

BAB I

PENDAHULUAN

A. Ide Bisnis

Sejak tahun 2005 Indonesia mulai memasuki era digital dan mengenal belanja online melalui situs online maupun perorangan. Namun hal ini masih belum umum dilakukan oleh masyarakat, karena perasaan takut dan merasa tidak aman. Begitu pula fasilitas yang tidak mendukung untuk menjalani jual – beli online, seperti jaringan internet yang belum stabil dan pengguna internet yang belum merata di Indonesia. Pada tahun 2010 tren berjual beli online mulai marak dikalangan muda hingga dewasa dan terus berkembang pesat. Istilah *online shop* semakin familiar didengar. Banyak anak muda yang mulai berjualan online dengan berbagai macam produk yang ditawarkan. Pada umumnya, toko online menjual produk yang sulit dijual ditoko fisik, sebagai alternatif bagi orang yang mencarinya. Namun, sekarang kita dapat menemui toko online atau situs jual – beli yang menjual barang – barang yang umum dijual toko fisik. Ini menandakan sebagian besar masyarakat sudah beralih untuk berbelanja lewat online karena dianggap lebih praktis.

Pada tahun 2010, penulis mulai berjualan online melalui smartphone dan sosial media, saat itu penulis dapat merasakan peluang berjualan online sangat besar, respon dari pembeli dan tingkat penjualan tinggi. Pertumbuhan toko online masih dirasakan hingga ditahun 2014, lalu penulis mulai merasakan pertumbuhan dan respon konsumen semakin





lambat. Dengan melakukan promosi standar melalui sosial media tidak berdampak banyak terhadap toko online. Sehingga penulis mendapat ide untuk membuka jasa promosi online untuk toko-toko online agar memudahkan mereka dalam menjual produk dan membuat toko mereka lebih dikenal massa. Kini, penulis ingin memperluas jangkauan konsumen, yang sebelumnya hanya jasa promosi online menjadi jasa *branding* online dan offline. Target pemasaran kami ditujukan kepada usaha mikro, kecil dan menengah, karena penulis melihat prospek bidang periklanan dan *branding* di Indonesia masih terbuka lebar pada kalangan tersebut.

B. Tujuan dan Bidang Usaha

Dalam mendirikan usaha, setiap pebisnis pasti memiliki tujuan bisnis baik jangka panjang maupun jangka pendek. Tujuan penulis dalam pendirian usaha jasa *branding* ini. Tujuan jangka panjang penulis adalah menjadi perusahaan jasa *branding* terbesar di Jakarta dan Bekasi. Lokasi tersebut dipilih berdasarkan pertimbangan target konsumen dan kemampuan jangkauan penulis. Penulis berharap agar pemilihan bidang usaha ini sesuai dengan kebutuhan dan permintaan pasar, dilengkapi dengan strategi pemasaran dan operasional yang tepat.

Jasa *branding* ini melibatkan kegiatan promosi dan desain grafis sehingga penulis perlu bekerja sama dengan agensi desain, dapat dikatakan jasa ini merupakan usaha *Business to Business* yang artinya tidak memberikan jasa langsung untuk para konsumen penikmat produk, namun kepada perusahaan yang membutuhkan jasa tersebut.

Kegiatan promosi merupakan salah satu komposisi *branding*. Ada tiga jenis kegiatan promosi yaitu media cetak, visual, dan digital. Selain promosi, komposisi



branding lainnya adalah desain. Desain merupakan salah satu faktor penting untuk menciptakan *image* dari suatu perusahaan. Sehingga desain juga menjadi salah satu jenis kegiatan *branding* yang kami tawarkan. Dengan desain dapat menciptakan berbagai atribut perusahaan untuk membangun *brand awareness* dan sebagai bahan promosi.

C. Besarnya Peluang Bisnis

Pertumbuhan pengguna internet berkembang pesat dari waktu ke waktu, data terakhir yang melalui survei pada tahun 2013 pengguna internet sebesar 71,19 juta orang di Indonesia lalu setiap tahunnya meningkat sebesar 13%. Begitu juga dengan perkembangan bisnis online karena permintaan yang setiap tahunnya meningkat sebesar 42% dilihat dari statistik dari tahun 2012 - 2015. Sebagai dampak dari pertumbuhan internet dan bisnis online yang pesat menyebabkan bisnis offline seperti toko fisik harus dapat bersaing dan lebih gencar lagi dalam mempromosikan produknya.

Penulis menangkap peluang bisnis tersebut, banyaknya bisnis online maupun offline yang membutuhkan jasa promosi dan menciptakan *brand image* yang tepat dan tertarget sehingga bisnis *branding* ini memiliki masa depan yang cerah. Jika dilihat dalam daur hidup bisnis ini tergolong dalam tahap *growing*. Data ini diperoleh dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (<https://apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016>).

Hak cipta dimiliki oleh KKGG 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.



D. Identitas Perusahaan

1. Data Perusahaan

Nama Perusahaan : Melon Promotion and Design
Bidang Usaha : Jasa *Branding*
Alamat Perusahaan : Jalan Gading Nirwana I PF 16 no 5
Kelapa Gading – Jakarta Utara
Telepon : 0838 – 7801 – 4025
Bentuk Badan : Usaha Perseorangan
Rencana Pendirian : 2017

2. Data Pendiri Perusahaan

Nama : Priscillia Charista
Jabatan : Pemilik (*Owner*)
Tempat Tanggal Lahir : Jakarta, 21 Mei 1995
Alamat : Jl. Gading Nirwana II PF 2 no 6
Kelapa Gading – Jakarta Utara
Telepon : 0838 – 7801 – 4025

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.



Email

: priscilliacharista@gmail.com

Pendidikan Terakhir

: Calon S1 (Sarjana Administrasi Bisnis)

B. Kebutuhan Dana

Kebutuhan akan dana merupakan hal yang tidak akan pernah terlepas dari pendirian sebuah usaha, baik usaha yang baru akan didirikan maupun usaha yang telah berjalan akan selalu membutuhkan dana untuk setiap kegiatannya. Untuk itu, jasa *branding* Melon tentu membutuhkan dana yang akan digunakan untuk pendirian usaha hingga usaha tersebut berjalan.

Dana yang diperlukan untuk mendirikan usaha ini berasal dari dana pribadi yang diperkirakan sebesar Rp. 60.286.000, dana tersebut akan digunakan untuk pelatihan karyawan, sewa bangunan, peralatan dan perlengkapan kantor, dan kebutuhan kas. Dana tersebut digunakan untuk kegiatan operasional usaha *branding* Melon Promotion and Design selama satu tahun. Keterangan mengenai penggunaan dana akan dijabarkan pada

Tabel 1. 1 :

Tabel 1. 1
Kebutuhan Dana Usaha Melon Promotion and Design
(dalam Rupiah)

Perincian	Biaya
Biaya Aktiva Tetap	
Peralatan Kantor	47,554,000
Sewa Bangunan	15,000,000
Total Aktiva Tetap	47,754,000
Kebutuhan Dana Modal Kerja	
Pelatihan Karyawan	300,000
Perlengkapan 1 tahun	7,232,000
Total Kebutuhan Dana Modal Kerja	7,532,000
Cadangan Kas	5,000,000
Total Kebutuhan Dana Usaha	60,286,000

Sumber : Data Usaha Melon Promotion and Design 2017

© 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.

