



BAB II

GAMBARAN USAHA

Gambaran usaha merupakan deskripsi terperinci mengenai usaha yang akan didirikan dan dijalankan oleh penulis. Gambaran usaha harus dibuat dengan sejelas-jelasnya untuk mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan sebelum sebuah usaha dijalankan. Hal ini berguna untuk menilai aset dan nilai investasi bisnis yang akan dijalankan, dan agar dapat ditarik kesimpulan bahwa bisnis ini memberikan keuntungan atau tidak. Gambaran usaha juga menunjukkan seperti apa usaha ini akan dijalankan demi mencapai visi, misi dan tujuan yang juga turut ditetapkan oleh pebisnis sebelum menjalankan usahanya.

A. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan

1. Visi

Setiap organisasi yang dijalankan pasti memiliki visi sebagai acuan dan tujuan untuk diraih. Visi merupakan pernyataan singkat dan jelas yang merupakan tujuan akhir organisasi atau merupakan gambaran masa depan organisasi.

Pernyataan visi harus jelas dan dapat dikomunikasikan secara menyeluruh ke semua anggota organisasi. Kejelasan dan pendistribusian visi hingga ke lapisan bawah struktur organisasi diperlukan agar semua anggota organisasi tahu tujuan sebenarnya dari organisasi dan dapat bersama-sama mengkokohkan diri untuk mencapai visi tersebut. Oleh karena itu, untuk membuat pernyataan visi yang tepat sebaiknya dipenuhi persyaratan visi, antara lain :

- a. Berorientasi pada masa depan;



- b. Tidak dibuat berdasarkan kondisi atau tren saat ini;
- c. Mengekspresikan kreativitas dan inovasi;
- d. Mempunyai standar yang tinggi dan ideal kepada karyawan;
- e. Menggambarkan keunikan bisnis dalam kompetisi.

Untuk itu, usaha jasa *branding* Melon Promotion and Design juga memiliki visi yang telah ditetapkan yaitu “Menjadi perusahaan *branding* terbaik dan terbesar di Indonesia.”

2. Misi

Setelah organisasi menetapkan visi yang akan dicapai, organisasi juga perlu pernyataan misi. Misi sendiri merupakan pernyataan mengenai cara yang harus dilakukan organisasi guna mencapai tujuan jangka panjangnya atau guna mencapai visi yang telah ditetapkan sebelumnya.

Pernyataan misi yang jelas dan tepat sasaran juga akan menjadi landasan dalam kepentingan prioritas perusahaan dan dapat memberikan perbedaan cara yang dilakukan perusahaan satu dengan perusahaan lainnya yang sejenis.

King dan Cleland dalam Fred R. David (2013:78) menyatakan bahwa organisasi yang hati-hati mengembangkan pertanyaan misi akan menuai manfaat sebagai berikut :

- a. Untuk dapat memastikan kebulatan tujuan dalam organisasi
- b. Untuk memberikan dasar, atau standar, untuk mengalokasikan sumber daya organisasi
- c. Untuk dapat membangun iklim organisasi



- d. Untuk dapat melayani sebagai titik fokus bagi individu untuk mengidentifikasi tujuan dan arah organisasi, dan untuk mencegah mereka yang tidak dapat berpartisipasi lebih lanjut dalam kegiatan organisasi
- e. Untuk dapat memfasilitasi arti dari tujuan ke dalam struktur kerja yang melibatkan penugasan tugas untuk elemen yang bertanggung jawab dalam organisasi
- f. Untuk dapat menspesifikasi tujuan organisasi dan untuk menerjemahkan tujuan tersebut sedemikian rupa sehingga biaya, waktu, dan parameter kinerja dapat dinilai dan dikendalikan.

Misi yang dimiliki Melon Promotion and Design adalah sebagai berikut:

- a. Menyediakan jasa yang dibutuhkan perusahaan offline maupun online.
- b. Memberikan pelayanan yang profesional dan memuaskan pelanggan.
- c. Menyediakan jasa yang berkualitas tinggi.
- d. Bekerjasama dengan berbagai perusahaan desain interior, desain grafis, dan periklanan.
- e. Mendapatkan kepercayaan dari pelanggan dan masyarakat Indonesia.
- f. Menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan, karyawan, serta perusahaan sejenis dalam industri yang sama.

3. Tujuan

Selain visi dan misi, setiap organisasi terlebih bisnis memiliki tujuan yang ingin dicapai melalui bisnis yang didirikan. Tujuan juga memiliki makna agar bisnis terus bertumbuh dan memiliki target yang ingin dicapai. Menurut Fred R. David (2013:41) tujuan dapat didefinisikan sebagai hasil tertentu dimana suatu organisasi berupaya untuk mencapai dalam mengejar misi dasarnya. Tujuan terdiri dari dua jenis, yaitu

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.

tujuan jangka panjang (*Long-term objectives*) dan tujuan jangka pendek (*Short-term Objectives*).

a. Tujuan Jangka Panjang (*Long-term Objectives*)

Tujuan jangka panjang (*Long-term objectives*) artinya tujuan tersebut dicapai dalam jangka waktu yang cukup lama yaitu lebih dari satu tahun. tujuan yang disusun perusahaan haruslah memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

(1) *Specific*

Tujuan haruslah spesifik, tidak ambigu, dan membingungkan. Untuk itu tujuan haruslah memperhatikan detail dan kejelasan sasaran agar penyampaian tujuan dapat dimengerti sepenuhnya oleh karyawan dalam perusahaan.

(2) *Measurable*

Tujuan yang dirancang haruslah dapat diukur Ada standar yang jelas yang menjadi ukuran apakah tujuan perusahaan tersebut berhasil dicapai atau tidak. Selain itu, tujuan dapat memberikan kepastian kapan bisnis telah mencapai tujuannya.

(3) *Achievable*

Tujuan yang ditetapkan haruslah dapat diraih atau dicapai oleh perusahaan. Yang artinya tujuan yang ditetapkan tidaklah terlampaui batas kemampuan perusahaan dan tujuannya tidaklah mengada-ada.

(4) *Realistic*

Tujuan harus sesuai dengan realita, baik realita menyangkut kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan. Dengan merancang tujuan



secara realistis yang mampu dicapai oleh perusahaan serta timbul kejelasan sasaran.

(5) *Time Bound*

Tujuan yang disusun haruslah memiliki batasan waktu kapan tujuan tersebut harus tercapai. Penetapan batas waktu dimaksudkan agar tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai dan diterapkan sesuai dengan perencanaan perusahaan.

Tujuan jangka panjang dari Melon Promotion and Design adalah :

- (1) Menjadi perusahaan jasa branding terbesar di Jakarta dan Bekasi dengan meraih pangsa pasar sebesar 50% untuk daerah Jakarta dan 65% daerah Bekasi pada bulan Mei 2025.
- (2) Memperluas pasar hingga mencakup seluruh wilayah Jabodetabek dan mendapatkan pangsa pasar hingga 30% pada Mei 2030.

b. Tujuan Jangka Pendek (*Short-term Objectives*)

Selain tujuan jangka panjang, terdapat tujuan jangka pendek yang perlu disusun perusahaan. Tujuan jangka pendek juga harus diraih untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan.

Tujuan jangka pendek juga harus memenuhi kriteria yaitu spesifik, dapat diukur, dapat diraih, realistis dan memiliki jangka waktu. Konsistensi terhadap tujuan juga perlu dilakukan dalam menetapkan dan melaksanakan tujuan perusahaan.

© 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.



Tujuan jangka pendek Melon Promotion and Design adalah sebagai berikut :

- (1) Meraih pangsa pasar sebesar 25% untuk daerah Jakarta dan 35% daerah Bekasi.
- (2) Mendapat pemasukan tetap setiap bulannya.
- (3) Database meningkat menjadi 20.000 orang.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Logo Usaha

Logo merupakan gambaran identitas dari setiap bisnis yang didirikan. Logo mengandung arti dan filosofi asal usul bisnis tersebut. Bisnis juga memiliki logo agar dapat membedakan satu bisnis dengan bisnis yang lain dari sudut pandang pelanggan.

Oleh karena itu, Melon Promotion and Design memiliki logo yang menjadi identitas diri dalam menjalankan aktivitas bisnis. Logo Melon Promotion and Design dapat dilihat pada **Gambar 2.1**

Gambar 2.1
Logo Melon Promotion and Design

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Sumber : Melon Promotion and Design, Tahun 2016

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.



Gambar 2. 1 merupakan logo dari Melon Promotion and Design yang terdiri dari 3 unsur, yaitu nama perusahaan, logo, dan *tagline* usaha. Nama Melon sendiri berasal dari singkatan media melalui online karena pada awalnya semua jasa beroperasi melalui aringan online, namun seiring berjalannya waktu Melon ini sudah beroperasi offline juga, tetapi karena nama Melon sudah cukup akrab di telinga konsumen, maka penulis memutuskan untuk tetap menggunakan nama Melon.

Unsur yang kedua adalah logo Melon Promotion and Design yang terdiri dari 5 unsur, Pertama, menggunakan gambar buah melon sebagai *icon*. Kedua, keseluruhan logo terdiri dari kombinasi berbagai warna hijau. Ketiga, *tagline* yang berada dibawah nama perusahaan. Keempat, menggunakan bentuk oval dibelakang nama perusahaan. Kelima, *font* atau jenis tulisan yang digunakan menggunakan huruf sambung.

Gambar buah melon sendiri awalnya hanya digunakan sebagai icon, tetapi jika teliti lebih dalam, kulit dari buah melon terdiri dari garis - garis yang saling berhubungan, Garis – garis pada kulit buah melon tersebut menggambarkan jejaring dalam bisnis *branding* tentu harus memiliki jangkauan yang sangat luas. Berbagai warna hijau yang digunakan pada logo Melon mencerminkan ide yang segar dan mencolok agar menjadi pusat perhatian. *Tagline* “Promotion and Design” berada dibawah nama perusahaan yang berfungsi untuk mendeskripsikan jenis perusahaan ini yang memiliki spesialisasi dibidang promosi dan desain. Bentuk oval miring keatas yang berada di belakang nama perusahaan merupakan lambang inovasi yang tak terbatas untuk mencakup luas pasar, dan miring keatas yang berarti terus meningkatkan kualitas jasa kearah yang lebih baik. Jenis *font* yang digunakan adalah huruf sambung, seperti harapan penulis agar selalu dapat menjaga hubungan baik dengan konsumen dan rekan kerja.



C. Gambaran Sekilas Produk

Melon Promotion and Design merupakan perusahaan jasa *branding*, dimana jasa yang kami tawarkan terdiri dari jasa promosi dan jasa design. Jasa promosi adalah bentuk komunikasi baik langsung maupun tidak langsung yang digunakan untuk mempengaruhi individu untuk membeli produk atau jasa selain itu juga dapat bersifat untuk membujuk calon pelanggan untuk membeli atau mengkonsumsi merek tertentu produk atau jasa. Jasa promosi kami menyediakan terdiri dari offline maupun online sehingga kebutuhan promosi perusahaan klien dapat terpenuhi dengan menggunakan jasa kami. Sedangkan jasa desain kami menyediakan desainer yang siap membentuk identitas usaha klien kami misalnya logo, stempel, kartu nama, dan berbagai atribut promosi perusahaan seperti banner, spanduk, dan sebagainya.

Kelebihan jasa promosi yang ditawarkan oleh Melon Promotion and Design:

1. Menyediakan Jasa Promosi Komplit

Berhubung dunia periklanan sudah berkembang, tidaklah cukup jika promosi hanya dilakukan hanya *offline* saja, sekarang promosi secara *online* sangat berpengaruh terhadap *brand awareness* perusahaan. Maka dari itu, Melon Promotion and Design menyediakan paket jasa promosi yang lengkap baik *offline* maupun *online* dan dapat memilih *target audience* yang ingin dijangkau sesuai dengan segmentasi pasar perusahaan tersebut.

2. Biaya yang Terjangkau

Jasa promosi Melon Promotion and Design cukup terjangkau oleh perusahaan mikro hingga menengah. Biaya yang dikeluarkan dapat disesuaikan



dengan *budget* perusahaan dan kebutuhan perusahaan seberapa besar target pasar yang ingin dijangkau.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3. Kualitas Terjamin

Kualitas jasa promosi terjamin, dengan penanganan klien yang sangat cepat 24 jam melalui customer service website dan proses instant order dari jam 8.00 hingga 20.00. Dengan jaminan proses aman dan privasi klien terjamin. Penulis telah mengumpulkan beberapa portfolio terbaik dari klien yang puas dengan jasa promosi kami.

Kelebihan jasa desain yang ditawarkan oleh Melon Promotion and Design:

1. Pembuatan Desain untuk Berbagai Kebutuhan

Desain memiliki cakupan yang sangat luas, mengingat hampir semua aspek dalam kehidupan ini membutuhkan desain. Mulai dari produk, *indoor* maupun *outdoor* semua membutuhkan desain. Melon Promotion and Design melihat peluang tersebut dan menyediakan berbagai jasa desain yang dibutuhkan oleh klien. Beberapa jasa desain yang kami tangani seperti pembuatan logo perusahaan, desain *packaging*, dan atribut promosi dan *branding*.

2. Proses Cepat

Proses cepat dari diterimanya pesanan jasa desain, transaksi pembayaran sampai pemberian proyek kepada bagian operasional kami sangat cepat dan terstruktur dengan alur dan aturan yang jelas. Seperti berapa lama hasil desain akan selesai dan berapa banyak jumlah revisi yang diberikan dalam kurun waktu tertentu, demi menjaga efisiensi dan efektivitas waktu kerja.

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.



3. Harga Bersaing

Jasa desain Melon Promotion and Design sangat bersaing dengan perusahaan agensi desain, yang menjadi pembeda dari jasa desain kami dengan yang lain adalah biaya dapat disesuaikan dengan *budget* klien dan jasa desain apa yang dibutuhkan oleh klien.

4. Menyediakan Desainer Profesional

Desainer yang kami rekrut sebagai bagian operasional Melon Promotion and Design minimal memiliki 2 tahun pengalaman kerja sebagai desainer sebelumnya. Selain itu desainer tersebut di seleksi berdasarkan portfolio hasil desain mereka dan yang dipilih adalah yang telah memenuhi standar dan sesuai dengan karakteristik desain perusahaan *branding* Melon.

D. Jenis dan Ukuran Usaha

1. Jenis Usaha

Pengertian Perusahaan Menurut Undang-undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan, merupakan setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap, terus menerus dan yang didirikan, bekerja serta berkedudukan dalam wilayah negara Republik Indonesia yang bertujuan memperoleh keuntungan. Dari pengertian menurut Undang–Undang tersebut, terdapat pembagian usaha menurut bentuk badan usaha.

Badan usaha sendiri adalah status perusahaan tersebut yang terdaftar secara resmi. Jenis badan usaha perusahaan yang Melon Promotion and Design pilih:

Perusahaan Perseorangan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (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.



Perusahaan Perseorangan adalah perusahaan yang dimiliki, dikelola, dan dipimpin oleh seseorang yang bertanggung jawab penuh terhadap semua risiko dan aktivitas perusahaan. Dalam bentuk ini, tidak ada permisahaan modal antara kekayaan pribadi pemilik dengan kekayaan perusahaan.

Alasan penulis memilih jenis badan usaha perseorangan karena melihat tingkat risiko yang cukup rendah dan modal usaha yang tidak terlalu besar sehingga penulis tidak terlalu mengkuatirkan asset pribadinya jika dicampurkan dengan asset perusahaan. Selain itu penulis ingin membuat struktur usaha ini dengan sangat sederhana sehingga keputusan dapat diambil sendiri oleh penulis dan demi untuk menjaga kerahasiaan dalam hal laporan keuangan dan informasi perusahaan karena sifatnya mudah ditiru oleh pesaing.

2. Ukuran Usaha

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), uraian usaha dapat dibagi sebagai berikut:

a. Usaha Mikro

Usaha Mikro adalah usaha produktif untuk orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur Undang-Undang ini.

b. Usaha Kecil

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan dan 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 yang dimaksud dalam

Ⓒ Undang-Undang.

Usaha Menengah

Usaha Menengah 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 dengan usaha kecil atau besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Berikut kriteria UMKM dapat dilihat pada **Tabel 2.1** berikut ini:

Tabel 2.1
Kriteria UMKM (dalam Rupiah)

No	Uraian	Kriteria	
		Asset	Omzet/Tahun
1	Usaha Mikro	Maks 50.000.000	Maks 300.000.000
2	Usaha Kecil	> 50 juta – 1 Miliar	> 300 juta – 2,5 Miliar
3	Usaha Menengah	> 1 Miliar - 10 Miliar	> 2,5 Miliar - 50 Miliar

Sumber : Saiman, Leonardus, *Kewirausahaan* (2014:9)

Berdasarkan data tersebut, usaha mikro merupakan usaha yang memiliki aset paling besar 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) dengan omzet per tahunnya paling besar 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah). Usaha kecil adalah usaha yang memiliki aset paling kecil sebesar 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) dan yang paling besar 1.000.000.000 (satu miliar rupiah) dengan omzet per tahunnya lebih



dari 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) dan paling besar 2.500.000.000. (dua miliar lima ratus juta rupiah). Usaha menengah memiliki aset lebih dari 1.000.000.000 (satu miliar rupiah) hingga 10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah) dan memiliki omzet paling besar 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah) hingga 50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah).

Usaha yang dimiliki penulis, yaitu Melon Promotion and Design merupakan usaha kecil. Melon Promotion and Design memiliki aset Rp. 69.542.800 dan perkiraan omzet yang didapat selama satu tahun berkisar antara Rp. 250.000.000 hingga Rp. 660.000.000 per tahun.

E. Latar Belakang Pemilik dan Alamat Perusahaan

1. Latar Belakang Pemilik

Priscillia Charista merupakan penulis, pemilik serta pendiri dari Melon Promotion and Design. Priscillia Charista yang akrab disapa Priscillia ini berkediaman di Kota Jakarta Utara, tepatnya di Jalan Gading Nirwana II PF 2 no 6, Kelapa Gading. Priscillia seorang anak sulung dengan satu orang adik yang sudah terbiasa hidup mandiri dikarenakan kedua orang tua bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidup, sehingga hal tersebut mendorong penulis untuk berusaha mencari pendapatan tambahan karena melihat contoh orang tua yang giat bekerja. Saat sekolah menengah pertama Priscillia berjualan *online* berbagai produk karena melihat peluang bisnis *online* yang sangat berkembang saat itu, namun saat sekolah menengah atas sudah mulai terasa penurunan perkembangan bisnis *online* sehingga penulis mengambil peluang tersebut untuk membuka jasa iklan *online* yang bernama Melon yang akan dikembangkan dalam perencanaan bisnis ini menjadi bisnis *branding* *online* maupun

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.

offline. Priscillia melanjutkan pendidikan jenjang S1 di Kwik Kian Gie School of Business selama 4 tahun dengan mengambil jurusan Ilmu Administrasi Bisnis.

Priscillia merupakan anak kandung dari seorang *General Manager* PT. Kartika Alas Utama dan ibu rumah tangga yang sangat bertanggung jawab. Penulis tidak memiliki latar belakang keluarga pebisnis, sehingga penulis memiliki dorongan untuk mengadakan perubahan dengan membuat bisnis. Penulis menyalurkan semua minat dan bakatnya melalui perusahaan jasa ini.

2. Alamat Perusahaan

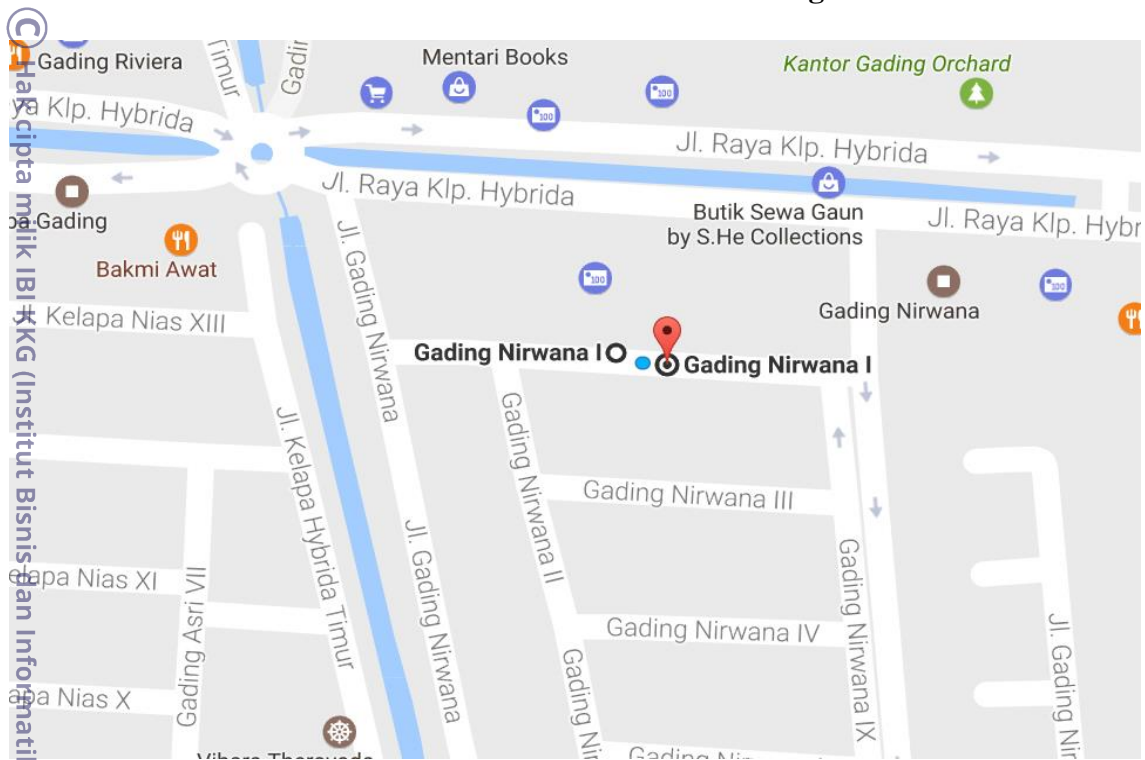
Dalam menjalankan usahanya, penulis perlu memiliki lokasi dan tempat untuk mengoperasikan perusahaannya. Tentu pemilihan lokasi usaha harus tepat dan strategis untuk menciptakan faktor postif untuk meningkatkan peluang dan kekuatan usaha. Penulis dalam rencana menjalankan usahanya memilih lokasi di Kelapa Gading, Jakarta Utara. Dengan melihat banyaknya usaha baru yang buka di Kelapa Gading dan sekitarnya yang dapat dijadikan calon klien Melon Promotion and Design kedepannya.

Pemilihan lokasi di Jakarta dipengaruhi oleh faktor kepadatan penduduk, kepadatan usaha mikro dan menengah, menggunakan rumah yang sudah dimiliki oleh orang tua, akses lokasi yang lebih mudah dan strategis.

Untuk itu, alamat yang penulis tempati untuk dijadikan lokasi usaha berada di Jalan Gading Nirwana I PF 16 nomer 5 Pegangsaan Dua, Kelapa Gading, Jakarta Utara. Berikut lokasi usaha Melon Promotion and Design yang dapat dilihat pada **Gambar 2.2** yang ditandai dengan *pointer* berwarna merah.



Gambar 2.2
Peta Lokasi Melon Promotion and Design



Sumber : <https://www.google.co.id/maps/place/GadingNirwana>

F. Data Pendiri Perusahaan

Nama : Priscillia Charista
Jabatan : Pemilik (*Owner*)
Tempat Tanggal Lahir : Jakarta, 21 Mei 1995
Alamat : Jalan Gading Nirwana II PF 2 no 6
 Kelapa Gading – Jakarta Utara
Telepon : 0838 – 7801 - 4025
Email : priscilliacharista@gmail.com
Pendidikan Terakhir : Calon S1 (Sarjana Administrasi Bisnis)

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.



G. Peralatan yang Dibutuhkan

Dalam kegiatan mendirikan Melon Promotion and Design, terdapat beberapa peralatan penting yang dibutuhkan untuk kegiatan operasional serta demi kemudahan dalam menjalankan usaha. Peralatan sendiri adalah segala macam benda yang digunakan untuk mendukung suatu usaha dan memiliki nilai ekonomis lebih dari satu tahun. Berikut daftar peralatan yang akan dibutuhkan untuk kegiatan operasional dan kantor yang dapat dilihat pada **Tabel 2.2**.

Tabel 2.2
Peralatan Kantor Melon Promotion and Design (dalam Rupiah)

No	Peralatan Kantor	Kuantitas	Harga Satuan	Total Harga
1	Laptop Asus	1	5,000,000	5,000,000
2	Laptop Asus	1	3,000,000	3,000,000
3	Laptop Mac	1	14,800,000	14,800,000
4	Handphone	3	3,000,000	9,000,000
5	Modem Wifi	1	250,000	250,000
6	Meja Kantor	1	300,000	300,000
7	Kursi Kantor	5	200,000	1,000,000
8	AC Samsung	3	2,200,000	6,600,000
9	Mouse	2	35,000	70,000
10	Numlock Pad	1	72,000	72,000
11	Telepon	1	100,000	100,000
12	Meja Tamu	1	300,000	300,000
13	Sofa	1	4,000,000	4,000,000
14	Sapu	1	23,000	23,000
15	Kain Pel	1	28,000	28,000
16	Ember	1	20,000	20,000
17	Kain Lap	1	6,000	6,000
18	Pengki	1	15,000	15,000
19	Dispenser	1	150,000	150,000
20	Rak Buku	4	130,000	520,000
21	Tempat sampah	2	40,000	80,000
22	Hardisk	1	680,000	680,000
23	Printer	1	1,500,000	1,500,000
24	Gelas	5	8,000	40,000
Total				47,554,000

Sumber : Melon Promotion and Design, Tahun 2017

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. Perlengkapan yang Dibutuhkan

Selain peralatan, tentu perusahaan membutuhkan perlengkapan yang lengkap yang mampu membantu kegiatan operasional Melon Promotion and Design. Perlengkapan yang dibutuhkan oleh Melon Promotion and Design dapat dilihat pada **Tabel 2.3** dibawah ini.

Tabel 2.3
Perlengkapan kantor Melon Promotion and Design (dalam Rupiah)

No	Perlengkapan Kantor	2018	2019	2020	2021	2022
1	Alat tulis kantor	1,200,000	1,270,320	1,344,761	1,423,564	1,506,985
2	Kertas	304,000	321,814.40	340,673	360,636	381,769
3	Stampel	200,000	211,720	224,127	237,261	251,164
4	Buku tulis	28,000	29,641	31,378	33,216	35,163
5	Tissue	576,000	609,754	645,485	683,311	723,353
6	Pembersih lantai	1,360,000	1,439,696	1,524,062	1,613,372	1,707,916
7	Sabun cuci tangan	324,000	342,986	363,085	384,362	406,886
8	Tinta Printer	1,800,000	1,905,480	2,017,141	2,135,346	2,260,477
9	Galon air minum	1,440,000	1,524,384	1,613,713	1,708,276	1,808,381
Total		7,232,000	7,655,795	8,104,425	8,579,344	9,082,094

Sumber : Melon Promotion and Design, Tahun 2017