KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB I

PENDAHULUAN

A. Ide Bisnis

Perkembangan produk fesyen di Indonesia belakangan ini semakin pesat. Tidak hanya tas buatan luar negeri saja yang diminati para konsumen, banyak pelaku bisnis lokal yang mulai bermunculan dan menguasai pasar lokal maupun internasional.

Kebutuhan manusia akan fesyen semakin maju seiring dengan berkembangnya Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni (IPTEKS), sehingga para pelaku bisnis terutama di bidang fesyen melihat adanya peluang untuk menciptakan produk-produk fesyen yang lebih inovatif dan kreatif.

Fesyen adalah gaya berpakaian yang digunakan setiap hari oleh seseorang, baik dalam kehidupan sehari-harinya ataupun pada saat acara tertentu dengan tujuan untuk menunjang penampilan. Industri fesyen di Indonesia saat ini sudah cukup maju dan menjanjikan. Munculnya para desainer fesyen lokal yang memiliki pola kreativitas yang mengutamakan inovasi sehingga mempunyai daya jual yang tinggi. Hal tersebut membuat merek fesyen lokal belakangan ini semakin tumbuh pesat dan mempunyai nama di mata para konsumennya.

Adapun bermacam-macam produk fesyen seperti tas, sepatu, jam tangan, pakaian, dan lain-lain. Ide bisnis yang dipilih penulis untuk dijadikan perencanaan bisnis dalam bidang fesyen yaitu tas. Hal ini dikarenakan produk tas merupakan kebutuhan banyak orang dalam menjalankan aktifitas sehari-hari. Setiap individu pasti membutuhkan tas untuk pergi ke kantor, sekolah, pusat perbelanjaan maupun *travelling* untuk menempatkan barang-barang yang dibawa sepanjang hari. Selain itu, tas merupakan suatu kebutuhan yang diperlukan

mahasiswa, mahasiswi, karyawan, maupun orang yang suka berpergian jauh. Sehingga, terdapat banyak peluang usaha yang bisa digarap oleh penulis.

Namun salah satu masalah yang dihadapi para calon konsumen adalah menemukan tas yang memiliki bahan kualitas yang baik dan tahan lama dengan harga yang terjangkau. Target pasar bisnis Tas *Trendy* adalah konsumen yang berusia 15 tahun sampai 35 tahun. Pada rentan usia tersebut , para konsumen sudah *familiar* untuk berbelanja lewat berbagai *e-commerce* dan lebih memperhatikan penampilan mereka. Berikut adalah data mengenai pertumbuhan populasi pria dan perempuan di DKI Jakarta.

Tabel 1.1

Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin

di Provinsi DKI Jakarta Tahun 2015

Kelompok Umur	Jenis Kelamin		
	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1	2	3	4
0–4	481 928	464 027	945 955
5–9	435 741	411 376	847 117
10–14	373 937	356 706	730 643
15–19	346 116	360 434	706 550
20–24	418 901	464 982	883 883
25–29	524 940	524 826	1 049 766
30–34	534 321	509 726	1 044 047
35–39	475 756	451 364	927 120
40–44	400 602	380 792	781 391
45–49	333 996	323 266	657 262
50–54	267 070	267 752	534 822
55–59	202 998	206 394	409 392
60–64	141 660	142 420	284 080
65+	177 391	198 502	375 893
Jumlah	**5 115 357**	**5 062 567**	**10 177 924**

Sumber : bps.go.id

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Data diatas menunjukkan bahwa jumlah populasi laki-laki dan perempuan umur :

15-19 tahun (6,94 %)

20-24 tahun (8,68 %)

25-29 tahun (10,31%), dan

30-35 tahun (10,25%)

Target konsumen umur 15-35 tahun adalah 36,18 % dari seluruh penduduk laki-laki dan perempuan di Provinsi DKI Jakarta (2015).

Pada saat penulis mendalami tentang asal mula tas, penulis menemukan sejarah tas yang unik. Sejarah awal mula tas berawal pada jaman prasejarah, dimana tas yang terbuat pada saat itu masih menggunakan kulit dan kayu sebagai bahan dasarnya. Tas yang terbuat dari kulit dipergunakan untuk membawa bahan makanan, sedangkan yang terbuat dari kayu biasanya untuk membawa batu atau kayu potong.

Pada abad ke-14 ini pula tas digunakan untuk menyimpan benda berharga, seperti jam, kitab, dan perhiasan lainnya. Pada masa ini rata-rata tas memiliki tali yang panjang serta digantungkan pada korset. Panjang tali tas pada masa itu disesuaikan pada gaya hidup pemakainya. Kaum perempuan pada abad itu menyukai gaya tali yang disebut "tasques".

Mulai pada tahun 1960-an sampai sampai sekarang tas semakin ke gaya yang lebih anak muda, dan juga *material* yang dipakai menjadi lebih beragam. Seperti *material denim* yang mungkin akan dipakai produk tas ALBAGZ.

Awalnya penulis hanya mengetahui satu jenis kain yaitu jenis *Polyester*. Jenis ini bisa digunakan untuk membuat tas ransel, tas laptop dan beberapa jenis tas jinjing lainnya yang berkapasitas banyak. Salah satu alasan jenis *Polyester* dipilih oleh kebanyakan orang

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

adalah selain ketebalannya, *polyester* juga lebih tahan terhadap berbagai bakteri, *water resistant* dan tidak mudah kusut atau melar. Tidak hanya itu saja, kelebihan lain dari bahan ini adalah ketahanannya pada proses kimia *dry cleaning* serta pelarut organik.

Setelah menentukan usaha yang akan dijalankan oleh penulis, kesulitan penulis lainnya adalah penciptaan logo. Penulis menghabiskan cukup banyak waktu dan pikiran untuk menciptakan logo usahanya namun penulis malah merasa tertantang untuk terus maju dan menghasilkan yang terbaik. Penulis merasa bahwa tanpa kegagalan yang dialaminya, penulis tidak akan menemukan logo yang bisa sesuai dan pas dengan selera penulis.

B. Tujuan dan Bidang Usaha

ALBAGZ diciptakan untuk memenuhi kebutuhan orang yang ingin tampil *trendy* saat menggunakan tas. Salah satu kendala bagi orang yang mencari tas *trendy* adalah tas yang sesuai selera gaya anak muda. ALBAGZ berusaha untuk menyediakan tas berpergian dengan harga yang terjangkau dan *trendy*.

Tas yang ditawarkan oleh ALBAGZ adalah tas yang berbahan kain kanvas. Produk yang terbuat dari bahan kanvas baik itu pakaian maupun tas, akan terlihat lebih bagus dan lembut. Selain menjual tas dengan gaya selera anak muda, ALBAGZ menawarkan warna yang diinginkan konsumen dengan syarat ketentuan berlaku. Penggantian warna hanya bisa dilakukan apabila warna dasar dari ciri khas merek ALBAGZ tidak diubah.

Target penjualan ALBAGZ adalah 70% dari *online* sehingga ALBAGZ akan berfokus melakukan promosi secara *online*. Sedangkan *offstore* akan menggunakan teknik *standing store*. *Standing store* adalah kegiatan mengikuti bazar yang ada sehingga

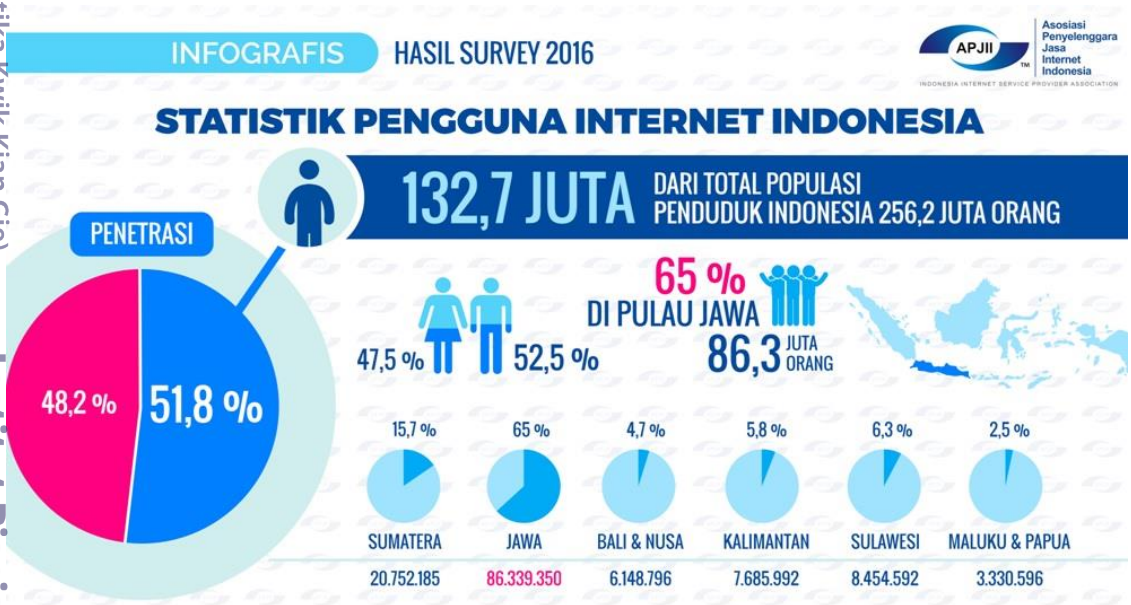
KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

ALBAGZ mampu memperluas *brand awareness* dan mengenali daerah-daerah mana yang memiliki potensi permintaan produk paling besar.

Fokus utama ALBAGZ adalah penjualan lewat pemasaran internet. Selain biaya yang murah bagi ALBAGZ untuk *start-up* bisnis, dengan pemasaran internet ALBAGZ dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dengan membuat web maupun menggunakan internet lokal seperti sosial media dan promosi online. Pemesanan secara *online* perlu didukung dengan layanan seperti *delivery* seperti JNE, TIKI dan metode pembayaran dengan menggunakan *E-payment*.

Gambar 1.1

Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2016



Sumber : indotelko.com

Dari gambar diatas, jumlah pengguna internet di Pulau Jawa adalah yang terbesar yaitu mencapai 65% dari 1.327.000.000 orang di Indonesia.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Pada tahap selanjutnya, ALBAGZ akan fokus memasarkan produknya menggunakan metode *offstore* di wilayah Jakarta khususnya di pusat perbelanjaan yang sedang mengadakan *event* kemudian ALBAGZ baru akan melebarkan sayapnya ke wilayah Jabodetabek bahkan sampai luar pulau Jawa.

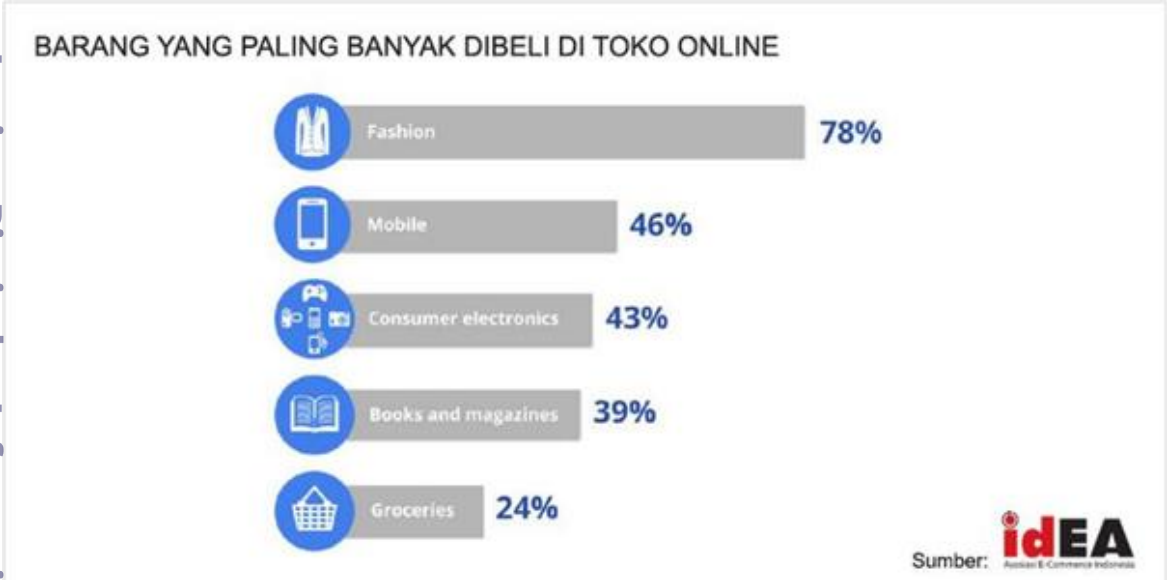
C. Besarnya Peluang Bisnis

Saat ini minat masyarakat terhadap penampilan diri mereka sudah semakin meningkat. Kita dapat menemukan banyak penjual di bidang *fashion*, terutama di toko online.

Bisa dibilang bahwa usaha *fashion* ini cukup menjanjikan karena masih banyaknya peluang yang tersedia bagi penulis untuk menjual produknya khususnya di Jabodetabek. Minat masyarakat terhadap produk *fashion* dapat dilihat pada gambar 1.2 dibawah ini.

Gambar 1.2

Produk yang Paling Diminati di Toko Online



Sumber : idea.or.id

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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa minat masyarakat terhadap produk *fesyen* memiliki nilai paling tinggi yaitu 78% dari *online shopping.* Bukti ini semakin dikuatkan dengan semakin banyaknya jumlah *e-commerce* yang semakin meningkat seperti Tokopedia, Bukalapak, Lazada, dan lain-lain. Alasan ini juga yang membuat ALBAGZ terlebih dahulu fokus menjual produknya secara *online* karena masih begitu banyak pangsa pasar yang bisa didapat jika menggunakan sistem *online*.

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa peluang ALBAGZ untuk memasarkan produknya sangatlah besar mengingat minat masyarakat terhadap produk fashion begitu besar.

D. Identitas Perusahaan

Disini penulis akan menguraikan secara rinci mengenai nama perusahaan, alamat perusahaan, nama pemilik perusahaan dan alamat tempat tinggal pemilik, yaitu sebagai berikut:

1. Nama dan Alamat Perusahaan

1. Nama Perusahaan	: ALBAGZ
2. Bidang Usaha	: *Fashion*
3. Jenis Produk	: Tas
4. Alamat Perusahaan	: Kalideres, Jakarta Barat
5. Instagram	: Albagz.Ind
6. Facebook	: Albagz.Ind
7. E-mail	: AlbagzIndo@gmail.com
8. Bentuk Badan Hukum	: Perseorangan

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
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

2. Nama dan Alamat Pemilik Perusahaan

1. Nama : Alvin Citra
2. Tempat, Tanggal Lahir : Medan, 05 April 1996
3. Alamat Rumah : Puri Permata Mediterania
4. Telepon : 0812 9938 5000
5. E-mail : alvincitra021@gmail.com

ALBAGZ merupakan bisnis yang yang termasuk dalam industri *fashion* dengan tujuan untuk memperoleh laba dan menyediakan kebutuhan produk tas dengan beragam model dan warna untuk konsumen. Menurut American Marketing Association dalam buku Kotler dan Kevin Lane Keller (2013:258) :

"Merek adalah sebuah nama, istilah, tanda, simbol, desain, atau kombinasi dari hal - hal tersebut yang dimaksudkan untuk mengindentifikasikan barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan mereka dari para pesaing."

E. Kebutuhan Dana

Modal awal yang digunakan untuk usaha ALBAGZ ini bisa dibilang tidak terlalu besar, karena usaha ini tidak dibuka dalam bentuk gedung atau ruko. Penulis hanya menggunakan *booth* kecil yang digunakan dalam mengikuti berbagai *Event* yang tentunya bisa diikuti oleh ALBAGZ.

Penulis ingin fokus pada *brand awareness* merek sehingga mengikuti setiap *event* yang ada, dimana memiliki biaya yang jauh lebih murah daripada menggunakan media iklan dan dengan mengikuti *event*, ALBAGZ mampu berinteraksi secara langsung dengan pelanggannya.

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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Selain faktor tersebut, menyewa sebuah ruko ataupun gedung akan mengeluarkan biaya yang jauh lebih besar daripada menggunakan sebuah *booth*.

Perhitungan dana awal yang akan dibutuhkan untuk pembukaan ALBAGZ adalah sebagai berikut.

Tabel 1.2

Dana Awal "ALBAGZ"

Keterangan	Harga (Rp)
Kas Awal	9.222.500
Modal Awal	184.450.000
Biaya pembelian tas dari pemasok (2730 unit x Rp 60.000)	163.800.000
Biaya sewa ruang per bulan	1.500.000
Biaya sewa stand (30 hari x Rp 100.000)	3.000.000
Biaya peralatan	11.967.000
Biaya perlengkapan	4.183.000
Total	**378.122.500**

Sumber: diolah oleh ALBAGZ

Dilihat pada tabel 1.2, dana awal yang dibutuhkan untuk memulai usaha ALBAGZ adalah Rp 378.122.500,- yang tidak tergolong sebagai usaha besar. ALBAGZ akan memulai usahanya dengan modal yang kecil dan berharap di kemudian hari bisa memperluas usaha tas ini.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie