

PROYEK TAVISHA FASHION

Kurikulum Merdeka



PROYEK FASHION BUSANA

Pembimbing

Ariswati Baruno, S.Pd, M. Si

Tanti Fatriani, S.Pd

SMA N 7 YOGYAKARTA

Jl. MT. Haryono No.47, Suryodiningratan, Kec. Mantrijeron, Kota
Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 5514

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kearifan lokal menjadi tema proyek di dalam kurikulum merdeka saat ini. Tavisha Fashion mengangkat unsur kearifan lokal dan daur ulang (*recycle*). Kearifan lokal yang merupakan ciri khas etika dan nilai budaya dalam masyarakat lokal yang diturunkan dari generasi ke generasi. Di Yogyakarta, sebagai Kota Budaya, tentu memiliki beragam jenis kearifan lokal yang tidak bisa dihitung jari. Tavisha Fashion mengambil batik sebagai bahan kearifan lokal yang digunakan. Selain itu, ada 1 lagi unsur yang ditekankan, yaitu daur ulang. Tavisha Fashion menggunakan perca dalam pembuatannya agar menghasilkan berbagai aksesoris yang bermacam-macam dan unik.

B. Tujuan

Tavisha Fashion ingin membuat produk dengan kearifan lokal yang dapat digunakan berbagai kalangan umur. Sehingga mulai dari usia belia hingga paruh baya dapat menggunakan produknya dan turut melestarikan budaya yang ada dengan tetap *trendy* dan unik.

C. Filosofi Nama Produk

Kami mengambil nama dari bahasa sanskerta. Tavisha sendiri berarti surga. Meski berasal dari bahasa sanskerta, pengucapan nama produk kami mudah diucapkan walau tidak umum dalam bahasa sehari-hari.

II. ISI PROPOSAL

A. TEMA

Tema yang diusung di kurikulum merdeka kali ini adalah kearifan lokal.

B. KEANGGOTAAN

NO.	Nama	Peran
1	Alea Naya Nathania	Desainer
	Bernadeta Citra Ayu Kusuma	
2	Salwa Kurnia Putri	Marketing
	Nadyashinta Swasti Mahardika	
3	Nafella Kirama Wibowo	Jurnalis Blog
	Shafa Mutiara Nabila	
4	Nur Chynthia Putri	Model Produk
	Nayla Indri Setiawan	
5	Chesea Aurelea Taufani	Perealisasi Produk
	Deavera Nirwana	

- i) Desainer sebagai tim yang mendesain produk Tavisha
- ii) Marketing sebagai tim yang memikirkan dan membuat rancangan penjualan produk.
- iii) Jurnalis blog sebagai tim yang mengerjakan bagian jurnalistik di sosial media maupun pengerjaan proposal.
- iv) Model produk sebagai model dalam pembuatan produk.
- v) Perealisasi produk sebagai tim yang membuat produk sesuai rancangan desainer.

C. PRODUK

Produk yang dihasilkan:

- **Bando batik**

Bando yang di produksi oleh tavisha project ini berbahan dasar menggunakan 100% kain perca yg kami *recycle* menjadi bando dengan diameter 90 x 10 cm dan jahitan di dalam.

Bando dari Tavisha Project ini sangat cocok dipakai sehari-hari sebagai aksesoris tambahan.



- **Bros batik**

Bros yang di buat oleh Tavisha Project ini berbahan dasar kain perca yang kita *recycle* menjadi bros dengan tambahan manik-manik agar semakin menarik. Bros ini *didesign* untuk bisa di kenakan sehari-hari dan mudah di padukan dengan outfit yang akan dikenakan konsumen.



- **Konektor batik**

Konektor masker yang di buat oleh Tavisha Project ini menggunakan kain perca yang kita *recycle* menjadi konektor masker yang sangat berfungsi di kondisi sekarang dimana covid-19 masih tersebar luas. Konektor masker ini *didesign* untuk para konsumen yang memakai hijab agar mudah untuk memakai atau mencopot masker dan dapat membuat penampilan semakin menarik dengan *design* batiknya



D. KELEMAHAN KELEBIHAN

Setiap barang, terlebih dibuat oleh manusia, memiliki kelemahan dan kelebihan. Untuk saat ini, kelemahan dari produk Tavisha Fashion adalah hanya bisa digunakan mayoritas kaum wanita. Untuk itu, Tavisha Fashion akan berinovasi dengan produk-produk baru.

Ada harga, ada barang. Tavisha Fashion memiliki kelebihan yaitu harga yang cukup terjangkau dengan model yang bisa digunakan segala umur. Selain itu, Tavisha Fashion juga memudahkan proses jual-beli karena berada di semua *platform* sosial media maupun pembelian secara langsung.

E. MARKETING

Tavisha Fashion melakukan promosi di berbagai sosial media. Ada alasan besar mengapa kami lebih banyak melakukannya secara online. Pertama, informasi produk bisa tersebar luas dengan visualisasi yang memanjakan mata. Kedua, mayoritas anak muda menggunakan gawai dan tentu memiliki sosial media. Anak muda juga termasuk target pasar kami, karena kami ingin mengajak kaum muda untuk melestarikan budaya. Ketiga, produk dapat dikenal luas, bahkan hingga ke luar negeri.

Tidak melulu di sosial media, Tavisha Fashion turut memasarkan produknya secara langsung. Kami memajang produk kami dalam pameran. Pembeli juga dapat mengirim pesan dan memesannya secara pribadi. Agar semakin dikenal, Tavisha Fashion menitipkan produknya di toko-toko yang ramai oleh target pasar.

Untuk harga yang kami tetapkan berada dalam jangkauan Rp. 5.000,00 – Rp. 10.000,00. Ini adalah harga umum bagi produk kami di pasar lain. Tentu keistimewaan kami adalah menggunakan nilai kearifan lokal, unik, daur ulang, dan *handmade*.

III. ANGGARAN

A. Variabel Cost

Anggaran Project Fashion Busana				
NO.	Barang	Jumlah	Unit Cost (Rp)	Jumlah (Rp)
1.	Peniti	2	4.000	8.000
2.	Kancing	12		4.000
3.	Bando besar	12		10.000
	Bando kecil	12		14.000
4.	Isi lem tembak	3	2.000	6.000
5.	Flanel	4	2.000	8.000
6.	Stiker packaging	80	500	40.000
	Packaging bando	15	1.250	18.750
	Packaging konektor dan bros	25	800	20.000
Total				128.750

B. Laba

i) Laba Kotor

Laba Kotor				
NO.	Produk	Unit	Harga (Rp.)	Total
1	Bando kecil	8	Rp. 8.000	Rp. 64.000
2	Bando besar	7	Rp. 7.000	Rp. 70.000
3	Konektor masker	10	Rp. 5.000	Rp. 50.000
4	Bros batik	8	Rp. 8.000	Rp. 64.000
Total pendapatan				Rp. 248.000

ii) Laba Bersih

Laba bersih = Laba kotor – variabel cost
Laba bersih = Rp. 248.000 – Rp. 128.750
Laba bersih = Rp. 119.250

C. Pendapatan Akhir

Dari perhitungan, kami memiliki keuntungan sekitar Rp. 119.250. Kami berencana menggunakan hasil penjualan untuk modal usaha di proyek selanjutnya.