

## **Sprei Soulmate (Sutra Organik Super Lembut Anti Alergi) Motivasi Ikarinetti**

**Achmad Faisal, Doni Hardianto, Dwichwanto\*, Laila Septiana**

Prodi Sistem Informasi, Universitas Nusa Mandiri, Jakarta, Indonesia

Email: <sup>1</sup>achmadfaisal933@gmail.com, <sup>2</sup>hardiantdoni@gmail.com, <sup>3,\*</sup>algojomabes@gmail.com, <sup>4</sup>laila@nusamandiri.ac.id

**Abstrak**–Seiring dengan perkembangan zaman dan era globalisasi menyebabkan kebutuhan manusia akan informasi semakin meluas, khususnya teknologi informasi. Kebutuhan masyarakat akan informasi pada saat ini sangat besar, masyarakat menuntut kecepatan maupun kemudahan dalam mengakses informasi yang dibutuhkan. Hal tersebut sangat selaras dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi termasuk media sosial, saat ini media sosial banyak diperuntukan masyarakat Indonesia untuk jual beli online. internet memberikan dampak pada munculnya tren periklanan dengan menggunakan digital dimana pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah(UMKM) menjadikan media digital sebagai media promosi dan pemasaran, semua aktivitas digital marketing yang tren dilakukan saat ini dengan menggunakan media sosial *endorsement* untuk membangun kepercayaan pada merk atau produk yang mereka bangun. Pada masa pandemi COVID-19 memberikan efek negatif yang meluas untuk masyarakat sehingga menuntut para pengusaha untuk melakukan inovasi yang kreatif. Toko online Ikarinetti telah melakukan pengembangan pemasaran dengan e-commerce Shopee serta membuat produk inovasi sprej dengan kata-kata motivasi dapat menjadi alternatif solusi untuk bertahan dan tetap eksis dimasa pandemi COVID-19.

**Kata Kunci:** Kewirausahaan; Usaha Mikro Kecil Menengah; Inovasi; Pandemi COVID-19

**Abstract**–Along with the times and the era of globalization, the human need for information is expanding, especially information technology. People's need for information at this time is very large, people demand speed and ease in accessing the information needed. This is very much in line with the development of information and communication technology, including social media, currently, social media is widely used by the Indonesian people for buying and selling online. The internet has an impact on the emergence of digital advertising trends where Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) use digital media as a promotional and marketing medium, all digital marketing activities that are currently trending are using social media endorsements to build trust in brands or products that are branded. they wake up. During the COVID-19 pandemic, it had a widespread negative effect on society, thus demanding entrepreneurs to make creative innovations. The Ikarinetti online store has developed marketing with Shopee e-commerce and made bed linen innovation products with motivational words that can be an alternative solution to survive and continue to exist during the COVID-19 pandemic.

**Keywords:** Entrepreneurship; Micro Small and Medium Enterprises; Innovation; COVID-19 Pandemic

### **1. PENDAHULUAN**

Pada masa Pandemi COVID-19 telah memberikan efek yang signifikan, mulai dari terjadi adanya Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) di beberapa perusahaan, keterbatasan mobilitas serta menurunnya daya beli masyarakat sehingga menyebabkan sebagian besar Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang menjual produknya secara konvensional akan mengalami penurunan penjualan. Ikarinetti bergerak di bidang penjualan sprej, bantal dan bedcover atau peralatan rumah tangga hanya dengan menggunakan platform media sosial Instagram, produk yang dihasilkan berbahan dasar katun jepang dan sutra tencel yang diproduksi oleh pabrik lalu dijahit oleh tenaga profesional sehingga jahitan sprej Ikarinetti memiliki kualitas yang sangat baik. Ketergantungan terhadap media pemasaran utama kami yakni Instagram, akan menjadi permasalahan disuatu saat nanti, jika kebijakan Instagram dapat berubah (dari sistem algoritma maupun fitur-fitur yang disediakan) sehingga membatasi ruang gerak.

Agar Toko Online Sprej, khususnya IkaRinetti dapat bertahan dan tetap eksis dikala Pandemi COVID-19 serta dapat melakukan pengembangan usaha yang lebih kreatif dan inovatif. Dengan menghasilkan inovasi dan varian produk baru dari sprej dengan bahan sutra organik kualitas premium akan memberikan peningkatan penjualan. Produk baru ini juga dapat memberikan kenyamanan dan kesehatan yang lebih terjamin karena bahan yang dipilih bebas tungau dan bakteri sehingga menjaga kualitas beristirahat yang lebih baik untuk masyarakat.

Masa pandemi yang dialami juga membuat laju ekonomi terhambat, terdapat beberapa jenis bisnis yang relatif bertahan dan mampu untuk tumbuh dalam kondisi pandemi COVID-19 seperti UMKM yang mengalihkan produksi ke produk garment dan kesehatan. (Susilawati & Hikmatulloh, 2021)

Adanya internet berdampak pada munculnya tren periklanan dengan menggunakan digital dimana para pemilik yang mempunyai merek mulai menjadikan media digital sebagai media promosi dan pemasaran yang baru, semua aktivitas digital marketing yang tren dilakukan saat ini adalah menggunakan social media *endorsement* untuk membangun merek. (Hartini, 2016)

Masa pandemi ini membuat masyarakat harus tetap menjaga kesehatan mentalnya. Untuk Kesehatan mental merupakan hal yang sangat penting dan harus diperhatikan selayaknya kesehatan fisik. Kondisi kestabilan kesehatan mental dan fisik saling berpengaruh dalam tubuh manusia. Jika gangguan kesehatan mental

bukanlah sebuah keluhan yang hanya diperoleh dari garis keturunan manusia. Bila tuntutan hidup yang berdampak pada stress yang berlebihan akan berdampak pada gangguan kesehatan mental yang lebih buruk. Gangguan mental emosional dapat terjadi karena pandemi COVID-19. Kondisi ini memberi dampak fisik maupun psikologis bagi setiap individu, khususnya masyarakat yang harus mengalami isolasi/karantina karena COVID-19. (Nurjanah, 2020)

Belanja online menjadi suatu kebiasaan bagi sebagian orang karena kemudahan yang diberikan, orang-orang banyak beranggapan bahwa belanja online adalah salah satu sarana untuk mencari barang-barang yang diperlukannya. (Harahap, 2018)

Pengertian pemasaran (marketing) adalah yang paling purba dalam kegiatan manusia saling tukar barang untuk memenuhi kebutuhan hidup. (Panuju, 2019)

Pengertian wirausaha: adalah seorang yang berani berusaha secara mandiri dengan mengerahkan segala sumber daya dan upaya meliputi kepandaian mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya untuk menghasilkan sesuatu yang bernilai lebih tinggi. (Firmansyah & Roosmawarni, 2019)

## 2. METODE PELAKSANAAN

### 2.1 Tahap Persiapan Usaha

Penjelasan persiapan kegiatan meliputi tempat, peralatan, ataupun bahan yang diperlukan serta dana yang dibutuhkan.

#### 1. Penataan tempat kerja

Tempat usaha yang digunakan sebagai tempat kerja di daerah Cengkareng, tahap pertama untuk memulai usaha adalah penataan tempat pada salah satu ruangan. Penataan tempat kerja meliputi pembagian ruang kerja dan penataan alat-alat serta bahan-bahan yang digunakan untuk proses produksi. Penataan ini bermaksud agar suasana menjadi lebih nyaman.

#### 2. Penginstalan software komputer

Tahap selanjutnya adalah penginstalan software yang akan digunakan dalam proses desain. Penginstalan ini sangat berguna untuk menunjang proses produksi

#### 3. Pemasangan internet

Setelah tertata dan terinstal software, maka tahap selanjutnya adalah pemasangan internet, internet yang kami gunakan menggunakan modem wifi.

### 2.2 Tahap pelaksanaan Produksi

Produksi adalah hasil akhir dari proses atau aktivitas ekonomi yang memanfaatkan beberapa masukan input. Kegiatan produksi diartikan sebagai aktivitas dalam menghasilkan *output* dengan menggunakan teknik produksi tertentu untuk mengolah atau memproses input sedemikian rupa. (Isyariansyah et al., 2018)

Dalam pelaksanaan kegiatan kewirausahaan ini, kami menerapkan beberapa metode, yaitu konsep motif, persiapan alat & bahan, pembuatan sampel, dan proses produksi:

#### 1. Perancangan pola

Perancangan pola dilakukan bersama kelompok. Kegiatan diawali dengan:

- Membuat design kata-kata motivasi
- Mencetak bahan meteran spre

#### 2. Persiapan alat dan bahan

Rumah produksi kami memerlukan sumber daya manusia karena usaha ini bersifat konveksi sehingga alat dan bahan yang dipersiapkan dan diperlukan cukup banyak. Alat dan bahan yang diperlukan antara lain Bahan (Kain, benang), alat (mesin jahit, mesin obras, penggaris, pensil, gunting, alat potong, laptop).

#### 3. Proses pembuatan sampel dan produksi

Tahapan produksi merupakan paling penting yaitu tahapan merealisasikan bentuk dari pola yang memiliki langkah sebagai berikut ini:

- Proses brainstorming terhadap tema motif yang ingin dibuat
- Pembuatan desain dari hasil brainstorming anggota
- Melakukan preview hasil kepada kelompok
- Mencetak sampel bahan
- Menjahit spre dan bedcover
- Mencetak tas spre dengan logo IkaRinetti.

#### 4. Hasil Produk

Produk "SPREI SOULMATE MOTIVASI IKARINETTI" terdiri dari:

- Sarung Bantal
- Sarung Guling
- Sprei Set (2 Sarung Bantal, 2 Sarung Guling, 1 Sprei)

d. Bedcover Set (2 Sarung Bantal, 2 Sarung Guling, 1 Sprei, 1 Bedcover)

Produk ini diproduksi secara (PO) Pre Order sesuai dengan kebutuhan dan ukuran yang telah ditentukan oleh Customer, dengan sistem pembayaran 100%.

### 2.3. Tahap pemasaran produk

Tahapan pemasaran produk yang kami lakukan adalah:

#### 1. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran yang digunakan Ikarinetti dengan membuat katalog online di Instagram dan e-commerce shopee lalu mengadakan *event giveaway* atau *flash sale* serta endorsement ke selebgram melalui platform media sosial. Kami juga membuat link sebagai official resmi kami melalui joylink.

#### 2. Media promosi yang digunakan:

- Situs jual beli online, situs jual beli online ini digunakan untuk media utama memasarkan produk ikarinetti, situs jual beli online yang akan dipakai adalah shopee
- Kami melakukan kerjasama promosi melalui endorse selebgram di Instagram, promosi ini digunakan sebagai daya tarik agar pembeli mengetahui keunggulan produk ikarinetti dan meningkatkan rasa percaya dan aman untuk melakukan transaksi
- Kemasan, dalam pengiriman barang kepada konsumen, produk ini akan dikemas dalam keadaan bagus dan rapi dengan tas yang terdapat kontak dan logo IkaRinetti sebagai media promsi jika *customer* mendapatkan produk IkaRinetti dari hadiah pernikahan atau ulang tahun.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk "SPREI SOULMATE MOTIVASI IKARINETTI" ini merupakan ide bisnis kewirausahaan yang sangat berpotensi untuk dikembangkan lebih jauh. Kami menyadari bahwa terdapat banyak produk yang sejenis dengan produk Sprei Sutra Organik, tetapi dengan inovasi kata-kata motivasi yang dituangkan dalam bantal dan guling masih belum banyak ditemukan.

Produk "SPREI SOULMATE MOTIVASI IKARINETTI" yang merupakan produk dengan target pasar dan konsumen yang cukup luas, yaitu untuk dipakai hari-hari, sebagai kado ulang tahun, sebagai kado pernikahan dan lainnya. Contohnya pada waktu sebelum lebaran idul fitri, bersamaan masyarakat menerima Tunjangan Hari Raya (THR) terbukti penjualan sprei mengalami peningkatan. Namun pada hari-hari biasa, produk ini juga tetap mendapatkan permintaan yang cukup baik untuk dipakai sendiri maupun dikoleksi. Demi mensiasati hal tersebut, produk "SPREI SOULMATE MOTIVASI IKARINETTI" menerima pesanan custom yang dapat disesuaikan dengan permintaan konsumen.

### 3.1 Analisis Ekonomi Usaha

Terkait harga dari produk ini relatif lebih rendah dibanding dengan produk sejenis lainnya seperti di mall-mall yang ditaksir kurang lebih Rp 7.000.000,- / set bedovernya. Sedangkan produk "SPREI SOULMATE MOTIVASI IKARINETTI" hanya dibandrol kurang lebih Rp 2.200.000,- / set bedcovernya.

Potensi pengembangan usaha dari produk "SPREI SOULMATE MOTIVASI IKARINETTI" yang menghasilkan profit dari set bedcovernya sebesar 24% sangat menguntungkan dan menjanjikan keberlangsungan usaha. Dengan profit tersebut, usaha ini akan mencapai pengembalian modal lebih cepat sehingga dapat lebih fokus mengembangkan usahanya.

### 3.2. Cash Flow Usaha

Berdasarkan hasil analisis *Cash Flow*, perencanaan bisnis dengan modal awal perangkat Rp.4.800.000,- + biaya *variable* 1 bulan dengan sistem preorder Rp.27.035.000,- + biaya tetap Rp.8.000.000,- menghasilkan produk *bedcover* set sebanyak 21 buah perbulan dengan penjualan Rp. 2.200.000,- per buah.

- Perkiraan omset per bulan = Rp 2.200.000,- x 21 = Rp 46.200.000,-
- Perkiraan omset per tahun = Rp 46.200.000,- x 12 = Rp 554.400.000,-

Total Biaya Produksi = Total Investasi + biaya tetap per tahun + Total biaya bahan baku per tahun  
= Rp 4.800.000,- + (Rp 8.000.000,- x 12) + (Rp 27.035.000,- x 12)  
= Rp 4.800.000,- + Rp 96.000.000,- + Rp 324.420.000,-  
= Rp 425.220.000,- Total Biaya Produksi per tahun  
= 21 buah bedcover set x 12 bulan = 252 buah

Keuntungan per tahun = Penerimaan - Total Biaya Produksi  
= Rp 554.400.000,- - Rp 425.220.000,- = Rp 129.180.000,-

Dengan perkiraan omset per bulan sebesar Rp. 46.200.000,- dan perkiraan omset pertahun sebesar Rp. 554.400.000,- maka akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp. 129.180.000 untuk tahun pertama dengan

asumsi semua produk habis terjual tanpa diskon. Berdasarkan analisis BEP selama 0,17 tahun, maka rencana kegiatan usaha ini layak untuk dilaksanakan.

### 3.3 Potensi dan Peluang

Produk "SPREI SOULMATE MOTIVASI IKARINETTI" dapat diinovasikan tidak hanya dengan kata-kata motivasi, melainkan kreasi lain dengan tetap mengedepankan kenyamanan dan kelembutan dari bahan sutra organik. Misalnya menginovasikan sebagai bantal selimut, piyama (baju tidur), *bumper box* bayi, dan lainnya dengan ukuran dan motif sesuai permintaan konsumen.

Hasil dari promosi produk "SPREI SOULMATE MOTIVASI IKARINETTI" melalui sistem endorse oleh selebgram dan artis ternama memberikan dampak citra yang baik pada brand IkaRinetti serta memberikan kepercayaan terhadap calon *customer* baru. Dengan *followers* Instagram kurang lebih 220.000 berpotensi meningkatkan penjualan jika menambah jenis produk lain selain sprej dikala pandemi.

### 3.4 Dokumentasi Kegiatan



**Gambar 1.** Kegiatan dan Hasil Produksi

1. Bahan yang sudah dipotong sesuai pola dari gulungan, dijahit sesuai ukuran yang konsumen pesan
2. Setelah selesai dijahit, hasil jahitan dicek kualitas jahitnya lalu dikemas dan dipacking untuk dikirim kepada *customer*
3. Gudang untuk penyimpanan sprej dan bedcover yang sudah selesai dijahit
4. Contoh bantal Sprej Soulmate Motivasi Ikarinetti
5. Contoh hasil bedcover set sprej

## 4. KESIMPULAN

"SPREI SOULMATE MOTIVASI IKARINETTI" merupakan terobosan baru dalam membuat varian produk dari kain berbahan sutra organik yang diharapkan dapat disukai masyarakat untuk menemani istirahat dirumah khususnya dikala pandemi COVID-19 yang masih belum terkendali. Adanya Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKM-K) "SPREI SOULMATE MOTIVASI IKARINETTI" dapat membuka peluang peningkatan omset bagi pelaku usaha sprej lainnya. Penambahan platform e-commerce seperti Shopee yang diterapkan pada toko online Ikarinetti sangat membantu meningkatkan cakupan pasar dan penjualan produk karena banyaknya fitur-fitur yang diberikan oleh Shopee yang terus mengembangkan layanan kreatif dan inovatif. Dalam pasar yang cukup luas dan perkembangan infrastruktur internet yang sangat cepat sangat memungkinkan menjangkau pasar yang lebih luas lagi. Didukung oleh unsur kepercayaan yang diberikan lebih dari ribuan *customer* serta dipromosikan oleh *public figure* dengan sistem *endorsement* membuat brand Ika Rinetti semakin dipercaya dan dikenal masyarakat. Kedepannya "SPREI SOULMATE MOTIVASI IKARINETTI" dapat melakukan pembukaan

butik/toko sprei yang ready stok disetiap daerah agar memudahkan masyarakat untuk membeli secara *instant* sehingga tidak perlu menunggu proses pesanan terlebih dahulu sampai 15 hari. “SPREI SOULMATE MOTIVASI IKARINETTI” dapat mengembangkan kegiatan bisnisnya secara bertahap dan menambah varian produk yang tidak hanya dari bidang garment, bisa dengan produk lain seperti *frozen food* sehat yang sangat cocok dan sangat dibutuhkan dalam kondisi pandemi dimana mobilitas masyarakat menjadi terbatas namun sangat membantu untuk memenuhi kebutuhan pangan masyarakat.

## REFERENCES

- Firmansyah, A., & Roosmawarni, A. (2019). Kewirausahaan (Dasar dan Konsep). In *Buku* (Issue September).
- Harahap, D. A. (2018). Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193–213. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.009.2.02>
- Hartini, S. (2016). Efektifitas Endorsment pada Media Sosial Instagram pada Produk Skin Care. *Bina Insani ICT Journal*, 3(1), 234339.
- Isyariansyah, M. D., Sumarjono, D., & Budiraharjo, K. (2018). Analisis Faktor-Faktor Produksi Yang Mempengaruhi Produksi Kopi Robusta Di Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang. *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 2(1), 31. <https://doi.org/10.14710/agrisocionomics.v2i1.1482>
- Kusrini. (2007). *Konsep Dan Aplikasi Pemdukung Keputusan*. Andi.
- Nurjanah, S. (2020). Gangguan Mental Emosional Pada Klien Pandemi Covid 19 di Rumah Karantina. *Journal Ilmu Keperawatan Jiwa*, 3(3), 329–334.
- Panuju, R. (2019). Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi dan Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran. In *Prenada Media*.
- Susilawati, S., & Hikmatulloh, H. (2021). Bisnis Ukm Jamu Raden Sri Rastra Di Masa Pandemi Covid-19. *Swabumi*, 9(1), 57–63. <https://doi.org/10.31294/swabumi.v9i1.10133>