

**MARKETING PLAN AKSESORIS
“APHRODITES CORE” DI WAWALINTOUAN
KABUPATEN MINAHASA**

TUGAS AKHIR

Oleh:
KAREN REGINA MARAMIS
NIM : 21 052 029



**POLITEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
2024**

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
MOTTO	iv
LEMBARAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	vi
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	vii
BIOGRAFI	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Dasar Gagasan Usaha	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Visi, Misi Dan Tujuan Usaha	4
1.5 Manfaat Ekonomi	4
1.6 Filosofi dan Logo	5
BAB II KERANGKA TEORITIS	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran	6
2.1.2 Segmentasi Pasar (Segmentation)	7
2.1.3 Target Pasar	8
2.1.4 Rencana dan Strategi Pemasaran	10
2.2 Media Promosi	10
BAB III PRODUKSI DAN OPERASI	13
3.1 Produk Dan Proses Produksi	13

3.1.1 Produk	14
3.1.2 Proses Produksi Produk.....	16
3.2 Rencana Kebutuhan Bahan Baku.....	18
3.3 Rencana Kebutuhan Tenaga Kerja	19
3.4 Kebutuhan Mesin dan Peralatan	20
3.5 Sarana Penunjang.....	20
3.6 Harga Pokok Produk.....	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	23
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	23
4.1.1 Aspek Organisasi Dan Manajemen	23
4.1.2 Kegiatan Pra Operasi.....	26
4.2 Analisis IFAS & EFAS	28
4.2.1 Hasil analisis Matriks SWOT.....	32
BAB V PENUTUP.....	36
5.1 Kesimpulan	36
5.1.1 Aspek Pemasaran	36
5.1.2 Aspek Produksi.....	37
5.1.3 Aspek Organisasi dan Manajemen.....	37
5.2 Saran	38
5.2.1 Aspek Pemasaran	38
5.2.2 Aspek Produksi	38
5.2.3 Aspek Organisasi dan Manajemen.....	38
DAFTAR PUSTAKA	39
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Dasar Gagasan Usaha

Aksesoris berasal dari bahasa Belanda *accessoire* artinya benda - benda yang dikenakan seseorang untuk mendukung busana. Produk Aksesoris ada bermacam - macam diantaranya: gelang, kalung, anting-anting, arloji, *strap phone*, topi, tas, dan ada juga berbagai macam aksesoris tradisional seperti tusuk konde, destar, keris, dan lain sebagainya. Dunia aksesoris sangat luas, berbicara *fashion* tentunya ada banyak kategori barang sehingga gaya berbusana telah menjadi kewajiban bagi setiap orang. Sehingga, aksesoris dapat membuat seseorang lebih enak untuk dipandang.

Aksesoris terbuat dari berbagai macam bahan diantaranya: emas, perak, *alloy*, *stainless*, plastik, akrilik, kerikil batu alam, *beads*, dan lain-lain. Bahan baku yang berbeda tentunya menciptakan kualitas yang tidak sama dan setiap orang memiliki selera masing-masing tergantung bahan jenis apa yang lebih digemari misalnya, kalangan orang dewasa cenderung lebih menyukai bahan yang berkualitas seperti emas dan remaja lebih menyukai *beads* atau akrilik jenis aksesoris *colorfull*.

Seiring berkembangnya zaman sudah banyak toko atau penjual aksesoris yang bermunculan dengan berbagai macam *trend*, dengan adanya media sosial maka desain aksesoris yang digemari sering berubah-ubah menimbulkan persaingan ketat antara penjual aksesoris *offline* maupun *online*. Hal ini menyebabkan naiknya standar produk lebih menarik dan harus berbeda dengan

pesaing yang ada. Bisnis pada zaman ini sudah berkembang pesat, *Accessories* atau dikenal dalam Bahasa Indonesia aksesoris adalah benda yang menjadi kebutuhan kalangan wanita yang dianggap sangat penting dalam kebutuhan mode atau fashion sejak lama. Pada Era ini aksesoris telah menjadi gaya hidup atau barang wajib agar dapat membuat penampilan lebih menarik, bukan hanya untuk penambah pemanis busana aksesoris juga sangat penting di industri *fashion* karena kebutuhan untuk bekerja di bidang tersebut memerlukan aksesoris yang diselaraskan dengan pakaian, sepatu atau tas.

Dari pernyataan diatas aksesoris ada berbagai macam jenis dan salah satunya adalah aksesoris buatan tangan atau *handmade*, berbeda dengan aksesoris pada umumnya aksesoris buatan tangan sendiri memiliki desain yang unik sesuai dengan kreativitas, bukan hanya unik tetapi kita dapat berbagi kreativitas dengan pembeli yang dapat memberikan permintaan langsung desain apa yang mereka inginkan. Usaha yang bisa memenuhi kreativitas konsumen saat ini adalah usaha aksesoris yang berbahan dasar *beadies, beads/beadies* adalah jenis aksesoris yang bisa dirangkai sesuai dengan selera masyarakat khususnya kalangan anak-anak sampai remaja dewasa karena memiliki pola warna-warni yang menarik sehingga membuat anak muda antusias membeli aksesoris tersebut.

Karena kurangnya pesaing bisnis aksesoris buatan tangan sendiri (*handmade*) Kab. Minahasa khususnya di Kecamatan Tondano Barat Wawalintouan, terlihat adanya peluang untuk memulai usaha bisnis aksesoris *handmade* karena aksesoris telah menjadi gaya hidup wanita bahkan aksesoris juga dibutuhkan oleh kaum pria maka dari itu kelebihan aksesoris yang bersifat buatan

tangan sendiri dapat menyesuaikan desain kaum wanita dan pria. Aksesoris yang terbuat dari *beads* ada beragam seperti anting-anting, gelang, kalung, *strap phone*, cincin, gantungan kunci, dan lain sebagainya. Hal tersebut membuat banyak peminat *beads* sehingga bisa menjadi peluang membuka usaha aksesoris di daerah tersebut, bukan hanya tentang produk *beads* tetapi lokasi yang ditentukan sangat strategis karena jauh dari kota serta bahan produk tersebut harus dipesan dari luar pulau yang membuat tidak ada pesaing di daerah Kecamatan Tondano Barat.

Melihat aksesoris sangat dibutuhkan dalam kehidupan wanita sehingga memunculkan peluang bagi perusahaan atau UMKM skala kecil maupun skala besar. Kami melihat peluang dalam usaha ini dengan menjadi Distributor Aksesoris. Distributor adalah pemasok yang menyalurkan produk dari produsen kepada konsumen. Menjual aksesoris di toko - toko ritel aksesoris/*fashion* sangat menguntungkan bagi pemula yang baru membuka usaha yang belum memiliki ruko/toko serta jangkauan kepada pelanggan bisa menjadi lebih luas.

Demi tercapainya usaha tersebut maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat salah satunya *marketing mix*, pada usaha aksesoris ini harus menggunakan metode tersebut untuk meningkatkan nilai kualitas produk sehingga dapat diterima oleh Masyarakat, menentukan lokasi yang tepat demi keberlangsungan usaha, meningkatkan promosi baik secara *offline & online*, dan membuktikan bahwa *Aphrodites Core* memiliki pasar dan dapat menjadi suatu *brand* yang dikenal oleh masyarakat. Dengan adanya strategi tersebut maka *Aphrodites Core* dapat memenuhi permintaan konsumen sehingga membuat konsumen merasa puas saat membeli produk.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, identifikasi masalahnya adalah bahwa konsumen cenderung lebih mempercayai aksesoris yang dibuat oleh pabrik daripada produk buatan tangan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang ditemukan adalah bagaimana perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran menurut *marketing mix* dan struktur organisasi yang terarah?

1.4 Visi, Misi Dan Tujuan Usaha

1. Visi

“Menjadi distributor aksesoris *handmade* terkemuka, unik dan kreativitas manual untuk menghasilkan media ekspresi kepada masyarakat”.

2. Misi

- a. Meningkatkan desain yang unik dan kreatif.
- b. Melakukan kerja sama dengan toko-toko ritel khusus aksesoris.
- c. Memberikan pelayanan terbaik, ramah, dan cepat kepada konsumen
- d. Mampu menjamin kepuasan Konsumen

3. Tujuan Usaha

“Menciptakan *style* produk sesuai dengan identitas konsumen.”

1.5 Manfaat Ekonomi

Manfaat ekonomi yang ditimbulkan oleh usaha *Aphrodites Core* adalah sebagai berikut:

1. Mendorong masyarakat untuk menjadi kreatif dalam berbisnis
2. Membantu meningkatkan penghasilan distributor aksesoris *handmade* (buatan tangan sendiri)

1.6 Filosofi dan Logo

1. Filosofi *Aphrodites Core* :

Aphrodites dalam Mitologi Yunani adalah dewi cinta dan kecantikan, penulis berharap dengan membuat nama *brand* dari seorang Dewi yang konon katanya selalu mendapat cinta dari semua orang dapat membuat penulis melayani dengan cinta dan tulus kepada konsumen melalui produk buatan tangan sendiri yang pastinya dibuat dengan sepenuh hati.

2. Logo



Gambar 1

Logo Aphrodites Core

Sumber: Data Diolah Oleh Penulis (2024)