

# Proposal Usaha Sandangku

## I. Latar Belakang

Sandangku merupakan sebuah startup rintisan yang berfokus pada penyediaan design NFT yang dikolaborasikan dengan design t-shirt. Dewasa ini, tuntutan industri dan inovasi sangatlah dibutuhkan untuk pembangunan berkelanjutan sebuah negara. Sampai hal tersebut menjadi satu dari tujuh belas poin SDGS yang diadopsi berbagai negara di dunia, termasuk Indonesia. Permasalahan datang dari keinginan masyarakat untuk menyalin inovasi-inovasi yang ada, yang menjadikan sulitnya perkembangan sektor-sektor industri Indonesia, salah satunya sektor industri Fashion.

*Fashion* atau busana merupakan industri yang tak akan pernah lepas dari keseharian masyarakat. Sebelumnya berbusana hanya merupakan kebutuhan, namun seiring berjalannya zaman, menjadikan *fashion* sebagai media untuk menutup dan mengekspresikan diri. Masyarakat percaya dengan mengenakan busana dapat mempengaruhi penilaian orang lain terhadap pribadi seseorang. Lebih dari itu seharusnya *fashion* bisa menjadi media mengkomunikasikan identitas pribadi setiap pemakainya.

Dalam perkembangannya, banyak inovasi yang mengangkat industri fashion agar para konsumennya bisa merasakan keistimewaan ketika memakai busana tersebut. Namun, *se-premium* apapun, setiap busana pasti dapat disalin dan dibuat tiruannya. Sementara ketika konsumen menginginkan busana mereka mencerminkan identitas pribadi mereka, maka sudah sepatutnya produk yang dibeli itu memiliki ciri khasnya sendiri dan tidak dapat ditiru dan dibuat kembali oleh orang atau kelompok tertentu.

Untuk mencapai kondisi dimana masing-masing orang memiliki busana khasnya sendiri, maka diperlukan konsep bisnis *fashion* yang menciptakan lingkungan bagi konsumen untuk mendapat jaminan data kepemilikan yang tidak dapat diubah maupun diretas tanpa persetujuan pemilik busana tersebut. Konsep yang paling relevan diterapkan untuk konsep bisnis ini adalah konsep NFT. Selain itu, untuk memperjelas bukti kepemilikan dan ke-khas an daripada design yang dimiliki pengguna.

## II. Deskripsi Sandangku

### 1. *Problem*

- a. Industri NFT yang semakin menurun permintaannya namun meningkat penawarannya
- b. Pakaian hanya menjadi media menutup dan mengekspresikan diri
- c. Banyaknya kelompok yang melakukan pemalsuan brand maupun design

### 2. Visi dan Tujuan

Mewujudkan industri fashion yang memiliki nilai kepemilikan setiap produknya yang dapat diklaim setiap customer agar dapat menjadi identitas pribadi ketika berada di ruang publik.

### 3. Solusi

- a. Produksi NFT yang dapat dipublikasikan dan dipamerkan ke publik menggunakan instrumen filter IG dan tiktok
- b. Pemanfaatan konsep NFT pada design T-Shirt agar customer memiliki pengalaman berbusana milik mereka sendiri
- c. Pembuatan web dan aplikasi yang menjadi e-Commerce atau pusat pemasaran yang dapat memunculkan data pemilik desain NFT supaya tidak dapat disalin maupun diplagiat orang lain menggunakan sistem Augmented Reality

### 4. Analisis Pasar

Total Addressable Market (TAM) : 202,6 juta Pengguna Internet Aktif Indonesia

Serviceable Available Market (SAM) : 12.4 juta Pemilik/ pengguna aset cryptocurrency di Indonesia

Serviceable Obtainable Market (SOM) : 1,25 juta Pengguna/ pemilik NFT di Indonesia

### 5. Analisis Kompetitor

	Desain beragam	Product Dunia Maya	Product Dunia Nyata	Design terintegrasi dengan platform blockchain	Tidak dapat ditiru dan diclaim kepemilikan oleh orang lain	Cryptocurrency Sebagai Alat Pembayaran	Ramah Pengguna
Sandangku	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Opensea	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Rarible	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
NiftyGateway	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Marker Places	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uniqlo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3 Second	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
H&M	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Erigo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### III. Strategi Peluncuran

Diperlukan adanya inovasi dan perkembangan untuk dapat memasuki pasar sehingga dikenal oleh masyarakat. Berikut merupakan strategi peluncuran dari Sandangku:

- a. *Research and Planning*  
melakukan *research*, *market validation*, dan juga *team development*.
- b. *Minimum Viable Product*  
pengadaan *Minimum Viable Product* berupa website dan pengadaan produk t-shirt guna melakukan *user testing* untuk mendapatkan *feedback user*, agar dapat melakukan *product development*.
- c. *Marketing*  
Melakukan promosi di media sosial mulai dari instagram, facebook, maupun youtube *advertise*, dan juga menggunakan jasa *endorsement* untuk meningkatkan *engagement* dari produk.
- d. *Monitoring and Evaluation*

Mengatur transaksi yang masuk dan keluar untuk melakukan evaluasi berdasar aktivitas users.

#### IV. Model Bisnis

Model bisnis yang kami implementasikan adalah model bisnis B2C dan C2C. B2C di konteks ini adalah upaya kami menjual barang secara langsung kepada customer, sedangkan C2C adalah interaksi jual beli antara customer dengan produk yang sudah dibeli kepada kami sebelumnya. Di dalam interaksi C2C tersebut kami mengambil komisi 15% dari setiap jual beli yang dilakukan

#### V. Indikator Kerja

Waktu Kegiatan	Jenis Kegiatan	Indikator Keberhasilan
Bulan ke-1	Pembuatan aplikasi, Penyiapan website, pendaftaran merek, dan hak cipta.	Suksesnya pembuatan platform dan lisensi yang mendukung penjualan produk Sandangku
Bulan ke-2	Pembuatan product sekaligus launching produk di platform website dan aplikasi Sandangku.	Pengadaan dan penjualan produk Sandangku sebanyak 12 paket design di bulan kedua
Bulan ke-3	Promosi kepada masyarakat mengenai fitur dan <i>product</i> yang ada di aplikasi Sandangku.	Aplikasi dikenal luas oleh target pasar dan banyaknya pengguna yang menikmati produk sandangku.
Bulan ke-4	Memonitoring dan mengevaluasi aktivitas user serta mengamati transaksi yang masuk dan keluar.	Meningkatnya kinerja aplikasi dan memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat.

#### VI. Profil tim



##### Profil dan Biodata *Chief Executive Officer*

Nama Lengkap : Rehan Bagus Triwibowo  
 Gender : Laki-laki  
 Tempat, Tanggal Lahir: Banyumas, 28 Agustus 2003  
 Jurusan : S1 Computer System Engineering 2021  
 NIM : 23402110005  
 Kompetensi : Pengalaman mengembangkan startup di bidang pariwisata dan blockchain



##### Profil dan Biodata *Chief Marketing Officer*

Nama Lengkap : Afita Sari  
 Gender : Perempuan  
 Tempat, Tanggal Lahir: Kota Semarang, 26 Juli 2002  
 Jurusan : S1 Event 2021  
 NIM : 13422110020  
 Kompetensi : Berpengalaman dalam memasarkan sebuah event kepada masyarakat.



Profil dan Biodata *Chief Financial Officer*

Nama Lengkap : Dwi Agustianto  
Gender : Laki-laki  
Tempat, Tanggal Lahir: Kab. Semarang, 19 Agustus 2002  
Jurusan : S1 Business Management 2021  
NIM : 13112110103  
Kompetensi : Berpengalaman dalam mengelola dan mengatur transaksi keuangan.



Profil dan Biodata *Product Manager*

Nama Lengkap : Roberto Megavent Lamu  
Gender : Laki-laki  
Tempat, Tanggal Lahir: Ranga, 2 Desember 2002  
Jurusan : S1 Product Design Engineering 2021  
NIM : 23602110009  
Kompetensi : Berkompeten dalam pembuatan design 2D maupun 3D



Profil dan Biodata *Chief Operating Officer*

Nama Lengkap : Tasya Winda Isabella  
Gender : Perempuan  
Tempat, Tanggal Lahir: Tarutung, 18 September 2002  
Jurusan : S1 Product Design Engineering 2021  
NIM : 23602110008  
Kompetensi : Berpengalaman dalam menjalankan bisnis konveksi

## VII. Rancangan Anggaran Biaya dan alur kegiatan

### a. Anggaran Biaya

Komponen Biaya	Total	Rincian Dana		
		Jumlah Satuan	Harga Satuan	Durasi
Jasa pembuatan dan penyablonan baju	Rp 1,200,000.00	12	Rp 100,000.00	1 Bulan
Sewa API AR	Rp 1,700,000.00	1	Rp 1,700,000.00	1 Tahun
Pembelian Domain	Rp 300,000.00	1	Rp 300,000.00	1 Tahun
Pembelian SSL	Rp 1,200,000.00	1	Rp 1,200,000.00	1 Tahun
Promosi	Rp 4,000,000.00	-	Rp 4,000,000.00	1 bulan
<b>Total Pengeluaran</b>	<b>Rp 8.200.000,00</b>			

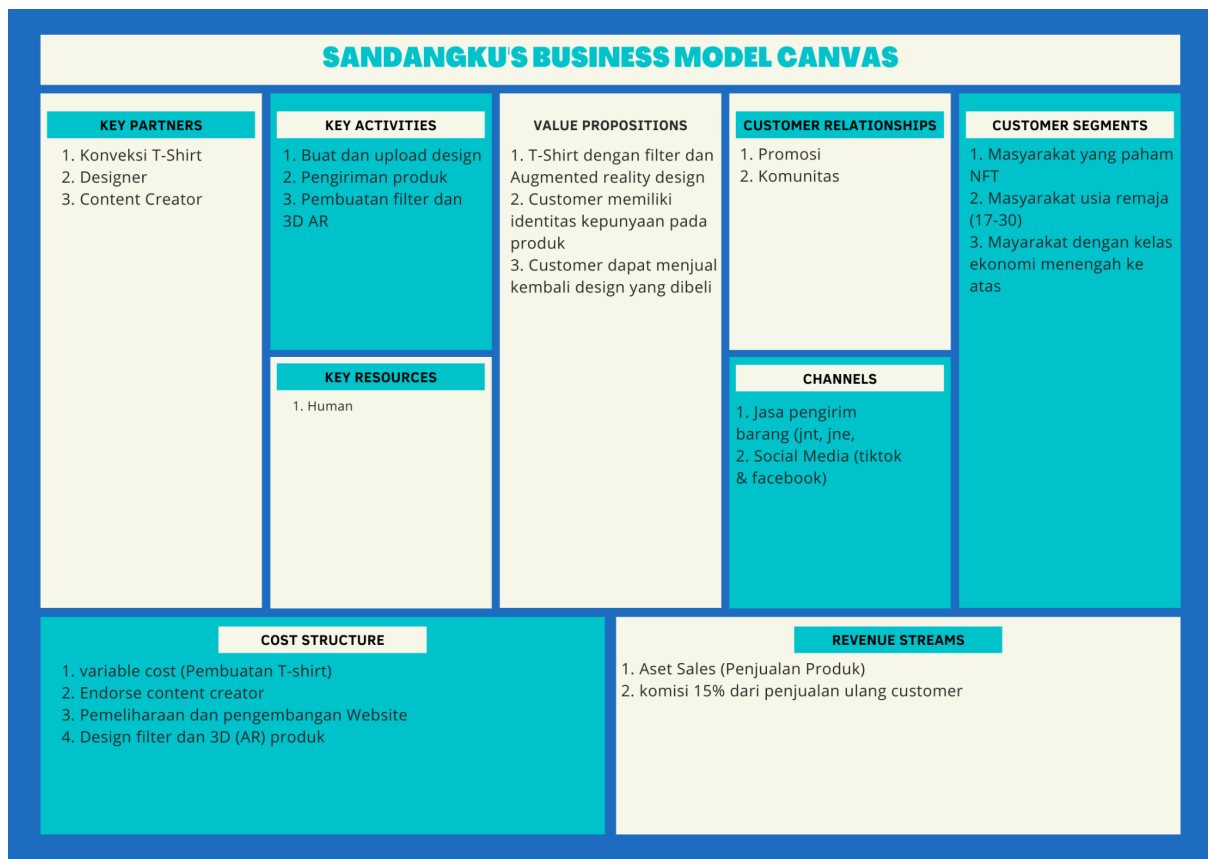
b. Alur kegiatan

Kegiatan Utama	Rencana						Penanggung Jawab (Divisi Terkait)
	Rencana Kegiatan	Satuan	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Target Capaian	
	A	B	C	D	E= C x D	F= Output A	
Produksi dan pengembangan produk	Pembuatan produk baju dan penyablonan	1	48	Rp 100,000	Rp 4,800,000	Merealisasikan produk dari hasil desain menjadi produk baju	COO & Product Manager
Biaya infrastruktur digital (sewa server, domain, ssl, dll) dan peralatan penunjang	Sewa SSL	1	1 Tahun	Rp 1,200,000	Rp 1,200,000	Keamanan data pengguna terjamin	COO
	Pembelian Domain	1	1 Tahun	Rp 300,000.00	Rp 300,000.00	Menjadi identitas dan memperlancar penggunaan aplikasi dan web	
Pengembangan pasar dan saluran distribusi	Promosi melalui media sosial (jasa endorse, .Media sosial ads)	4	4 Bulan	Rp 500,000.00	Rp 2,000,000.00	Membuat masyarakat mengetahui produk Sandangku	CMO
	Workshop pengenalan produk	2	4 Bulan	Rp 500,000.00	Rp 1,000,000.00	Membuat masyarakat mengetahui sistem kerja Sandangku	

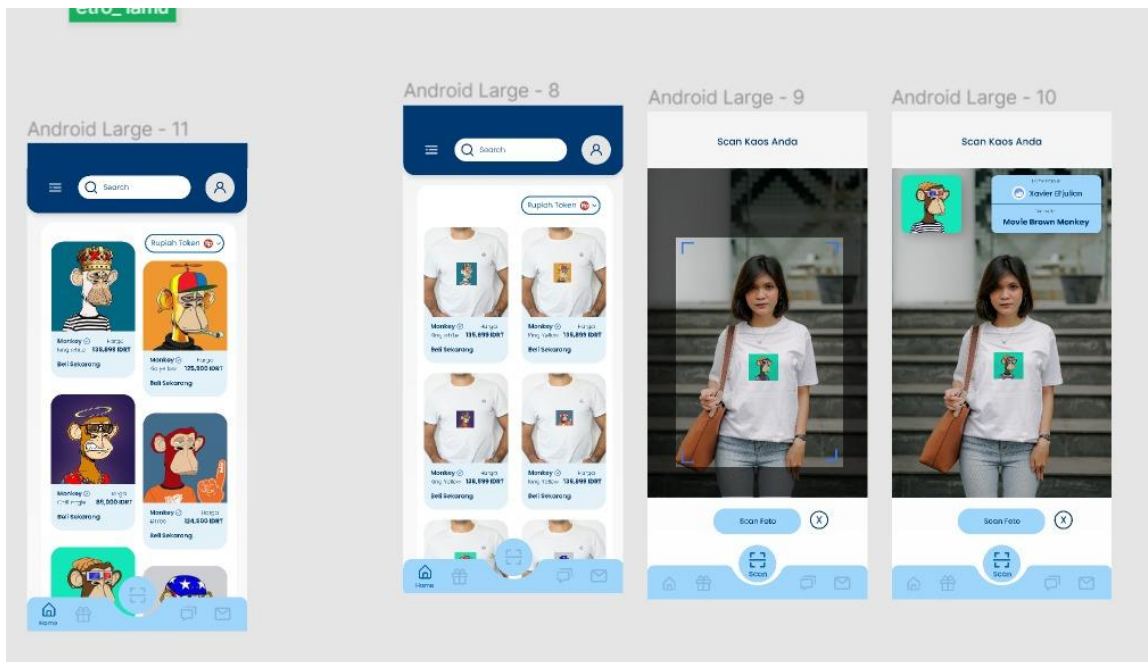
### VIII. Penutup

Dari penjelasan isi proposal di atas, kami percaya bahwa usaha ini memiliki potensi pasar yang luas dan dapat berkembang pesat. Pertimbangan kami juga, produk yang kami tawarkan ini unik, menarik, dan eksklusif sehingga kami yakin pasar akan menerima produk ini dengan baik. Harapannya, usaha kami ini akan menjadi pelopor industri fashion yang memberikan perhatian lebih pada aspek ciri khas dan keunikan tiap pemakainya.

## Lampiran 1 Business Model Canvas



## Lampiran 2 Gambaran Aplikasi dan output (prototype)



Contoh Design T-Shirt



Contoh desain NFT