



BAB I

PENDAHULUAN

A. Ide Bisnis

Perencanaan bisnis ini membahas salah satu peluang bisnis yang bergerak di industri pakaian wanita yang di *Import* dari negara Bangkok, Thailand. Bisnis pakaian wanita merupakan bisnis yang memiliki prospek yang cukup tinggi. Hal ini didasarkan pada semakin berkembangnya dan tingginya kebutuhan masyarakat terutama kaum wanita terhadap pelayanan yang berhubungan dengan kebutuhan *fashion*. Selain itu perencanaan bisnis ini didasarkan karena tingginya peminat wanita terhadap industri pakaian *fashion* Bangkok dikarenakan pakaian wanita khas Bangkok relatif lebih murah dan memiliki *fashion* yang *up to date*.

Penulis memperoleh ide bisnis untuk membuka bisnis pakaian ini secara *online* dengan nama *Bangkok Fashion Walk* dimana penulis mengamati hampir sebagian pembeli melakukan belanja produk *fashion* secara *Online*. Selain itu penulis mendapatkan ide bisnis saat sedang liburan di Bangkok dan menemukan banyak produsen yang menawarkan produk *fashion* yang memiliki harga yang sangat murah di bawah pasaran namun dengan mutu dan kualitas yang baik serta melihat potensi penjualan *fashion* wanita khasa Bangkok secara *online*. Penulis juga sedang menjalani kuliah di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie jurusan Ilmu Administrasi Bisnis karena memang tertarik dan berminat untuk menambah bisnis lain selain yang sekarang sudah ada.

Dalam menjalankan usaha ini, *Bangkok Fashion Walk* sangat mengutamakan aspek pelayanan, selain karena aspek ini belum dimanfaatkan secara maksimal oleh pesaing,



dengan pelayanan yang baik pula dapat menimbulkan kepuasan pada pelanggan sehingga pelanggan bisa meningkat pula loyalitasnya. Meskipun fokus pada aspek pelayanan, *Bangkok Fashion Walk* juga tidak melupakan aspek harga dan varian produk. Harga dan jenis produk yang ditawarkan cukup bersaing dengan para pesaing utama yang ada.

B. Tujuan dan Bidang Usaha

Bangkok Fashion Walk adalah sebuah usaha yang bergerak dibidang perdagangan pakaian wanita khas Bangkok secara *online*. Produk yang dijual *Bangkok Fashion Walk* sangat beragam, mulai dari *Outer, Dress, Clothing, Skirt, Trousers, Shorts, Cullote*. Berbagai macam jenis pakaian tersebut akan dijual secara *Online*. *Bangkok Fashion Walk* beroperasi di Apartemen Gading Nias dalam menjalankan usaha bisnis *online*. Penulis memilih lokasi ini karena dekat dengan tempat tinggal penulis dan memiliki ruang yang cukup luas untuk melakukan aktivitas penjualan online dan gudang untuk barang.

Apartemen tempat *Bangkok Fashion Walk* cukup memadai untuk melakukan aktivitas bisnis *online* serta gudang penyimpanan dimana diperkirakan dapat menampung sekitar 500 – 700 produk pakaian. Apartemen Gading Nias dipilih karena harga sewa yang terjangkau dan memiliki luas yang cukup. Karyawan yang direkrut 4 orang, 2 orang sebagai admin, 1 orang sebagai staff gudang dan 1 orang sebagai admin *packing*.

C. Besarnya Peluang Bisnis

Peluang bisnis menjual pakaian jadi wanita ini sangat besar potensinya, karena pangsa pasarnya luas dan jaman sekarang banyak wanita yang sangat mempedulikan penampilanya, maka dari itu pakaian wanita yang dijual harus sesuai dengan *trend* dan *fashion* wanita jaman sekarang, dimana *fashion* Bangkok banyak diminati oleh kaum wanita karena harganya yang terjangkau namun memiliki kualitas yang bagus serta *fashion* yang *up to date*. Berkembang

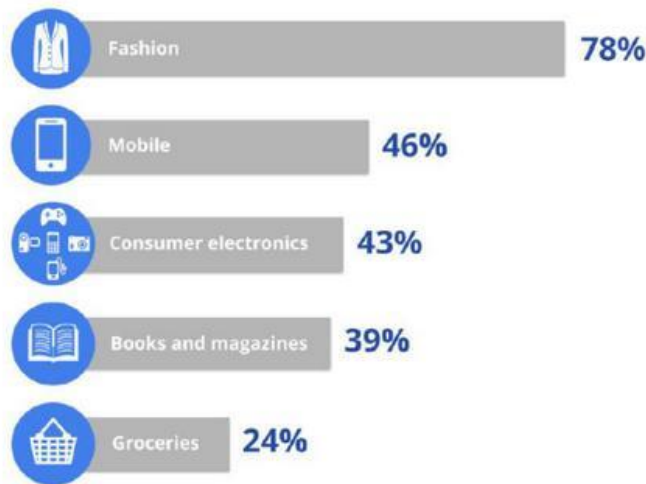


pesatnya teknologi dan informasi membuat bisnis *online* berkembang sangat pesat karena banyak kemudahan yang ditawarkan, seperti bisa belanja hanya dengan bermodalkan *laptop*, *handphone* dan akses internet saja.

Berdasarkan gambar 1.1 dibawah pada tahun 2015 menunjukkan bahwa barang yang paling banyak di beli di toko *online* adalah barang *fashion* sebesar 78% kesimpulan yang dapat diambil bisnis *fashion* di bidang *online* merupakan barang yang paling banyak dibeli oleh masyarakat

Gambar 1.1
Daftar Barang yang Paling Banyak Dibeli

BARANG YANG PALING BANYAK DIBELI DI TOKO ONLINE



Sumber: **ideA**
Asosiasi E-Commerce Indonesia

Sumber: <http://ekonomi.kompas.com/read/2014/10/13/084300126/Ketika.Orang.Indonesia.>

lebih.Senang.Belanja.Online (diakses pada 3 mei 2017)

Berdasarkan gambar 1.2 dibawah pada tahun 2015 menunjukkan bahwa sebesar 19.6% dari total jumlah penduduk wanita di Indonesia pernah belanja melalui *online* dan jumlah wanita yang pernah belanja *online* lebih besar ketimbang pria, maka dari itu peluangnya sangat besar jika menjual produk *fashion* wanita.

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 IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Majunya teknologi di jaman modern ini, membuat pertumbuhan penjualan secara *online* di Indonesia meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun, Pertumbuhan pesat pangsa pasar *e-commerce* di Indonesia memang sudah tidak bisa diragukan lagi. Dengan jumlah pengguna internet yang mencapai angka 82 juta orang atau sekitar 30% dari total penduduk di Indonesia, pasar *e-commerce* menjadi tambang emas yang sangat menggoda bagi sebagian orang yang bisa melihat potensi ke depannya. Pertumbuhan ini didukung dengan data dari Menkominfo yang menyebutkan bahwa nilai transaksi *e-commerce* pada tahun 2016 mencapai angka Rp 68 Triliun

Sumber: <https://www.money.id/digital/2016-transaksi-ecommerce-di-indonesia-tembus-rp-68-triliun-160104k.html>

Berkembangnya perusahaan besar *e-commerce* seperti *Tokopedia, Lazada, Bukalapak* dan *Instgram* turut memberi kesempatan bagi penjual *online* untuk dapat ikut berjualan produknya disitus website mereka yang dikunjungi ratusan ribu orang perhari. Kedepannya, kami juga akan merencanakan untuk ikut memasarkan produk kami ke dalam berbagai *e-commerce*, karena dari pengamatan penulis setiap *e-commerce* yang ada berpotensi dalam penjualan yang besar.

Perusahaan jasa pengiriman juga sangat membantu bagi aktivitas bisnis *online*. Perusahaan Pengiriman seperti JNE, TIKI, dan Pos Indonesia memiliki layanan pengiriman paket se Indonesia dengan harga yang relatif murah. Majunya teknologi informasi juga ada sistem pengiriman paket menggunakan ojek *online*. Layanan pengiriman paket seperti *go-send* yang disediakan oleh *Gojek* sangat mendukung aktivitas bisnis dengan layanan *gosend* nya. Membuat pembeli dengan cepat dapat menerima produknya, sehingga banyak aktivitas bisnis yang dimudahkan dengan layanan ini.

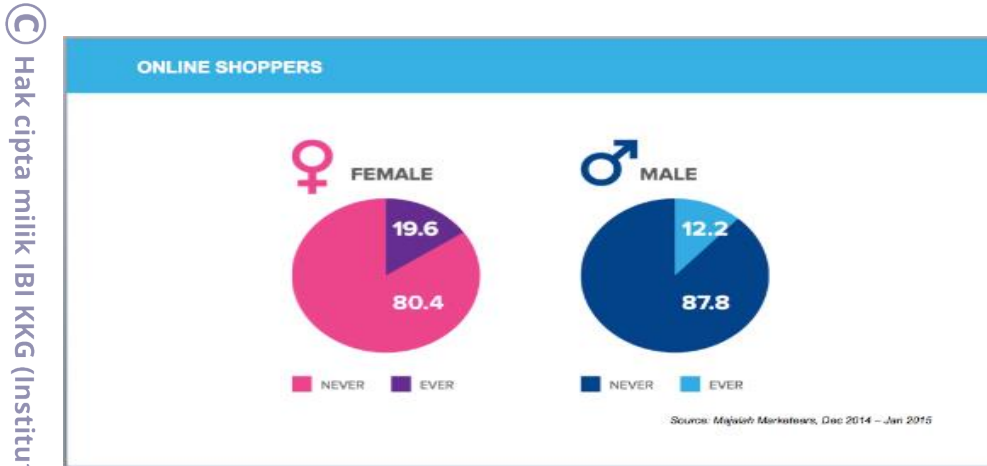
Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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



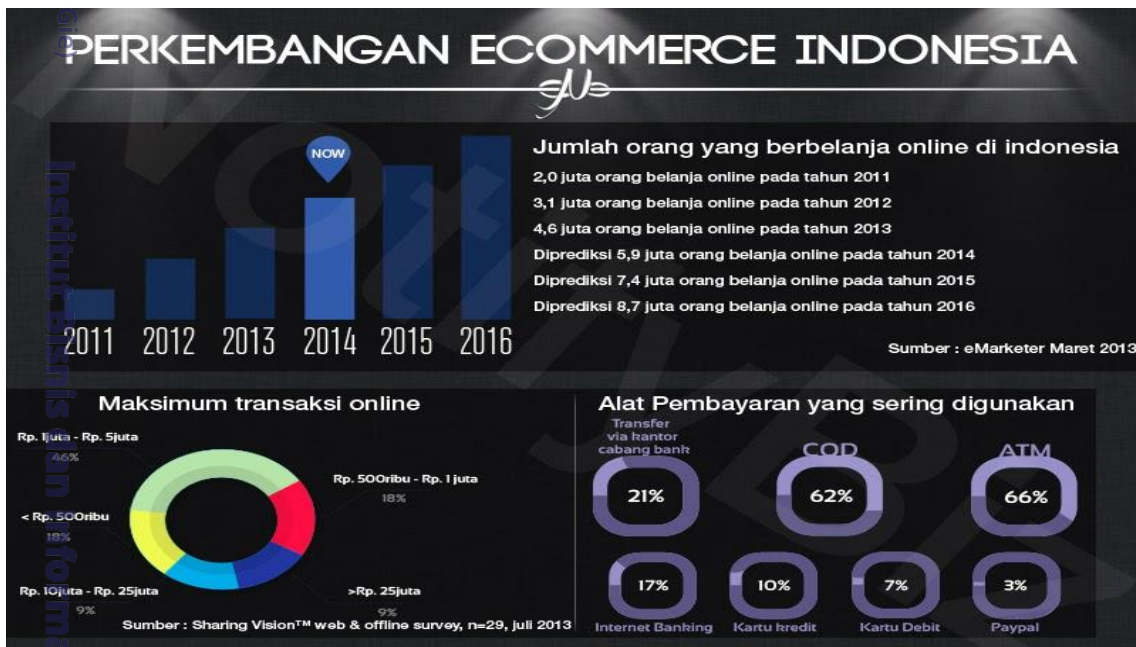
Gambar 1.2
Data Pembeli *Online*



Sumber: <https://id.techinasia.com/veritrans-konsumen-emecommerceem-indonesia-masih-suka-transaksi-emminimarketem>

Berdasarkan gambar 1.3 menunjukkan kalau potensi pembeli *online* di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, ini mengindikasikan adanya peluang pasar yang besar melalui penjualan *online*.

Gambar 1.3
Perkembangan *Ecommerce* Indonesia



Sumber: <http://msgatewaytoweb.blogspot.co.id/2014/02/riset-pengamatan-dan-curcol-kiat-sukses.html>

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)



CEO Lazada, Maximillian Bittner mengatakan kepada *Tech in Asia* bahwa perusahaan ini menerima lebih dari USD 350 juta (Rp 4 triliun) transaksi di tahun 2014. Bahkan menurut penuturan Maxmillian, transaksi pada bulan Desember tahun lalu mencapai USD 70 juta (Rp 910 miliar). Total transaksi tahun 2014 menunjukkan pertumbuhan yang kuat dibanding tahun sebelumnya. Pada tahun 2013, Lazada memperoleh jumlah transaksi USD 89 juta (Rp 1,2 triliun). Sumber: <https://id.techinasia.com/ecommerce-asia-tenggara-melejit-transaksi-lazada-tahun-2014-capai-rp-4-triliun>

Berdasarkan penuturan CEO *Lazada* tersebut maka peluang bisnis bagi penjual *online* yang bergabung dalam *marketplace Lazada* memiliki peluang yang sangat besar dalam meningkatkan penjualannya. Jumlah pengunjung *website Lazada* bisa mencapai ratusan ribu sampai jutaan pengunjung per harinya.

Tokopedia adalah perusahaan *e-commerce* yang bergerak sebagai *marketplace* bagi para pelaku usaha yang mau bergabung dapat membuka toko *online* nya di *Tokopedia*, dimana *Tokopedia* sudah membauat suatu sistem yang sangat baik agar para pelaku bisnis dan calon pembeli dapat mudah melakukan transaksi dan dengan tingkat keamanan yang tinggi yaitu dengan rekening bersama, sehingga tidak akan terjadi tindakan penipuan karena sistem pembayaran yang jelas dan *Tokopedia* sebagai perantaranya. *Tokopedia* tidak akan langsung memberikan uang yang dibayarkan konsumen kepada pihak penjual sampai bukti pengiriman oleh ekspedisi sudah ada dan paket sudah sampai kepada pembeli.

Berdasarkan gambar 1.4 bahwa sepanjang kuartal pertama tahun 2014 sebanyak 5.3 Juta produk terjual, dan sebesar 66.28% yang belanja adalah kaum wanita, ini mengindikasikan peluang menjual produk *fashion* pakaian wanita sangat besar peluangnya

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.

Gambar 1.4

Grafik Perbandingan antara Wanita dan Pria yang Belanja di Tokopedia



Sumber: <https://startupbisnis.com/ecommerce-indonesia-data-dari-tokopedia-menunjukkan-dominasi-wanita-dalam-hal-berbelanja-online-baik-sebagai-pembeli-maupun-penjual-online/>

D. Identitas Perusahaan

Bangkok Fashion Walk adalah suatu usaha yang menjual pakaian wanita khas Bangkok secara online dengan tujuan untuk mencari keuntungan dan memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat yang sesuai dengan nilai yang di ekspektasi oleh masyarakat.

Pemilihan nama Bangkok Fashion Walk didasarkan karena kami ingin konsumen tahu bahwa kami menjual produk Bangkok yang sudah terkenal akan kualitas dan fashion yang up to date.

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.



Adapun data data lengkap dari usaha ini adalah sebagai berikut:

Nama Perusahaan : Bangkok Fashion Walk

Alamat Perusahaan : Apartemen Gading Nias Tower Dahlia Lantai 11 SK

Bentuk Badan Hukum : Perusahaan Perseorangan

Nama Pemilik : Fernando Adiwardhana

Alamat Pemilik : Apartemen Gading Nias Tower Emerald Lantai 11 SD

Pendidikan Terakhir : Strata Satu Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

Tempat tanggal lahir : 13 Ferbuari 1995

No Telepon : 085781840842

Email : Fernandoadiwardhana7@gmail.com

F. Kebutuhan Dana

Untuk menjalankan usaha ini, *Bangkok Fashion Walk* berencana menggunakan modal sendiri yang bersumber dari tabungan pribadi. Alasannya karena memiliki modal yang cukup dan jika meminjam uang kepada bank akan kena bunga pinjaman lagi. Modal awal yang digunakan *Bangkok Fashion Walk* tidak terlalu besar, karena usaha ini dijalankan secara *Online* dan tidak perlu sewa gedung atau ruko yang memakan biaya besar. Penulis hanya menggunakan ruangan apartemen yang disewa per tahunnya.

Pada proses pendirian toko *Bangkok Fashion Walk*, modal usaha yang dibutuhkan adalah sebesar

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



Tabel 1.1
Rencana Kebutuhan Modal

NO	Keterangan	Jumlah (RP)
1	Biaya Sewa Apartemen	15.000.000
2	Biaya Peralatan	16.500.000
3	Biaya Perlengkapan	3.630.000
4	Biaya Renovasi	500.000
5	Kas Awal	35.000.000
	Total	70.630.000

Sumber: Bangkok Fashion Walk

Dilihat pada tabel 1.1 dapat disimpulkan modal awal yang dibutuhkan untuk memulai usaha *Bangkok Fashion Walk* adalah Rp 70.630.000- yang tidak tergolong sebagai usaha besar. *Bangkok Fashion Walk* akan memulai usahanya dengan modal yang kecil.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.