



BAB II

GAMBARAN PERUSAHAAN



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

A. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan

Menurut Fred R. David (2013:75) sebuah pernyataan visi harus dapat menjawab pertanyaan “Ingin menjadi apa kita di masa depan?” Sebuah visi yang jelas memberikan fondasi untuk mengembangkan pernyataan misi yang komprehensif. Banyak organisasi yang memiliki pernyataan visi dan misi, tetapi pernyataan visi seharusnya dibuat terlebih dahulu. Pernyataan visi harus singkat, lebih baik satu kalimat, dan harus memiliki input dari sebanyak mungkin manager untuk mengembangkan pernyataan visi tersebut.

Visi dari SCATIQ yaitu “menjadi produsen scarf batik terbesar di Indonesia dan menjadi salah satu trend mode fashion batik.”

Menurut Fred R. David (2013:81) Pernyataan misi memiliki panjang, isi, format, dan spesifikasi yang berbeda-beda. Kebanyakan praktisi dan akademisi manajemen strategic merasa bahwa sebuah pernyataan yang efektif harus mengandung Sembilan komponen. Karena sebuah pernyataan misi seringkali adalah bagian yang paling terlihat dari sebuah proses manajemen *strategic*, sangatlah penting bahwa pernyataan misi tersebut mengandung Sembilan komponen, yaitu:

1. *Customers*: Siapakah pelanggan perusahaan?
2. *Product or Services*: Apakah produk atau jasa utama dari perusahaan?
3. *Markets*: Secara geografis, dimanakah perusahaan bersaing?
4. *Technology*: Apakah teknologi perusahaan paling muktahir?
5. *Concern for survival, growth, and profitability*: Apakah perusahaan berkomitmen terhadap pertumbuhan dan keuangan yang stabil?

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.



6. *Philosophy*: Apakah filosofi utama yang dimiliki perusahaan?

7. *Self-concept*: Apakah kompetensi unik atau keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan?

8. *Concern for public image*: Apakah perusahaan bersifat responsive terhadap hal-hal sosial, komunitas, dan lingkungan hidup?

9. *Concern for employees*: Apakah karyawan merupakan aset perusahaan yang berharga?

Misi dari SCATIQ adalah sebagai berikut:

1. Menjadi perusahaan fashion scarf batik yang memiliki pangsa pasar terbesar di JABODETABEK.
2. Menciptakan karya-karya yang kreatif dan inovatif agar bisa bersaing dengan industri fashion nasional maupun internasional.
3. Mengikuti ajang pameran di bidang fashion di JABODETABEK sebagai salah satu bagian dari eksistensi perusahaan.
4. Memproduksi berbagai jenis batik dengan mutu, harga dan pasokan yang berdaya saing tinggi demi kepuasan pelanggan.
5. Menjaga kualitas bahan dan pewarnaan produk agar pelanggan tidak merasa dirugikan.
6. Memberikan informasi sejarah motif batik kepada konsumen sebagai Marketing Campaign.
7. Memberikan harga dan pelayanan yang sesuai.
8. Mengutamakan kepuasan pelanggan untuk menciptakan loyalitas.
9. Menjalinkan hubungan kerja yang baik dengan rekan bisnis.
10. Memperluas jangkauan pemasaran untuk mempermudah para konsumen mendapatkan produk SCATIQ.

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



Tujuan jangka pendek SCATIQ:

- a. Mencapai target penjualan tiap bulannya.
- b. Menjaga kualitas scarf batik sampai ke tangan konsumen.
- c. Menjadi perusahaan fashion scarf batik yang terkenal di Jakarta.

Tujuan jangka panjang SCATIQ:

- a. Dapat mengikuti di berbagai bazaar di Indonesia tidak hanya di Jakarta.
- b. Menawarkan berbagai jenis produk batik dalam memperkenalkan seni dari penggunaan batik.
- c. Mempopulerkan budaya menggunakan produk local.
- d. Menjadi salah satu produsen scarf batik yang dikenal masyarakat dari berbagai kalangan.

B. Logo Perusahaan

Logo perusahaan adalah sesuatu yang harus dimiliki karena bertujuan untuk membedakan produk yang dimiliki dengan perusahaan lain biarpun produk yang ditawarkan sama. Logo perusahaan juga bermanfaat untuk menggambarkan produk atau jasa yang ingin ditawarkan sebuah perusahaan lewat tulisan atau gambar yang ada dalam logo. Penulis menciptakan logo SCATIQ adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Gambar 2.1

Logo SCATIQ



Logo perusahaan ini memiliki komponen tulisan SCATIQ yang berasal dari kata *scarf* batik, karena penulis fokus dalam membuat produk *scarf* dengan berbagai macam motif batik cap. Pada huruf “A” terdapat bentukan dari *scarf* batik dengan motif batik yang unik dan tidak pasaran menggambarkan bahwa SCATIQ menyediakan berbagai motif batik cap yang diberi sentuhan modern. Selain itu pemilihan nama SCATIQ juga karena mudah untuk dihafal dan dikenang. Sedangkan *Ornament* dan *Font* pada logo menggambarkan bahwa *scarf* dari SCATIQ *simple* tetapi tetap *elegant* dan saat disatukan dengan batik akan menjadi satu kesatuan produk yang *fashionable* dan modern yang selalu berkembang mengikuti perkembangan zaman.

C. Gambaran Sekilas Produk dan Jasa

Menurut Kotler dan Keller (2012:347) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Produk dibagi menjadi 10 kategori termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, manusia, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide.

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



Produk dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, diklasifikasikan berdasarkan ketahanan dari barang, berwujud dan tidak berwujud, dan kegunaannya,

Kotler dan Keller (2012:349)

1 Ketahanan dan Wujud

Dari klasifikasi, produk dapat dibagi menjadi 3 kelompok yaitu:

- a. *Non-durable goods*: barang berwujud yang biasanya digunakan sekali atau beberapa kali seperti minuman jadi, sabun, dan lain sebagainya.
- b. *Durable goods*: barang berwujud yang biasanya bertahan setelah lama dipakai. Seperti kulkas, pakaian, dan lain sebagainya.
- c. *Services (Jasa)*: tidak memiliki wujud, tidak terpisahkan, dan bervariasi. Seperti jasa pemotongan rambut, konsultan pajak, dan sebagainya.

2 Produk juga dapat diklasifikasinya berdasarkan kegunaannya, dan dapat dibagi menjadi 2 kelompok yaitu:

- a. *Consumer goods* atau barang yang digunakan langsung oleh pemakai. Barang tersebut juga dibagi lagi menjadi 4 kategori yaitu:
 - (1) *Convenience goods*: barang-barang yang sering digunakan oleh konsumen, seperti sabun, koran, dan lain sebagainya.
 - (2) *Shopping goods*: barang yang biasanya konsumen bandingkan dengan barang lain dan biasanya berdasarkan kecocokan, kualitas, harga, dan gaya. Seperti furniture, pakaian, mobil bekas, dan alat-alat dapur.
 - (3) *Specialty goods*: barang yang memiliki karakteristik yang unik, atau memiliki merek yang sudah dikenal, sehingga ada beberapa orang yang ingin membayar mahal demi barang yang special ini, seperti mobil mewah.

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.



(4) *Unsought goods*: barang yang biasanya konsumen tidak mengetahui keberadaannya, dan biasanya tidak terpikirkan oleh konsumen untuk membeli produk tersebut, seperti batu nisan.

b. *Industrial-goods classification* atau barang yang biasanya dibeli oleh pabrik-pabrik digunakan untuk dijadikan produk kembali atau digunakan untuk membuat barang. Jenis barang ini juga dapat dibagi lagi menjadi tiga kategori yaitu :

(1) *Material and Parts*: barang yang memasuki pabrik secara keseluruhan dibagi menjadi dua kelas barang yaitu bahan baku dan barang setengah jadi.

(2) *Capital Items*: barang yang tahan lama untuk memfasilitasi pabrik-pabrik tersebut untuk membuat produk jadi. Seperti genset, *conveyor*, dan lain sebagainya.

(3) *Supplies and Business Services*: produk jangka pendek, baik barang maupun jasa, yang digunakan untuk membantu pembuatan produk jadi. Dibagi menjadi dua kelompok yaitu pemeliharaan dan perbaikan seperti cat, paku, dan lain sebagainya, dan barang operasional seperti pelumas, batu baru, dan lain sebagainya.

Produk yang dijual SCATIQ tergolong dalam kelompok barang *consumer goods* kategori *shopping goods* karena sering dibandingkan dengan barang sejenis lainnya. SCATIQ menyediakan *scarf* batik dengan berbagai pilihan motif batik cap yang memiliki keunikan dan sejarahnya tersendiri. Selain *scarf*, SCATIQ juga menjual set *scarf* dan rok batik, *dress*, dan *cardigan*. SCATIQ fokus menyediakan produk dengan bahan dasar katun paris. Selain produk-produk yang sudah *ready*, konsumen juga dapat memilih motif batik yang sukainya dan ingin dibuat untuk model produk apa. SCATIQ menawarkan lima motif batik yang paling banyak diminati. Walaupun hanya

© 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.



mengambil lima motif saja, tetapi SCATIQ terus mengolah dan berinovasi mengkreasikan motif-motif tersebut kedalam berbagai model dan warna yang unik dan tidak pasaran. Berikut motif batik cap yang ditawarkan oleh SCATIQ:

1. Motif Parang

Batik Parang merupakan salah satu motif batik yang paling tua di Indonesia. Parang berasal dari kata Pereng yang berarti lereng. Perengan menggambarkan sebuah garis menurun dari tinggi ke rendah secara diagonal. Susunan motif S jalin-menjalin tidak terputus melambangkan kesinambungan. Bentuk dasar huruf S diambil dari ombak samudra yang menggambarkan semangat yang tidak pernah padam. Batik ini merupakan batik asli Indonesia yang sudah ada sejak zaman keraton Mataram Kartasura (Solo). Makna yang terkandung dalam Batik Parang ini adalah tentang nasihat agar seseorang yang mengenakan tidak pernah menyerah, kokoh seperti batu karang yang selalu diterjang ombak lautan

2. Motif Kawung

Batik kawung memiliki motif yang cukup sederhana, terbentuk dari pola bulatan mirip buah Kawung, sejenis buah kelapa atau yang disebut buah kolang-kaling. Motif hiasan yang berupa rangkaian kombinasi lingkaran ini disusun berjejer rapi secara simetris dan geometris. Motif batik kawung banyak dimaknai sebagai gambar bunga teratai dengan empat lembar daun bunga yang merekah. Bagi orang Jawa bunga teratai sering diartikan sebagai umur yang panjang dan juga kesucian. Pada masa lalu, motif batik kawung biasanya hanya boleh dipakai oleh kalangan kerajaan. Dengan mengenakan motif batik kawung ini, ia dapat mencerminkan kepribadian sebagai seorang pemimpin yang mampu mengendalikan hawa nafsu dan menjaga hati nurani.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



3. Motif Ceplok Grompol

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

Motif batik ceplok terdapat pada desain meliputi berbagai desain geometris, sering didasarkan pada mawar melingkar, bintang atau bentuk kecil lainnya, membentuk pola secara keseluruhan simetris pada kain. Grompol berarti untuk berkumpul bersama. Sering dipakai untuk upacara pernikahan, pola melambangkan datang bersama-sama dari perkawinan harmonis, untuk anak-anak, keberuntungan, dan kebahagiaan

4. Motif Sekar Jagad

Motif sekar jagad merupakan salah satu motif khas batik dari Indonesia. Motif ini memiliki arti dan makna kecantikan atau keindahan yang akan membuat orang menjadi terpesona melihatnya. Dalam kalangan Jawa ada yang berpendapat bahwa kata Sekar Jagad mempunyai arti “kar jagad” (kar adalah peta, sedangkan jagad adalah dunia) yang berarti, motif ini menggambarkan keragaman yang ada di seluruh dunia.

5. Motif Sawat

Batik motif sawat berasal dari kata sawat atau sayap, adapula yang berpendapat bahwa kata sawat berasal dari kata syahwat atau nafsu. Motif ini dahulu dianggap sangat sakral dan hanya dipakai oleh raja dan keluarganya. Motif bentuk sayap yang disusun sedemikian rupa ini sering dimaknai sebagai burung Garuda kendaraan Dewa Wisnu yang melambangkan kekuasaan atau raja. Motif Batik sawat ini hingga kini masih sering digunakan oleh pasangan pengantin dalam acara prosesi pernikahan, filosofi batik sawat diyakini bisa melindungi kehidupan pemakainya.

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.



Tabel 2.1

Produk-Produk SCATIQ

No	PRODUK	Harga (Rupiah)
1	SCATIQ Segi Empat 110x110	100.000
2	SCATIQ Pashmina 70x180	125.000
3	SCATIQ Rok	265 .000
4	SCATIQ Scarf & Rok Set	350.000
5	SCATIQ Dress Ikat	325.000
6	SCATIQ Cardigan	295.000

Sumber : SCATIQ

D. Jenis dan Ukuran Usaha

Menurut Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM Bab 1 pasal 1 sebagai berikut:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian

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



baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

4. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Berdasarkan Undang-Undang no.20 tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Bab IV pasal 6 menguraikan tentang kriteria :

1. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- a. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
- b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2. Usaha Kecil

- a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
- b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Usaha Menengah



- a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
- b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Berdasarkan pengertian dan kriteria di atas, SCATIQ tergolong ke dalam badan usaha kecil karena kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Tanah dan bangunan tempat usaha termasuk sebagai harta milik penulis pribadi.

E. Peralatan yang Dibutuhkan

Rencana mengenai peralatan yang akan digunakan dalam kegiatan operasional SCATIQ akan disajikan pada tabel 2.2 sampai tabel 2.4 yang dilengkapi dengan perkiraan harga dari masing-masing unit peralatan. Perkiraan mengenai harga beli masing-masing unit diperoleh dari hasil survey yang dilakukan oleh penulis.

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.



Tabel 2.2

Peralatan Operasional SCATIQ

Peralatan Operasional	Jumlah	Harga Satuan	Total Harga
	(Unit)	(Rupiah)	(Rupiah)
OPPO A37 NEW 4G	1	Rp 1.820.000	Rp 1.820.000
Meja dan Kursi set 120 x 60 x 70	1	Rp 750.000	Rp 750.000
Lemari Buku Portable 122 x 81 x 30	1	Rp 195.000	Rp 195.000
Rak Besi Siku 100 x 30 x 200	2	Rp 400.000	Rp 800.000
Display Mannequin Kepala	5	Rp 70.000	Rp 350.000
Display Mannequin Full Body	2	Rp 550.000	Rp 1.100.000
Display Prong Scarf Kayu	1	Rp 300.000	Rp 300.000
Display Prong Baju Kayu	2	Rp 450.000	Rp 900.000
Cermin 160x40	1	Rp 300.000	Rp 300.000
Laptop ASUS A456UR CORE i5-7200	1	Rp 7.050.000	Rp 7.050.000
HP DeskJet 2135 All-in-One Printer	1	Rp 620.000	Rp 620.000
Kalkulator	2	Rp 50.000	Rp 100.000
Gunting Joyko SC-838	3	Rp 8.000	Rp 24.000
Kamera Canon DSLR 550D	1	Rp 5.300.000	Rp 5.300.000
Steples Joyko HD-10	2	Rp 6.000	Rp 12.000
TOTAL			Rp 19.621.000

Sumber : Ace Hardware, tokopedia.com

F. Perlengkapan yang Dibutuhkan

Perlengkapan adalah salah satu bentuk aktiva dalam perusahaan yang terdiri dari berbagai bahan pembantu. Dalam menjalankan sebuah bisnis, perlengkapan dibutuhkan untuk menjadi faktor pendukung berhasilnya operasi bisnis. Perlengkapan adalah barang yang sifatnya dapat habis apabila dipakai secara berkala. Perolehan perlengkapan disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan penulis. Perlengkapan yang dibutuhkan untuk SCATIQ:

© Hak cipta ini dilindungi undang-undang. Dilarang diperjualbelikan tanpa izin IBIKKG.

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



Tabel 2.3

Perlengkapan Operasional SCATIQ

©

Perlengkapan Operasional	Jumlah	Harga Satuan	Total Harga
	(Unit)	(Rupiah)	(Rupiah)
Alat Tulis Kantor	1	Rp 200.000	Rp 200.000
Plastik Hitam Besar	3	Rp 15.000	Rp 45.000
500 lembar 1 rim kertas HVS A4 70 gram	4	Rp 32.500	Rp 130.000
Nota book custom	20	Rp 6.500	Rp 130.000
Catridge Hp 680 Printer 2132	5	Rp 84.000	Rp 420.000
Isolasi	50	Rp 1.500	Rp 75.000
Maintenance Website SCATIQ	1	Rp 425.000	Rp 425.000
Tempat Sampah Krisbow	1	Rp 65.000	Rp 65.000
TOTAL			Rp 1.490.000

Sumber: *Carefour, Ace Hardware*

G. Packaging SCATIQ

Tabel 2.4

Packaging SCATIQ

Perlengkapan Operasional	Jumlah	Harga Satuan	Total Harga
	(Unit)	(Rupiah)	(Rupiah)
hang tag custom	4700	Rp 150	Rp 705.000
label merek baju	4700	Rp 150	Rp 705.000
Kardus Packaging scarf custom	4700	Rp 2.000	Rp 9.400.000
Tali Rami untuk Packing	4700	Rp 25	Rp 117.500
TOTAL			Rp 10.927.500

Sumber : SCATIQ

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



H. Modal Awal SCATIQ

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 2.5

Modal Awal SCATIQ

Modal Produk	Jumlah (unit)	Harga Satuan		Total Harga	
		(Rupiah)		(Rupiah)	
SCATIQ Segi Empat 110x110	1027	Rp	35.000	Rp	35.937.825
SCATIQ Pashmina 70x180	1120	Rp	45.000	Rp	50.406.300
SCATIQ Rok	1400	Rp	135.000	Rp	189.023.625
SCATIQ Dress Ikat	560	Rp	175.000	Rp	98.012.250
SCATIQ Cardigan	560	Rp	150.000	Rp	84.010.500
TOTAL				Rp	457.390.500

Sumber : SCATIQ

Pada tabel 2.5, penulis memastikan bahwa produk yang dibeli merupakan produk dari bahan baku yang berkualitas karena penulis tahu bahwa batik cap memiliki nilai tersendiri ketika digunakan. Total bahan baku awal yang digunakan oleh SCATIQ sebesar Rp 457.390.500,- . Harga produk sewaktu-waktu akan berubah disesuaikan dengan perekonomian Indonesia.

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.