



PROPOSAL PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

JUDUL PROGRAM

“EX-JEANS”

(Tas Trendi Berbahan Jeans Belel)

BIDANG KEGIATAN

PKM Kewirausahaan

Diusulkan Oleh:

Iim Abdul Karim	201512119	Angkatan 2015
Reynald	201412105	Angkatan 2014
Katryn Trie Wicak	201412110	Angkatan 2014

UNIVERSITAS ESA UNGGUL

JAKARTA

2016

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Kegiatan : EX-JEANS “Tas Trendi Berbahan Jeans Belel”
2. Bidang Kegiatan : PKM-K
3. Ketua Pelaksana Kegiatan
 - a. Nama Lengkap : Iim Abdul Karim
 - b. NIM : 2015-12-119
 - c. Jurusan/Fakultas : Akuntansi/ Ekonomi dan Bisnis
 - d. Universitas/Institus/Politeknik : Universitas Esa Unggul
 - e. Alamat Rumah & No.Tel/HP : Pandeglang Banten(085780092469)
 - f. Email : abdualkarimel@gmail.com
4. Anggota Pelaksana/Kegiatan : 2 orang
5. Dosen Pendamping
 - a. Nama : Dr. MF.Arrozi Adhikara.,SE.,M.Si.,AK.,CA
 - b. NIDN : 0303097004
 - c. Alamat : Jl. Tanjung duren timur no.39A
Jakarta Timur
 - d. Email : arrozi@esaunggul.ac.id
 - e. Telp : 081310662429
6. Biaya Kegiatan Total
 - a. DIKTI : Rp 11.688.000,00
 - b. Sumber Lain : -
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : 6 bulan

Jakarta, 01 November 2016

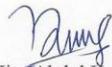
Menyetujui,

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. MF. Arrozi Adhikara, SE, M.Si., AK, CA)
NIP. 197009032005011001

Ketua Pelaksana Kegiatan,


(Iim Abdul Karim)
NIM. 201512119

Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan



(Ari Pambudi, S.Kom, M.Kom)
NIP. 0208040375

Dosen Pembimbing



(Dr. MF. Arrozi Adhikara, SE, M.Si., AK, CA)
NIP. 197009032005011001

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG		
HALAMAN PENGESAHAN	i	
DAFTAR ISI	ii	
Bab I PENDAHULUAN		
1.1 Latar Belakang	1	
1.2 Perumusan Masalah	2	
1.3 Tujuan	2	
1.4 Luaran	2	
1.5 Manfaat	2	
BAB II GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA		
2.1 Gambaran Produk	3	
2.2 Peluang Pasar	4	
2.3 Analisis Pasar	4	
2.4 Teknik Pemasaran	5	
2.5 Analisis Kelayakan usaha	5	
2.6 Keberlanjutan Usaha	6	
BAB III METODE PELAKSANAAN		6
BAB IV ANGGARAN BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN		
4.1 Anggaran Biaya	8	
4.2 Jadwal Kegiatan	9	
LAMPIRAN-LAMPIRAN		
Lampiran 1 Biodata Ketua Anggota		
Lampiran 2 Biodata Dosen Pembimbing		
Lampiran 3 Susunan Organisasi		
Lampiran 4 Gambaran Produk dan langkah pembuatan produk		
Lampiran 5 Surat Penyertaan Ketua Penelitian Pelaksanaan		

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat dewasa ini. Kebiasaan dan gaya hidup sekarang ini cepat mengalami perubahan dalam waktu yang relatif singkat menuju ke arah yang kian mewah dan berlebihan, misalnya dalam hal penampilan yang dapat mendorong pada perilaku konsumtif. Menurut Bank Dunia, nilai uang yang dibelanjakan (khususnya kelas menengah) Indonesia sangat fantastis. Belanja pakaian dan alas kaki tahun 2010 mencapai Rp.113,4 triliun dan terus bergerak naik. Di sisi lain, industri *fashion* akhir-akhir tahun ini sendiri memiliki angka-angka mengejutkan. Setidaknya lebih dari 1 (satu) juta barang *fashion* terjual setiap hari di seluruh dunia dengan lebih dari 250 (dua ratus lima puluh) juta pekerja yang ada di industri ini di seluruh dunia terutama di negara-negara Asia Tenggara. Sayangnya, industri ini juga yang menyumbang polusi terbesar kedua di dunia setelah industri perminyakan dan industri jeans merupakan salah satu diantaranya.

Jeans merupakan jenis garmen yang dibuat dengan bahan denim yang populer setelah dipatenkan tahun 1800-an hingga saat ini. Jeans memiliki banyak keunggulan seperti tahan kotor (sebuah test yang dilakukan oleh University of Alberta di 2009 menunjukkan jumlah bakteri yang cukup normal setelah dipakai beberapa lama), tahan lama (studi yang sama dilakukan dan membuktikan ketahanan Jeans bisa mencapai belasan tahun). Penggunaan jeans secara luas dan pergantiannya yang cepat menimbulkan masalah baru di lingkungan karena produksinya yang tidak terkontrol. Bahkan, keluhan limbah industri jeans sudah banyak bermunculan di Indonesia sendiri (sejak tahun 2000 berbagai laporan muncul dari warga Kutawaringin Bandung, hingga Pekalongan). Hal inilah salah satunya yang melatarbelakangi penggunaan Jeans sebagai pokok bahan baku bisnis tas *remake* Ex-Jeans.

Bisnis yang dikembangkan dengan logo Ex-Jeans ini merupakan hasil pengolahan jeans bekas (*belel/clearance sale* jeans/jeans cuci gudang) menjadi tas trendi. Saat ini tas bukan lagi sebagai kebutuhan sekunder khususnya di kota-kota besar, oleh karena itu bisnis ini akan sangat memungkinkan untuk dapat berkelanjutan dan berkembang sesuai dengan apa yang diharapkan. Dengan mengolah lagi dan memproduksi jeans menjadi barang *fashion* yang baru, juga secara tidak langsung kami dapat membantu peran pemerintah untuk menjalankan kampanye *Go-Green* bahkan juga membuka peluang usaha mandiri bagi masyarakat khususnya di Kota Jakarta yang memiliki tingkat pengangguran tinggi.

1.2 Perumusan Masalah

1. Apa saja keunggulan dari produk pengolahan jeans bekas Ex-Jeans?
2. Bagaimana cara pembuatan tas trendi berbahan jeans bekas Ex-Jeans?
3. Bagaimana dan metode apa yang digunakan untuk memasarkan hasil produk Ex-Jeans di pasaran?
4. Bagaimana prospek dan daya saing (kelayakan) Ex-Jeans kedepannya?

1.3 Tujuan

1. Untuk mengetahui keunggulan dari produk tas trendi berbahan jeans bekas Ex-Jeans.
2. Untuk mengetahui cara pembuatan tas trendi berbahan jeans bekas Ex-Jeans.
3. Untuk mengetahui cara (metode) dalam memasarkan hasil produk Ex-Jeans di pasaran.
4. Untuk mengetahui prospek dan daya saing (kelayakan) Ex-Jeans kedepan.

1.4 Luaran Yang Diharapkan

Pada dasarnya yang kami harapkan dapat tercipta dari pembuatan proposal ini adalah peluang untuk bekerja bagi masyarakat khususnya di Ibukota serta dapat meningkatkan kreativitas dan inovasi mahasiswa dalam menuangkan ide kedalam bentuk bisnis yang menghasilkan keuntungan. Berbagai varian tas yang dihasilkan (goodie-bag, sling-bag, ransel, clutch, pouch-bag) Ex-Jeans diharapkan kedepannya mampu menjadi barang *fashion* unggulan (nilai jual tinggi) dan dapat dikenal secara luas oleh masyarakat. Ex-Jeans pada dasarnya juga ingin mengubah orientasi masyarakat dengan kata *re-make* yang seringkali berkonotasi kualitas rendah karena mengubah barang bekas, menjadi sebuah produk berkualitas bagi kalangan masyarakat umum.

1.5 Kegunaan dan Manfaat

Manfaat yang dihasilkan dari bisnis pembuatan tas berbahan dasar jeans bekas (Ex-Jeans) ini berdampak luas. Tentunya membantu pemerintah untuk menjalankan kampanye *Go-Green* walaupun secara tidak langsung (dengan menggunakan kembali bahan jeans yang seringkali setelah beberapa tahun penggunaan dibuang/dialihfungsikan), juga berbagi keuntungan dengan konsumen jeans dengan cara kerjasama dalam pembelian jeans lama tak terjual dan bekas dari toko retail *fashion*, dan masyarakat sekitar melalui bazaar dan penawaran pribadi.

BAB II GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

2.1 Gambaran Produk

Ide pembuatan Ex-Jeans bag pada awalnya muncul melihat banyaknya fenomena *denim-house* (rumah mode yang menjual hanya produk-produk berbahan dasar denim) yang melakukan *garage-sale* terbuka (biasanya dilakukan pada momen menjelang Lebaran dan Natal-Tahun Baru) dimana denim-denim yang belel kemudian dibuang saat tidak berhasil terjual dengan harga yang miring. Kondisi jeans yang dibuang kebanyakan bahkan tidak terlihat usang sama sekali, namun memang kondisi warna yang sudah berubah menyebabkan banyak konsumen enggan membeli walaupun dengan harga murah. Melihat fenomena tersebut, dimana produk berbahan denim dibuang hanya karena warna yang berubah tidak biru lagi maka tim penyusun melihat adanya peluang usaha dari hal tersebut. Hal kemudian dilanjutkan dengan sketsa ide yang dijalankan dalam bentuk usaha mikro dengan harapan berkembang jauh lebih besar dikemudian hari.

Usaha yang dikembangkan merupakan tas trendi berbahan dasar jeans bekas/jeans belel yang dijual *underprice* di pasaran. Tas trendi Ex-Jeans ini terdiri dari beberapa jenis meliputi tas jinjing, tas ransel, dan tas *clutch* yang saat ini sedang populer di pasaran. Penjualan produk Ex-Jeans Bag mampu meraup keuntungan yang sangat signifikan. Bahan baku yang bisa didapat dari masyarakat sekitar yang ingin membuang jeans-belelnya atau bahkan distro/*denim house* yang ingin membuang produk cuci gudangnya yang sudah tidak layak pakai/luntur. Selain daripada itu, pembuatan produk ini juga mendukung berjalannya *recycling product* yang berarti mendukung kegiatan *Go-green* di lingkungan sekitar. Keuntungan diperoleh juga melalui kerjasama distro-distro jeans/non-jeans untuk sumber bahan baku dan *display* penjualan produk Ex-Jeans Bag.

2.2 Peluang Usaha

Berikut merupakan sejumlah pertimbangan faktor TOWS dalam menganalisis keberlanjutan usaha Ex-Jeans Bag. 4 (Empat) faktor yang dipertimbangkan dalam analisis ini diantaranya berupa ancaman (*threat*), peluang (*opportunity*), kelemahan (*weakness*), keunggulan (*strength*), yang dapat disajikan sebagai berikut:

Faktor TOWS	Usaha Kewirausahaan Ex-Jeans Bag
Ancaman (Threat)	<ul style="list-style-type: none">- Diberlakukannya standarisasi mutu dan bahan baku.- Perubahan tren di dalam masyarakat yang terus berubah-ubah.- Terdapatnya kemungkinan pesaing skala

	besar yang memproduksi tas dengan bahan yang sama.
Peluang (Opportunity)	<ul style="list-style-type: none"> - Biaya produk dan produksi yang terjangkau (ekonomis). - Peluang pasar industri <i>fashion</i> yang terus meluas dari kota-ke-kota (desentralisasi tren). - Kesempatan menguasai pasar pengolahan Ex-Jeans Bag.
Kelemahan (Weakness)	<ul style="list-style-type: none"> - Bahan baku yang merupakan jeans bebel memungkinkan umur simpan produk yang pendek (kecuali ditambahkan <i>double-layer leather</i> yang menambah harga Ex-Jeans Bag menjadi lebih mahal).
Kekuatan (Strength)	<ul style="list-style-type: none"> - Keunikan produk dalam tren <i>fashion</i> yang terus berkembang. - Tren retro & <i>reusable-old-fabric</i>. - Harga produk yang terjangkau dibanding tas <i>leather-mix</i> lainnya. - Belum didapatinya produk pesaing.

2.4 Analisis Pasar

Terdapat beberapa strategi pemasaran STP yang ada di dalam pengembangan bisnis Ex-Jeans Bag, diantaranya:

- a) Dalam segmentasi pasar, Ex-Jeans Bag dapat mengambil *scoop* pelanggan kawula muda baik laki-laki maupun perempuan dengan rentang usia 15-27 tahun. Segmen pasar ini juga meliputi semua kalangan dari kelas menengah-bawah hingga kelas menengah-atas.
- b) Produk yang ditawarkan akan dibedakan dengan bentuk desain hingga corak dan bahan *fabric*. Untuk kaum perempuan tentunya dibuatkan corak yang *soft, floral*, dengan tas tangan dan *clutch leather* yang feminim. Sedangkan untuk remaja pria dibuatkan *clutch-exclusive leather* dengan desain lebih macho serta corak *country* dengan jahitan kasar di kulit premium untuk semua jenis tasnya. Harga yang ditawarkan pun terjangkau tergantung persentase bahan kulit yang dipakai untuk membaaur produk.
- c) *Positioning* yang merupakan penanaman citra pada pihak konsumen dilakukan dengan menawarkan keunikan dan elegansi tren yang berasal dari bahan baku produk (jeans bekas) dengan *premium synthetic leather*.

2.5 Teknik Pemasaran

Bauran pemasaran yang dilaksanakan di dalam *marketing* Ex-Jeans Bag dijelaskan sebagai berikut:

- a) *Product*. Merupakan langkah paling awal dalam memulai kewirausahaan, dimana tim menentukan produk yang akan ditawarkan ke pasar. Produk yang kami tawarkan merupakan produk yang unik, *fierce-to-style*, dengan corak yang tren di pasaran. Diluar hal tersebut, produk tas merupakan produk utilitas yang semua orang butuhkan saat ini khususnya masyarakat kota, sehingga memiliki prospek yang sangat bagus dalam dunia usaha.
- b) *Price*. Menentukan harga merupakan hal krusial yang gampang-susah, dikarenakan sensitivitas harga sebagai penentu keberhasilan dalam menjual produk. Dengan menggunakan perhitungan metode biaya umum dalam *process-costing* tim dapat menentukan harga pokok produksi, yang kemudian ditambah dengan persen keuntungan yang dianggap rasional terhadap permintaan masyarakat.
- c) *Placement*. Produk akan ditawarkan di segala jenis dan luasan *marketing-channel*. Saat ini penjualan melalui berbagai aplikasi sudah menjadi kewajiban dalam penjualan produk-produk sejenis. Selain itu, penjualan di distro dan *clothing-line* juga merupakan *placement* yang kami pilih dalam memudahkan jangkauan produk ke pasaran.
- d) *Promotion*. Promosi merupakan aspek penting dalam penjualan produk. Promosi Ex-Jeans Bag dilakukan secara *offline-online*. Pemasaran *online* dengan kerjasama retailer dan *endorser*, sedangkan untuk pemasaran *offline* melalui kerjasama dan konsinyasi distro dan *retail-store*.

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Biaya pokok produksi Ex-Jeans Bag per unit tas (rata-rata asumsi):

- Biaya Bahan
 - Bahan Baku:

Celana Jeans belel Rp. 40.000,00	= Rp. 40.000,00
----------------------------------	-----------------
 - Bahan penunjang:

Synthetic leather Rp 40.000,00/m hanya digunakan kurang lebih ¼m	= Rp. 10.000,00
---	-----------------
- Biaya Tenaga Kerja
 - Jasa pewarnaan jeans Rp 5.000,00/helai = Rp. 5.000,00
 - Jasa jahit Rp 50.000,00/orang/hari = Rp. 2.500,00

Dengan asumsi setiap orang/hari mampu menjahit hingga 20 tas
- Biaya Overhead
 - Biaya *packaging-bag* = Rp. 5.000,00
 - Biaya *finishing* = Rp. 2.500,00

..... +

Sub-total	= Rp 65.000,00
-----------	----------------

Harga jual produk Ex-Jeans Bag per unit tas (rata-rata asumsi):

- Tas ransel (Rp 85.000 – Rp 175.000) = Rp 130.000,00
- Tas jinjing (Rp 45.000 – Rp 250.000) = Rp 147.500,00
- *Clutch-bag* (Rp 65.000 – Rp 180.000) = Rp 122.500,00

..... ÷
Rata-rata harga jual = Rp 133.000,00*

*pembulatan harga

Jika perhitungan diatas merupakan biaya asumsi rata-rata pembuatan tas (tas ransel, tas jinjing, *clutch-bag*) dengan kisaran harga jual Rp 133.000,00 per pcs, maka bisa didapatkan harapan keuntungan sebesar Rp 68.000,00 per pcs (asumsi rata-rata produk).

2.7 Keberlanjutan Usaha

Dengan adanya potensi keuntungan diatas, maka tim dapat mengambil kesimpulan bahwa usaha Ex-Jeans Bag akan mampu berkembang dan maju dengan total laba yang diperoleh. Opini ini dapat dicapai juga dikarenakan kreativitas dan keunikan produk dengan harga yang sama dengan kompetitor tas reguler diluar sana, sehingga munculnya rasa optimis bahwa Ex-Jeans Bag juga mampu bertahan dan bersaing di kemudian hari.

BAB III METODE PELAKSANAAN PROGRAM

Berikut ini dijelaskan mengenai metode pelaksanaan dan pengekseskuan gagasan bisnis Ex-Jeans Bag, secara ringkas pertama-tama digambarkan dalam bentuk skema:



- a. Tahap persiapan. Pada tahap ini, tim produksi melakukan pembelian perlengkapan dan peralatan produksi. Perencanaan mengenai layout produksi di rumah produksi Ex-Jeans Bag juga dilakukan. Selain itu, mulainya dibuat daftar distro potensial yang mampu diajak kerjasama dalam jangka waktu panjang serta distributor, juga mulainya perekrutan tenaga kerja (desainer hingga tailor). Tahap ini juga dilakukan pembuatan langkah strategis promosi dan *channel-channel* yang dibutuhkan.
- b. Tahap pembuatan produk. Tahap ini merupakan tahap pengerjaan *blue-print* Ex-Jeans Bag yang telah dirancang di tahap

sebelumnya. Pengerjaan produk Ex-Jeans Bag sendiri mencapai waktu yang singkat dengan beberapa pekerja khusus di bidangnya. Cetak desain telah ditentukan sebelumnya, sehingga pengerjaan jeans mulai dari pemotongan, pewarnaan dan penjahitan tidak membutuhkan waktu lama. Pembuatan ini kurang lebih memakan 10-14 langkah, hingga mencapai tahap selanjutnya.

c. Tahap pemasaran dan penjualan. Dikarenakan pangsa pasar yang jelas yaitu kawula muda *unisex*, maka strategi pemasaran yang dilakukan diantaranya:

- Pembagian brosur dan pamflet produk dan *coupon member*;
- Kerjasama dengan distro-distro trendi;
- *Endorsement*;
- *Online-selling*;
- *Creative marketing*;
- Konsinyasi dan kerjasama dengan produk kreatif lainnya.

Menyikapi tahap pemasaran dan penjualan ini sebenarnya terdapat banyak trik yang bisa dilakukan untuk menarik *customer* di era 2016 ini, seperti melakukan *challenge* hingga *bazaar* sekolah dan kampus.

d. Tahap evaluasi

Evaluasi merupakan tahapan krusial untuk meninjau perkembangan produksi, pemasaran, hingga penjualan produk. Evaluasi ini dilakukan di tiap akhir hari produktif, gunanya adalah untuk meminimalisir kesalahan yang akan terjadi kemudian hari dan menganalisa kemungkinan-kemungkinan minimalisir biaya dan untuk menyatukan aspirasi karyawan produksi untuk mencapai visi usaha.

BAB IV
BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

4.1 Anggaran Biaya

No.	URAIAN	Satuan	Jumlah	Hari	Harga Satuan	TOTAL
Peralatan Penunjang						
1	Sewing Machine Korean Made	Unit	1		Rp 1.580.000,00	Rp 1.580.000,00
2	Strengthen Material Leather Cutting Tool	Unit	1		Rp 166.000,00	Rp 166.000,00
3	Cutting Wheel Disc Grinding Tool	Unit	1		Rp 40.000,00	Rp 40.000,00
4	Classic Leather Craft Tool Wood Edge Slick	Unit	1		Rp 30.000,00	Rp 30.000,00
5	Protactor Measuring Tool	Unit	1		Rp 59.000,00	Rp 59.000,00
6	magic leather craft hole punches stitching Punch Tool 4 Prong 4mm	Unit	1		Rp 59.000,00	Rp 59.000,00
7	New Leather Cut Diamond Scribe Wheel Spacing Crimp Edges Finder Tool	Unit	1		Rp 77.000,00	Rp 77.000,00
8	Leather Paper Overstitch Sering Punch Handle Needle Tool	Unit	1		Rp 37.000,00	Rp 37.000,00
SUBTOTAL						Rp 2.048.000,00
Bahan Habis Pakai						
1	Jeans belel	Pair	80		Rp 40.000,00	Rp 3.200.000,00
2	Synthetic leather	Meter	20		Rp 40.000,00	Rp 800.000,00
3	Benang	Set	40		Rp 18.000,00	Rp 720.000,00
4	Kancing Jeans	Pcs	40		Rp 500,00	Rp 20.000,00
5	Tali kulit sintetis	Meter	20		Rp 5.000,00	Rp 100.000,00
SUBTOTAL						Rp 4.840.000,00
Perjalanan						
1	Survey Pasar (pasar kulit)	Orang	1	1	Rp 50.000,00	Rp 50.000,00
2	Biaya Kirim Bahan Baku	Pengiriman		22	Rp 25.000,00	Rp 550.000,00
3	Biaya Sebar Brosur	Orang	3	10	Rp 40.000,00	Rp 1.200.000,00
SUBTOTAL						Rp 1.800.000,00
Lain-lain						
1	Biaya Sewa	Tempat/bin		30		Rp 1.000.000,00
2	Biaya Jasa Pewarnaan					Rp 500.000,00
3	Anggaran Promosi					
	Spanduk	Unit	3		Rp 200.000,00	Rp 600.000,00
	Brosur	Pack	1			Rp 100.000,00
4	Biaya Konsinyasi	Bulan				Rp 300.000,00
5	Pembuatan Laporan	Bulan				Rp 200.000,00
6	Biaya Akomodasi					Rp 300.000,00
SUBTOTAL						Rp 3.000.000,00
TOTAL						Rp 11.688.000,00

4.2 Jadwal Kegiatan

Waktu pelaksanaan program PKM-K Ex-Jeans Bag ini hingga evaluasi diperkirakan memakan waktu 3 (tiga) hingga 4 (empat) bulan. Berikut disajikan perincian jadwal kegiatan tim dalam bentuk tabel grafik:

No.	Kegiatan	Bulan 1			Bulan 2			Bulan 3		
		Minggu ke-								
1	Persiapan dan Survey Pasar									
2	Pengadaan Alat dan Bahan									
3	Pembuatan Produk									
4	Promosi									
5	Penjualan Produk									
6	Evaluasi Perkembangan Usaha									
7	Evaluasi Kegiatan									
8	Laporan Pertanggung Jawaban									

Bulan 4			Bulan 5			Bulan 6		
Minggu ke-								

DAFTAR PUSTAKA

- Ahlberg, E. and Wilandh, A., 2012. Nudie Jeans co-How do companies integrate sustainability in the form of recycling into their business strategy?.
- Bair, J. and Gereffi, G., 2003. Upgrading, uneven development, and jobs in the North American apparel industry. *Global Networks*, 3(2), pp.143-169.
- Cupit, J., 2015. Blue Jeans Go Green (BJGG) Denim Recycling Program: Fusing the Content of Two Courses.
- Davis, F., 1994. *Fashion, culture, and identity*. University of Chicago Press.
- Gough, A., 1999. Kids Don't Like Wearing the Same Jeans as their Mums and Dads: so whose 'life' should be in significant life experiences research?. *Environmental Education Research*, 5(4), pp.383-394.
- Kuik, O., 2004. Fair trade and ethical labeling in the clothing, textile, and footwear sector: The case of blue jeans. *ILSA J. Int'l & Comp. L.*, 11, p.619.
- Miller, D. and Woodward, S., 2012. *Blue jeans: The art of the ordinary*. Univ of California Press.
- Repke, M.E. and Sherr, L.Z., Coakley Business Class, Llc, 2007. *Business travel bag*. U.S. Patent 7,293,635.
- Schmidt, M., Onyango, V. and Palekhov, D. eds., 2011. *Implementing Environmental and Resource Management*. Berlin, Heidelberg: Springer.
- Tokatli, N., 2007. Networks, firms and upgrading within the blue-jeans industry: evidence from Turkey. *Global Networks*, 7(1), pp.51-68.
- van Bommel, H. and Goorhuis, M., 2014. Design jeans for recycling: A supply chain case study in The Netherlands. *Waste management & research*, p.0734242X14549097.
- Wambuguh, D. and Chianelli, R.R., 2008. Indigo dye waste recovery from blue denim textile effluent: a by-product synergy approach. *New Journal of Chemistry*, 32(12), pp.2189-2194.
- Zhang, C. and Lin, W., 2011. A sustainable way for apparel retailers' development: converting the supply chain into closed-loop. Case study: Min Boutique's jeans-recycle scheme.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Ketua Pelaksana dan Anggota-anggota

A. Identitas Ketua Pelaksana

Nama lengkap	Iim Abdul Karim
Jenis kelamin	Laki-Laki
Program Studi	Akuntansi
NIM	2015-12-119
Tempat, tanggal lahir	Pandeglang, 19 September 1996
Email	abdulkarimel@gmail.com
Nomor telepon/handphone	085780092469

Riwayat Pendidikan Ketua Pelaksana

	SD	SMP	SMA/SMK
Nama institusi	MII Syekh Manshur	SMPN 1 Cimanuk	SMKN 1 Pandeglang
Jurusan	-	-	Akuntansi
Tahun masuk- lulus	2003-2009	2009-2012	2012-2015

Penghargaan dalam 10 tahun Terakhir

No	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1	Winner of English Debate Competition	Departemen pendidikan Provinsi Banten	2016
2	2nd Runner Up of Eng Debate Competition	UNTIRTA	2015
3	Juara 2 Cerdas cermat	STIA Banten	2014

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.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan hibah pendanaan PKM-K.

Jakarta, 1 November 2016
Pengusul


(Iim Abdul Karim)

B. Identitas Anggota 1

Nama lengkap	Reynald
Jenis kelamin	Laki-Laki
Program Studi	Akuntansi
NIM	2014-12-105
Tempat, tanggal lahir	Jakarta, 18 Agustus 1996
Email	timotiusrev@gmail.com
Nomor telepon/handphone	082213926750

Riwayat Pendidikan Ketua Pelaksana

	SD	SMP	SMA/SMK
Nama institusi	SD. Santo Yoseph	SMP. Santo Yoseph	SMK. Strada 1
Jurusan	-	-	Akuntansi
Tahun masuk-lulus	2002-2008	2008-2011	2011-2014

Penghargaan dalam 10 tahun Terakhir

No	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1	Top 7 IDEX (International Development Index)	Universitas Islam Indonesia	2016
2	Top 5 IDEA (Indonesian Student Entrepreneurship Award)	Universitas Andalas	2016
3	Finalist Science Article Competition D'EXPO	Universitas Bunda Mulia	2015
4	Juara Harapan 1 Perwakilan DKI Jakarta	Sayembara Otonomi Daerah	2014

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.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan hibah pendanaan PKM-K.

Jakarta, 1 November 2016
Pengusul



(Reynald)

C. Identitas Anggota 2

Nama lengkap	Katryn Trie Wicak Ikhsani
Jenis kelamin	Perempuan
Program Studi	Akuntansi
NIM	2014-12-110
Tempat, tanggal lahir	Bekasi, 05 Januari 1996
Email	katryntrie@gmail.com
Nomor telepon/handphone	082210389674

Riwayat Pendidikan Ketua Pelaksana

	SD	SMP	SMA/SMK
Nama institusi	SDN Mekar Sari 01	SMPN 1 Tambun Selatan	SMKN Cikarang Barat
Jurusan	-	-	Akuntansi
Tahun masuk- lulus	2002-2008	2008-2011	2011-2014

Penghargaan dalam 10 tahun Terakhir

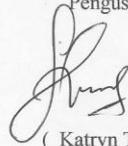
No	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1	Olympiade Akuntansi Juara 7 Se-Bekasi		2014
2	Olympiade Akuntansi Juara 4 Se-Bekasi		2012
3			

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.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan hibah pendanaan PKM-K.

Jakarta, 1 November 2016

Pengusul



(Katryn Trie Wicak)

Lampiran 2. Biodata Dosen Pembimbing

1	Nama Lengkap	Dr. MF. Arrozi Adhikara, SE, M.Si., Ak, CA
2	Jabatan Fungsional	Lektor Kepala
3	Jabatan Struktural	Dekan FEB – UEU
4	NIP/NIK	202080205
5	NIDN	0303097004
6	Tempat/Tanggal Lahir	Malang 03 September 1970
7	Alamat Rumah	Jl. Tanjung Duren Timur 39A Jakarta Timur
8	No. Handphone	081310662429
9	Alamat E-Mail	arrozi@esaunggul.ac.id
10	Mata Kuliah yang diampu	Teori Akuntansi

RIWAYAT PENDIDIKAN

	S1	S2	S3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Brawijaya	Universitas Gajah Mada	Universitas Airlangga
Bidang Studi	Akuntansi	Akuntansi	Akuntansi

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum.

Jakarta, 01 November 2016



(Dr. MF. Arrozi Adhikara, SE, M.Si., AK, CA)
NIP. 197009032005011001



SURAT PERNYATAAN KETUA PENELITI/PELAKSANA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Iim Abdul Karim
NIM : 2015-12-119
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa usulan **Program Kegiatan Mahasiswa Kewirausahaan** saya dengan judul "EX-JEANS (Tas Trendi Berbahan Jeans Belel)" yang diusulkan pada tahun 2016 untuk didanai pada tahun anggaran 2017 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.

Jakarta, 1 November 2016

Mengetahui,
Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan

Ketua Pelaksana

(Ari Pambudi, S.Kom.M.Kom)
NIP. 0208040375



(Iim Abul Karim)
NIM. 201512119

Jl. Arjuna Utara No.9, Tol Tomang, Kebon Jeruk, Jakarta Barat, 11510, Indonesia
www.esaunggul.ac.id
Telp. (021) 568 2510, 568 3051, Hotline (021) 7064 6060, 7024 7272
e-mail : humas@esaunggul.ac.id