KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB I

PENDAHULUAN

A. Ide Bisnis

Ketika berbicara tentang *fashion* seakan tidak pernah ada habisnya untuk diperbincangkan. Setiap manusia pasti membutuhkan *fashion* di kehidupan sehari - harinya di dalam bermasyarakat. Kebutuhan sandang memiliki peranan penting dalam kehidupan manusia disamping pangan dan papan. Selain itu, tuntutan dari pergaulan dan sosialisasi terhadap sesamanya membuat manusia ingin tampil berbeda dari orang lain. Penampilan fisik merupakan hal pertama yang akan menjadi penilaian orang lain terhadap diri kita. Kebutuhan dan keinginan manusia sangat beragam, dari jenis tingkat kepentingan, selera, dan lain-lain. Menurut Abraham Maslow, manusia memiliki lima tingkat kebutuhan hidup yang akan selalu berusaha untuk dipenuhi sepanjang masa hidupnya. Lima tingkatan yang dapat membedakan setiap manusia dari sisi kesejahteraan hidupnya, berdasarkan teori psikologi yang sudah resmi diakui.

Kebutuhan tersebut berjenjang dari yang paling mendesak hingga kebutuhan yang akan muncul dengan sendirinya saat kebutuhan sebelumnya telah dipenuhi. Setiap manusia akan melalui tingkatan tersebut dan berusaha untuk memenuhi kebutuhannya, namun hanya sedikit manusia yang mampu mencapai tingkatan tertinggi dari piramida kebutuhan ini.

Lima tingkat kebutuhan dasar menurut teori Maslow adalah sebagai berikut (tersusun dari yang paling dasar):

1. Kebutuhan Fisiologis

   Contoh : Sandang/pakaian, pangan/makanan, papan/rumah, dan kebutuhan biologis seperti bernafas, buang air besar, buang air kecil.

2. Kebutuhan Keamanan dan Keselamatan

   Contoh : Bebas dari penjajahan, ancaman, rasa sakit, terror.

3. Kebutuhan Sosial

   Contoh : Memiliki teman, keluarga, cinta dari lawan jenis.

4. Kebutuhan Penghargaan

   Dalam kategori ini dibagi menjadi 2 jenis yaitu Eksternal dan Internal:

   - Sub kategori eksternal: Pujian, piagam, tanda jasa, hadiah.
   - Sub kategori Internal lebih tinggi daripada kategori eksternal, pribadi tingkat ini tidak memerlukan pujian atau penghargaan dari orang lain untuk merasakan kepuasan dalam hidupnya.

5. Kebutuhan Aktualisasi Diri

   Semakin hari semakin banyak manusia dengan permintaan akan sesuatu yang baru, unik, yang belum pernah mereka coba. Penulis melihat dari *trend* yang ada saat ini dan didukung Teori Maslow bahwa produk *fashion* adalah peluang yang baik dalam mendirikan sebuah usaha.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 1.1

Data Jumlah Penduduk Jakarta menurut Kelompok Usia dan Jenis Kelamin Tahun 2018

Kelompok Umur	2018 Jumlah Penduduk Provinsi DKI Jakarta Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin		
	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
0-4	461794	444147	905941
5-9	472159	455206	927365
10-14	394643	370999	765642
15-19	355617	354567	710184
20-24	372793	411459	784252
25-29	468262	497588	965850
30-34	523215	508986	1032201
35-39	495643	475638	971281
40-44	429869	412091	841960
45-49	362091	349920	712011
50-54	296955	293992	590947

Sumber: www.Jakarta.bps.go.id diakses pada tanggal 20 November 2019

Penulis melihat pertumbuhan penduduk yang ada, terutama perempuan dari usia remaja sampai orang dewasa sehingga dapat melihat produk yang dibutuhkan masyarakat. Kondisi ini cukup menguntungkan dengan melihat kebutuhan wanita akan produk lebih konsumtif atau mengikuti *trend fashion* terbaru. Wanita menyukai produk yang unik dan beragam seperti tas yang selalu dipakai oleh wanita dimana saja dan kemana saja saat beraktivitas yang berfungsi menunjang penampilan mereka setiap harinya. Selain itu produk tas tidak memiliki ukuran yang spesifik jika dibandingkan dengan produk *fashion* lainnya seperti pakaian, sepatu, dll yang membutuhkan ukuran yang spesifik dari konsumen. Hal inilah yang melandasi ide penulis untuk mengambil peluang bisnis tas *fashion collection* untuk wanita.

Di tambah lagi budaya belanja *online* sudah berbaur ditengah masyarakat yang tidak memiliki banyak waktu berbelanja ke toko fisik dikarenakan kesibukan dalam rutinitas khususnya masyarakat Ibukota Jakarta. Dengan memfokuskan bisnis dibidang *online*, maka target pasar penulis dapat mencakup wilayah seluruh

Indonesia. Dengan bisnis yang berbasis *online* maka ruang lingkupnya akan semakin luas bisa menjangkau lebih banyak calon pembeli dan juga dapat diakses 24 jam oleh siapa saja dan dimana saja. Inilah yang menjadi keuntungan bisnis *online* yang tidak ditemui ditoko fisik yang cenderung memiliki operasional kerja terbatas. Berikut adalah data Proyeksi Penduduk menurut Provinsi tahun 2010-2035 (Ribuan).

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 1.2

Proyeksi Pertumbuhan Penduduk Menurut Provinsi Tahun 2010-2035

	Tahun					
	2010	2015	2020	2025	2030	2035
Aceh	4523.10	5002.00	5459.90	5870.00	6227.60	6541.40
Sumatera Utara	13028.70	13937.80	14703.50	15311.20	15763.70	16073.40
Sumatera Barat	4865.30	5196.30	5498.80	5757.80	5968.30	6130.40
Riau	5574.90	6344.40	7128.30	7898.50	8643.30	9363.00
Jambi	3107.60	3402.10	3677.90	3926.60	4142.30	4322.90
Sumatera Selatan	7481.60	8052.30	8567.90	9000.40	9345.20	9610.70
Bengkulu	1722.10	1874.90	2019.80	2150.50	2264.30	2360.60
Lampung	7634.00	8117.30	8521.20	8824.60	9026.20	9136.10
Kepulauan Bangka Belitung	1230.20	1372.80	1517.60	1657.50	1788.90	1911.00
Kepulauan Riau	1692.80	1973.00	2242.20	2501.50	2768.50	3050.50
Pulau Sumatera	**50860.30**	**55272.90**	**59337.10**	**62898.60**	**65938.30**	**68500.00**
DKI Jakarta	9640.40	10177.90	10645.00	11034.00	11310.00	11459.60
Jawa Barat	43227.10	46709.60	49935.70	52785.70	55193.80	57137.30
Banten	10688.60	11955.20	13160.50	14249.00	15201.80	16033.10
Jawa Tengah	32443.90	33774.10	34940.10	35958.60	36751.70	37219.40
DI Yogyakarta	3467.50	3679.20	3882.30	4064.60	4220.20	4348.50
Jawa Timur	37565.80	38847.60	39886.30	40646.10	41077.30	41127.70
Pulau Jawa	**137033.30**	**145143.60**	**152449.90**	**158738.00**	**163754.80**	**167325.60**
Bali	3907.40	4152.80	4380.80	4586.00	4765.40	4912.40
Nusa Tenggara Barat	4516.10	4835.60	5125.60	5375.60	5583.80	5754.20
Nusa Tenggara Timur	4706.20	5120.10	5541.40	5970.80	6402.20	6829.10
Bali dan Kep. Nusa Tenggara	**13129.70**	**14108.50**	**15047.80**	**15932.40**	**16751.40**	**17495.70**
Kalimantan Barat	4411.40	4789.60	5134.80	5432.60	5679.20	5878.10
Kalimantan Tengah	2220.80	2495.00	2769.20	3031.00	3273.60	3494.50
Kalimantan Selatan	3642.60	3989.80	4304.00	4578.30	4814.20	5016.30
Kalimantan Timur	3576.10	4068.60	4561.70	5040.70	5497.00	5929.20
Pulau Kalimantan	**13850.90**	**15343.00**	**16769.70**	**18082.60**	**19264.00**	**20318.10**
Sulawesi Utara	2277.70	2412.10	2528.80	2624.30	2696.10	2743.70
Sulawesi Tengah	2646.00	2876.70	3097.00	3299.50	3480.60	3640.80
Sulawesi Selatan	8060.40	8520.30	8928.00	9265.50	9521.70	9696.00
Sulawesi Tenggara	2243.60	2499.50	2755.60	3003.00	3237.70	3458.10
Gorontalo	1044.80	1133.20	1219.60	1299.70	1370.20	1430.10
Sulawesi Barat	1164.60	1282.20	1405.00	1527.80	1647.20	1763.30
Pulau Sulawesi	**17437.10**	**18724.00**	**19934.00**	**21019.80**	**21953.50**	**22732.00**
Maluku	1541.90	1686.50	1831.90	1972.70	2104.20	2227.80
Maluku Utara	1043.30	1162.30	1278.80	1391.00	1499.40	1603.60
Kep. Maluku	**2585.20**	**2848.80**	**3110.70**	**3363.70**	**3603.60**	**3831.40**
Papua Barat	765.30	871.50	981.80	1092.20	1200.10	1305.00
Papua	2857.00	3149.40	3435.40	3701.70	3939.40	4144.60
Pulau Papua	**3622.30**	**4020.90**	**4417.20**	**4793.90**	**5139.50**	**5449.60**
INDONESIA	**238518.80**	**255461.70**	**271066.40**	**284829.00**	**296405.10**	**305652.40**

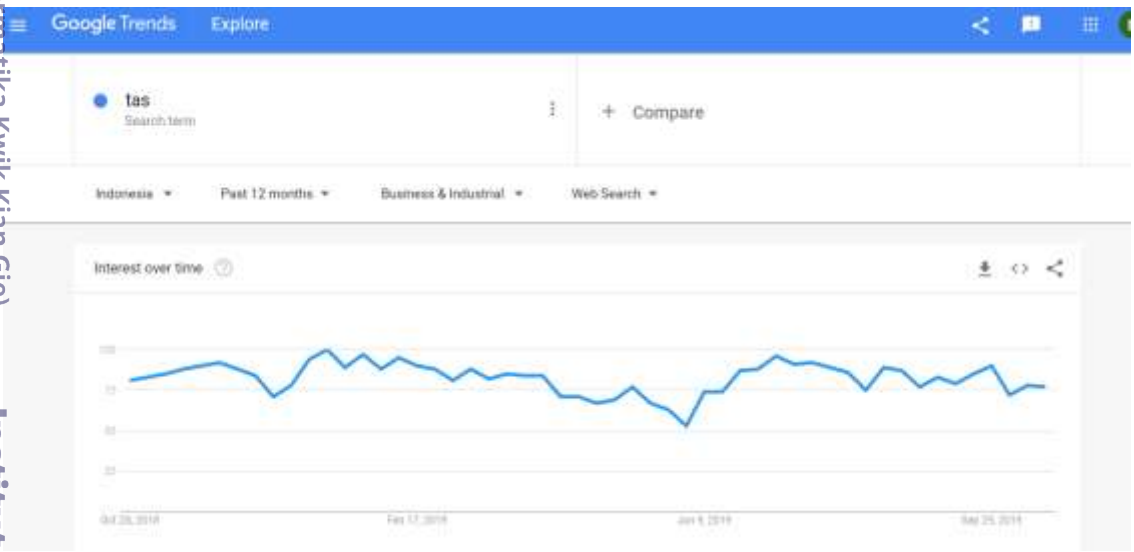
Sumber:https://www.bps.go.id/statictable/2014/02/18/1274/proyeksi-penduduk-menurut-provinsi-2010---2035.html diakses pada tanggal 20 November 2019

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Melalui data diatas penulis melihat peluang dalam memilih usaha secara berkelanjutan karena *fashion* terus berkembang. Dengan pilihan yang semakin beragam bagi masyarakat, penulis menawarkan produk yang berkualitas dan terjamin, harga yang kompetitif dibandingkan dengan para pesaing, akses untuk mendapatkan produk yang mudah melalui *website* serta media sosial dan kemasan produk yang menarik. Diharapkan produk-produk tas yang penulis tawarkan sesuai dengan selera masyarakat. Berikut adalah data pencarian tas di *google.com/trends* di seluruh Indonesia sejak tahun 2018 cenderung stabil dari tahun ke tahun.

Gambar 1.1

Tren Grafik Tas di Indonesia 2018-2019



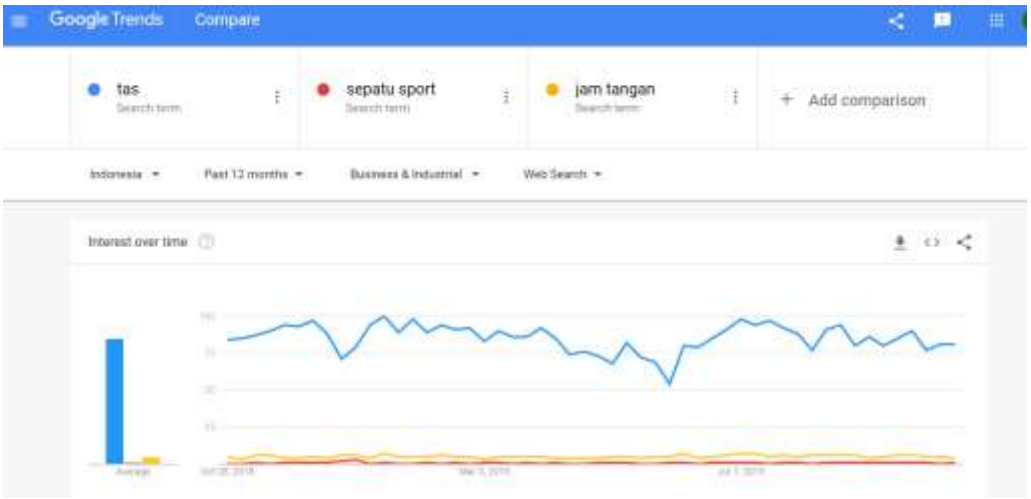
KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 1.2

Tren Grafik Perbandingan

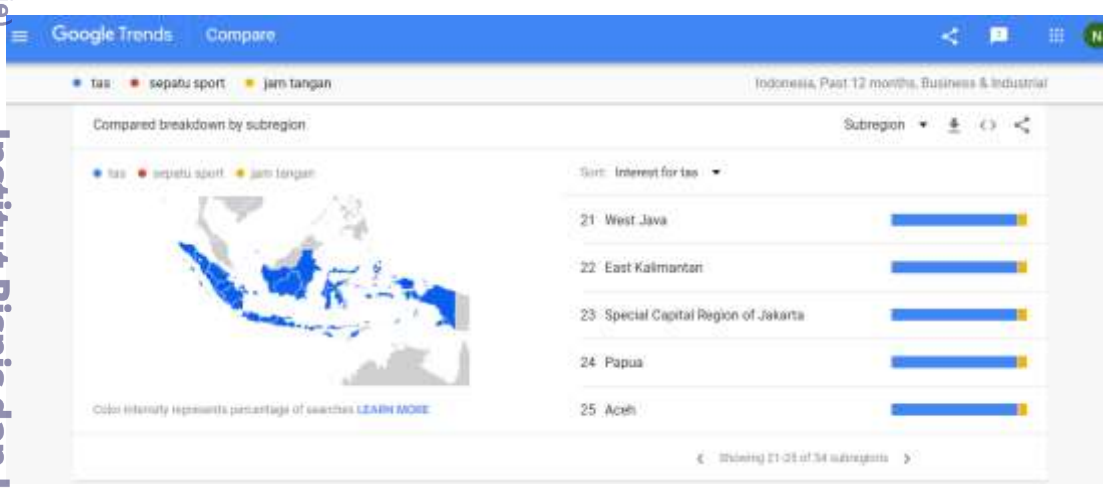
antara Tas, Sepatu *Sport*, Jam tangan 2018-2019



Gambar 1.3

Hasil dari Tren Perbandingan

Tas, Sepatu *Sport*, Jam Tangan di wilayah Indonesia



Sumber: https://trends.google.com/trends/explore?geo=ID&q=tas diakses pada tanggal 20 November 2019

Dari Gambar diatas adanya Grafik terhadap produk tas dan perbandingan produk lain seperti sepatu dan jam tangan dari tahun 2018-2019 yang dapat dilihat

pergerakkan grafik cenderung stabil dan lebih unggul dibandingkan produk lain seperti sepatu *sport* dan jam tangan untuk wilayah Indonesia. *Interest over time* dalam grafik tren adanya angka 0-100 yang mewakili minat masyarakat terhadap produk tas ataupun sepatu dan jam tangan dengan penelusuran yang *relative* terhadap titik tertinggi pada grafik untuk wilayah dan waktu tertentu. Nilai 51-100 adalah puncak popularitas dalam grafik. Nilai 21-50 dinilai masuk rata-rata popular dan skor 0-20 tidak termasuk popular.

B. Gambaran Usaha

Toko *Online* Jual.Bag merupakan sebuah usaha *online* yang bergerak di bidang *fashion*. Toko *Online* Jual.Bag menjual berbagai macam tas dengan berfokus pada daya tahan produk yang tinggi dengan menawarkan berbagai model, warna, ukuran, bahan dengan fungsi tas yang berbeda – beda. Toko *Online* Jual.Bag memiliki target pasar yang mayoritas pembelinya adalah kalangan menengah kebawah sehingga dengan harga yang relatif murah membuat calon pembeli tidak sulit dalam membuat suatu keputusan pembelian. Toko *Online* Jual.Bag menjual produk tas *fashion* langsung kepada konsumen akhir maupun kepada *reseller* dan *dropshipper*.

Selain minat masyarakat yang tinggi akan produk *fashion*, daya tahan produk juga menjadi salah satu alasan Toko *Online* Jual.Bag memilih untuk memasarkan produk *fashion*. Toko *Online* Jual.Bag berfokus pada penjualan secara *online* dikarenakan target pasar *online* sangatlah luas tanpa batas ruang dan waktu serta ditunjang oleh beberapa *platform e-commerce* atau situs jual-beli *online* seperti Tokopedia, Shopee yang semakin berkembang di Indonesia dalam mewadahi dan memfasilitasi para UMKM di Indonesia yang ingin mengembangkan bisnisnya ke

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

arah *online*. Penulis juga akan mengaktifkan seluruh media sosial yang ada di dalam upaya pemasaran produk seperti media Instagram, Facebook, Line@ dan Whatsapp Business yang digunakan mayoritas masyarakat penduduk Indonesia.

1. Bidang usaha

Toko *Online* Jual.Bag merupakan sebuah usaha dalam bidang usaha *fashion* yang menjual berbagai macam model, tipe, warna, merek, bahan tas yang berbeda. Produk tas yang tersedia diutamakan untuk wanita.

2. Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan

a. Visi Perusahaan

Sebuah bisnis didirikan harus dengan tujuan dan apa yang ingin kita capai. Menurut Fred R.David dan Forest R. David (2017:38) pernyataan visi harus menjawab pertanyaan dasar, yaitu "kita akan menjadi seperti apa?".

Visi dari Toko *Online* Jual.Bag yaitu menjadikan Toko *Online* Jual.Bag sebagai tas *fashion online* wanita terbaik diseluruh Indonesia.

b. Misi Perusahaan

Misi menurut David dan David (2017:38) adalah: "sebuah pernyataan maksud yang membedakan satu organisasi dari organisasi-organisasi lain yang serupa, pernyaataan misi (*mission statement*) adalah sebuah deklarasi tentang alasan keberadaan suatu organisasi. Pernyataan misi menjawab pertanyaan paling penting, "Apakah bisnis kita?" Pernyataan misi yang jelas sangat penting untuk menetapkan tujuan dan merumuskan strategi."

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Misi dari Toko *Online* Jual.Bag:

1. Menjaga kualitas tas sesuai dengan standar harga yang diberikan
2. Menjaga kepercayaan konsumen dengan memberikan garansi produk
3. Menjual produk berdasarkan tren *fashion* yang *uptodate*

c. Tujuan Perusahaan

Setiap perusahaan yang dijalankan sebuah bisnis pasti akan memiliki sebuah tujuan yang ingin dicapai. Menurut Ronald J.Ebert dan Ricky W.Griffin (2015:181), setiap perusahaan memiliki tujuan jangka pendek, tujuan jangka menengah maupun tujuan jangka panjang.

Tujuan jangka pendek Toko *Online* Jual.Bag adalah mengenalkan model tas yang berbeda dari tas yang sudah ada kepada masyarakat di Indonesia dan memperoleh keuntungan setiap bulannya. Tujuan jangka menengah Toko *Online* Jual.Bag adalah mempertahankan loyalitas pelanggan tehadap produk tas yang dijual. Tujuan jangka panjang Toko *Online* Jual.Bag adalah mengembangkan pangsa pasar sampai keluar negeri dengan menyediakan pelayanan *shipping worldwide.*

C. Besarnya Peluang Bisnis

Peluang usaha merupakan kesempatan yang tepat dan seharusnya dimanfaatkan bagi seorang calon wirausaha maupun wirausahawan untuk memperoleh keuntungan. Dengan kerja keras dan keberanian untuk mengambil risiko maka peluang yang ada akan menghasilkan pengalaman dan pendapatan dari yang dikerjakan.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Bisnis yang dijalankan secara *online* dengan menggunakan teknologi terhadap penjualan dan pembelian dilakukan dengan menggunakan media sosial. Bisnis *online* memiliki peluang yang cukup besar dimasa kini dan dimasa mendatang dengan adanya keinginan masyarakat terhadap kepraktisan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhannya. Untuk itu kami membuat bisnis *online* dengan harapan :

1. Dapat memenuhi kebutuhan pelanggan tanpa harus berbelanja ke toko fisik dengan memperoleh kualitas yang sama sehingga timbulnya rasa percaya terhadap produk *online*
2. Dapat memberikan lapangan pekerjaan kepada pihak lain tanpa terikat seperti dropshiping, reseller dll.
3. Menarik perhatian para masyarakat golongan menengah kebawah untuk memulai bisnis *e-commerce.*

D. Kebutuhan Dana

Dalam menjalankan suatu bisnis tentu diperlukan modal yang tidak sedikit. Modal yang dibutuhkan telah mencakup biaya peralatan, biaya perlengkapan, biaya untuk melakukan investasi barang yang akan dijual, biaya sewa bangunan, biaya promosi, serta cadangan kas. Penulis telah memperhitungkan kebutuhan dana untuk memulai usaha *online shop* ini. Kebutuhan dana yang digunakan merupakan dana bantuan dari orang tua dan dana pribadi sebesar Rp 32.000.000,00,- (tiga puluh dua juta rupiah). Berikut adalah kebutuhan dana yang diperkirakan penulis.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 1.3

Kebutuhan Dana Toko *Online* Jual.Bag pada Tahun Pertama

(dalam satuan Rupiah)

Perkiraan Investasi Awal	
AKTIVA LANCAR	
Kas	2.478.600
Perlengkapan	7.256.400
Total Aktiva Lancar	**9.735.000**
AKTIVA TETAP	
Sewa Tempat Usaha	12.000.000
Peralatan	10.265.000
Total Aktiva Tetap	**22.265.000**
Total Kebutuhan Dana	**32.000.000**

Sumber: data diolah Toko *Online* Jual.Bag

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.