



BAB III

GAMBARAN USAHA



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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.



Berdasarkan strategi pemasaran, dalam memasarkan suatu produk akan lebih banyak elemen yang mempengaruhinya, seperti sistem internal organisasi, lingkungan fisik, kontrak personal, iklan, tagihan, pembayaran, komentar dari mulut ke mulut dan sebagainya, sehingga lebih sulit mengelolanya dibandingkan dengan memasarkan suatu produk fisik.

Bisnis produk fisik, produk dibuat dengan standar dan ditempatkan sambil menunggu konsumen untuk mengambilnya, membayar dan pergi. Sedangkan dalam bisnis produk, konsumen dihadapkan pada produk yang bervariasi dan tanpa standar yang pasti.

Kotler (2008:279) mengemukakan, untuk mengelola bisnis suatu produk, memerlukan gabungan dari 3 (tiga) jenis strategi bisnis yaitu:

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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



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

Berdasarkan uraian di atas selanjutnya secara detail dalam mengembangkan produk dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Tahap Pencarian Ide

Sumber utama produk, ide produk baru berasal dari konsumen, para ahli, pesaing, direktur utama dan lain-lain. Pada tahap ini perusahaan mengumpulkan ide-ide yang dianggap baik.

2. Tahap Penyaringan Ide

Tidak semua ide yang dikumpulkan adalah ide yang baik, maka perlu diadakan penyaringan. Disini harus dihindari 2 (dua) macam kesalahan, yaitu :

- a. Kesalahan membuang

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.



b. Kesalahan pelaksanaan

3. Tahap Pengembangan Dan Pengujian Konsep

Ide produk yang dianggap baik, perlu untuk dikembangkan menjadi ide produk yang matang. Suatu ide produk yang dapat dirubah menjadi beberapa alternatif. Untuk itu perlu di pilih yang terbaik guna dijadikan ide produk inti.

Pengujian konsep adalah mengajukan ide produk kepada kelompok konsumen yang dituju untuk menggaet reaksi mereka.

4. Tahap Pengujian Strategi Pemasaran

Konsep strategi pemasaran digunakan untuk memperkenalkan produk baru pada pasar yang akan dituju. Tahap ini terdiri dari 3 (tiga) bagian, yaitu:

Diuraikan struktur dan perilaku pasar, sasaran penjualan, posisi produk di pasar dan laba yang diinginkan.

Diuraikan rencana harga, penyaluran dan anggaran pemasaran tahap pertama.

Menggambarkan tujuan jumlah penjualan dan laba jangka panjang.

5. Tahap Analisis Bisnis.

Bila pengembangan ide produk dan strategi pemasaran memuaskan, maka perlu di dalam analisis yang realitas tentang usulan tersebut. Di sini di tinjau jumlah penjualan, biaya, dan laba yang diperkirakan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Tahap ini di tinjau secara berkala selama masa pengembangan produk, maka jika ada informasi baru perlu untuk disesuaikan kembali.

6. Tahap Pengembangan Produk

Ide produk yang di nilai paling baik pada analisis usaha, kini siap dikembangkan menjadi produk nyata. Tahap ini mencakup 3 (tiga) langkah yaitu: pengembangan dan pengujian prototype, penentuan merk dan kemasan.



7. Tahap Tes Pasar

Ⓒ Pada tahap ini perusahaan memperkenalkan produk baru pada sejumlah konsumen yang dituju untuk mengetahui rencana pemasaran dan jumlah penjualan di masa yang akan datang.

8. Tahap Komersialisasi

Bila tes pasar menunjukkan kecenderungan positif, maka diambil keputusan untuk memasarkan produk baru tersebut. Dalam tahap ini mencakup 4 (empat) unsur keputusan yaitu :

a. Strategi geografi.

Dimana produk tersebut akan dipasarkan

Strategi pemasaran pendahuluan.

Yaitu dengan menyusun strategi pemasaran untuk memperkenalkan produk baru pada pasar.

Sasaran calon pembeli.

Yaitu kepada siapa produk baru itu akan dipasarkan.

d. Pengaturan waktu.

Yaitu bilamana produk baru itu akan dipasarkan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:266), pengertian produk adalah “semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan”.

Konsep produk, menurut Kotler dan Armstrong (2010: 16), adalah merupakan gagasan bahwa konsumen akan menyukai produk yang mempunyai mutu terbaik, kinerja terbaik dan sifat paling inovatif dan bahwa organisasi harus mencurahkan energi untuk terus-menerus melakukan perbaikan produk"

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.



Produk dan jasa dibagi menjadi dua kelompok besar berdasarkan tipe konsumen yang menggunakannya, yaitu produk konsumen dan produk industri. Produk konsumen adalah produk dan jasa yang dibeli oleh konsumen akhir untuk konsumsi pribadi. Produk konsumen meliputi :

1. Produk kebutuhan sehari-hari yaitu produk konsumen yang biasanya sering dan segera dibeli pelanggan, dengan usaha perbandingan dan pembelian yang minimum.
2. Produk belanja yaitu produk konsumen yang lebih jarang dibeli dan pelanggan membandingkan kecocokan, kualitas, harga, dan gaya produk secara cermat.
3. Produk khusus adalah produk dan jasa konsumen dengan karakteristik unik atau identifikasi merek di mana sekelompok pembeli signifikan bersedia melakukan usaha pembelian khusus.
4. Produk yang tidak dicari adalah produk konsumen yang mungkin tidak dikenal konsumen atau produk yang mungkin dikenal konsumen tetapi biasanya konsumen tidak pernah berpikir untuk membelinya.

Produk industri adalah produk yang dibeli untuk pemrosesan lebih lanjut atau untuk digunakan dalam menjalankan bisnis, sehingga perbedaan antara produk konsumen dan produk industri didasarkan pada tujuan untuk apa produk itu dibeli.

Berdasarkan klasifikasi produk tersebut, maka *Twins Boutique* termasuk dalam kategori produk konsumen belanja karena pembelian lebih jarang terjadi dan pelanggan membandingkan kecocokan, kualitas, harga, dan gaya produk sesuai dengan keinginannya.

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.



Produk pakaian yang ditawarkan oleh Twins Boutique adalah barang – barang yang memiliki kualitas yang baik. Yang diharapkan adalah bahan – bahan tersebut tidak mudah robek apabila dicuci berulang kali. Model – model yang diberikan juga adalah model – model yang ter-update dengan harapan konsumen puas jika berbelanja kepada Twins Boutique.

Twins Boutique menyediakan pakaian – pakaian yang *fashionable* dan *up to date* yang dapat digunakan untuk jalan-jalan dan pakaian untuk sehari-hari. Singkat kata, Twins Boutique menyediakan pakaian kebutuhan wanita dimana setiap wanita yang memakainya diharapkan memiliki tingkat kepercayaan diri dan nyaman dengan pakaian yang ia pakai.

B. Jasa

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

C. Ukuran Bisnis

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.

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



Menurut Husein Umar (2009:281), terdapat beberapa bentuk badan usaha di Indonesia dilihat dari segi yudirisnya. Bentuk – bentuk badan usaha di Indonesia antara lain :

1. Perusahaan Perseorangan

Jenis perusahaan ini merupakan perusahaan yang diawasi dan dikelola oleh seseorang. Kelebihan dari perusahaan perseorangan adalah pemilik akan memperoleh semua laba yang diperoleh perusahaan. Kekurangan dari perusahaan perseorangan adalah segala resiko dan kerugian dalam kegiatan usaha menjadi tanggung jawab penuh pemilik.

2. Firma

Firma adalah suatu bentuk perkumpulan usaha yang didirikan oleh beberapa orang dengan menggunakan nama bersama. Di dalam firma, semua anggota mempunyai tanggung jawab sepenuhnya baik sendiri – sendiri maupun bersama – sama terhadap seluruh utang perusahaan kepada pihak lain. Bila terjadi kerugian maka kerugian akan ditanggung bersama, bila perlu dengan kekayaan pribadi. Firma akan dibubarkan jika salah satu anggota mengundurkan diri dari keanggotaannya.

3. Perseroan Komanditer (CV)

Perseroan komanditer merupakan suatu persekutuan yang didirikan oleh beberapa orang yang masing – masing menyerahkan sejumlah uang dalam jumlah yang tidak harus sama. Sekutu dalam perseroan komanditer dibedakan menjadi dua, yaitu sekutu komplementer dan sekutu komanditer. Sekutu komplementer adalah orang – orang yang menjalankan perusahaan, sedangkan sekutu komanditer orang – orang yang mempercayakan kekayaan yang diikutsertakan pada perusahaan.

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



4. Perseroan Terbatas (PT)

Perseroan terbatas adalah suatu badan yang memiliki kekayaan hak dan kewajiban yang terpisah dari yang mendirikan dan yang memiliki. Tanda keikutsertaan seseorang dalam kepemilikan perusahaan adalah dengan memiliki saham, semakin banyak saham yang dimiliki semakin besar juga andil dan kedudukannya dalam perusahaan tersebut.

5. Perusahaan Negara (PN)

Perusahaan Negara adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha yang modalnya secara keseluruhan dimiliki oleh Negara, kecuali jika ada hal-hal khusus berdasarkan undang-undang. Tujuan dari pendirian perusahaan Negara adalah untuk membangun perekonomian nasional menuju masyarakat yang adil dan makmur.

6. Perusahaan Pemerintahan yang lain

Bentuk perusahaan pemerintahan yang lain adalah Persero, Perusahaan Umum (Perum), Perusahaan Jawatan (Perjan) dan Perusahaan Daerah (PD).

7. Koperasi

Koperasi merupakan bentuk badan usaha yang bergerak dibidang ekonomi yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya. Koperasi melandaskan kegiatan berdasarkan prinsip gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan.

Twins Boutique merupakan perusahaan perseorangan karena hanya dimiliki dan dikelola oleh satu orang. Bentuk badan usaha seperti ini memungkinkan pemilik untuk memperoleh semua keuntungan dari perusahaan.

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



Namun disisi lain, ketika perusahaan mengalami kerugian atau masalah, pemilik akan menanggung hal itu sendiri.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

D. Peralatan dan Tenaga Kerja.

Rencana mengenai peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan oleh Twins Boutique adalah kebutuhan untuk menjual pakaian. Peralatan-peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan oleh Twins Boutique dapat dilihat pada Tabel 3.1 dan Tabel 3.2 yang dilengkapi dengan perkiraan harga dari masing-masing unit peralatan. Perkiraan mengenai harga beli masing-masing unit berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh penulis

Tabel 3.1
Jenis Peralatan
(dalam Rupiah)

No.	Jenis Peralatan	Jumlah	Harga Satuan	Total
1.	Mannequin ¾	5	250.000	1.250.000
2.	Mannequin full body	5	650.000	3.250.000
	Hanger	250	8000	2.000.000
	Meja Kasir	1	2.500.000	2.500.000
	Kalkulator	1	80.000	80.000
	Kursi Plastik	4	35.000	140.000
	Kursi Kasir	1	500.000	500.000
	Single hangrail	2	150.000	300.000
	Kaca	2	200.000	400.000
	Lampu	10	50.000	500.000

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.



11.	Tag Gun	1	50.000	50.000
12.	Telepon CDMA	1	350.000	350.000
13.	Rak	2	2.000.000	4.000.000
14.	DVD Player	1	500.000	500.000
15.	Lampu Hias	2	150.000	300.000
16.	TV 35"	1	4.500.000	4.500.000
			TOTAL	20.620.000

Sumber: Twins Boutique 2014

Penulis merencanakan membeli 16 jenis peralatan untuk keperluan pribadi Twins Boutique sebagaimana yang terlihat pada tabel 3.1 diatas. Untuk keperluan ini dana yang dianggarkan sebesar Rp. 20.620.000,-.

Perlengkapan adalah material yang diperlukan untuk menunjang kegiatan operasional perusahaan yang memiliki masa manfaat kurang dari satu tahun. Tabel 3.2 berikut ini akan menampilkan perincian mengenai perencanaan peralatan yang Twins Boutique gunakan setiap bulan.

Tabel 3.2
Jenis Perlengkapan
(dalam Rupiah)

No	Jenis Perlengkapan	Jumlah	Harga Satuan	Jumlah
1.	Shopping bag kertas	2.000	1750	3.500.000
2.	Kartu nama	500	500	250.000
3.	Hang tag	100.000	50	5.000.000
4.	Note Book	1	150.000	150.000
			TOTAL	8.900.000

Sumber: Twins Boutique 2014

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- 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.



Berdasarkan tabel 3.2 diatas, dana yang harus dianggarkan untuk membeli perlengkapan Twins Boutique sebesar Rp. 8.900.000,- setiap bulan

Sumber Daya Manusia merupakan salah satu aset penting dalam sebuah perusahaan, karena peran dan fungsinya tidak dapat digantikan oleh sumber daya lain.

Sumber daya manusia terdiri dari individu-individu yang dapat memberikan kontribusi atau sumbangan berharga berupa produktivitas dari posisi yang mereka pegang untuk mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Sumber daya manusia yang diperlukan oleh Twins Boutique terbagi dalam beberapa bagian yang akan dijabarkan pada halaman berikut

Sumber daya manusia Twins Boutique antara lain :

1. Staf Stock barang

Bagian stock bertanggung jawab untuk :

Menerima, mengecek dan menginput barang yang telah terima dari supplier

Membuat daftar harga penjualan toko

Melaksanakan stock opname atau pengecekan barang-barang toko setiap bulan

2. Staf Pelayanan Toko

Melayani dengan baik konsumen yang datang ke toko

Bertugas untuk penataan barang

E. Latar Belakang Pemilik

Nama : Lisa Vindia

Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 30 September 1990

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 23 tahun

Alamat : Jl. Rukun II no.33 Cibubur, Jakarta Timur



Email : lisa.vindia@yahoo.co.id

Pendidikan terakhir : S1 Jurusan Manajemen Kewirausahaan

Lisa Vindia, lahir di Jakarta pada tanggal 30 September 1990 ini merupakan pemilik tunggal dari usaha butik Twins. Anak pertama dari tiga bersaudara. Ia memilih jurusan kewirausahaan, karena ia merasa konsentrasi ini merupakan pilihan yang paling tepat dan sesuai dengan jiwa kewirausahaan yang dimilikinya.

Lulus Sarjana Strata 1 Universitas Kwik Kian Gie Indonesia jurusan Manajemen konsentrasi Kewirausahaan ini mempunyai suatu ide bisnis untuk membuka usaha butik Twins di ITC Mangga Dua Lt. 5. Ide tersebut dipilih karena ketertarikan Lisa pada dunia fashion. Selain itu pakaian merupakan salah satu dari kebutuhan pokok manusia dan juga memiliki begitu besarnya pengaruh fashion yang akan membuka peluang besar. Peluang tersebut dapat dilihat dari gaya hidup para perempuan dikota-kota besar seperti Jakarta yang peduli akan penampilan.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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