

PENGEMBANGAN BISNIS *TOTEBAG* SEBAGAI ALTERNATIF USAHA UNTUK MENGURANGI LIMBAH PLASTIK

Development of the Totebag Business as an Alternative Venture to Reduce Plastic Waste

Livia Evangelina Florencia¹⁾, Angellia Princella²⁾, Melisa Anjelina³⁾, Reiko Misha Barus⁴⁾, Veren Darmawan⁵⁾, Glisina Dwinoor Rembulan^{6)*}

^{1),2),3),4),5),6)} Manajemen, Universitas Bunda Mulia

Diajukan: 8 Maret 2024 / Disetujui: 22 Maret 2024

Abstrak

Limbah plastik merupakan bahan yang sulit untuk didaur ulang sehingga dapat merusak lingkungan. *TotenewBag (TnB)* memiliki tujuan untuk menciptakan lingkungan yang bersih dan bebas dari sampah plastik yang merajalela yang sudah sangat jelas kantong plastik merupakan salah satu limbah plastik yang sangat sulit terurai. TnB juga memiliki misi yakni ingin membuka lapangan pekerjaan baru dan juga bisa membangun dan meningkatkan kreatifitas anak muda sekarang serta membuat anak muda sekarang bangga dengan kreatifitasnya sendiri. Dengan adanya inovasi ini juga diharapkan bahwa penggunaan *tote bag* bisa digunakan oleh wanita maupun pria hal ini tentu saja menjadi langkah yang bagus apabila *tote bag* bisa digunakan di setiap kalangan mengingat fungsi *tote bag* sendiri bisa menjadi tas belanja yang bisa menggantikan penggunaan kantong plastik pada saat berbelanja dan dengan hadirnya inovasi ini juga TnB berharap bisa menekan angka penggunaan kantong plastik di Indonesia.

Kata Kunci: *Tote Bag*, limbah plastik, inovasi

Abstract

Plastic waste is a difficult material to recycle, thus posing a threat to the environment. TotenewBag (TnB) aims to create a clean environment free from rampant plastic waste, particularly evident in plastic bags that are highly resistant to decomposition. TnB also has a mission to generate new employment opportunities, foster the creativity of today's youth, and instill pride in their creative endeavors. With this innovation, it is hoped that the use of tote bags will become a positive step for both women and men. Considering the versatile functionality of tote bags, they can serve as eco-friendly shopping bags, replacing the need for plastic bags during shopping. Through this innovation, TnB aspires to reduce the prevalence of plastic bag usage in Indonesia.

Keywords: *Tote Bag*, plastic waste, innovation

Pendahuluan

Saat ini *Tote bag* sudah menjadi sebuah alternatif untuk mengurangi limbah plastik, pada era sekarang tidak bisa dipungkiri sekali besarnya penggunaan kantong plastik pada saat berbelanja, kebanyakan pedagang Indonesia masih menggunakan kantong plastik untuk diberikan kepada konsumen pada saat berbelanja, dengan banyaknya penggunaan kantong plastik maka limbah plastik akan semakin meningkat. Limbah plastik merupakan bahan yang sulit untuk didaur ulang sehingga dapat merusak lingkungan dan juga dilansir dari laman *kompas.com* didapatkan berita bahwa “Sepanjang tahun 2022, ada 69 juta ton yang dihasilkan masyarakat Indonesia, dimana 18,2

* Korespondensi Penulis:
E-mail: rembulanglisina@gmail.com

persen atau 12,5 juta ton adalah sampah plastik. Jumlahnya naik terus secara eksponensial sejak 1995,” ungkap Novrizal dalam Webinar ”Invest Solutions For Plastic Pollution”. Menurut Jambeck (2015), Indonesia pada tahun 2015 juga masuk kedalam 5 besar negara penyumbang sampah plastik terbanyak ke lautan yakni menduduki posisi ke-2 setelah negara China (Gambar 1).



Gambar 1. Data Negara Penyumbang Sampah Plastik
Sumber: clayperonmedia.com (2019)

Hal ini tentu saja memberikan gambaran yang jelas mengenai seberapa buruknya masalah yang sedang dihadapi mengingat limbah plastik merupakan limbah yang paling sulit untuk didaur ulang oleh alam dan juga dibiarkan terus menerus yang terjadi adalah ekosistem dalam laut bukan hanya terganggu namun juga tercemar. *TotenewBag* (TnB) hadir dengan sebuah *tagline Save Earth, We'll Save* dan juga telah melakukan riset dan membuat sebuah inovasi yakni konsumen bukan hanya dapat membuat desain untuk *tote bag* sendiri namun juga dapat memilih bentuk dari *tote bag* yang diinginkan sehingga setiap desain yang dihasilkan memiliki nilai tambah tersendiri dari bentuk *tote bag* yang ditentukan sehingga *tote bag* tersebut juga bisa menjadi sebuah ciri khas atau memiliki karakter tersendiri yang menggambarkan konsumen. Inovasi dalam hal ini berkaitan dengan hal-hal seperti kemampuan pengembangan produk ataupun layanan baru, cara inovatif dalam menjual, dan kemampuan dalam memanfaatkan informasi (Christian, 2018).

Beberapa variasi dari TnB ditunjukkan pada Gambar 2. TnB memiliki tujuan untuk menciptakan lingkungan yang bersih dan bebas dari sampah plastik yang merajalela seperti sering ditemukan sampah plastik di jalan-jalan berupakantong plastik yang langsung dibuang begitu saja padahal nyatanya sudah sangat jelas kantong plastik merupakan salah satu limbah plastik yang sangat sulit terurai, TnB juga memiliki misi yakni ingin membuka lapangan pekerjaan baru dan juga bisa membangun dan meningkatkan kreatifitas anak muda sekarang serta membuat anak muda sekarang bangga dengan kreatifitasnya sendiri. Kepedulian pemerintah dalam bidang kewirausahaan semakin terarah di berbagai lapisan pelaku usaha, salah satunya adalah generasi muda. Hal ini menjelaskan bahwa peluang untuk memulai usaha di usia muda bukan lagi menjadi hambatan melihat dukungan dari pemerintah yang ikut serta mendorong lahirnya Wirausaha Pemula di Indonesia (Rembulan^a, 2018).



Gambar 2. Variasi *tote bag* dari TnB
Sumber: Peneliti (2023)

Metode Penelitian

Pendekatan Penelitian

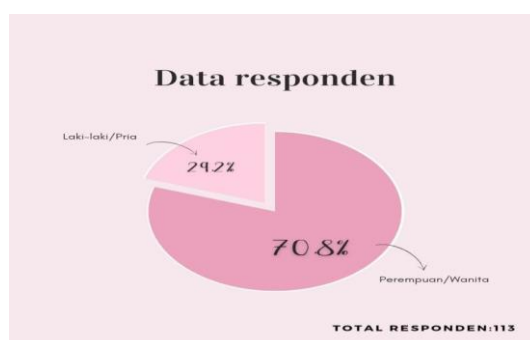
Untuk penelitian yang dilakukan yakni menggunakan *mix method* (metode campuran) agar bisa mendapatkan hasil penelitian yang terbaik agar bisa membantu dalam proses pemasaran produk dan juga segmentasi pasar. Metode kualitatif merupakan metode yang fokus pada pengamatan yang mendalam. Oleh karena itu, penggunaan metode kualitatif dalam penelitian dapat menghasilkan kajian atas suatu fenomena yang lebih komprehensif. Metode kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi/sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono 2009:14).

Definisi Konsep dan Operasional

Pada penggunaan metode kualitatif TnB turun langsung ke lapangan untuk melakukan observasi atau survei mengenai produk yang dihasilkan oleh TnB yakni adalah *tote bag* dan observasi yang dilakukan yakni melakukan wawancara langsung dan pada penggunaan metode kuantitatif TnB membuat suatu kuesioner yang di sebar luaskan di media sosial dengan tujuan untuk melakukan pengumpulan data.

Tempat atau Lokasi Penelitian

Pada penelitian kualitatif, tempat yang dipilih untuk melakukan wawancara yakni adalah Universitas Bunda Mulia dengan narasumber yaitu mahasiswa dari Universitas Bunda Mulia. Dalam kaitannya pada upaya mendorong pembentukan wirausaha-wirausaha baru, peran perguruan tinggi dapat menjadi titik awal dan sentral sumber terbentuknya wirausaha baru (Rembulan^b, 2018). Pada penelitian kuantitatif dilakukan dengan menggunakan media daring dengan menyebarkan kuesioner ke media sosial yang ada seperti Instagram, Whatsapp dan lain-lain. Dari penelitian menggunakan metode kuantitatif didapatkan responden sebanyak 113 responden yang bersedia mengisi kuesioner seputar *tote bag* yang terdiri dari 113 responden yang mengisi kuesioner didominasi oleh responden wanita.



Gambar 3. Data Responden
Sumber: Peneliti (2023)

Berdasarkan Gambar 3 didapatkan 70,8% dari 113 responden (80 responden) berjenis kelamin perempuan. Selanjutnya 28,2% dari 113 responden (30 responden) berjenis kelamin laki-laki. Hal ini menjelaskan bahwa perempuan lebih memiliki antusias tinggi dengan produk *tote bag* dibanding dengan pria dan dari metode ini juga TnB bisa melakukan segmentasi yang tepat dan efisien serta efektif. Sebagai gambaran logo TnB ditunjukkan pada Gambar 4.

Hasil Dan Pembahasan

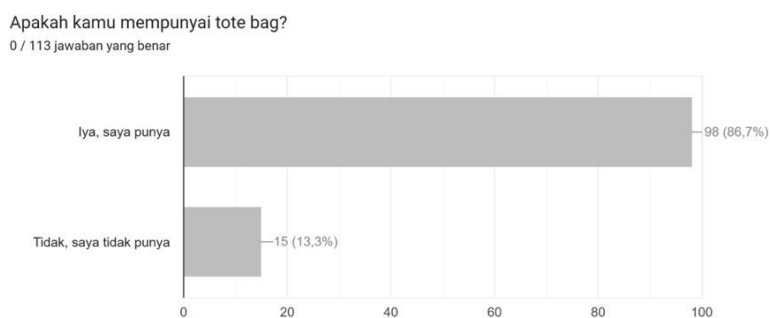
Profil Usaha dan Pembahasan Rencana Usaha

Nama usaha	: <i>TotenewBag</i> (TnB)
Jenis usaha	: <i>Fashion</i>
Produk	: <i>Tote bag</i>
Website	: http://bit.ly/TnB_Officialwebsite
Instagram	: @totenewbag
Twitter	: @TotenewBag
Facebook	: @TotenewBag Tnb
Shopee	: @Totenewbag_id
Tokopedia	: @Totenewbag



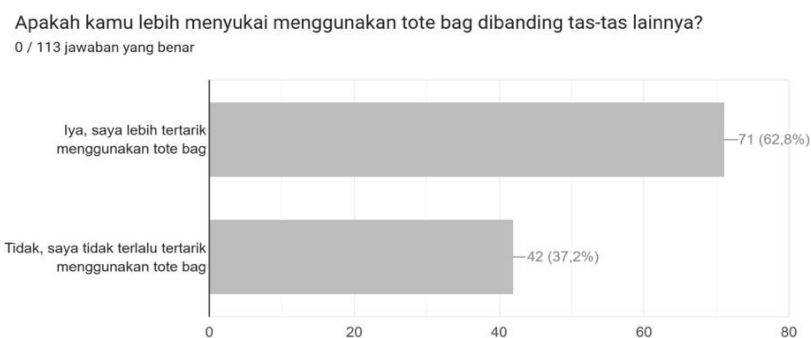
Gambar 4. Logo TnB
Sumber: Peneliti (2023)

Berdasarkan dari pengaplikasian metode kualitatif serta metode kuantitatif didapatkan data bahwa dari 113 responden yang telah mengisi kuesioner seputar TnB didapatkan hasil bahwa hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *tote bag* lebih banyak digunakan oleh perempuan dibanding laki-laki hal ini tentu saja menjadi salah satu hal yang baik mengingat yang lebih sering melakukan kegiatan berbelanja cenderung wanita dan jika setiap wanita mulai menggunakan *tote bag* sebagai kantong belanja hal ini akan membantu dalam penekanan angka penggunaan kantong plastik di Indonesia, TnB telah melakukan wawancara serta observasi langsung ke lapangan yang dimana observasi yang TnB lakukan meliputi area kampus yang di mana dapat terlihat secara langsung yakni banyak mahasiswi yang menggunakan *tote bag* sebagai tas untuk membawa buku dan juga laptop tapi ada juga beberapa mahasiswa yang membawa *tote bag* juga, hal ini menunjukkan bahwa *tote bag* bisa digunakan oleh wanita dan juga pria, lalu data berikutnya yakni adalah



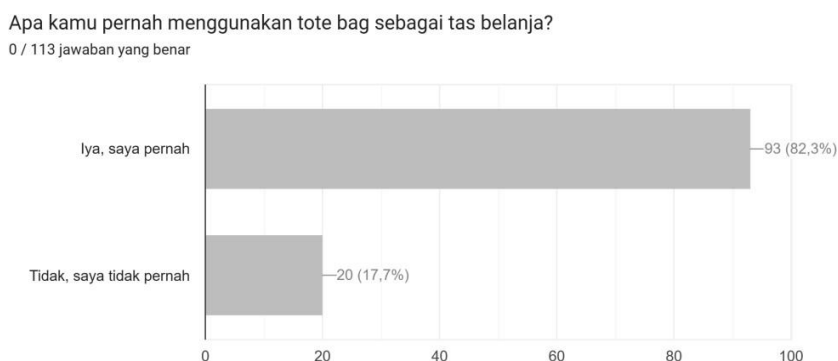
Gambar5.HasilKuesioner 1
Sumber: Peneliti (2023)

Gambar 5 menunjukkan bahwa sebanyak 98 responden memiliki *tote bag*. Hal ini menunjukkan bahwa *tote bag* memiliki cukup banyak peminatnya dan berikut data yang menyatakan apakah dari 113 responden yang ada apakah lebih menyukai *tote bag* dibanding tas-tas lainnya.



Gambar 6. Hasil Kuesioner 2
Sumber: Peneliti (2023)

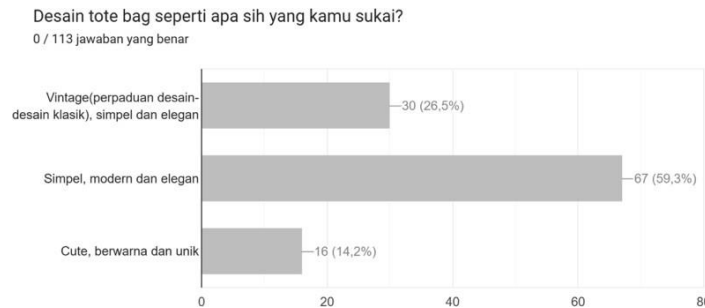
Berdasarkan Gambar 6, data tersebut mendukung pernyataan bahwa *tote bag* cukup banyak peminatnya dilihat bahwa berjumlah 71 responden lebih menyukai menggunakan *tote bag* dibanding tas-tas lainnya hal ini juga bisa terjadi dikarenakan *tote bag* bisa digunakan sebagai tas sehari-hari, tas fashion dan juga tas belanja jadi tidak salah bahwa banyak responden yang lebih tertarik menggunakan *tote bag* dibanding tas lainnya, lalu berikutnya merupakan data yang menyatakan jumlah responden yang pernah menggunakan *tote bag* sebagai tas belanja



Gambar 7. Hasil Kuesioner 3
Sumber: Peneliti (2023)

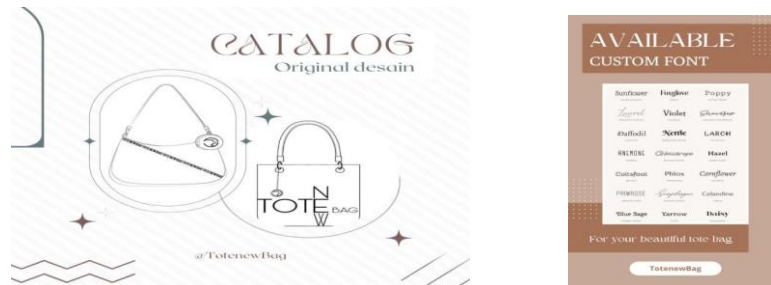
Berdasarkan Gambar 7, didapatkan hasil bahwa lebih dari 90 responden pernah menggunakan *tote bag* sebagai tas belanja hal ini juga bisa membantu TnB untuk mengurangi penggunaan kantong plastik sebagai tas belanja yang mana bisa menekan angka penambahan limbah plastik di Indonesia dan juga membantu TnB merealisasikan *tagline* TnB yakni berupa *Save Earth, We'll Save* dengan langkah kecil tersebut TnB yakin bisa membantu dalam penekanan jumlah penggunaan kantong plastik di Indonesia dan selanjutnya ada pertanyaan dari kuesioner

yang menanyakan tentang desain seperti apa yang diminati/disukai oleh para responden dan hasil yang didapatkan ialah



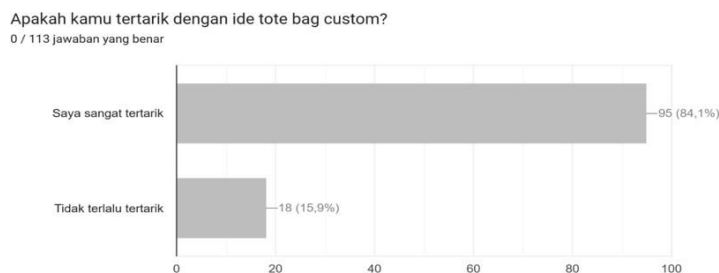
Gambar 8. Hasil Kuesioner 4
 Sumber: Peneliti (2023)

Gambar 8 menunjukkan bahwa lebih dari 60 responden cenderung lebih menyukai desain *tote bag* yang sederhana, modern tetapi juga memiliki nuansa elegan. Dari data di atas jugalah TnB telah menghasilkan desain *tote bag* tersendiri (Gambar 9) teruntuk para konsumen yang tidak ingin *custom* desain sendiri. Namun selain itu, TnB juga tetap memberikan kesempatan untuk konsumen agar bisa *custom* tulisan yang diinginkan pada *tote bag*. TnB juga menghadirkan berbagai jenis *font* yang dapat dipilih oleh konsumen dan berikut merupakan desain dari TnB beserta dengan jenis *font* yang dapat dipilih.



Gambar 9. Original Design dan Font
 Sumber: Peneliti (2023)

Berdasarkan dari pertanyaan terakhir di dalam kuesioner menyangkut kepada berapa banyak responden yang tertarik dengan desain *tote bag* yang bisa di desain sendiri sesuai dengan keinginan konsumen dan berikut merupakan datanya



Gambar10.Original Designdan Font
 Sumber: Peneliti (2023)

Berdasarkan Gambar 10, lebih dari 90 responden setuju dengan ide *tote bag custom* hal ini tentu saja bisa membuat ketertarikan konsumen dalam menggunakan *tote bag* semakin meningkat dan hal ini juga bisa menjadi sebuah inovasi yang bisa membantu untuk meningkatkan minat konsumen dalam penggunaan *tote bag* sebagai tas sehari-hari, selain data-data yang didapatkan dari metode kuantitatif yang menggunakan kuesioner sebagai sarana penelitian TnB juga melakukan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif yang mana dengan cara melakukan wawancara di area kampus dengan mahasiswa yang menjadi narasumber nya dan hasil yang didapatkan ialah setiap mahasiswa yang terlihat banyak menggunakan *tote bag* sebagai tas kuliah untuk membawa buku dan juga laptop serta dari mahasiswa yang telah kami wawancara didapatkan informasi bahwa mereka pernah menggunakan *tote bag* sebagai tas belanja dan juga dari mahasiswa yang telah diwawancarai mempunyai *tote bag* dan juga mereka juga menyampaikan bahwa lebih menyukai membawa *tote bag* dibanding membawa tas punggung dikarenakan lebih praktis lalu juga mahasiswa-mahasiswa yang kami wawancara juga setuju dengan ide *tote bag custom* dari hasil wawancara ini jugalah yang membantu TnB dalam melakukan segmentasi pasar dan juga membantu TnB dalam menentukan strategi pemasaran yang baik dan efisien serta efektif.

Aspek Pemasaran dan Pasar

Customer segment

Untuk segmentasi kostumer atau konsumen yang TnB (*TotenewBag*) tetapkan yakni merupakan kalangan mahasiswa/mahasiswi, ibu rumah tangga yang sering berbelanja, siswa/siswi dan juga para pekerja kantoran serta TnB juga melakukan segmentasi pada wanita/pria dengan range usia 12-45tahun yang mana bisa dikatakan bahwa *tote bag* bisa dipakai oleh semua gender dikarenakan *tote bag* sendiri bisa menjadi tas belanja yang mana bisa digunakan oleh semua kalangan dan juga produk *tote bag* yang dihasilkan TnB memiliki 2 fungsi yakni bisa sebagai tas belanja dan juga tas *fashion* untuk bisa dipakai setiap hari sehingga dengan begitu dapat menekan penggunaan kantong plastik dalam kehidupan sehari-hari.

Value proposition

Menghadirkan sebuah inovasi di mana konsumen tidak hanya bisa mendesain sendiri gambar untuk *tote bag*-nya namun juga bisa memilih bentuk *tote bag* yang konsumen inginkan, di sini TnB menghadirkan beberapa macam bentuk *tote bag* yang unik dengan desain gambar yang bisa didesain langsung sesuai dengan keinginan konsumen (konsumen bisa mendesain desain yang mereka inginkan), lalu dapat digunakan untuk menaruh laptop karena memiliki ruang yang cukup luas dan bisa membuat laptop aman dari benturan dikarenakan *tote bag* memiliki busa yang bisa mengurangi terjadinya benturan keras apabila *tote bag* terjatuh selain itu tersedia dompet bulat sebagai *freebies* yang dapat digunakan sebagai gantungan atau tempat untuk menyimpan koin.

Channel

Untuk *channel* TnB memiliki banyak *platform* agar bisa saling terhubung dengan konsumen yakni meliputi media sosial yang terdiri dari Instagram, Twitter dan Facebook dan selain itu juga TnB memiliki *website* sendiri serta juga memiliki beberapa akun di marketplace yang ada yakni Shopee dan Tokopedia hal ini diharapkan agar konsumen bisa membeli produk dari TnB dengan mudah.

Revenue Streams

Untuk penghasilan sendiri TnB mengandalkan penghasilan yang didapat dari produk yang terjual.

Key Resources

Untuk sumber daya yang tersedia sendiri terdiri dari *tote bag* polos dengan aneka warna dan bentuk, alat sablon, tinta sablon, mesin jahit, kain blacu, benang, resleting, *ring* gantungan dan bahan-bahan untuk pengemasan.

Customer Relationship

Untuk membangun hubungan dengan konsumen dan juga agar bisa menjaga loyalitas konsumen maka TnB sering kali juga memberikan diskon-diskon, promo-promo serta *giveaway* hal ini juga merupakan salah satu strategi yang TnB tetapkan dimana dengan bisa menjaga loyalitas konsumen maka brand image TnB di mata konsumen akan baik sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa konsumen akan menyebarkan informasi mengenai produk TnB sehingga hal ini juga bisa menjadi salah satu cara agar TnB bisa dikenal dengan luas di kalangan masyarakat lainnya.

Key Activities

Untuk aktivitas keseharian yang dilakukan meliputi pembuatan pesanan *tote bag* pembuatan *freebies* untuk setiap pemesanan *tote bag*, mengecek pesanan pelanggan apakah telah sesuai, melakukan pengemasan, membuat konten, menjawab setiap pertanyaan konsumen di media sosial atau pun *marketplace* serta melakukan pengolahan pada website TnB agar bisa di akses oleh berbagai perangkat yang dapat memudahkan konsumen untuk bisa mengakses masuk untuk melihat katalog yang tersedia dan juga melakukan pengecekan terhadap bahan baku yang tersedia.

Key Partnership

TnB memiliki hubungan kerja sama dengan beberapa pihak yang membantu juga dalam penjualan produk TnB dan juga membantu TnB memenuhi kebutuhan yang diperlukan untuk menghasilkan produk. Beberapa pemasok-pemasok yang memiliki kerja sama dengan TnB, diantaranya yaitu pemasok *tote bag* polos, pemasok tinta sablon, pemasok bahan baku untuk pembuatan dompet bulat sebagai *freebies*, pemasok bahan baku untuk pengemasan, kurir/ekspedisi.

Cost Structure

Biaya-biaya yang TnB keluarkan untuk melakukan produksi yakni meliputi beberapa aspek yaitu biaya tetap. Aspek biaya tetap ini meliputi biaya pembelian alat sablon untuk melakukan pencetakan desain yang diinginkan konsumen dan juga mesin jahit untuk pembuatan dompet bulat sebagai *freebies* untuk setiap pembelian *tote bag*. Selanjutnya, aspek biaya variabel. Aspek ini meliputi bahan baku produksi seperti *tote bag* polos, tinta sablon, bahan-bahan untuk pengemasan, biaya listrik dan air serta ada juga bahan baku untuk produksi dompet bulat sebagai *freebies* pada setiap pembelian *tote bag*.

Untuk menunjang proses operasional setiap anggota TnB memberikan modal sendiri untuk menunjang proses operasional seperti pembelian mesin dan juga pembelian bahan baku dan juga pembayaran beban listrik dan air selama sebulan.

Perhitungan Modal dan Harga Jual

Sebagai perencanaan, perlu dibuat rincian biaya seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Rincian biaya untuk pembuatan 1 *tote bag custom*

No.	Keterangan	Biaya yang diperlukan
1.	<i>Tote bag (available 50 pcs)</i>	Rp 11.000/pcs

2.	Alat sablon	Rp 1.400.000
3.	Tinta (<i>available 20 colour</i>)	Rp 11.000/color
Sumber: Peneliti (2023)		
No.	Keterangan	Biaya yang diperlukan
4..	<i>Paper bag (available 50 pcs)</i>	Rp 1.800/pcs
5.	<i>Thank you card (available 50 pcs)</i>	Rp 450/card
6.	<i>Box corrugated (available 50 pcs)</i>	Rp 1.500/box
7.	Biaya listrik	Rp 200.000/bulan
8.	Biaya air	Rp 100.000/bulan
Total		Rp 2.657.500

Biaya modal untuk 1 *tote bag*:

Biaya overhead = Rp 1.400.000 (biaya mesin)

Biaya variabel = Rp 550.000 (biaya *tote bag* ukuran *large*)

Rp 220.000 (biaya tinta warna)

Rp 90.000 (biaya *paper bag*)

Rp 22.500 (biaya *thank you card*) Rp

75.000 (biaya *box corrugated*) Rp

200.000 (biaya listrik)

Rp 100.000 (biaya air) + RP

1.257.500/ 50 pcs

Biaya variabel = Rp 1.257.500 : 50 unit =Rp25.150/unit

$$BEP(\text{Unit}) = \frac{\text{Biaya overhead}}{P - \text{Biaya variabel}} =$$

$$50 = \frac{1.400.000}{p - 25.150}$$

$$p - 25.150 = \frac{1.400.000}{50} =$$

$$p = \frac{1.400.000 + 25.150}{50}$$

$$p = 28.503$$

Jadi harga untuk setiap *tote bag* adalah Rp 28.503.

Selanjutnya, perlu dibuat rincian biaya pembuatan dompet bulat seperti yang ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Rincian biaya pembuatan dompet bulat

No	Keterangan	Biaya-biaya yang diperlukan
1.	Kain blancu (100 cm x 145 cm)	Rp 13.500/meter
2.	Mesin jahit	Rp 80.000
3.	Resleting ukuran 6 inch (<i>available</i> 48 pcs)	Rp 1.900/pcs
4.	Benang (<i>available</i> 10 pcs)	Rp 600/pcs
5.	Ring gantungan(<i>available</i> 48 pcs)	Rp 125/pcs
6.	Biaya Listrik	Rp 100.000/bulan
Total		Rp 296.700

Sumber: Peneliti (2023)

Satu kain blancu dengan ukuran 100 cm x 145 cm dapat menghasilkan 96 kain bulat dengan diameter 8cm, dan dapat menghasilkan 48 dompet bulat yang TnB sendiri akan jadikan freebies untuk setiap pembelian *tote bag*

Biaya modal untuk 1 dompet bulat:

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya overhead} &= \text{Rp } 80.000(\text{biaya mesin}) \\
 \text{Biaya variabel} &= \text{Rp } 13.500(\text{biaya kain}) \\
 &\quad \text{Rp } 91.200(\text{biaya resleting}) \\
 &\quad \text{Rp } 6.000(\text{biaya benang}) \\
 &\quad \text{Rp } 6.000(\text{biaya ring gantungan}) \\
 &\quad \text{Rp } 100.000(\text{biaya listrik}) + \\
 &\quad \text{Rp } 216.700/48 \text{ unit}
 \end{aligned}$$

$$\text{Biaya variabel} = \text{Rp } 216.700 : 48 \text{ unit} = \text{Rp } 4.550/\text{unit}$$

$$\text{BEP}(\text{Unit}) = \frac{\text{Biaya overhead}}{P - \text{Biaya variabel}} =$$

$$48 = \frac{80.000}{p - 4.550}$$

$$p - 4.550 = \frac{80.000}{48} =$$

$$p = \frac{80.000 + 4.550}{48}$$

$$p = 1.800$$

Jadi harga untuk setiap dompet bulat sebagai *Freebies* adalah **Rp1.800**

Setiap biaya *tote bag* ditambahkan dengan biaya modal untuk 1 unit dompet bulat sebagai freebies
 Biaya modal tote bag

$$28.503 + 1.800 = 30.303$$

Jadi biaya modal yang harus dikeluarkan untuk memproduksi 50 unit *tote bag* dengan 1 dompet kecil sebagai *freebies* ialah

$$Rp\ 30.303 \times 50\ unit = Rp\ 1.515.150$$

Analisa Keuntungan

Keuntungan yang ingin TnB peroleh ialah sebesar Rp1.250.000/bulan dengan target produk atau *tote bag* yang terjual berjumlah minimal 50 pcs sehingga dari 5 anggota yang terlibat setiap anggota mendapatkan keuntungan Rp250.000/anggota, hal ini juga ditunjang karena TnB ingin memberikan harga yang *affordable* dan juga agar setiap kalangan masyarakat bisa membeli produk TnB juga diharapkan dengan bahwa jika setiap kalangan masyarakat mulai menggunakan *tote bag* sebagai pengganti plastik maka itu merupakan salah satu alasan mengapa TnB ini bisa hadir yakni untuk menekan angka penggunaan kantong plastik yang amat sangat tinggi

1. Harga jual untuk *tote bag* uk *medium* dengan target penjualan sebesar 50 unit/bulan dan keuntungan Rp 2.500.000

$$profit = TR - TC(\text{biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang})$$

$$Rp\ 1.250.000 = 50p - Rp\ 1.515.150$$

$$Rp\ 1.250.000 + Rp\ 1.515.150 = 50p$$

$$Rp\ 3.765.150 = 50p$$

$$\frac{Rp\ 2.765.150}{50} = p$$

$$Rp\ 55.000 = P$$

Jadi untuk harga jual 1 *tote bag custom* TnB memiliki harga jual sebesar Rp 55.000 dimana keuntungan yang diambil dari 1 *tote bag* yakni sebesar Rp 25.000.



Gambar 11. Business Model Canvas
 Sumber: Peneliti (2023)

Simpulan

TnB (*TotenewBag*) menghadirkan sebuah inovasi di mana setiap konsumen bisa menuangkan kreatifitasnya pada *tote bag* yang mereka pesan dan selain itu TnB juga menghadirkan bentuk bentuk *tote bag* yang bisa dipilih sesuai dengan keinginan konsumen dan selain itu TnB juga menghadirkan desainnya tersendiri yang mana bisa dipesan langsung oleh konsumen yang bingung ingin memberikan desain seperti apa untuk *tote bag* yang mereka pesan. TnB tetap memberikan kesempatan untuk konsumen tetap bisa *custom tote bag* mereka dengan menambahkan tulisan yang diinginkan bisa berupa kata-kata atau pun nama konsumen sendiri dan tentu saja konsumen tetap bisa untuk memilih bentuk *tote bag* yang mereka inginkan hal ini tentu saja tetap membuat konsumen memiliki *tote bag* unik dengan ciri khas sesuai dengan konsumen untuk penambahan tulisan pada *tote bag* juga TnB juga menghadirkan berbagai jenis *font* yang menarik dan juga unik untuk menambah nilai lebih pada *tote bag* yang dipesan. Inovasi yang TnB hadirkan pula memiliki maksudnya tersendiri yakni supaya para konsumen tertarik menggunakan *tote bag* dalam jangka waktu yang panjang bisa sebagai tas fashion dan juga tas belanja dengan *tote bag* yang unik di harapkan bahwa bisa memberi nilai tersendiri untuk konsumen sehingga konsumen bisa lebih memilih menggunakan *tote bag* dibanding tas-tas lainnya. Dengan adanya inovasi ini jugadiharapkan bahwa penggunaan *tote bag* bisa digunakan oleh perempuan maupun pria hal ini tentu saja menjadi langkah yang bagus apabila *tote bag* bisa digunakan di setiap kalangan mengingat fungsi *tote bag* sendiri bisa menjadi tas belanja yang bisa menggantikan penggunaan kantong plastik pada saat berbelanja dan dengan hadirnya inovasi ini juga TnB berharap bisa menekan angkapenggunaan kantong plastik di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Adhe Junaedy (2023) 5 Cara Yang Bisa Kita Lakukan Untuk Mengurangi Sampah Plastik, Mudah!. Idntimes.com melalui <https://www.idntimes.com/life/inspiration/20-091-adhe-junaedy/mengurangi-sampah-plastik-c1c2-1> Di akses pada 24 September 2023
- Andy D (2022) Darurat Sampah Ibu Pertiwi. Roboguru.ruangguru.com diakses melalui https://roboguru.ruangguru.com/forum/darurat-sampah-di-ibu-pertiwi-julukan-sebagai-negara-nomor-dua-penghasil-sampah_FRM-QABT8DJS diakses pada 1 Oktober 2023
- Bagus Puji Panuntun (2023) Sepanjang Tahun 2022 Ada 12,54 Juta Ton Sampah Plastik DiIndonesia.
- Christian, M (2018). Determinan Kinerja Usaha Kecil Menengah Pada Pusat Perbelanjaan Di Jakarta Utara. Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan 2(2): 95-104. <http://dx.doi.org/10.30813/jpk.v2i2.1361>
- Kompas.com melalui <https://sampahlaut.id/2023/06/16/sepanjang-tahun-2022-ada-1254-juta-ton-sampah-plastik-di-indonesia/> Di akses pada 1 Oktober 2023
- Nadine. 2023. Ternyata inilah Sejarah Tote Bag, Bagaimana Cara Mix and Match dengan Outfit lain?.Blibli.com melalui <https://www.blibli.com/friends/blog/sejarah-tote-bag-10/> Di akses pada 24 September 2023
- Nanda Saputra (2022) METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF. Repository.ar-raniry.ac.id Melalui <https://repository.ar-raniry.ac.id/28559/1/Buku%20Metodologi%20Penelitian%20Kuantitatif.pdf> Di akses pada 2 Oktober 2023
- Natalia (2022) Studi Kelayakan Bisnis: Pengertian, Aspek, Tujuan, dan Manfaatnya. Accurate.id melalui <https://accurate.id/marketing-manajemen/studi-kelayakan-bisnis/> Di akses pada 7 Oktober 2023
- Rembulan^a, GD, Fabianus F (2017). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan 1(1): 65-73. <http://dx.doi.org/10.30813/jpk.v1i1.1007>
- Rembulan^b, GD (2018). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Getok Tular Pada Usaha Restoran Waralaba Di Jakarta. Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan 2(1): 17-28. <http://dx.doi.org/10.30813/jpk.v2i1.1130>
- Yoni Ardianto (1999) Memahami Metode Penelitian Kualitatif. Djkn.kemenkeu.go.id melalui <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/12773/Memahami-Metode-Penelitian-Kualitatif.html#:~:text=Metode%20kualitatif%20merupakan%20metode%20yang,suatu%20fenomena%20yang%20lebih%20komprehensif.> di akses pada 2 Oktober 2023