



## BAB I PENDAHULUAN

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

### A. Ide Bisnis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Perkembangan teknologi Internet serta perkembangan *mobile technology* saat ini sangatlah pesat. Hal ini membentuk kebiasaan, kebudayaan serta membuka peluang baru. Salah satu bentuknya adalah media sosial. Media Sosial atau dalam bahasa Inggris *social media* adalah sebuah media daring, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wikipedia, forum dan dunia virtual. Blog dan jejaring social seperti *facebook*, *twitter*, *path* dan *Instagram* merupakan bentuk media sosial yang paling umum dan banyak digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Dengan hadirnya media sosial ini, masyarakat jadi lebih mudah mengekspresikan dirinya, melakukan *networking*, membentuk komunitas, berkolaborasi dalam sebuah kegiatan, maupun menjalankan bisnis.

Bisnis *online* telah menjadi perhatian utama dalam kegiatan perdagangan saat ini. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya perusahaan *e-commerce* dan toko online yang muncul. Tidak sedikit pula perusahaan besar yang memindahkan lebih dari setengah *budget marketingnya* untuk melakukan promosi besar-besaran di dunia digital khususnya media sosial *facebook* dan *instagram*. Mengapa *facebook* dan *instagram*? Karena *facebook* dan *Instagram* merupakan media sosial yang paling banyak diakses oleh masyarakat khususnya masyarakat Indonesia. Pengguna Facebook di Indonesia menyumbang lebih dari 100 juta pengguna dari total dua miliar pengguna aktif di dunia. Jumlah pengguna Facebook pada 2016 hanya 82 juta pengguna per bulannya,

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



sekarang sudah mencapai 115 juta pengguna per bulannya. Begitu pula halnya dengan Instagram yang sampai saat ini jumlah penggunanya mencapai 45 juta per bulan. Hal ini membuat pertumbuhan pengguna Instagram di Indonesia merupakan yang terbesar di Asia Pasifik. (sumber: inet.detik.com, diambil pada tanggal 18 Desember 2017)

Melonjaknya pengguna media sosial menjadi peluang yang sangat baik untuk melakukan kegiatan promosi maupun penjualan. Ditambah lagi kebiasaan masyarakat yang selalu mengecek *smartphone*-nya di mana saja, kapan saja dan pada situasi apapun mulai dari bangun tidur hingga kembali tidur. Kebiasaan ini semakin memperbesar peluang masyarakat untuk melihat promosi dalam bentuk apapun yang dilakukan perusahaan. Hal ini perlahan-lahan mulai mengubah metode pemasaran dan penjualan para pelaku bisnis di Indonesia dikarenakan biaya yang dikeluarkan lebih sedikit serta lebih efisien dan sangat efektif. Misalnya, dulu perusahaan X harus mencetak baliho, poster, katalog dan hal sejenisnya untuk melakukan promosi. Anggaphlah perusahaan X harus mengeluarkan 1 milyar untuk biaya percetakan, sewa billboard dan tenaga kerja 50 orang (penyebar brosur, pemasang baliho,dll). Media promosi ini tentu disebarakan atau dipasang di daerah tertentu saja sehingga masyarakat di daerah lain tidak dapat melihatnya. Sebaliknya jika perusahaan X melakukan promosi melalui media sosial, dengan biaya 1 miliar itu, perusahaan bisa menjangkau seluruh Indonesia bahkan sampai ke mancanegara. Tidak perlu membuang-buang waktu untuk menunggu proses pencetakan, promosi di media sosial dapat dilakukan dalam sekian detik saja. Konten yang menarik seperti film pendek, animasi dan video kreatif lebih diminati masyarakat sehingga minat masyarakat akan lebih besar dan pesan yang ingin disampaikan juga dapat di serap masyarakat dengan maksimal.

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.



Melalui permisalan ini, dapat disimpulkan bahwa promosi melalui media sosial saat ini sangatlah penting dan lebih efisien di semua aspek bisnis.

Untuk melakukan promosi melalui media sosial, dibutuhkan ide-ide kreatif untuk menciptakan konten yang unik dan dapat mengambil perhatian masyarakat. Konten adalah isi yang berada dalam suatu wadah (media sosial). Konten dalam media sosial berupa tulisan, gambar, audio dan video yang di sampaikan dalam media sosial tersebut. Tentu saja kualitas pelayanan dan produk adalah penting, namun konten yang bagus dan menarik mempunyai daya jual tersendiri di mata *netizen* (pengguna media sosial). Dimasa peralihan ini masih belum banyak perusahaan atau pelaku bisnis yang mampu atau mempunyai waktu untuk memikirkan konten media sosialnya, sehingga muncul lah suatu bentuk bisnis kreatif baru berupa jasa pembuatan konten media sosial, konsultan media sosial sampai agensi media sosial.

Berdasarkan kondisi di atas, penulis melihat peluang yang cukup baik untuk mendirikan sebuah bisnis jasa agensi pemasaran berbasis *digital* yang bernama, *ORIGAMI.ID*. Secara singkat, *ORIGAMI.ID* merupakan perusahaan yang menjadi penengah antara *Brand* (klien) dengan masyarakat khususnya pengguna media sosial. Tujuannya adalah untuk melakukan aktivasi media sosial serta membangun *brand awareness* agar tepat sasaran dan tepat guna yang dapat berdampak pada peningkatan penjualan. Jasa yang ditawarkan adalah strategi dan pengelolaan media sosial yang dimiliki klien termasuk Facebook, Twitter, Instagram, Youtube dan Web.

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.



## B. Tujuan dan Bidang Usaha

Setiap pebisnis tentunya memiliki tujuan dalam membangun sebuah bisnis. Tujuan tersebut berupa tujuan jangka panjang dan tujuan jangka pendek. ORIGAMI.ID sebagai usaha agensi media sosial tentu juga mempunyai tujuan baik jangka panjang maupun jangka pendek. Tujuan jangka panjang ORIGAMI.ID adalah menjadi agensi media sosial terkemuka di Indonesia bahkan Asia Tenggara. Tentu hal ini tidak mudah untuk diraih, sehingga sebagai langkah awal, ORIGAMI.ID menentukan target dalam lima sampai sepuluh tahun kedepan untuk menguasai pangsa pasar 55% di Jakarta dan sisanya di luar Jakarta. Sedangkan tujuan utama pendirian ORIGAMI.ID ini adalah untuk membantu para pelaku usaha dalam mengaktifkan akun media sosialnya serta meningkatkan *brand awareness* supaya tepat guna dan tepat sasaran. Penulis berharap agar pemilihan bidang usaha ini sesuai dengan kebutuhan dan permintaan pasar.

Jasa agensi media sosial ORIGAMI.ID melibatkan kegiatan promosi, desain grafis dan fotografi sehingga penulis harus cermat memilih tim yang tepat dan sesuai dengan yang penulis harapkan. Jasa agensi media sosial ini merupakan usaha *B2B* atau *Business to Business* yang artinya tidak menyediakan jasa langsung untuk para konsumen pengguna produk melainkan kepada para pelaku bisnis yang hendak memasarkan produknya melalui dunia digital. Pelaku bisnis yang dimaksud bisa berupa perusahaan *go-public*, perusahaan *start-up*, pelaku bisnis *online* maupun pelaku bisnis *offline*.

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



### C. Peluang Bisnis

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

Peluang bisnis merupakan kesempatan tepat yang seharusnya dimanfaatkan bagi seorang wirausaha maupun calon wirausaha dalam mendapatkan keuntungan. Tanpa kerja keras dan keberanian untuk mengambil risiko, peluang yang ada hanya akan menjadi kesempatan hampa yang tidak menghasilkan apa-apa. Karena pada dasarnya setiap bisnis memiliki risiko, maka seorang wirausaha yang baik harus mengamati peluang usaha yang akan didirikan dari berbagai aspek, seperti kondisi pasar terkini ataupun tren kebutuhan masyarakat.

Di Indonesia sendiri, khususnya wilayah Jakarta, bisnis berbasis *online* sedang naik daun, bahkan perusahaan besar maupun bisnis *start-up* sedang berbondong-bondong mengalokasikan dananya untuk promosi via *online*. Dalam hal ini, *platform sosial media* seperti Facebook dan Instagram menjadi sasaran utama yang digunakan sebagai media promosi. Konten yang bagus dan menarik adalah kunci utamanya. Membuat konten yang menarik dan fungsional agar tepat sasaran dan tepat guna tidaklah mudah. Tidak semua orang bisa memilih/membuat konten yang sesuai dengan selera dan preferen konsumen. Sehingga peluang bisnis untuk mendirikan usaha sejenis *ORIGAMI.ID* masih sangat terbuka dengan tingkat persaingan yang cukup rendah. Bisa dikatakan bahwa ide/konsep bisnis sejenis *ORIGAMI.ID* ini masih sangat baru sehingga belum begitu banyak pesaing yang hadir.

Melihat dari sisi klien, mengelola media sosial *brand* secara mandiri (tidak menggunakan jasa konsultan) memang bisa saja dilakukan. Namun, kebanyakan dari perusahaan besar lebih memilih menggunakan jasa konsultan media sosial dibandingkan merekrut orang baru hanya untuk mengelola media sosial *brand* karena

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.



tingkat efisiensi baik dari segi waktu dan tenaga lebih tinggi dan biaya yang di keluarkan juga lebih rendah.

Bagi perusahaan *start-up* yang belum mengenal seluk beluk media sosial tentu akan sulit untuk meningkatkan *branding* tanpa bantuan konsultan karena mereka belum mengetahui strategi dalam membuat konten yang sesuai dengan sasaran pasar serta bentuk promosi seperti apa yang harus dijalankan. Lagipula membuat desain konten, *wording* dan penyusunan *feed* bukanlah hal mudah. Butuh tim kreatif untuk merealisasikannya.

Keadaan-keadaan di atas membuka peluang besar dalam menjalankan bisnis konsultasi pemasaran dalam media sosial seperti *ORIGAMI.ID*. Setelah sukses menjadi konsultan media sosial, mungkin kedepannya ada peluang bagi *ORIGAMI.ID* untuk melebarkan sayapnya ke bidang *Influencer marketing* bidang-bidang lainnya.

#### D. Identitas Perusahaan

Dalam menyusun suatu perencanaan bisnis, pemilihan nama merupakan salah satu langkah yang penting karena nama usaha merupakan ujung tombak yang akan dikenal luas oleh pelanggan sebagai merek (*brand*). Merek (*brand*) adalah suatu nama, istilah, tanda, simbol, desain, atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi suatu barang atau jasa yang ditawarkan oleh satu penjual atau sekelompok penjual, dan untuk membedakannya dari kompetitor lain. Maka, penggunaan merek (*brand*) mencerminkan identitas dari produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Brand atau merek *ORIGAMI.ID* di adopsi dari bahasa Jepang. Penulis memilih bahasa Jepang dikarenakan Jepang merupakan negara yang kaya akan ide-ide unik dan sangat inovatif, serta kebudayaannya yang sangat sopan dan disiplin. Dalam bahasa Jepang, **Origami** (折り紙), dari ori berarti "lipat", dan kami yang berarti "kertas" merupakan sebuah seni lipat yang berasal dari Jepang. Bahan yang digunakan adalah kertas atau kain yang biasanya berbentuk persegi. Sebuah hasil origami merupakan suatu hasil kerja tangan yang sangat teliti dan halus pada pandangan. Sedangkan penambahan kata 'id' merujuk pada identitas perusahaan sendiri yang berasal dari Indonesia. Sehingga dengan menggunakan nama *ORIGAMI.ID* perusahaan diharapkan dapat mengubah sesuatu yang biasa (seperti kertas) menjadi hal yang luar biasa (hasil karya yang bagus, halus dan teliti) dengan mengedepankan pelayanan yang sopan dan proses kerja yang disiplin seperti masyarakat Jepang.

Berikut ini adalah data perusahaan yang direncanakan.

1. Nama Perusahaan : *ORIGAMI.ID*
2. Bidang Usaha : Jasa
3. Jenis Produk : *Jasa Social Media Marketing Consultant*
4. Bentuk Badan Hukum : Perusahaan perseorangan
5. Alamat Perusahaan : Jl. Pulau Sebaru raya Blok L1 No.14, Puri Kembangan, Jakarta Barat.
6. Nomor Telepon : 0857 1535 8441
7. *E-mail* : [ORIGAMI.ID@gmail.com](mailto:ORIGAMI.ID@gmail.com)

Penulis memilih letak lokasi kantor di atas dikarenakan beberapa alasan, yaitu:



1. Lokasi usaha disewa dari kerabat pemilik ORIGAMI.ID dengan harga sewa yang murah Rp30.000.000/tahun dan sudah *full furnish* sehingga menghemat biaya peralatan yang harus dibeli oleh pihak ORIGAMI.ID.
2. Lokasi usaha yang disewa strategis berada di Puri Kembangan. Mudah diakses dan dekat dengan Mall serta café, restoran dan perkantoran yang juga dapat berpeluang untuk menjadi klien ORIGAMI.ID.

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 perkembangan dan berlangsung lama.

Berikut adalah data diri pribadi pemilik usaha 'ORIGAMI.ID' :

- |                           |  |
|---------------------------|--|
| 1. Nama                   | : Nabella Ananta Daynessia             |
| 2. Jenis Kelamin          | : Perempuan                            |
| 3. Tempat / Tanggal Lahir | : Bandarlampung, 3 November 1996       |
| 4. Alamat Rumah           | : Apt LDG 7E, MOI, Jakarta Utara       |
| 5. No HP                  | : 081977205314                         |
| 6. E-mail                 | : nabella.origami@gmail.co.id          |
| 7. Pendidikan terakhir    | : Strata Satu Ilmu Administrasi Bisnis |

## E. Kebutuhan Dana

Untuk merealisasikan sebuah rencana bisnis dibutuhkan dana atau modal investasi awal. Dana tersebut diklasifikasikan atas dasar aktiva tetap berwujud seperti tanah, bangunan, peralatan, dan lain sebagainya, aktiva tetap tidak berwujud seperti



hak paten, lisensi, biaya pendirian, dan selain aktiva berwujud dan tidak berwujud dan 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 *ORIGAMI.ID* :

**Tabel 1.1**  
**Kebutuhan Dana ORIGAMI.ID**

No	Keterangan	Kebutuhan Dana (Rupiah)
1	Kas Awal	48.999.100
2	Peralatan	88.661.000
3	Perlengkapan	2.330.000
4	Biaya website	7.000.000
6	Sewa gedung	30.000.000
<b>Total</b>		<b>176.990.100</b>

Sumber : Perusahaan, Tahun 2017

Penulis memutuskan untuk memilih sumber pendanaan dari dana pribadi yang dipinjam dari keluarga dikarenakan dari segi pertimbangan peminjaman dan pengembalian, pinjaman ini merupakan jenis yang paling mudah dan murah. Mudah karena tidak diperlukan tata cara rumit seperti perjanjian utang-piutang maupun adanya penjaminan aset serta tenor yang dapat dinegosiasikan serta tidak adanya beban biaya bunga yang akan menambah pengeluaran usaha.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.