



RENCANA BISNIS PENGEMBANGAN USAHA

BISNIS MAINAN “VIVI SHOPE”

DI SUNTER, JAKARTA UTARA

FELICIA

Feliciaj1808@gmail.com

Drs. Wiwin Prastio, M.M

Program Studi Administrasi Bisnis Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Jakarta 14350

ABSTRAK

Felicia / 71180139 / 2022 / Rencana Bisnis Pengembangan Usaha Bisnis Mainan Vivi Shope di Sunter, Jakarta Utara / Pembimbing : Drs. Wiwin Prastio, M.M.

Vivi Shope merupakan usaha yang bergerak dibidang toko online produk boneka dari China. *Vivi Shope* menjual produk berupa boneka yang memiliki kualitas terbaik di impor ke Indonesia. *Vivi Shope* membuka usahanya pada tahun 2019 secara *online* di *marketplace Shopee*.

Vivi Shope memiliki salah satu strategi pemasaran melalui *Marketplace Shopee* agar dapat mencapai semua jangkauan masyarakat.

Tentunya dalam menjalankan sebuah bisnis dibutuhkan sumber daya manusia, tetapi untuk usaha *Vivi Shope* saat ini penulis masih bisa menjalankan usahanya sendiri. Untuk kedepannya direncanakan akan menambah 2 pekerja.

Kebutuhan dana awal yang dibutuhkan *Vivi Shope* untuk memulai usahanya tersebut sekitar Rp75.720.000 untuk memulai usaha tersebut agar dapat mempersiapkan berbagai peralatan dan perlengkapan yang ada. Dana ini berasal dari tabungan penulis yang sejak lama sudah dikumpulkan. Hasil analisis keuangan menunjukkan bahwa pada BEP nilainya lebih tinggi dibanding dengan biaya yang dikeluarkan, untuk hasil PI memperoleh 26 lebih besar dari 1, untuk NPV mendapatkan Rp1.922.200.473, sedangkan untuk PP mendapatkan 8 bulan 11 hari dengan batas maksimal 5 tahun. Kesimpulan dari Analisa kelayakan keuangan ini bahwa usaha *Vivi Shope* layak dijalankan.

© 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.



ABSTRACT

Felicia / 71180139 / 2022 / Vivi Shope's Toys Business Development Business Plan in Sunter, North Jakarta / Supervisor : Drs. Wiwin Prastio, M.M.

Vivi Shope is a business engaged in the online shop for doll products from China. Vivi Shope sells products in the form of dolls that have the best quality imported to Indonesia. Vivi Shope opened her business in 2019 online in the Shopee marketplace.

Vivi Shope has a marketing strategy through the Shopee Marketplace in order to reach all people's reach.

Of course, running a business requires human resources, but for Vivi Shope's current business, the author can still run his own business. In the future, it is planned to add 2 workers.

The initial funding requirement for Vivi Shope to start her business is around Rp75,720,000 to start the business in order to prepare various existing equipment and supplies. This fund comes from the author's savings that have been collected for a long time. The results of the financial analysis show that the BEP value is higher than the costs incurred, for the results of PI getting 26 greater than 1, for NPV getting Rp1.922.200.473, while for PP getting 8 months 11 days with a maximum limit of 5 years. The conclusion from this financial feasibility analysis is that Vivi Shope's business is feasible.

Pendahuluan

Dewasa kini, masyarakat mengalami perkembangan zaman yang sangat pesat. Berkaitan dengan hal tersebut untuk memenuhi kebutuhan hidup, masyarakat tidak hanya mengandalkan produk-produk yang ditawarkan dari dalam negeri. Bahkan pada masa kini, masyarakat sering kali mencari kebutuhan barang mereka hingga ke luar negeri. Hal ini disebabkan, produk yang mereka butuhkan atau mereka cari tidak tersedia di Indonesia. Produk dari luar negeri tersebut mereka peroleh dengan tujuan akan dijadikan sebagai koleksi pribadi maupun untuk dijual kembali agar mendapatkan keuntungan yang lebih banyak. Maka dari itu, produk luar negeri atau biasanya disebut dengan produk impor dapat dibeli oleh semua masyarakat sebagai produk yang dapat dijual kembali. Penjualan kembali produk-produk impor tersebut bertujuan untuk memperoleh pemasukan atau dapat pula sebagai koleksi pribadi. Dapat dilihat, pada masa kini banyak masyarakat yang membeli barang secara impor, salah satunya adalah album *K-Pop* (Korean Pop) yang berasal dari Korea Selatan. Album tersebut kemudian mereka jual kembali dengan harga yang jauh lebih mahal. Secara tidak langsung, mereka



akan mendapatkan keuntungan dari penjualan album *K-Pop* tersebut. Bisnis impor barang dari luar negeri dapat dijadikan sebagai ladang usaha yang sangat menjanjikan sebab kebutuhan barang impor serta permintaan sangat tinggi setiap harinya.

Pengembangan bisnis barang impor merupakan bidang usaha yang penuh dengan persaingan. Persaingan tersebut disebabkan dengan meningkatnya permintaan, spesifikasi, serta ketersediaan barang yang tidak dapat pembeli peroleh di Indonesia. Penjual harus dapat menyediakan produk sesuai dengan spesifikasi yang dikehendaki oleh pembeli, penjual harus menyeleksi barang-barang dari negara mana saja yang menjadi incaran para konsumen. Upaya tersebut dapat dilakukan penjual agar pembeli merasa puas dan tidak ragu untuk melakukan transaksi pembelian produk impor kepada penjual yang sama. Selain itu dengan kepuasan yang dirasakan oleh pembeli terhadap barang impor tersebut, selanjutnya mereka dapat merekomendasikan kepada pembeli lain agar membeli pada penjual yang sama. Secara tidak langsung, pembeli akan membuka peluang usaha bagi penjual tersebut. Hal ini sering terjadi di kota-kota besar, misalnya di DKI Jakarta sebagai pusat komersial serta merupakan wilayah yang memiliki kapasitas masyarakat paling banyak di Indonesia.

Berdasarkan kemajuan bisnis jual beli impor yang sangat menjanjikan, penulis kemudian memunculkan ide bisnis baru yang akan penulis kelola dan kembangkan selanjutnya. Ide bisnis tersebut bermula ketika penulis melakukan pembelian boneka impor pribadi dengan jumlah yang lebih. Boneka-boneka tersebut kemudian penulis jual kepada orang sekitar, tentunya dengan harga yang lebih mahal. Tanpa penulis sadari, penjualan pertama berhasil, bahkan permintaan barang sangat meningkat. Tetapi masih ada beberapa usaha penjual impor boneka dari luar tidak memasarkan jasanya secara luas dan media sosial atau *marketplace*, dan juga tidak menyediakan pelayanan menerima produk impor atau pembelian barang dari luar negeri dalam jumlah satuan. Oleh sebab itu, penulis kemudian merintis usaha bisnis impor barang dari luar negeri. Penulis kemudian mendirikan sebuah *online shop* yang bernama "*Vivi Shope*".

Usaha *Vivi Shope* merupakan *online shop* yang dapat menerima pemesanan boneka dengan harga terjangkau dari luar negeri, misalnya dari negeri China. Usaha *Vivi Shope* ini selalu mengutamakan kualitas produk dengan menjanjikan produk asli dan terbaik kepada para konsumen. Selain itu, *Vivi Shope* selalu menerima pesanan produk tanpa batasan jumlah barang kepada pembeli. Banyaknya permintaan produk boneka pemesanan pribadi yang dicari oleh pembeli setiap harinya akan menjadi keunggulan utama usaha bisnis ini.

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.



Rencana Produk Dan Pemasaran

Usaha *Vivi Shope* merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang penjualan impor produk boneka yang menerima tanpa ada minimal pembelian produk yang berasal dari negara *China*. Proses pembelian produk dilakukan dengan cara konsumen mengunjungi *marketplace Shopee* dan bisa juga melalui aplikasi seperti *WhatsApp* dan *Chat* di *LINE* jika ingin bertanya mengenai produk. Dalam hal penjualan produk boneka biasanya ketika melakukan pemesanan selalu mengikuti permintaan dari konsumennya, memilih produk yang diinginkan atau sudah *ReadyStock*, setelah konsumen memilih produknya maka akan diproses, sehingga *output* dari ini adalah produk yang sesuai pesanan konsumen. Kegiatan operasional bisnis ini tentunya berjalan seperti layaknya hari kerja seperti biasanya yaitu Senin hingga Jum'at pada pukul 08.00 hingga 17.00 WIB dan untuk dihari Sabtu dan Minggu dari pukul 08.00 hingga 17.00 WIB.

Rencana Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan kebutuhan yang sangat dibutuhkan untuk menjalankan sebuah usaha. Usaha *Vivi Shope* awalnya hanya ada 1 pekerja yaitu *manager*, untuk kedepannya akan ditambahkan 2 pekerja yaitu bagian *finance* dan *admin marketplace*.

Rencana Keuangan

Investasi awal yang dibutuhkan *Vivi Shope* sebesar sebesar Rp75.720.000, nominal ini ditotalkan dari biaya peralatan, perlengkapan, kas awal, persediaan, dan biaya iklan yang akan digunakan untuk menjalankan bisnis tersebut. Usaha *Vivi Shope* sudah menyiapkan dana untuk persediaan sebesar Rp20.000.000, peralatan Rp26.016.500, perlengkapan awal sebesar Rp300.000, biaya sewa gedung Rp25.000.000 biaya iklan untuk sebesar Rp360.000, dan kas awal sebesar Rp24.043.500. Dana awal tersebut berasal dari dana pribadi dan adanya bantuan dari orang tua.

Rencana penjualan ditahun 2023 sebesar Rp399.760.000 dan diasumsikan akan meningkat setiap tahunnya.



Kesimpulan

Penulis telah melakukan berbagai macam analisis keuangan untuk menentukan apakah usaha Vivi Shope layak untuk dijalankan. Analisis keuangan yang dipakai yaitu nilai BEP, Net Present Value (NPV), Profitability Index (PI), dan Payback Period (PP).

Tabel 9.1 Kelayakan Keuangan

Analisa	Batas Kelayakan	Hasil Analisa	Kesimpulan
PP	5 Tahun	8 bulan 11hari	Memenuhi Syarat
NPV	NPV > 0	Rp1.922.200.473	Memenuhi Syarat
PI	1	26	Memenuhi Syarat
BEP	Penjualan > Nilai BEP	28.842.921	Memenuhi Syarat

DAFTAR PUSTAKA

Buku Teks

Arthur J. Keown, John D. Martin, J. William Petty, & David F. Scott, J. (2018). *Manajemen Keuangan : Prinsip dan Penerapan* (Kesepuluh). Indeks.

Bhimani, A., Charles, •, Horngren, T., Datar, S. M., Madhav, •, & Rajan, V. (2019). *Management and Cost Accounting* (Seventh). Pearson Education.

Brigham, E. F., & Daves, P. R. (2019). *Intermediate financial management* (13e ed.). Cengage.

Chad J. Zutter, & Scott B. Smart. (2019). *Principles of Managerial Finance* (Fifteenth). Pearson Education.

Fred R. David, & Forest R. David. (2017a). *Strategic Management A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases* (Sixteenth). Pearson Education Limited .

Fred R. David, & Forest R. David. (2017b). *Strategic Management Concepts and Cases A Competitive Advantage Approach* (16th ed.). Pearson Education .

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Garry Dessler. (2017). *Human Resource Management* (Fifteenth). Pearson Education .

Griffin, E. •, Ebert, R. J., & Griffin, R. W. (2020). *Business Essentials Business Essentials TWELFTH EDITION* (Twelfth). Pearson Education Limited.

Philip Kotler, & Gary Armstrong. (2018). *Principles of Marketing* (Seventeenth). Pearson Education Limited .

Philip Kotler, & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management* (15e ed.). Pearson Education .

Internet dan Website

Online Single Submission, diakses 07 Februari 2022 <http://www.oss.go.id>

White pages online 2021, IBIS World, diakses 07 Februari 2022 <https://www.ibisworld.com/china/market-research-reports/toy-manufacturing-industry/>

White pages online 2021, diakses 07 Februari 2022 <https://trends.google.co.id/trends/?geo=ID>

Rahmaliyah, N (2020), *PEST Analysis, Metode Manajemen untuk Bangun Bisnis yang Kompetitif*, Glints, diakses 07 Februari 2022 <https://glints.com/id/lowongan/pest-analysis-adalah/#.YfzI2y8Rq3U>

Badowi, M (2020), *Competitive Profile Matrix (CPM)*, Mochammad Badowi, MBA, diakses 03 Februari 2020 <https://www.mochamadbadowi.com/news/competitive-profile-matrix-cpm.html>

White pages online 2020, Universitas BINUS, diakses 07 Januari 2022 <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2HTML/2013100082SIBab2001/page24.html>

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 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



White pages online 2020, Universitas BINUS, diakses 07 Januari 2022
<https://binus.ac.id/malang/2020/08/porters-five-forces-lima-hal-sebelum-bersaing/>

White pages online 2020, Pustikom Universitas Bung Hatta, diakses 07 Januari 2022
<https://ekonomi.bunghatta.ac.id/index.php/en/article/811-ukuran-perusahaan-pengertian-jenis-kriteria-dan-indikator>

Anwar,C (2022), *KOMPAS, Daftar Tarif Listrik 2022*, diakses 1 Febuari 2022
<https://money.kompas.com/read/2022/01/25/092706226/daftar-tarif-listrik-2022-beda-harga-listrik-subsidi-dan-non-subsidi?page=all>

Badan Pusat Statistik 2021, Badan Pusat Statistika, diakses tanggal 27 Desember 2021
<https://www.bps.go.id/indicator/13/383/1/suku-bunga-kredit-rupiah-menurut-kelompok-bank.html>

Pathanah,T (2022), *CNBC Indonesia, Daftar UMP 2022*, diakses 10 Februari 2022,
<https://www.cnbcindonesia.com/news/20220108170136-4-305715/cek-lagi-ini-daftar-ump-yang-berlaku-di-2022-usai-dirombak/amp>

Masitoh,S (2022), *NEWSSETUP, Proyeksi Inflasi 2022*,diakses 11 Febuari 2022,
<https://newssetup.kontan.co.id/news/inflasi-2022-diproyeksikan-275-325-ini-3-pemicunya>

Undang – Undang

Republik Indonesia. 1999. *Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Lembaran Negara RI Tahun 1999, No. 22. Sekretariat Negara. Jakarta

Republik Indonesia. 2003. *Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan*. Lembaran Negara RI Tahun 2003, No. 39. Sekretariat Negara. Jakarta

Republik Indonesia. 2004. *Undang-Undang No. 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial*. Lembaran Negara RI Tahun 2004, No. 150. Sekretariat Negara. Jakarta

Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah*. Lembaran Negara RI Tahun 2008, No. 93. Sekretariat Negara. Jakarta

Departemen Ketenagakerjaan Republik Indonesia. Menteri Ketenagakerjaan. Surat Edaran Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia. Nomor M/6/HK.04/IV/2021. *Pelaksanaan Pemberian Tunjangan Hari Raya Keagamaan bagi Pekerja/Buruh di Perusahaan.* Jakarta

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

