



## “RENCANA BISNIS SEPATU MERK KAINOWEAR”

**Andrea Irawan**

Mahasiswa S1 Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
Jl. Yos Sudarso Kav.87, Sunter – Jakarta Utara  
Andrea Irawan

**Dr. Tony Sitinjak, M.M.**

Pembimbing  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Sunter – Jakarta Utara  
Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971

### ABSTRAK

Andrea Irawan / 71170467 / 2020 / Rencana Bisnis Usaha Sepatu Merk Lokal “Kainowear” di Salemba, Jakarta Pusat / Dosen Pembimbing : Dr. Tony Sitinjak, M.M.

Usaha Sepatu Kainowear merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang fashion sepatu dan konsep bisnis yang digunakan berkonsepkan toko online/*e-commerce*. Usaha Sepatu Kainowear menjual Sepatu Merk Lokal kepada konsumen secara *online*. Usaha Sepatu Kainowear beralamat di Jl. Percetakan Negara No 49B, Jakarta Pusat.

Usaha Kainowear memiliki visi “Menjadi merk sepatu yang memimpin pasar di Indonesia dan pasar internasional.”. Usaha Kainowear juga memiliki misi untuk menyediakan produk sepatu berkualitas tinggi dengan harga kompetitif, menciptakan pelayanan yang baik, mudah, praktis, dan efisien, memasarkan produk kepada khalayak umum melalui media sosial, dan menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen

Seperti halnya bisnis yang lain, strategi pemasaran sangat diperlukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kehadiran Usaha Kainowear. Dalam hal ini perusahaan akan melakukan berbagai upaya dalam pemasaran untuk meningkatkan *brand awareness*.

Sumber daya manusia sangat dibutuhkan untuk menunjang kegiatan operasional perusahaan. Saat ini direncanakan karyawan berjumlah enam orang.



Investasi awal yang dibutuhkan oleh perusahaan sebesar Rp. 496,100,000 yang digunakan untuk cadangan kas, biaya peralatan, biaya perlengkapan, biaya sewa bangunan, serta biaya bahan baku. Investasi awal ini berasal dari tabungan pribadi penulis. Hasil analisis kelayakan usaha menunjukkan bahwa pada BEP nilai *sales* lebih tinggi dibandingkan biaya yang dikeluarkan. yaitu pendapatan Rp. 2.746.944.300 dan BEP Rp. 516.490.582

Dengan NPV (*Net Present Value*) sebagai tolak ukur perusahaan menjalankan investasi, sebesar Rp. 1.118.057.526, dan IRR (*Internal Rate of Return*) yang membandingkan NPV dengan suku bunga kredit, diperoleh nilai sebesar 74% yang lebih besar dari tingkat bunga yang telah ditetapkan sebesar 8,2%, sedangkan *payback period* diperoleh 1 tahun 3 bulan 20 hari dengan batas maksimal 5 tahun sebagai indikasi waktu balik modal, dan dengan *profitability index*, yaitu indeks yang mengukur profitabilitas perusahaan, dengan nilai 3,02 Kesimpulan dari analisis kelayakan investasi ini adalah bisnis ini layak untuk dijalankan.

## ABSTRACT

Andrea Irawan / 71170467 / 2021 / Business Plan for Brand Fshion Kainowear Business in Salemva, Center Jakarta/ Supervisor : Dr. Tony Sitinjak, M.M.

*Kainowear is a brand fashion for shoes, using online/e-commerce based business. Kainowear will make sales mainly through online selling. Kainowear is located on Jalan Percetakan Negara, NO. 49B, Center Jakarta.*

*Kainowear has the vision to be “to becoming a shoe brand that will lead national and international market in the future”*

*Kainowear also has the mission to provide shoes with high quality and reasonable price, creating a good, easy, practical, and efficient service, marketing our products to the people through social media, and providing the best product for the customers.*

*Like other businesses, a marketing strategy is required to increase people’s awareness of the presence of the company. To do so, Kainowear will do various efforts in marketing to increase brand awareness of Kainowear*

*Human Resources is required to run the operational errands in Kainowear. To this date, it is planned to hire six workers fot the start.*

*The initial investment for Kainowear is Rp. 496.100.000, which will be used for cash deposit, equipment costs, supplies costs, rental costs, and raw materials. Initial investment comes from writer’s account. The results of financial analysis show that the BEP of sales value is higher than the costs incurred. Whichs Rp. 2.746.944.300 sales and Break event at Rp. 516.490.582*

*With Net Present Value, as an indicator of company’s ability to run its equity, is 1.118.057.526. With Internal Rate of Return, as a comparison to national return rate, is 74,%, greater than predetermined rate of 8,2%, with payback period of 1 years, 3 months, and 20 days, with maxima l of 5 years, to indicate a company’s payback period on equity, and 3,20 on profitability index, It is concluded by financial feasibility analysis that this business is feasible to run.*





## PENDAHULUAN

### Konsep Bisnis

Bisnis kami bergerak dalam bidang fashion, kami memiliki tujuan untuk membuat suatu produk sepatu anak bangsa yang berkualitas, unik dan juga dengan harga bersahabat, sehingga masyarakat dari golongan manapun bisa terjangkau dan bangga memiliki produk anak bangsa.

### Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan

**Visi:** Menjadi Merk Fashion Yang Memimpin Pasar Indonesia dan Internasional”

#### Misi

- a. Menyediakan Produk Sepatu Yang Berkualitas
- b. Terus berinovasi sesuai kebutuhan pelanggan dengan selalu menjadi relevan pada jaman
- c. Menyediakan produk kepada pelanggan dengan harga yang bersahabat
- d. Menjadi perusahaan yang menghasilkan laba untuk kesejahteraan perusahaan

### Peluang Bisnis

Banyaknya jumlah penduduk Indonesia, dan permintaan akan kebutuhan dasar berupa sepatu di Indonesia telah menjadi indikator bahwa perusahaan sepatu di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar. Jika diarahkan ke sasaran pasar yang tepat, dan jika perusahaan dapat beradaptasi dengan kebutuhan dan teknologi baru, maka permintaan akan sepatu dapat terus berkembang, dan bertahan lama. Perusahaan dapat menganalisa kelebihan yang dimiliki oleh internal, dan juga dapat mempelajari kekurangan yang dijumpai dalam eksternal, sehingga perusahaan dapat menjadi vendor yang dapat menjawab segala kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, prospek perusahaan ini sangatlah baik.

### Kebutuhan Dana

Sumber pendanaan Usaha Kainowear berasal dari pendanaan pribadi dengan orangtua dan beberapa rekan pemilik sebagai sumber dana. Hal ini dilakukan untuk mengurangi risiko beban bunga dan tingkat pengembalian dengan waktu yang cukup lama. Modal awal yang dibutuhkan untuk memulai usaha Kainowear adalah Rp. 496.100.000

## RENCANA PRODUK, KEBUTUHAN OPERASIONAL, DAN MANAJEMEN

### Alur Operasi dalam Proses Penjualan (*Output*)

1. Konsumen melihat promosi atau iklan yang tertera di internet atau *e-commerce*.
2. Konsumen mengakses *website* atau *e-commerce* yang telah disediakan oleh perusahaan.
3. Konsumen dapat mendesain sepatu dalam *widget* yang telah disediakan
4. Konsumen memasukkan spesifikasi pesanan ke dalam *website* atau *e-commerce*.
5. Konsumen mendapatkan informasi tagihan dan cara pembayaran.
6. Konsumen membayar melalui cara pembayaran yang disediakan.
7. Perusahaan memproses pesanan hingga menjadi produk jadi sesuai spesifikasi.

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



- Perusahaan mengirimkan produk jadi ke alamat yang ditentukan.

### Alur Operasi dalam Proses Pembelian (*Input*)

- Perusahaan memesan barang yang diperlukan dan melakukan pembayaran
- Pesanan diantar ke tempat usaha
- Yang bertugas mengecek dan mendata barang yang diantar, dan kemudian disimpan di gudang.

### Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha

- Closed Circuit Television (CCTV)*
- Alat foto produk
- Router*
- Kursi Kantor
- Monitor
- Laptop
- Meja Kantor
- Meja Lipat
- Printer
- Rak File
- Meja *Front Office*
- Air Conditioner*
- Kipas Angin
- Kursi Kerja
- Kursi Plastik
- Meja owner

### STRATEGI BISNIS

#### Pemasaran

*Segmentation, Targeting, dan Positioning*

#### Segmentasi Geografis

Segmentasi secara geografis berarti membagi pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti negara, pulau, provinsi, kota, iklim dan pemukiman. Mendirikan usaha harus memperhatikan pangsa pasar yang ada pada lokasi sekitar. Perusahaan akan beroperasi di salemba, Jakarta Pusat dengan domain Jabodetabek, sehingga mayoritas konsumen telah tersegmentasi di wilayah tersebut. Jabodetabek, pulau Jawa dan Bali

1. Dilarang menyalin atau menjiplak 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.



## Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis mengelompokkan pasar berdasarkan beberapa variabel seperti usia, jenis kelamin, dan pendapatan. Usaha Kainowear yang dapat digunakan oleh semua kalangan, baik usia, penghasilan, dan jenis kelamin. Dapat dikataskan dalam segmentasi usia, perusahaan menargetkan dalam usia 15-64 khususnya pria. Berdasarkan pendapatkan, perusahaan mematok harga untuk masyarakat kelas menengah, dengan pendapatan Rp 3.500.000 keatas, dan juga menengah keatas untuk beberapa variasi produk lainnya. Produk yang ditawarkan juga cocok untuk segala budaya, kepribadian, dan gaya hidup.

## Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis berarti membagi pelanggan menjadi kelompok-kelompok tertentu berdasarkan status sosial, gaya hidup dan kepribadian. Dari dahulu hingga saat ini, konsumen menjadikan fashion sebagai gaya hidup mereka. Gaya hidup merupakan variabel yang membuat orang cenderung konsumtif. Usaha Kainowear memfokuskan produknya untuk masyarakat yang mempunyai gaya hidup yang simple living dan memiliki keseharian yang penuh dengan gaya berbeda

## Segmentasi Tingkah Laku

Segmentasi tingkah laku berarti mengelompokkan pelanggan pada pengetahuan, sikap, penggunaan dan atau reaksinya terhadap suatu produk dan atau jasa. Tujuan kami adalah melayani permintaan pembeli untuk kebutuhan fashion yang sesuai dengan permintaan konsumen, baik kuantitas, desain, dan kualitas.

## Promosi

### a. Periklanan (advertising)

Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa pengaruh internet dan media sosial sangatlah besar terhadap kehidupan manusia di tahun-tahun terakhir ini. Hampir seluruh perhatian masyarakat berada pada media sosial dan internet. Maka, Usaha Kainowear memanfaatkan momentum ini untuk memasarkan produknya melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, termasuk menggunakan jasa iklan yang telah disediakan oleh media sosial tersebut. Perusahaan berencana untuk menggunakan juga Google AdSense untuk mengiklankan produknya di YouTube dan website yang menggunakan platform Google lainnya. Perusahaan akan memberikan konten yang digunakan untuk mengiklankan produknya ke penyedia jasa iklan internet diatas, dan kemudian membayar biaya iklan yang telah disepakati. Perusahaan juga menggunakan aplikasi komunikasi yang telah disediakan oleh media sosial tersebut seperti Direct Messages dan Story, Feed, untuk menunjukkan produk produk hasil produksi dari perusahaan. Fitur-fitur tersebut juga dapat digunakan untuk menginformasikan konsumen akan promo-promo yang kedepannya akan dilaksanakan oleh perusahaan

### b. Promosi penjualan (sales promotion)

Kerjasama perusahaan dengan e-commerce besar seperti BukaLapak, Tokopedia, dan Shopee, AliExpress dan Amazon menghadirkan peluang baru untuk perusahaan mempromosikan produknya melalui platform yang telah disediakan e-commerce tersebut. Perusahaan akan berpartisipasi mendaftarkan produknya agar terdaftar dalam rentetan promosi yang disediakan oleh e-commerce tersebut seperti flash sale, gratis ongkir, voucher diskon, dan lain sebagainya. Fitur yang telah disediakan akan meningkatkan brand exposure kepada konsumen, dan juga menarik minat konsumen untuk segera membeli produk tersebut. Perusahaan berencana akan menggunakan fitur flash sale, yaitu diskon kilat untuk e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, dan BukaLapak. Perusahaan juga akan menggunakan promosi seperti kupon gratis ongkos kirim, dan voucher diskon untuk semua e-commerce di atas





Untuk e-commerce luar negeri seperti AliExpress dan Amazon, perusahaan berencana untuk menggunakan jasa free delivery yang sering disediakan oleh kedua e-commerce di atas, yang memungkinkan produk dapat dibeli oleh seluruh konsumen di seluruh penjuru dunia.

### Pemasaran Langsung

Promosi dari mulut ke mulut merupakan salah satu cara yang efisien karena selain memberikan kesan seperti testimoni produk, penulis juga tidak perlu mengeluarkan biaya lagi. Bila melalui online atau sosial media perusahaan sudah mendapatkan image atau persepsi yang diharapkan di mata konsumen, maka akan dengan mudah dan cepat menjadi terkenal di dalam lingkungan itu. Selain dilakukan perusahaan, pemasaran ini juga dapat memanfaatkan pelanggan yang telah membeli di Usaha Kainowear. Perusahaan akan membangun produk yang berkualitas, layanan yang prima, dan promosi yang menarik, supaya promosi dari mulut ke mulut ini berjalan dan menarik calon pembeli lainnya.

### Organisasi

Usaha Kainowear yang merupakan sebuah bisnis kecil maka akan menggunakan *simple structure* atau struktur sederhana.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional menyatakan bahwa gaji adalah hak pekerja yang diterima dan dinyatakan dalam bentuk uang sebagai imbalan dari pemberi kerja kepada pekerja ditetapkan dan dibayar menurut suatu perjanjian kerja, kesepakatan, atau peraturan perundang-undangan, termasuk tunjangan bagi pekerja dan keluarganya atas suatu pekerjaan dan atau jasa yang telah atau akan dilakukan. Balas jasa kepada karyawan perlu diberikan oleh pihak perusahaan atas waktu dan tenaga yang diberikan karyawan terhadap perusahaan. Perusahaan wajib membalas jasa dengan memberikan gaji dan THR (Tunjangan Hari Raya) kepada karyawannya.

Berdasarkan konsep di atas, perusahaan memberikan kompensasi kepada karyawannya berupa pembayaran langsung dalam bentuk gaji dan pembayaran tidak langsung dalam bentuk tunjangan hari raya.

Dengan adanya kebijakan dan formulasi baru yang dikeluarkan pemerintah terhadap kenaikan upah buruh ataupun pegawai, melalui penetapan upah minimum 2019 merupakan hasil dari penambahan upah minimum 2018 dikalikan tingkat inflasi plus pertumbuhan ekonomi nasional, sesuai dengan Pasal 44 Ayat 1 dan Ayat 2 PP Nomor 78 Tahun 2015.

Melalui formula baru penghitungan kenaikan UMP setiap tahunnya yang ditetapkan oleh pemerintah tersebut membuat kenaikan UMP setiap tahunnya lebih masuk akal dan dapat lebih mudah untuk diprediksikan. Formula kenaikan gaji berdasar inflasi + laju pertumbuhan ekonomi nasional akan membuat kenaikan UMP atau gaji karyawan secara umum akan berkisar pada angka 10% setiap tahunnya. Kompensasi yang akan diberikan oleh Usaha Kainowear kepada para karyawannya adalah gaji pokok per bulan dan tunjangan hari raya sebesar gaji pokok selama 1 bulan.

### Keuangan

1. Dalam pendirian usaha Usaha Kainowear menggunakan modal sendiri yang berasal dari tabungan pribadi penulis dan donasi orangtua. modal awal yang dibutuhkan untuk memulai usaha adalah Rp Rp. 496.100.000
2. Hasil analisis kelayakan usaha menunjukkan bahwa pada BEP nilai *sales* lebih tinggi dibandingkan biaya yang dikeluarkan. Untuk NPV memperoleh nilai sebesar 1.118.057.526, Untuk IRR diperoleh

nilai sebesar 74% yang lebih besar dari tingkat bunga yang telah ditetapkan sebesar 70%, sedangkan *payback period* diperoleh 1 tahun 3 bulan 20 hari dengan batas maksimal 5 tahun, juga dengan *profitability index* 3,25. Kesimpulan dari analisis kelayakan keuangan ini adalah Usaha Kainowear layak untuk dijalankan

### Pengendalian Risiko

Berikut adalah rencana pengendalian risiko yang dilakukan oleh Usaha Kainowear

Dalam menghadapi risiko produk tidak laku atau usaha yang tidak menguntungkan, perusahaan harus terus melakukan analisis untuk mencari tahu penyebab tidak lakunya produk. Jika penyebab sudah ditemukan, maka perusahaan harus memutuskan langkah selanjutnya agar perusahaan dapat menjual produknya dan menjadi perusahaan yang menguntungkan.

Dalam menghadapi risiko ketidakmampuan perusahaan dalam menjaga konsistensi kualitas produk, perusahaan akan melakukan training supaya melatih staf bagian-staf bagian agar dapat bekerja dengan cepat tanpa mengurangi kualitas sepatu dan tidak terburu-buru sehingga mengorbankan kualitas sepatu.

Dalam menghadapi risiko kosongnya stok produk dan keterlambatan pengiriman sepatu ke gudang, perusahaan akan mencari beberapa agen pemasok lain yang memiliki produk bahan baku yang sama sebagai alternatif apabila pemasok utama tidak dapat memenuhi pesanan bahan baku perusahaan.

Dalam menghadapi risiko keterlambatan pengiriman, perusahaan akan menggunakan langkah preventif dengan strategi *under promise* yaitu menjanjikan waktu yang lebih lama dari waktu pengerjaan dan *over deliver* yaitu mengirim dengan waktu yang lebih cepat dari yang dijanjikan. Apabila konsumen masih mengalami keterlambatan, perusahaan harus memenuhi ganti rugi yang kemudian dapat dirundingkan dengan konsumen.

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menjiplak sebagian atau seluruhnya tulisan ini tanpa izin IBIKKG.  
a. Pengutipannya 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.





## DAFTAR PUSTAKA

### Buku Teks:

- Fred R David, Forest R. David (2016), *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases*, Edisi 15, Pearson Education.
- Menurut Eddy Yunus (2016:83) “Analisa SWOT merupakan kajian sistematis terhadap faktor-faktor kekuatan (*strengths*)
- Kotler dan Armstrong (2018:256) “Definisi Produk”
- Heizer, Jay dan Barry Render (2017:3), *Manajemen Operasi*, Edisi 11, Jakarta: Salemba Empat
- Kotler dan Armstrong (2016:95) “*Business Supply*”
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi 16, *Global Edition*, Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2016), *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Gary Dessler (2015), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi 14, Jakarta: Salemba Empat.
- Stephen P. Robbins (2015:464) “Struktur Organisasi” Edisi 8, Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Hak Cipta dimiliki IBKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KWIK KIAN GIE  
SCHOOL OF BUSINESS

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 IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.