

ANALISIS RENCANA BISNIS TERHADAP STARTUP AKSESORIS MANIK-MANIK FLOWERRY. FORIST

Indah Kusprasetya¹, Nuslih Jamiat,S.E.,M.M.²

Administrasi Bisnis,Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom , Indonesia,
indahkusprasetya@student.telkomuniversity.ac.id, nuslihamiat@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Perkembangan penggunaan aksesoris meningkat cukup tinggi. Dapat dilihat dari berdirinya 500 merek *fashion* dan aksesoris di Indonesia. Selain itu berita tentang pertumbuhan tren penggunaan aksesoris juga muncul di berbagai website berita *online* seperti Kompasiana dan TrenAsia. Dengan semakin banyaknya desain dan macam aksesoris yang sesuai dengan kebutuhan, menjadi alasan penambahan konsumen aksesoris. Aksesoris memiliki jenis yang beragam yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan serta gaya pemakainya. Sejak tahun 2020 hingga saat ini aksesoris manik-manik sudah naik menjadi salah satu aksesoris yang sangat digemari dikalangan remaja hingga dewasa. Contoh kerajinan yang biasanya banyak digemari adalah anting, gelang, cincin dan kalung. Pemasaran pada produk kerajinan manik-manik ini sudah menggunakan media sosial dan penjualan secara offline. Metode pada penulisan ini bersifat kualitatif yang berbentuk sebuah pernyataan, kemudian, untuk menganalisis, penulis menggunakan analisis deskriptif dimana mengumpulkan data –data sesuai dengan sebenarnya, kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan dari inti pembahasan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa tinggi minat konsumen terhadap penjualan produk aksesoris manik-manik diwilayah Bandung. Hasil penelitian ini akan ditunjukkan dengan analisis matriks SWOT dan bisnis model canvas. Dengan menggunakan 2 analisis tersebut akan membantu untuk menganalisa permintaan pasar, penyesuaian harga, peningkatan kualitas produk dengan meningkatkan inovasi dan kreatifitas dalam pembuatan produk.

Kata Kunci : Kerajinan manik-manik, SWOT dan BMC