

**PROPOSAL USAHA KERAJINAN
HIASAN DINDING MACRAME**



Disusun Oleh:

Kurt Rayhans Adriansyah

Sabrina Raisya Salsabila

Viola Tri Amelia

Sakila Umara

Rendi Saputra

Muhammad Pandu Akbar

**DINAS PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN PROVINSI BENGKULU
SMA NEGERI 7 KOTA BENGKULU
TAHUN AJARAN 2021/2022**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam suatu pemasaran banyak sekali berbagai bentuk dan macam-macam aneka ragam hiasan dinding dari yang kecil dan hingga besar dan dari yang murah hingga sampai yang mahal. Dalam tata dekorasi rumah, banyak tersedia jenis-jenis hiasan rumah yang dapat menambah nilai keindahan rumah. Hiasan – hiasan rumah memang sudah banyak sekali yang menjualnya tetapi hiasan ini begitu sangat sederhana namun indah untuk dijadikan dekorasi rumah dan terlihat lebih istimewa di pandangan masyarakat. Hiasan ini dibuat dengan cara pembuatan yang sederhana dengan lebih baik begitu juga harga yang terjangkau dan banyak pula masyarakat yang berminat untuk membelinya dengan rasa yang cukup enak, nikmat dan lezat.

Oleh karena itu saya memilih jenis usaha yaitu “Hiasan Dinding Macrame” untuk dijual karena memiliki peluang pasar yang luas.

1.2 Manfaat Pembuatan Proposal

1. Mengamati aspek-aspek penting dalam berwirausaha yang harus diperhatikan sebelum memulai usaha.
2. Menambah wawasan tentang cara memulai usaha.
3. Melatih dalam pembuatan rencana anggaran secara sistematis.
4. Sebagai pedoman wirausaha untuk tetap fokus pada tujuan dan target bisnisnya.

1.3 Tujuan Pembuatan Proposal

1. Meyakinkan pihak-pihak yang akan memberikan dukungan baik keuangan maupun dokumentasi moral.
2. Sebagai pegangan dalam menjalankan usaha atau bisnis.

BAB II

PERENCANAAN MODAL

2.1 Aspek Produksi

Produk yang dijual adalah Hiasan Dinding Macrame yang merupakan dekorasi rumah. Dalam menjalankan usaha ini, kita harus mengetahui potensi pasar yang dijalani agar usaha yang dijalani dapat diterima oleh semua kalangan masyarakat (konsumen). Menentukan objek pasar dalam menjalankan usaha ini harus menentukan objek pasar dengan strategi yang mudah dijangkau oleh masyarakat (konsumen) ialah tempat menggunakan media sosial.

2.2 Aspek Pemasaran

Dalam melakukan promosi produk ini dengan menyebarkan brosur iklan elektronik melalui media sosial.

2.3 Aspek Organisasi dan Manajemen

Untuk usaha ini masih terbilang kecil dan hanya beranggotakan anggota kelompok.

2.4 Analisis SWOT

Setiap kegiatan untuk memulai usaha saya harus mengukur kemampuan saya terhadap lingkungan atau pesaing yaitu melalui analisis **SWOT**.

1. Strength (Kekuatan)

Kekuatan dari produk ini ialah:

1. Produk adalah untuk semua kalangan masyarakat.
2. Belum banyak produk serupa atau saingan di daerah sekitar Kota Bengkulu.
3. Produk terbuat dari bahan yang mudah dijangkau dan didapat.

2. Weakness (Kelemahan)

Kelemahan dari produk ini ialah:

1. Pemasaran hanya melalui media sosial.
2. Produknya mudah ditiru.
3. Produk tidak terjual banyak.

3. Opportunity (Peluang)

1. Dapat dipromosikan via media sosial.
2. Produk mudah dibuat tanpa membutuhkan banyak peralatan.

4. Threat (Ancaman)

Adanya pesaing pesaing senior yang menjual produk yang sama dengan kualitas yang lebih baik.

2.5 Aspek Modal Usaha.

Modal dihasilkan dari sumbangan para anggota kelompok sebesar **Rp40.000** dianggarkan dalam:

A. Biaya Tetap

No.	Alat	Harga (Rp)
1	Benang	30.000
2	Kayu	15.000
Total		45.000

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Harapan kami untuk produk “Hiasan Dinding Macrame” adalah supaya produk ini bisa lebih berkembang maju dan banyak konsumen yang meminatinya. Disamping itu, kami mengharapkan supaya produk hiasan dinding ini tidak berkurang dan semakin populer, karena produk ini sangat bagus dan berkualitas.

4.2 Saran

Demikian proposal ini kami buat. kami menyadari masih banyak kesalahan - kesalahan yang kami buat untuk itu kritik dan saran dari Bapak / Ibu sangat kami harapkan. Atas perhatian dan kerjasama Bapak / Ibu, kami ucapkan terima kasih.