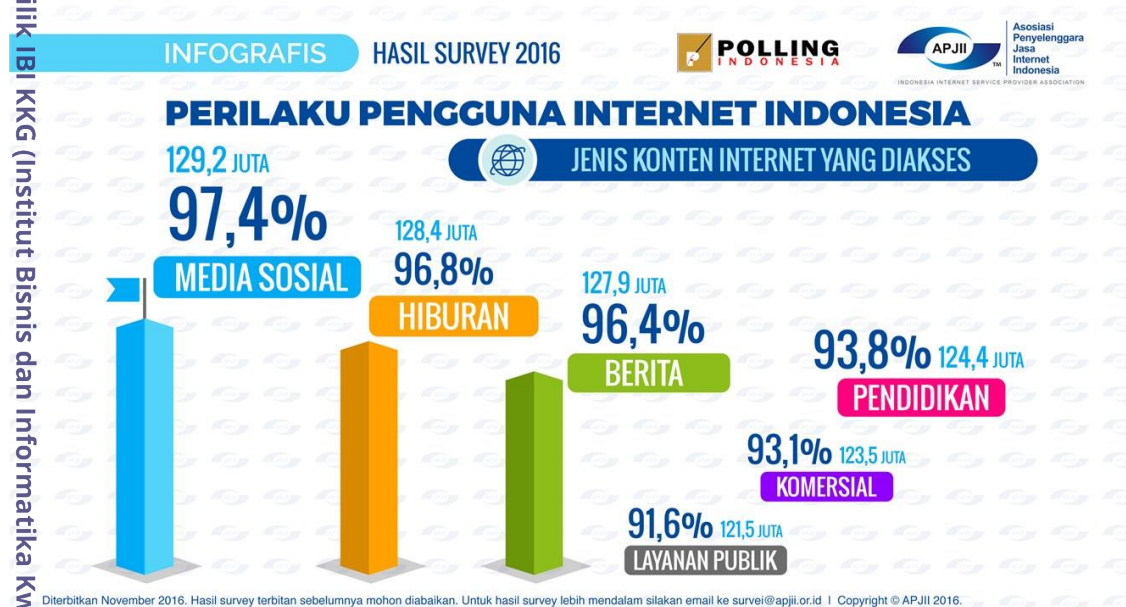




mencari panutan dalam hidupnya. Berikut adalah jenis konten internet yang diakses oleh masyarakat Indonesia.

Gambar 1.1
Perilaku Pengguna Internet Indonesia



Sumber: nextdigitalmarketer.com

Atas fenomena tersebut, muncul sebuah profesi baru yang belum pernah terpikirkan sebelumnya, yaitu *Social Media Influencer*. Banyak generasi milenial yang berlomba-lomba ingin menjadi seorang “*influencer*” dan menjadi seseorang yang “*productive*”. Dewasa ini banyak remaja yang tinggal di Jakarta dan kota besar lainnya memiliki tingkat produktivitas yang tinggi. Di tengah kemacetan yang sering terjadi, mendorong mereka untuk memilih transportasi online berupa kendaraan bermotor untuk berpindah dari suatu tempat ke tempat lainnya untuk keperluan “*meeting*”. Dengan kata lain, hampir semua kegiatan mereka ialah bertatap muka dengan orang lain. Sehingga tuntutan untuk tampil dengan rapi dan indah bisa menjadi sebuah keharusan bagi setiap orang, terutama untuk wanita.



Kiyonae Pocket Perfume mampu menjadi solusi akan kebutuhan tersebut, khususnya bagi wanita. Karena ukurannya yang kecil dengan volume 25mL dengan tujuan agar mudah dibawa oleh konsumen kemana – mana, baik untuk kegiatan sehari-hari ataupun untuk *travelling*. Dan penulis melihat media sosial sebagai peluang yang bagus untuk memasarkan *Kiyonae Pocket Perfume*. Pemilihan media promosi ini atas dasar beberapa pertimbangan, yaitu biaya promosi yang murah dan tidak memerlukan biaya sewa tempat usaha.

Ide bisnis ini dipilih karena keluarga dari sahabat dekat penulis merupakan distributor parfum di Indonesia dan Malaysia sehingga memudahkan penulis dalam proses input produksi.

B. Tujuan dan Bidang Usaha

Penentuan tujuan sangat penting untuk keberhasilan suatu bisnis, dikarenakan dengan penetapan tujuan yang tepat maka seorang pebisnis bisa mengevaluasi dan merencanakan strategi bisnis yang tepat dan efektif, serta sebagai alat motivasi dan pengendalian.

Menurut David (2015:11) tujuan atau *objectives* dapat didefinisikan sebagai hasil spesifik yang berusaha dicapai oleh organisasi dalam mengejar misi dasarnya. Tujuan terdiri dari dua jenis yaitu tujuan jangka pendek (*short-term objectives*) dan tujuan jangka panjang (*long-term objectives*).

Tujuan jangka pendek *Kiyonae Pocket Perfume* adalah sebagai berikut.

1. Menawarkan produk yang berkualitas bagi konsumen.
2. Memberikan pelayanan yang baik untuk kepuasan pelanggan.

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Menjaga hubungan dengan konsumen agar tetap terus loyal terhadap brand *Kiyonae*.

4. Meningkatkan penjualan agar target penjualan yang ditetapkan tercapai.
5. Terus melakukan inovasi dari produk yang ada.

Adapun tujuan jangka panjang *Kiyonae Pocket Perfume* adalah melakukan ekspansi bisnis baik skala ukuran perusahaan dan target pasar.

Besarnya Peluang Bisnis

Peluang bisnis parfum bisa dikatakan sangat menguntungkan. Bisa dilihat dari perubahan perilaku masyarakat dan perubahan budaya, dimana masyarakat sekarang cenderung suka pamer akan apapun yang dimilikinya dan sangat peduli akan penampilannya. Individu yang dituntut untuk bertatap muka dengan orang lain dan beraktivitas secara padat setiap harinya, cenderung memilih *pocket perfume* untuk mereka bawa sepanjang harinya. *Kiyonae Pocket Perfume* percaya diri mampu menjadi solusi akan masalah tersebut, karena sesuai dengan namanya yaitu “*pocket perfume*” memiliki kemasan dengan ukuran yang kecil sehingga mudah untuk dibawa kemana-mana.

Walaupun sudah banyak pesaing yang menjual parfum, namun saat ini merek parfum yang beredar di Indonesia dengan *branding* sebagai “*pocket perfume*” masih sangat jarang ditemukan. Tak hanya itu, *Kiyonae Pocket Perfume* akan mengutamakan produk yang berkualitas tinggi, dengan kemasan yang lucu sehingga mampu menarik pelanggan.



D. Identitas Perusahaan

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dalam menyusun suatu rencana bisnis, pemilihan nama merupakan salah satu langkah penting karena nama akan dikenal sebagai *brand* atau merek. *Brand* dapat menjadi suatu nilai tambah bagi suatu produk atau jasa dan dapat menjadi pertimbangan utama bagi konsumen dalam membeli sesuatu. Dengan merek yang kuat, *positioning* terhadap konsumen dapat dilakukan dengan mudah. Menurut Kotler & Armstrong (2014:266), merek mewakili persepsi dan perasaan konsumen terhadap suatu produk dan kinerjanya.

Nama “Kiyonae” dipilih sebagai nama dari usaha produk parfum, dimana “Kiyonae” sendiri berasal dari bahasa Jepang yaitu “*Kichōna*” dengan pelafalan “Kichyona” yang memiliki arti “berharga”. Sedangkan “Kiyonae” dalam bahasa Korea memiliki arti “peran serta saya”. Jadi, “*Kiyonae Pocket Perfume*” memiliki peran untuk mendukung konsumennya dalam menyempurnakan penampilan karena penulis percaya bahwa setiap wanita diciptakan sangat berharga.

Berdasarkan analisis di atas, penulis menetapkan data perusahaan sebagai berikut:

1. Nama Perusahaan : Kiyonae Pocket Perfume
2. Bidang Usaha : Produk
3. Alamat Usaha : Jalan Jaksa nomor 21-23 Menteng Jakarta Pusat
4. Kepemilikan Usaha : Perseorangan

Pemilik usaha merupakan salah satu orang yang berperan penting dalam menentukan kemajuan bisnisnya. Pendidikan, pengetahuan, dan pengalaman merupakan salah satu faktor terpenting dalam mendirikan dan menjalankan

usahanya agar usaha tersebut dapat terus mengalami pertumbuhan dan perkembangan.

C

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Berikut adalah data diri pribadi pemilik usaha “*Kiyonae Pocket Perfume*”.

- | | | |
|----|----------------------|--|
| 1. | Nama | : Jesslyn Larissa |
| 2. | Jenis Kelamin | : Perempuan |
| 3. | Tempat/Tanggal Lahir | : Lubuklinggau / 02 April 1996 |
| 4. | Alamat Rumah | : Jalan Jaksa nomor 21-23 Menteng, Jakarta |
| | Pusat | |
| 5. | No HP | : 081287453306 |
| 6. | Email | : jesslynjhon@yahoo.com |
| 7. | Pendidikan Terakhir | : Sekolah Menengah Atas |

F.

Kebutuhan Dana

Untuk merealisasikan sebuah rencana bisnis tentu pasti dibutuhkan dana atau modal sebagai investasi awal. Dana tersebut diklasifikasikan atas dasar aktiva tetap berwujud seperti bangunan, peralatan, dan lain sebagainya, aktiva tetap tidak berwujud seperti hak paten, lisensi, biaya pendirian, dan selain aktiva berwujud dan tidak berwujud dana kebutuhan juga termasuk di dalamnya adalah modal kerja atau semua investasi yang diperlukan untuk aktiva lancar seperti kas dan persediaan. Berikut adalah rincian dari kebutuhan dana yang dibutuhkan oleh *Kiyonae Pocket Perfume*.

Tabel 1.1

Kebutuhan Dana

Kiyonae Pocket Perfume

No	Keterangan	Kebutuhan Dana (Rupiah)
1	Kas Awal	6.024.330
2	Biaya Peralatan	28.894.000
3	Biaya Perlengkapan	2.149.300
4	Biaya Pembuatan Parfum	23.200.000
5	Biaya Pemasaran	3.000.000
Total		62.967.630

Sumber: *Kiyonae Pocket Perfume*

Penulis memutuskan untuk memilih sumber pendanaan dari orang tua dikarenakan dari segi pertimbangan peminjaman dan pengembalian, pinjaman ini merupakan pilihan yang paling mudah dan murah. Mudah karena tidak diperlukan tata cara rumit seperti perjanjian utang-piutang maupun adanya penjaminan aset serta sistem cicilan yang dapat dinegosiasikan. Jenis pinjaman ini tergolong murah dikarenakan tidak adanya beban biaya bunga yang akan menambah pengeluaran usaha.

© 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.