



RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA ONLINE PERLENGKAPAN RUMAH TANGGA “BHINNEKA NUSANTARA”

Fernando

Dibimbing oleh Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jl. Yos Sudarso Kav.87, Sunter – Jakarta Utara

Telp: (021) 65307062 / Fax: (021) 6530 6971

Fernando.BN_21@Yahoo.co.id

ABSTRAK

Fernando / 75180085 / 2022 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha Online Perlengkapan Rumah Tangga “BHINNEKA NUSANTARA” / Pembimbing : Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si

Usaha produk perlengkapan rumah tangga “Bhinneka Nusantara” merupakan bentuk usaha produk perlengkapan rumah tangga secara daring yang dijual di beberapa *marketplace* Tokopedia, Shopee, Lazada, JD.id, TikTok Shop, Blibli dan Akulaku.

Visi dari “Menjadi perusahaan penyedia perlengkapan Rumah Tangga terdepan dengan memperhatikan pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan”

Produk yang dijual Bhinneka Nusantara merupakan produk perlengkapan rumah tangga yang meliputi tissue, kamper, pengharum ruangan, penharum lemari, *disinfectan*, pembasmi serangga, sabun serta sabut dan spon.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh *Bhinneka Nusantara* adalah dengan menerapkan diferensiasi berupa desain foto yang menarik ketimbang kompetitor. *Bhinneka Nusantara* juga memposisikan sebagai toko perlengkapan rumah tangga daring yang memiliki konsep bisnis *one stop shopping* yang dimana menyediakan produk perlengkapan rumah tangga berbagai jenis dan merek. *Bhinneka Nusantara* menerapkan *competition based pricing* sebagai strategi penentuan harga. Saluran distribusi yang digunakan yaitu tingkat satu dan berada pada posisi pengecer.

Pendanaan awal dari *Bhinneka Nusantara* adalah sebesar Rp. 516,965,798 Diproyeksikan *Bhinneka Nusantara* akan mencapai titik balik modal dalam periode 2 tahun 4 bulan 15 hari. Nilai NPV dari usaha *Bhinneka Nusantara* melebihi 0 dengan nilai Rp Rp. 263,153,332 dan dengan nilai indeks profitabilitas sebesar 1.509034316 yang melebihi angka standar yakni 1. Nilai BEP unit untuk setiap tahun juga memiliki nilai yang lebih besar dari unit produk yang terjual. Hasil keempat analisis ini menunjukkan bahwa usaha *Bhinneka Nusantara* merupakan usaha yang layak untuk direalisasikan.

Kata Kunci : *Bhinneka Nusantara*, Toko perlengkapan Rumah Tangga Online

ABSTRACT

Fernando / 75180085 / 2022 / Business Plan for the Establishment of an Online Home Appliances Business “BHINNEKA NUSANTARA” / Supervisor : Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si

The household goods business "Bhinneka Nusantara" is a form of online household goods business that is sold in several marketplaces such as Tokopedia, Shopee, Lazada, JD.id, TikTok Shop, Blibli and Akulaku.

The vision of "To be a leading provider of household equipment by paying attention to service, product quality and customer satisfaction"

The products sold by Bhinneka Nusantara are household products which include tissue, camphor, air freshener, cupboard deodorizer, disinfectant, insect repellent, soap and coir and sponge.

The marketing strategy carried out by Bhinneka Nusantara is to apply differentiation in the form of attractive photo designs compared to competitors. Bhinneka Nusantara is also positioned as an online household supply store that has a one stop shopping business concept which provides household products of various types and brands. Bhinneka Nusantara applies competition based pricing as a pricing strategy. The distribution channel used is level one and is at the retailer's position.

The initial funding from Bhinneka Nusantara was Rp. 516,965,798 It is projected that Bhinneka Nusantara will reach the turning point in a period of 2 years 4 months and 15 days. The NPV value of the Bhinneka Nusantara business exceeds 0 with a value of Rp. Rp. 263,153,332 and with a profitability index value of 1.509034316 which exceeds the standard figure of 1. The value of BEP units for each year also has a greater value than the units of product sold. The results of these four analyzes show that the Bhinneka Nusantara business is a worthy business to be realized.

Keywords: Bhinneka Nusantara, Online Home Appliances Store



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.



I. Pendahuluan

Konsep Bisnis

Bhinneka Nusantara merupakan usaha yang bergerak di bidang penjualan produk perlengkapan Rumah Tangga, meliputi pengharum ruangan, tissue serta sabun pembersih. Produk yang dijual sudah melalui beberapa seleksi seperti harga terbaik, kualitas produk, tampilan kemasan yang menarik dan merek ternama. Produk yang penulis pilih pastinya dibutuhkan oleh seluruh kalangan, dibutuhkan setiap saat dan setiap waktu.

Metode penjualan produk-produk Bhinneka Nusantara melalui *marketplace* Tokopedia, Shopee, Lazada, JD.id, TikTok Shop, Blibli dan Akulaku. Juga didukung oleh mitra logistik, yakni: Shopee Expresss, Lazada Express, J&T Express, Anteraja, JD Logistik dan Blilbi Express. Semakin banyak *channel marketplace* yang Bhinneka Nusantara pilih untuk memasarkan produk tentu akan mengundang lebih banyak pelanggan dengan cakupan pengiriman lebih luas.

Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Visi Bhinneka Nusantara “Perusahaan penyedia perlengkapan Rumah Tangga terdepan dengan memperhatikan pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan”

b. Misi

Misi dari Bhinneka Nusantara yaitu:

- a. Menyediakan Produk Peralatan Rumah Tangga terlengkap.
- b. Mengutamakan pelayanan dan kepuasan konsumen
- c. Inovatif dalam menghadirkan produk baru dan program promosi.

Peluang Bisnis

Produk kebutuhan rumah tangga adalah kebutuhan premier yang dibutuhkan oleh seluruh manusia, tujuannya agar rumah tetap bersih, sehat dan nyaman digunakan sebagai tempat tinggal. Walau produk tersebut mudah ditemukan di lingkungan tempat tinggal ataupun bisa dibeli di *minimarket* terdekat, saat ini telah terjadi pergeseran pola belanja konsumen dari sebelumnya harus membeli secara langsung di toko, kini bisa berbelanja secara online dengan mengandalkan *smartphone*. Trend berbelanja secara online terjadi beberapa tahun belakangan dan semakin tinggi ketika Indonesia dan Dunia dilanda pandemi COVID-19 yang mengharuskan seluruh masyarakat tetap berada dirumah.

Berbelanja secara *online* kini sudah menjadi kebiasaan bagi sebagian orang, seluruh produk bisa ditemukan secara online dengan metode pembayaran yang beragam *cash on delivery*, transfer bank, kartu kredit dan *digital payment*. Hal lain yang membuat pelanggan betah berbelanja secara online karena banyak promosi rutin yang ditawarkan, seperti: *cashback* dan gratis biaya kirim.

Melihat peluang bisnis yang begitu besar, Bhinneka Nusantara hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia untuk produk kebutuhan rumah tangga. Pelanggan bisa membeli produk yang diinginkan melalui *marketplace*, memilih metode pengiriman *express* ataupun *regular* dan lakukan pembayaran. Seluruh pesanan yang sudah dilakukan pembayaran akan langsung diproses dihari yang sama, harapannya agar konsumen puas dan kebutuhan dapat terpenuhi.

Kebutuhan Dana

Estimasi dana yang Bhinneka Nusantara butuhkan sebesar Rp. 516,965,798. Pendanaan awal berasal dari dana pribadi, dana orang tua dan peminjaman dari sanak keluarga.

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



II. Rencana Produk, Kebutuhan Operasional dan Manajemen

Rencana Alur Produk

Alur produk pada toko *Bhinneka Nusantara* sesuai dengan alur produk toko retail *online* pada umumnya. Proses pesanan dibuat sesederhana mungkin dengan akses yang lebih mudah dilakukan oleh konsumen. Tahap alur produk dapat dibagi menjadi tiga tahap, yakni tahap akses produk dan halaman toko, tahap pembayaran hingga tahap pengemasan dan pengiriman.

Rencana Alur Pembelian Produk

Bahan persediaan adalah hal yang paling penting dalam usaha *online* *Bhinneka Nusantara*, alur yang dijalankan yakni : Pemasok menawarkan produk lalu *Bhinneka Nusantara* melakukan pemesanan, *Bhinneka Nusantara* membuat *PO*, Pemasok menerima dan melakukan pengiriman barang, melakukan *quality control* dan pengecekan jumlah barang yang dipesan, melakukan pencatatan barang masuk dan melakukan pembayaran kepada pemasok

Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan

Pada era digital saat ini, kehidupan manusia tidak dapat lepas dari teknologi yang memudahkan kehidupan mereka. Begitu pula dengan dunia bisnis, terutama bisnis *online* yang membutuhkan teknologi sebagai penopang berjalannya usaha. *Bhinneka Nusantara* menggunakan teknologi sebagai berikut :

- a. PC / Komputer
- b. Printer
- c. Printer *thermal*
- d. *Barcode Scanner*
- e. Meja Kantor
- f. Kursi Kantor
- g. Stop Kontak
- h. *Air Conditioner*
- i. CCTV
- j. *Wifi Router*
- k. *Wifi*
- l. *Handphone*

III. Strategi Bisnis

Pemasaran

1. Diferensiasi

Berikut akan ditampilkan diferensiasi *Bhinneka Nusantara* terhadap pesaing:

- a. Konsep bisnis *one stop shopping*, *Bhinneka Nusantara* menyediakan produk Perlengkapan Rumah Tangga dengan berbagai jenis dan semua merek.
- b. Desain Foto Produk, melihat persaingan yang begitu tinggi untuk kategori produk yang dijual oleh *Bhinneka Nusantara* kami memiliki strategi untuk menampilkan foto produk yang menarik ketimbang pesaing.

2. *Positioning*

Bhinneka Nusantara memposisikan toko di benak konsumen sebagai toko produk perlengkapan rumah tangga daring yang memiliki konsep *one stop shopping* dengan menyediakan produk perlengkapan rumah tangga terlengkap dengan berbagai jenis dan merek.



3. Penetapan Harga

Penentuan harga merupakan salah satu penentu keberhasilan perusahaan dalam menentukan seberapa besar keuntungan yang diperoleh perusahaan tersebut dari penjualan produknya. Salah satu metode penentuan harga yang diterapkan oleh Bhinneka Nusantara adalah *competition based pricing*. Penetapan harga ini mengacu pada harga-harga pasar yang sudah ditawarkan oleh pesaing, dengan demikian harga jual produk Bhinneka Nusantara tidak akan terlalu jauh dari harga pesaing karena harga cukup sensitif bagi customer mereka selalu mencari yang termurah dengan jenis produk yang sama. Dalam penentuan harga, harga dapat ditekan agar tetap kompetitif karena Bhinneka Nusantara berbentuk toko daring yang dimana biaya operasional seperti listrik, tenaga kerja tidak akan terlalu besar.

Promosi

1. Advertising

Produk yang dijual oleh Bhinneka Nusantara dapat dikategorikan sebagai produk fast moving dengan pesaing di marketplace cukup banyak, agar penjualan tetap stabil dan menjadi pilihan konsumen maka Bhinneka Nusantara menggunakan iklan berbayar yang tersedia di tiap marketplace. Iklan yang tersedia di tiap marketplace dapat diakses oleh semua penjual dengan biaya yang dapat diatur sendiri, naming yang cukup sering dipilih oleh para penjual adalah iklan berbayar per klik maka setiap pelanggan melakukan klik biaya yang sejak awal di pasang akan dipotong dari saldo penjual. Selain itu dengan menggunakan iklan di marketplace dapat meningkatkan konversi penjualan dan kunjungan ke toko.

2. Sales Promotion

Bhinneka Nusantara menggunakan harga coret sebagai strategi psikologi harga, hal tersebut dapat membuat pelanggan lebih tertarik berbelanja ketimbang tidak menggunakan harga coret. Kami juga mengaktifkan berbagai promotion tools yang tersedia di marketplace seperti voucher toko, paket diskon, broadcast chat dan kombo hemat. Setiap bulan marketplace selalu mengadakan campaign rutin seperti tanggal kembar (1.1, 2.2, 3.3 dan seterusnya) di awal bulan serta pay day campaign di akhir bulan, Bhinneka Nusantara juga aktif berpartisipasi di campaign tersebut dengan memberikan harga khusus dan selalu menominasikan produk terlaris untuk diikuti sertakan dalam flash sale.

3. Public Relation

Agar bisa terus berinteraksi dengan pelanggan, Bhinneka Nusantara menggunakan social media yang cukup berbeda yakni Tiktok. Tiktok dipilih karena aplikasi tersebut sedang trending dengan target pengguna adalah remaja dan orang-orang dewasa. Melalui video pendek yang di upload dengan harapan pelanggan dapat tertarik berbelanja, kami berencana melakukan upload video pendek sebanyak 3 video dalam satu minggu.

Rencana Organisasi

Tim manajemen dari *Bhinneka Nusantara* terdiri dari 5 anggota yang memiliki posisi sebagai CEO (*owner*), Admin dan Staff Packer & Stock. Durasi kerja setiap anggota adalah sama yakni 6 hari dalam seminggu kecuali hari minggu dengan jam kerja 9 jam yakni PK 09.00 – PK 18.00 dengan 1 jam istirahat siang. Setiap divisi memiliki tanggung jawab yang khusus seperti CEO yang bertanggung jawab mengendalikan semua proses dalam usaha, melakukan perekrutan dan seleksi karyawan dan menggantikan posisi karyawan apabila berhalangan. Admin bertanggung jawab untuk melakukan pengecekan stok secara berkala, mengatur seluruh pesanan masuk dan mencetak *label* pesanan serta menanggapi dan menyelesaikan setiap komplain. Staff *packing* dan Stock memiliki tanggung jawab untuk menyelesaikan pesanan mulai dari proses pengambilan produk, pengemasan hingga penyerahan ke jasa kirim dan merapikan tata letak stok sesuai dengan pemetaan posisi produk.

Keuangan

Usaha *Bhinneka Nusantara* layak dijalankan karena telah dianalisis kelayakannya menggunakan *payback period*, *net present value*, *profitability index*, dan *break even point analysis*. Jika dilihat dari *payback period* maka usaha ini mampu menghasilkan imbal balik dengan waktu 2 tahun 4 bulan 15 hari, yang mana dibawah 5 tahun. Dilihat dari *net present value*, maka *Bhinneka Nusantara* menghasilkan arus kas positif dengan nilai Rp 263,153,332 yang mana lebih besar dari nilai investasi awal. Dilihat dari *profitability index*, usaha ini bernilai 1.509034316 yang berarti PI positif. Dilihat dari *break even point*,



maka *Bhinneka Nusantara* setiap tahunnya mampu menghasilkan penjualan yang lebih dari tingkat *break even point*.

Pengendalian Risiko Usaha

Dalam meminimalisir resiko Usaha, *Bhinneka Nusantara* berfokus pada pelayanan pelanggan yang maksimal yang bertujuan untuk memberikan kepuasan pelanggan yang berdampak pada bertumbuhnya jumlah pelanggan baru serta pelanggan berulang usaha, selain itu *Bhinneka Nusantara* juga memaksimalkan kegiatan-kegiatan promosi serta kerjasama dengan platform e-commerce untuk memaksimalkan margin penjualan dan jumlah penjualan sehingga dapat menjaga keunggulan dari pesaing yang jumlahnya banyak, serta skala usaha yang masih kecil memungkinkan usaha untuk tidak terdampak terlalu signifikan oleh aspek perpajakan.

IV. Daftar Pustaka

Sumber Buku Teks:

Alam, M 2014. *Perekrutan dan Penempatan Tenaga Kerja Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Eddy Soeryanto Soegoto, 2009, *Enterpreneurship, Edisi Pertama*, Jakarta : PT. Elek Media Komputindo

Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip dan Keller, (2009), *Marketing Manajement, 13th Edition, Prentice Hall: Pearson Education International*.

Kotler, Phillip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management : Global Edition*. London: Pearson.

Kotler, Phillip, & Amstrong, Garry. (2017). *Principles of Marketing, 17th Global Edition*. London: Pearson.

Sumber Artikel :

Cekindo. (2020). *Pemerintah Indonesia Akhirnya Mengeluarkan Regulasi terkait Bisnis E-Commerce: Pelajari Poin-Poin Pentingnya*. Diambil 14 Mei 2022, dari <https://www.cekindo.com/id/blog/regulation-e-commerce-indonesia>

Cnnindonesia.com (2022). *Sampah Plastik 2021 Naik ke 11,6 Juta Ton, KLHK Sindir Belanja Online*. Diambil 20 Juni 2022, dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20220225173203-20-764215/sampah-plastik-2021-naik-ke-116-juta-ton-klhk-sindir-belanja-online>.

Databoks. (2022). *Selama 2021, Konsumsi Rumah Tangga Indonesia Tumbuh 2,02%*. Diambil 17 Mei 2022, dari [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/08/selama-2021-konsumsi-rumah-tangga-indonesia-tumbuh202#:~:text=Pertumbuhan%20Konsumsi%20Rumah%20Tangga%20\(2010%2D2021\)&text=Badan%20Pusat%20Statistik%20\(BPS\)%20mencatat,kontraksi%20sebesar%20%2C63%25](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/08/selama-2021-konsumsi-rumah-tangga-indonesia-tumbuh202#:~:text=Pertumbuhan%20Konsumsi%20Rumah%20Tangga%20(2010%2D2021)&text=Badan%20Pusat%20Statistik%20(BPS)%20mencatat,kontraksi%20sebesar%20%2C63%25).

Databoks. (2019). *Trend Penggunaan E-Commerce Terus Tumbuh* . Diambil 14 Maret 2022, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023>

Digimind. (2021). *Daftar Kategori Produk Paling Laris di Marketplace Tahun 2020*. Diambil 20 April 2022, dari <https://digimind.id/40-kategori-produk-paling-laris-di-marketplace-2020-3/>

Ekon. (2022). *Kinerja Ekonomi Triwulan I-2022 Tumbuh Kuat, Prospek ke Depan Semakin Solid*. Diambil 1 Mei 2022, dari <https://ekon.go.id/publikasi/detail/4063/kinerja-ekonomi-triwulan-i-2022-tumbuh-kuat-prospek-ke-depan-semakin-solid>



Sirclo. (2020). *Jadi Andalan untuk Belanja Online, Berikut Sejarah Perkembangan Marketplace di Indonesia*. Diambil 12 April 2022, dari <https://www.sirclo.com/sejarah-perkembangan-marketplace-di-indonesia>

Trusvation. (2020). *Mengenal Red Ocean Strategy dan Blue Ocean Strategy: Pengertian, Contoh, Perbedaan, dan Pengaruhnya*. Diambil 16 April 2022, dari <https://www.trusvation.com/mengenal-red-ocean-strategy-dan-blue-ocean-strategy-pengertian-contoh-perbedaan-dan-pengaruhnya/>

Kompas.com. (2022). *Cara Daftar NPWP dan Syarat-Syaratnya*. Diambil dari 25 Mei 2022, dari <https://money.kompas.com/read/2022/05/07/114656326/cara-daftar-npwp-online-dan-syarat-syaratnya-page=all>.

Kompas.com. (2022). *Cara Membuat NIB Secara Online, Pelaku UMKM Wajib Tahu!*. Diambil dari 30 Mei 2022, dari <https://umkm.kompas.com/read/2022/02/22/200000383/cara-membuat-nib-secara-online-pelaku-umkm-wajib-tahu>

Paper.id (2019). *Toko Online di Indonesia, Sejarah dan Pengaruhnya*. Diambil dari 30 September 2022, dari <https://www.paper.id/blog/headline/toko-online-di-indonesia/>

Sumber Undang – Undang:

Republik Indonesia. 2008. *Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah*. Sekretariat Negara. Jakarta

Republik Indonesia. 2014. *Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*. Sekretariat Negara. Jakarta

Republik Indonesia. 2016. *Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2016 Tentang Tunjangan Hari Raya Keagamaan Bagi Pekerja/Buruh di Perusahaan*. Sekretariat Negara. Jakarta

Republik Indonesia. 2021. *Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan*. Sekretariat Negara. Jakarta



PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA

©

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

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : Fernando


NIM : 75180085

Tanggal Sidang : 20 ~~20~~ SEPT 2022

Judul Karya Akhir : Rencana Bisnis Pendirian usaha online ^{Perengkapan} ~~Rencana~~ Rumah Tangga

"Bhineka Nusantara"

Jakarta, _____ / OKT 20 22

Mahasiswa / I

(.....)

Pembimbing

(Sylvia Sari Rosalina)

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