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 Latar Belakang

Perusahaan adalah suatu usaha yang kegiatan utamanya adalah memberikan pelayanan baik dalam bentuk pelayanan jasa ataupun yang berbentuk produk, yang ditujukan untuk memuaskan konsumen dan memiliki tujuan lain sebagai pemasukan atau *income* yang menguntungkan perusahaan dan konsumen.

Animo bisnis dunia untuk menggarap bisnis berbasis barang primer tidak pernah mati, akibat dari kebutuhan primer manusia yang pasti harus dipenuhi oleh setiap orang, sehingga usaha di bidang ini tergolong sangat stabil. Setelah maraknya era industrialisasi dan digitalisasi, banyak negara yang yakin bahwa tren industri kedepan akan memasuki wilayah organik. Kebutuhan sehari-hari merupakan kebutuhan pokok yang mau tak mau semua orang akan melakukan pembelian untuk memenuhinya.

Hal ini dapat terlihat dari potensi bisnis minimarket yang semakin terlihat jelas ketika melihat *share* yang meningkat dari 25% pada tahun 2002 menjadi 44% pada 2012. (sumber: harian kontan, 12 sept 2014)

Pertumbuhan usaha ritel modern terutama terjadi pada format minimarket, *convenience store*, dan *hypermarket*, dimana *share* perdagangan minimarket mengalami kenaikan tertinggi. Dilihat dari perkembangan jumlah gerai dalam 10 tahun terakhir, format minimarket tumbuh rata-rata 17,4% *hypermarket* 17,9%, sedangkan format *convenience store* mulai cenderung ditinggalkan dengan pertumbuhan gerai rata-rata 3%

per tahun, dengan perkiraan nilai penjualan ritel modern tahun 2014 mencapai Rp162,8 triliun (sumber: harian kontan, 12 sept 2014)

Konsumen utama dari kebutuhan sehari-hari yang ramah lingkungan atau organik di dunia lebih didominasi oleh warga dari negara maju seperti Amerika Serikat, Jepang, dan Uni Eropa.

Perkembangan ini didorong oleh beberapa faktor pendorong, yaitu:

- Alasan kesehatan
- Kebiasaan memasak di rumah
- Rasa yang lebih enak karena segar
- Faktor kepercayaan
- Alasan peduli lingkungan
- Meningkatnya gaya hidup sehat dari masyarakat
- Dukungan kebijakan pemerintah untuk lebih ramah lingkungan
- Kemajuan industri pengolahan yang lebih fokus pada pengolahan ramah lingkungan
- Dukungan pasar-pasar modern seperti supermarket yang menyerap 50% produk organik
- Harga kebutuhan yang tinggi di tingkat konsumen
- Gencarnya kampanye nasional produk-produk ramah lingkungan

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

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.

Tren penggunaan barang-barang organik di dunia meningkat tajam dengan pemikiran masyarakat yang memilih untuk lebih hidup sehat dan dengan tetap tidak makin merusak lingkungan tapi terus memperbaikinya. Tren yang terus berkembang di negara-negara maju ini sangatlah mempengaruhi perkembangan tren yang terjadi di negara-negara berkembang, yang makin lama makin bergerak kearah perbaikan lingkungan dengan lebih mementingkan barang-barang organik yang ramah lingkungan dan pemrosesan akhir seperti limbah-limbah yang aman bagi daerah sekitarnya.

Dari sisi penawaran, peluang Indonesia menjadi produsen kebutuhan barang organik dunia masih berpotensi sangat besar. Dengan jumlah penduduk Indonesia yang termasuk dalam negara ke 4 terpadat di dunia setelah China, India, dan Amerika Serikat sesuai dengan dijabarkan dibawah ini:

Tabel 1.1
Jumlah Penduduk Terpadat di Dunia

Peringkat	Negara (atau wilayah independen)	Jumlah Penduduk	Tanggal Pendataan	% Penduduk dunia	Sumber
1	Tiongkok	1.379.570.000	29/10/2016	18.8%	National Bureau of Statistics of China
2	India	1.296.930.000	29/10/2016	17.6%	Indiastat
3	Amerika Serikat	324.583.000	29/10/2016	4.41%	United State Census Bureau
4	Indonesia	255.461.700	1/7/2015	3.47%	Badan Pusat Statistik
5	Brazil	206.870.000	29/10/2016	2.81%	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatistica
6	Pakistan	188.925.000	1/7/2015	2.57%	Perkiraan PBB
7	Nigeria	182.202.000	1/7/2015	2.48%	Perkiraan PBB
8	Bangladesh	161.334.000	29/10/2016	2.19%	Bangladesh Bureau of Statistics
9	Rusia	146.803.180	29/10/2016	2%	Демоскоп Weekly
10	Jepang	126.890.000	1/10/2015	1.72%	Statistics Japan

(Sumber: wikipedia.org)

Dilihat dari jumlah penduduk yang terus berkembang di dunia, sedangkan perbandingan dengan penggunaan produk-produk organik yang baru tren di negara seperti Jepang, Uni Eropa dan Amerika Serikat, maka peluang usaha dalam bidang organik ini

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

sangat terbuka luas. Penulis memilih proyek bisnis ini dengan memiliki keyakinan terhadap peluang usaha yang masih luas tersebut dan untuk mendapatkan keuntungan serta untuk mempertahankan pertumbuhan kedepannya.

Dengan kemungkinan usaha jangka panjang, maka setiap keputusan yang diambil dalam memulai usaha ini memiliki andil yang cukup besar untuk perkembangan bisnis, termasuk dengan keputusan memilih nama *Healthy Living* sebagai nama minimarket ini bukannya tanpa alasan. Nama ini diambil dari dua jenis nama yaitu pertama *healthy* yang berarti sehat dan *living* yang berarti hidup, sehingga jika dirangkum menjadi hidup sehat, atau yang bisa diartikan sebagai kehidupan yang sehat, yang sesuai dengan tujuan dari pemilik dalam membangun minimarket ini, yaitu untuk menyediakan sarana bagi masyarakat yang ini hidup lebih baik, sehat dan bugar bukan hanya untuk diri sendiri dan keluarga, tapi juga membantu lingkungan untuk menjadi lebih baik dengan menggunakan produk-produk yang ramah lingkungan.

Selain itu, dengan membantu meningkatkan kesadaran masyarakat untuk mencintai lingkungan, hal tersebut juga sekaligus mendukung program pemerintah yaitu Revolusi Mental Menuju Indonesia Bersih Sampah 2020 (sumber: KEMENLHK).

B Data Usaha

Dalam hal ini *Healthy Living* mempunyai tujuan yang sama yaitu untuk mendapatkan keuntungan dan memuaskan konsumen dengan memenuhi kebutuhan konsumen dengan berbagai jenis produk kebutuhan sehari-hari yang berbasis organik atau ramah lingkungan. Berikut adalah data lengkap dari perusahaan 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

Nama Perusahaan : *Healthy Living*

Bidang Usaha : Ritel organik

Jenis Produk : Barang kebutuhan sehari-hari berbahan dasar organic (berbagai jenis sabun, shampoo, deodorant, make up, body lotion, dll)

Alamat : Jl.Casablanca Raya Kav. 88, Mall Kota Kasablanka, lantai 1, Menteng Dalam, Tebet Jakarta Pusat

E-mail : koe.licia@gmail.com

Web : www.banditblack.wixsite.com/healthyliving

C **Biodata Pemilik Usaha**

Dalam suatu usaha atau perusahaan, sangatlah penting posisi seorang pemilik yang berfungsi untuk menata dan mengelola usaha tersebut. Menurut kamus besar bahasa Indonesia "pengusaha adalah orang yang mengusahakan (perdagangan, industri dan sebagainya); orang yang berusaha dalam bidang perdagangan". Oleh karena itu, pemilik usaha berusaha mengenalkan suatu inovasi dan terobosan dalam bidang usaha yang semakin beragam dan ketat dalam persaingan ini. Berikut adalah data pribadi dari pemilik *Healthy Living* :

Nama : Melissa Nathalia

Jabatan : Pemilik

Tempat tanggal lahir : Jakarta, 22 Januari 1994

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.

Alamat Rumah : Jl.Pisangan Baru Timus VIII no.18a RT002/010

Jakarta Timur 13110

Telepon : +62856 9437 4848

Alamat E-mail : koe.licia@gmail.com

Pendidikan Terakhir : Strata Satu Jurusan Manajemen Konsentrasi Kewirausahaan

D **Bidang Usaha**

Healthy Living adalah sebuah usaha minimarket yang menjual berbagai produk-produk kebutuhan sehari-hari seperti sabun badan, sabun cuci muka, shampoo, make up, cairan pel, pembersih kaca, dan berbagai kebutuhan lainnya seperti snack-snack dan minyak kayu putih. Lokasi yang dipilih untuk membuka minimarket ini adalah terdapat di dalam mall Kota Kasablanka lantai 1.

Lokasi ini dipilih karena didasarkan pada lokasi yang mudah di jangkau, termasuk mall yang ramai dan cukup populer, yang didukung dengan dilokasi mall yang juga strategis karena dikelilingi beberapa apartemen seperti Apartemen Casablanca, dan Casa Grande Residence, hotel The Park Lane Jakarta, Hotel Manhattan, serta berbagai tempat kost yang terdapat didalam perumahan dibelakang lokasi mall. Ditambah kantor-kantor yang juga terbilang tidak sedikit. Sehingga lokasi mall yang dipilih memiliki potensi yang luas.

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

Minimarket *Healthy Living* ini sendiri dirancang dengan mementingkan kepentingan kenyamanan pelanggan dengan mengutamakan suasana yang nyaman, modern, tapi tetap sederhana, dengan menggunakan material bangunan di toko kami yang berterktur batu bata, silver, dan kaca-kaca.

Produk-produk yang dijual meliputi bahan kebutuhan sehari-hari yang berbahan dasarkan organik. Hal ini mampu memuaskan konsumen yang semakin memikirkan untuk semakin beralih ke kebiasaan hidup sehat dan mulai menggunakan barang-barang yang organik, bukan hanya makanan yang beralih ke organik, namun hingga kebutuhan rumah tangga dan kebutuhan pribadi yang aman bagi keluarga dan juga aman bagi lingkungan.

Dilihat dari kecenderungan masyarakan sekarang yang mau memiliki hidup yang lebih sehat tapi tetap praktis mendorong penulis untuk memiliki inovasi dalam konsep usaha yang di lakukan untuk usaha *Healthy Living* ini, yaitu menggunakan konsep *e-commers*, yaitu penjualan melalui pemesanan *online* yang mampu memudahkan konsumen untuk melakukan pemesanan dimanapun dan kapanpun. Kami juga menerima *pick up* menggunakan aplikasi gojek Konsep ini sangat mudah digunakan oleh setiap orang dan sangat fleksible.

Pasokan barang yang kami terima memiliki standar serta berbagai sertifikasi internasional pangan, sertifikasi aman, juga tersertifikasi halal dari berbagai lembaga yang terpercaya. Oleh karena itu kami mampu menjamin kualitas produk yang kami pasarkan.

Berbeda dengan pesaingnya, *Healthy Living* memberikan kebebasan konsumen untuk berbelanja baik sudah memiliki kartu keanggotaan ataupun belum, namun tentu saja yang sudah memiliki kartu keanggotaan akan mendapatkan keuntungan lebih seperti

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

mendapatkan potongan di setiap pembelian produk yang mampu memaksimalkan pemenuhan kebutuhan tiap konsumen dari *Healthy Living*.

Kami juga menyediakan beberapa sarana seperti pemeriksaan kesehatan gratis, cek kulit wajah gratis, serta menyediakan sample minuman gratis di minimarket kami, sehingga konsumen dapat kami berikan pelayanan dengan maksimal.

E. Sumber Pendanaan

Modal awal dalam suatu pendirian usaha terhitung relatif dari ukuran bisnis yang hendak dibangun dan berapa banyak pasokan produk yang diinginkan oleh pemilik untuk dijual kembali kepada konsumen akhir.

Kebutuhan dana yang diperlukan oleh minimarket *Healthy Living* ini berasal dari modal pribadi pemilik, serta menggunakan bantuan pinjaman dari kerabat terdekat. Usaha ini kira-kira membutuhkan dana sebesar Rp684.324.859,80 yang akan digunakan untuk menyewa tempat selama 2 tahun sebesar Rp326.016.000,00 yang akan dibayarkan setahun sekali sebesar Rp163.008.000,00 *redesign* lokasi sebesar Rp100.000.000,00 pembelian peralatan sebesar Rp76.056.159,80 pembelian perlengkapan awal minimarket sebesar Rp9.260.700,00 ijin pendirian usaha sebesar Rp5.000.000,00 sisa modal sebesar Rp331.000.000,00 akan dipergunakan sebagai modal usaha dalam memenuhi pembelian stok awal minimarket, melakukan pembayaran gaji, air, listrik, dan berbagai kebutuhan operasional lainnya termasuk kas awal pembukaan usaha minimarket ini.

Jika dalam waktu 5 tahun ternyata perusahaan membutuhkan tambahan dana untuk pengembangan usaha lebih lanjut, maka akan mengambil sumber pendanaan dengan urutan

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.