



FIERTE

Manual Book

Di era modern saat ini banyak orang yang memiliki waktu yang sangat sedikit untuk memenuhi keinginannya dikarenakan jam kerja yang tinggi. Tidak hanya waktu saja, kondisi kota yang dipenuhi dengan kemacetan membuat orang-orang seringkali berpikir dua kali untuk membeli sesuatu jika harus keluar rumah. Maka dari itu banyak orang yang lebih memilih untuk berbelanja secara online melalui e-commerce.

Dalam hal *fashion and clothing* di *e-commerce* sering menimbulkan permasalahan dikarenakan tidak ada kontak langsung atau melihat secara langsung baju yang dibeli. Seringkali didapati ketika kita membeli baju secara online yang hanya kita lihat melalui foto saja ketika barang tersebut datang yang terjadi adalah barangnya tidak sesuai harapan kita. Berangkat dari permasalahan tersebut “Fierte” muncul untuk meringankan dan membantu *fashion lovers* untuk mewujudkan keinginan mereka. Fierte sendiri merupakan suatu usaha berbasis aplikasi yang bergerak di bidang fashion dimana para wanita bisa mendesain sendiri dan juga mendapatkan dress dan baju sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

Manual Book diterbitkan dengan tujuan untuk karyawan dapat dengan mudah memahami dalam menangani permasalahan ataupun krisis baik yang sedang terjadi maupun yang akan terjadi. Mulai dari identifikasi masalah hingga dengan bagaimanakah penyelesaian masalah tersebut sesuai masalah yang terjadi agar tetap sesuai dengan strategi serta tujuan dari perusahaan. Manual Book ini dirancang sedemikian rupa agar dapat membantu dan dapat dengan mudah dimengerti dalam menyelesaikan masalah di perusahaan.

Demikian Manual Book ini dimuat.

Kata Pengantar



Daftar Isi

Visi	I
Misi	I
Corporate value	II
Corporate Objectives	II
Business profile	III
Our Quality	IV
Corporate	V
roadmap	V
Crisis Management	VI
Plan Introduction	VII
Basic Plan	VII
Purpose of Plan	VIII
Planning Assumptions	IX
Plan Objectives	IX
Planning Scheme	X
Introduction :What is Crisis?	XI
Crisis type	XI
Crisis Objectives	XII
Assumption of Crisis	XIII
Types of Crisis	XIV

CORPORATE VALUE

Fierte hadir menjadi salah satu trendsetter dalam memberikan kepada masyarakat, terkhususnya perempuan, aplikasi untuk membuat dan mendesain sendiri dress dan baju sesuai dengan keinginan dan ekspektasi mereka dengan kualitas bahan dan penjahitan yang sangat terjamin kebaikannya.

V
I
S
I

Menjadi trendsetter aplikasi clothing design No 1 di Indonesia yang dapat dipercaya dalam pendesign-an dan pembuatan clothing atau baju untuk client

- Memberikan kepada masyarakat kemudahan, keefektifan, keanggunan dan kreativitas produk dalam satu aplikasi
- Menciptakan berbagai macam template desain baju yang terbaik agar orang-orang dapat dengan mudah mendesain baju yang mereka inginkan

M
I
S
I

CORPORATE OBJECTIVES

Membantu para perempuan, khususnya wanita karier, yang tidak memiliki waktu atau terhalangan keadaan untuk memenuhi dan membeli dress atau baju dengan keluar rumah untuk keperluan mereka.

BUSINESS PROFILE

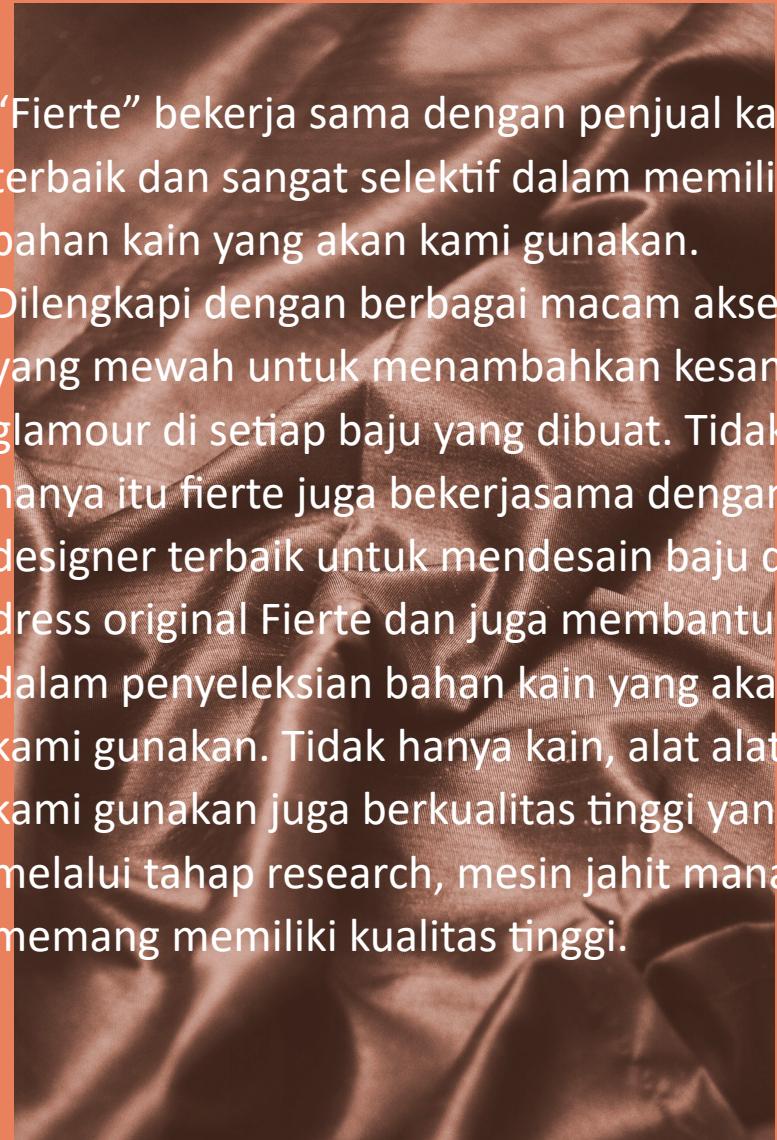
Banyak wanita yang memiliki keinginan untuk membeli baju dan dress baik untuk kepentingan mereka maupun hanya sekedar ingin mendapatkan produk fashion baru namun tidak memiliki kesempatan untuk secara langsung membeli di toko retail atau mall. Ditambah dengan keadaan baru saat ini atau *new normal* yang mengharuskan warga untuk berjaga-jaga satu sama lain semakin memperkuat alasan untuk meminimalisir kegiatan diluar rumah. Fierte hadir untuk menjawab permasalahan tersebut dengan menciptakan aplikasi desain baju dan dress sehingga konsumen dapat mendesain sendiri baju dan dress sesuai dengan keinginan dan ekspektasi mereka. Aplikasi ini dapat diakses kapan saja dan dimana saja karena hanya memerlukan akses internet. Fierte juga menghadirkan fitur template atau kerangka dress sebagai dasar pendesainan agar konsumen tidak kebingungan saat mendesain baju mereka. Setelah itu desain tersebut akan langsung terkirim ke pusat Fierte untuk dimulai proses pembuatan dress setelah buyer melakukan transaksi. Kemudian akan kami mengirimkan dress tersebut sesuai dengan alamat yang telah ditulis oleh buyer sendiri.



Tidak hanya mendesain sendiri baju dan dress, buyer juga bisa membeli baju dan dress original dari Fierte yang didesain oleh designer terbaik yang memang berasal dari jurusan *fashion and design* dan memiliki pengalaman yang banyak di bidang *fashion and design*.

OUR QUALITY

“Fierte” bekerja sama dengan penjual kain terbaik dan sangat selektif dalam memilih bahan kain yang akan kami gunakan. Dilengkapi dengan berbagai macam aksesoris yang mewah untuk menambahkan kesan glamour di setiap baju yang dibuat. Tidak hanya itu fierte juga bekerjasama dengan designer terbaik untuk mendesain baju dan dress original Fierte dan juga membantu dalam penyeleksian bahan kain yang akan kami gunakan. Tidak hanya kain, alat-alat yang kami gunakan juga berkualitas tinggi yang melalui tahap research, mesin jahit mana yang memang memiliki kualitas tinggi.



CORPORATE ROADMAP

2020

Munculnya ide usaha fierte yang bermulai dari tugas kuliah *owner* perusahaan, Sheila Christabel. *Owner* yang memiliki ketertarikan di bidang fashionpun memangun usaha aplikasi fierte ini yang telah beroperasi di kota Malang sebagai kantor pusat dan saat ini sudah memiliki sekitar 100 orang

2020

Target perusahaan selanjutnya adalah membangun kantor cabang di berbagai kota besar seperti Surabaya dan Jakarta agar penjahitan baju dan pengiriman baju menjadi lebih luas dan cepat jangkauannya. Menambahkan pekerja di kantor pusat dan menempatkan pekerja setidaknya

2020

Perusahaan Fierte mulai melebarkan perusahaannya dengan menambahkan jangkauan ke ranah internasional dengan memberikan akses pengiriman ke luar negeri, yang terdekat sebagai awal yaitu Singapore dan Malaysia hingga nantinya akan dibangun kantor cabang dimasing masing negara

2020



BASIC PLAN

Plan Introduction

Dalam menjalankan sebuah bisnis apalagi dalam bidang *fashion and clothing* yang berbasis aplikasi sangat rentan bagi pengusaha mendapatkan krisis. Krisis tersebut dapat mundul dari berbagai macam faktor seperti costumer, para karyawan, bahkan rekan yang bekerja sama dengan perusahaan kita. Krisis juga dapat muncul dari internal perusahaan dan juga bahkan dari *system* aplikasi kita sendiri. Hal tersebut memperlihatkan bahwa krisis dapat muncul kapan saja dengan berbagai macam jenis krisis. Untuk itulah *manual book* ini sangat diperlukan untuk memahami seperti apa strategi atau rencana yang cocok untuk mengatasi masalah – masalah tertentu. Rencana – rencana tersebut akan dipaparkan di poin berikutnya

BASIC PLAN

Purpose of Plan

Tujuan “Fierte” menciptakan plan ini adalah :

Tujuan Internal :

1. Menjaga kualitas produk yaitu dress dan baju dari “Fierte” tetap sesuai dengan ciri khas dan trademark dari “Flerte”
2. Menjaga hubungan baik dengan rekan kerja dengan terus meningkatkan kepercayaan mereka terhadap “Fierte”
3. Menciptakan inovasi – inovasi baru di aplikasi “Fierte” yang akan menunjang elancaran aplikasi tersebut.

Tujuan Eksternal

1. Menyediakan *high quality of service* untuk meningkatkan kepuasan costumer
2. Meminimalisir adanya ketidakpuasan yang dialami oleh costumer
3. Untuk menjaga hubungan baik dengan costumer sehingga tidak kehilangan *main costumer* dari “Fierte”

BASIC PLAN

Planning Assumptions

Krisis mungkin akan terjadi dikarenakan mulai bermunculan tanda tanda kecil adanya krisis. Tim mulai melakukan information gathering seputar krisis yang sekiranya akan terjadi. Lalu dengan menggunakan manual book ini sebagai panduan mulai merancang strategi yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut.

Plan Objectives

Planning disini digunakan untuk meminimalisir adanya tindakan gegabah dalam mengatasi krisis dikarenakan tindakan tersebut dapat berakibat sangat fatal bagi perusahaan. Planning juga digunakan untuk menyusun dengan sempurna strategi yang tepat dalam mengatasi permasalahan tersebut.

BASIC PLAN

Planning Scheme

Mengidentifikasi Masalah

Menggunakan *Manual Book*

Merancang Strategi

Menerapkan Stategi

Mengevaluasi dan
Melakukan Monitoring

CRISIS TYPE

Introduction :What is Crisis?

Crisis mengacu pada situasi tak terduga yang tidak direncanakan atau lebih tepatnya ancaman yang tiba-tiba muncul dari sebuah bisnis entah dari mana. Ini berarti suatu peristiwa yang sangat mengancam stabilitas bisnis. Jika suatu *crisis* telah terdeteksi maka sangatlah penting bagi perusahaan untuk mempertimbangkan dengan baik langkah yang perlu diambil untuk mengatasi *crisis* tersebut. Dalam bisnis seperti ini apalagi “Fierte” bergerak dalam bidang *fashion and clothing* yang berhubungan langsung dengan *costumer* membuat permasalah tidak hanya akan muncul dari internal perusahaan namun juga akan muncul dari eksternal perusahaan.

CRISIS TYPE

Crisis Objectives

Tujuan adanya krisis terjadi di perusahaan adalah untuk megukur seberapa sigap perusahaan menangangi krisis yang terjadi secara tiba – tiba. Adanya krisis juga bertujuan untuk mengukur seberapa efektifnya strategi – strategi yang dikemukakan oleh perusahaan dalam menghadapi krisis tersebut. Selain itu juga adanya krisis bertujuan untuk mengatahui apakah perusahaan membutuhkan perubahan yang signifikan untuk kedepannya.

CRISIS TYPE

Assumption of Crisis

Krisis telah terjadi dan strategi untuk mengatasi krisis tersebut telah diciptakan sedemikian rupa. Sekiranya ternyata strategi belum berjalan dengan efektif maka dilakukan evaluasi dan perbaikan di internal perusahaan yang berhubungan langsung dengan masalah tersebut. Perubahan perlu dilakukan karena strategi belum berjalan dengan baik. Tim juga harus tetap waspada akan adanya krisis yang lain bermunculan

Types of Crisis

Technical-error Product Harm

Error di aplikasi

Adanya kemungkinan aplikasi untuk mengalami error membuat hasil desain dari costumer akan mengalami delay untuk dilakukan proses selanjutnya yaitu penjahitan. Hal ini dapat juga menyebabkan produk yang di jahit mengalami kerusakan

Technical-error Product Harm

Penjahit kurang memperhatikan desain dari costumer

Desain yang telah tersubmit secara otomatis akan diteruskan ke penjahit untuk segera dibuatkan desain tersebut, namun bisa terjadi adanya salah penafsiran oleh penjahit menjadikan baju tersebut sedikit mengalami perbedaan dari desain yang telah

Types of Crisis

Challenge and Human Error Product Harm

Ketidakpercayaan costumer terhadap kualitas produk

Fierte

Dikarenakan bisnis ini berbasi online application sehingga costumer tidak dapat secara langsung memastikan bahan dari kain yang dipakai seperti apa membuat adanya ketidakpercayaan costumer

Challenge

Competitors

Adanya pihak – pihak retail baju yang memiliki brand awareness atau memiliki brand identity yang kuat membuat persaingan untuk Fierte menjadi lebih ketat untuk memperebutkan kepercayaan atau trust dari costumer.

Thank You