aksesoris secara efektif dan efisien, sejalan dengan kompetensi mahasiswa dalam pemasaran digital.

Selain potensi ekonomi, sektor aksesoris fashion juga memiliki keterkaitan erat dengan pengembangan UMKM dan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal. Banyak produk aksesoris yang mengandalkan kreativitas, keterampilan tangan, dan

pemanfaatan bahan lokal. Melalui proyek bisnis ini, mahasiswa tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga berkontribusi dalam pemberdayaan ekonomi lokal dan pengembangan usaha yang berkelanjutan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengambilan tugas akhir dalam bentuk proyek bisnis dengan fokus pada sektor fashion, khususnya produk aksesoris, merupakan pilihan yang strategis dan relevan dengan tantangan pendidikan dan perekonomian saat ini. Proyek bisnis ini menjadi sarana efektif untuk mengintegrasikan teori dan praktik, mengembangkan kompetensi kewirausahaan, serta menumbuhkan sikap mandiri dan inovatif pada mahasiswa.

Dengan demikian, tugas akhir berbasis proyek bisnis ini diharapkan tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kewajiban akademik, tetapi juga mampu menghasilkan karya nyata yang memiliki nilai ekonomi, estetika, dan sosial, serta menjadi langkah awal bagi mahasiswa dalam mengembangkan potensi diri sebagai wirausahawan yang profesional dan kompetitif di era global.

C. Tujuan Proyek Bisnis

Mengembangkan dan menjalankan usaha aksesoris manik sebagai sarana penerapan ilmu kewirausahaan, pemasaran, dan manajemen bisnis secara nyata, sekaligus menciptakan produk kreatif yang memiliki nilai jual serta mampu memberikan manfaat ekonomi bagi mahasiswa.

1. Mengetahui proses pelaksanaan proyek bisnis aksesoris manik yang telah dijalankan..
2. Memahami penerapan teori proyek bisnis dalam kegiatan usaha aksesoris manik.

3. Mengetahui hasil analisis SWOT sebagai dasar pengembangan usaha.
4. Mengetahui peran Sistem Informasi Akuntansi dalam pengelolaan keuangan usaha aksesoris manik.

D. Manfaat Proyek Bisnis

1. Bagi Mahasiswa:
 - a. Melatih kreativitas dan inovasi dalam menciptakan produk handmade bernilai jual.
 - b. Meningkatkan kemampuan wirausaha dan pemasaran digital secara praktis.
2. Bagi Dunia Akademik dan Bisnis:
 - a. Menjadi contoh implementasi nyata teori kewirausahaan dan marketing dalam dunia industri kreatif.
 - b. Memberikan kontribusi pada pengembangan usaha mikro kreatif berbasis lokal.
3. Manfaat Ekonomis:

Meningkatkan pendapatan bagi pelaksana dan membuka peluang usaha baru.
4. Manfaat Sosial:

Mempromosikan budaya kerajinan lokal dan memberdayakan tenaga kerja mahasiswa.
5. Manfaat Lingkungan:
 - a. Menggunakan bahan ramah lingkungan dan mengurangi limbah melalui produksi kreatif.

E. Tempat Proyek Bisnis

Kegiatan dilaksanakan di rumah produksi di Bandung, dengan pemasaran dilakukan secara online melalui media sosial dan *marketplace* (Shopee, TikTok Shop, Instagram).

F. Jadwal Waktu Proyek Bisnis

1. Bulan Agustus - September 2023: Tahap analisa pasar untuk aksesoris apa saja yang akan di buat, pembuatan nama brand, logo, packaging seperti apa yang bagus, siapkan bahan apa saja yang akan di butuhkan, perencanaan sistem pemasaran seperti apa yang akan di lakukan
2. Bulan Oktober 2023: Siapkan platform *marketplace* untuk memudahkan customer dari luar kota untuk membeli & Membuat sample untuk foto produk agar bisa di promosikan.
3. Bulan November 2023 hingga saat ini: Pada tahap ini kegiatan produksi by PO & pemasaran telah berjalan secara berkelanjutan. Selain itu, dilakukan juga evaluasi berkala terhadap proses produksi dan strategi pemasaran untuk meningkatkan efisiensi serta kualitas produk.

Tabel 2. 1

Jadwal Waktu Proyek Bisnis

No	Keterangan	2023	2023	2023	2025
		Agustus	September	November	Desember
1	Analisa Pasar				
2	Pembuatan Nama Brand & Logo				
3	Membuat <i>Packaging</i>				
4	Persiapkan Bahan				

Tabel 2. 1

Lanjutan

No	Keterangan	2023	2023	2023	2025
		Agustus	September	November	Desember
5	Perencanaan Sistem Pemasaran				
6	Siapkan <i>platform marketplace</i>				
7	Membeli/membuat sampel				
8	Foto produk				
9	Produksi				
10	Pemasaran				
11	Evaluasi				

