**RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA JASA CAPLIN EVENT ORGANIZER**

Nama penulis :

Calvin

Rita Eka Setianingsih, S.E, M.M

Kwik Kian Gie School of Business, JL. Yos Sudarso Kav 85 no.87

Abstrak

Caplin EO adalah bisnis yang bergerak di bidang jasa Event Organizer. Kantor Caplin EO terletak di Jembatan dua , penjaringan ,Jakarta Utara

Caplin EO memiliki visi “Menjadi *Event Organizer* yang terkenal dan berstandar nasional yang mampu bersaing secara professional”. Misi Caplin Event Organizer adalah:

1. Memberikan kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang berkualitas.
2. Membangun tim yang kreatif dan penuh ide unik serta professional dalam bekerja,
3. Menjalankan bisnis dengan baik dan saling menguntungkan dengan partner bisnis

Jasa yang ditawarkan oleh Caplin EO berupa bisnis yang bergerak dalam bidang perencanaan, pelaksanaan dan dekorasi acara seperti dekorasi ruangan*,* dekorasi meja*,* dekorasi latar belakang*.* Seperti halnya bisnis yang lain, strategi pemasaran sangat diperlukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap merek dan jasa yang ditawarkan. Dalam hal ini Caplin EO menggunakan sosial media, kartu nama, dan banner untuk memasarkan bisnisnya.

Sumber daya manusia sangat dibutuhkan untuk menunjang kegiatan bisnis. Saat ini karyawan Caplin EO berjumlah 5 (lima) orang yang terdiri dari satu orang manajer, satu orang divisi marketing, satu orang administrasi, satu orang office boy dan satu orang divisi acara.

Investasi awal yang dibutuhkan Caplin EO sebesar Rp 122,826,000 yang digunakan untuk kas awal, biaya peralatan, biaya perlengkapan, biaya sewa, biaya renovasi, biaya perizinan dan biaya pemasaran. Investasi awal ini merupakan modal sendiri dan hibah dari orang tua.

Perkiraan laba rugi selama lima tahun kedepan dari tahun 2020 sampai tahun 2024, Caplin EO menghasilkan laba dengan peningkatan yang cukup signifikan setiap tahunnya. Dilihat dari performa laporan arus kas, arus kas akhir pada tahun pertama bernilai positif diikuti dengan tahun- tahun berikutnya. Selain itu hasil dari perhitungan dengan menggunakan penilaian kelayakan investasi hasilnya adalah layak dengan menghasilkan NPV sebesar Rp 730,947,387 dengan menggunakan tingkat suku bunga kredit sebesar 11,18%. Jika dilihat dari hasil perhitungan *profitability index*, Caplin EO memiliki PI sebesar 5,951 > 1. Selain itu, diketahui periode pengembalian investasi adalah 3 bulan 22 hari. Dari hasil perhitungan-perhitungan di atas maka dapat disimpulkan bahwa rencana bisnis pendirian usaha Caplin EO sangat layak untuk dijalankan. Berdasarkan hal di atas, penulis menemukan sebuah peluang bisnis yang layak untuk dijalankan. Penulis menganggap peluang bisnis ini secara serius karena bisnis ini memiliki pangsa pasar yang besar didukung dengan adanya kelahiran anak baru tiap harinya yang terjadi di Indonesia setiap tahunnya. *Event Organizer* (EO) adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang berguna untuk membantu suatu acara agar terlihat rapih dan menarik. EO juga terdiri dari beberapa bidang yaitu: *Event Organizer* yang berfokus pada ulang tahun, perpisahan sekolah*,* bazar, company, acara konser *(promotor)* dan lain-lain. Namun, penulis hanya akan berfokus melayani acara ulang tahun dan perpisahan sekolah tapi tidak menutup kemungkinan akan mengambil acara- acara lainnya seperti ulang tahun perusahaan*, family gathering, team building*, dan lain lain yang dikiranya mampu di kerjakan oleh penulis. Penulis mengambil bidang ini juga karena penulis memanfaatkan pengalaman yang penulis dapatkan dari program *mentorship* Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Selain itu penulis juga melihat berbagai fenomena terjadi pada jaman sekarang di media sosial *Instagram* yang berkembang begitu pesat dengan fitur visualnya menjadi daya tarik tersendiri bagi para pengguna media sosial. Berbagai foto dan video diunggah dengan berbagai tema mulai dari foto diri, makanan, hobi, pemandangan, dan acara yang dikunjungi. Sekarang ini tidak dapat dipungkiri bahwa *Instagram* kini telah menjadi salah satu ‘album foto terbuka’ serta media promosi gratis yang memungkinkan orang terpengaruh dengan foto-foto yang diunggah dalam suatu akun *Instagram*. Media sosial merupakan suatu hal yang unik, karena media sosial memungkinkan pengguna untuk mengartikulasikan dan membuat orang lain melihat jaringan sosial mereka. Hal ini dapat mengakibatkan hubungan antara individu-individu yang tidak dinyatakan dibuat-buat, dan membuat hubungan yang laten bagi para pengguna yang saling kenal di dunia offline. Perkembangan penggunaan *Instagram* tersebut secara tidak langsung diikuti dengan munculnya *trend* gaya hidup baru seperti merayakan ulang tahun ke -17 atau biasa disebut *sweet seventeen birthday*  bagi para kaum wanita. Semakin banyak pengguna yang mengekspos kegiatan saat merayakan ulang tahunya maka meningkat pula jumlah ketertarikan masyarakat dalam merayakan acara ulang tahun yang ke -17. Dalam hal ini penulis dapat melihat bahwa hal tersebut juga bisa terjadi karena memang merayakan ulang tahun yang ke -17 sudah seperti menjadi budaya sebagai tanda bahwa pemilik pesta sudah dianggap dewasa dan pada umur ini juga remaja ini sudah mendapat pengakuan resmi dari negara dengan mendapat Kartu Tanda Penduduk (KTP) dan sudah bisa membuat Surat Ijin Mengemudi (SIM).

**Rencana Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Persediaan**

**CAPLIN EO *PEMASOK***

Setiap divisi melakukan meeting dengan manajer..

Setiap divisi dan manajer sudah sepakat tentang kebutuhan dan kerperluan acara

Divisi Produksi melakukan pemesanan kepada pemasok.

Pengecekan peralatan dan bahan

Persetujuan design, perencanaan dan persiapan peralatan serta bahan

Divisi dekorasi melakukan kontrol

Proses produksi dan pengecatan

Melakukan *Down Payment* kepada pemasok

Pemasangan dekorasi

Pengangkatan dekorasi

Pelunasan, dekorasi

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Nama Peralatan | Unit | Harga Satuan | Harga Total |
| 1 | Kamera Canon EOS 650D kit 18-55MM | 1 | Rp 6,000,000  | Rp 6,000,000  |
| 2 | Laptop Asus A407MA - N4000 - 4GB -1TB – 14” – Windows 10 – Garansi resmi Asus 2 tahun | 4 | Rp 3,761,000  | Rp 15,044,000  |
| 3 | Printer DNP Photo Printer DS RX1hs Free media – putih | 1 | Rp 17,689,000  | Rp 17,689,000  |
| 4 | Paket lampu studio | 1 | Rp 2,200,000  | Rp 2,200,000  |
| 5 | Tablet Lenovo Tab3 7 Essential – Hitam | 1 | Rp 1,285,000  | Rp 1,285,000  |
| 6 | Sofa (set) | 1 | Rp 2,600,000  | Rp 2,600,000  |
| 7 | Meja Tamu | 1 | Rp 625,000  | Rp 625,000  |
| 8 | Meja Kantor | 4 | Rp 317,000  | Rp 1,268,000 |
| 9 | Meja Manager | 1 | Rp 3,700,000  | Rp 3,700,000 |
| 10 | Kursi Kantor  | 9 | Rp 410,000 | Rp 3,690,000  |
| 11 | Kursi manager | 1 | Rp 1,000,000 | Rp 1,000,000 |
| 12 | AC Panasonik R32 1 PK | 3 | Rp 1,850,000 | Rp 5,550,000  |
| 13 | Printer HP Deskjet Ink Advantage 2545  | 1 | Rp 1,000,000  | Rp 1,000,000  |
| 14 | Wastafel Set Sericite 2027 komplit | 1 | Rp 595,000  | Rp 595,000  |
| 15 | Renovo KH 858 White Closet  | 1 | Rp 785,000  | Rp 785,000  |
| 16 | Hand Dryer Hoffmann HFM-2100H | 1 | Rp 675,000  | Rp 675,000  |
| 17 | G Eropa Bunga Berongga Menggantung Besi Birdcage Candlestick Candle (candle holder) | 17 | Rp 93,000 | Rp 1,581,000 |
| Total | Rp 65,287,000  |

Strategi pemasaran

1. Periklanan (*Advertising*)

Bentuk presentasi dan promosi tentang ide, barang dan jasa melalui surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi, ataupun dalam bentuk poster (bentuk promosi berbayar) yang dipasang di tempat-tempat strategis.

1. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Menjual atau memasarkan produk atau jasa dengan cara memajang di tempat-tempat khusus yang menarik perhatian dalam jangka waktu singkat sehingga konsumen mudah untuk melihatnya.

1. Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*)

Presentasi lisan dalam percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan dan membangun hubungan baik.

1. Hubungan masyarakat dan publisitas (*Public Relation and Publicity*)

Membangun hubungan yang baik dengan publik dengan menciptakan citra perusahaan yang baik. Alat promosi ini memberikan informasi mengenai perusahaan atau produk atau jasa juga mengenai isu-isu, rumor, dan event yang disampaikan melalui media massa.

1. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Hubungan langsung dengan konsumen untuk memperoleh respon langsung dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen dengan menggunakan surat, telepon, email, televisi, radio, dan alat penghubung *non-personal* lainnya untuk berkomunikasi secara langsung dengan konsumen.

Jumlah Tenaga Kerja Caplin EO

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No | Jabatan | Jumlah |
| 1 | Manajer | 1 |
| 2 | Marketing | 1 |
| 3 | Office Boy | 1 |
| 4 | Administrasi | 1 |
| 5 | Acara | 1 |
| Total | 5 |

Rencana Penggunaan Dana Caplin EO

|  |  |
| --- | --- |
| Keterangan | Jumlah (Rp) |
| Sewa bangunan | Rp 24,000,000 |
| Biaya Peralatan | Rp 66,517,000 |
| Biaya perlengkapan | Rp 15,407,000 |
| Kas awal | Rp. 3,000,000 |
| Biaya Renovasi | Rp 6,632,000 |
| Biaya Perizinan | Rp 5,000,000 |
| Biaya pemasaran | Rp 2,270,000 |
| Total | Rp 122,826,000 |

Antisipasi resiko usaha dapat dilakukan dengan cara mengidentifikasikan solusi yang diimplementasikan guna meminimalisasi resiko yang mungkin terjadi di dalam perusahaan. Berikut ini adalah rencana antisipasi resiko usaha yang akan dilakukan oleh Caplin EO.

1. Pesaing Dan Pendatang Baru

Dalam mengatasi pesaing dan pendatang baru maka Caplin EO akan terus melakukan evaluasi dan inovasi setiap tahunnya seperti melihat apa yang menjadi kelebihan pendatang baru dan apa yang bisa kita modifikasi dari keunggulan mereka dan untuk inovasi Caplin EO akan terus mencari keunikan – keunikan baru yang akan menjadi ciri khas Caplin EO. Dengan demikian, para pesaing akan lebih sulit bersaing karena Caplin EO selalu melakukan inovasi yang berbeda tiap tahunya dan akan memberi nilai lebih untuk Caplin EO.

1. Pandangan setiap pelanggan yang berbeda

Untuk mengatasi cara pandang klien yang berbeda maka Caplin EO memberikan banyak variasi baik dekorasi hingga acara , jika klien merasa tidak cocok atau ada ide lain dan masih masuk dalam budget pihak Caplin EO akan merubah sesuai dengan keinginan klien.

1. *Human Eror*

Untuk mengatasi *Human Eror,* Caplin EO akan melakukan training kepada karyawan tetap dan untuk karyawan lepas Caplin EO hanya ingin menggunakan karyawan yang dikenal oleh karyawan tetap Caplin EO serta untuk yang baru pertama kali akan di berikan masa percobaan terlebih dahulu untuk meminimalisir kesalahan.

# DAFTAR PUSTAKA

**Buku Teks:**

David, Fred R. (2013), *Strategic Management*, Edisi Ke-14, Global Edition, United States: Pearson Education.

David, Fred R. dan Forest R. (2015), *Strategic Management,* Edisi Ke- 15, Global Edition, United States: Pearson Education.

David, Fred R. dan Forest R. (2017), *Strategic Management*: *A Competitive Advantages Approach, Concepts, and Cases,* Edisi Ke- 16, Global Edition, Malaysia: Pearson Education.

*Dessler, Gary (2015), Human Resources Management, Edisi Ke-14, Global Edition, United States: Pearson Education.*

Gitman, Lawrence J., Zutter, Chad J. (2015), *Principle of Managerial Finance,* Edisi Ke- 14, Global Edition, United States: Pearson Education.

*Heizer, J., Render B. (2017), Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management, Edisi Ke-12, Global Edition, United States: Pearson Education.*

Kotler, Phillip dan Gary Armstrong (2012), Principles of Marketing, Edisi 14, Global Edition, New Jersey: Pearson.

Kotler, Philip dan Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi 15e Global Editiom, United States: Pearson Education.

Lovelock, Christoper H Laurem K Wright (2007), Managemen Pemasaran Jasa (Terjemahan), Jakarta, PT Indeks (GRAMEDIA GROUP).

Robbins, Stephen P. (2015), *Organizational Behaviour*, Edisi Ke-7, Global Edition, United States: Pearson Education.

# Undang-Undang:

Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)* Bab I pasal 1. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)* Bab IV pasal 6. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang No. 44 Tahun 2008 tentang Pornografi*. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2002. *Undang-Undang No.19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta*. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2003. *Undang-Undang No. 13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan*, Bab I pasal 1 ayat 30. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2014. *Peraturan Pemerintah No. 12 Tahun 2014 tentang Jenis dan Tarif Atas Penerimaan Negara Bukan Pajak Yang Berlaku Pada Kementerian Kehutanan*. Jakarta.

**Sumber Internet:**

Jumlah Penduduk Indonesia Pada Tahun 2019

<https://teknikkimia2017.blogspot.com/2019/03/tugas-2-jumlah-penduduk-di-indonesia.html>

Distribusi PDB Ekonomi Kreatif Indonesia tahun 2010 – 2019 ( Dalam Triliun Rupiah)

<https://www.google.com/search?q=pdb+ekonomi+kreatif+2019&rlz=1C1SQJL_enID828ID828&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjY7djP8OHjAhULaI8KHdAIDgEQ_AUIEigC&biw=1366&bih=657#imgrc=h-QV8DabG4u-BM:>

Pertumbuhan Ekonomi Indonesia dari Triwulan I 2016 - Triwulan III 2018

<https://www.bps.go.id/pressrelease/2018/11/05/1522/ekonomi-indonesia-triwulan-iii-2018-tumbuh-5-17-persen.html>

Bunga Kredit Bank

Detik.com 2018, Ini Daftar Bunga Kredit Bank di RI, Rata-rata di Atas 10%, diakses Januari 2019

https://finance.detik.com/moneter/d-3657315/ini-daftar-bunga-kredit-bank-di-ri-rata-rata-di-atas-10