



USULAN PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA
www.ProjectEscape.co – E-Commerce B2C (Business to Customer) yang Berfokus Pada Produk Fashion yang berasal dari Brand Lokal Indonesia dengan Tema dan Konsep “Vintage” Sebagai Salah Satu Sarana Pemberdayaan UKM Fashion Dalam Negeri

**BIDANG KEGIATAN:
PKM KEWIRAUSAHAAN**

Intan Salamina I0213038/Angkatan 2013
Ardian Dwi Cahyo I0311009/Angkatan 2011
Rohmat Fendy Kurniawan M3113130/Angkatan 2013

**UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2015**

PENGESAHAN USULAN PKM-KEWIRAUSAHAAN

1. Judul Kegiatan : www.ProjectEscape.co – E-Commerce B2C (Business to Customer) yang Berfokus Pada Produk Fashion yang berasal dari Brand Lokal Indonesia dengan Tema dan Konsep “Vintage” Sebagai Salah Satu Sarana Pemberdayaan UKM Fashion Dalam Negeri
2. Bidang kegiatan : PKM-Kewirausahaan
3. Ketua Pelaksana Kegiatan
 - a. Nama Lengkap : Intan Salamina Solihin
 - b. NIM : I0213038
 - c. Jurusan : S1 Arsitektur
 - d. Universitas : Universitas Sebelas Maret
 - e. Alamat dan No Tel./HP : Gg. Petir 2 no 10 rt 03 rw 13, ngasinan, Jebres, Surakarta, 085691401188
 - f. Alamat email : intan_salamina@yahoo.com
4. Anggota Pelaksana Kegiatan/Penulis : 3 orang
5. Dosen Pendamping
 - a. Nama Lengkap dan Gelar : Dr. Wahyudi Sutopo, S.T., M.Si
 - b. NIP : 197706252003121001
 - c. Alamat dan No Tel./HP : Jl. Ki Mangunsarkoro No 45, Tegal Mulyo, Nusukan/ 081548747464
6. Biaya Kegiatan Total
 - a. DIKTI : Rp 12.475.000,00
 - b. Sumber lain : -
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : 5 bulan

Surakarta, 30 September 2015

Menyetujui,
Wakil Dekan
Bidang Kemahasiswaan dan Alumni
FT-UNS




Dr. Eko Pujiyanto, S.Si., M.T.
NIP. 19750411 199903 1 001

Ketua Pelaksana Kegiatan



Intan Salamina Solihin
NIM. I0213038

Wakil Rektor
Bidang Kemahasiswaan dan Alumni
Universitas Sebelas Maret



Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si.
NIP. 196606111991031002

Dosen Pembimbing



Dr. Wahyudi Sutopo, S.T., M.Si
NIP. 197706252003121001

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i	
LEMBAR PENGESAHAN	ii	
DAFTAR ISI	iii	
RINGKASAN	iv	
BAB I	PENDAHULUAN	
1.1	Latar Belakang	1
1.2	Perumusan Masalah.....	2
1.3	Tujuan.....	3
1.4	Luaran yang Diharapkan	3
1.5	Kegunaan Program	3
BAB II	GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA	
II.1	Kondisi Umum Lingkungan dan Potensi Sumber Daya	4
II.2	Sasaran Usaha.....	5
II.3	Tantangan yang Dihadapi.....	5
II.4	Promosi dan Pemasaran.....	6
II.5	Langkah Pengembangan Ke Depan.....	7
II.6	Analisis Ekonomi	7
BAB III	METODE PELAKSANAAN	
III.1	Riset Pasar	9
III.2	Membangun Website	9
III.3	Supplier	9
III.4	Menjalankan Startup	9
BAB IV	BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN	
4.1	Rencana Anggaran Biaya	10
4.2	Jadwal Kegiatan	10
LAMPIRAN		
Lampiran 1. Biodata Kelompok dan Dosen Pembimbing		
Lampiran 2. Justifikasi Anggaran Kegiatan		
Lampiran 3. Susunan Organisasi Tim Kegiatan dan Pembagian Tugas		
Lampiran 4. Surat Pernyataan Ketua Peneliti/Pelaksana		
Lampiran 5. Brand Lokal Sepatu		
Lampiran 6. Brand Lokal Tas		
Lampiran 7. Simulasi Keuntungan Melalui Dropshipper		
Lampiran 8. Simulasi Cash Flow Selama 1 Tahun		
Lampiran 9. Perhitungan Kelayakan Investasi NPV dan PBP		
Lampiran 10. Contoh Produk		

RINGKASAN

Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia tumbuh dengan sangat cepat. Hal tersebut membuat jumlah *online shopper* meningkat, disertai dengan pertumbuhan pengeluaran yang sangat fantastis untuk berbelanja online. Menurut data APJII dari total pengeluaran belanja online yang fantastis produk fashion adalah produk yang paling banyak di cari dan paling banyak dibeli oleh *online shopper*. Hal ini membuat banyak *startup e-commerce* yang bergerak di bidang fashion tumbuh di Indonesia.

Sebagiaan besar pelaku bisnis e-commer dibidang *fashion* menjual produk yang sedang populer. Tidak banyak pelaku bisnis *e-commerce* yang khusus menyediakan produk-produk fashion yang bertemakan konsep *lifestyle* tertentu. Ada banyak konsep *lifestyle* yang dapat diangkat pada bisnis *e-commerce*. Misalnya konsep *lifestyle vintage* yang belum ada di Indonesia. Terlebih lagi banyak brand lokal fashion Indonesia yang memproduksi produk fashion yang bertemakan konsep *lifestyle*. Berdasarkan fakta tersebut bisnis *e-commerce* adalah bisnis yang menjanjikan apalagi jika bermitra dengan brand fashion lokal. Bukan hanya keuntungan yang akan didapatkan, bisnis ini juga dapat membantu dan meningkatkan omset penjualan brand lokal.

Tujuan yang hendak dicapai adalah terciptanya sebuah toko online yang menyediakan berbagai macam produk fashion dari brand lokal dengan mengusung konsep *vintage*. Luaran yang diharapkan adalah terciptanya toko online yang menjual produk fashion dari brand lokal dengan tema *vintage*, mendukung pengusahaan produk fashion Indonesia dan menumbuhkembangkan jiwa wirausaha dari mahasiswa khususnya 3 orang mahasiswa yang akan menekuni bisnis *e-commerce* ini. Produk yang akan dijual melalui toko online ini adalah sepatu pria, sepatu wanita, tas wanita dan tas pria dengan berbagai variasi produk. Target market dari www.ProjectEscape.co adalah online shopper dari berbagai jenjang usia dan berbagai jenis pekerjaan yang tertarik dengan sebuah *lifestyle fashion vintage*.

Untuk mewujudkan terciptanya www.ProjectEscape.co beberapa langkah yang kami lakukan adalah melakukan riset pasar, membangun website *e-commerce*, memilih supplier dan bekerja sama dengan supplier produk fashion brand lokal yang telah dipilih untuk menjadi supplier, dan menjalankan *startup*. Dalam menjalankan usahanya, www.ProjectEscape.co bertindak sebagai *dropshipper*.

Berdasarkan hasil analisis kelayakan investasi menggunakan metode Net Present Value (NPV) dan metode Pay Back Period (PBP) didapatkan bahwa nilai NPV sebesar Rp 1.040.855,95. Nilai NPV ini lebih besar dari pada 0 ($NPV > 0$) maka dapat disimpulkan ide usaha ini layak untuk didirikan. Sedangkan nilai dari Pay Back Period (PBP) adalah sebesar 10,96 yang berarti investasi yang dikeluarkan diawal Rp 12.475.000 akan kembali setelah usaha ini berjalan selama 10,96 Bulan lebih.

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar belakang

Menurut eMarketer pada tahun 2015 jumlah total pengguna internet di seluruh dunia akan mencapai 3 miliar orang, artinya 42,2% dari total populasi manusia di planet Bumi sudah memiliki akses terhadap internet. Angka tersebut diperkirakan mencapai 50% di tahun 2017. Data hasil riset dari eMarketer juga menunjukkan bahwa tahun 2014 pengguna internet Indonesia telah mencapai 83,7 juta orang dari hampir 240 juta total penduduk Indonesia atau 34,5%. Diperkirakan tahun 2017 terdapat 112,6 juta pengguna internet di tanah air.

Pertumbuhan penggunaan internet yang semakin masif turut mendorong tumbuhnya bisnis online atau electronic commerce (e-commerce) di dunia dan di tanah air. Hal tersebut tercermin dari peningkatan aktivitas transaksi secara online oleh masyarakat pengguna internet. Menurut data eMarketer dari jumlah pengguna internet yang akan terus bertambah tersebut pada bulan maret 2013 tercatat 4,6 juta pengguna internet di Indonesia melakukan belanja online atau online shopping, jumlah itu akan terus meningkat menjadi 7,4 juta pengguna pada tahun 2015 dan 8,7 pengguna pada tahun 2016. Bahkan Rudy Ramaway selaku Country Head Google Indonesia seperti yang dikutip dari majalah Mix Edisi April 2014 mengatakan bahwa satu dari dua pengguna internet Indonesia yang belum pernah berbelanja online mengaku akan mencoba melakukannya dalam 12 bulan kedepan. Hal ini diamini oleh ketua umum Asosiasi E-Commerce Indonesia (IdEA) Daniel Tumiwa yang menyakini bahwa industry bisnis online akan tumbuh sekitar 2 hingga 3 kali lipat setiap bulannya.

Dari 4,6 juta pengguna internet untuk berbelanja online di Indonesia pada tahun 2013 setidaknya 1,8 miliar dollar telah mereka keluarkan untuk melakukan belanja online, eMarketer memperkirakan pada tahun 2015 akan meningkat menjadi 3,56 miliar dollar atau 46,28 triliun rupiah dan menjadi 4,49 miliar dollar atau 58,37 triliun rupiah pada tahun 2016 (dengan kurs \$1 adalah Rp 13.000). Jumlah ini akan terus tumbuh seiring dengan bertumbuhnya kelompok masyarakat kelas menengah, *middle class spending*, *cheap smartphones* dan *affordable internet*.

Berbelanja secara online sudah menjadi trend dan juga habit bagi masyarakat Indonesia saat ini. Jika dilihat dari sisi budaya, berbelanja tradisional yang mulanya menyentuh barang secara langsung sebelum membelinya, mulai sekarang budaya tersebut telah berubah dan bergerak ke arah digital. Konsumen Indonesia khususnya, sudah mulai pandai memilih barang yang bagus meski tanpa harus melihat wujud dan menyentuhnya secara langsung. Hal ini terjadi karena beberapa alasan yang melatarbelakanginya dimana banyak konsumen yang tidak lagi mempunyai banyak waktu untuk berbelanja maupun meluangkan waktu untuk melalui kemacetan hanya untuk melakukan pembelian ke toko secara langsung.

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada Desember 2012 dari total pengeluaran belanja yang fantastis tersebut produk fashion adalah produk yang paling sering dicari dan dibeli oleh para online shopper. Fakta ini didukung oleh artikel yang berjudul “4 Jenis Produk yang Paling Laris Dijual Secara Online” pada salah satu media online www.lintas.me. Artikel yang dipublikasikan pada 17 Desember 2014 tersebut menuliskan bahwa berdasarkan data dari Asosiasi E-Commerce Indonesia (IdEA), 78% pembeli online Indonesia melakukan belanja online untuk membeli produk-produk fashion.

Menurut survey yang dilakukan oleh CommerceNet salah satu kelemahan pada e-commerce saat ini adalah para pembeli/pebelanja tidak dapat menemukan apa yang mereka cari di e-commerce (Dewi Irmawati, 2011). Hal ini dapat dipahami karena sebagian besar pelaku bisnis e-commerce dibidang fashion menjual produk-produk yang populer. Tidak banyak pelaku bisnis e-commerce yang khusus menyediakan khusus produk-produk fashion yang bertemakan konsep lifestyle tertentu. Sebut saja pelaku e-commerce pada bidang fashion seperti lazada.co.id dan zalora.co.id, e-commerce ini lebih banyak menjual produk-produk fashion populer. Beberapa pelaku e-commerce yang telah berfokus pada suatu konsep lifestyle tertentu misalnya hijabenka.com yang berfokus pada lifestyle fashion busana muslim.

Ada banyak konsep lifestyle yang dapat diangkat pada bisnis e-commerce produk fashion misalkan konsep petualangan/outdoor, hijab modern, hijab syari, busanamuslim dan batik. Dari hasil riset yang dilakukan belum ada e-commerce yang berfokus pada konsep lifestyle vintage di Indonesia. Padahal konsep lifestyle vintage banyak digemari di Indonesia.

Terlebih lagi telah banyak brand lokal fashion Indonesia yang memproduksi produk-produk fashion yang bertemakan konsep lifestyle vintage. Dengan mengumpulkan produk-produk fashion lokal berkonsep vintage kedalam suatu website e-commerce yang dikola secara professional maka akan memudahkan konsumen mencari kebutuhan fashion mereka, selain itu dapat memberdayakan brand lokal yang memproduksi produk-produk fashion tersebut.

Berdasarkan berbagai fakta tersebut, bisnis online atau bisnis e-commerce merupakan bisnis masa depan dengan penuh kesempatan, jika dilakukan secara serius dan professional e-commerce merupakan bisnis yang menjanjikan keuntungan. Terlebih lagi jika e-commerce yang dibangun berfokus pada suatu konsep lifestyle yang belum ada di Indonesia, yaitu konsep lifestyle vintage. Lebih jauh dengan bermitra kepada brand fashion lokal bukan hanya keuntungan yang dapat diperoleh, bisnis ini juga dapat membantu dan meningkatkan omset brand lokal fashion.

I.2 Perumusan Masalah

Pada presentasi yang dibawakan oleh CEO PriceArea.com, Andry Suhaili yang dikutip oleh media online techinasia.com mengatakan bahwa toko online

dengan segmentasi pasar yang unik adalah toko online yang akan memenangi persaingan dalam bisnis e-commerce.

Keadaan seperti ini merupakan sebuah kesempatan bagi para calon pengusaha yang tertarik menekuni bisnis e-commerce dengan mendirikan sebuah startup e-commerce dengan konsep lifestyle tertentu. Untuk itu perumusan masalah yang diangkat dan diselesaikan adalah membangun bisnis e-commerce berbentuk toko online produk fashion brand lokal yang mengusung konsep lifestyle vintage.

I.3 Tujuan

Tujuan dari program ini adalah terciptanya sebuah toko online yang menyediakan berbagai macam produk fashion lokal brand dengan mengusung konsep vintage.

I.4 Luaran Yang Diharapkan

Luaran yang diharapkan dari Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKM-K) berjudul: www.ProjectEscape.co – E-Commerce B2C (Business to Customer) yang Berfokus Pada Produk Fashion yang berasal dari Brand Lokal Indonesia dengan Tema dan Konsep “Vintage” Sebagai Salah Satu Sarana Pemberdayaan UKM Fashion Dalam Negeri adalah

1. Terciptanya toko online yang menjual produk fashion dengan tema vintage
2. Mendukung pengusaha produk-produk Indonesia dan produk fashion lokal Indonesia
3. Menumbuhkembangkan jiwa wirausaha dari mahasiswa khususnya 3 orang mahasiswa yang akan menekuni bisnis e-commerce ini.

I.5 Kegunaan Program

Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan ini diharapkan dapat menjadi salah satu sarana terciptanya sebuah toko online yang menyediakan berbagai macam produk fashion lokal brand dengan mengusung konsep vintage yang bermanfaat bagi konsumen, produsen fashion dalam negeri, masyarakat dan mendatangkan keuntungan ekonomi bagi mahasiswa yang menjalannya bisnis ini.

BAB II

GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

II.1 Kondisi Umum Lingkungan dan Potensi Sumber Daya

Dengan kondisi pasar internet atau e-commerce yang berkembang pesat serta menjanjikan ini membuat banyak perusahaan yang mendirikan toko online di Indonesia, pada model bisnis toko online *marketplace C2C (Customer to Customer)* terdapat beberapa nama website seperti tokopedia, bukalapak dan lamido, untuk model bisnis *shopping mall* terdapat blibli.com, lalu toko online B2C (*Business to Customer*) diperankan oleh lazada Indonesia dan tiket.com, dan yang terakhir adalah toko online di media sosial.

Toko online yang akan kami dirikan memiliki nama website www.ProjectEscape.co, www.ProjectEscape.co adalah sebuah toko online dengan konsep vintage dengan model bisnis toko online B2C (*Business to Customer*) mencoba untuk meraih pasar online indonesia yang sedang tumbuh dengan sangat cepat dan menjanjikan. Produk yang akan dijual pada awal berdirinya toko online www.ProjectEscape.co adalah produk fashion lokal seperti sepatu wanita, sepatu pria, tas wanita, dan tas pria yang identik dengan gaya hidup vintage. Produk yang akan dijual ini diperoleh dari supplier brand lokal yang memproduksi produk fashion.

Brand lokal yang dipilih untuk menjadi supplier www.ProjectEscape.co diseleksi dari berbagai aspek, seleksi pertama adalah produk-produk dari supplier dipilih dan dipilah, hanya produk yang berkonsep vintage yang akan dijual di www.ProjectEscape.co. Kedua, memiliki kualitas produk yang baik dan menyediakan fasilitas return jika terjadi kecacatan produk, dan yang ketiga adalah supplier tersebut memberikan harga produk yang bersaing.

Beberapa brand lokal atau supplier yang akan bekerja sama dengan www.ProjectEscape.co adalah Bonjour Bag, Esgotado Bag, Pulcher Bag, Visval Bag, MM Shoes, Avocado Shoes, Headway Footwear, Footstep Footwear, Kaakii Shoes. Brand sepatu maupun tas yang akan bekerja sama dengan www.ProjectEscape.co beserta varian produknya dapat dilihat pada **lampiran 5 dan lampiran 6**.

Terdapat beberapa keunggulan dari e-commerce toko online www.ProjectEscape.co yang menawarkan berbagai produk fashion lokal brand dengan konsep lifestyle vintage yang dapat dimanfaatkan bagi calon konsumen, yakni:

1. Memungkinkan pelanggan dengan ketertarikan kepada konsep lifestyle vintage untuk berbelanja atau melakukan transaksi selama 24 jam sehari sepanjang tahun dari setiap lokasi dengan akses internet.
2. www.ProjectEscape.co memberikan lebih banyak pilihan kepada pelanggan, mereka bisa memilih berbagai produk dari banyak supplier

3. Konsumen dapat melakukan perbandingan harga, kualitas dan bentuk produk yang bertemakan vintage pada satu website
4. Pelanggan menerima informasi relevan secara detail berkaitan dengan produk dalam hitungan detik
5. Jika terdapat kecacatan produk, konsumen tidak perlu khawatir karena www.ProjectEscape.co menyediakan fasilitas retur bagi produk-produk yang cacat.

Dalam menjalankan bisnisnya www.ProjectEscape.co bertindak sebagai dropshipper. Berikut adalah skema dropshipper:



Untuk memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi, maka www.ProjectEscape.co menyediakan beberapa rekening dari beberapa bank yang berbeda, bank mandiri, bank BNI, bank BCA dan bank BRI disediakan untuk proses transaksi.

Agar dapat menjadi dropshipper untuk supplier tertentu terdapat kesepakatan diantara www.ProjectEscape.co dengan supplier, kesepakatan tersebut berbeda-beda antara satu supplier dengan supplier lainnya, tergantung dari negosiasi kedua belah pihak. Beberapa supplier mensyaratkan kepada www.ProjectEscape.co untuk membeli produk pertama (*Product Initial Buying*) kepada mereka agar www.ProjectEscape.co dapat menjadi dropshippernya. Ada juga supplier yang mensyaratkan www.ProjectEscape.co untuk mendaftarkan diri sebagai dropshipper dengan nominal biaya pendaftaran tertentu.

Untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan kepercayaan konsumen. Maka www.ProjectEscape.co menerapkan kebijakan retur atau pengembalian produk cacat. Jika terdapat complain kecacatan produk dalam 2x24 jam setelah produk diterima oleh konsumen maka www.ProjectEscape.co akan melakukan retur dengan produk sejenis yang baru. Dalam hal ini www.ProjectEscape.co tidak menerapkan kebijakan retur uang.

II.3 Sasaran Usaha

Target pasar www.ProjectEscape.co adalah online shopper dari berbagai jenjang usia dan berbagai jenis pekerjaan yang tertarik dengan sebuah lifestyle

fashion yang unik yaitu vintage. Dengan wilayah pemasaran mencakup seluruh daerah Indonesia yang terjangkau oleh akses internet.

II.2 Tantangan yang Dihadapi

Pada seminar yang dikutip oleh techinasia.com Andry Suhaili CEO PriceArea.com mengatakan bahwa hambatan bagi pelaku bisnis online yang terbesar adalah, yaitu 34,6% orang takut terhadap penipuan online, 21,5% perlu mencoba atau menyentuh produk sebelum membeli, 21,5% harga produk di toko online mahal, 21,5% tidak tertarik untuk berbelanja online, 9,3% produk yang tidak bergaransi, 6% orang tidak mengetahui bagaimana berbelanja online.

Agar dapat menjamin keberlangsungan www.ProjectEscape.co kami sadar bahwa kami harus menyiapkan beberapa strategi untuk menanggulangi berbagai hambatan yang telah disebutkan oleh CEO PriceArea.com Andry Suhaili.

Strategi yang akan dilakukan www.ProjectEscape.co untuk menanggulangi ketakutan penipuan online adalah www.ProjectEscape.co akan membangun website e-commerce dengan tampilan dan konten informasi yang professional, dengan tampilan dan konten yang meyakinkan tersebut orang tidak beranggapan bahwa www.ProjectEscape.co adalah website yang akan menipu mereka, selain itu www.ProjectEscape.co akan membuka platform komunikasi dua arah yang dapat diakses oleh pelanggan, selain sebagai sarana komunikasi platform ini juga berguna sebagai media promosi, platform tersebut adalah intagram, fanpage FB, Line, BBM Group, dan online chatting whataps, dengan adanya media komunikasi sekaligus media promosi dua arah ini diharapkan akan menambah kepercayaan pelanggan kepada www.ProjectEscape.co.

Berkaitan dengan hambatan bahwa pelanggan tidak dapat mencoba dan menyentuh produk maka www.ProjectEscape.co akan membangun website dengan konten gambar sebagai focus utama sehingga melalui konten gambar yang baik tersebut pelanggan dapat mengeksplor produk dengan baik. Hambatan lain berkaitan dengan harga produk di toko online mahal maka www.ProjectEscape.co akan menyeleksi hanya produk-produk berkualitas dan dengan harga bersaing yang akan ditampilkan dan dijual.

II.4 Promosi dan Pemasaran

Promosi dilakukan untuk mengenalkan www.ProjectEsapce.co pada jangkauan yang lebih luas, promosi dilakukan dengan beberapa cara, cara pertama adalah dengan melakukan social media marketing, cara kedua adalah dengan menyediakan beberapa platform komunikasi yang sekaligus dapat digunakan sebagai media promosi, dan cara yang ketiga adalah menggunakan media pengiklanan google ads dan facebook ads.

Pada metode promosi yang pertama beberapa media sosial yang akan digunakan adalah fan page facebook, twitter, google+, dan Instagram. Founder dan CEO PT. Manajemen Kinerja Utama sekaligus penulis dalam website

strategimanajemen.net, Yodhia Antariksa menuliskan bahwa kunci social media marketing adalah membangun *great contents*. Hal itu juga yang akan dilakukan oleh www.ProjectEsapce.co, agar sosial media marketing yang dilakukan berjalan dengan efektif www.ProjectEsapce.co akan melakukannya dengan membangun konten-konten baik berupa gambar, artikel maupun video yang berharga bagi audiens sehingga dapat membangun followers atau calon konsumen yang loyal dan respek.

Pada metode promosi yang kedua www.ProjectEsapce.co akan menyediakan beberapa platform komunikasi dua arah antara calon konsumen dengan www.ProjectEsapce.co sekaligus dapat digunakan sebagai media promosi. Platform komunikasi tersebut adalah BBM chanel dan BBM group, watapss account serta Line channel.

Pada metode promosi yang ketiga adalah satu-satunya metode yang berbayar, yaitu melakukan pengiklanan melalui platform yang disediakan oleh google yaitu google ads dan melalui platform yang disediakan oleh facebook ads. Platform google ads dan facebook ads dipilih untuk media iklan karena beberapa alasan sebagai berikut, pertama target pasar www.ProjectEsapce.co adalah online shopper sehingga media yang sebaiknya digunakan adalah media iklan yang fokus di media online, kedua platform google ads dapat mengiklankan dengan cukup presisi dari target market yang dibidik oleh www.ProjectEsapce.co melalui big data yang dimilikinya.

II.5 Langkah Pengembangan ke Depan

Langkah yang akan dilakukan jika usaha ini mulai berkembang, yakni: peratama adalah memperbanyak varian produk yang dijual. Produk awal yang akan dijual adalah sepatu pria, sepatu wanita, tas pria dan tas wanita. Pada tahap pengembangan yang kedua ini www.ProjectEscape.co akan memperbanyak varian dari jenis produk yang telah dijual dan menambahkan jenis produk yang baru, seperti fashion atasan wanita, fashion atasan pria, fashion bawahan wanita dan fashion bawahan pria.

Kedua, adalah membuat aplikasi berbasis operating system android dan iOS, aplikasi ini nantinya akan diupload ke playstore agar dapat didownload oleh khalayak banyak, tujuan dibuatnya aplikasi ini adalah agar dapat lebih memudahkan konsumen melakukan transaksi melalui mobile phone, mengingat akan semakin banyak pengguna internet yang melakukan aktivitas berselancar di internet menggunakan mobile phone.

Ketiga, ketika usaha ini sudah berjalan dan produk-produk sudah terjual maka www.ProjectEscape.co secara otomatis memiliki data base mengenai produk apa yang sering dicari, produk jenis apa yang paling sering dibeli, warna apa yang menjadi favorite konsumen tiap jenis produk, dan pada kisaran harga berapa konsumen membeli produk. Dari data base ini kami akan mulai memproduksi produk dengan brand www.ProjectEscape.co sendiri. Produk yang dipilin untuk di

produksi, warna dan harga produk kami akan menggunakan data base ini sebagai input informasinya.

II.6 Analisis Ekonomi

Ada 2 jenis margin keuntungan yang bisa diperoleh www.ProjectEscape.co. pertama, untuk system dropshipper, setiap produk yang dijual di website, www.ProjectEscape.co akan mendapatkan margin keuntungan sebesar 10%-15% dari total harga yang yang ditetapkan oleh supplier, besar margin secara tepat dari masing-masing supplier berbeda-beda tergantung pada kesepakatan antara supplier dan www.ProjectEscape.co. Margin keuntungan tipe ini diperoleh dari supplier dan akan dibayarkan oleh supplier atas jasa www.ProjectEscape.co dalam membantu penjualan produk para supplier.

Jenis margin keuntungan kedua yang dapat diperoleh oleh www.ProjectEscape.co adalah dengan menaikkan harga jual. Sebagai contoh produk tas bonjour tipe Alphonse memiliki harga Rp 225.000 dari supplier. Keuntungan pertama yang didapat www.ProjectEscape.co adalah 12,5% dari total harga jual, yaitu Rp 28.575. jika www.ProjectEscape.co menaikkan harga jual menjadi Rp 230.000, maka total pendapatan yang akan didapat adalah Rp 33.575. pada **lampiran 7** ditampilkan simulasi keuntungan yang akan diperoleh dari berbagai produk dengan system dropship.

Sejak berdirinya ProjectEscape. Berikut adalah rincian dari proyeksi penjualan ProjectEscape.

Bulan ke-	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Tas	5	30	45	30	30	30	75	105	65	65	55	75
Sepatu	5	30	45	30	30	30	75	105	65	65	55	75
Total	10	60	90	60	60	60	150	210	130	130	110	150

Fluktuasi penjualan terjadi karena beberapa peristiwa seperti bulan Ramadhan, hari raya idul fitri, hari raya natal dan tahun baru, serta terjadinya tahun ajaran sekolah maupun baru persemester.

Dengan menggunakan metode Net Present Value (NPV) dan Pay Back Period (PBP) sebagai metode analisis kelayakan investasi (Perhitungan dilampirkan pada **lampiran 8 dan lampiran 9**). Nilai NPV hasil dari perhitungan adalah sebesar Rp. 1.040.855,95 pada bunga sebesar 12%, hal ini menunjukkan bahwa nilai NPV>0. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pendirian www.ProjectEscape.co dengan modal awal investasi sebesar Rp. 12.475.000 layak untuk didirikan. Pada perhitungan Pay Back Period (PBP) didapatkan hasil dari perhitungannya adalah sebesar 10,96. Yang artinya nilai investasi yang ditanaman diawal yaitu sebesar Rp 12.475.000 akan kembali (balik modal) pada bulan ke 10,96 sejak pendirian usaha www.ProjectEscape.co.

BAB III METODE PELAKSANAAN

III.1 Riset Pasar

Riset pasar dilakukan pada awal penyusunan program kreativitas mahasiswa kewirausahaan. Riset pasar dilakukan dengan melakukan riset pada berbagai studi literature baik online maupun offline dan melakukan survey pada berbagai website pelaku e-commerce yang sudah berdiri terlebih dahulu. Riset pasar ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar potensi pasar e-commerce di Indonesia dan mengidentifikasi peluang-peluang apa saja yang dapat dimanfaatkan untuk dijadikan masukan pada penyusunan program www.ProjectEscape.co

Hasil dari riset pasar menunjukkan bahwa:

1. Terdapat pertumbuhan pengguna internet yang cepat dan massif, hal ini juga diiringi pertumbuhan pengguna internet yang melakukan belanja online secara massif dan cepat.
2. Dengan jumlah orang dan pengeluaran yang fantastis untuk berbelanja online, diketahui bahwa produk fashion merupakan produk yang paling banyak dicari dan dibeli.
3. Belum banyak pelaku e-commerce berbentuk toko online yang menjual berbagai macam produk fashion dengan mengusung tema lifestyle yang spesifik

III.2 Membangun Website

Membangun website dilakukan setelah konsep toko online yang hendak dibentuk telah tersusun dengan baik. Beberapa tahapan yang dilakukan ketika hendak membangun website adalah memilih nama domain, membeli hosting, menyiapkan layout website yang didownload dari pretashop, merestrukturisasi website sesuai dengan konsep yang telah dibuat dan terakhir adalah mengupload berbagai konten ke dalam website. Pada tahap ini juga dilakukan pembuatan logo www.ProjectEsapce.co.

III.3 Supplier

Pada tahap ini dilakukan pemilihan supplier dan mengajukan kerja sama serta membahas beberapa kesepakatan dengan supplier yang telah dipilih. Supplier dipilih berdasarkan kesesuaian produk dengan konsep vintage, dari segi kualitas dan dari segi harga yang bersaing.

III.4 Menjalankan Startup

Pada tahap ini www.ProjectEscape.co mulai dijalankan dengan produk sepatu wanita, sepatu pria, tas wanita dan tas pria dengan konsep dropsipper. Promosi dan pemasaran juga dilakukan pada tahap ini.

BAB IV
BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

IV.1 Rencana Anggaran Biaya

Tabel Rencana Anggaran

No	Jenis Pengeluaran	Biaya
1	Pembelian Peralatan Penunjang	Rp 2.200.000
2	Bahan Habis Pakai	Rp 7.555.000
3	Perjalanan	Rp 2.500.000
4	Lain-lain (Administrasi)	Rp 220.000
Jumlah		Rp 12.475.000

IV.2 Jadwal Kegiatan

Tabel Jadwal Kegiatan

Kegiatan	Bulan ke-1				Bulan ke-2				Bulan ke-3				Bulan ke-4				Bulan ke-5			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	1 Persiapan																			
a Persiapan Domain																				
b Persiapan Hosting																				
c Pengembangan Website																				
d Pembuatan akun Sosial Media																				
e Kontak Supplier																				
f Deal dengan Supplier																				
2 Pelaksanaan																				
a Input Porduk Ke Website																				
b Input Produk Ke Sosial Media																				
c Persiapan Konten Digital Marketing																				
d Persiapan Pemasaran																				
e Pelaksanaan Pemasaran																				
f Menjalankan Startup																				
3 Tahap Akhir																				
a Evaluasi																				
b Pembuatan Laporan Akhir																				

LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Kelompok dan Dosen Pembimbing

1. Ketua Kelompok

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Intan Salamina
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Program Studi	S1 Arsitektur
4	NIM	I0213038
5	Tempat dan Tanggal Lahir	Bandung, 3 Mei 1995
6	E-mail	Intan_salamina@yahoo.com
7	Nomor Telepon / HP	085691401188

B. Riwayat Pendidikan

	SD	SMP	SMA
Nama Istitusi	SD Negeri 05 Jakarta Timur	SMP Negeri 109 Jakarta Timur	SMA Negeri Unggulan MH.Thamrin
Jurusan	Reguler	Reguler	IPA
Tahun Masuk- Lulus	2001 - 2007	2007 - 2010	2010 - 2013

C. Pengalaman Organisasi :

- 2013 - 2014 : Staff Div. Kominfo BEM FT UNS
- 2014 - 2015 : Staff Div. Deplu HMA UNS
- 2014 - 2015 : IR Manager AIESEC UNS
- 2014 - 2015 : Staff Div. Media Jemari
- 2015 - 2016 : Vice President IGCDP AIESEC UNS

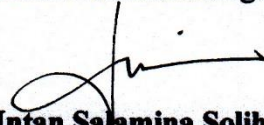
D. Pengalaman Kegiatan :

- 2013 : Panitia Diskusi Ceria HMA UNS
- 2014 : Exchange Participant AIESEC in Turkey
Panitia Acara Workshop Photography BEM FT
UNS
- 2015 : Panitia LO Reor Alumni Arsitektur UNS

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggung jawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Hibah Program Kreativitas Mahasiswa bidang Kewirausahaan.

Surakarta, 30 September 2015
Ketua Pelaksana Kegiatan,



Intan Salamina Solihin
NIM. I0213038

2. Anggota 1

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Ardian Dwi Cahyo
2	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	Program Studi	S1 Teknik Industri
4	NIM	I0311009
5	Tempat dan Tanggal Lahir	Jakarta, 09 Agustus 1993
6	E-mail	Ardian.dwicahyo@gmail.com
7	Nomor Telepon / HP	0857 9945 3767

B. Riwayat Pendidikan

	SD	SMP	SMA
Nama Istitusi	SD Negeri Sunter Agung 05 Pagi	SMP Negeri 30 Jakarta	SMA Negeri 13 Jakarta
Jurusan	Reguler	Reguler	IPA
Tahun Masuk-Lulus	1999-2005	2005-2008	2008-2011

C. Pengalaman Organisasi :

- 2009 : Ketua Komisi Humas dan Aspirasi Majelis Permusyawaratan Kelas (MPK) SMAN 13 Jakarta
- 2012 : Staff Dirjen Konsolidasi Intra Lembaga, Kesekjenan BEM FT UNS Kabinet Kontributif
- 2013 : Menteri Departemen Komunikasi dan Informasi BEM FT UNS Kabinet Kontributif Bergerak
- 2014 : Menteri Departemen Komunikasi dan Informasi BEM FT UNS Kabinet Teknik Mengabdi

D. Pengalaman Kegiatan :

- 2011 : Panitia Panitia Pemilihan Fakultas Teknik
 - : Panitia Liga Teknik Industri
- 2012 : Panitia Upgrading BEM FT UNS
 - : Panitia OSMARU Fakultas Teknik 2012
- 2013 : Panitia OSMARU Fakultas Teknik 2013
 - : Panitia Kegiatan Pendidikan Karakter Fakultas Teknik
 - : Panitia Talkshow Techopreneurship BEM FT UNS
 - : Panitia LKMM Dasar Tingkat Fakultas
- 2014 : Panitia OSMARU Fakultas Teknik 2014
 - : Panitia LKMM Dasar Tingkat Fakultas
 - : Panitia Seminar Kewirausahaan "Bisnis dari Nov vs Bisnis Franchise"
 - : Panitia Workshop Fotografi BEM FT UNS with Darwis Triadi

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggung jawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari

ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Hibah Program Kreativitas Mahasiswa bidang Kewirausahaan.

Surakarta, 30 September 2015
Anggota Kegiatan,



Ardian Dwi Cahyo
NIM. I0311009

3. Anggota 2

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Rohmat Fendy Kurniawan
2	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	Program Studi	D3 Teknik Informatika
4	NIM	M3113130
5	Tempat dan Tanggal Lahir	Madiun, 4 Mei 1995
6	E-mail	fendyrohmat@gmail.com
7	Nomor Telepon / HP	081946074247

B. Riwayat Pendidikan

	SD	SMP	SMA
Nama Istitusi	SDN 1 Banjarejo	SMPN 6 Madiun	SMAN 5 Madiun
Jurusan	Reguler	Reguler	IPA
Tahun Masuk-Lulus	2002 – 2007	2007 – 2010	2010 - 2013

C. Pengalaman Organisasi :

2013-2014 : Staff Bidang Human Emailkomp FMIPA UNS
2014-2015 : Ketua Bidang Human Emailkomp FMIPA UNS

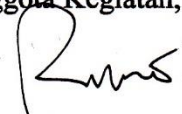
D. Pengalaman Kegiatan :

2014 : Panitia Lomba Roket Air Solo Raya
2014 : Panitia Study Banding D3 TI Angkatan 2012
2015 : Panitia EXPO D3 TI UNS

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggung jawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Hibah Program Kreativitas Mahasiswa bidang Kewirausahaan.

Surakarta, 30 September 2015
Anggota Kegiatan,



Rohmat Fendy Kurniawan
NIM. M3113130

Biodata Dosen Pembimbing

4. Curriculum Vitae Dosen Pembimbing

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Dr. Wahyudi Sutopo, ST, M. Si
2	Jenis Kelamin	L
3	Jabatan Fungsional	Lektor
4	NIP	19770625 200312 1 001
5	NIDN	0025067701
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Boyolali, 25 Juni 1977
7	E-mail	wahyudisutopo@gmail.com
9	Nomor Telepon/HP	(0271) 736366/ 081548747464
10	Alamat Kantor	Gedung VI-It.2, Fakultas Teknik UNS, Jl. Ir. Sutami 36A Kertingan Surakarta 57126
11	Nomor Telepon/Faks	(0271) 63110
12	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S-1 = 43 orang; S-2 = - orang; S-3 = - orang
13. Mata Kuliah yg Diampu	1. Analisis & Estimasi Biaya	
	2. Ekonomi Teknik	
	3. Manajemen Keuangan	
	1. Manajemen Rantai Pasok	
	2. Pengantar Ilmu Ekonomi	
	3. Sistem Logistik	
	4. Teknik Pengukuran Kinerja	
	5. Praktikum Analisis Kelayakan Ekonomi	
	6. Kewirausahaan Berbasis Teknologi	
	7. Komunikasi Profesional	
8. Pengantar Teknik Industri		
9. Falsafah Teknik Industri		

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Institut Teknologi Bandung (ITB)	Universitas Indonesia (UI)	Institut Teknologi Bandung
Bidang Ilmu	Teknik Industri	Ilmu Manajemen	Teknik dan Manajemen Industri
Tahun Masuk-Lulus	1995-1999	2001-2004	2007-2011

Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	<i>Evaluation of Ergonomic Factors which Have an Effect on Safety to Driver Public Vehicle</i>	<i>The Relationship between Microfinance Institution and Contribution of Micro Enterprises Units to Reduce Poverty in Indonesia</i>	<i>Buffer Stocks Models to Ensure Price Stabilization and Availability of Seasonal Staple Food</i>
Nama Pembimbing/Promotor	Dr. Iftikar Z. Sotalaksana	Prof. Dr. Akhmad Syakhroza, SE.,MAFIS, Ph.D.	Prof. Senator Nur Bahagia

C. Pengalaman Penelitian 5 Tahun Terakhir (bukan skripsi, tesis, maupun disertasi)

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Juta Rp)
1.	2014-2015	Penelitian dan Pengembangan Mobil Listrik UNS	LPDP	18,1 Milyar
2.	2014	Pengembangan Model s-SCM Kayu Jati untuk Mendukung Keberlanjutan Produksi pada Industri Furnitur yang Mempertimbangkan Kapasitas Penyerapan Karbon	Hibah Unggulan, DIPA BLU UNS	50 juta
3.	2014	Fabrikasi Battery Li-Ion Berbasis Lifepo4 Nanopartikel Untuk Aplikasi Mobil Listrik Nasional (MOLINA)	LPDP-RISPRO	1,7 Milyar
4.	2013	Pengembangan Sel Surya Untuk Aplikasi Lampu Penerangan Jalan Umum Guna Mendukung Kemandirian Bangsa Dalam Bidang Energi	Hibah RISTEK	350 juta
5.	2013	tentang Pengembangan Model s-SCM Kayu Jati untuk Mendukung Keberlanjutan Produksi pada Industri Furnitur yang Mempertimbangkan Kapasitas Penyerapan Karbon	Hibah Unggulan, DIPA BLU UNS	36 juta
6.	2013	Penelitian Kerja Sama Perguruan Tinggi, Pemda, dan Industri-Penelitian dan Pengembangan Mobil Listrik Nasional	APBN, DIPA No. 023.04.2.1898/82/2013	5 Milyar

7.	2013	Penelitian Kerja Sama Perguruan Tinggi, Pemda, dan Industri-Penelitian dan Pengembangan Mobil Listrik Nasional	DIT.LITABMAS, DIKTI, DIPA-023.04.1.6734/53/2013	2 Milyar
8.	2012	Strategi Pengembangan Klaster Kompetensi Inti Daerah di Propinsi Jawa Tengah dalam Upaya Akselerasi Pembangunan Ekonomi di Jawa Tengah	Dit.Litabmas Ditjen Dikti	80 juta
9.	2012	Pengembangan Model Agri-food Supply Chain berbasis Tanggung Jawab Sosial Perusahaan untuk Meningkatkan Daya Saing Petani sebagai Pemasok Ritel Modern	Hibah Bersaing DIPA BLU UNS	40 juta
10.	2012	Pengembangan Model s-SCM Kayu Jati untuk Mendukung Keberlanjutan Produksi pada Industri Furnitur yang Mempertimbangkan Kapasitas	Hibah Bersaing, DIPA BLU UNS (Anggota	39 juta
11.	2011	Pengembangan Model ASC berbasis Tanggung Jawab Sosial Perusahaan untuk Meningkatkan Daya Saing Petani sebagai Pemasok Ritel Modern	Hibah Bersaing Dit.Litabmas (Ketua, Tahun ke-1)	46 juta
12.	2010	Pengembangan Model Persediaan Penyangga untuk Stabilisasi Harga pada Sistem Distribusi Komoditi Pokok dengan Menggunakan SRG	Hibah Doktor DP2M	32 juta
13.	2010	Integrasi Model Penentuan Lokasi dan Alokasi Distribusi Terminal Bahan Baku untuk Meningkatkan Daya Saing Industri Barang Jadi Rotan (2 tahun)	Hibah Bersaing, DP2M DIKTI (Anggota, th ke-2)	40 juta
14.	2009	Integrasi Model Penentuan Lokasi dan Alokasi Distribusi Terminal Bahan Baku untuk Meningkatkan Daya Saing Industri Barang Jadi Rotan (2 tahun)	Hibah Bersaing, DP2M DIKTI (Anggota, th ke-1)	40 juta

D. Pengalaman Pengabdian Masyarakat 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Juta Rp)
1.	2015	Model Evaluation Survey II	PT. Yamaha Indonesia Motor Mfg	25,9 juta
2.	2015	Kajian <i>Exclusive Dealing</i> Terhadap Iklim Bisnis Pada Rantai Pasok Industri Komponen Otomotif dengan Menggunakan <i>Structural Equation</i>	Laboratorium Sistem Logistik dan Bisnis-KPPU	15 juta
3.	2014	Model Evaluation Survey I	PT. Yamaha Indonesia Motor Mfg	47 juta
4.	2014	Siaran RRI dalam Bincang Teknik “Peranan PIT UNS untuk Menciptakan Teknopreneur dan Bisnis Berbasis Teknologi	Swadana	-
5.	2014	Pelatihan tentang “Praktek Penyusunan Laporan Keuangan dan Analisisnya” bagi Karyawan PDAM Kabupaten Ngawi	CV. WPC	5 juta
6.	2013	Pelaksanaan Survey Poliferasi terkait kegiatan analisa strategi differensiasi produk dalam persepektif usaha	KPPU RI	44 juta
7.	2013	Induksi Teknologi <i>Supply Chain</i> Bagi IKM Furnitur Anggota Asmino Solo Raya Untuk Mensimulasikan Kebijakan Perencanaan Pengadaan Bahan Baku Dan Produksi Yang Efisien	IbM DIKTI	45 juta
8.	2013	Siaran RRI dalam Bincang Teknik “Mengatasi Gejolak Harga dan Kelangkaan Bahan Pokok” Integrasi Sistem Resi Gudang dan Sistem Persediaan Penyangga untuk Stabilisasi Harga Komoditas Pokok	Swadana	-
9.	2013	Fasilitasi Analisis Kelayakan Pengadaan <i>Mobile Creative Production</i> bagi Industri Kecil Menengah (IKM) CV. Ekokapti Mojosongo Surakarta	Swadana	2 juta

10.	2013	Narasumber pada Fasilitas Kelompok Ilmiah Remaja Tingkat SMU/SMK di Kabupaten Wonogiri dalam Pembuatan Proposal Riset Sederhana;	Kantor Penelitian Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, Pemerintah Kabupaten	5 juta
11.	2013	Lokakarya Peranan Keilmuan Teknik Industri untuk Perbaikan Produktivitas pada Perusahaan Tekstil dan Produk Tekstil (TPT)", PT Ungaran Sari Garments,	TI UNS	5 juta
12.	2013	Pendampingan dan Pemberian Dokumen Standard Operating Procedure (SOP) untuk Penyusunan Sistem Pencatatan Transaksi dan Laporan Keuangan pada Naga Industry Group (CV Emunah Jaya Plasindo dan CV. Naga Mas Rotogravure	Lab. Silogbis	1 juta
13.	2012	Tim Ahli pada Seminar Krenova (Kreatif dan Inovatif) 2012 yang diselenggarakan oleh	Kantor Penelitian Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, Pemerintah Kabupaten	5 juta
14.	2012	Diseminasi Hasil Penelitian Model Hubungan Pemanufaktur Pembeli untuk Menjamin Pemenuhan Permintaan Ekspor Furnitur dengan Mempertimbangkan Aspek Sustainability (Brumbung Centre Business Unit, Perum Perhutani I Jawa Tengah Semarang, 02 Mei 2012)	Hibah Bersaing	5 juta
15.	2012	Desiminasi Hasil Penelitian tentang Model s-SCM Kayu Jati untuk Mendukung Keberlanjutan Produksi pada Industri Furnitur (Perum Perhutani Pusat Jakarta, 02 Februari 2012)	Hibah Bersaing	5 juta

16.	2012	Desiminasi Hasil Penelitian tentang Model Agri-food Supply Chain berbasis Tanggung Jawab Sosial Perusahaan untuk Meningkatkan Daya Saing Petani sebagai Pemasok Ritel Modern (PT Indomarco Prismaatama Jakarta, 09 Februari 2012)	Lab. Silogbis TI UNS	1 juta
17.	2011	Desiminasi Hasil Penelitian tentang Pemilihan Lokasi Terminal Bahan Baku Rotan di Solo Rava	Lab. Silogbis TI UNS	1 juta
18.	2011	Usulan Implementasi Model Penentuan Jumlah Pembelian Dan Persediaan Bahan Baku di CV. Valasindo Sentra Usaha	Lab. Silogbis TI UNS	1 juta

E. Pengalaman Penulisan Artikel Ilmiah Dalam Jurnal 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel Ilmiah	Volume/ Nomor/Tahun	Nama Jurnal
1.	Evaluation of valuable chain in palm oil industry based on SCOR model: a case study	(ISSN 1742-7967 eISSN7942-7975/ 2014	Int. J. of Logistics Systems and Management (IJLSM)
2.	A buffer stock model to ensure price stabilization and availability of seasonal staple food under free trade considerations	Vol. 44B, pp. 128-147. ISSN: 1978-3051/ 2012	<i>ITB Journal of Engineering Science</i>
3.	Price Stabilization Using Buffer Stocks in Duopoly-Like Market with Consider Expectation of Stakeholders	Vol. 29, No.4, pp. 60-72/ 2010	<i>ASOR Bulletin</i>
1.	A Dynamic Buffer Stocks Model for Stabilizing Price of Staple Food with Volatility Target	Vol. 3, No. 2, pp. 149-160 (ISSN 1906-0521)/ 2009	<i>The International Journal of Logistics and Transport (IJLT)</i>
5.	An Application of Holistic Feasibility Study to Determine Valuable Chain in Palm Oil Industry: A Case Study,	Vol 15, No 2, pp. 97-104./ 2014	Jurnal Metris

6.	n Application of Educational Tool for Implementing Procurement and Inventory Planning in Furniture Company	Vol. 15. No.1, Juni 2014	Jurnal Metris
7.	A Distribution Planning Model for Subsidized-Fertilizer Supply Chain Considering Quota Allocation: A Case Study	Vol. 4., No. 1, April 2011	Rekayasa: Jurnal Ilmu Sains dan Teknologi
8.	The Development of Simultaneous Equation Model to Predict of Economic Contribution from Tourist Industry	Vol. 4, No. 1, pp. 78-84,/ 2009	J@TI
9.	An Instrument of Indirect Market Intervention to Ensure Price Stabilization and Availability of Staple Food Using Buffer Stock and Warehouse Receipt,	Vol. 12, No. 05, pp. 75-82, ISSN:1548-7709	International Journal of Engineering & Technology IJET-IJENS (Indexed by Database of `EBSCO, Impact Factor: 0.4245).
10.	A buffer stock model to ensure price stabilization and availability of seasonal staple food under free trade considerations	Vol. 44, No. 2, pp. 128-147, 2012	ITB Journal of Engineering Science (di Index oleh SCOPUS, terakreditasi B oleh DIKTI)
11.	An Agri-Food Supply Chain Model to Enhance The Business Skills of Small-Scale Farmers Using CSR	Vol. 16, No. 1, pp. 43-50, April 2012,	Makara, Teknologi (Terakreditasi B oleh DIKTI)
12.	Designing Timber Tracking App. by Using ASP.Net and Web Service as Instrument of TLAS	Vol. 11, No. 1, pp. 44-50, 2012	PERFORMA
13.	Dynamic Learning Media to Improve the Pedagogic Experience	Vol. 10, No. 1, pp. 53-60, 2011	PERFORMA

14.	A Distribution Planning Model for Subsidized-Fertilizer Supply Chain Considering Quota	Vol. 4., No. 1, pp. 42-48	Rekayasa: Jurnal Ilmu Sains dan Teknologi,
15.	Price stabilization using buffer stocks in duopoly-like market	Vol. 29, No. 4, pp. 60-72, 2010	ASOR Bulletin (Rank C oleh ERA)
16.	Pemodelan Lokasi-Alokasi Terminal Bahan Baku untuk Meminimasi Total Biaya Distribusi pada Industri Produk Jadi Rotan	Vol. 12, No.1, p.p. 17-24. 2010	Jurnal Teknik Industri (Terakreditasi B oleh DIKTI)
17.	A dynamic buffer stocks model for stabilizing price of staple food with volatility target	Vol. 3, No. 2, pp. 149-160, 2009	International Journal of Logistics and Transport
18.	Analisis Hubungan antara Ketersediaan Pusat Informasi dan Intensitas Publikasi Kegiatan Wisata terhadap Kontribusi Ekonomi Sektor Pariwisata	Vol. 4, No. 1, pp. 78-84, 2009	J@TI
19.	Perancangan Jadwal Perawatan Preventif untuk Memperbaiki Reliabilitas Mesin HGF di Pabrik Gula	Vol. 3 No. 1, pp. 8-14, 2009	Jurnal Teknik & Manajemen Industri
20.	Integrasi DEA dan FTA untuk Peningkatan Efisiensi Perusahaan Wholesaler: Studi Kasus	Vol. 8, No. 1, pp. 1-8, 2009	PERFORMA
21.	Perancangan Model Distribusi Komoditas Padi Paska-Panen Berbasis SCM (Studi Kasus Sistem SAPA Sukabumi)	Vol IV, No 2, pp. 122-130, 2009	J@TI

F. Pemakalah Seminar Ilmiah (Oral Presentation) dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar	Judul Artikel	Waktu dan Tempat
1.	Seminar Nasional Teknik Industri BKSTI	Presentasi Ilmiah pada Seminar Nasional Teknik Industri BKSTI	Bukit Tinggi, 2-4 September 2014
2.	Seminar Nasional Teknik Industri	Presentasi Ilmiah pada Seminar Nasional Teknik Industri	FT UNS, 20 Mei 2014

3.	IMECS	Putting a Technology Innovation Culture to Realize Indonesian Vision 2025: A Case Study	Hong Kong selama 3 hari (tanggal 12 s.d. 14 Maret 2014
4.	The IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM)	Simulation of Supplier - Manufacturer Relationship Model for Securing Availability of Teak Log in Furniture Industry with Sustainability Consideration	di Bangkok, Thailand selama 4 hari (tanggal 10 s.d. 13 Desember 2013).
5.	International Conference on Electric Vehicle - Technology	, A Cost Estimation Model to Assess The Feasibility of Li-Ion Battery Development based on Targeted Cost by Market Approach	di Bali, 26-28 Nov. 2013
6.	International Conference Of Manufacturing Engineering And Engineering Management	A Holistic Feasibility Study Framework to Determine Valuable Chain in Palm Oil Industry	London, UK, dan , 3-5 JULY, 2013
7.	International Logistics Seminar & Workshop 2012 (ILSW 2012),	Decision Support System for Determining Buffer Stock Scheme by Considering Price Stabilization and Availability of Seasonal Staple Food	May 08-09, 2012, Jakarta,
8.	The International MultiConference of Engineers and Computer Scientists 2012 (IMECS 2012)	An Agri-food Supply Chain Model to Empower Farmers as Supplier for Modern Retailer Using Corporate Social Responsibility Activities on Deteriorated Product	14-16 March 2012, Hong Kong
9.	The International MultiConference of Engineers and Computer Scientists 2012 (IMECS 2012)	A Model for Procurement and Inventory Planning for Export-Oriented Furniture Industry in Indonesia: A Case Study	14-16 March 2012, Hong Kong
10.	The IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management	A buffer stock model to ensure price stabilization and availability of seasonal staple food by empowering producer using warehouse receipt system	6-9 Dec 2011, Singapore

11.	World Academic of Science, Engineering, and Technology	Developing a buffer stock model for stabilizing price and ensuring availability of seasonal staple food in monopolistic market using warehouse receipt system	28-30 Nov. 2011, Venice, Italy
12.	World Academic of Science, Engineering, and Technology	An agri-food supply chain model for cultivating the capabilities of farmers accessing market using corporate social responsibility program,	28-30 Nov. 2011, Venice, Italy
13.	The World Congress Engineering on International Conference of Manufacturing Engineering and Engineering Management (ICMEEM)	A buffer stocks model for stabilizing price of staple food with considering non speculative wholesaler	June 30- July 02, 2010, London, United Kingdom
14.	The International Conference on Open Source for Higher Education (ICOSic)	An Interactive Web-based Application as Educational Tool for SCM Course by Using FOSS	March 15, 2010, Surakarta,
15.	The 2 nd Asia Pacific Conference on Manufacturing System (APCOMS)	A Buffer Stocks Model for Stabilizing Price in Duopoly-Like Market	Nov. 4th-5th 2009, Yogyakarta,
16.	The 5 th International Intelligent Logistics System (IILS) Conferences	A Buffer Stocks Model For Stabilizing Price With Considering The Expectation Stakeholders In The Staple-Food Distribution System	September 27th - 30th 2009, Gold Coast, AUSTRALIA.

G. Pengalaman Penulisan Buku

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1	Kewirausahaan Berbasis Teknologi	2014	224	UNS Press
2	Analisis dan Estimasi Biaya	2014	170	UNS Press
3	Model To Measure University's Readiness For Establishing Spin-Offs:	2015	pp. 173-186	World Scientific Publishing
4	Preliminary Study Of Solar Electricity Using Comparative Analysis.	2015	pp. 187-196	World Scientific Publishing

5	Risk evaluation of the business performance of corporate social responsibility programs in Agri-food Supply Chain network	2014	pp. 175-181	World Scientific Publishing
6	An Agri-Food Supply Chain Model to Empower Farmers For Supplying Deteriorated Product to Modern Retailer	2013	pp. 189-202	Springer Science+Business Media Dordrecht
7	A Supplier-Manufacturer Model For Procurement Plan In Export Oriented Furniture Industry With Sustainability Considerations	2013	pp. 247-260	Springer Science+Business Media Dordrecht

H. Pengalaman Perolehan HKI

No	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1	Sistem Monitoring Anggaran	2014	Hak Cipta	C00201403443

I. Pengalaman Rumusan Kebijakan/Rekayasa Publik Sosial Lainnya

No	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat
1	Usulan Implementasi Model Penentuan Jumlah Pembelian Bahan Baku di Cv. Valasindo Sentra Usaha dengan Mempertimbangkan Sustainability	2012	CV. Valasindo Sentra Usaha	Menerima dengan usulan perbaikan
2	Karya Pengabdian Pada Masyarakat: Usulan Implementasi Model Penentuan Jumlah Pembelian Dan Persediaan Bahan Baku Di Cv. Valasindo Sentra Usaha	2011	CV Valasindo Sentra Usaha	Menerima dengan usulan perbaikan

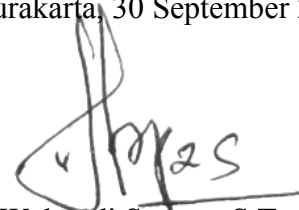
J. Perhargaan dalam 10 Tahun Terakhir (dari Pemerintah, Asosiasi atau Institusi Lainnya)

No	Judul Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1	Best Poster dengan judul "Pengembangan Model Persediaan Penyangga untuk Stabilisasi Harga pada Sistem Distribusi Komoditi Pokok dengan Menggunakan Sistem Resi Gudang	DIKTI	2011

2	Special Research Student pada kegiatan Sandwich-like Program, di Dept. of Artificial Complex Systems Eng. Graduate School	Dean of Graduate School of Engineering, Hiroshima University	2008
3	Juara ke-2 pada Lomba Penulisan Kredit Mikro dengan Tema "Kajian Pengembangan Usaha Mikro di Indonesia	Komnas Pencanaan Mikro Kredit	2004

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidak-sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Surakarta, 30 September 2015



Dr. Wahyudi Sutopo, S.T., M.Si
NIP. 197706252003121001

Lampiran 2. Justifikasi Anggaran Kegiatan

1. Peralatan Penunjang

Materal	Justifikasi Pemakaian	Kuantitas	Harga Satuan	Jumlah
Domain	(www.projectescape.co)	1 Buah	Rp 300,000	Rp 300,000
Hosting	Penyimpanan Konten Website	1 Buah	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000
JNE Plug In	Sistem Perhitungan Biaya Pengiriman	1 Buah	Rp 300,000	Rp 300,000
Template Website Premium E-commerce	Template yang dibeli nantinya akan dimodifikasi sesuai kebutuhan www.projectescape.co	1 Buah	Rp 600,000	Rp 600,000
Sub Total				Rp 2,200,000

2. Bahan Habis Pakai

Materal	Justifikasi Pemakaian	Kuantitas	Harga Satuan	Jumlah
Konten Marketing (Foto)	Sebagai Konten Foto Pada Berbagai Channel Iklan	25 Buah	Rp 25,000	Rp 625,000
Konten Marketing (Video)	Sebagai Konten Video Pada Berbagai Channel Iklan	2 Buah	Rp 200,000	Rp 400,000
Display Google Ads	Iklan yang ditempatkan pada website dan youtube yang telah terafiliasi Google	6000 Klik	Rp 400	Rp 2,400,000
Paket Internet	Sebagai keperluan operasional penyelenggaraan usaha	4 Bulan	Rp 50,000	Rp 200,000
Pulsa	Sebagai keperluan operasional penyelenggaraan usaha	4 Bulan	Rp 50,000	Rp 200,000
Facebook Ads	Iklan yang ditempatkan pada Facebook	160 Hari	Rp 15,000	Rp 2,400,000
Kerja Sama Dengan Supplier	ininitial buying atau kesepakatan kerjasama dengan brand	7 Brand	Rp 190,000	Rp 1,330,000
Sub Total				Rp 7,555,000

3. Perjalanan

Materal	Justifikasi Pemakaian	Kuantitas	Harga Satuan	Jumlah
Perjalanan ke kota Bandung Jawa Barat	survey supplier produk fashion yang akan diajak untuk bekerja sama	500 km	Rp 5,000	Rp 2,500,000
Sub Total				Rp 2,500,000

4. Lain-lain

Materal	Justifikasi Pemakaian	Kuantitas	Harga Satuan	Jumlah
Pengadaan Laporan Akhir	Sebagai Laporan Akhir PKM	4 Bendel	Rp 15,000	Rp 60,000
Alat Tulis	Untuk Menunjang terselenggaranya usaha dan pembuatan proposal serta laporan	4 Set	Rp 10,000	Rp 40,000
Kertas HVS	Untuk Menunjang terselenggaranya usaha dan pembuatan proposal serta laporan	2 Rim	Rp 35,000	Rp 70,000
Pembuatan Proposal	sebagai keperluan untuk mengikuti PKM Dikti	2 Bendel	Rp 17,500	Rp 35,000
Materai	sebagai keperluan untuk mengikuti PKM Dikti	2 Buah	Rp 7,500	Rp 15,000
Sub Total				Rp 220,000

Lampiran 3. Susunan Organisasi Tim Kegiatan dan Pembagian Tugas

No	Nama/NIM	Program Studi	Bidang Ilmu	Alokasi Waktu (jam/minggu)	Uraian Tugas
1	Intan Salamina / I0213038	Arsitektur	Arsitektur	35 Jam/Minggu	<ol style="list-style-type: none">1. Promosi dan Pemasaran,2. manage order,3. bertindak sebagai customer service.
2	Ardian Dwi Cahyo/ I0311009	Teknik Industri	Perencanaan dan Perancangan Produk	35 jam/Minggu	<ol style="list-style-type: none">1. Strategic Planner2. Mengatur, menjalankan3. mengontrol kegiatan bisnis, manage order
3	Rohmat Fendy Kurniawan M3113130	D3 Teknik Informatika	Pemrograman Komputer	30 jam/Minggu	<ol style="list-style-type: none">1. Membuat website,2. melakukan pengembangan website.

Lampiran 4. Surat Pernyataan Ketua Peneliti/Pelaksana

SURAT PERNYATAAN KETUA PENELITIAN/PELAKSANA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Intan Salamina Solihin
NIM : I0213038
Program Studi : Arsitektur
Fakultas : Teknik

Dengan ini menyatakan bahwa usulan PKM Kewirausahaan saya dengan judul: "www.ProjectEscape.co – E-Commerce B2C (Business to Customer) yang Berfokus Pada Produk Fashion yang berasal dari Brand Lokal Indonesia dengan Tema dan Konsep "Vintage" Sebagai Salah Satu Sarana Pemberdayaan UKM Fashion Dalam Negeri" yang diusulkan untuk tahun anggaran 2016 bersifat **original dan belum pernah dibiayai oleh lembaga atau sumber dana lain.**

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan mengembalikan seluruh biaya penelitian yang sudah diterima ke kas negara.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 30 September 2015

Yang menyatakan,

Ketua Pelaksana Kegiatan

Mengetahui,

Wakil Rektor
Bidang Kemahasiswaan dan Alumni
Universitas Sebelas Maret



Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si.
NIP. 196606111991031002



Intan Salamina Solihin
NIM. I0213038

Lampiran 5. Brand Lokal Sepatu

Produk Sepatu			
Nama Merek	No	Jenis Produk	Harga Jual
MM Shoes	1	mm 1-2	Rp 140,000.00
	2	mm 4-13, 15-18	Rp 150,000.00
	3	mm 3,14	Rp 170,000.00
Avocado Shoes	4	ivory oxford	Rp 245,000.00
	5	avocado woody	Rp 325,000.00
	6	bulbous	Rp 245,000.00
	7	dulce	Rp 245,000.00
	8	cabity	Rp 265,000.00
Kaakii	9	frisch	Rp 235,000.00
	10	393 - SH 2004	Rp 260,000.00
	11	383 - SH 2017	Rp 335,000.00
	12	380 - SH 2019	Rp 327,000.00
	13	384 - SH 2003	Rp 295,000.00
	14	385 - SH 2016	Rp 355,000.00
	15	boots Tampomas 033	Rp 385,000.00
	16	boots Tampomas 037	Rp 365,000.00
	17	boots Tampomas 040	Rp 318,000.00
	18	goolfer 004	Rp 150,000.00
	19	goolfer 012	Rp 147,000.00
	20	goolfer 011	Rp 155,000.00
	21	324 - SH 037	Rp 152,000.00
	22	garuci 317	Rp 152,000.00
	23	311 - SH 1079	Rp 162,000.00
	24	garucci 142	Rp 125,000.00
	25	G-Nine 001	Rp 120,000.00
	26	golfer 018	Rp 150,000.00

Lampiran 6. Brand Lokal Tas

Nama Brand	No	Nama Produk	Harga Jual
Bonjour	1	ADRIEN	Rp 225,000
	2	ALPHONSE	Rp 225,000
	3	REMI	Rp 210,000
	4	JEAN	Rp 239,000
	5	LEON	Rp 255,000
	6	RAPHAEL	Rp 239,000
	7	ACHILLE	Rp 210,000
	8	FRANK	Rp 210,000
	9	MARC	Rp 239,000
	10	MICHEL	Rp 239,000
	11	CHARLOT	Rp 249,000
	12	BRUNO	Rp 249,000
	13	AMELIE FLORAL	Rp 229,000
	14	LACE	Rp 219,000
	15	STRIPED	Rp 219,000
	16	LITTLE ALPHONSE	Rp 229,000
	17	RAINCOVER Bonjour	Rp 45,000
	18	MINI	Rp 110,000
	19	ROLLA	Rp 180,000
	20	TARO	Rp 210,000
	21	MOZZA	Rp 240,000
	22	BORU	Rp 325,000
	23	LUNA	Rp 210,000
	24	RAVE	Rp 140,000
Esgotado	25	ARMYO SEGUNDO	Rp 175,000
	26	ARMYO QUARTO	Rp 175,000
	27	BOXO PRIMEIRO	Rp 210,000
	28	CORDURO SEGUNDO	Rp 175,000
	29	DENIMO LILO	Rp 190,000
	30	DENIMO RIO	Rp 210,000
	31	DENIMO TERCERIO	Rp 195,000
	32	FAIXO PRIMEIRO	Rp 225,000
	33	FAIXO SEGUNDO	Rp 190,000
	34	FAIXO TERCERIO	Rp 190,000
	35	FAIXO QUARTO	Rp 230,000
	36	FINTAGIO SEGUNDO	Rp 230,000
	37	FINTAGIO FLORO	Rp 230,000
	38	FINTAGIO QUARTO	Rp 210,000
	39	FINTAGIO TERCERIO	Rp 210,000
	40	FINTAGIO QUINTO	Rp 210,000
	41	MOCHILO PRIMEIRO	Rp 210,000

	42	MOCHILO SEGUNDO	Rp 275,000
	43	BIO PRIMEIRO	Rp 350,000
	44	BIO SEGUNDO	Rp 300,000
Pulcher	45	Corvus Series	Rp 219,000
	46	Premiere Series	Rp 199,000
	47	Aquilla Series	Rp 179,000
	48	Destino Series	Rp 219,000
	49	Gewiin Man Series	Rp 225,000
	50	Gewiin Woman Series	Rp 219,000
	51	Fox Series	Rp 229,000
	52	Crux Series	Rp 229,000
	53	Treasure Series	Rp 189,000
	54	Chester Series	Rp 169,000
	55	Keith Series	Rp 159,000
	56	Rigle Series	Rp 209,000
	57	Wezen Series	Rp 219,000
	58	Trois 3 in 1	Rp 209,000
	Visval	59	Balance
60		Castle	Rp 249,000
61		Izzy	Rp 210,000
62		Motion	Rp 153,000
63		PSYGA	Rp 179,000
64		RYGA	Rp 189,000

Lampiran 7. Simulasi Keuntungan Melalui Dropshipper

Nama Brand	No	Nama Produk	Harga Jual	Margin Keuntungan
Bonjour	1	ADRIEN	Rp 225,000	Rp 28,125
	2	ALPHONSE	Rp 225,000	Rp 28,125
	3	REMI	Rp 210,000	Rp 26,250
	4	JEAN	Rp 239,000	Rp 29,875
	5	LEON	Rp 255,000	Rp 31,875
	6	RAPHAEL	Rp 239,000	Rp 29,875
	7	ACHILLE	Rp 210,000	Rp 26,250
	8	FRANK	Rp 210,000	Rp 26,250
	9	MARC	Rp 239,000	Rp 29,875
	10	MICHEL	Rp 239,000	Rp 29,875
	11	CHARLOT	Rp 249,000	Rp 31,125
	12	BRUNO	Rp 249,000	Rp 31,125
	13	AMELIE FLORAL	Rp 229,000	Rp 28,625
	14	LACE	Rp 219,000	Rp 27,375
	15	STRIPED	Rp 219,000	Rp 27,375
	16	LITTLE ALPHONSE	Rp 229,000	Rp 28,625
	17	RAINCOVER Bonjour	Rp 45,000	Rp 5,625
	18	MINI	Rp 110,000	Rp 13,750
	19	ROLLA	Rp 180,000	Rp 22,500
	20	TARO	Rp 210,000	Rp 26,250
	21	MOZZA	Rp 240,000	Rp 30,000
	22	BORU	Rp 325,000	Rp 40,625
	23	LUNA	Rp 210,000	Rp 26,250
	24	RAVE	Rp 140,000	Rp 17,500
Esgotado	25	ARMYO SEGUNDO	Rp 175,000	Rp 26,000
	26	ARMYO QUARTO	Rp 175,000	Rp 26,000
	27	BOXO PRIMEIRO	Rp 210,000	Rp 26,000
	28	CORDURO SEGUNDO	Rp 175,000	Rp 26,000
	29	DENIMO LILO	Rp 190,000	Rp 26,000
	30	DENIMO RIO	Rp 210,000	Rp 26,000
	31	DENIMO TERCERIO	Rp 195,000	Rp 26,000
	32	FAIXO PRIMEIRO	Rp 225,000	Rp 26,000
	33	FAIXO SEGUNDO	Rp 190,000	Rp 26,000
	34	FAIXO TERCERIO	Rp 190,000	Rp 26,000
	35	FAIXO QUARTO	Rp 230,000	Rp 26,000
	36	FINTAGIO SEGUNDO	Rp 230,000	Rp 26,000
	37	FINTAGIO FLORO	Rp 230,000	Rp 26,000
	38	FINTAGIO QUARTO	Rp 210,000	Rp 26,000
	39	FINTAGIO TERCERIO	Rp 210,000	Rp 26,000
	40	FINTAGIO QUINTO	Rp 210,000	Rp 26,000

	41	MOCHILO PRIMEIRO	Rp 210,000	Rp 26,000
	42	MOCHILO SEGUNDO	Rp 275,000	Rp 26,000
	43	BIO PRIMEIRO	Rp 350,000	Rp 26,000
	44	BIO SEGUNDO	Rp 300,000	Rp 26,000
Pulcher	45	Corvus Series	Rp 219,000	Rp 35,000
	46	Premiere Series	Rp 199,000	Rp 35,000
	47	Aquilla Series	Rp 179,000	Rp 35,000
	48	Destino Series	Rp 219,000	Rp 35,000
	49	Gewiin Man Series	Rp 225,000	Rp 35,000
	50	Gewiin Woman Series	Rp 219,000	Rp 35,000
	51	Fox Series	Rp 229,000	Rp 35,000
	52	Crux Series	Rp 229,000	Rp 35,000
	53	Treasure Series	Rp 189,000	Rp 35,000
	54	Chester Series	Rp 169,000	Rp 35,000
	55	Keith Series	Rp 159,000	Rp 35,000
	56	Rigle Series	Rp 209,000	Rp 35,000
	57	Wezen Series	Rp 219,000	Rp 35,000
	58	Trois 3 in 1	Rp 209,000	Rp 35,000
Visval	59	Balance	Rp 249,000	Rp 49,800
	60	Castle	Rp 249,000	Rp 49,800
	61	Izzy	Rp 210,000	Rp 42,000
	62	Motion	Rp 153,000	Rp 30,600
	63	PSYGA	Rp 179,000	Rp 35,800
	64	RYGA	Rp 189,000	Rp 37,800
Jumlah				Rp 1,898,925
Rata-rata				Rp 29,671

Produk Sepatu					
Nama Merek	No	Jenis Produk	Harga Jual	% Dropship	Margin Dropship
MM Shoes	1	mm 1-2	Rp 140,000.00	10.0%	Rp 14,000.00
	2	mm 4-13, 15-18	Rp 150,000.00	10.0%	Rp 15,000.00
	3	mm 3,14	Rp 170,000.00	10.0%	Rp 17,000.00
Avocado Shoes	4	ivory oxford	Rp 245,000.00	12.0%	Rp 29,400.00
	5	avocado woody	Rp 325,000.00	12.0%	Rp 39,000.00
	6	bulbous	Rp 245,000.00	12.0%	Rp 29,400.00
	7	dulce	Rp 245,000.00	12.0%	Rp 29,400.00
	8	cabity	Rp 265,000.00	12.0%	Rp 31,800.00
	9	frisch	Rp 235,000.00	12.0%	Rp 28,200.00
Kaakii	10	393 - SH 2004	Rp 260,000.00	12.5%	Rp 32,500.00
	11	383 - SH 2017	Rp 335,000.00	12.5%	Rp 41,875.00
	12	380 - SH 2019	Rp 327,000.00	12.5%	Rp 40,875.00

13	384 - SH 2003	Rp 295,000.00	12.5%	Rp 36,875.00
14	385 - SH 2016	Rp 355,000.00	12.5%	Rp 44,375.00
15	boots Tampomas 033	Rp 385,000.00	12.5%	Rp 48,125.00
16	boots Tampomas 037	Rp 365,000.00	12.5%	Rp 45,625.00
17	boots Tampomas 040	Rp 318,000.00	12.5%	Rp 39,750.00
18	golfer 004	Rp 150,000.00	12.5%	Rp 18,750.00
19	golfer 012	Rp 147,000.00	12.5%	Rp 18,375.00
20	golfer 011	Rp 155,000.00	12.5%	Rp 19,375.00
21	324 - SH 037	Rp 152,000.00	12.5%	Rp 19,000.00
22	garuci 317	Rp 152,000.00	12.5%	Rp 19,000.00
23	311 - SH 1079	Rp 162,000.00	12.5%	Rp 20,250.00
24	garucci 142	Rp 125,000.00	12.5%	Rp 15,625.00
25	G-Nine 001	Rp 120,000.00	12.5%	Rp 15,000.00
26	golfer 018	Rp 150,000.00	12.5%	Rp 18,750.00
Keuntungan Total yang Dapat Diperoleh				Rp 727,325.00
Keuntungan Rata-rata Tiap Produk				Rp 27,974.04

Lampiran 8. Simulasi Cash Flow Selama 1 Tahun

No	Bulan Ke-	Investasi	Biaya Operasional	Pemasukan	Total Cash Flow
0		Rp 12,475,000.00			Rp (12,475,000.00)
1	1		Rp -	Rp 288,223.71	Rp 288,223.71
2	2		Rp -	Rp 1,580,988.73	Rp 1,580,988.73
3	3		Rp -	Rp 2,297,306.34	Rp 2,297,306.34
4	4		Rp -	Rp 1,729,342.25	Rp 1,729,342.25
5	5		Rp -	Rp 1,729,342.25	Rp 1,729,342.25
6	6		Rp (100,000.00)	Rp 1,729,342.25	Rp 1,629,342.25
7	7		Rp (100,000.00)	Rp 3,136,527.49	Rp 3,036,527.49
8	8		Rp (100,000.00)	Rp 4,569,162.71	Rp 4,469,162.71
9	9		Rp (100,000.00)	Rp 3,598,554.69	Rp 3,498,554.69
10	10		Rp (100,000.00)	Rp 3,598,554.69	Rp 3,498,554.69
11	11		Rp (100,000.00)	Rp 3,170,460.79	Rp 3,070,460.79
12	12		Rp (100,000.00)	Rp 4,026,648.59	Rp 3,926,648.59

Nilai dari pemasukan didapatkan dengan cara mengalikan produk yang terjual (tas atau sepatu) dengan keuntungan rata-rata per produk yang telah dihitung sebelumnya pada Lampiran 8.

Pemasukan = Jumlah Produk yang terjual (tas/sepatu) x Keuntungan rata-rata produk

Biaya operasional = pulsa + paket internet

Pada bulan 1 hingga bulan 5 tidak ada biaya operasional dikarenakan biaya operasional selama 5 bulan tersebut sudah dihitung dan di cover kedalam investasi awal.

Lampiran 9. Perhitungan NPV dan PBP

Tabel Present Value Dari Cash Flow

No	Bulan Ke-	Total Cash Flow	Present Value (PV)
0		Rp (12,475,000.00)	Rp (12,475,000.00)
1	1	Rp 288,223.71	Rp 257,342.60
2	2	Rp 1,580,988.73	Rp 1,260,354.54
3	3	Rp 2,297,306.34	Rp 1,635,177.28
4	4	Rp 1,729,342.25	Rp 1,099,028.26
5	5	Rp 1,729,342.25	Rp 981,275.23
6	6	Rp 1,629,342.25	Rp 825,475.49
7	7	Rp 3,036,527.49	Rp 1,373,570.83
8	8	Rp 4,469,162.71	Rp 1,805,019.86
9	9	Rp 3,498,554.69	Rp 1,261,613.89
10	10	Rp 3,498,554.69	Rp 1,126,440.98
11	11	Rp 3,070,460.79	Rp 882,684.10
12	12	Rp 3,926,648.59	Rp 1,007,872.89
		Net Present Value (NPV)	Rp 1,040,855.95

*Dengan nilai Interest (Bunga) sebesar 12% Nilai NPV tercatat sebesar Rp 1.040.855,95 hal ini menunjukkan bahwa nilai NPV > 0. Sehingga dari segi kelayakan investasi, pembentukan e-commerce www.ProjectEscape.co dinilai layak.

Tabel Perhitungan Payback Period

No	Bulan Ke-	Present Value (PV)	PV Kumulatif	Payback Period
0		Rp (12,475,000.00)	Rp (12,475,000.00)	10.96263322
1	1	Rp 257,342.60	Rp (12,217,657.40)	
2	2	Rp 1,260,354.54	Rp (10,957,302.87)	
3	3	Rp 1,635,177.28	Rp (9,322,125.59)	
4	4	Rp 1,099,028.26	Rp (8,223,097.33)	
5	5	Rp 981,275.23	Rp (7,241,822.09)	
6	6	Rp 825,475.49	Rp (6,416,346.60)	
7	7	Rp 1,373,570.83	Rp (5,042,775.77)	
8	8	Rp 1,805,019.86	Rp (3,237,755.91)	
9	9	Rp 1,261,613.89	Rp (1,976,142.02)	
10	10	Rp 1,126,440.98	Rp (849,701.04)	
11	11	Rp 882,684.10	Rp 32,983.06	
12	12	Rp 1,007,872.89	Rp 1,040,855.95	

*Dengan menghitung nilai Payback Periode dengan menggunakan Microsoft excel maka didapat nilai Payback Period nya adalah sebesar 10,96. Nilai ini menunjukkan bahwa investasi awal yang dikeluarkan akan kembali dalam waktu 10,96 Bulan sejak usaha www.ProjectEscape.co berdiri.

Lampiran 10. Contoh Produk



Bonjour Bag Alphonse



Segundo Cream



MM Shoes Women



Kaakii Shoes Man