



# RENCANA BISNIS PENDIRIAN BISNIS “BACKLIGHT PHOTOBOOTH” DI DKI JAKARTA

Mahdi Firmanda Saputra  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Akromul Ibad, Drs., M.M  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

## ABSTRACT

Backlight Photobooth is a business of photography which is more specialized of Instant Photography. That we can print the photo directly just in time at the moment. And this service can use to be souvenir for event like wedding party, birthday party, gathering, etc.

This business running by online system, so cosumer can booking the service via online internet.

Market of Backlight Production is cosumer in middle up level which they can make an event like wedding party and birthday party, and also company that hold an event like company gathering, launching product, music concert, etc. Backlight Photobooth will collaborate with event organizer to expand the market.

The advantage of Backlight Photobooth beside the price that very competitive then competitor, also the quality that we provide are very nice. Backlight Photobooth use high quality printer machine, that the printer has ability to print photo very fast, only need 11 second to print the photo and of course can make a good photo print of course.

Funds needed by Backlight Photobooth of Rp 37.155.000,-. Will allocated as the initial capitas used to cash, purchased operation needs like camera, printer, computer, and legal needs.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:255) merek adalah nama, tanda, simbol, desain atau kombinasi dari semuanya yang mengidentifikasi produk atau jasa dari penjual atau kelompok penjual dan membedakannya dari pesaing.

Merek merupakan kunci yang sangat penting dalam usaha memasarkan produk. Pemilihan nama merek yang sesuai dapat memberikan banyak keunggulan kompetitif seperti loyalitas pelanggan, kredibilitas tinggi, dan pertahanan yang kuat dalam menghadapi persaingan harga yang

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 mengutip sumbernya.
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, 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.



ketat. Selain itu merek juga membentuk dasar yang kuat ketika membangun hubungan dengan pelanggan.

Bisnis yang direncanakan merupakan bisnis yang bergerak dibidang *Photography* yang mana saya mengkhususkan dalam jenis photobooth. Yaitu dimana photobooth ini merupakan usaha fotografi instan foto dimana kita dapat langsung mencetak foto yang kita ambil dalam tempat dan waktu yang sama. Biasanya photobooth ini menjadi salah satu souvenir yang diberikan oleh pemilik acara kepada para tamunya. Dengan tingginya tingkat event yang diadakan di Jakarta,

"Backlight Photobooth" menawarkan kecepatan dan ketepatan dalam setiap proses pengambilan foto. Kami menggunakan mesin printer canggih dimana hanya membutuhkan sekitar 11 detik untuk mencetak foto. Tentunya hal ini dapat menghemat waktu para tamu yang akan hadir ke acara yang akan diadakan. Property yang kami gunakan untuk berfoto sangat unik seperti topeng yang kami buat dari bahan daur ulang, tulisan-tulisan menarik, gambar karakter kartun yang lucu, dsb.

Tabel 1.1  
Proyeksi start up modal Backlight Photo

| Perlengkapan                    | Harga           |
|---------------------------------|-----------------|
| Kamera Nikon D3200 + lensa kit  | Rp 7.125.000,-  |
| Flash yongnuo YN-510EX (2 unit) | Rp 1.780.000,-  |
| Stand Flash (2 unit)            | Rp 300.000,-    |
| Stand Background kingjue LA-105 | Rp 1.150.000,-  |
| Tripod TAKARA TAH-224           | Rp 800.000,-    |
| Laptop Asus                     | Rp 7.000.000,-  |
| Printer photo Hi-Ti             | Rp 16.000.000,- |
| Ijin legalitas perusahaan       | Rp 1.000.000,-  |
| Sewa domain dan hosting         | Rp 1.000.000,-  |
| Total                           | Rp 36.155.000,- |

## ANALISIS INDUSTRI

### A. Gambaran Masa Depan dan Perkembangannya

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2006:A-15), ramalan adalah seni memperkirakan permintaan di masa depan dengan cara mengantisipasi apa yang akan dilakukan oleh pembeli dalam kondisi tertentu.

Gambaran masa depan adalah unit ramalan tentang kecenderungan yang mungkin akan terjadi di masa yang akan datang, dalam analisis gambaran masa depan ini tidak hanya mempengaruhi secara tidak langsung kegiatan masa depan suatu usaha tetapi juga dapat menentukan kelangsungan pemasaran suatu usaha yang dijalankan. Memulai sebuah bisnis butuh perencanaan jangka panjang yang matang. Dalam memilih bidang bisnis yang akan digeluti, dibutuhkan analisa akan peluang-peluang beserta risiko yang dapat muncul. Dan tentu saja gambaran masa depan diperlukan untuk perencanaan bisnis jangka panjang.

Kekuatan Politik

1. Dalam menulis esai atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk keperluan 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

Politik selalu identik dengan urusan kenegaraan. Politik adalah proses pembentukan dan pembagian kekuasaan dalam masyarakat yang antara lain berwujud proses pembuatan keputusan, khususnya dalam suatu negara. Hal yang paling berkaitan dengan politik yaitu kebijakan-kebijakan dari pemerintah, serta kekuasaan dan kepentingan. Jika dilihat sekilas, keadaan politik suatu negara tidak berdampak langsung pada bisnis.

#### Kekuatan Ekonomi

Faktor ekonomi memiliki pengaruh langsung terhadap kelangsungan bisnis. Keadaan ekonomi mencerminkan kesejahteraan masyarakatnya. Perekonomian negara yang baik ditunjukkan dengan tingkat kesejahteraan masyarakat tinggi dan rendahnya ketimpangan ekonomi.

#### Kekuatan Sosial

Keadaan sosial adalah keadaan yang menggambarkan tentang hal-hal yang berkaitan dengan perbuatan yang dilakukan oleh manusia. Keadaan sosial banyak dipengaruhi oleh norma dan nilai yang terkandung dalam masyarakat. Nilai-nilai dan norma-norma tersebut mempengaruhi pola pikir dan kebiasaan masyarakat.

Teknologi adalah keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia. Teknologi ada di sekitar kita, dan umumnya membuat pekerjaan menjadi lebih efisien dan praktis.

#### Kekuatan Lingkungan

Faktor lingkungan membahas tentang bagaimana keadaan di sekitar lokasi perusahaan, yang nantinya akan berpengaruh terhadap berbagai strategi yang akan dilakukan dalam menggapai pangsa pasar dari masyarakat yang berada pada lingkungan

Legalitas sangat diperlukan bagi sebuah perusahaan dalam membangun usaha. Legalitas menjadi bukti bahwa sebuah perusahaan memang sudah diakui keberadaanya secara hukum dan dapat beroperasi secara resmi. Diharapkan jika suatu hari sebuah usaha mengalami kendala, maka dapat terlindungi secara hukum, dan kendala tersebut dapat diselesaikan secara adil.





**Tabel 2.1**  
**Jumlah Event MICE yang diselenggarakan di dunia**

**Jumlah Pertemuan Pernegara**

| Peringkat | Negara         | 2001        | 2002        | 2003        | 2004        | 2005        | 2006        | 2007        | 2008        | 2009        | 2010        | Trend        |
|-----------|----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| 1         | USA            | 478         | 584         | 594         | 650         | 680         | 284         | 704         | 714         | 727         | 623         | 2,58%        |
| 2         | Germany        | 301         | 322         | 347         | 423         | 430         | 473         | 549         | 495         | 524         | 542         | 7,12%        |
| 3         | Spain          | 223         | 299         | 305         | 396         | 360         | 334         | 386         | 424         | 385         | 451         | 5,99%        |
| 4         | United Kingdom | 237         | 316         | 324         | 322         | 406         | 417         | 386         | 424         | 378         | 399         | 4,88%        |
| 5         | France         | 279         | 291         | 290         | 385         | 360         | 393         | 376         | 450         | 384         | 371         | 4,16%        |
| 6         | Italy          | 277         | 298         | 320         | 351         | 328         | 349         | 376         | 399         | 408         | 341         | 3,35%        |
| 7         | Japan          | 217         | 214         | 204         | 218         | 236         | 263         | 289         | 309         | 278         | 305         | 4,92%        |
| 8         | China          | 84          | 136         | 85          | 235         | 231         | 274         | 279         | 294         | 284         | 282         | 14,92%       |
| 9         | Brazil         | 113         | 110         | 133         | 174         | 187         | 231         | 224         | 256         | 297         | 275         | 12,34%       |
| 10        | Switzerland    | 117         | 158         | 170         | 170         | 200         | 200         | 206         | 217         | 227         | 244         | 6,86%        |
| 11        | SouthAfrica    | 64          | 64          | 68          | 86          | 80          | 90          | 75          | 100         | 102         | 86          | 4,69%        |
| 12        | Ireland        | 43          | 50          | 77          | 78          | 84          | 68          | 100         | 102         | 80          | 83          | 6,99%        |
| 13        | HongKong       | 59          | 46          | 37          | 94          | 92          | 76          | 84          | 74          | 76          | 82          | 5,87%        |
| 14        | Indonesia      | 24          | 30          | 22          | 27          | 41          | 49          | 51          | 51          | 37          | 64          | 10,57%       |
| 15        | Croatia        | 23          | 30          | 29          | 36          | 37          | 38          | 57          | 58          | 42          | 50          | 9,00%        |
| 16        | Rusia          | 29          | 43          | 43          | 43          | 52          | 57          | 60          | 58          | 58          | 48          | 5,75%        |
| 17        | UAE            | 0           | 3           | 12          | 18          | 22          | 24          | 33          | 39          | 42          | 48          | 32,31%       |
|           | <b>Total</b>   | <b>5262</b> | <b>6090</b> | <b>6294</b> | <b>7524</b> | <b>7825</b> | <b>8549</b> | <b>9036</b> | <b>9160</b> | <b>9255</b> | <b>9120</b> | <b>6,50%</b> |

(Sumber: Ditjenpen, 2011)

**Tabel 2.2**  
**Jumlah perkawinan yang terjadi di DKI Jakarta**  
**Tahun 2011-2012**

| Daerah          | 2011 | 2012 |
|-----------------|------|------|
| Kep. Seribu     | 0    | -    |
| Jakarta Selatan | 916  | 1002 |
| Jakarta Timur   | 2005 | 1480 |
| Jakarta Pusat   | 1901 | 2183 |
| Jakarta Barat   | 571  | 360  |
| Jakarta Utara   | 644  | 557  |

(sumber: pemprov DKI Jakarta, 2011-2012)

**Analisis Pesaing**

Kotler dan Keller (2009:336) menyebutkan bahwa pesaing didefinisikan sebagai perusahaan yang memenuhi kebutuhan konsumen yang sama. Pemasar harus mengatasi "Marketing myopia" dan berhenti menganggap bahwa analisa pesaing hanyalah berdasarkan kategori tradisional dan berdasarkan industri.

*Iris photobooth*

Alamat : Jl Kasuari IX Bintaro Jay a

Kekuatan : Sudan berdiri sejak lama sehingga dikenal masyarakat.

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.



Ketersediaan layanannya sudah lengkap

Kelemahan : Harganya relatif mahal

*Moments To Go Photobooth*

Alamat : Jakarta

Kekuatan : Sudah berdiri di 3 kota

Memiliki lebih banyak variasi background

Kelemahan : Harga yang relatif tinggi

**Tabel 2.3**  
**Analisis Pesaing**

| Nama Pesaing                | Jenis Background    | Jenis Layanan             | Harga Packages                       |
|-----------------------------|---------------------|---------------------------|--------------------------------------|
|                             |                     |                           | A= Unlimited<br>B= Quota photo       |
| <i>Iris photobooth</i>      | Background printing | Unlimited dan quota photo | A = Rp 3.250.000<br>B = Rp 2.250.000 |
| <i>Moments to go</i>        | Background printing | Unlimited dan quota photo | A = Rp 3.500.000<br>B = Rp 2.500.000 |
| <i>Backlight Photobooth</i> | Background printing | Unlimited dan quota photo | A = Rp 3.000.000<br>B = Rp 2.000.000 |

Sumber: *Backlight Photobooth*

**Tabel 2.4**  
**Competitive Profile Matrix**

| Key Success Factor    | Bobot    | <i>Moments To Go</i> |            | <i>Iris Photobooth</i> |            | <i>Backlight Photobooth</i> |            |
|-----------------------|----------|----------------------|------------|------------------------|------------|-----------------------------|------------|
|                       |          | Rating               | Skor Bobot | Rating                 | Skor Bobot | Rating                      | Skor Bobot |
| Kualitas Layanan      | 0,2      | 3                    | 0,6        | 3                      | 0,6        | 3                           | 0,6        |
| Website               | 0,2      | 3                    | 0,6        | 4                      | 0,8        | 3                           | 0,6        |
| Harga yang Ditentukan | 0,2      | 2                    | 0,4        | 3                      | 0,6        | 4                           | 0,8        |
| Waktu Pengerjaan      | 0,1      | 3                    | 0,3        | 3                      | 0,3        | 3                           | 0,3        |
| Ketersediaan Layanan  | 0,1      | 3                    | 0,3        | 3                      | 0,3        | 2                           | 0,2        |
| Strategi pemasaran    | 0,2      | 3                    | 0,6        | 3                      | 0,6        | 2                           | 0,4        |
| <b>TOTAL</b>          | <b>1</b> |                      | <b>2,8</b> |                        | <b>3,2</b> |                             | <b>2,9</b> |

Sumber: *Backlight Photobooth*

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 sumbernya.  
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



**Analisis SWOT**

Menurut Kotler dan Keller (2012:89) analisis SWOT adalah evaluasi secara keseluruhan mengenai *strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threat*. Analisis tersebut adalah cara untuk mengamati lingkungan pemasaran internal maupun eksternal.

**Tabel 2.5**  
**Matriks Analisis SWOT Backlight Photobooth**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Internal</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>Strength</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>Weakness</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <ol style="list-style-type: none"> <li>Memiliki SEO dalam digital marketing sehingga memudahkan para konsumen dalam mengakses website Backlight Photobooth.</li> <li>Harga yang berada di bawah harga pesaing. Dengan artian kami memiliki harga yang menarik dan bersaing.</li> <li>Memiliki kecepatan dalam mencetak foto selama 11 detik, karena kami menggunakan mesin cetak foto dengan kualitas nomor satu.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li><i>Backlight Production</i> masih sangat baru di pasar, sehingga membutuhkan effort dan usaha yang lebih dalam meningkatkan brand perusahaan.</li> <li>Hanya memiliki store online saja (website), sehingga dapat menurunkan tingkat kepercayaan konsumen.</li> </ol> |
| <b>Eksternal</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <b>Opportunity</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <b>Strategi (SO)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>Semakin meningkatnya jumlah event MICE dan pernikahan yang terjadi di Indonesia pada umumnya dan Jakarta pada khususnya, sehingga pasar yang tersedia cukup menjanjikan.</li> <li>Pesaing yang memanfaatkan digital marketing online masih sedikit, sehingga besar kemungkinan bagi kami untuk dapat menguasai pasar online.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>Melakukan promosi dengan cara beriklan ads di beberapa situs ternama secara terus menerus dan konsisten (SI, 01).</li> <li>Mengembangkan layanan agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen secara optimal (S2, 02).</li> </ol>                                                                                                                                                           | <b>Strategi (WO)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Threat</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>Strategi (ST)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>Strategi (WT)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>Mudah bagi para pesaing baru untuk dapat memasuki bidang bisnis ini, sehingga kami akan memiliki lebih banyak lagi pesaing di masa depan.</li> <li>Rawannya serangan dari hacker yang dapat merusak bahkan membunuh store online kami.</li> </ol>                                                                                       | <ol style="list-style-type: none"> <li>Melakukan teknik SEO secara terus menerus dan tidak cepat puas sehingga pesaing baru kesulitan untuk dapat mengejar kami (SI, T1).</li> <li>Menggunakan server yang teruji tingkat keamanannya sehingga tidak mudah diserang oleh hacker. (S2, T2).</li> </ol>                                                                                                                        | <ol style="list-style-type: none"> <li>Menetapkan layanan dasar <i>Backlight Photobooth</i> sebagai produk unggulan, dimana produk unggulan tersebut merupakan sesuatu yang unik (SI, T1).</li> <li>Terus melakukan inovasi dan terobosan baru dalam pemasaran usaha.</li> </ol>                             |

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

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengcantumkan 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.



Sumber: *Backlight Photobooth*

### GAMBARAN USAHA

Gambaran usaha merupakan gambaran secara mendetail mengenai usaha yang akan dibangun.

Gambaran usaha ini berfungsi untuk memberikan gambaran secara jelas kepada para pembaca mengenai konsep bisnis yang dijalankan. Selain itu, gambaran usaha juga menggambarkan mengenai ukuran bisnis dan kapasitas yang akan dijalankan. Pada bab ini akan dijelaskan mengenai jasa, ukuran bisnis, jenis usaha, peralatan dan tenaga kerja, serta kebutuhan sumber daya manusia.

**Tabel 3.1**  
**Tujuan Backlight Photobooth**

|                           | Tujuan Jangka Pendek                                                   | Tujuan Jangka Menengah                           | Tujuan Jangka Panjang                          |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| <b>Secara Umum</b>        | Menjadi <i>photobooth</i> yang dikenal dan melekat di benak masyarakat | Mengembangkan layanan dan menjadi pemimpin pasar | Membuka cabang di kota lain                    |
| <b>Divisi Operasional</b> | Menerapkan sistem dengan tingkat efisiensi yang optimal                | Menambah fasilitas layanan                       | Menambah jumlah tenaga kerja sebagai penunjang |

Sumber : *Backlight Photobooth*

### Produk

Produk menurut Kotler dan Armstrong (2012:248) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang bisa memuaskan keinginan atau kebutuhan

**Tabel 3.2**  
**Jumlah Tenaga Kerja Pada UMKM**

| Keterangan          | Usaha Mikro | Usaha Kecil | Usaha Menengah |
|---------------------|-------------|-------------|----------------|
| Jumlah Tenaga Kerja | < 4 orang   | 5-19 orang  | 20-99 orang    |

Sumber : Konsultan Sektor Riil & UMKM Indonesia

**Tabel 3.3**  
**Kebaikan dan Kelemahan Perusahaan Perseorangan**

| Perusahaan Perseorangan                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kebaikan                                                                                                                                                                                              | Kelemahan                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>Mudah dibentuk dan dibubarkan</li> <li>Bekerja dengan sederhana</li> <li>Pengelolaannya sederhana</li> <li>Tidak perlu kebijaksanaan pembagian laba</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>Tanggung jawab tidak terbatas</li> <li>Kemampuan manajemen terbatas</li> <li>Sulit mengikuti pesatnya perkembangan perusahaan</li> <li>Sumber dana hanya terbatas pada pemilik</li> <li>Risiko kegiatan perusahaan ditanggung sendiri</li> </ol> |

1. Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Tidak diperbolehkan untuk menyalin, menduplikasi, atau menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sumber: M. Fuad, dkk. (2005)

**Tabel 3.4**  
**Peralatan Operasional *Backlight Photobooth***

| Peralatan                 | Jumlah          |
|---------------------------|-----------------|
| Kamera                    | 1               |
| Printer Photo Hi-Ti       | 1               |
| Lampu Flash               | 3 spot (6 buah) |
| Laptop                    | 1               |
| Mouse                     | 1               |
| Standing Background Photo | 1               |
| Tripod                    | 1               |

**Tabel 3.5**

**Perlengkapan *Backlight Photobooth***

| Peralatan         | Jumlah       |
|-------------------|--------------|
| Kertas Foto       | 1 roll/event |
| Frame Foto Karton | Sesuai Paket |
| Alat Tulis        | 1            |
| Background        | 1            |
| Tinta Printer     | 1 roll/event |

**Tabel 3.6**

**Jumlah Karyawan *Backlight Photobooth***

| Jabatan           | Jumlah |
|-------------------|--------|
| CEO               | 1      |
| Keuangan          | 1      |
| Operasional       | 1      |
| Pemasaran         | 1      |
| Fotografer        | 1      |
| Operator Printing | 1      |



- 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.



# RENCANA JASA DAN OPERASIONAL

## A. Proses Jasa

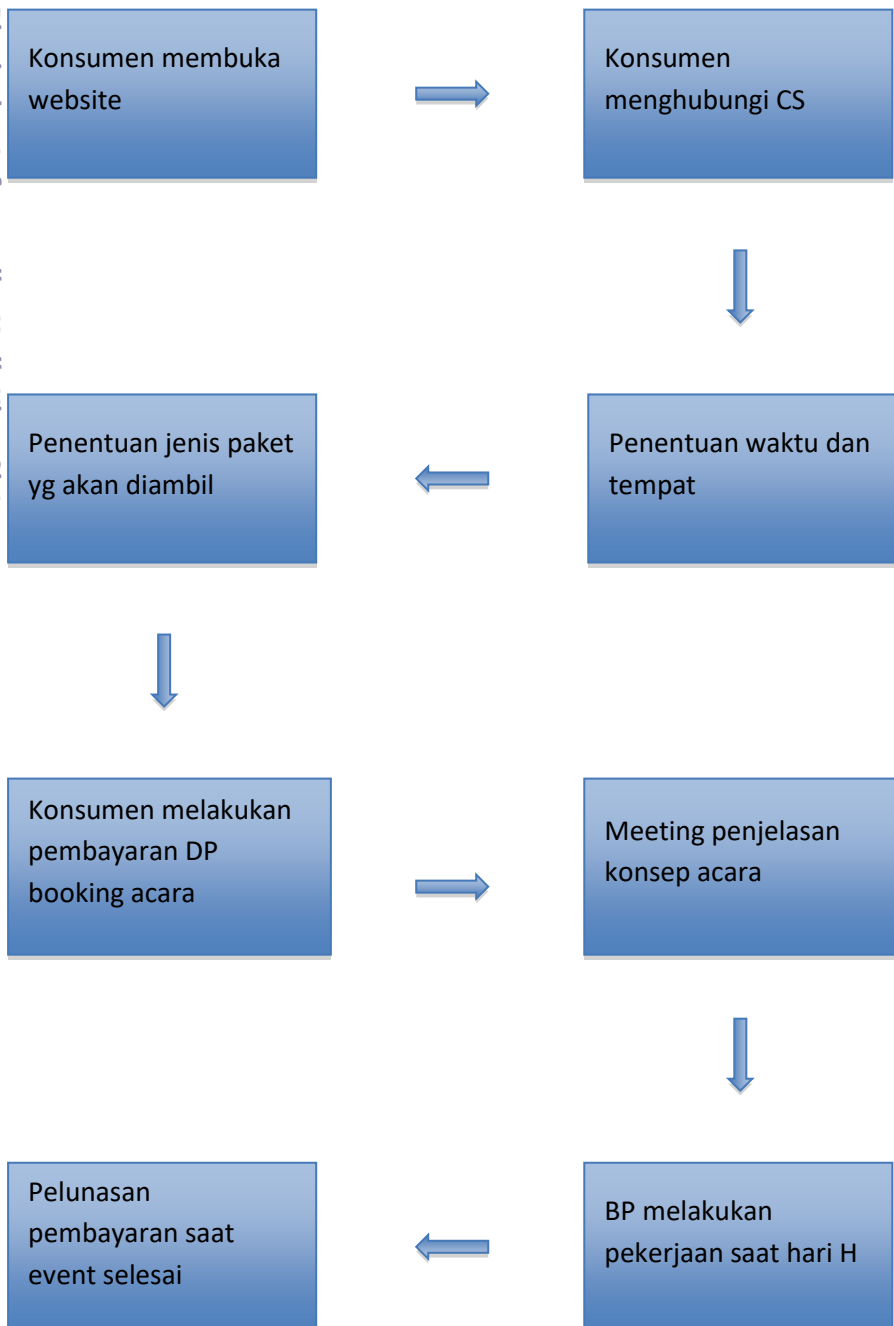
*Backlight Photobooth* adalah usaha yang bergerak di bidang jasa instan foto atau biasa dikenal dengan photobooth. Yaitu kami menyediakan booth foto yang biasa digunakan untuk souvenir acara-acara atau seremonial seperti pernikahan, ulang tahun, gathering,

## B. Alur Jasa

Berikut adalah skema detail mengenai alur jasa pengerjaan *car wash* pada *Bubble*

*Car Wash* :

**Gambar 4.1**  
**Alur Jasa Pemesanan *Photobooth* Konsumen**



Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

yang 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.



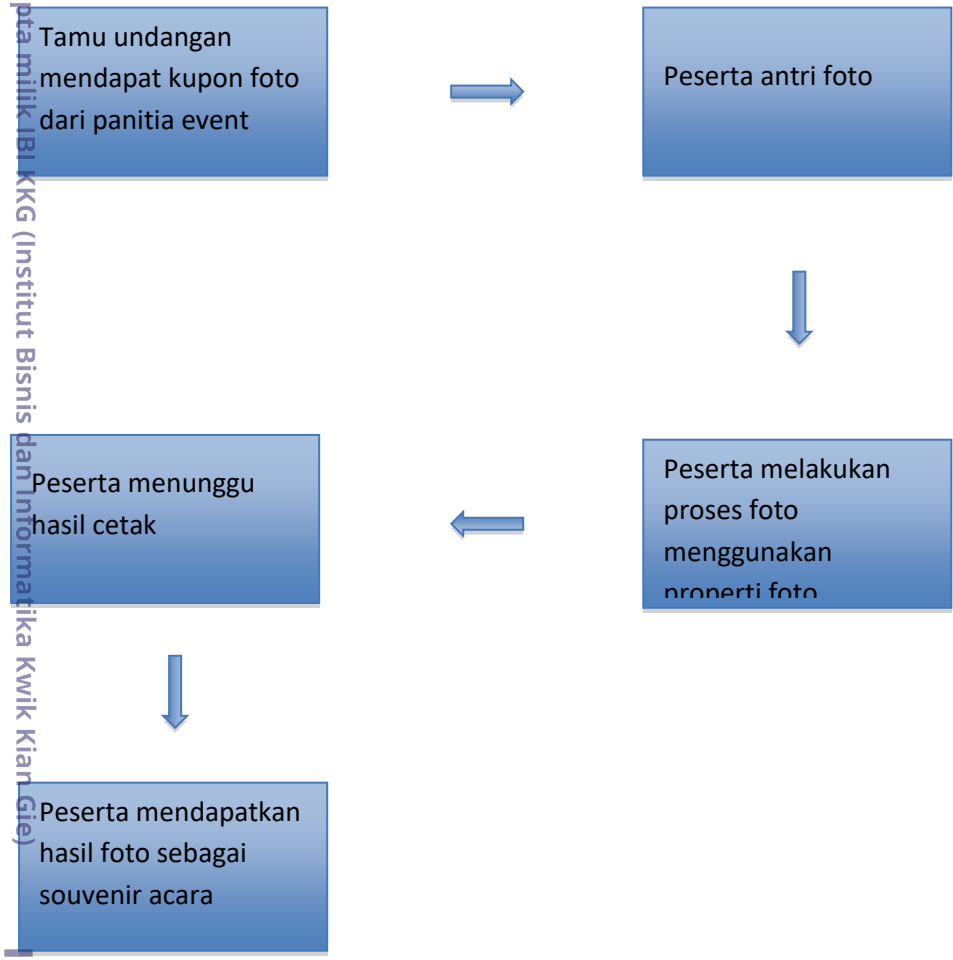
Gambar 4.2

Alur Jasa Proses Sesi Foto Oleh Peserta Acara dalam Event

©

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

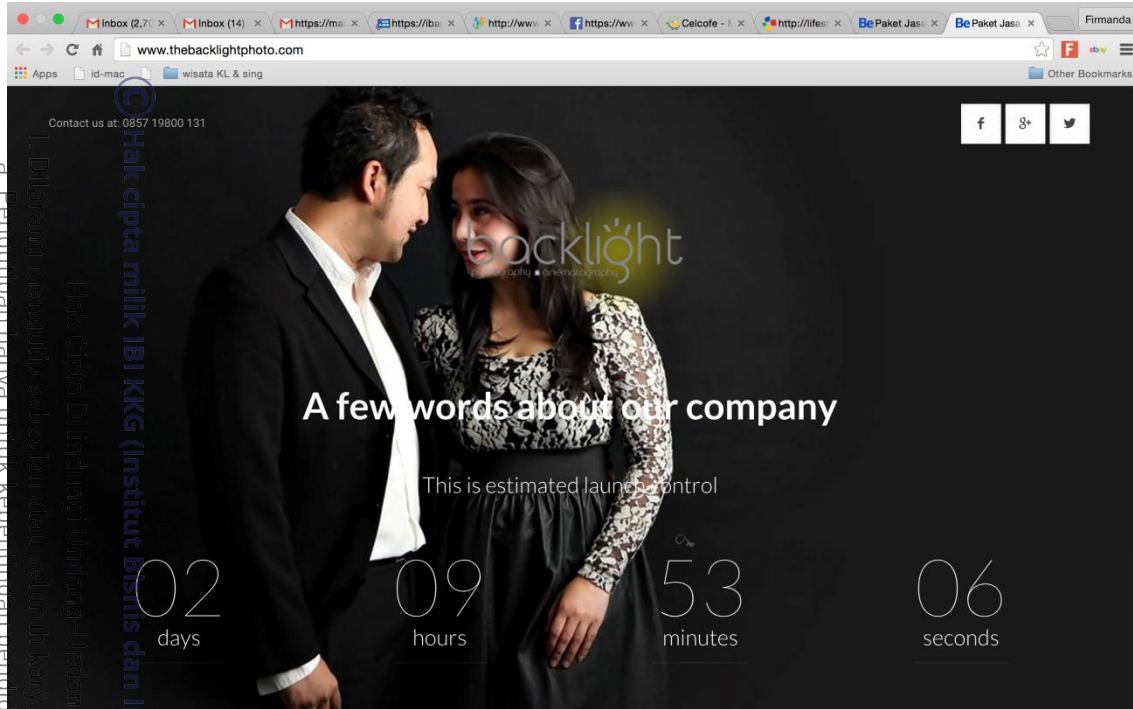


Deskripsi Rencana Operasi

Sesuai dengan rencana operasi yang akan dilakukan oleh *Backlight Photobooth*, penting bagi penulis untuk mengetahui apa saja yang termasuk dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P yang berhubungan dengan ciri-ciri jasa yang akan ditawarkan.



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.



## D. Teknologi

Dalam usaha *photobooth* yang akan penulis jalankan ini sangat erat hubungannya dengan teknologi yang digunakan. Semakin canggih teknologi yang ada maka akan semakin baik pula kualitas yang dihasilkan.

## RENCANA PEMASARAN

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:29) pemasaran didefinisikan sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi konsumen dan membangun hubungan yang kuat dengan konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan nilai dari konsumen sebagai imbalan.

### A. Strategi Penetapan Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2010:314), harga adalah sejumlah uang yang dikenakan untuk barang atau jasa.

### B. Distribusi

Menurut Kotler dan Keller (2009:14), perusahaan menggunakan saluran distribusi untuk menjual atau menyampaikan produk fisik atau jasa kepada pelanggan atau pengguna.

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

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan dilindungi undang-undang. Penyalinan atau penggunaan tanpa izin IBIKKG akan dikenakan sanksi hukum yang berat.



**Tabel 5.1**  
**Ramalan Pendapatan Bulanan *Backlight Production***  
**Dalam bulan pertama di tahun pertama**  
**(dalam rupiah)**

| Paket                 | Q | P         | Penjualan Bulanan |
|-----------------------|---|-----------|-------------------|
| Paket 100 foto        | 2 | 2,000,000 | 4,000,000         |
| Paket unlimited 2 jam | 1 | 3,000,000 | 3,000,000         |
| <b>Total</b>          |   |           | <b>7,000,000</b>  |

Sumber : *Backlight Photobooth*

**Tabel 5.2**  
**Ramalan Pendapatan *Backlight Photobooth* Selama 5 Tahun**  
**(dalam rupiah)**

| Bulan        | Tahun             |                   |                    |                    |                    |
|--------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|              | 2016              | 2017              | 2018               | 2019               | 2020               |
| Januari      | 7,000,000         | 7,809,678         | 8,713,011          | 9,720,831          | 10,845,223         |
| Februari     | 7,070,000         | 7,887,775         | 8,800,141          | 9,818,039          | 10,953,675         |
| Maret        | 7,140,700         | 7,966,653         | 8,888,143          | 9,916,219          | 11,063,212         |
| April        | 7,212,107         | 8,046,319         | 8,977,024          | 10,015,381         | 11,173,844         |
| Mei          | 7,284,228         | 8,126,783         | 8,977,024          | 10,015,381         | 11,173,844         |
| Juni         | 7,284,228         | 8,126,783         | 9,066,794          | 10,115,535         | 11,285,583         |
| Juli         | 7,357,070         | 8,208,051         | 9,157,462          | 10,216,691         | 11,398,438         |
| Agustus      | 7,430,641         | 8,290,131         | 9,249,037          | 10,318,858         | 11,512,423         |
| September    | 7,504,947         | 8,373,032         | 9,341,527          | 10,422,046         | 11,627,547         |
| Oktober      | 7,579,997         | 8,456,763         | 9,434,942          | 10,526,267         | 11,743,822         |
| November     | 7,655,797         | 8,541,330         | 9,529,292          | 10,631,529         | 11,861,261         |
| Desember     | 7,732,355         | 8,626,744         | 9,624,585          | 10,737,845         | 11,979,873         |
| <b>Total</b> | <b>88,252,071</b> | <b>98,460,042</b> | <b>109,758,982</b> | <b>122,454,622</b> | <b>136,618,745</b> |

Sumber : *Backlight Photobooth*

**C. Pengendalian Pemasaran**

Menurut Kotler dan Armstong (2010:81), kendali pemasaran merupakan proses mengukur dan mengevaluasi hasil strategi dan rencana pemasaran serta mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa tujuan telah tercapai. Selama melakukan pemasaran, tidak dapat dihindari

© 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 mengutip sumbernya.  
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

terjadinya berbagai hal yang tidak sesuai dengan rencana pemasaran yang ada, oleh karena itu diperlukan adanya kendali pemasaran.

#### D. Segmentasi, Posisi, dan Target Pasar

Segmentasi menurut Mullins and Walker (2012:180) merupakan suatu cara bagaimana membagi pasar atau konsumen ke dalam kelompok-kelompok tertentu dengan kebutuhan dan karakteristik yang sama dimana kelompok-kelompok ini memberikan tanggapan yang sama terhadap program pemasaran dan produk-produk yang ditawarkan,

### RENCANA ORGANISASI

#### A. Bentuk Kepemilikan/Badan Usaha

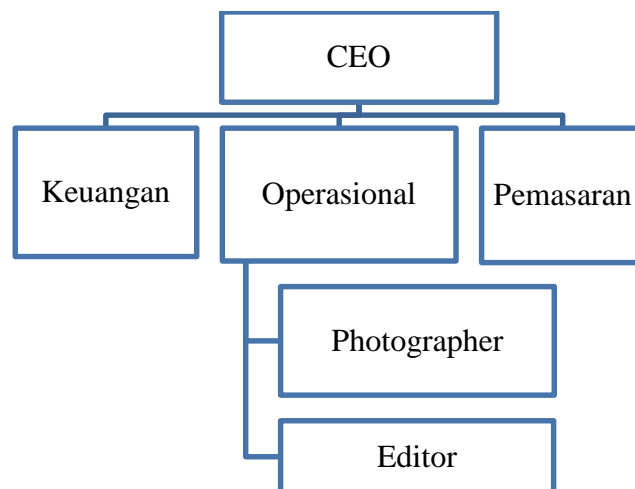
Menurut Umar (2009:281), terdapat beberapa bentuk badan usaha di Indonesia dilihat dari segi yuridisnya.

#### B. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan suatu susunan dan penentuan bagaimana pekerjaan dalam tiap bagian serta posisi organisasi dibagi untuk mempermudah pekerjaan demi mencapai tujuan perusahaan

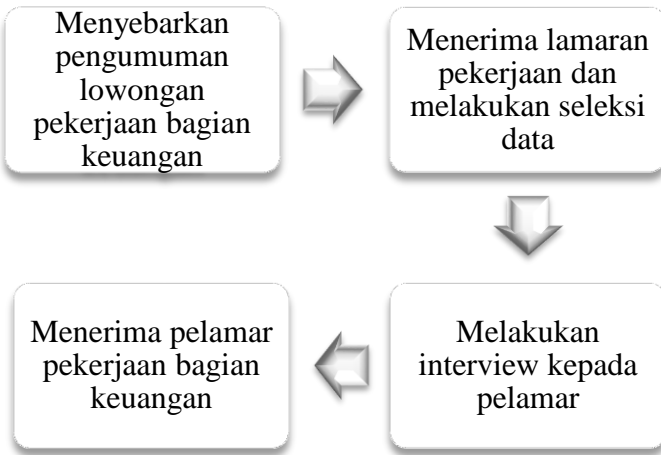
Gambar 6.1

Struktur Organisasi *Backlight Photobooth*



Gambar 6.2

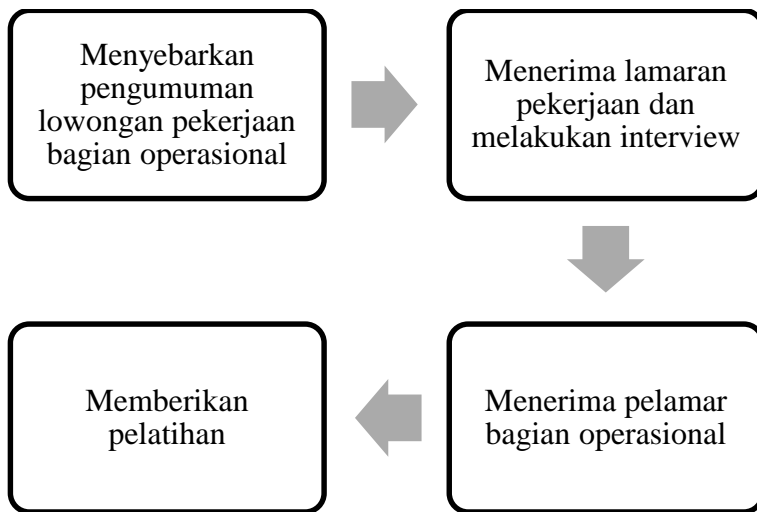
Alur Perekrutan Karyawan Bagian Keuangan *Backlight Photobooth*



Sumber : *Backlight Photobooth*

Gambar 6.3

Alur Perekrutan Karyawan Bagian Operasional *Backlight Photobooth*



Sumber : *Backlight Photobooth*

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



C. Imbal Jasa Tenaga Kerja

Tabel 6.1

Imbal Jasa *Backlight Photobooth* pada Tahun Pertama  
(dalam rupiah)

| Jabatan      | Jumlah   | Gaji pokok/orang | THR/orang | Pengeluaran gaji/bulan | Pengeluaran gaji/tahun | Pengeluaran gaji dan THR/tahun |
|--------------|----------|------------------|-----------|------------------------|------------------------|--------------------------------|
| CEO          | 1        | 3,500,000        | 3,500,000 | 3,500,000              | 42,000,000             | 45,500,000                     |
| Keuangan     | 1        | 3,200,000        | 3,200,000 | 3,200,000              | 38,400,000             | 41,600,000                     |
| Operasional  | 1        | 3,200,000        | 3,200,000 | 3,200,000              | 38,400,000             | 41,600,000                     |
| Pemasaran    | 1        | 3,200,000        | 3,200,000 | 3,200,000              | 38,400,000             | 41,600,000                     |
| Fotografer   | 1        | 3,000,000        | 3,000,000 | 3,000,000              | 36,000,000             | 39,000,000                     |
| Operator     | 1        | 3,000,000        | 3,000,000 | 3,000,000              | 36,000,000             | 39,000,000                     |
| <b>Total</b> | <b>6</b> |                  |           | <b>19,100,000</b>      | <b>229,200,000</b>     | <b>248,300,000</b>             |

Sumber : *Backlight Photobooth*

PENILAIAN RISIKO

A. Evaluasi Kelemahan Bisnis

Dalam setiap bisnis yang dijalankan tentunya memiliki kelemahan masing-masing.

Kelemahan dari bisnis tersebut harus dievaluasi agar kelemahan tersebut dapat diminimalisir oleh perusahaan.

Kelemahan dari bisnis *Backlight*

Di bulan Ramadhan atau bulan puasa tidak banyak event diadakan

1. Nama *Backlight Photobooth* masih baru didengar oleh masyarakat umum.
2. Munculnya pesaing baru yang bermain di industri yang sama.
3. Risiko gangguan operasional seperti alat yang tidak bekerja dengan maksimal.
4. Terbatasnya sumber daya untung menangani beberapa event di waktu yang bersamaan.

Teknologi-teknologi baru

Dalam perkembangan teknologi yang semakin pesat seperti sekarang ini, teknologi baru akan sangat mendukung perusahaan dalam memajukan suatu usaha. Akan tetapi jika

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta milik IBI 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 keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak diperbolehkan untuk tujuan komersial.  
2. Dilarang mengumumkannya atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



perusahaan menggunakan teknologi baru maka dapat meningkatkan biaya yang nantinya dibebankan pada harga jual untuk konsumen. Tentunya konsumen tidak akan berminat menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan jika harganya tidak terjangkau dan tidak menimbulkan suatu kesan unik tertentu.

### Rencana Pengendalian

Setelah mengidentifikasi dan menganalisis kelemahan-kelemahan yang ada pada *Backlight Photobooth*, maka langkah selanjutnya adalah membuat rencana untuk meminimalisir dampak yang akan timbul.

## RENCANA KEUANGAN

### A. Kebutuhan Dana

Untuk memulai suatu usaha dibutuhkan investasi dalam bentuk sejumlah dana di awal dimulainya proses bisnis, sebagai penunjang keberlangsungan operasional usaha. Jumlah investasi awal untuk membangun usaha *Backlight Photobooth* termasuk kecil, yaitu Rp 36.155.000,-. Jumlah tersebut mencakup kebutuhan untuk keberlangsungan operasional, biaya pembelian perlengkapan dan peralatan, biaya legalitas pendirian usaha, serta cadangan kas.

Tabel 8.1

### Proyeksi kebutuhan dana *Backlight Photobooth*

(dalam rupiah)

| Keterangan                      | Harga             |
|---------------------------------|-------------------|
| Kamera Nikon D3200 + lensa kit  | 7,125,000         |
| Flash yongnuo YN-510EX (2 unit) | 1,780,000         |
| Stand Flash (2 unit)            | 300,000           |
| Stand Background kingjue LA-105 | 1,150,000         |
| Tripod TAKARA TAH-224           | 800,000           |
| Laptop Asus                     | 7,000,000         |
| Printer photo Hi-Ti             | 16,000,000        |
| Sewa domain dan hosting         | 1,000,000         |
| Biaya legalitas                 | 1,000,000         |
| <b>Total</b>                    | <b>36,155,000</b> |

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.





Sumber : *Backlight Photobooth*

**C**

**1. Break Even Point**

*Break Even Point* adalah titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya, titik dimana laba sama dengan nol. Rumus yang dapat digunakan dalam penentuan *Break Event Point* adalah sebagai berikut :

$$\text{Break Even Point} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin Kontribusi}}$$

**Tabel 8.17**

**Break Even Point  
(dalam rupiah)**

| Tahun | Variabel cost | Sales       | Variabel cost/sales | Fix cost   | 1 - (VC/sales) | BEP         |
|-------|---------------|-------------|---------------------|------------|----------------|-------------|
| 2016  | 25,200,000    | 88,252,071  | 0.285545708         | 52,110,000 | 0.714454292    | 72,936,786  |
| 2017  | 28,980,000    | 98,460,042  | 0.294332599         | 56,680,000 | 0.705667401    | 80,321,126  |
| 2018  | 33,327,000    | 109,758,982 | 0.303638021         | 61,714,500 | 0.696361979    | 88,624,166  |
| 2019  | 38,326,050    | 122,454,622 | 0.312981653         | 67,261,075 | 0.687018347    | 97,902,880  |
| 2020  | 44,074,958    | 136,618,745 | 0.322612811         | 73,372,226 | 0.677387189    | 108,316,525 |

Sumber : *Backlight Photobooth*

**1. Payback Period**

*Payback Period* menurut Fuad dkk (2006:230) adalah metode yang mendasarkan perhitungan pada arus kas investasi. Dalam metode ini akan dihitung berapa lama arus kas masuk dapat menutupi aliran kas keluar yang dipakai sebagai investasi awalnya.

**Tabel 8.21  
Tabel Payback Period  
(dalam rupiah)**

|                 |                 |
|-----------------|-----------------|
| Investasi awal  | 36,155,000      |
| kas bersih 2016 | 17,969,550      |
|                 | 18,185,450      |
| Kas bersih 2017 | 36,694,991      |
|                 | 0.495583982 x12 |
|                 | 5.947007779     |
| Payback Period  | 1 tahun 6 bulan |

Sumber : *Backlight Photobooth*



## 2. Internal Rate of Return

Internal Rate of Return (IRR) merupakan suku bunga yang mengatur nilai sekarang dari arus kas masuk proyek sama dengan nilai sekarang dari biaya proyek tersebut.

$$\text{Internal Rate of Return} = Df1 + \left( \frac{\text{NPV1}}{\text{NPV1} - \text{NPV2}} \right) \times (\text{Df2} - \text{Df1})$$

**Tabel 8.22**

### Internal Rate of Return Positif dengan DF 45%

| Tahun     | Net cashflow | DF 16.55%   | PV of NCF         | DF 45%      | PV of NCF         |
|-----------|--------------|-------------|-------------------|-------------|-------------------|
| 2016      | 16,969,550   | 0.858000858 | 14,559,888        | 0.689655172 | 11,703,138        |
| 2017      | 18,725,441   | 0.736165472 | 13,785,023        | 0.475624257 | 8,906,274         |
| 2018      | 20,529,892   | 0.631630607 | 12,967,308        | 0.328016729 | 6,734,148         |
| 2019      | 22,552,951   | 0.541939603 | 12,222,337        | 0.226218434 | 5,101,893         |
| 2020      | 24,715,374   | 0.464984644 | 11,492,270        | 0.156012713 | 3,855,913         |
| PV of NCF |              |             | <b>65,026,827</b> | PV of NCF   | <b>36,301,366</b> |
| Investasi |              |             | <b>36,155,000</b> | Investasi   | <b>36,155,000</b> |
| NPV       |              |             | <b>28,871,827</b> | NPV         | <b>146,366</b>    |

Sumber : Backlight Photobooth

Berdasarkan Tabel 8.22 diperoleh nilai :

$$\text{IRR} \gg 16.55\% + \frac{28,871,827}{(28,871,827 - 146,366)} \times (45\% - 16.55\%) \gg 45.14\%$$

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.



### Daftar Pustaka

- Veithzal Rivai (2008), *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Cravens, David W. dan Nigel F. Piercy (2009), *Strategic Marketing*, Tenth Edition, New York:McGraw-Hill.
- Husen Umar (2009), *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi 3. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2006), *Principles of Marketing*, Tenth Edition, Harlow:Pearson Education Limited
- \_\_\_\_\_ (2010), *Principles of Marketing*, Thirteenth Edition, Harlow:Pearson Education Limited
- \_\_\_\_\_ (2012), *Principles of Marketing*, Fourteenth Edition, Harlow:Pearson Education Limited
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009), *Marketing Management*, Thirteenth edition, New Jersey:Pearson Prentice Hall
- Saiman, Leonardus. 2009. *Kewirausahaan:Teori, Praktek, dan Kasus-kasus*. Jakarta: Salemba Empat
- M. Fuad, Christine H, Nurlela, Sugiarto, Paulus, Y.E.F. (2006), *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- <http://www.bi.go.id/id/moneter/informasi-kurs/transaksibi/Default.aspx>  
(Diakses 20 Agustus 2015)
- [http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New\\_Home\\_Page/datafile/ctryprem.html](http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/ctryprem.html)  
(Diakses 26 Juli 2015)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan 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.