



RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA TOKO PAKAIAN "TWINS BOUTIQUE DI ITC MANGGA DUA, JAKARTA UTARA

Lisa Vindia

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dr. Husein Umar

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Lisa Vindia / 25080171 / Established of a Business Plan Workshop Boutique "Twins Boutique" at ITC Mangga Dua in Jakarta Utara / Dr. Husein Umar

Twins boutique is a business engaged in the selling fashion blouse, dress, shorts and pants, accessories and bags intended for female adolescents and adults.

Market segmentation of Twins Boutique are geographic and demographic that include women aged 14-45 years education from junior to housewives who earn at least Rp 3.000.000, -. As for the psychographic and behavioral segmentation of Twins Boutique are consumers who have an awareness of fashion who want to always look attractive and fashionable.

Twins boutique is located in ITC Mangga Dua Blok A no.307, Jakarta Utara. Twins Boutique uses 100% own capital so so there is no profit sharing with anyone.

The capital amount which will be used to establish business is Rp 300.000.000,-. These funds will be used to buy equipment and vehicle that cost Rp 20.620.000,- rent building Rp 80.000.000,- renovation store Rp 15.000.000 marketing cost Rp 6.525.000,- and cash reserves Rp 177.855.000,-

Projected financial statements carried out to measure the boutique's performance appraisal. Business feasibility assessments of investment appraisal. The result of the feasibility assessment of investment known to the company worth living with a positive net present value of Rp 179.999.126,9,- with payback period in 2 years 2 months and 26 days and the analysis of internal rate return is 35,56% greater than 10,5% (weighted average of capital).

PENDAHULUAN

A. Nama dan Alamat Perusahaan

Bisnis ini adalah sebuah bisnis yang baru berdiri, dimana data yang lengkap adalah sebagai berikut :

Nama Perusahaan : TWINS BOUTIQUE
 Bidang Usaha : Toko Pakaian
 Alamat : Pusat Butik ITC Mangga Dua Blok A no.307
 Jakarta Utara
 Nomor Telepon : 021 – 6256678
 Investor : Lisa Vindia
 Email : www.twinsboutique.com

B. Nama dan Alamat Pemilik Perusahaan

Nama : Lisa Vindia
 Jabatan : Pemilik
 Tempat dan Tanggal Lahir : Jakarta, 30 September 1990
 Alamat : Jl. Rukun II no.33 Cibubur, Jakarta Timur

Hak Cipta dan Hak Penjualan
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.



Pendidikan Terakhir : S1 Kewirausahaan
Email : lisa.vindia@yahoo.co.id

C. Bidang Usaha

Peluang bisnis butik sangat berkembang dari waktu ke waktu. Hal ini dapat dilihat dengan maraknya trend berbelanja *online* khususnya untuk pakaian dan jika berjalan-jalan ke mall atau pusat perbelanjaan sejenis, sebagian tempat disana menjual berbagai macam pakaian. Seperti yang kita ketahui bersama, pakaian adalah kebutuhan primer yang menunjang kehidupan sehari-hari. Terlebih untuk kaum wanita, pakaian membuat wanita dapat terlihat modis, up to date dan *fashionable*. Melihat dari kondisi tersebut muncullah ide untuk membuat usaha butik yang memiliki model, kualitas dan servis yang diberikan kepada pelanggan.

Modal awal pendirian suatu usaha sebenarnya relatif, tergantung pada ukuran bisnis yang akan dibangun dan banyaknya persediaan atau stok untuk produk yang diinginkan oleh *entrepreneur* untuk dijual lagi kepada konsumen akhir. Pendirian usaha toko pakaian Twins *Boutique* ini membutuhkan dana Rp. 300.000.000,- (Tiga ratus juta rupiah) dengan menggunakan 100% modal sendiri dan menggunakan keuntungan dari transaksi penjualan sebagai tambahan modal. Dana tersebut nantinya digunakan untuk menyewa toko, membeli persediaan barang dagangan, dan sebagai modal awal untuk membeli semua peralatan maupun perlengkapan yang dibutuhkan untuk menunjang usaha ini.

ANALISIS INDUSTRI

Analisis industri merupakan hal penting dalam pembuatan sebuah rencana bisnis agar dapat mengetahui dengan jelas dan fokus tentang spesifikasi yang terjadi dalam industri dengan memperhatikan beberapa faktor, yaitu permintaan industri, persaingan, dan pasar mana yang akan dituju.

Wirausaha adalah orang yang terampil memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya dengan tujuan untuk meningkatkan kehidupannya. Prinsip-prinsip kewirausahaan yang paling penting adalah berani atau keluar dari rasa takut akan gagal. Makna berani disini adalah tindakan dimana kita harus bisa mengambil sikap atas peluang-peluang yang muncul dalam hidup ini terutama peluang untuk mendirikan usaha. Pendidikan akan kewirausahawan sangatlah penting tapi perannya dalam hal ini adalah sebagai tolak ukur tingkatan keberanian akan usaha yang kita buat dan perencanaan sebuah usaha. Pendidikan kewirausahaan berguna pada tingkat keahlian dari bidang usaha yang akan kita dirikan tapi hal tersebut bukan lah jadi prinsip dasar dalam membangun usaha tapi keberanian kita lah yang dapat menjadi prinsip dasar dalam membangun usaha.

GAMBARAN USAHA

A. Produk

Schifman, Leon G dan Leslie Lazar Kanuk (2007:67), mengemukakan “perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan.” Berdasarkan definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk menjadi loyalitas maka perilaku konsumen perlu dipahami, karena berkaitan dengan loyalitas pelanggan agar wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang atau jasa. Dalam hal ini promosi berperan penting dalam menjadikan konsumen berperilaku, dengan melakukan promosi produk hendaknya ditampilkan sesering mungkin di media, promosi yang menarik berkesan dan mudah dipahami untuk mendapatkan perhatian dan tanggapan dari calon konsumen sehingga terjadinya perilaku konsumen dalam pembelian produk. Dalam memilih produk atau jasa, perilaku konsumen selalu berubah-ubah sesuai dengan perubahan zaman. Dengan begitu konsumen dapat saja merasa jenuh dengan produk yang monoton, sehingga selalu mencari hal-hal yang baru tetapi didukung oleh produk yang berkualitas baik.

Menurut Philip Kotler (2008:430), “Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



memuaskan keinginan dan kebutuhan. Termasuk di dalamnya adalah obyek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan gagasan.”

1. Bisnis Eksternal

Adalah strategi yang menggambarkan aktivitas normal yang dilakukan perusahaan dalam mempersiapkan, menetapkan harga, mendistribusikan dan mempromosikan produk kepada pelanggan atau lebih dikenal dengan “Bauran Bisnis 4P.”

2. Bisnis Internal

Adalah strategi yang menggambarkan tugas yang dilakukan perusahaan dalam rangka melatih dan memotivasi para karyawannya agar dapat melayani para pelanggan dengan baik.

3. Bisnis Interaktif

Adalah strategi yang menggambarkan keahlian karyawan dalam melayani atau berinteraksi dengan pelanggan. Hal ini disebabkan karena pelanggan menilai kualitas suatu produk dari cara si pemberi produk menyediakannya.

Philip Kotler (2008:315-342), mengemukakan ada 8 (delapan) tahap dalam mengembangkan produk, yaitu antara lain:

1. Tahap pencarian ide
2. Tahap penyaringan ide
3. Tahap pengembangan dan pengujian konsep
4. Tahap pengujian strategi pemasaran
5. Tahap analisis bisnis.
6. Tahap pengembangan produk
7. Tahap tes pasar
8. Tahap komersialisasi

Menurut Philip Kotler (2008:266), jasa adalah “semua kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tak berwujud (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.”

Berikut adalah jasa-jasa yang ditawarkan oleh *Twins Boutique* :

1. Penjualan
2. *Delivery* pakaian

Twins Boutique merupakan perusahaan kecil dan termasuk perusahaan perseorangan yang melakukan perdagangan secara eceran (*retailer*) pakaian untuk wanita.

1. Ukuran Bisnis

Twins Boutique termasuk dalam perusahaan kecil. Secara umum pengertian usaha kecil mengacu pada ciri-ciri sebagai berikut:

a. Manajemen berdiri sendiri.

Pada umumnya, para manager perusahaan kecil adalah juga pemilik. Dengan predikat yang disandang, mereka memiliki kebebasan luas untuk bertindak dan mengambil keputusan.

b. Investasi modal terbatas.

Pada umumnya, modal perusahaan kecil disediakan oleh seorang pemilik atau sekelompok kecil pemilik, karena jumlah modal yang diperlukan relatif kecil dibandingkan modal yang diperlukan perusahaan besar.

c. Daerah operasinya lokal.

Dalam hal ini pemilik dan karyawan tinggal dalam suatu lingkungan yang berdekatan dengan letak perusahaan. Meskipun demikian, tidak berarti perusahaan kecil hanya melayani pasar setempat. Seringkali dijumpai, pemasaran perusahaan kecil bahkan mencapai lingkup nasional.

d. Ukuran secara keseluruhan relatif kecil (penyelenggaraan dibidang operasinya tidak dominan).



2. Bentuk Badan Usaha

Berdasarkan ciri-ciri tersebut Twins Boutique termasuk perusahaan perseorangan karena manager Twins Boutique adalah pemilik dari Twins Boutique itu sendiri, Twins Boutique dikelola dan diawasi oleh satu orang dengan jumlah pekerja sebanyak 2 orang. Jumlah modal yang diperlukan relatif kecil dibandingkan modal yang diperlukan perusahaan besar.

PERENCANAAN JASA OPERASIONAL

A. Deskripsi Rencana Operasional

Tahap awal dalam proses pelayanan Twins Boutique hanya akan memberikan label pada produk-produk yang dijual dengan menggunakan merek pribadi yaitu Twins Boutique. Sebagai bentuk perencanaan pelayanan dimasa yang akan datang, tidak menutup kemungkinan bahwa Twins Boutique berencana untuk merancang model sampai memproduksi sendiri sebagian pakaian yang akan dijual. Hal ini dimaksud agar produk-produk yang dijual semakin bervariasi, unik, dan tidak dapat ditemukan ditempat lain.

Operasi yang dilakukan Twins Boutique adalah penjualan pakaian perempuan. Cara pembelian barang di Twins Boutique adalah dengan datang langsung ke toko kemudian melihat sendiri barang yang dipajang ditoko. Dengan secara langsung diharapkan customer akan puas, karena barang yang dapat dibeli dapat dilihat secara langsung dengan melihat model dan bahan yang digunakan pada produk. Namun jika pembeli tidak memiliki waktu banyak untuk datang ke butik, Twins Boutique juga menyediakan website yang akan mempermudah para konsumen untuk berbelanja.

Twins Boutique melakukan kegiatan operasional yaitu menjual barang secara eceran produk - produk fashion seperti pakaian wanita, dewasa beserta aksesoris dan pendukung lainnya. Twins Boutique mempunyai jam operasi pada pukul 10.00 - 17.00. Twins Boutique buka 7 hari dalam seminggu dan hari liburpun tetap buka kecuali Hari Raya Imlek dan Idul Fitri. Deskripsi rencana operasi Twins Boutique adalah:

1. Survey lokasi dan pemasok

Pada tahap permulaan, perlu melakukan survey lokasi yang strategis dan sesuai dengan jenis usaha yang dijalankan. Karena faktor lokasi juga sangat penting didalam melakukan suatu usaha. Selain itu dilakukan pula survey terhadap pemasok peralatan, perlengkapan, barang yang akan dijual serta para pemasok yang dipilih menjadi langganan Twins Boutique dalam melaksanakan usaha nantinya. Hal-hal tersebut perlu adanya pertimbangan matang agar didalam faktor distribusi dan lain-lainnya diharapkan tidak memiliki kendala yang besar.

2. Menyewa Toko

Setelah pertimbangan beberapa hal seperti faktor lokasi, biaya dan luas toko yang diperlukan, maka Twins Boutique akan menyewa toko yang berlokasi didaerah ITC Mangga Dua yang dapat memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi berbelanja. Menyewa toko pun dilakukan selama 1 tahun, untuk mengantisipasi kenaikan harga apabila ditengah tahun yang berjalan mengalami kenaikan harga sewa.

3. Pembuatan SIUP

Menurut PERDA No. 12 Tahun 2002, hal-hal yang harus dipersiapkan untuk mendapatkan SIUP bagi usaha perorangan adalah melampirkan:

- Fotokopi surat Akta Pendirian Perusahaan / Akta Notaris
- Fotokopi KTP Pemilik / penanggung jawab perusahaan
- Fotocopi NPWP
- Fotocopi Surat Izin Usaha (SITU) dari Pemda Perdagangan bagi kegiatan yang dipersyaratkan Undang - Undang Gangguan
- Fotocopi status kepemilikan tempat usaha
- Neraca awal perusahaan
- Pas foto direktur perusahaan berwarna ukuran 4x6 sebanyak 3 lembar.

4. Pendaftaran NPWP

Setiap warga negara Indonesia yang mempunyai penghasilan diatas PTKP (Penghasilan Tidak Kena Pajak) wajib mendaftarkan diri ke Kantor Pelayanan Pajak (KPP). Pendaftaran

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) juga dapat dilakukan secara elektronik yaitu melalui internet situs Direktorat Jendral Pajak, Kementerian Keuangan dengan alamat <http://www.pajak.go.id> dengan mengklik *e-registration*. Selanjutnya dapat mengirimkan print-out melalui pos ke KPP yang wilayah kerjanya meliputi tempat tinggal atau kedudukan Wajib Pajak.

5. Merenovasi toko sesuai desain yang diharapkan

Perenovasian toko dilakukan setelah semua perjanjian dengan pemberi sewa dan surat-surat perizinan telah selesai. Toko akan dibuat dan didesain oleh pemilik dan beberapa orang yang terkait (tukang bangunan). Perenovasian toko ini direncanakan akan berlangsung selama 1 bulan. Merenovasi toko yang diharapkan sesuai dengan keinginan sipemilik dengan melakukan berbagai hiasan *wallpaper* yang *eye catching* serta dengan hiasan-lainnya, agar pengunjung tertarik untuk masuk kedalam toko Twins Boutique.

6. Menyiapkan peralatan toko

Peralatan disiapkan dan dibeli sesuai dengan kebutuhan yang berguna dalam menjalankan kegiatan operasional. Aktivitas ini dijadwalkan selama satu bulan bersamaan dengan proses renovasi toko. Peralatan tokopun menjadi hal yang penting untuk diperhatikan, karena untuk melengkapi dari proses penjualan barang tersebut. Membeli peralatan toko pun perlu disesuaikan dengan kebutuhan, agar tidak terjadi kelebihan barang dan membuang biaya yang besar.

7. Membeli barang-barang dan pakaian ke pemasok

Bahan baku yang dipesan berupa baju. Proses pemesanan dilakukan selama satu minggu untuk melakukan perjanjian kerja sama dengan pemasok bahan baku serta memberi waktu bagi pemasok menyiapkan pesanan. Barang – barang yang dipilih merupakan pakaian – pakaian yang up to date dan banyak diminati pelanggan, yang diharapkan sesuai dengan keinginan pasar. Pemilihan pemasok pun menjadi pertimbangan yang sangat penting, karena sipemilik harus dengan jeli melihat pakaian – pakaian yang sedang “in” di pasaran, serta melihat dari kesungguhan si pemasok apakah ia mampu untuk menepati janji dalam melakukan pengiriman dengan waktu yang telah disepakati bersama.

8. Menata toko dan menyusun barang-barang

Peralatan yang telah dibeli disusun sesuai dengan design yang telah dibuat sebelumnya. Penataan yang baik sangat diperlukan untuk mempermudah pekerjaan juga menampilkan kerapian sehingga pembeli juga akan merasa nyaman saat melakukan transaksi. Hal tersebut dilakukan guna untuk menarik perhatian konsumen dalam mencari pakaian dan dalam melakukan transaksi pembelian. Barang – barang juga diletakkan ditempat yang mudah dijangkau oleh konsumen, sehingga konsumen mampu meraih dan melihat lebih jelas barang yang ia sukai.

9. Membuat design katalog produk dan web untuk pemasaran online

Proses pembuatan sarana penjualan seperti katalog dan web dimulai dengan memilih dan mendesain motif-motif yang akan digunakan. Jika design sudah sesuai keinginan, katalog dapat langsung dicetak dan design di upload ke web yang sudah dibuat. Proses ini direncanakan selama 3 minggu. Pembuatan katalog pun dilakukan semaksimal mungkin, karena dengan katalog tersebut karena hal itu merupakan cara awal dalam melakukan promosi, apabila hal tersebut menarik perhatian maka secara tidak langsung berpengaruh terhadap penjualan.

10. Pembukaan toko

Setelah semua persiapan telah selesai, toko siap dibuka untuk melakukan penjualan. Pada saat pembukaan toko pertama kali akan dilakukan promosi untuk menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian dengan cara memberikan potongan harga untuk jumlah pembelian yang ditetapkan. Lalu, dengan memberikan potongan harga kembali jika dengan melakukan pembelian untuk barang kedua dan seterusnya. Hal tersebut membuat konsumen secara tidak langsung menjadi loyal terhadap toko Twins Boutique.

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.



B. Proses Operasi

Proses Operasi pada Twins Boutique dapat dilihat pada Gambar 4.1

Gambar 4.1
Proses Operasi Twins Boutique



Pada suatu operasi bisnis, pemasok memegang peranan yang cukup vital karena dapat mempengaruhi bisnis itu sendiri. Ada lima kebenaran yang digunakan sebagai ketrampilan yang harus dimiliki oleh suatu perusahaan dalam pemilihan produk untuk pelanggannya, yaitu:

a. Produk yang tepat

Segala upaya menyediakan produk yang tepat, baik itu model, merk, warna, ukuran dan lain sebagainya, yang diperkirakan diinginkan oleh pelanggan yang disasar.

b. Tempat yang tepat

Upaya menyediakan produk yang sesuai dengan lokasi tempat penjualan. Selain itu, peletakan didalam toko atau tempat berjualan pun harus juga diperhatikan untuk memungkinkan produk dapat terjual secara optimal.

c. Waktu yang tepat

Menyediakan produk yang dibutuhkan tepat ketika produk tersebut sedang dibutuhkan. Didalam hal ini, Twins Boutique harus menyediakan produk yang sesuai dengan trend masa kini.

d. Kuantitas yang tepat

Menyediakan produk dalam jumlah yang benar. Menyamaratakan jumlah alokasi produk dalam jumlah yang sama untuk setiap lokasi adalah sama bahayanya dengan mengasumsikan jumlah yang sama sepanjang tahun. Oleh karena itu, seorang *merchandiser* harus memiliki keahlian dalam menentukan *the right quantities* ini agar tidak terjadi kelebihan inventori, sekaligus di sisi lain juga tidak kehilangan penjualan akibat turunnya inventori.

e. Harga yang tepat

Menyediakan harga yang tepat untuk setiap produk yang dijual. Harga, meskipun bukan cara satu-satunya dalam menarik konsumen namun strategi penentuan harga memiliki akibat yang besar dalam sukses atau tidaknya sebuah peritel. Penentuan harga adalah penentu keuntungan perusahaan namun juga harus dalam batas yang wajar sehingga tidak menjadi faktor perusak.

Twins Boutique melakukan pemesanan produk jadi kepada para pemasok sebagai tahap awal sebelum melakukan penjualan karena perlunya memiliki persediaan dalam bisnis ini.

© 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.



C. Nama pemasok

Berikut adalah daftar nama-nama pemasok (supplier) untuk Twins Boutique yaitu:

Tabel 4.1
Pemasok Twins Boutique

No.	Nama Pemasok	Alamat
1.	Top Men	Pusat Grosir Pasar Pagi Mangga Dua Lt. 5 Blok B No. 6
2.	Love-ly	Pusat Grosir Pasar Pagi Mangga Dua Lt. 4 Blok B No. 91-92
3.	Oxygen Collection	Pusat Grosir Tanah Abang Blok A Lt. 6 Los D No. 26-28
4.	Big Shop	Pusat Grosir Pasar Pagi Mangga Dua Lt. 5 Blok B No. 22
5.	Easy Collection	Pusat Grosir Pasar Pagi Mangga Dua Lt. 4 Blok BA No. 93-93A
6.	Seiyu	Pusat Grosir Metro Tanah Abang Lt. Dasar Blok C No. 77-78
7.	Star Light Fashion	Pusat Grosir Metro Tanah Abang Lt. Dasar Blok B No. 102-103
8.	Look in Collection	Pusat Grosir Pasar Pagi Mangga Dua Lt. 5 Blok A No. 40
9.	Brosis	Pusat Grosir Metro Tanah Abang Lt. 1 Blok A No.101-102

Barang barang yang dipilih merupakan pakaian yang up to date dan fashionable, mengikuti dengan perkembangan zaman yang terjamin dan minat dari pasar. Semuanya itu diperhatikan oleh pemilik Twins Boutique guna kemajuan dan kesuksesan boutique tersebut.

Selain pemasok pakaian kami juga menggunakan pemasok untuk fashion display dan fliers

1. Pemasok *fashion display*
www.giofashiondisplay.com
2. Pemasok *fliers*
DASETA
[Bursa buku] Graphic Design + Printing
Telp: (021) 92883448 dan 0811979637

D. Teknologi

Berikut ini merupakan beberapa jenis teknologi yang digunakan Twins Boutique untuk membantu pengembangan bisnis:

1. Internet
Salah satu kegiatan promosi yang dilakukan Twins Boutique adalah menggunakan internet yang sudah ada pada Blackberry ataupun Smartphone lainnya yaitu dengan promosi didalam group Blackberry, twitter, facebook maupun di instagram. Alasan Twins Boutique menggunakan internet pada Blackberry atau Smartphone karena sangat cepat dan tidak perlu mengeluarkan biaya yang cukup banyak dalam mempromosikannya.
2. Mesin Uap
Penggunaan mesin uap digunakan apabila pakaian mengalami ketidak rapihan selama didalam pajangan. Guna terlihat indah dan tampil sempurna, mesin uap berguna untuk melicinkan pakaian, dan terlihat lebih rapih. Hal tersebut guna untuk memuaskan konsumen dalam melakukan pembelian.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 Dilarang menyalin sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
 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.



RENCANA PEMASARAN

A. Harga

Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk, karena harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dalam menjual produknya baik berupa barang atau jasa. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan turun, namun jika harga terlalu rendah maka akan mengurangi keuntungan yang diperoleh perusahaan. Berdasarkan di atas dapat disimpulkan bahwa harga adalah suatu nilai yang harus dibayarkan oleh customer kepada produsen yang berfungsi untuk memperoleh barang dan jasa yang diinginkan"

1. Tujuan penetapan harga

Perusahaan harus memutuskan dimana ia akan menempatkan produknya berdasarkan mutu dan harga. Harga jual merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk, konsumen akan membeli suatu produk apabila ada keseimbangan antara alasan dalam menetapkan harga jual.

2. Metode Penetapan harga

Pendekatan-pendekatan umum penetapan harga menurut Philip Kotler (2003:447)

a. Pendekatan berdasarkan biaya, yang bentuknya bisa berupa:

1. Penetapan harga berdasarkan biaya plus (*cost plus-pricing*), dengan menambahkan bagian laba (markup) standar ke biaya produk.
2. Analisis titik impas (*break-even point*) dan penetapan harga laba sasaran (*target profit pricing*) yaitu penetapan harga pada titik impas atas biaya pembuatan dan pemasaran sebuah produk, atau menetapkan harga untuk menghasilkan laba.
3. Penetapan harga berdasarkan persaingan (*Competition-based pricing*), dengan menetapkan harga berdasarkan persaingan adalah menetapkan harga berdasarkan harga yang ditetapkan oleh para pesaing untuk produk yang sama.

b. Pendekatan berdasarkan Persaingan

1. Penetapan harga berdasarkan harga yang berlaku (*going-rate pricing*), perusahaan mendasarkan harganya pada harga pesaing dan kurang memperhatikan biaya dan permintaannya. perusahaan dapat mengenakan harga yang lama, lebih tinggi atau lebih rendah dan pesaing utamanya.
2. Penetapan harga penawaran tertutup (*scaled-bid pricing*), perusahaan menetapkan pesaing dan bukan berdasarkan hubungan yang kaku atas biaya atau permintaan perusahaan.

Twins *Boutique* menggunakan penetapan harga berdasarkan persaingan yang disesuaikan dengan harga rata-rata pesaing utama. Setelah itu, Twins *Boutique* harus meyakinkan para pelanggan bahwa kualitas pakaian pada harga tersebut layak untuk dibeli.

Penetapan harga Twins *Boutique* adalah berdasarkan persaingan perusahaan dan harga yang ditawarkan oleh kompetitor. Perusahaan harus melakukan *survey* agar dapat mengetahui harga-harga yang ditetapkan oleh pesaing, sehingga harga yang ditetapkan Twins *Boutique* sesuai dengan harga pasar dan mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. Twins *Boutique* menetapkan margin 50% yang merupakan presentase keuntungan minimal yang harus diperoleh.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Instytut BİSİNS dan İNFORMATİKA KwİK KİAN GİE

Instytut BİSİNS dan İNFORMATİKA KwİK KİAN GİE

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



Tabel 5.1
Daftar Harga Produk
Twins Boutique
(dalam Rupiah)

Kaos bunga	165.000
Kemeja Zara	185.000
Kemeja Putih	150.000
Dress bunga	170.000
Dress kotak	190.000
Kemeja bunga	145.000
Rok jeans	175.000
Dress putih	200.000
Kaos merah	130.000
Dress pendek	190.000
Kemeja pendek	155.000
Celana jeans	250.000
Kemeja jeans	220.000
Hot pants jeans	185.000
Jacket jeans	280.000
Kaos shifon	145.000
Kayla Dress	180.000
Rok shifon	175.000
Rok hitam	155.000
Rok jeans	220.000
Kaos topshop	190.000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Produk

Menurut Kotler dan Keller (2008:18), konsep produk menyatakan bahwa konsumen yang akan menyukai produk-produk yang menawarkan fitur-fitur yang paling bermutu, berprestasi dan inovatif. Produk merupakan salah satu dari komponen bauran pemasaran

Twins *Boutique* adalah sebuah usaha bisnis yang bergerak dalam bidang fashion yang menjual pakaian remaja beserta aksesoris pendukung lainnya yang ditunjukkan bagi para remaja dan wanita dewasa. Untuk menjaga kecepatan up-date model *fashion* yang dimiliki, Twins Boutique menggunakan majalah *Bazaar Magazine* dan *ELLE Magazine* sebagai referensi.

C. Lokasi

Lokasi Twins Boutique adalah ITC Mangga Dua. Tempat ini dipilih karena merupakan salah satu daerah yang menjadi pusat perbelanjaan *fashion* di Jakarta, dan memiliki lokasi yang strategis di mana adanya kemudahan dalam mendapatkan transportasi di daerah ini.

Twins Boutique melakukan design interior yang mana merupakan salah satu upaya untuk menarik konsumen dari sisi eye catching dan memberikan kesan yang berbeda dari pesaing yang ada pada lokasi tersebut. Perkiraan biaya yang diperlukan untuk renovasi sebesar Rp. 15.000.000.

D. Distribusi

Distribusi adalah proses yang menunjukkan barang dari produsen sampai pada ketangan konsumen. Distribusi memegang peranan penting di kehidupan sehari-hari dalam masyarakat. Dengan adanya saluran distribusi yang baik dapat menjamin ketersediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat. Tanpa adanya distribusi, produsen akan kesulitan untuk

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.



memasarkan produknya dan konsumen pun harus bersusah payah mengejar produsen untuk dapat menikmati produknya.

Saluran distribusi (saluran pemasaran) menurut Kotler dan Armstrong (2008:40) adalah sekelompok organisasi yang saling tergantung yang membantu membuat produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis

Ada beberapa saluran distribusi, yaitu:

a. Zero level channel

Dalam bentuk ini antara produsen dan konsumen akhir tidak terdapat pedagang perantara, penyaluran langsung dilakukan pelaku usaha kepada konsumen

b. One level channel

Disini hanya terdapat satu pedagang perantara yang disebut retailer.

c. Two level channel

Disini terdapat dua pedagang perantara dalam pasar konsumsi terdiri dari wholesaler dan retailer

d. Three level channel

Pada tahap ini terdapat tiga perantara yaitu wholesaler, retailer, dan jobber, dimana jobber selalu terdapat diantara wholesaler dan retailer. Jobber membeli dari wholesaler dan menjual kepada retailer.

Berdasarkan tipe saluran distribusi diatas, *Twins Boutique* termasuk dalam *two level channel* karena terdapat dua perantara yaitu dari pedagang Tanah Abang ke *Twins Boutique* kemudian langsung ke konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

E. Promosi

Promosi merupakan salah satu yang harus dipertimbangkan oleh suatu perusahaan dalam memperkenalkan produk jualnya agar dapat diterima di pasar. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:117), promosi adalah “proses mengembangkan dan menyebarkan komunikasi persuasive mengenai suatu tawaran”

Perencanaan promosi yang digunakan oleh *Twins Boutique* adalah:

a. *Personal selling*

– *Mouth to mouth*

Pihak pembeli atau calon pembeli kadang kadang ada kalanya secara sadar atau tidak sadar juga melakukan promosi, promosi tersebutlah yang disebut dengan *mouth to mouth*. Penyampaian dari mulut ke mulut ini merupakan salah satu promosi yang sangat efisien karena tidak perlu mengeluarkan biaya.

Kegiatan pemasaran dari mulut kemulut ini akan efektif apabila pembeli merasakan adanya kepuasan ketika berbelanja di *Twins Boutique*. Harga pakaian *Twins Boutique* akan selalu disesuaikan dengan kualitas dari pakaian tersebut sehingga pelanggan tidak kecewa atas uang yang telah dikeluarkan. Adanya penetapan harga yang sesuai dengan harga pasar atau bahkan lebih murah dari harga pasar dengan kualitas yang baik, serta adanya pelayanan yang baik dari penjual menjadi kunci utama *Twins Boutique* untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang dapat membuat pemasaran dari mulut ke mulut ini menjadi efektif.

– Kantong Baju / Paper Bag

Pemberian kantong baju bagi konsumen yang membeli produk dari *Twins Boutique*. Bertujuan untuk memuaskan konsumen dan masyarakat sekitar pada ITC Mangga Dua dapat melihat kantong tersebut ketika dibawa oleh konsumen, sehingga akan memasarkan merek *Twins Boutique*.

– Kartu Nama

Twins Boutique akan memberikan kartu nama kepada konsumennya, dengan memberikan kartu nama berharap konsumen yang membeli dapat datang kembali dan juga memasarkan merek *Twins Boutique*. Kartu nama berisikan alamat *boutique*, alamat facebook, alamat instagram, alamat twitter dan nomor telepon.

b. Periklanan

– Majalah

Twins Boutique juga akan menggunakan majalah sebagai salah satu cara untuk promosi. Nama-nama majalah yang akan digunakan *Twins Boutique* dapat dilihat pada tabel 5.2



Tabel 5.2
Rincian Iklan Majalah

Majalah	Jenis Iklan	Biaya/Bulan	Keterangan
Looks	a. Iklan Baris ½ kotak (kalimat)	Rp. 75.000,00	
	b. Iklan baris 1 kotak (kalimat+gambar)	Rp. 250.000,00	
	c. iklan kalimat + gambar ½ halaman	Rp. 500.000,00	
	d. Iklan kalimat + gambar 1 halaman	Rp. 750.000,00	
	e. Iklan <i>back cover</i>	Rp. 3.500.000,00	
	f. Iklan per item produk	Rp. 100.000,00	
Go Girls	a. Iklan produk pilihan produksi (sistem barter)	Tidak dipungut biaya	Pilihan Redaksi
	b. Iklan ½ halaman	Rp. 1.500.000,00	

Sumber: Majalah Go Girls dan Looks, 2014
Informasi pemasangan iklan dapat dilihat pada tabel 5.3

Tabel 5.3
Informasi Pemasangan Iklan

Looks	Santi	(021) 45848177	(021) 45848178
Go Girls	Mona	(021) 5365 2430	(021) 5365 2431

Sumber: Majalah Looks dan Go Girls, 2014

Twins *Boutique* memilih majalah Looks dan Go Girl karena majalah ini merupakan majalah yang banyak digemari oleh anak-anak muda dan merupakan majalah fashion. iklan yang dipasang di Twins *Boutique* yaitu iklan + gambar setengah halaman dimajalah Looks dengan harga Rp. 500.000.00 Twins *Boutique* menggunakan iklan dimajalah setiap bulannya.

c. Teknologi

- Internet

Twins *Boutique* juga melakukan kegiatan promosi melalui internet yaitu group Blackberry, Twitter, Instagram dan Facebook. Twins *Boutique* memilih mereka karena media ini tidak perlu mengeluarkan biaya dan banyak anak muda dari berbagai daerah menjadi anggota facebook, dan penggunaan gadget pun semakin menjamur. Melalui kemudahan tersebut diharapkan Twins *Boutique* dapat menampilkan semua gambar-gambar produk yang dijual dan dapat mempermudah Twins *Boutique* dalam mempromosikan barang-barang dagangannya agar dapat dilihat oleh semua teman yang ada di friendlist pada account Facebook, Instagram ,Group Blackberry maupun Twitter.

d. Promosi Penjualan

- Diskon bagi membership

Diskon juga merupakan salah satu cara promosi yang dilakukan oleh Twins *Boutique* dengan tujuan untuk membangun loyalitas konsumen. Twins *Boutique* akan memberikan diskon sebesar 10% bagi setiap pelanggan setia Twins *Boutique* yang datang untuk berbelanja. Dengan adanya pemberian diskon bagi para membership, maka akan membuat para konsumen ingin berbelanja secara berkelanjutan untuk mendapatkan yang diberikan diskon tersebut.

F. Ramalan Penjualan

Ramalan penjualan menurut Leonardus Saiman (2009:221), adalah ramalan seberapa banyak (dalam unit dan/atau satuan uang) atas produk atau jasa yang akan dibeli dalam suatu pasar selama period waktu tertentu. Unsur penting rencana bisnis yaitu menaksir atau penilaian kelayakan usaha baru, membantu dalam perencanaan produk, skedul, penetapan tingkat persediaan, dan keputusan personel

G. Pengendalian Pemasaran

Pengendalian pemasaran dalam sebuah usaha sangat diperlukan. Pengendalian dimaksudkan agar kegiatan yang berlangsung tetap berjalan dengan baik dan apabila ada sesuatu yang tidak sesuai dengan standar yang berlaku, dengan adanya pengendalian maka dapat mengembalikan yang tidak sesuai tersebut menjadi normal kembali.

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Pengendalian atas kegiatan Twins Boutique dilakukan oleh pemilik. Para karyawan hanya bertugas untuk menjalankan perusahaan sesuai tanggung jawabnya masing-masing. Berikut adalah rencana pengendalian pemasaran yang akan dilakukan oleh Twins Boutique :

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Berdiskusi dengan karyawan
Untuk melakukan pengendalian, pemilik harus mengetahui segala hal yang terjadi dalam bisnis, baru kemudian menentukan hal-hal apa saja yang harus dikendalikan. Karena pemilik tidak selalu terjun langsung dalam kegiatan operasional perusahaan, maka pemilik harus berdiskusi dengan karyawan secara langsung untuk mengetahui kegiatan yang terjadi sehari-hari serta hambatan-hambatan yang terjadi dalam kegiatan operasional Twins Boutique. Dengan demikian pemilik dapat mengetahui masukan dari karyawan serta memberikan saran demi kemajuan bisnis ini mengenai hal-hal yang perlu dikendalikan, sekaligus melakukan evaluasi terhadap karyawan.
2. Bertanya kepada konsumen
Bertanya langaug ke konsumen adalah salah satu cara yang cukup efektif karena konsumen akan secara langsung memberitahu jika ada hal-hal yang kurang disukai, dan konsumen juga dapat member saran-saran agar kedepannya Twins Boutique menjadi lebih baik lagi.
3. Feedback
Feedback dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang berisi daftar pertanyaan tentang kepuasan konsumen atas produk yang meliputi kualitas produk dan model-model produk yang dijual di Twins Boutique dan pelayanan Twins Boutique. Konsumen yang memberikan kritik dan saran sesuai pendapat mereka.
4. Melihat Pesaing
Melihat kekurangan pesaing, yang dapat dilakukan untuk melengkapi dan menyempurnakan pelayanan bisnis kepada konsumen. Kelebihan pesaing yang sudah ada, menjadi patokan dari bisnis yang didirikan untuk mengambil strategi yang akan dilaksanakan.

PERENCANAAN ORGANISASI

A. Bentuk Kepemilikan Bisnis

Seperti yang sudah dipaparkan pada bab sebelumnya, terdapat tiga macam bentuk kepemilikan bisnis, yaitu perseorangan, persekutuan dan perseroan. Perusahaan perorangan adalah badan usaha kepemilikan dimiliki oleh satu orang. Individu dapat membuat badan usaha perseorangan tanpa izin dan tata cara tertentu. Semua orang bebas membuat bisnis personal tanpa adanya batasan untuk mendirikannya.

Pada umumnya perusahaan perseorangan bermodal kecil, terbatasnya jenis serta jumlah produksi, memiliki tenaga kerja atau buruh yang sedikit dan penggunaan alat produksi teknologi sederhana.

Twins Boutique dimiliki oleh satu orang pemilik yaitu Lisa Vindia, yang merupakan pemilik yang artinya keseluruhan modal usaha ini berasal dari pemilik usaha. Keuntungan yang dapat dari usaha bisnis ini seluruhnya dimiliki oleh pemilik setelah dikurangi dengan biaya-biaya operasional. Tidak terdapat pembagian keuntungan kepada pihak lain. Segala wewenang, tanggung jawab dan resiko semuanya ditanggung oleh pemilik Lisa Vindia.

Kelebihan perusahaan perseorangan :

1. Mudah dibentuk dan dibubarkan
2. Bekerja dengan sederhana
3. Pengelolaannya sederhana
4. Tidak perlu kebijaksanaan pembagian laba

Kelemahan perusahaan perseorangan :

1. Tanggung jawab tidak terbatas



2. Kemampuan manajemen terbatas
3. Sulit mengikuti pesatnya perkembangan perusahaan
4. Sumber dana hanya terbatas pada pemilik
5. Resiko kegiatan perusahaan ditanggung sendiri

B. Struktur Organisasi

Struktur operasional *Twins Boutique* diawali dengan pemilik yang memiliki posisi tertinggi dalam perusahaan. pemilik merupakan orang yang menjadi pengendali utama dalam kegiatan bisnis dan bertugas untuk hal-hal yang bersifat strategis seperti memonitoring bawahan, pemasaran usaha, penentu keputusan final seperti contoh menentukan harga jual produk, membangun hubungan erat dengan rekan bisnis utama yang terkait seperti Pemasok. Di samping itu pemilik juga bertanggung jawab untuk mengawasi, memeriksa, dan mengontrol pekerjaan para karyawan dalam kegiatan operasional sehari-hari, semua aliran kas dan membuat laporan keuangan. Berikut ini adalah tugas dari karyawan *Twins Boutique* :

1. Pemilik
Seorang pemilik *Twins Boutique* adalah :
 - a. Wanita berusia 23 tahun
 - b. Berkepribadian ramah, jujur, baik, dan rajin
 - c. Mampu berkomunikasi dengan baik
 - d. Berpenampilan menarik
 - e. Mengerti tentang dunia *fashion*
 - f. Memiliki jiwa pemimpin

Deskripsi pekerjaan dan tanggung jawab Pemilik dari *Twins Boutique* adalah sebagai berikut:

- a. Mengawasi dan mengatur kegiatan operasional toko
- b. Mencari dan mewawancarai karyawan
- c. Mencatat penjualan dan menghitung pendapatan
- d. Menerima dan menghitung uang hasil penjualan
- e. Mengatur dan mengawasi karyawan dalam melakukan pekerjaan
- f. Membantu mengawasi *customer*
- g. Menata toko

2. Karyawan

Persyaratan yang harus dimiliki oleh seorang karyawan di *Twins Boutique* adalah:

- a. Minimal lulusan SMA/SMEA
- b. Wanita berusia 17-25 tahun
- c. Berpengalaman kerja
- d. Berpenampilan menarik
- e. Berkepribadian jujur
- f. Berkepribadian baik, ramah dan rajin
- g. Mampu berkomunikasi dengan baik

Deskripsi pekerjaan karyawan di *Twins Boutique* adalah sebagai berikut:

- a. Melayani customer
- b. Merapikan dan membersihkan toko setiap harinya
- c. Membantu manager menata toko

C. Balas jasa

Twins Boutique selalu beranggapan bahwa sumber daya manusia memegang peranan yang sangat dominan dalam aktivitas atau kegiatan usaha. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha perlu memikirkan bagaimana cara yang dapat dilakukan untuk mengembangkan sumber daya manusianya agar mendorong kemajuan sebuah usaha. Untuk meningkatkan



produktivitas dan memelihara semangat kerja yang tinggi dan konsisten maka *Twins Boutique* akan memberikan balas jasa berupa gaji setiap bulan ditambah pemberian THR. Menurut Gary Dessler (2008:46), “kompensasi karyawan adalah semua bentuk atau hadiah yang diberikan kepada karyawan dan muncul dari pekerjaan mereka.” Berikut adalah tabel yang menjelaskan pembagian balas jasa karyawan *Twins Boutique* 2015-2019.

Tabel 6.2
Balasan Jasa

Keterangan	Perhitungan		Jumlah
Pemilik			
Gaji pokok per tahun	12 x 5.000.000	60.000.000	
THR (1 bulan gaji)	5.000.000	5.000.000	
Total untuk 1 orang			65.000.000
Karyawan			
Gaji pokok per tahun	12 x 2.500.000	30.000.000	
THR (1 bulan gaji)	2.500.000	2.500.000	
Total untuk 1 orang			32.500.000
Total untuk 2 orang			65.000.000
Bonus 1%	(Tergantung dengan keuntungan yang didapat)		
TOTAL BALAS JASA			130.000.000

Sumber: *Twins Boutique 2014*

Berdasarkan tabel 6.3 mengenai perencanaan gaji pokok untuk karyawan *Twins Boutique*, menunjukkan bahwa dana yang harus dianggarkan untuk membayar gaji karyawan dalam satu tahun sebesar Rp. 130.000.000,-.

Adapun ramalan pembagian balas jasa selama 5 tahun ke depan dari tahun 2015-2019, dapat dilihat pada tabel 6.3 berikut ini :

Tabel 6.3
Proyeksi Total Gaji Karyawan Tahun 2015-2019
(Dalam jutaan Rupiah)

KETERANGAN	2015	2016	2017	2018	2019
JANUARY	10,833	11,916	13,108	14,419	15,861
FEBRUARY	10,833	11,916	13,108	14,419	15,861
MARCH	10,833	11,916	13,108	14,419	15,861
APRIL	10,833	11,916	13,108	14,419	15,861
MAY	10,833	11,916	13,108	14,419	15,861
JUNE	10,833	11,916	13,108	14,419	15,861
JULY	10,833	11,916	13,108	14,419	15,861
AUGUST	10,833	11,916	13,108	14,419	15,861

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.



SEPTEMBER	10,833	11,916	13,108	14,419	15,861
OCTOBER	10,833	11,916	13,108	14,419	15,861
NOVEMBER	10,833	11,916	13,108	14,419	15,861
DECEMBER	10,833	11,916	13,108	14,419	15,861
TOTAL	130,000	142,992	157,296	173,028	190,332

Sumber : *Twins Boutique 2014*

Keterangan:

- Asumsi kenaikan gaji + uang makan setiap tahun sebesar 10%
- Setiap akhir tahun para karyawan diberikan THR sebesar gaji 1 bulan

PENILAIAN RISIKO

Resiko adalah bagian dari sebuah bisnis atau rencana bisnis yang membuat perusahaan tersebut mengurangi segala sesuatu tentang penurunan laba, penjualan, reputasi, asset, konsumen, dan lain-lain. Setiap bisnis akan menghadapi resiko, sehingga setiap rencana bisnis harus menghabiskan waktu untuk menghadapinya (Katz dan Green 2011:235).

Jika telah melakukan penilaian resiko, mengevaluasi, dan melakukan koreksi terhadap resiko yang ditemukan pada penilaian yang telah dilakukan, maka dapat memperoleh keuntungan seperti produktivitas optimal, pegawai akan lebih bahagia, pegawai akan lebih baik, menghemat uang dan citra yang positif.

A. Evaluasi Risiko dari Bisnis

Kemampuan membaca peluang usaha didukung dengan memiliki sumber daya yang cukup menjadi dasar untuk memulai suatu bisnis. Namun membangun suatu bisnis tidak akan selalu mudah karena setiap bisnis yang dijalankan pasti ada kelemahan-kelemahan dari usaha itu sendiri yang tidak bisa dihindari. Kelemahan-kelemahan tersebut harus bisa diatasi oleh perusahaan agar tidak menghambat kegiatan operasional perusahaan. Kelemahan dari bisnis penyediaan produk dan jasa ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas bahan Pakaian

Kualitas bahan merupakan salah satu faktor terpenting dalam menjaga loyalitas konsumen. Bahan baku yang digunakan oleh *Twins Boutique* merupakan bahan baku yang termasuk golongan menengah karena menyesuaikan dengan harga jual dan tentu nya menyesuaikan dengan kualitas bahan sehingga tidak memakai bahan yang paling jelek. Sedikit saja perubahan bahan pakaian, dan hal tersebut dirasakan berbeda dari konveksi lain konsumen akan dapat berpindah ke konveksi lain karena adanya rasa ketidakpuasan.

2. Munculnya banyak kompetitor dan persaingan yang tidak sehat

Banyaknya konveksi baru yang memiliki modal yang lebih besar. Sehingga dapat membuat usahannya lebih besar dan mewah. Dengan perkembangan pasar yang bersifat *free entry-exit*, menyebabkan pemain di pakaian dapat bebas masuk maupun keluar. Hal inilah yang mendorong banyaknya pemain baru yang mencoba-coba, sehingga banyak sekali kompetitor yang muncul. Dan persaingan yang tidak sehat pun dapat dilakukan oleh para pemain dengan modal besar, dengan konsep dan perencanaan yang lebih matang seperti menjual harga yang rendah dari pasaran untuk mematikan para pesaing yang sudah ada atau dengan cara memberikan sponsor ke sekolah – sekolah maupun ke organisasi yang cukup besar.

3. Jangka waktu sewa lokasi *counter* terbatas dan biaya sewa naik

Tempat usaha yang disewa oleh *Twins Boutique* suatu saat bisa saja terjadi kenaikan uang sewa setiap tahunnya sehingga *Twins Boutique* harus lebih giat dalam meningkatkan penjualannya. Dan yang menjadi kelemahannya yaitu apabila pemilik Ruko tidak mau

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



menyewakannya lagi sehingga *Twins Boutique* harus mencari tempat lain dan tempat yang lama sudah di ketahui oleh konsumen lama.

4. Kualitas layanan

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor terpenting selain dari bahan dan harga. Kualitas layanan yang kurang baik akan merusak *image*. Oleh karena itu, kualitas layanan harus dapat dijaga standarisasinya, sehingga konsumen merasa puas baik dari kerapihan baju dan juga harga, juga dari sisi pelayanan yang diberikan. Hal yang menjadi tantangan adalah bagaimana cara menerapkan standarisasi kualitas layanan disaat *peak hour* dengan jumlah karyawan yang ada.

5. Konsumen yang cepat bosan

Dalam bisnis pakaian konsumen akan cepat bosan dan juga pergantian model pakaian yang sangat amat cepat tergantung dari model yang sedang *trend*, sehingga *Twins Boutique* harus pintar melihat peluang yang sedang *trend* di pasar sebelum trend tersebut menjadi ketinggalan jaman.

6. Kualitas jahitan

Kualitas jahitan dan kerapihan merupakan salah satu bagian yang paling terpenting dalam bisnis pakaian sehingga jika tidak rapi atau ada jahitan yang tidak sempurna maka akan membuat konsumen tidak percaya dengan *Twins Boutique* yang merupakan *boutique* yang baru saja berdiri. Jadi kualitas jahitan sangat perlu di perhatikan sehingga konsumen akan melakukan pembelian kembali.

7. Perubahan selera mode konsumen

Dengan berkembangnya dunia membawa perubahan yang besar juga pada gaya berbusana di Indonesia. Salah satu perubahannya terlihat pada perubahan mode busana. Dengan perubahan ini, membuat adanya kemungkinan sisa barang yang tidak laku dijual. Hal ini akan menjadi kelemahan bagi toko busana *Twins Boutique* karena busana yang tidak laku merupakan beban bagi pemilik karena akan mengurangi harga jual seperti melakukan tindakan untuk melakukan sale pada produk yang tidak terjual.

B. Teknologi Baru

Berkembangnya teknologi akhir – akhir ini menjadikan nilai positif didalam kemajuan bisnis, banyak teknologi yang membuat pekerjaan semakin mudah dan semakin terarah. Teknologi – teknologi tersebut adalah:

1. Penjualan *online*

Penjualan *online* merupakan hal baru dalam perkembangan akhir – akhir ini. Hal tersebut disebabkan dengan berkembangnya teknologi-teknologi yang semakin canggih. Seperti *smartphone*, sangat berguna didalam penjualan dan promosi yang bisa dilakukan oleh *Twins Boutique*. Banyak kelebihan dari fitur – fitur tersebut yang bisa digunakan didalamnya. Salah satunya melalui Group Blackberry, instagram, facebook, twitter. Semua itu dapat dipantau melalui satu genggam.

2. Menggunakan mesin uap

Penggunaan mesin uap digunakan apabila pakaian mengalami ketidak rapihan selama didalam pajangan. Guna terlihat indah dan tampil sempurna, mesin uap berguna untuk melicinkan pakaian, dan terlihat lebih rapih. Hal tersebut guna untuk memuaskan konsumen dalam melakukan pembelian.

C. Rencana Pengendalian

Setelah mengevaluasi resiko-resiko bisnis yang mungkin akan dihadapi, maka *Twins Boutique* juga harus mampu mempersiapkan suatu sistem manajemen untuk mengatasi hal tersebut. Rencana pengendalian yang dilakukan oleh *Twins Boutique* dalam mempertahankan dan menjaga loyalitas pelanggan adalah dengan cara sebagai berikut:

1. Menjaga kualitas bahan dan harga jual



Harga bahan pakaian yang selalu dapat berubah – ubah setiap harinya dapat membuat kendala yang cukup besar di usaha *boutique* ini. *Twins Boutique* akan selalu menjaga kualitas dari produk yang ditawarkannya dengan memberikan harga yang kompetitif dan juga menjaga kualitas bahan yang akan dijual. Kami juga memberikan potongan harga kepada customer yang loyal sehingga customer berminat untuk berbelanja lagi.

2. Kualitas jahitan.

Kualitas jahitan dan kerapihan merupakan salah satu bagian yang paling terpenting dalam bisnis pakaian sehingga jika tidak rapi atau ada jahitan yang tidak sempurna maka akan membuat konsumen tidak percaya dengan *Twins Boutique* yang merupakan usaha *boutique* yang baru saja berdiri. Jadi kualitas jahitan sangat perlu di perhatikan sehingga konsumen akan membeli kembali.

3. Kualitas pelayanan

Untuk membuat kualitas layanan yang baik, *Twins Boutique* akan membuat dan mengimplementasikan *standart operational prochedure* (SOP). Dengan begitu maka layanan konsumen akan memiliki standar yang baik. Selain itu *Twins Boutique* juga akan melakukan evaluasi kinerja karyawan. Dan berusaha menjaga hubungan baik antar pesaing yang ada. Dan harus mampu menyesuaikan barang – barang yang diperdagangkan dengan tren *fashion* yang sedang berlaku saat ini. *Twins Boutique* harus bisa memilih lebih teliti produk mana yang sedang diminati oleh konsumen dan bisa laku dipasaran, sehingga tidak menyebabkan stok yang menumpuk karena produk yang tidak laku.

4. Konsumen cepat bosan

Agar konsumen tidak bosan dengan produk *Twins Boutique* maka harus selalu menjual produk yang selalu ramai di pasaran atau yang sedang trend di pasar sehingga selain dapat menaikkan penjualan namun juga dapat membuat konsumen selalu melihat barang terbaru apa yang akan dikeluarkan oleh *Twins Boutique*. *Twins Boutique* juga akan mendesain toko dengan semenarik mungkin, agar pembeli tertarik untuk datang ke toko serta dalam penataan letak pakaian yang dipajang di toko harus dapat rapih dan memudahkan pembeli dalam membeli melilih – milih pakaian. Selalu menambah jumlah koleksi barang yang ditawarkan dengan model – model yang sesuai dengan tren *fashion* saat ini. *Twins Boutique* akan menjaga kualitas dari produk yang ditawarkannya dengan memberikan harga yang kompetitif. Dan juga memberikan potongan harga kepada pelanggan yang sudah loyal.

5. Kritik dan saran

Kritik dan Saran dari konsumen. Bertanya langsung ke konsumen adalah salah satu cara yang cukup efektif namun kadangkala ada beberapa orang yang merasa enggan atau segan jika ditanyakan pendapat mereka secara langsung. Oleh karena itu, *Twins Boutique* menyediakan *form* untuk diisi oleh konsumen baik untuk memberikan kritik ataupun saran mengenai pelayanan, fasilitas, produk *fashion*, atau apapun yang ingin disampaikan. Setelah *form* diisi kemudian dimasukkan kedalam kotak yang telah disediakan.

6. Perubahan selera mode konsumen

Mengamati perubahan selera mode konsumen secara terus menerus dengan menggunakan referensi majalah seperti : Bazaar dan Elle. Selera mode konsumen merupakan salah satu peluang bisnis potensial dan akan terus digali dan diikuti oleh *Twins Boutique*

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



PERENCANAAN KEUANGAN

Perencanaan keuangan sangat dibutuhkan dalam mendirikan sebuah usaha. Salah satu fungsi penting perencanaan keuangan adalah agar perusahaan dapat mengambil kebijakan dengan tepat dalam masalah keuangan.

Selain itu perencanaan keuangan merupakan aspek penting dari operasi dan sumber penghasilan perusahaan karena memberikan petunjuk yang mengarahkan, mengkoordinasikan dan mengontrol kegiatan perusahaan untuk mencapai tujuan.

Perencanaan keuangan menurut Agenes Sawir (2005: 90) merupakan sebuah proses:

1. Menganalisa pendanaan dan pilihan investasi yang terbuka bagi perusahaan.
2. Memprediksi konsekuensi masa yang akan datang akibat keputusan saat ini, guna menghindari hal yang tak terduga dan berhubungan antara keputusan saat ini dan masa yang akan datang.
3. Menentukan alternatif mana yang akan dipilih.
4. Mengukur hasil selanjutnya terhadap tujuan dalam rencana keuangan.

Bagi setiap perusahaan laporan keuangan sangat penting untuk mengetahui kinerja dan kondisi keuangan perusahaannya. Laporan keuangan yang disusun meliputi proforma *income statement*, proforma *cash flow*, proforma *balance sheet*.

A. Proyeksi Penjualan

Ramalan penjualan menurut Leonardus Saiman (2009:221), adalah ramalan seberapa banyak (dalam unti dan atau satuan uang) atas produk atau jasa yang akan dibeli dalam suatu pasar selama periode waktu tertentu. Unsur penting rencana bisnis yaitu menaksir atau penilaian kelayakan usaha baru, membantu dalam perencanaan produk, skedul, penetapan tingkatan persediaan, dan keputusan personel.

Twins Boutique melakukan proyeksi penjualan secara 5 tahun pertama yaitu dari tahun 2015-2019. Penjualan diasumsikan meningkat sebesar 10% setiap tahunnya. Proyeksi penjualan lebih rinci dapat dilihat pada tabel 8.1.

Tabel 8.1
Ramalan Penjualan Tahun 2015 – 2019
(dalam Rp.)

Keterangan	2015	2016	2017	2018	2019
Januari	34.960.000	38.456.000	42.301.600	46.531.760	51.184.936
Februari	51.990.000	57.189.000	62.907.900	69.198.690	76.118.559
Maret	37.305.000	41.035.500	45.139.050	49.652.955	54.618.251
April	39.565.000	43.521.500	47.873.650	52.661.015	57.927.117
Mei	41.615.000	45.776.500	50.354.150	55.389.565	60.928.525
Juni	69.350.000	76.285.000	83.913.500	92.304.850	101.535.335
Juli	65.670.000	72.237.000	79.460.700	87.406.770	96.147.447
Agustus	79.645.000	87.609.500	96.370.450	106.007.495	116.608.245
September	77.570.000	85.327.000	93.859.700	103.245.670	113.570.237
Oktober	70.075.000	77.082.500	84.790.750	93.269.825	102.596.808
November	81.385.000	89.523.500	98.475.850	108.323.435	109.155.779



Desember	88.705.000	97.575.500	107.333.050	118.066.355	129.872.991
Total	737.835.000	811.618.500	892.780.350	982.031.385	1.070.264.230

B. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran yang dilakukan oleh Twins Boutique pada tahun pertama lebih besar jika dibandingkan dengan tahun – tahun berikutnya. Biaya yang besar tersebut disebabkan karena Twins Boutique gencar dalam melakukan promosi dan pemasaran guna menarik perhatian masyarakat dan memperkenalkan diri kepada masyarakat. Biaya pemasaran diasumsikan meningkat sebesar 5% per tahun. Biaya pemasaran untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 8.2.

Tabel 8.2
Biaya Pemasaran
(dalam rupiah)

Keterangan	2015	2016	2017	2018	2019
Bajalah	6.525.000	6.851.250	7.193.812	7.553.503	7.931.178
Total	6.525.000	6.851.250	7.193.812	7.553.503	7.931.178

Sumber: Twins Boutique 2014

C. Biaya administrasi dan Umum

1. Gaji Karyawan

Biaya tenaga kerja diasumsikan meningkat sebesar 10% per tahun. Biaya – biaya yang dikeluarkan bagi karyawan dapat dilihat pada tabel 6.3 dan untuk proyeksi gaji karyawan pada tahun 2015, 2016, 2017, 2018 dan 2019 dapat dilihat pada Tabel 8.3

Tabel 8.3
Balas Jasa 2015 - 2019
(dalam rupiah)

Keterangan	2015	2016	2017	2018	2019
Gaji tenaga kerja	130.000.000	143.000.000	157.300.000	173.030.000	190.333.000

2. Sewa Toko

Biaya sewa tempat usaha diasumsikan meningkat sebesar 10% setiap tahunnya dan dapat dilihat pada tabel 8.4

Tabel 8.4
Sewa Tempat Usaha
(dalam rupiah)

Keterangan	2015	2016	2017	2018	2019
Sewa tempat usaha	80.000.000	88.000.000	96.800.000	106.480.000	117.128.000
Renovasi	15.000.000	-	-	-	-
Total	95.000.000	88.000.000	96.800.000	106.480.000	117.128.000

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. Peralatan

Peralatan memiliki umur ekonomis, penyusutan, dan nilai sisa. Umur ekonomis dari peralatan yang ada diasumsikan selama lima tahun, perhitungan penyusutan menggunakan metode garis lurus, dan nilai sisa dari peralatan adalah sebesar 10%. Perhitungan biaya peralatan rincian lengkapnya dapat dilihat pada Tabel 3.1 harga perolehan peralatan adalah sebesar Rp. 20.620.000 dan penyusutannya sebesar Rp. Untuk lebih rinci dapat dilihat pada Tabel 8.5

Tabel 8.5
Peralatan
(dalam rupiah)

Keterangan	2015	2016	2017	2018	2019
Biaya Peralatan	20.620.000	16.496.000	12.372.000	8.248.000	4.124.000
Penyusutan	4.124.000	4.124.000	4.124.000	4.124.000	4.124.000
Nilai buku peralatan	16.496.000	12.372.000	8.248.000	4.124.000	—

4. Biaya Utilitas

a) Listrik dan *maintenance*

Biaya listrik dan *maintenance* diasumsikan sebesar Rp. 9.000.000,- untuk tahun pertama dan akan meningkat sebesar 10% untuk tahun berikutnya. Perinciannya dapat dilihat pada tabel 8.6

Tabel 8.6
Biaya Listrik dan Maintenance
(dalam rupiah)

Keterangan	2015	2016	2017	2018	2019
Listrik	9.000.000	9.900.000	10.890.000	11.979.000	13.176.900

b) Telepon

Telepon digunakan adalah telepon adalah telepon CDMA. Biaya telepon diasumsikan sebesar Rp. 2.400.000,- pada tahun pertama dan meningkat sebesar 10% untuk tahun berikutnya karena intensitas penggunaannya yang semakin tinggi seiring dengan berkembangnya usaha yang dijalankan. Rincian biaya lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 8.7

Tabel 8.7
Biaya Telepon
(dalam rupiah)

Keterangan	2015	2016	2017	2018	2019
Telepon CDMA	1.800.000	1.980.000	2.178.000	2.395.800	2.635.380

c) Transportasi

Alat transportasi digunakan untuk mengirim barang ke pengiriman barang yang dimana telah dilakukan penjualan secara online. Biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan transportasi yaitu biaya BBM dan perawatan rutin bagi kendaraan. Biaya transportasi diasumsikan meningkat 10% setiap tahunnya dan dapat dilihat lebih jelas pada Tabel 8.8



Tabel 8.8
Biaya Transportasi
(dalam rupiah)

Keterangan	2015	2016	2017	2018	2019
Biaya BBM	4.800.000	5.280.000	5.808.000	6.388.800	7.027.680
Biaya Perawatan	1.000.000	1.100.000	1.210.000	1.331.000	1.464.100
Total	5.800.000	6.380.000	7.018.000	7.719.000	8.491.780

Perengkapan biaya perlengkapan diasumsikan meningkat 10% per tahun. Biaya perlengkapan dapat dilihat pada Tabel 8.9

Tabel 8.9
Biaya Perlengkapan
(dalam rupiah)

Keterangan	2015	2016	2017	2018	2019
Shopping bag kertas	3.500.000	3.850.000	4.235.000	4.658.500	5.124.350
Kartu nama	250.000	275.000	302.500	332.750	366.025
Hang tag	5.000.000	5.500.000	6.050.000	6.655.000	7.320.000
Note book	150.000	165.000	181.500	199.650	219.615
Total	8.900.000	9.790.000	10.769.000	11.845.900	13.030.490

D. Harga Pokok Pembelian

Harga Pokok Pembelian Twins Boutique adalah harga Pokok Pembelian Produk dari supplier yang dapat dilihat pada Tabel 8.10

Tabel 8.10
Harga Pokok Pembelian (produk dari supplier)
(dalam rupiah)

Keterangan	2015	2016	2017	2018	2019
Persewaan brg dagang awal	0	8.850.000	7.255.000	9.455.000	8.860.000
Pembelian barang tersedia untuk dijual	377.767.500	398.553.750	436.935.175	482.155.693	524.602.115
Persewaan brg dagang akhir	(8.850.000)	(7.255.000)	(9.455.000)	(8.860.000)	(10.530.000)
Harga Pokok Pembelian	368.917.500	405.808.750	446.390.175	491.015.693	535.132.115

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



E. Proforma Income Statement

Proforma laba rugi merupakan suatu proforma yang sistematis mengenai penghasilan, biaya, dan laba rugi yang diperoleh oleh suatu perusahaan selama periode tertentu. Proforma laba rugi Twins Boutique dapat dilihat pada Tabel 8.11

Tabel 8.11
Twins Boutique
Proforma Income Statement
Tahun 2015-2019 (dalam rupiah)

	2015	2016	2017	2018	2019
Penjualan	737.835.000	811.618.500	892.780.350	982.031.385	1.070.264.230
Potongan Penjualan	7.378.350	8.116.185	8.927.803,5	9.820.313,85	10.702.642,3
PPH	377.767.500	407.403.750	444.190.175	491.610.693	533.462.115
Laba Kotor	352.689.150	396.098.565	439.662.371,5	480.600.378,2	526.099.472,7
Biaya Operasional					
Biaya Pemasaran	6.525.000	6.851.250	7.193.812	7.553.503	7.931.178
Biaya adm & umum:					
Gaji Karyawan	130.000.000	142.992.000	157.296.000	173.028.000	190.332.000
Sewa Toko	95.000.000	88.000.000	96.800.000	106.480.000	117.128.000
Penyusutan Peralatan	4.124.000	4.124.000	4.124.000	4.124.000	4.124.000
Listrik & maintenance	9.000.000	9.090.000	94.594.500	99.324.225	104.290.436
Telepon	1.800.000	1.980.000	2.178.000	2.395.800	2.635.380
Transportasi	5.800.000	6.380.000	7.018.000	7.719.000	8.491.780
Pengangkutan	8.900.000	9.790.000	10.769.000	11.845.900	13.030.490
Total bi. Operasi	261.149.000	269.207.250	379.973.312	412.470.428	447.963.264
laba bersih operasi (EBIT)	91.540.150	126.891.315	59.689.059,5	68.129.950	78.136.208,7
Biaya bunga	0	0	0	0	0
Laba bersih sebelum pajak (EBT)	91.540.150	126.891.315	59.689.059,5	68.129.950	78.136.208,7
Pajak (25% x 90%)**	11.442.518	15.861.414	7.461.132,4	8.516.243	9.767.026,1
Laba bersih setelah pajak (EAT)	80.097.632	111.029.901	52.227.927,1	59.613.707	68.369.182,6

Keterangan: * Lihat lampiran 1

**Lihat lampiran 2

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan buku dan tujuan lainnya.
 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.



*** Bonus karyawan 1% dari laba kotor

****Perhitungan pajak penghasilan berdasarkan UU No. Tahun 2010

F. Proforma Cash Flow

Proforma arus kas merupakan kunci utama kegiatan operasional perusahaan dan tidak akan terlepas dari kegiatan yang berhubungan dengan kas. Menurut Freddy Rangkuti dalam bukunya “*Business Plan*” (2010:218) Proforma arus kas adalah gerakan arus kas masuk dan arus kas keluar. Tabel mengenai Proforma arus kas usaha boutique “*Twins Boutique*” dapat dilihat pada tabel 8.12.

**Tabel 8.12
Twins Boutique
Proforma Cash Flow
Tahun 2015 – 2019 (dalam rupiah)**

Keterangan	2015	2016	2017	2018	2019
Penerimaan:					
Penjualan	737.835.000	811.618.500	892.780.350	982.031.385	1.070.264.230
Potongan Penjualan	7.378.350	8.116.185	8.927.803,5	9.820.313,85	10.702.642,3
Penjualan bersih	730.456.650	803.502.315	883.852.546,5	972.211.071,2	1.059.561.588
Pengeluaran:					
Pembelian barang dagang	377.767.500	398.553.750	436.935.175	482.155.693	524.602.115
Biaya Operasi:					
Biaya pemasaran	6.525.000	6.851.250	7.193.812	7.553.503	7.931.178
Biaya administrasi:					
Gaji karyawan	130.000.000	142.992.000	157.296.000	173.028.000	190.332.000
Sewa toko	95.000.000	88.000.000	96.800.000	106.480.000	117.128.000
Listrik & maintenance	9.000.000	9.900.000	10.890.000	11.979.000	13.176.900
Telepon	1.800.000	1.980.000	2.178.000	2.395.800	2.635.380
Transportasi	5.800.000	6.380.000	7.018.000	7.719.000	8.491.780
Perlengkapan	8.900.000	9.790.000	10.769.000	11.845.900	13.030.490
Peralatan	20.620.000	0	0	0	0
Total Biaya	655.412.500	664.447.000	729.079.987	803.156.896	877.327.843
Pajak	11.442.518	15.861.414	7.461.132	8.516.243	9.767.026

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis ini tanpa mengutip sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan, 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.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis ini tanpa mengutip sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan, 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.



Total Pengeluaran	666.855.081	680.308.414	736.541.119	811.673.139	887.094.869
Total arus kas bersih	63.601.569	123.193.901	147.311.427	160.537.932	172.466.719
ENDING BALANCE	363.601.569	459.798.051	632.386.723	813.162.500	1.013.812.787

G. Neraca

Berikut disajikan Tabel 8.13 yang menunjukkan posisi keuangan Twins Boutique per 1 Januari 2015 dan tabel 8.14 yang menunjukkan posisi keuangan Twins Boutique per 1 Desember 2015-2019.

Tabel 8.13
Neraca
Twins Boutique
Per 1 Januari 2015 (dalam rupiah)

AKTIVA		PASSIVA	
Aktiva Lancar		Modal sendiri 300.000.000	
Kas untuk pembelian			
barang dagang	175.480.000		
Perlengkapan	8.900.000		
Sewa dibayar dimuka*	95.000.000		
Total Aktiva Lancar	279.380.000		
Aktiva Tetap			
Peralatan	20.620.000		
Total Aktiva Tetap	20.620.000		
TOTAL AKTIVA	300.000.000	TOTAL PASIVA	300.000.000

*Sewa dibayar dimuka termasuk biaya renovasi Rp. 15.000.000
Sumber: Twins Boutique, 2014

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Tabel 8.14

Performa Balance Sheet

Twins Boutique

31 Desember 2015 – 31 Desember 2019

Keterangan	2015	2016	2017	2018	2019
AKTIVA					
Aktiva Lancar	255,627,632	375,252,533	489,721,897	616,677,675	752,453,201
Persewaan barang dagangan	8,850,000	7,255,000	9,455,000	8,860,000	10,530,000
Total Aktiva Lancar	264,477,632	382,507,533	499,176,897	625,537,675	762,983,201
Aktiva Tetap					
Peralatan	20,620,000	20,620,000	20,620,000	20,620,000	20,620,000
Sewa Gedung	95,000,000	88,000,000	96,800,000	106,480,000	117,128,000
Total Aktiva Tetap	115,620,000	108,620,000	117,420,000	127,100,000	137,748,000
Total AKTIVA	380,097,632	491,127,533	616,596,897	752,637,675	900,731,201
PASIVA					
Modal 1/1	300,000,000	380,097,632	491,127,533	616,596,897	752,637,675
Laba Bersih 31/12	80,097,632	111,029,901	125,469,364	136,040,778	148,093,526
Total Pasiva	380,097,632	491,127,533	616,596,897	752,637,675	900,731,201

H. Kelayakan Usaha

Penilaian layak atau tidaknya suatu usaha yang akan didirikan dapat diketahui dengan menggunakan 4 indikator yaitu Break Event Point (BEP), analisa Net Present Value (NPV), analisis Payback Period (PP) dan Internal Rate of Return (IRR). Berikut ini adalah analisis kelayakan dari Twins Boutique:

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.



1. Analisis Break Event Point (BEP)

Untuk menetapkan suatu kebijakan, umumnya pimpinan organisasi mendaarkan keputusannya pada hasil analisis. Salah satu alat analisis yang dapat digunakan adalah analisis titik impas atau titik pulang pokok adalah keadaan suatu usaha ketika tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian. Bila kondisi titik pulang pokok tercapai, jumlah penghasilan yang diperoleh sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan, atau margin kontribusi hanya dapat menutupi biaya tetap.

Para manager perusahaan biasanya mempelajari kaitan antara pendapatan (penjualan = revenue), pengeluaran (biaya = cost), dan keuntungan bersih (laba netto = net profit) untuk keperluan analisis tersebut. Analisis ini yang dikenal dengan “Analisis Biaya, Volume, dan Laba (Cost, Volume, and Profit Analysis)” atau analisis titik pulang pokok.

Pimpinan perusahaan dapat mengambil keputusan yang berkaitan dengan pengurangan atau penambahan harga jual, biaya, dan laba dengan menggunakan titik impas. Analisis ini juga memudahkan pimpinan perusahaan untuk mengambil keputusan dalam rangka menghadapi persaingan dengan produk sejenis dari perusahaan lain dan di samping kegunaan yang telah disebutkan, analisis BEP dapat digunakan untuk mengetahui hal – hal sebagai berikut:

- a. Mengetahui jumlah penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
- b. Mengetahui jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh tingkat keuntungan tertentu.
- c. Mengetahui seberapa jauh kurangnya penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian.
- d. Mengetahui bagaimana efek perubahan harga jual, biaya, dan volume penjualan terhadap keuntungan.

Rumus dalam menghitung BEP dalam rupiah adalah sebagai berikut:

$$BEP = \frac{\text{Jumlah Biaya Tetap}}{\text{Jumlah Biaya Variabel} - \text{Jumlah Penjualan}}$$

Perhitungan BEP Twins Boutique dapat dilihat pada tabel 8. 15.

Tabel 8.15
Break Even Point (BEP)
(dalam rupiah)

Tahun	FC	1-(VC/Sales)	BEP
2015	244.649.999	0,111708579	27.329.503,7
2016	251.957.250	0,181330883	45.687.630,6
2017	276.303.812	0,183360177	50.663.115,9
2018	303.164.503	0,182147426	55.220.633,9
2019	332.692.078	0,180269863	59.974.355,3

2. Analisis Net Present Value (NPV)

Net Present Value merupakan metode untuk melakukan penilaian terhadap investasi. Apabila hasil perhitungan NPV positif maka investasi dapat diterima (layak) tetapi sebaliknya apabila NPV negatif, maka sebaiknya ditolak (tidak layak). Penilaian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Rumus dalam menghitung BEP dalam rupiah adalah sebagai berikut:

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.



investasi Twins Boutique dengan tingkat bunga 10.5% dapat diterima karena hasil perhitungan NPV positif. Hal ini dapat dibuktikan dari perhitungan NPV pada Tabel 8.16

Tabel 8.16
Perhitungan NPV

(dalam rupiah)

Tahun	NCF	df (10.5%)	PV NCF
2015	63.601.569	0,904977376	57.557.981
2016	123.193.901	0,81898405	100.893.840
2017	147.311.427	0,741162036	109.181.637,2
2018	160.537.932	0,670734875	107.678.389,8
2019	172.466.719	0,606999887	104.687.278,9
		PV of CF	479.999.126,9
		Investasi	300.000.000
		NPV	179.999.126,9

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Analisis Payback Period (PP)

Metode yang digunakan mendasarkan perhitungan pada arus kas investasi. Metode ini menghitung berapa lama waktu yang digunakan oleh arus kas masuk untuk dapat menutupi arus kas keluar yang digunakan dalam investasi awalnya. Perhitungan metode ini dilakukan tahun per tahun apabila *proceeds* yang diterima berbeda setiap tahunnya. Rumus yang digunakan untuk menghitung *Payback Period* adalah sebagai berikut:

$$\text{Indeks Profitabilitas} = \frac{\text{Nilai Investasi Sekarang}}{\text{Modal Awal}}$$

Perhitungan Payback Period pada Twins Boutique dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 8.17
Payback Period
(dalam rupiah)

Modal Awal	300.000.000
EAT Tahun 2015	80,097,632
Tahun 1	219.902.368
EAT Tahun 2016	111,029,901
Tahun 2	108.872.467
EAT Tahun 2017	125,469,364

$$108.872.467 / 125,469,364 = 86 \text{ hari} = 2 \text{ bulan } 26 \text{ hari}$$

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.



Payback Period (PP) Twins Boutique yang diperoleh dalam perhitungan diatas yaitu selama 2 tahun 2 bulan 26 hari.

4. IRR

Internal Rate of Return (IRR) dapat didefinisikan sebagai tingkat bunga yang akan menjadikan nilai sekarang dari proceeds yang diharapkan akan diterima (*PV of Proceed*) sama dengan nilai sekarang dari pengeluaran modal (*PV Outlays*)

Untuk mencari NPV Negatif:

Tabel 8.18
NPV dengan df 36%

Tahun	NCF	df 36%	PV NCF
2015	63.601.569	0,73529412	46.765.859,71
2016	123.193.901	0,54065744	66.605.699,14
2017	147.311.427	0,39754223	58.562.513,19
2018	160.537.932	0,29231047	46.926.918,36
2019	172.466.719	0,21493417	37.068.991,1
		PV of CF	255.929.981,5
		Investasi	300.000.000
		NPV	-44.070.018,5

Untuk mencari NPV Positif:

Tabel 8.19
NPV dengan DF 35%

Tahun	NCF	df 35%	PV NCF
2015	63.601.569	0,74074074	47.112.273,29
2016	123.193.901	0,54869684	67.596.104,19
2017	147.311.427	0,40644211	59.873.567,22
2018	160.537.932	0,30106823	48.332.871,04
2019	172.466.719	0,2230135	38.462.406,64
		PV of CF	261.377.222,4
		Investasi	300.000.000
		NPV	38.622.777,62

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



NPV Negatif = -44.070.018,5 dengan discount factor 84%

NPV Positif = 288.881 dengan discount rate factor 83%

Rumus perhitungan IRR menurut Freddy Rangkuti (2008:210), adalah sebagai berikut:

$$IRR = i_1 + \frac{PV(i_2 - i_1)}{PV_{(+)} + PV_{(-)}}$$

$$IRR = 35\% + \frac{38.622.777,62}{(44.070.018,5 + 38.622.777,62)} \times (36\% - 35\%) = 35,56\%$$

IRR = 35,56% > DF Positif = 35% maka bisnis Twins Boutique dikatakan dapat diterima (layak). Dari hasil perhitungan, diketahui bahwa IRR sebesar 35,56%, berarti usulan investasi pendirian usaha pakaian jadi *Twins Boutique* dapat diterima karena IRR lebih besar dari tingkat suku bunga untuk pinjaman kredit Bank BCA sebesar 10,5% untuk pinjaman kredit retail.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.

BAB IX

REKOMENDASI

Berdasarkan dari hasil analisis pada bab sebelumnya, maka pada bab IX ini penulis menyimpulkan sebagai berikut:

1. Kelayakan usaha yang dilakukan dengan menggunakan perhitungan *Net Present Value* (NPV), *Profitability Index* (PI), *Payback Period* (PP), dan *Internal Rate of Return* (IRR) telah memenuhi persyaratan kelayakan, sehingga usaha dari penjualan pakaian jadi “*Twins Boutique*” dapat dijalankan.
2. Pakaian merupakan kebutuhan setiap orang, begitu besar manfaat pakaian dalam kehidupan sehari-hari, dari untuk melindungi badan dari panas terik matahari, tampilan agar lebih menarik, sebagai trend mode masa kini dan lain sebagainya. Oleh karena itu perlu adanya desain pakaian yang menarik dan berkualitas agar lebih indah dilihat.
3. Walaupun usaha *boutique* (pakaian jadi) telah banyak persaingan, maka perusahaan harus selalu tetap waspada terhadap adanya persaingan yang tidak sehat.

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

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