

Pramuka Modern: Bisnis Atribut Sekolah pada E-Commerce

Dyah Ayu Ranta Puspitasari¹, Mellisa Fitri Andriyani Muzakir^{2*}, Rizqi Adhyka Kusumawati³

¹ Universitas Islam Indonesia

² *Universitas Islam Indonesia

³ Universitas Islam Indonesia

*Corresponding email: 132111102@gmail.com

Abstrak

Laporan ini membahas tentang bisnis Pramuka Modern, sebuah usaha reseller yang menjual perlengkapan atribut seragam sekolah dan ekstrakurikuler melalui platform Shopee. Usaha ini menargetkan konsumen dari berbagai kalangan, termasuk pelajar, guru, pegawai negeri sipil (PNS), dan kelompok Masyarakat. Pramuka Modern menawarkan berbagai produk, termasuk paket bundling yang mempermudah konsumen dalam membeli perlengkapan seragam.¹ Bisnis ini menghadapi persaingan yang ketat di pasar online dan offline, sehingga menerapkan strategi red ocean untuk mempertahankan posisinya. Laporan ini juga menganalisis aspek internal dan eksternal bisnis, termasuk kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT). Analisis SWOT mengidentifikasi keunggulan Pramuka Modern dalam hal kelengkapan produk, kualitas, dan pelayanan, serta kelemahan dalam hal inovasi produk dan kemitraan dengan pihak ekspedisi. Selain itu, laporan ini juga membahas strategi pemasaran, operasional, sumber daya manusia, keuangan, dan teknologi digital yang diterapkan oleh Pramuka Modern.

Keyword: Bisnis, E-Commerce, Reseller, Pramuka Modern

Abstract

This report discusses Pramuka Modern, a reseller business that sells school uniform and extracurricular equipment through the Shopee platform. This business targets consumers from various backgrounds, including students, teachers, civil servants (PNS), and community groups. Pramuka Modern offers a variety of products, including bundled packages that simplify the purchasing process for customers. The business faces intense competition in both online and offline markets, prompting it to adopt a red ocean strategy to maintain its position. This report also analyses the business's internal and external aspects, including its strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT). The SWOT analysis identifies Pramuka Modern's strengths in terms of product completeness, quality, and service, as well as weaknesses in product innovation and partnerships with shipping companies. Additionally, this report discusses the marketing, operational, human resources, financial, and digital technology strategies implemented by Pramuka Modern.

Keyword: Bisnis, E-Commerce, Reseller, Pramuka Modern

I. PENDAHULUAN

Pendidikan di Indonesia memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan bangsa dan masyarakat. Pendidikan di Indonesia terbagi menjadi tiga jalur utama: formal, non formal, dan informal. Jalur pendidikan formal meliputi pendidikan dasar, menengah, dan tinggi, yang diselenggarakan di sekolah-sekolah dan perguruan tinggi. Jalur pendidikan nonformal meliputi berbagai kursus dan kegiatan belajar yang tidak terstruktur, seperti Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA) dan Sekolah Minggu. Jalur pendidikan informal meliputi kegiatan belajar yang dilakukan secara mandiri di lingkungan keluarga dan masyarakat. Pendidikan di Indonesia memiliki tujuan utama untuk mencerdaskan kehidupan bangsa dan mengembangkan manusia yang seutuhnya, seperti yang diatur dalam Undang-Undang No. 2 Tahun 1985. Pendidikan dianggap sebagai pondasi dalam kehidupan manusia, dan penyelenggaraan pendidikan harus dilakukan dengan sebaik mungkin dan berorientasi kepada masa depan. Dalam rangka mencapai tujuan pendidikan yang lebih baik, Indonesia juga telah menerapkan program-program pendidikan yang terkini,

seperti "Wajib Belajar 12 Tahun", yang meliputi 6 tahun Sekolah Dasar (SD), 3 tahun Sekolah Menengah Pertama (SMP), dan Sekolah Menengah Atas (SMA) (Gilang p., 2021). Jumlah penduduk Indonesia yang memiliki usia produktif mencapai 190,98 juta jiwa, yang berada dalam rentang usia 15-64 tahun. Hal ini berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) yang memproyeksikan jumlah penduduk Indonesia mencapai 275,77 juta jiwa pada 2022. (Kusnandar, 2023). Menurut kementerian pendidikan, kebudayaan, riset, dan teknologi (Kemendikbud Ristek) mencatat jumlah murid di Indonesia pada semester ganjil tahun ajaran 2023/2024 telah mencapai 53,14 juta orang. Hampir 50% dari angka tersebut adalah murid SD, yakni sebanyak 24,04 juta orang. Jumlah murid SMP di Indonesia adalah 9,97 juta, sedangkan murid SMA sebanyak 5,32 juta. Jumlah murid SMK di indonesia menyusul jumlah murid SMA, yakni sebanyak 5,08 juta siswa. Jika dilihat dari geografis, Jawa Barat menduduki peringkat pertama dengan jumlah murid sebanyak 9,7 juta siswa, Jawa Timur dengan total 6,55 juta siswa, dan Jawa tengah sebanyak 6,18 juta siswa. Hal ini berdampak pada permintaan seragam sekolah dan atribut di pasaran, permintaan seragam sekolah meningkat hingga mencapai angka 77-80% dibandingkan waktu pandemi Covid-19. (Yonatan 2023). Dengan jumlah siswa yang terus meningkat seiring bertambahnya populasi dan kesadaran akan pentingnya akses pendidikan yang baik, sektor pendidikan terus menjadi dasar pembangunan bangsa. Perlengkapan sekolah sangat dibutuhkan karena dinamika ini, karena mereka tidak hanya dapat membantu pembelajaran, tetapi juga menunjukkan preferensi dan identitas siswa. Perlengkapan sekolah, yang terdiri dari alat tulis, tas, dan aksesoris pendukung, merupakan industri yang kuat dan tahan terhadap perubahan ekonomi, karena merupakan kebutuhan penting dalam lingkungan pendidikan (Smith & Johnson, 2021).

Faktor-faktor seperti globalisasi dan disrupti teknologi telah mengubah cara berbagai bisnis beroperasi, termasuk industri perlengkapan sekolah. Perilaku konsumen di era digital semakin terhubung dengan prioritas kenyamanan dan kustomisasi serta pendekatan pembelajaran baru (Kotler et al., 2019). Konsumen modern, terutama generasi Z dan Alpha, yang merupakan target utama pasar ini, sekarang mencari sesuatu yang lebih dari sekadar fungsionalitas. Mereka sekarang mencari nilai-nilai keberlanjutan produk, estetika, dan personalisasi (PwC, 2023). Hal ini membuka kesempatan bagi pencipta produk yang dapat menyesuaikan produk mereka dengan tren desain, kemajuan teknologi, dan kesadaran lingkungan. Seragam sekolah merupakan baju yang digunakan siswa siswi suatu sekolah atau lembaga pendidikan tertentu sebagai lambang/ identitas dari suatu sekolah. Pakaian seragam Nasional di Indonesia sudah diatur dalam Permendikbud Ristek RI No. 50 Tahun 2022 mengenai aturan berpakaian siswa siswi dalam mengenakan seragam dan atribut yang dikenakan. Perlengkapan atribut seragam yang dipakai siswa siswi menurut aturan sekolah adalah berupa benda benda yang ditambahkan pada pakaian seperti : sepatu, tas, topi, dasi, kaos kaki, ikat pinggang, jilbab, dan lain lain. Atribut pakaian seragam dipakai bertujuan untuk mengetahui identitas masing masing sekolah, dalam penggunaan atribut seragam ada badge nama peserta didik, badge nama sekolah, nama kabupaten atau kota, dan badge osis sekolah (Sativa & Andriani, 2023).

Di Indonesia, ada puluhan juta siswa di sekolah dasar dan menengah, menandakan sektor pendidikan terus berkembang (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2024). Angka ini menunjukkan populasi konsumen yang sangat besar yang sering membeli perlengkapan sekolah, terutama saat tahun ajaran baru dimulai. Riset pasar menunjukkan bahwa daya beli masyarakat terhadap barang pendidikan, termasuk perlengkapan sekolah, cenderung meningkat seiring dengan peningkatan pendapatan per kapita dan peningkatan alokasi anggaran rumah tangga untuk pendidikan (Badan Pusat Statistik, 2023). Namun, pasar perlengkapan sekolah di Indonesia didominasi oleh perusahaan besar yang telah mapan dan merek-merek impor, yang menyebabkan persaingan yang ketat. Pemain ini biasanya bergantung pada skala ekonomi dan jaringan distribusi yang luas (NielsenIQ, 2022). Tetapi ada celah pasar yang besar bagi wirausahawan yang dapat menawarkan nilai tambah seperti inovasi produk, desain yang sesuai dengan tren, penggunaan bahan ramah lingkungan, atau model bisnis yang menggabungkan teknologi digital (digital entrepreneurship) untuk lebih dekat dengan konsumen (OECD, 2020). Kegiatan di luar jam pelajaran sekolah, atau sering disebut kegiatan ekstrakurikuler merupakan kegiatan yang dapat mengembangkan potensi siswa dalam pengembangan diri. Pramuka merupakan kegiatan ekstrakurikuler yang wajib diikuti oleh peserta didik dan sebagai fasilitas

yang diberikan dari pihak sekolah dalam rangka mengembangkan potensi peserta didik diluar mata pelajaran sekolah. Selain kegiatan ekstrakurikuler pramuka, kegiatan sekolah yang memiliki banyak peminat adalah paskibra. Dimana ekstrakurikuler ini menjadikan peserta didik menjadi pribadi yang lebih disiplin dan memiliki jiwa kebersamaan yang tinggi. Bela diri juga merupakan kegiatan di sekolah yang memiliki banyak peminat. Kegiatan ini menanamkan jiwa tangguh dan berani peserta didik dalam menegakkan kebenaran dan melindungi diri dalam keburukan (Firdaus, 2021).

Berdasarkan data dan faktor yang diperoleh menjadi alasan ide dan dorongan penulis untuk melakukan bisnis segala perlengkapan sekolah, mulai dari atribut sekolah, atribut kegiatan ekstrakurikuler pramuka, paskibra, bela diri, hingga atribut tenaga pendidikan serta aparat negara (PNS) menjadi peluang bisnis yang memiliki komponen penting dalam dunia pendidikan selama peran lingkungan dunia pendidikan menjadi peran penting dalam memajukan generasi bangsa Indonesia. Perkembangan teknologi dalam dunia bisnis juga menjadi dorongan dalam melakukan pemasaran dengan jangkauan lebih luas serta dengan berbagai fitur-fitur *e-commerce* yang memudahkan pelaku usaha dan konsumen dalam bertransaksi seperti fitur pembayaran yang dapat disesuaikan dengan memudahkan konsumen, pengiriman di hari yang sama untuk satu wilayah atau kota, voucher gratis ongkir untuk nominal pembelian tertentu dan masih banyak lagi. Kewirausahaan digital menjadi sangat penting di era ini karena memungkinkan bisnis untuk menemukan peluang berbasis teknologi digital, membuat model bisnis inovatif, dan memanfaatkan alat dan platform digital untuk memulai, mengelola, dan mengembangkan bisnis baru secara berkelanjutan (Kuratko & Hodgetts, 2018). Metode ini tidak hanya mengurangi hambatan untuk masuk ke pasar, tetapi juga memungkinkan operasi yang lebih efisien dan jangkauan pasar yang lebih luas. Selain itu, keberhasilan dalam mengarahkan perusahaan menuju profitabilitas dan pertumbuhan berkelanjutan akan bergantung pada kemampuan manajerial yang kuat, yang mencakup kemampuan merencanakan, mengorganisasi, melaksanakan, dan mengendalikan berbagai sumber daya (Drucker, 2007).

Pengembangan produk perlengkapan sekolah yang relevan dan kompetitif menjadi sangat strategis mengingat potensi pasar yang besar, kebutuhan pelanggan yang berubah, dan peluang adopsi inovasi dan teknologi. Bisnis ini bertujuan untuk menghadirkan solusi perlengkapan sekolah yang tidak hanya fungsional tetapi juga memenuhi ekspektasi estetika, inovasi, dan nilai tambah bagi pelajar di Indonesia. Mereka melakukan ini dengan menggunakan pengetahuan bisnis digital yang luas, pengetahuan kewirausahaan yang mendalam, dan keterampilan riset bisnis untuk memahami dinamika pasar. Bisnis online telah menjadi cara alternatif bagi para konsumen untuk membeli produk dan jasa, serta memberikan kemudahan bagi pebisnis untuk menawarkan produk yang ditawarkan secara lebih. Produk dari Pramuka Modern merupakan barang yang sudah jadi dan dipasarkan kembali, sehingga variasi yang dibuat adalah produk dalam bentuk paket atau bandling yang biasanya menjadi item produk yang diperlukan sehingga pembeli tidak perlu memilih atau mencari produk satu persatu. Hal ini merupakan salah satu hal yang sederhana namun menjadi daya tarik pembeli karena mempermudah dan harga bundling lebih miring daripada satuan. Pramuka modern juga menyediakan produk dalam jumlah banyak dengan harga grosir, produk ini memiliki target pelaku bisnis yang akan menjual produknya kembali.

Dalam membangun toko yang terpercaya dan mendapatkan *review* baik dari konsumen, diperlukannya membangun kepercayaan konsumen seperti menyediakan produk terbaik dengan melalui *quality control* sebelum pengemasan dan pengiriman. Menjalin komunikasi baik dengan konsumen terkait dengan produk, pelayanan dan kecepatan dalam pengiriman produk yang dibutuhkan. Melalui *marketplace shopee* pramuka modern berusaha menjangkau pasaran seluruh wilayah Indonesia dengan memberikan produk terbaik yang sudah melalui *quality control* yang baik, memasarkan produk, berkomunikasi dan bertransaksi dengan konsumen pramuka modern. Dapat disimpulkan bahwa *platform media shopee* merupakan jantung bisnis dari pramuka modern

II. METODE

1. Analisis SWOT

- a. Teknik perencanaan strategis untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi bisnis.
- b. Faktor internal meliputi kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*).
- c. Faktor eksternal meliputi peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*).

2. Model Bisnis Canvas (BMC)

- a. Kerangka kerja untuk merancang dan mengoptimalkan model bisnis.
- b. Terdiri dari sembilan elemen penting yang saling berkaitan.
- c. Elemen-elemen tersebut meliputi:
 - a) Customer Segments (Segmen Pelanggan)
 - b) Value Proposition (Proposisi Nilai)
 - c) Channels (Saluran)
 - d) Customer Relationships (Hubungan Pelanggan)
 - e) Revenue Streams (Aliran Pendapatan)
 - f) Key Resources (Sumber Daya Utama)
 - g) Key Activities (Aktivitas Utama)
 - h) Key Partnerships (Kemitraan Utama)
 - i) Cost Structure (Struktur Biaya)

3. Analisis Arus Kas

Digunakan untuk mengidentifikasi masalah dalam arus kas bisnis.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi menggunakan analisa SWOT

a. Internal

Kelemahan pramuka modern adalah bisnis yang belum bisa dikembangkan atau dimodifikasi sesuai dengan permintaan, dimana bisnis ini banyak dilakukan oleh banyak orang serta dapat ditiru dengan mudah karena jangkauan pasarnya yang luas di era serba digital saat ini. Karena ketatnya persaingan dengan produk yang jenisnya sama, bisnis dibidang ini sering bersaing dengan harga murah namun kualitas produk tetap bagus, hal ini menjadi kelemahan yang akan membahayakan bisnis apabila tidak dilakukannya solusi yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut.

b. Eksternal

Kebijakan atau aturan pemerintah dibidang pendidikan menjadi ancaman bagi bisnis yang bergerak dibidang perlengkapan sekolah, seperti sempat beredar berita bahwa seragam sekolah jenjang pendidikan SD, SMP, dan SMA akan diganti, walaupun kebenaran berita tersebut belum pasti, tidak menutup kemungkinan kebijakan pemerintah akan mempengaruhi permintaan atribut seragam sekolah yang lama menjadi atribut seragam yang baru, sehingga menyebabkan penurunan pendapatan. Kebijakan pemerintah yang terbaru dan dipastikan kebenarannya adalah ekstrakurikuler pramuka tidak lagi diwajibkan, hal ini dapat berdampak pada permintaan atribut pramuka yang akan menurun. Tetapi kebijakan tersebut akan dikembalikan kepada kebijakan sekolah terkait ekstrakurikuler yang menjadi kegiatan positif di sekolah. Manajemen pihak ekspedisi yang kurang baik menjadi ancaman dalam

keberlangsungan bisnis pramuka modern. Sebagai pihak penghubung antara penjual dan konsumen, ekspedisi merupakan komponen penting dalam bisnis pramuka modern, apabila manajemen dari pihak ekspedisi kurang baik maka akan berdampak pada pengiriman barang yang tertunda, paket hilang, atau lebih parah paket mengalami kerusakan. Kurang baiknya pelayanan ekspedisi yang dirasakan oleh pramuka modern dimana paket yang harusnya di *pick up* atau diambil di tempat usaha namun tidak diambil oleh pihak penyedia jasa ekspedisi, selain itu keterlambatan pengiriman paket khususnya di luar pulau Jawa sering terjadi.

Identifikasi masalah menggunakan analisis arus kas

Arus kas adalah laporan keuangan yang menunjukkan perubahan dalam kas dan setara kas selama periode tertentu, dengan menganalisis perubahan arus kas secara berkala dapat mencegah terjadinya *overheat* pada keuangan. *overheat* dapat diartikan sebagai kondisi di mana suatu perusahaan atau bisnis mengalami peningkatan yang sangat cepat dalam pendapatan atau aktivitas keuangan, sehingga dapat menyebabkan ketidakstabilan dan potensi kerugian. Kurang baiknya manajemen keuangan pramuka modern pada awal bulan menyebabkan kerugian pada penjualan produk pramuka modern, hal ini dapat dilihat pada arus kas bulan Desember mengalami penurunan dibandingkan dua bulan sebelumnya. Setelah dilakukannya perhitungan kembali, proses *pricing* pramuka modern pada awal bulan tidak mencantumkan perhitungan *opportunity lost*. *Opportunity lost* merupakan biaya ditahan oleh shopee sebesar 0,7% -1% dimana kebijakan pendapatan hasil penjualan tidak dapat digunakan disaat waktu bersamaan setelah konsumen membayar produk pesanannya. Diperlukan waktu kurang lebih satu minggu hingga penghasilan dapat dimanfaatkan kembali, hasil penjualan yang didapatkan tidak utuh sepenuhnya sesuai dengan harga produk yang ditentukan.

Pemecah masalah

Strategi memecahkan masalah sangat penting untuk keberlangsungan bisnis yang dijalankan agar tetap bertahan memperbaiki kelemahan dan menghadapi ancaman. Pemecahan masalah bukan hanya tentang menyelesaikan masalah yang ada, tetapi juga tentang meningkatkan kinerja dan efisiensi bisnis.

Strategi analisis SWOT

a. Internal

Produk dari pramuka modern tidak dapat dimodifikasi untuk menjual *unique selling point*, sehingga pramuka modern melakukan inovasi paket bundling yang belum dilakukan oleh toko atribut sekolah lain. Dengan adanya inovasi ini, konsumen lebih mudah menemukan produk terkait tanpa harus memilihnya satu persatu. Pramuka modern mempunyai hubungan yang baik dengan supplier, pramuka modern juga telah melakukan identifikasi pada setiap produk untuk mendapatkan produk berkualitas dan harga yang mampu bersaing. Proses *quality control* yang ketat di setiap kegiatan pengadaan produk hingga pemilihan produk untuk dikirim ke tangan konsumen menjadi keunggulan pramuka modern terkait dengan kualitas produk.

b. Eksternal

Aturan kebijakan pemerintah bukan kuasa atau ranah dari pramuka modern,tetapi pramuka modern akan menghadapi perubahan kebijakan dengan adaptif. Berterkaitan dengan manajemen ekspedisi yang kurang baik, pramuka modern mempunyai solusi untuk mengantarkan paket ke kantor pihak jasa ekspedisi, dengan pengaturan produk masih *pick up*. Hal ini bertujuan sebagai jaminan apabila produk mengalami keterlambatan

pengiriman ke tangan konsumen, maka jasa ongkir tersebut menjadi tanggung jawab dari pihak ekspedisi. Keterlambatan yang sering dilakukan oleh pihak ekspedisi mempengaruhi performa dan penilaian toko terhadap konsumen, sehingga pramuka modern memilih tidak mengurangi jasa ekspedisi yang sering mengalami keterlambatan pengiriman.

Strategi model bisnis

Model bisnis merupakan gambar rancangan kegiatan bisnis yang menjadi pedoman dalam proses pelaksanaan kerangka kerja bisnis. Terhambatnya proses bisnis dapat terdeteksi ketika kita fokus pada informasi pada model bisnis terkait sumber daya yang ada serta kegiatan utamanya. Jika terhambatnya proses bisnis akibat kurangnya sumber daya peralatan, pramuka modern akan melakukan penganggaran dana untuk efisiensi keberlangsungan kegiatan bisnis. Proses kegiatan bisnis tidak lepas dari *human error*, sehingga pramuka modern sudah membuat standar atau langkah-langkah yang harus dilakukan apabila terjadi kesalahan dalam proses pengemasan produk. Jika terjadi kesalahan dan sudah terdeteksi sebelum paket diserahkan kepada pihak jasa ekspedisi maka produk tersebut perlu dibuka kembali dan diperiksa kesalahan jumlah produk atau produk tertukar dengan resi yang lain. Jika produk sudah sampai ke tangan konsumen dan konsumen menghubungi pramuka modern untuk mengkonfirmasi kesalahan atau kekurangan produk, maka pramuka modern memiliki dua solusi yang menguntungkan kedua belah pihak tanpa melalui proses retur pada fitur yang tersedia di shopee. Solusi yang diberikan adalah yang pertama pramuka modern mengembalikan uang sejumlah harga kekurangan produk, atau menawarkan konsumen untuk membeli produk dari pramuka modern kembali untuk mengirimkan kekurangan atau kesalahan pengiriman yang dilakukan pramuka modern. Penggunaan sistem retur merupakan pilihan terakhir apabila konsumen tidak menyetujui keadaan yang diajukan oleh pramuka modern.

Strategi pengamatan arus kas

Laporan keuangan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan, dapat dikatakan keuangan adalah jantung dari kegiatan bisnis. Identifikasi terjadinya masalah dalam keuangan dapat dilihat dari kegiatan arus kas dan dibandingkan dengan kas terakhir pada bulan-bulan sebelumnya. Apabila kas terakhir lebih rendah dari arus kas pada bulan sebelumnya, dapat dikatakan arus kas mengalami penurunan. Penurunan arus kas ini akan diidentifikasi penyebab terjadinya penurunan kas, dalam kasus pramuka modern penurunan kas pada bulan Desember diakibatkan kurang teliti pada proses *pricing* sehingga dilakukan *process pricing* kembali dengan metode sebagai berikut: HPP produk pramuka modern ditambah ditambah 30% keuntungan, ditambah 11% biaya admin, ditambah 1% biaya *opportunity lost*. Pemberian harga seperti ini mampu menyelamatkan harga jual dan keuntungan pramuka modern di bulan setelahnya.

IV. KESIMPULAN

Kesimpulan

Pramuka Modern merupakan usaha yang bergerak dalam bidang penjualan perlengkapan sekolah serta atribut kegiatan ekstrakurikuler seperti pramuka, paskibra, dan bela diri melalui *platform e-commerce* Shopee. Usaha ini dimulai pada Oktober 2023 dengan target pasar yang luas, mencakup pelajar atau wali murid, PNS, kelompok masyarakat, dan bidang usaha sekolah yang membutuhkan perlengkapan seragam. Keunggulan Pramuka Modern adalah menyediakan paket bundling dengan harga yang kompetitif, menjamin kualitas produk melalui *quality control*, serta menyediakan berbagai ukuran dan varian produk. Operasional bisnis meliputi pengadaan produk, pengemasan, dan pengiriman ke konsumen melalui pihak ekspedisi. Setiap usaha bisnis pasti memiliki kendala dan tantangannya, selama proses bisnis berlangsung pramuka modern mampu menghadapi masalah dan membuat solusi yang tepat. Mulai dari proses pemberian harga, kekurangan peralatan, kesalahan dalam proses pengiriman, hingga permasalahan dengan pihak eksternal yang merupakan komponen penting dalam proses bisnis yaitu pihak ekspedisi. Prospek dari usaha ini dinilai baik karena sesuai dengan data penelitian dimana meningkatnya angka pelajar dan tenaga pendidik di Indonesia membawa dampak positif pada bisnis atribut sekolah Pramuka Modern.

Tindak Lanjut

Bisnis pramuka modern sampai saat ini masih berjalan dan akan terus melakukan rancangan pengembangan bisnis, harapan penulis pramuka modern kedepannya mampu menerima pesanan dalam bentuk kustom atau mampu memproduksi produknya sendiri. Per bulan Juli 2024 pramuka modern cukup berkembang dengan memiliki satu karyawan tetap dan tiga karyawan *freelance* untuk membantu proses bisnis dalam rangka event 17 Agustus.

Komponen Bagian Akhir

1. Catatan aktivitas bisnis

Tanggal	Waktu	Aktivitas bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung jawab
1 Oktober 2023	Malam	Pengadaan produk	-	-	Owner
6 Oktober 3023	Malam	Foto produk	-	-	admin
13 Oktober	Malam	Mengedit foto katalog produk	-	-	owner
20 Oktober 2023	Malam	Upload katalog produk di marketplace	-	-	owner
31 Oktober 2023	Malam	Upload katalog produk di marketplace	-	-	admin

Tanggal	Waktu	Aktivitas bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung jawab
5 November	Malam	Menyelesaikan upload katalog produk	-	-	Admin
12 November	Malam	Menyelesaikan upload katalog produk			Admin
19	Siang	Melakukan			Owner

November		promosi			
25 November	Siang	Pecking pesanan	Belum memiliki thermal printer	Penulisan resi manual & melakukan pinjaman untuk membeli thermal printer	Admin
26 November	Siang	Pecking pesanan	-	-	Owner

Tanggal	Waktu	Aktivitas bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung jawab
2 Desember	Sore	Pecking pesanan	-	-	Admin & Packing
9 Desember	Sore	Pecking pesanan		Belum ada	Ekspedisi
22 Desember	Sore	Pecking pesanan	Paket produk tidak sampai ke tangan pembeli	Belum ada	Ekspedisi
24 Desember	Sore	Pecking pesanan			Ekspedisi

Tanggal	Waktu	Aktivitas bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung jawab
1 Januari 2024	Siang	Belanja produk	Produk yang dikirimkan tidak sesuai (jumlah tidak sesuai pesanan)	Mengirimkan Kekurangannya kembali	Owner & admin
17 Januari 2024	Siang	Pecking pesanan	-	-	Admin & Packing
22 Januari	Siang	Pecking pesanan	Paket produk	Belum ada	Admin &

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Pendidikan Indonesia*. Diakses dari <https://www.bps.go.id/>
- Drucker, P. F. (2007). *Innovation and Entrepreneurship*. HarperBusiness.
- Firdaus, M. R. (2021, March 3). 10 Ekskul yang Paling Diminati Siswa/i, Kamu Harus Tahu! Bintang Sekolah Indonesia. Retrieved March 25, 2024, from <https://bintangsekolahindonesia.com/pendidikan/ekskul-yang-paling-diminati/>
- Gilang p. (2021). Memahami Tujuan dan Fungsi Pendidikan di Indonesia. Gramedia. Retrieved May 22, 2024, from <https://www.gramedia.com/literasi/tujuan-dan-fungsi-pendidikan-diindonesia/>
- Irawan, I. C. (2020). Analisis E-Marketing terhadap keputusan pembelian konsumen secara online. *Journal of Business and Banking*, 9(Electronic marketing, Internet, Online), 248. 10.14414/jbb.v9i2.1907
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2024). Data Pokok Pendidikan (DAPODIK). Diakses dari <https://dapo.kemdikbud.go.id/>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. John Wiley & Sons.
- Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M. (2018). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*. Cengage Learning.
- Kusnandar, V. B. (2023, July 5). Piramida Penduduk Indonesia 2022, Usia Produktif Mendominasi. Databoks. Retrieved May 22, 2024, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/piramida-penduduk-indonesia-2022-usiaproduktif-mendominasi>
- NielsenIQ. (2022). *Consumer Trends Report Indonesia*. (Akses publik atau ringkasan bisa ditemukan di laporan industri terkait).
- OECD. (2020). *The Digital Transformation of the Education Sector*. OECD Publishing.
- PwC. (2023). *Global Consumer Insights Survey*. (Akses publik atau ringkasan bisa ditemukan di laporan industri terkait).
- Sativa, o., & Andriani. (2023, April 26). Studi tentang seragam sekolah siswa negri 2 kecamatan ranah pesisir. jurnal seni rupa, 12 Nomor 01 januari - juni 2023(pendidikan), 20.
- Setyo, T. (2012, March 11). Perkembangan e-commerce di Indonesia – Universitas Pasundan. Universitas Pasundan. Retrieved May 9, 2024, from https://www.unpas.ac.id/perkembangan_ecommerce-di-indonesia/
- Smith, J., & Johnson, A. (2021). *The Economics of Education Supply Chain*. Journal of Education Economics, 15(2), 123-140.
- Trisilia, M. (2020, --). COVID-19 DAN PERUBAHAN GAYA HIDUP. BINUS UNIVERSITY. Retrieved May 9, 2024, from <https://binus.ac.id/malang/2020/09/covid-19-dan-perubahan-gayahidup/>
- Wong, P. K. (2019). *Entrepreneurship in the Digital Age: Challenges and Opportunities*. Strategic Management Journal, 40(7), 1081-1100.
- Yonatan, A. Z. (2023, October 16). Ada Lebih dari 50 Juta Murid Indonesia di Tahun Ajaran 2023/2024. GoodStats Data. Retrieved March 25, 2024, from <https://data.goodstats.id/statistic/agneszfanyayonatan/ada-lebih-dari-50-juta-murid-indonesia-ditahun-ajaran-20232024-VmWri>