



BAB III

GAMBARAN USAHA



Hak cipta dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta ini milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Sebuah perencanaan bisnis memerlukan gambaran usaha yang jelas mengenai bisnis yang akan didirikan atau dikembangkan. Informasi tentang gambaran usaha ini akan sangat diperlukan bagi calon *investor* untuk mengetahui tentang usaha tersebut secara rinci dan menganalisis prospek dari bisnis ini, serta menilai investasi yang akan ditanamkan tersebut akan memberikan keuntungan atau malah memberikan kerugian.

• Visi

Kata visi berasal dari kata *vision* dari bahasa Inggris yang mempunyai arti sebagai pandangan jauh ke depan. Menurut Yussy Santoso, dkk. (2013:3), pernyataan visi yang efektif, mampu dibayangkan oleh anggota organisasi tersebut akan menjadi apa, masuk akal, memberikan gairah, bersifat fokus namun umum, sehingga membuka peluang bisnis untuk ekspansi, serta mampu memberi panduan

yang jelas untuk pengambilan keputusan dan mudah untuk disampaikan. Visi sebuah perusahaan adalah suatu pandangan jauh tentang perusahaan, tujuan-tujuan perusahaan, dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut pada masa yang akan datang. Visi Toko *Album & Merchandise Chingu Store* yaitu menjadi penyedia berbagai aksesoris impor dan menjadi pilihan utama bagi masyarakat yang ingin membeli *merchandise* bermutu.

• Misi

Menurut Yussy Santoso, (2013:1), misi merupakan pernyataan *top* manajemen perusahaan untuk memperjelas apa yang diinginkan pemilik perusahaan ketika mendirikan perusahaan, dan menjadi panduan dalam pengendalian perusahaan selanjutnya. Pernyataan misi menentukan arah bagi keseluruhan perusahaan dan

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.



memfokuskan perhatiannya pada arah yang tepat.

Menurut Yussy Santoso (2013:2), sebuah misi yang efektif biasanya memenuhi kriteria berikut:

1. Ringkas dan jelas sehingga mudah dimengerti, unik dan spesifik bagi setiap organisasi
2. Hindari penggunaan kata yang klise
3. Fleksibel untuk pengembangan usaha kedepan
4. Membantu *top* manajemen dalam pengambilan keputusan
5. Mencerminkan budaya perusahaan
6. Memberikan inspirasi bagi *stakeholder* organisasi

Berdasarkan hal-hal di atas, maka penulis menetapkan misi dari Toko *Album & Merchandise Chingu Store*, yaitu:

1. Menyediakan produk-produk aksesoris impor.
2. Menyediakan album impor yang sedang *trend*.
3. Menyediakan berbagai *merchandise* impor yang sedang *trend* dan berkualitas.

A. Produk

Produk menurut Kotler dan Keller (2009:4), adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide.

Konsep produk, menurut Kotler dan Armstrong (2008: 11), adalah ide bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja dan fitur terbaik, dan oleh karena itu organisasi harus menguras energinya untuk membuat peningkatan produk yang berkelanjutan.

Pemasar dalam merencanakan penawaran kepada pasar, harus melihat pada



lima tingkatan produk. Setiap tingkat menambah nilai pelanggan yang lebih besar, dan kemahannya merupakan bagian dari hierarki nilai pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2009:4) produk memiliki lima tingkatan, yaitu:

1. *Core benefit* yaitu produk yang fungsinya merupakan alasan dasar konsumen untuk membelinya. Contoh sederhana dari *core product* adalah pakaian, fungsinya dasarnya untuk melindungi tubuh manusia.
2. *Basic product* yaitu bentuk dasar dari suatu produk yang dapat dirasakan oleh panca indra.
3. *Expected product* yaitu serangkaian atribut-atribut produk dan kondisi-kondisi yang diharapkan oleh pembeli pada saat membeli suatu produk.
4. *Augmented product* yaitu tambahan manfaat-manfaat yang tidak terpikirkan oleh konsumen tapi akan memberi kepuasan bagi mereka, seperti garansi.
5. *Potential product* yaitu semua argumentasi dan perubahan bentuk yang dialami oleh suatu produk di masa mendatang.

Produk dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, dan setiap jenis produk memiliki strategi bauran pemasaran yang berbeda-beda. Danang Sunyoto (2013:73), mengklasifikasikan produk berdasarkan ciri-cirinya, antara lain:

1. Berdasarkan aspek daya tahannya produk dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu:

- a. Barang tidak tahan lama (*nondurable goods*)

Barang tidak tahan lama adalah merupakan barang nyata yang biasanya dikonsumsi untuk satu atau beberapa kegunaan, misalnya pasta gigi, kuliner, minuman berenergi, obat generik dan lainnya. Karena barang-barang ini sering dibeli, strategi yang tepat adalah membuat barang-barang tersebut tersedia di banyak lokasi, hanya mengenakan *mark-up* yang kecil, dan beriklan besar-



besaran untuk mendorong percobaan dan membangun preferensi.

☉ Barang tahan lama (*durable goods*)

Barang tahan lama adalah merupakan barang nyata yang biasanya melayani banyak kegunaan, misalnya pakaian, peralatan otomotif, komputer, peralatan bengkel, lemari es, dan sebagainya. Produk-produk tahan lama biasanya memerlukan penjualan personal dan jasa, menuntut margin yang lebih tinggi, dan memerlukan garansi penjualan yang lebih banyak.

☉ Jasa (*services*)

Jasa merupakan kegiatan, manfaat, atau kegunaan yang ditawarkan untuk dijual, misalnya bengkel sepeda motor, reparasi komputer dan televisi, laundry, jasa angkutan barang, jasa olah data, rental mobil dan sepeda motor, kursus bahasa asing, kursus program komputer, dan lainnya. Akibatnya, jasa biasanya memerlukan kendali kualitas, kredibilitas pemasok, dan kemampuan adaptasi yang lebih besar.

2. Berdasarkan tujuan konsumsi

Menurut Walker yang dikutip oleh Danang Sunyoto (2013:74), Klasifikasi produk dapat dikelompokkan menjadi dua macam yaitu:

a. Barang konsumsi

Barang konsumsi adalah barang yang dipergunakan oleh konsumen akhir atau rumah tangga dengan maksud tidak untuk dibisniskan atau dijual.

b. Barang industri

Barang industri adalah barang yang begitu luas dipergunakan dalam program pengembangan pemasaran.

Produk yang dijual Toko *Album & Merchandise Chingu Store* tergolong dalam kelompok barang yang tahan lama, karena hanya memiliki daya tahan hingga

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



bertahun-tahun. Sedangkan dilihat dari klasifikasi tujuan konsumsi, produk Toko *Album & Merchandise Chingu Store* tergolong barang konsumsi karena dapat dikonsumsi langsung oleh konsumen tanpa harus memproses lebih lanjut.

Tabel 3.1

Produk yang Ditawarkan oleh Toko *Album & Merchandise Chingu Store*

No.	Nama Artis	Judul Album	Harga (Dalam Rupiah)
Album			
1	B1A4	<i>First Tour DVD</i>	425.000
2	B1A4	<i>Mini Album (Repackage)</i>	200.000
3	2PM	<i>Still 2:00</i>	130.000
4	2PM	<i>Hands Up</i>	150.000
5	B.A.P	<i>No Mercy</i>	160.000
6	B.A.P	<i>Crash 1st Mini Repackage Album</i>	170.000
7	B1A4	<i>It B1A4</i>	160.000
8	B1A4	<i>Let's Fly</i>	130.000
9	B1A4	<i>4th Mini Album</i>	180.000
10	B1A4	<i>B1A4 1st Concert Baba B1A4 In Seoul DVD</i>	480.000
11	East	<i>3rd Mastermind</i>	155.000
12	Bigbang	<i>Tonight</i>	155.000
13	Bigbang	<i>V.V.I.P.</i>	145.000
14	Bigbang	<i>Bigbang is V.I.P</i>	135.000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (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.



15	Bigbang	<i>Stand Up</i>	125.000
----	---------	-----------------	---------

Lanjutan Tabel 3.1:

16	D	<i>ONE OF A KIND</i>	220.000
17	D	<i>Shine a Light</i>	185.000
18	Bigbang	<i>2010 Concert "Bigshow"</i>	350.000
19	Bigbang	<i>Remember</i>	155.000
20	Boyfriend	<i>I'll be There</i>	220.000
21	Boyfriend	<i>Boyfriend</i>	120.000
22	Boyfriend	<i>Love Style</i>	180.000
23	TOB	<i>Born To Beat</i>	135.000
24	TOB	<i>Press Play</i>	140.000
25	CN BLUE	<i>2013 Cube Photobook Concert (DVD)</i>	380.000
26	CN BLUE	<i>First Step</i>	160.000
27	XO M	<i>MAMA</i>	140.000
28	XO K	<i>MAMA</i>	140.000
29	T Island	<i>So Today (CD+DVD)</i>	155.000
30	finite	<i>Paradise (Special Repackage)</i>	165.000
31	finite	<i>Destiny</i>	130.000
32	YJ	<i>In Heaven</i>	215.000
33	YJ	<i>The Beginning</i>	195.000
34	Red Apple	<i>CODA</i>	125.000

© Hak Cipta dan Dititik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Diharang 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.



35	MBLAQ	<i>100% Ver</i>	135.000
36	SHINee	<i>Dream Girl</i>	175.000
37	SHINee	<i>Why So Serious?</i>	170.000
38	Shinhwa	<i>The Return</i>	210.000
39	Shinhwa	<i>The Classic</i>	235.000
40	Super Junior	<i>Sexy, Free, & Single</i>	255.000
41	R.Y	<i>Promise You (Limited Edition)</i>	160.000
42	Teen Top	<i>It's</i>	150.000
43	Teen Top	<i>No. 1</i>	170.000
44	VXQ	<i>Time (CD+DVD Ver. A)</i>	250.000
45	VXQ	<i>Time (CD+DVD Ver. B)</i>	260.000
46	ZE:A	<i>LLUSION (Special Edition)</i>	225.000
47	ZE:A	<i>ILLUTION (Mini Album)</i>	165.000
48	ZE:A	<i>Exciting</i>	125.000
49	2NE1	<i>2nd Mini Album</i>	155.000

Lanjutan Tabel 3.1:

50	2NE1	<i>Global Tour Live CD (New Evolution in Seoul)</i>	200.000
51	1Minute	<i>Hit Your heart</i>	135.000
52	NSD	<i>I Got a Boy</i>	210.000
53	Girl's Day	<i>Everyday</i>	120.000
54	KARA	<i>KARA Solo Collection</i>	180.000

1. Diharang 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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
© Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



55	KARA	<i>Step</i>	160.000
56	KARA	<i>Bad But Good</i>	110.000
57	Miss A	<i>Independent Women Pt. III</i>	155.000
58	Miss A	<i>Give It To Me</i>	210.000
59	Star	<i>Loving U</i>	170.000
60	4	<i>1st Mini Album</i>	120.000
61	Wonder Girls	<i>Wonder Party</i>	130.000
62	Wonder Girls	<i>2 Different Tears</i>	115.000
Merchandise			
1	Super Junior	<i>Official Poster Mr. Simple A</i>	85.000
2	Super Junior	<i>Official Poster Mr. Simple B</i>	85.000
3	EXO K	<i>Official Poster MAMA</i>	45.000
4	EXO M	<i>Official Poster MAMA</i>	45.000
5	FX	<i>Official Poster Krystal F(x) Electric Shock</i>	45.000
6	IU	<i>Calendar IU 2014</i>	320.000
7	SHINee	<i>Calendar SHINee 2014</i>	250.000
8	TVXQ	<i>Calendar TVXQ 2014</i>	260.000
9	Super Junioe	<i>Calendar Super Junior 2014</i>	280.000
10	NSD	<i>Calendar Girls Generation 2014</i>	300.000
11	SHINee	<i>Onew, Key, Taemin of SHINee in Barcelona</i>	300.000
12	Super Junior	<i>Super Junior Boys in City 2 Tokyo</i>	400.000

1. Ditarangi 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.



13	SNSD	<i>All About Girl's Generation "Paradise in Phuket" DVD Preview</i>	340.000
14	Bigbang	Lightstick Bigbang Crown	240.000

Lanjutan Tabel 3.1:

15	Super Junior	Lightstick Super Junior	240.000
16	2NE1	Lightstick 2NE1	250.000
17	BAP	Lightstick BAP	240.000
18	PSY	<i>Cheering Towel PSY</i>	180.000
19	BAP	<i>Cheering Towel BAP</i>	140.000
20	2NE1	<i>Cheering Towel 2NE1</i>	210.000
21		<i>T-shirt</i>	130.000

B. Ukuran Bisnis

Menurut Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Bab IV pasal 6 tentang Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah sebagai berikut:

a. Usaha Mikro

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah).

b. Usaha Kecil

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak



termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

1. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah).

c. Usaha Menengah

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,- (lima puluh milyar rupiah).

Menurut kategori Biro Pusat Statistik (BPS), usaha kecil identik dengan industri kecil dan industri rumah tangga. BPS mengklasifikasikan industri berdasarkan jumlah pekerjanya, yaitu:

1. Industri rumah tangga dengan jumlah pekerja sebanyak 1-4 orang.
2. Industri kecil dengan jumlah pekerja sebanyak 5-19 orang.
3. Industri menengah dengan jumlah pekerja sebanyak 20-99 orang.
4. Industri besar dengan jumlah pekerja sebanyak 100 orang atau lebih.

Menurut Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Bab IV pasal 6, Toko *Album & Merchandise Chingu Store* termasuk dalam kategori usaha menengah dengan perkiraan modal awal sebesar Rp 720.000.000,-. Sedangkan menurut Biro Pusat Statistik, Toko *Album & Merchandise Chingu Store* termasuk dalam kategori usaha kecil dengan jumlah pekerja sebanyak 5 orang.

Menurut Husein Umar (2009:281), terdapat beberapa bentuk badan usaha di

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI RKG (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 IBI RKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI RKG.



Indonesia dilihat dari segi yudirisnya. Bentuk-bentuk badan usaha di Indonesia antara lain:

1. Perusahaan Perseorangan

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 keanggotaan.

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 ini dibedakan menjadi dua, yaitu sekutu komplementer dan sekutu komanditer. Sekutu komplementer adalah orang-orang yang menjalankan perusahaan, sedangkan sekutu komanditer adalah orang-orang yang mempercayakan kekayaannya untuk diikutsertakan pada perusahaan.

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

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.



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 Pemerintah yang lain

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

7. Koperasi

Koperasi merupakan bentuk badan usaha yang bergerak di bidang ekonomi yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya. Koperasi melandaskan kegiatan berdasarkan prinsip gerakan [ekonomi rakyat](#) yang berdasarkan asas kekeluargaan.

Toko *Album & Merhandise Chingu Store* merupakan perusahaan perseorangan karena hanya dimiliki dan dikelola oleh satu orang. Bentuk badan usaha seperti ini memungkinkan pemilik untuk memperoleh semua keuntungan dari perusahaan. Namun disisi lain, ketika perusahaan mengalami kerugian atau masalah, pemilik akan menanggung hal itu sendiri.

C. Peralatan dan Tenaga Kerja

Rencana mengenai peralatan dan perlengkapan yang akan digunakan dalam kegiatan operasional Toko *Album & Merhandise Chingu Store* akan disajikan pada Tabel 3.2 sampai Tabel 3.4 yang dilengkapi dengan perkiraan harga dari masing-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (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.

masing unit peralatan. Perkiraan mengenai harga beli masing-masing unit diperoleh dari hasil *survey* yang dilakukan oleh penulis.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Tabel 3.2

Peralatan Toko Album & Merchandise Chingu Store

(dalam Rupiah)

Peralatan	Jumlah (unit)	Harga per unit	Total
Kalkulator	1	67.000	67.000
Telepon	1	250.000	250.000
Netbook	1	2.000.000	2.000.000
Stapler & isi	1	30.200	30.200
Cutter	1	15.300	15.300
Gunting	1	14.600	14.600
Modem	1	199.000	199.000
Meja dan Kursi Kasir	1	1.500.000	1.500.000
Total			4.076.100

Sumber : Data yang diolah

Berdasarkan Tabel 3.2 di atas, dapat dijelaskan bahwa perencanaan mengenai pembelian peralatan kasir yang dibutuhkan Toko *Album & Merchandise Chingu Store* memerlukan anggaran dana sebesar Rp 4.076.100,- (Empat Juta Tujuh Puluh Enam Ribu Seratus Rupiah) sebagaimana terlihat pada tabel di atas.

Selanjutnya, pada Tabel 3.3 akan penulis akan memberikan perincian mengenai jenis dan jumlah peralatan yang direncanakan untuk keperluan dari Toko *Album & Merchandise Chingu Store*.



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.

Tabel 3.3
Peralatan Toko *Album & Merchandise Chingu Store*
(dalam Rupiah)

No	Peralatan	Jumlah (unit)	Harga per unit	Total
1	Etalase	10	1.900.000	19.000.000
2	Air Conditioner	1	2.210.000	2.210.000
Total				21.210.000

Sumber : Data yang diolah

Penulis merencanakan membeli 2 jenis peralatan untuk keperluan Toko *Album & Merchandise Chingu Store* sebagaimana yang terlihat pada Tabel 3.3 di atas. Untuk keperluan ini, dana yang harus dianggarkan sebesar Rp 21.210.000,- (Dua Puluh Satu Juta Dua Ratus Sepuluh Ribu Rupiah).

Perlengkapan adalah material yang diperlukan untuk menunjang kegiatan operasional perusahaan yang memiliki masa manfaat kurang dari satu tahun. Tabel 3.4 berikut ini akan menampilkan perincian mengenai perencanaan peralatan yang disediakan Toko *Album & Merchandise Chingu Store* setiap bulan.

Tabel 3.4
Perlengkapan *Chingu Store* per bulan (dalam Rupiah)



No	Perlengkapan	Jumlah (unit)	Harga per unit (Rp)	Total Perlengkapan
1	Nota	1 rim	85.000	85.000
2	Bolpoin	1 box	18.000	18.000
3	Selotip	1 lusin	90.000	90.000
4	Isi staples	2	2.500	5.000
5	Kantong Plastik (15x25cm)	500	100	50.000
6	Kantong Plastik (28x33cm)	500	100	50.000
7	Spidol	1	9.000	9.000
Total			Rp	307.000

Sumber : Data yang diolah

Berdasarkan Tabel 3.4 di atas, dana yang harus dianggarkan untuk membeli perlengkapan *Chingu Store* sebesar Rp 307.000- (Tiga Ratus Tujuh Ribu Rupiah).

D Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia merupakan salah satu aset penting dalam sebuah perusahaan, karena peran dan fungsinya yang tidak dapat digantikan oleh sumber daya lain. Menurut Manullang (2013: 239), keberhasilan suatu organisasi baik besar ataupun kecil bukan semata-mata ditentukan oleh kualitas sumber daya alam yang tersedia, tetapi lebih banyak ditentukan oleh kualitas sumber daya manusia yang berperan merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan organisasi yang bersangkutan. 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 *Toko Album & Merhandise Chingu Store* terbagi dalam beberapa bagian yang akan dijabarkan pada halaman berikut ini.

Sumber daya manusia *Toko Album & Merhandise Chingu Store* direncanakan antara lain :

1. Bagian Control

Owner bertugas menyusun rencana jangka panjang dan melakukan order ke



pemasok.

Supervisor dalam hal ini direncanakan akan bertindak sebagai pengontrol dan pengawas dari seluruh kegiatan operasional perusahaan. Supervisor juga bertanggung jawab atas keuangan dan kegiatan pemasaran dari Toko *Album & Merhandise Chingu Store*.

2. Bagian Counter

Bagian *counter* bertanggung jawab dalam pelayanan kepada konsumen. Bagian *counter* terdiri dari :

a. 1 orang staf

Staf bertanggung jawab melayani konsumen dalam hal memberikan informasi tentang produk dan mencari barang yang dicari oleh customer.

b. 1 orang kasir

Kasir bertanggung jawab menangani transaksi pembayaran yang dilakukan oleh konsumen.

c. 1 orang staf *online*

Staf *Online* bertugas melayani pembeli, memproses pesanan dan mempromosikan produk yang dijual melalui jejaring sosial.

E. Latar Belakang Pemilik

Nama Pemilik	: Mariske Regina
Jabatan	: Pemilik
Tempat / Tanggal Lahir	: Palembang, 6 Mei 1992
Alamat Rumah	: Jl. Padmajaya 118, Palembang
Nomor Telepon	: 081918890092
<i>E-mail</i>	: mariske_regina@yahoo.com
Agama	: Buddha

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.



Pendidikan Terakhir : S1 Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Kwik Kian
Gie School Of Business

Mariske Regina yang lahir pada tanggal 6 Mei 1992 dan merupakan anak pertama di keluarganya. Memiliki ide awal untuk mendirikan bisnis ini karena hobinya dengan dunia hiburan dari Korea, sehingga melihat peluang yang cukup baik dengan mengembangkan hobinya menjadi sebuah usaha.

Setelah menyelesaikan pendidikan di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie di tahun 2013, pemilik gelar S1 Administrasi Bisnis ini ingin mengaplikasikan ilmu yang didapatkannya selama perkuliahan dengan mendirikan usaha bisnis impiannya, yaitu *Merchandise Kpop Store*. Keinginan Mariske ini diambut dengan gembira oleh Kedua orang tuanya, yang memang menginginkan anaknya menjadi seorang wirausaha.

Berdasarkan hasil riset dan analisis yang ia lakukan, Mariske memutuskan Toko *Album & Merchandise Chingu Store* sebagai nama dari bisnis pertamanya ini. Terinspirasi dari kecintaan masyarakat Indonesia akan musik dan film Korea, Mariske memutuskan menggunakan strategi diferensiasi produk untuk bisa masuk ke bisnis yang sudah memiliki banyak pemain ini. Album merupakan produk utama di Toko *Album & Merchandise Chingu Store* dengan keunggulannya *import* langsung dari Korea. Hal ini disebabkan karena kebanyakan fans kpop menginginkan album edisi Korea, bukan edisi Indonesia. Diferensiasi produk dari Toko *Album & Merchandise Chingu Store* dibanding toko musik lainnya adalah menyediakan *merchandise* kpop, baik *merchandise official* maupun *merchandise unofficial*. Mariske berkeyakinan bahwa bisnis ini akan menghasilkan keuntungan yang signifikan dan mencapai sukses.