

**RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA DISTRIBUSI
PENGHARUM RUANGAN AEROSOL AUTOMATIC & SPRAY
(ALL FRESH)**

Oleh :

Nama : Nicolas Yubileum Agung

NIM : 73180115

RENCANA BISNIS

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Administrasi Bisnis

Konsentrasi Kewirausahaan



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

April 2022

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



© 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.

PENGESAHAN

**RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA DISTRIBUSI
PENGHARUM RUANGAN AEROSOL AUTOMATIC & SPRAY
(ALL FRESH)**

Diajukan Oleh

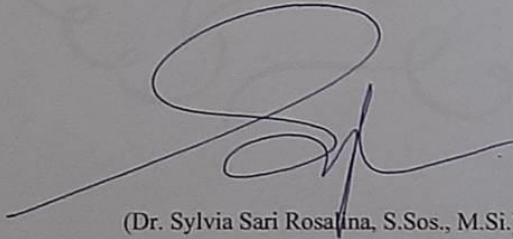
Nama : Nicolas Yubileum Agung

NIM : 73180115

Jakarta, 11 April 2022

Disetujui Oleh

Pembimbing



(Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2022

PENGESAHAN

RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA DISTRIBUSI PENGHARUM RUANGAN AEROSOL AUTOMATIC & SPRAY (ALL FRESH)

Diajukan Oleh

Nama : Nicolas Yubileum Agung

NIM : 73180115

Jakarta, 11 April 2022

Disetujui Oleh

Pembimbing

(Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2022

© 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.





KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan rencana bisnis ini. Pembuatan rencana bisnis ini adalah tugas terakhir yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Kwik Kian Gie School of Business.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendampingi penulis dari awal sampai selesai pembuatan rencana bisnis ini sehingga penulis dapat membuat rencana bisnis dengan baik dan benar. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu/Saudara:

1. Ibu Dr. Sylvia Sari Rosalina, S. Sos., M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis sekaligus Dosen pembimbing tugas akhir rencana bisnis yang telah membantu memberikan arahan kepada penulis dalam proses pembuatan rencana bisnis dari awal hingga akhir.
2. Orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan, semangat, perhatian, serta doa baik secara moril maupun materil selama ini.
3. Segenap Dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan selama menjadi mahasiswa di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
4. Seluruh teman-teman yang telah mendukung, memotivasi dan memberikan semangat selama proses kuliah dan dalam menyelesaikan rencana bisnis.
5. Pihak-pihak lain yang tidak bias disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memotivasi sehingga rencana bisnis ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan rencana bisnis ini masih banyak kekurangan dan belum sempurna baik dalam kata-kata, tata bahasa, maupun kalimat yang digunakan. Maka



ABSTRAK

Nicolas Yubileum Agung / 73180115 / 2022 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha Distribusi Pengharum Ruangan Aerosol otomatis dan spray All Fresh / Dosen Pembimbing Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si.

All Fresh merupakan bisnis yang bergerak di bidang distribusi pengharum ruangan aerosol yang memiliki 2 varian produk yaitu pengharum ruangan otomatis dan pengharum ruangan spray. Masing-masing produk memiliki ukuran 250ml dan 500ml yang dikemas dengan menggunakan kaleng. Produk All Fresh memiliki keunikan yaitu terdapat formula khusus antibakteri dan antivirus yang dapat membersihkan udara pada ruangan. Varian rasa/wangi yang ditawarkan All Fresh juga berbeda dengan para pesaing dan jarang ditemukan di pasar seperti Bubble Gum, Green Tea, dan campuran wangi tumbuhan khas Indonesia yang salah satunya adalah tumbuhan eucalyptus.

All Fresh memiliki Visi yaitu “Memberikan solusi kepada masyarakat yang ingin menciptakan dan menghadirkan udara dengan sensasi harum yang nikmat sekaligus membunuh bakteri dan kuman sehingga terciptanya udara yang sehat dan bersih.”. Misi Dari All Fresh yaitu “Menawarkan produk pengharum dan pembersih udara ruangan dengan harga terjangkau namun berkualitas. Memberikan edukasi kepada masyarakat terhadap pentingnya kesehatan udara di dalam ruangan. Memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai korelasi antara pengharum ruangan dan dampak psikologi bagi penggunanya. Membuka lapangan kerja sebesar-besarnya. Menciptakan ekosistem bisnis yang sustainable dan ramah lingkungan. Memberikan dampak positif bagi lingkungan hidup dan masyarakat sekitar. Memberikan pelatihan dan kesejahteraan kepada seluruh SDM pada perusahaan. Memperkenalkan berbagai macam wangi bunga khas Indonesia melalui setiap varian produk All Fresh.”.

All Fresh menawarkan produk kepada masyarakat secara online dengan menggunakan metode Direct to Customer (D2C) melalui platform E-commerce dan platform social media lainnya. Kegiatan promosi dan periklanan juga akan dilakukan secara digital melalui fitur *E-commerce* dan *Social media*.

Sumber daya manusia yang dibutuhkan All Fresh dalam menjalankan aktivitas usahanya sejumlah 3 orang yang terdiri dari Manajer, Staf *Digital Advertising*, dan Staf *Packaging*.

Investasi awal yang dibutuhkan All Fresh sebesar Rp 119.400.000 yang akan dialokasikan ke dalam kebutuhan modal kerja dan aktiva. Untuk mengetahui perhitungan pengembalian modal dan kelayakan investasi, All Fresh menggunakan metode analisis kelayakan *investasi Payback period*, *Net Present Value (NPV)*, *Profitability Index*, dan *Break Even Point (BEP)*. Berdasarkan analisis tersebut, All Fresh mendapatkan hasil *Payback Period* kurang dari 5 tahun yaitu selama 2 tahun 8 bulan 24 hari, NPV lebih dari 0 yaitu sebesar Rp 194.722.716, *Profitability Index* lebih dari 1 yaitu sebesar 2,6, dan nilai penjualan yang lebih besar dibanding BEP.

Kata kunci : Pengharum ruangan otomatis dan pengharum ruangan spray



ABSTRACT

Nicolas Yubileum Agung / 73180115 / 2022 / *Business Plan of "All Fresh" Distribution Automatic and spray Aerosol Air Freshener/ Mentor Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si.*

All Fresh is a business engaged in aerosol air freshener distribution which has 2 product variants, namely automatic air freshener and spray air freshener. Each product has 250ml and 500ml sizes which are packaged in cans. All Fresh products are unique in that there are special antibacterial and antiviral formulas that can clean the air in the room. The flavor/scent variants offered by All Fresh are also different from competitors and are rarely found in the market such as Bubble Gum, Green Tea, and a mixture of typical Indonesian plant fragrances, one of which is eucalyptus.

All Fresh has a vision, namely "Providing solutions to people who want to create and present air with a delicious fragrant sensation while killing bacteria and germs so as to create healthy and clean air.". The mission of All Fresh is "Offering air freshener and air purifier products at affordable prices but with high quality. Provide education to the public about the importance of indoor air health. Provide education to the public about the correlation between air freshener and the psychological impact on their users. Opening up job opportunities as much as possible. Creating a sustainable and environmentally friendly business ecosystem. Provide a positive impact on the environment and surrounding communities. Provide training and welfare to all HR in the company. Introducing various kinds of Indonesian floral fragrances through each All Fresh product variant."

All Fresh offers products to the public online using the Direct to Customer (D2C) method through E-commerce platforms and other social media platforms. Promotional and advertising activities will also be carried out digitally through E-commerce and Social media features.

The human resources needed by All Fresh in carrying out their business activities are 3 people consisting of Managers, Digital Advertising Staff, and Packaging Staff.

The initial investment required by All Fresh is IDR 119.400.000 which will be allocated to working capital and asset needs. To determine the calculation of return on investment and investment feasibility, All Fresh uses the analysis method of investment feasibility Payback period, Net Present Value (NPV), Profitability Index, and Break Even Point (BEP). Based on this analysis, All Fresh got the results of a Payback Period of less than 5 years, namely for 2 years 8 months and 24 days, an NPV of more than 0, which is Rp. 194.722.716, a Profitability Index of more than 1, which is 2,6, and a sales value that is greater than BEP.

Keywords : Automatic air freshener and spray air freshener

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

© Hak cipta dimiliki oleh Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Ide Bisnis	1
1.2 Gambaran Usaha.....	3
1.3 Besarnya peluang bisnis.....	6
1.4 Kebutuhan dana.....	7
BAB II	9
LATAR BELAKANG PERUSAHAAN	9
2.1 Data Perusahaan.....	9
2.2 Biodata Pemilik Usaha	9
2.3 Jenis dan Ukuran Usaha	10
a. Jenis-Jenis Perusahaan.....	10
b. Kriteria Ukuran Perusahaan	11
BAB III	13
ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING	13
3.1 Trend dan Pertumbuhan Industri	13
3.2 Analisis Pesaing.....	15
3.3 Analisis PESTEL.....	16
3.4 Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Persaingan Model Porter	22
3.5 Analisis Faktor-faktor Kunci Sukses.....	26
3.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)	27
BAB IV	37
ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN	37
4.1 Produk / jasa yang dihasilkan.....	37
4.2 Gambaran Pasar.....	39





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

4.3	Target Pasar yang Dituju	41
4.4	Strategi Pemasaran	42
4.5	Strategi Promosi.....	45
BAB V.....		47
RENCANA PRODUKSI DAN KEBUTUHAN OPERASIONAL		47
5.1	Proses Operasi produk	47
5.2	Nama pemasok	49
5.3	Deskripsi Rencana Operasi.....	50
5.4	Rencana Alur Produk.....	54
5.5	Rencana Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Persediaan	54
5.6	Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha	55
5.7	Pay out Bangunan Tempat Usaha	56
BAB VI.....		57
RENCANA ORGANISASI DAN SUMBER DAYA MANUSIA		57
6.1	Kebutuhan Jumlah Tenaga Kerja.....	57
6.2	Proses Rekrutmen dan Seleksi tenaga kerja	57
6.3	uraian kerja (job description)	59
6.4	Spesifikasi dan Kualifikasi jabatan.....	60
6.5	Struktur Organisasi Perusahaan.....	62
6.6	Kompensasi dan Balas Jasa Karyawan	62
BAB VII.....		64
RENCANA KEUANGAN.....		64
7.1	Sumber dan Penggunaan Dana.....	64
7.2	Biaya Pemasaran Tahunan.....	64
7.3	Biaya Administrasi dan Umum.....	65
7.4	Biaya Tenaga Kerja	66
7.5	Biaya Penyusutan Peralatan	67
7.6	Biaya Pemeliharaan.....	67
7.7	Biaya Utilitas	68
7.8	Biaya Peralatan dan Perlengkapan	69
7.9	Proyeksi Keuangan	71
a.	Proyeksi Laporan Laba-Rugi	71
b.	Proyeksi Laporan Arus Kas	72
c.	Proyeksi Neraca.....	73
7.10	Analisis Kelayakan Investasi	74
a.	Payback Period (PP)	74



b.	Net Present Value (NPV)	76
c.	Profitability Index (PI)	77
7.11	Analisis Kelayakan Usaha Break Even Point (BEP)	77
BAB VIII	79
ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA	79
8.1	Dampak terhadap masyarakat sekitar	79
a.	Dampak pemasaran terhadap masyarakat	79
b.	Dampak produksi dan teknologi terhadap masyarakat	79
c.	Dampak organisasi dan SDM terhadap masyarakat	80
8.2	Dampak terhadap lingkungan	80
a.	Dampak produksi dan teknologi terhadap lingkungan	80
b.	Penanganan limbah yang dihasilkan akibat proses produksi	81
8.3	Analisis resiko usaha	81
8.4	Antisipasi resiko usaha	82
BAB IX	84
RINGKASAN EKSEKUTIF/REKOMENDASI	84
9.1	Ringkasan Kegiatan Usaha	84
a.	Konsep bisnis	84
b.	Visi dan Misi perusahaan	84
c.	Produk / jasa	85
d.	Persaingan	85
e.	Target dan ukuran pasar	86
f.	Strategi pemasaran	86
g.	Tim manajemen	87
h.	Kelayakan keuangan	87
9.2	Rekomendasi Visibilitas Usaha	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	92

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



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1: Kualitas udara di DKI Jakarta pada bulan Oktober 20211

Tabel 1. 2: Rincian Kebutuhan Dana Awal untuk Pendirian Usaha All Fresh Tahun 20228

Tabel 3. 1: Analisis pesaing All Fresh16

Tabel 3. 2: Analisis PESTEL All Fresh21

Tabel 3. 3: Competitive Profile Matrix27

Tabel 3. 4: Analisis SWOT All Fresh32

Tabel 3. 5: Internal Factor Analysis Summary (IFAS) All Fresh36

Tabel 3. 6: External Factor Analysis Summary (EFAS) All Fresh36

Tabel 4. 1: Proyeksi Penjualan Produk All Fresh Tahun 2023-2027 (dalam unit)40

Tabel 4. 2: Anggaran Penjualan Produk All Fresh Tahun 2023-202740

Tabel 4. 3: Anggaran Biaya Pembelian Produk Jadi Pengharum Ruangan All Fresh Tahun 202341

Tabel 4. 4: Proyeksi Anggaran Biaya Pembelian Produk Jadi Pengharum Ruangan All Fresh Tahun 2023-202741

Tabel 4. 5: Harga produk All Fresh berdasarkan strategi penetapan harga pesaing44

Tabel 6. 1: Rencana Kebutuhan Jumlah Tenaga Kerja All Fresh57

Tabel 6. 2: Anggaran Kompensasi dan Balas Jasa Karyawan tahun 2023 (Dalam Rupiah) ..63

Tabel 6. 3: Proyeksi Anggaran Kompensasi dan Balas Jasa Karyawan tahun 2023-2027 (Dalam rupiah)63

Tabel 7. 1: Rincian biaya pemasaran Tahun 2023 (dalam Rupiah)65

Tabel 7. 2: Proyeksi biaya pemasaran Tahun 2023-2027 (dalam Rupiah)65

Tabel 7. 3: Proyeksi Rincian Biaya Administrasi dan Umum Tahun 2023-2027 (Dalam Rupiah)66

Tabel 7. 4: Proyeksi Biaya Tenaga Kerja Tahun 2023-2027 (Dalam Rupiah)66

Tabel 7. 5: Proyeksi Biaya Penyusutan Peralatan Tahun 2023-2027 (Dalam Rupiah)67

Tabel 7. 6: Proyeksi Biaya Pemeliharaan Tahun 2022-2026 (Dalam Rupiah)68

Tabel 7. 7: Proyeksi Biaya Utilitas listrik Tahun 2023-2027 (Dalam Rupiah)68

Tabel 7. 8: Proyeksi Biaya Utilitas internet dan telepon Tahun 2023-2027 (Dalam Rupiah) .69

Tabel 7. 9: Biaya Peralatan All Fresh (Dalam Rupiah).....70

Tabel 7. 10: Biaya Perlengkapan All Fresh Tahun 2023 (Dalam Rupiah)70

Tabel 7. 11: Proyeksi Biaya Perlengkapan All Fresh Tahun 2023-2027 (Dalam Rupiah)71

Tabel 7. 12: Proyeksi Laporan Laba Rugi Tahun 2023-2027 (Dalam Rupiah).....72

Tabel 7. 13: Proyeksi Laporan Arus Kas Tahun 2023-2027 (Dalam Rupiah).....73

Tabel 7. 14: Proyeksi Neraca Tahun 2023-2027 (Dalam Rupiah)74

Tabel 7. 15: Proyeksi Payback Period Tahun 2023-2027 (Dalam Rupiah).....75

Tabel 7. 16: Discount Factor 4 bank besar di Indonesia76

Tabel 7. 17: Proyeksi Net Present Value Tahun 2023-2027 (Dalam Rupiah).....76

Tabel 7. 18: Proyeksi Break Even Point All Fresh Tahun 2023-2027 (Dalam Rupiah).....78

Tabel 9. 1: Tabel Break Even Point Rekomendasi Visibilitas Usaha All Fresh (Dalam Rupiah)88

Tabel 9. 2: Tabel Analisis Kelayakan Investasi Rekomendasi Visibilitas Usaha All Fresh88

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	: Rata-rata penjualan pengharum ruangan aerosol pada E-commerce	6
Gambar 3.1	: Trend dan pertumbuhan Industri pengharum ruangan	13
Gambar 3.2	: Porter's Five Forces Model	23
Gambar 4.1	: Produk All Fresh Automatic 250ml.....	37
Gambar 4.2	: Produk All Fresh Spray 500ml.....	38
Gambar 4.3	: Logo All Fresh	38
Gambar 4.4	: Saluran distribusi All Fresh	45
Gambar 5.1	: Proses Operasi produk All Fresh.....	48
Gambar 5.2	: Alur Pembelian Produk All Fresh	54
Gambar 5.3	: Alur Pembelian dan penggunaan bahan persediaan All Fresh.....	54
Gambar 5.4	: Layout bangunan All Fresh.....	56
Gambar 6.1	: Proses Rekrutmen Tenaga Kerja All Fresh.....	58
Gambar 6.2	: Struktur Organisasi All Fresh	62


Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
 SCHOOL OF BUSINESS

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Hasil research rata-rata penjualan pengharum ruangan aerosol pada E-commerce	92
Lampiran 2 : Bukti Nomor Izin Sertifikat Perbekalan Peralatan Rumah Tangga (PKRT) PT Dwi Prima Rezeky	93
Lampiran 3 : Hasil Google Form untuk Competitive Profile Matrix	93
Lampiran 4 : Hasil perhitungan Competitive Matrix berdasarkan hasil Google Form	96
Lampiran 5 : Hasil research rata-rata penjualan pesaing per bulan	97
Lampiran 6 : Biaya Izin Edar PKRT Berdasarkan Pelayanan Izin Edar PKRT	97

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin, menjiplak, atau melakukan tindakan lain yang merugikan tanpa izin dari IBIKKG. Dalam hal ini, IBIKKG berhak menuntut ganti rugi.

- a. 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.

