**RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA INTERIOR**

**“VANIA DECOR”**

**DI CEMPAKA PUTIH, JAKARTA PUSAT**

Malvin Deri irwandi Putra

Dibimbing oleh Ir. Liaw Bun Fa, S.E, M.M.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971

[hzodoe@yahoo.com](mailto:hzodoe@yahoo.com)

Abstrak

Malvin Deri Irwandi Putra / 78150387 / 2019 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha Interior “Vania Decor” di Jakarta / Pembimbing: Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.

Vania Decor adalah bisnis yang bergerak di bidang interior, yang menjual berbagai macam Produk pemanis ruangan seperti *wallpaper*, karpet, gorden, *parquet*, *vinyl*, kacafilm, *blinds* sekaligus dengan jasa pemasangannya. Selain itu bisnis ini juga menjual aksesoris *interior* seperti *skirting*, *end* *profile, transition* untuk sisi lantai dan aksesoris gorden, *stepnose* serta aksesoris interior lainnya. Vania Decor memiliki visi “Menciptakan nilai kepada masyarakat tentang toko Interior Vania Decor dengan berbagai kemudahan dan memberikan pelayan dengan sepenuh hati agar terciptanya sebuah kepuasan pelanggan”.

Vania Decor merupakan perusahaan perseorangan yang berlokasi di Jl. Pangkalan Asem Raya no.7b, Cempaka Putih, Jakarta Pusat. Vania Decor dapat dihubungi melalui alamat *e-mail* [vaniadecor@gmail.com](mailto:vaniadecor@gmail.com) atau telepon 089653945814, Usaha ini direncanakan buka pada bulan Januari 2020. Dalam menganalisis industri dan pesaing,

Vania Decor menggunakan analisis PESTEL, analisis lima kekuatan persaingan model porter, analisis *Competitive Profile Matrix* dan analisis SWOT. Target pasar Vania Decor adalah pria dan wanita usia 17 tahun keatas kalangan menengah keatas, tidak menutup kemungkinan jika menargetkan kalangan menengah kebawah.

Produk yang ditawarkan berupa kebutuhan interior ruangan dengan total keseluruhan 171 produk. Strategi pemasaran yang ditetapkan Vania Decor yaitu melalui *social media*, *word of mouth*, brosur, papan reklame dan *direct sales.*

Sumber daya manusia adalah hal yang penting agar suatu usaha dapat berjalan dengan baik. Vania Decor memiliki 7 bagian pekerjaan diantaranya manajer, administrasi, keuangan, pemasaran, pegawai toko, kurir dan tenaga pemasangan.

Analisis kelayakan keuangan atau investasi Vania Decor meliputi analisis *Payback period* (PP) yang diperkirakan akan mencapai titik balik modal dalam waktu 3 tahun 7 bulan 8 hari, untuk *net present value* (NPV) nilainya lebih besar daripada 0 yaitu Rp 96.419.806, untuk *profitability index* (PI) nilainya lebih daripada 1 yaitu 1,068, sedangkan analisis *break-even point* (BEP) nilai penjualan Vania Decor lebih besar dari BEP setiap tahunnya, ini menunjukan bahwa usaha ini dapat dikatakan layak untuk dijalankan.

Kata Kunci : *Interior,* aksesoris, analisis, Vania Decor

*Abstract*

*Malvin Deri Irwandi Putra / 78150387/2019 / Business Plan - Establishment of Interior Business "Vania Decor" in Jakarta / Mentor: Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.*

*Vania Decor is a business engaged in the interior, which sells various kinds of room decorations such as wallpapers, carpets, curtains, parquet, vinyl, glass film, blinds and installation services. In addition, this business also sells interior accessories such as skirting, end profile, transition for floor side and accessories for curtains, step nosing and other interior accessories. Vania Decor has a vision of "Creating value to the community about Vania Decor Interior stores with various conveniences and giving servants wholeheartedly to create a customer satisfaction".*

*Vania Decor is an individual company located on Jl. Pangkalan Asem Raya no.7b, Cempaka Putih, Central Jakarta. Vania Decor can be contacted via the e-mail address vaniadecor@gmail.com or call number 089653945814, this business is planned to open in January 2020.*

*In analyzing industry and competitors, Vania Decor uses PESTEL analysis, analysis of five strengths of porter model, analysis of Competitive Profile Matrix and SWOT analysis. The target market of Vania Decor is men and women aged 17 years and above, the middle to upper class, does not rule out the possibility of targeting the middle and lower classes.*

*The products offered are interior room needs with a total of 171 products. The marketing strategy set by Vania Decor is through social media, word of mouth, brochures, billboards and direct sales.*

*Human resources are important things so that a business can run well. Vania Decor has 7 parts of work including managers, administration, finance, marketing, shop employees, couriers and installation staff.*

*The financial or investment feasibility analysis of Vania Decor includes an analysis of Payback period (PP) which is expected to reach a turning point in 3 years 7 months 8 days, for net present value (NPV) the value is greater than 0, total is Rp 96,419,806, for profitability index (PI) value is more than 1 which is 1.068, while the break-even point (BEP) analysis of the sales value of Vania Decor is greater than BEP each year, this indicates that this business can be said to be feasible to run.*

*Keywords: Interior, accessories, analysis, Vania Decor*

1. **Pendahuluan**

**Konsep Bisnis**

Vania Decor merupakan sebuah bisnis yang bergerak dalam bidang *Interior,* prinsip yang dianut usaha toko *interior*ini yaitu harga bersaing dan pelayanan serta kualitas yang baik. Konsumen bisa melihat barang secara langsung, memegang sampel produk dengan bebas dan dapat menanyakan harga, mendapatkan informasi pengetahuan sekitar produk, ditambah lagi adanya fasilitas AC atau *air conditioning* membuat konsumen merasa nyaman, dan disediakan sofa untuk konsumen serta konsumen dapat melihat langsung contoh-contoh *interior* yang ada, karena kami akan memasang contoh seperti *wallpaper,blinds*,parket,gorden,dan kaca film di dalam toko.

Dengan penataan barang dan ruang yang menarik, rapi dan apik membuat konsumen betah berlama-lama memilih produk di toko, didukung oleh sampel yang tersedia lengkap dan tempat negosiasi yang luas sehingga leluasa untuk melihat-lihat sampel. Karyawan Vania Decor siap untuk mensurvei langsung daerah yang akan dipasang jika dibutuhkan.

**Visi dan Misi Perusahaan**

1. Visi

“Menciptakan nilai kepada masyarakat tentang toko Interior Vania Decor dengan berbagai kemudahan dan memberikan pelayan dengan sepenuh hati agar terciptanya sebuah kepuasan pelanggan”.

1. Misi
2. Memperkenalkan Vania Decor sebagai toko yang menawarkan produk yang berbeda dari toko-toko yang ada kepada pasar.
3. Memberi kemudahan-kemudahan bagi masyarakat dalam proses negosiasi, pemesanan, dan beli serta kepuasan hasil. Dan juga bagi customer yang berada diluar kota.
4. Memberi pelayanan yang ramah dan cepat tanggap dalam melayani customer.

**Peluang Bisnis**

Adanya pembangunan berkelanjutan seperti apartemen, hotel ataupun perkantoran akan meningkatkan permintaan konsumen dalam kebutuhan *interior* dan diharapkan usaha ini dapat terus bertumbuh. Penempatan usaha rencananya akan berada di daerah Cempaka Putih, lokasi tersebut merupakan pusat bisnis furnitur dan kebutuhan material bangunan namun toko *interior* ruanngan masih sedikit diantaranya Sammara Interior, Levi Homes, Toko Lima Interior, Wijaya Mandiri, Classic Furniture dan Wallpaper.

Persaingan di daerah Cempaka Putih cukup ketat, hal ini membuat Vania Decor ingin mencari target pasar yang lebih luas, misalnya proyek apartemen yang membutuhkan dekorasi untuk menghias ruangan, berikut proyek apartemen yang tersebar di wilayah Jakarta <https://ekonomi.bisnis.com/read/20160419/49/539329/pasar-kondominium-ini-daftar-apartemen-baru-di-jakarta-dan-sekitarnya>

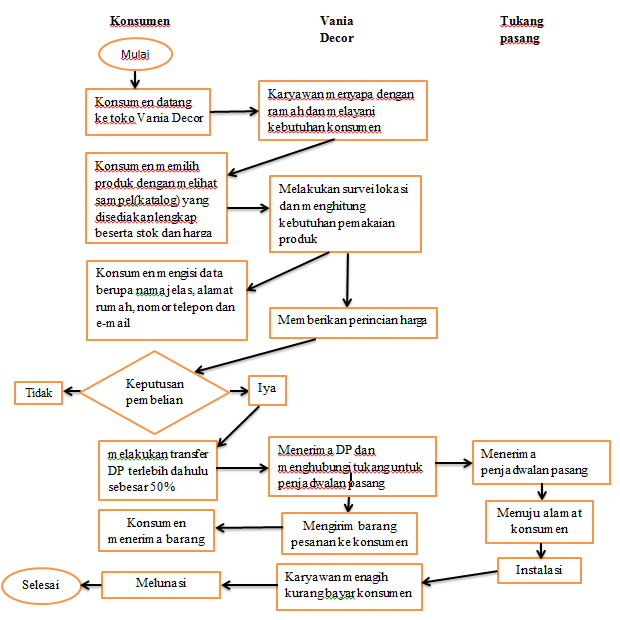
Selain itu adanya campur tangan pemerintah dalam pembangunan akan mendorong permintaan pada produk interior , pemerintah saat ini sedang gencar dalam pembangunan, ke depan apabila pembangunan sudah merata dapat dipastikan kebutuhan akan produk interior akan meningkat <http://www.neraca.co.id/article/103516/gencar-pembangunan-potensi-bisnis-desain-dan-interior-kian-mentereng>

**Kebutuhan Dana**

Dalam memulai suatu usaha, diperlukan adanya penggunaan modal untuk mendukung kegiatan operasional perusahaan. Adanya modal kerja akan menjadikan perusahaan dapat memenuhi kewajiban jangka pendek yang berguna untuk menjalankan kegiatan operasional setiap hari. Modal kerja merupakan penggunaan dana yang digunakan oleh perusahaan untuk mendukung kegiatan operasionalnya seperti pembelian bahan mentah, pembayaran gaji pegawai, dan pembayaran lainnya. Vania Decor memakai tabungan pribadi dan pinjaman dari orang tua, total kebutuhan dana Vania Decor untuk memulai usaha adalah sebesar Rp 1.432.911.000.

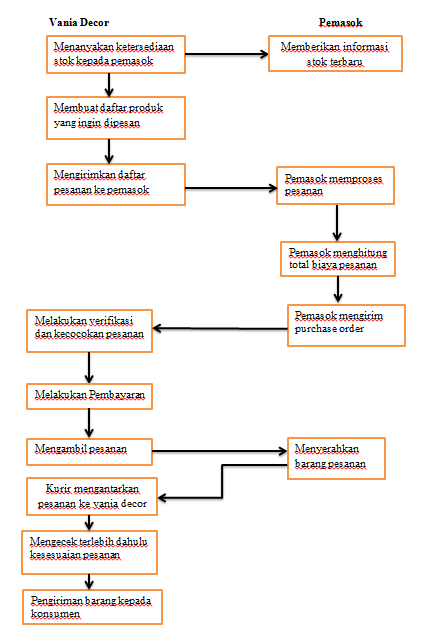
1. **Rencana Produk/Jasa, Kebutuhan Operasional, dan Manajemen**

**Rencana Alur Produk**



Sumber: Vania Decor

**Rencana Alur Pembelian**



Sumber: Vania Decor

**Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha**

Adanya teknologi yang *modern* dapat membantu manusia dalam mempermudah penyelesaian pekerjaan, memperoleh informasi dengan cepat, dan dapat mengamati perkembangan dunia secara *online* sehingga masyarakat dunia mampu menghasilkan inovasi-inovasi baru berkat perkembangan teknologi. Berikut Teknologi yang di gunakan Vania Decor:

1. Smartphone Android Vivo V9
2. Komputer HP Core i7
3. Laptop Lenovo
4. Alat Ukur Ruangan Digital
5. *Wi-fi Internet*

Peralatan adalah suatu alat ataupun bisa berbentuk tempat yang gunanya adalah untuk mendukung berjalannya pekerjaan. Perlatan pada umumnya lebih tahan lama (masa manfaatnya lebih lama) jika dibandingkan dengan perlengkapan. Berikut adalah daftar peralatan yang dibutuhkan untuk mendukung kegiatan operasional Vania Decor:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Nama Peralatan** | **Harga Satuan** | **Jumlah unit** | **Harga** |
| 1 | komputer HP Compaq 8300 SFF Core i7 | Rp 4,200,000 | 1 | Rp 4,200,000 |
| 2 | laptop LENOVO V330-BQID - i5-8250U | Rp 7,000,000 | 1 | Rp 7,000,000 |
| 3 | Printer Cannon ip 2770 | Rp 800,000 | 1 | Rp 800,000 |
| 4 | Rak display besar (400cm) | Rp 1,650,000 | 1 | Rp 1,650,000 |
| 5 | Rak display kecil (100cm) | Rp 900,000 | 6 | Rp 5,400,000 |
| 6 | Alat Potong Rel | Rp 780,000 | 1 | Rp 780,000 |
| 7 | Meja dan kursi set | Rp 2,600,000 | 1 | Rp 2,600,000 |
| 8 | Display Interior (contoh produk) | Rp 705,000 | 5 | Rp 3,525,000 |
| 9 | Display Accecories (Gorden, Blinds, Parquet) | Rp 110,000 | 3 | Rp 330,000 |
| 10 | Sofa dan meja pengunjung | Rp 3,500,000 | 1 | Rp 3,500,000 |
| 11 | AC Panasonic ½ PK | Rp 3,300,000 | 1 | Rp 3,300,000 |
| 12 | AC Panasonic 1½ Pk | Rp 4,600,000 | 1 | Rp 4,600,000 |
| 13 | Pel lantai set | Rp 125,000 | 1 | Rp 125,000 |
| 14 | LED TV AQUA SANYO 32 INCH | Rp 1,250,000 | 1 | Rp 1,250,000 |
| 15 | Paket kamera CCTV 4 channel | Rp 1,120,000 | 1 | Rp 1,120,000 |
| 16 | Stand banner (0,5m x 1m) | Rp 175,000 | 1 | Rp 175,000 |
| 17 | Papan iklan toko | Rp 350,000 | 1 | Rp 350,000 |
| 18 | Telepon dan Wi-fi | Rp 490,000 | 1 | Rp 490,000 |
| 19 | Alat ukur ruangan Digital | Rp 550,000 | 5 | Rp 2,750,000 |
| 20 | Tangga Lipat Denko (2 meter) | Rp 800,000 | 1 | Rp 800,000 |
| 21 | Lampu sorot | Rp 250,000 | 2 | Rp 500,000 |
| 22 | Handphone Vivo V9 | Rp 3,500,000 | 1 | Rp 3,500,000 |
| 23 | Mobil Pick Up isuzu | Rp 80,000,000 | 1 | Rp 80,000,000 |  |
| **Total Biaya** | | | | Rp 128,745,000 |

Sumber: Vania Decor

1. **Strategi Bisnis**

**Pemasaran**

*Segmentation*

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi secara geografis membagi pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti dasar pengelompokan pasar yang meliputi lokasi atau daerah, negara, wilayah, iklim, kepadatan penduduk dan pemukiman. Lokasi yang tepat untuk menjalankan usaha Vania Decor adalah di Cempaka Putih tepatnya di Jl. Pangkalan Asem Raya, kelurahan Rawasari, Jakarta Pusat cukup strategis karena merupakan jalan utama dan pusat perdangangan furnitur serta barang-barang kebutuhan rumah lainnya yang menjadi prospek baik untuk usaha Vania Decor selain itu tidak jauh dari pemukiman penduduk.

1. Segmentasi Demografi

Segmentasi demografis mengelompokkan pasar berdasarkan aspek-aspek yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, penghasilan, pekerjaan, agama, ras. Pada kelompok usia, target pasar yang dituju adalah orang dewasa dalam artian 18 tahun keatas laki-laki maupun perempuan yang mengerti pentingnya interior sebuah ruangan. Berdasarkan pendapatan penghasilan, target Vania Decor adalah kalangan menengah keatas, tidak menutup kemungkinan jika kalangan menengah kebawah menginginkan interior minimalis yang harganya terjangkau.

1. Segmentasi Psikografis

Segmentasi Psikografis mengelompokkan pasar berdasarkan ciri-ciri kepribadian, yang meliputi kepribadian, kelas sosial, dan gaya hidup. Nilai-nilai yang dianut setiap individu pastinya berbeda-beda, contohnya adalah sebagai berikut :

1. Gaya hidup (*Lifestyle*) : *modern*, tradisional, berkelas, hemat
2. Nilai yang dianut (*Value*) : gotong royong, individualisme, kolektivisme.
3. Kepribadian (*Personality*) : Pemikiran, pencapaian, pengikut.

Segmentasi Psikografis Vania Decor menargetkan konsumen berdasarkan kelas sosial, konsumen dengan tingkat sosial yang tinggi seperti pejabat, Dokter, Bos, Wirausahawan, Artis, Sekretariat dan sebagainya menjadi target pasar yang cocok untuk Vania Decor. Karena konsumen dengan tingkat sosial tinggi cenderung gengsi apabila rumah atau kediamannya terlihat tidak mewah, pastinya mereka beranggapan untuk memberikan dekorasi interior kediamannya agar terlihat bahwa kelas sosial mereka sesuai dengan kondisi yang ada ditempat tinggalnya.

1. Segmentasi Tingkah Laku

Segmentasi tingkah laku mengelompokkan konsumen berdasarkan pada pengetahuan, sikap, penggunaan dan reaksi mereka terhadap suatu produk dan jasa. umumnya jika tingkah laku konsumen agak boros dan menyukai keindahan, maka target ini sangat cocok untuk Vania Decor terlebih apabila memiliki *budget* untuk menghias ruangan kamar, kantor bahkan ruangan keluarganya. Sebaliknya jika konsumen memiliki tingkah laku yang tidak peduli dan tidak tahu tentang pentingnya keindahan *interior*, maka ini bukan target Vania Decor.

*Targeting*

Target pasar Vania Decor Pada kelompok usia dan tingkat pendapatan, target pasar yang dituju adalah orang dewasa dalam artian 18 tahun keatas laki-laki maupun perempuan yang mengerti pentingnya interior sebuah ruangan dan target pasar pada tingkat pendapatan penghasilan adalah kalangan menengah keatas, tidak menutup kemungkinan jika kalangan menengah dan menengah kebawah mencari produk-produk interior yang sesuai dengan budget masing-masing kalangan.

*Positioning*

*positioning* adalah suatu tindakan atau langkah-langkah dari produsen untuk mendesain citra perusahaan dan penawaran nilai dimana konsumen didalam suatu segmen tertentu mengerti dan menghargai apa yang dilakukan suatu perusahaan, dibandingkan dengan pesaingnya. Strategi yang akan diterapkan Vania Decor yaitu memberikan diskon spesial apabila melakukan transaksi dengan kuantitas lebih banyak dan pembayaran secara *cash*, menjual sisa-sisa produk dari proyek yang telah selesai dengan harga murah untuk kalangan kelas bawah.

*Product*

Vania Decor menawarkan produk-produk kebutuhan *interior* pada rumah, gedung, apartemen, bangunan, kantor, dan lain sebagainya, yang menjual berbagai macam Produk pemanis ruangan seperti *Wallpaper*, Karpet, Gorden, Parket, *Vinyl,* Kaca Film, *Blinds,* aksesoris-aksesoris *interior*, beserta jasa pemasangan yang akan memudahkan konsumen dalam menginstalasi produk.

*Place*

Lokasi toko Vania Decor rencananya akan terletak di Jl. Pangkalan Asem Raya no 7b, Cempaka Putih, Jakarta Pusat. Posisi cukup strategis untuk toko *interior* yang mana belum banyak terdapat toko sejenis, konsumen yang berkunjung di daerah tersebut biasanya mencari peralatan furniture atau garmen untuk kebutuhan rumah tangga, ini menjadikan suatu prospek yang baik apabila terdapat toko *interior*, nantinya konsumen akan mengunjungi dan menanyakan produk toko sehingga tidak perlu mengunjungi daerah lain untuk mencari *interior* ruangan.

*Pricing*

Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk menetapkan suatu harga, antara lain:

1. Penetapan harga berdasarkan nilai (*Value-Based Pricing*)

Metode ini terdiri dari 2 tipe :

1. *Good value pricing* (Penetapan harga berdasarkan nilai terbaik)

Menawarkan kombinasi antara kualitas dan pelayanan yang baik pada harga yang sesuai

1. *Value added pricing* (Penetapan harga berdasarkan nilai tambah)

Menambah nilai dan pelayanan untuk membedakan penawaran perusahaan, serta mendukung penetapan harga yang lebih tinggi

1. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya (*Cost-Based Pricing*)

Pendekatan untuk penetapan harga berdasarkan biaya:

1. *Cost plus pricing* (Penetapan harga biaya tambahan)

Metode ini merupakan metode penelitian harga yang paling sederhana, dimana metode ini menambah standart mark-up terhadap biaya produk.

1. *Break Even Analysis and Target Profit Pricing* (Analis peluang pokok dan penetapan harga laba sasaran)

Sebuah metode yang digunakan perusahaan untuk menetapkan harga apakah yang akan *break even* atau membuat target laba yang akan dicari.

1. Penetapan Harga Berdasarkan Pesaing (*Competition-Based Pricing*)
2. *Going rate pricing* (penetapan harga berdasarkan harga yang berlaku)

Penetapan harga berdasarkan harga yang berlaku melibatkan biaya, strategi dan produk pesaing. Konsumen akan mendasarkan penilaian mereka dari nilai produk pada harga dan biaya untuk produk yang serupa.

1. *Scaled bid pricing* (Penetapan harga penawaran tertutup)

Perusahaan menetapkan pesaing dan bukan berdasarkan hubungan yang statis atas biaya atau permintaan perusahaan

Vania Decor akan menggunakan penetapan harga berdasarkan biaya, biasanya bisnis *interior* menetapkan harga dari persentase biaya produksi mark-up sebesar 10%-30% (ketentuan: harga manufaktur + *mark-up* = harga jual). Harga juga ditentukan berdasarkan tingkat kerumitan ruangan yang dikerjakan. Oleh sebab itu, semakin rumit pengerjaannya, maka akan semakin mahal pula harga yang ditetapkan.

*People*

Orang merupakan semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. *Elemen* dari orang adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain. Semua sikap dan tindakan karyawan, cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan penyampaian jasa. Vania Decor mempunyai sumber daya yang terdiri dari *staff marketing, staff store, staff finance*, dan tukang pasang. Pastinya bagian *marketing* dan *staff store* Vania Decor akan dilatih terlebih dahulu tentang pengetahuan produk, sedangkan tukang pasang di seleksi berdasarkan keahlian dan pengalaman dalam bekerja di lapangan.

*Process*

Proses sebagai langkah-langkah yang dilakukan antara penjual dan konsumen. Di dalamnya meliputi pelayanan serta proses transaksi dalam tujuan menarik konsumen. Fasilitas jasa konsultasi gratis, pengiriman produk dan fasilitas layanan yang berpengaruh pada *image* perusahaan. Beberapa fasilitas yang akan di tonjolkan oleh Vania Decor adalah Survei untuk daerah yang akan dipasang dan pengiriman produk gratis (khusus wilayah JaDeTaBek), pengirman sampel(katalog) gratis dan dapat dititipkan sampai selesai memilih motif yang diinginkan.

*Physical Evidence*

Bukti fisik adalah lingkungan tempat jasa disampaikan dan tempat penyedia jasa dengan konsumen berinteraksi, sebagai usulan nilai tambah konsumen. Bukti fisik merupakan wujud nyata yang ditawarkan kepada pelanggan ataupun calon pelanggan untuk mendukung berjalannya bisnis. Tempat usaha yang tetapkan penulis berlokasi di Jl.Pangkalan Asem Raya no.7b, Cempaka putih, Jakarta Pusat. Tempat ini berupa kios dengan luas sekitar 35m2 yang menjadi patokan jalannnya usaha Vania Decor.

*Promotion*

Beberapa alternatif promosi yang dilakukan Vania Decor

1. **Media Sosial**

Pada masa ini pemasaran yang banyak digunakan yaitu via online, maka dari itu sebagian besar promosi yang di lakukan Vania Décor melalui *online system*, seperti Tokopedia, Bukalapak, Instagram, OLX, Shopee sebagai pangsa terbesar yang selalu digunakan oleh seluruh masyarakat di Indonesia.

1. **Pemasangan Spanduk / Banner**

membuat papan reklame dengan ukuran besar (3m x 4m) yang akan di pasang depan toko dan serta membuat banner promosi.

1. **Pembagian Brosur**

Vania Decor melakukan promosi penjualan dengan menempelkan dan menyebarkan brosur-brosur menarik di tempat yang strategis sekitar daerah tokodan membagikan kartu nama kepada para konsumen agar konsumen mengetahui apa yang ditawarkan Vania Decor

1. ***Direct Marketing***

Suatu bentuk penjualan perorangan secara langsung ditujukan untuk mempengaruhi pembelian konsumen. *Marketing* Vania Decor memiliki tugas untuk menyebarkan sampel ke kontraktor dan mencari toko-toko *interior* lain dengan tujuan untuk bekerja sama, melakukan *follow-up* kembali pada konsumen yang pernah melakukan transaksi sebelumnya, selain itu marketing juga harus mendekati langsung konsumen lewat telepon secara aktif dan menjaga hubungan baik dengan konsumen.

1. ***Personal Selling***

Merupakan bentuk promosi secara *personal* dengan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli bertujuan untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen. Vania Decor melakukan pendekatan kembali dengan pelanggan, diharapkan pemasaran *Word of Mouth* yang berupa komunikasi lisan atau media elektronik antar masyarakat yang berhubungan dengan keunggulan dan pengalaman membeli ini dapat menciptakan *repeat order.* *staff* yang ada di dalam toko bertugas untuk melayani pelanggan yang datang, memberikan informasi yang lengkap dengan sebaik mungkin.

**Organisasi**

Vania Decor yang merupakan sebuah bisnis dengan skala kecil akan menggunakan struktur sederhana, dimana manajer dan pemilik dapat dikatakan sama. tenaga kerja yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha ini adalah sebanyak 9 orang yang diseleksi melalui tahapan-tahapan *recruitment* terdiri dari manajer, administrasi, keuangan, pemasaran, karyawan toko, kurir dan 3 tenaga pemasangan (tukang). Seluruh bagian divisi bertanggung jawab kepada manajer, manajer sendiri memiliki tanggung jawab yang besar seperti mengontrol proses bisnis dan mengarahkan seluruh divisi agar kegiatan operasional dapat berjalan dengan baik, seluruh keputusan bisnis akan ditentukan oleh seorang manajer.

Rincian rencana kompensasi karyawan Vania Decor adalah sebagai berikut:

1. Gaji pokok

Upah adalah hak pekerja/buruh yang diterima dan dinyatakan dalam bentuk uang sebagai imbalan dari pengusaha atau pemberi kerja kepada pekerja/buruh yang ditetapkan dan dibayarkan menurut suatu perjanjian kerja, kesepakatan, atau peraturan perundang-undangan, termasuk tunjangan bagi pekerja/buruh dan keluarganya atas suatu pekerjaan dan/atau jasa yang telah atau akan dilakukan. Gaji Manajer Rp 6.000.000, Gaji Administrasi Rp 4.400.000, Gaji Keuangan Rp 5.000.000, Gaji Pemasaran Rp 4.500.000, Gaji Kurir Rp 4.200.000, Gaji Pegawai Toko Rp 4.200.000, Gaji Tukang dikenakan sebesar Rp 3.500.000 per bulan, bekerja borongan yang dibayar setiap bulan.

1. Tunjangan Hari Raya (THR)

THR yang diberikan kepada karyawan adalah sebesar satu kali gaji dengan tetap mengikuti kenaikan gaji per tahunnya dan dibayarkan tujuh hari sebelum menjelang hari raya sesuai dengan peraturan [Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan](https://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/13146/node/10/uu-no-13-tahun-2003-ketenagakerjaan).

**Keuangan**

Proyeksi penjualan pada tahun ke tahun meningkat sebesar 10%. Lalu Pajak yang diterapkan pemerintah sebesar 0,5% (Peraturan Pemerintah No.23 tahun 2018) dari laba sebelum pajak.

Kesimpulan dari keseluruhan perencanaan bisnis dan analisis kelayakan keuangan atau investasi seperti melakukan empat analisis yaitu pada analisis *Payback period* (PP) diperkirakan Vania Decor akan mencapai titik balik modal dalam waktu 3 tahun 7 bulan 8 hari, untuk *net present value* (NPV) nilainya lebih besar daripada 0 yaitu Rp 96.419.806, untuk *profitability index* (PI) nilainya lebih daripada 1 yaitu 1,068, sedangkan analisis *break-even point* (BEP) nilai penjualan Vania Decor lebih besar dari BEP setiap tahunnya, ini menunjukan bahwa usaha Vania Decor dapat dikatakan layak untuk dijalankan.

**Pengendalian Risiko**

1. Dalam mengatasi persaingan yang ketat.

Memberikan diskon, menciptakan kepuasan pelanggan, membuat testimony tentang foto-foto pekerjaan yang telah diselesaikan dengan baik sehingga membuat konsumen percaya dan mau membeli produk kita dengan harga yang pantas

1. Dalam mengatasi keterlambatan pengiriman kurir dalam mengirim pesanan.

Membuat jadwal kegiatan kurir dengan rinci dan menghindari pengiriman pada saat jam tertentu (pagi/sore), serta memberikan peringatan kepada kurir apabila terus menunda-nunda pengiriman

1. Dalam mengatasi keterlambatan keselesaian proyek melebihi batas waktu yang telah ditentukan.

Memberikan arahan pada tukang agar mereka dapat menyelesaikan proyek dengan baik dan tepat pada waktu yang di tentukan, serta rutin mengontrol kerjaan tukang agar dapat diketahui *progress* yang telah di jalankan tukang

1. Dalam mengatasi hasil pemasangan oleh tukang yang kurang memuaskan.

Memberikan sanksi tegas kepada tukang seperti pengurangan gaji pokok. Vania Decor merekrut tukang yang dapat dipercaya, bekerja dengan baik dan terlatih agar tidak mengalami penurunan performa saat bekerja

1. Dalam mengatasi risiko sewa ruko bangunan.

Sewa ruko masih menjadi beban tetap per tahun yang dikenakan vania decor selama 5 tahun kedepan, namun direncanakan Vania Decor akan mencari ruko tetap agar menjadi hak milik, supaya tidak ada lagi tanggungan beban di tahun berikutnya

1. Dalam mengatasi pelunasan yang tidak kunjung dibayar.

Memotivasi bagian keuangan agar dengan tegas dapat menagih sisa kurang bayar atau dapat melunasi seluruh pembayaran yang kurang dari konsumen

1. Dalam mengatasi kekurangan atau kelebihan kebutuhan bahan yang akan dipasang.

Pada saat survei dilakukan perlu adanya catatan pribadi dan gambaran-gambaran kasar peta lokasi agar dengan rinci diketahui kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan

1. Dalam mengatasi terjadinya kesalahan harga berdasarkan satuan tertentu.

Mengedukasi pegawai toko agar dapat memberikan harga yang sesuai kepada konsumen serta membuat daftar harga secara rinci kepada pegawai toko

1. Dalam mengatasi stok fluktuatif atau *“stock discontinue”.*

Mengontrol bagian pengecekan stok barang kepada administrasi agar selalu men-*update* stok barang

1. Dalam mengatasi Risiko sampel hilang atau rusak.

Jika konsumen ingin meminjam sampel, maka akan diberikan tanda terima sampel sebagai bukti dan uang jaminan sebesar harga sampel, selain itu diberikan batas peminjaman sampel untuk beberapa hari maksimal

1. Dalam mengatasi kualitas sumber daya manusia yang tidak bekerja dengan baik, kinerja menurun, atau tidak jujur.

Sumber daya manusia menjadi hal yang paling penting agar berjalannya operasional suatu usaha, Vania Decor akan terus mengontrol dan membina setiap karyawan agar bekerja dengan semaksimal mungkin tanpa adanya ketidakjujuran dan memberikan sanksi tegas berupa surat peringatan apabila terdapat melanggar aturan yang berlaku

1. **Daftar Pustaka**

**Buku Teks:**

David, Fred R*.* dan Forest R. David (2015), *Manajemen Strategic (*A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases), Edisi 15, Global Edition, United States: Pearson Education.

Gitman, Lawrence J. dan Chad J. Zutter (2015), *Principles of Managerial Finance* , Edisi 14, Global Edition, Pearson Education.

Heizer, Jay dan Barry Render (2017), *Operations Management,* Edisi 15, Global Edition, United States: Pearson.

Hisrich, Robert D., Michael P. Peters & Dean Shepherd (2017), *Entrepreneurship* , Edisi 9, Global Edition, United States: Pearson.

Husnan, Suad dan Suwarsono Muhammad (2017), Studi Kelayakan Proyek Bisnis, Edisi 5, Yogyakarta: UPP Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Managemen,* Edisi 15, Global Edition, United States: Pearson.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2018) *Principles of Marketing*, Edisi 17, Global Edition, United States: Pearson.

Robbins, Stephen P. dan Timothy A. Judge (2015), *Organizational Behavior,* Edisi 16, Global Edition, United States: Pearson .

**Sumber Website:**

*Cekindo*2017**,** Proyek pembangunan telah meningkat sebesar 5,01% sejak tahun 2017, diakses 14 Maret 2019, <http://www.cekindo.com/id/sektor/konstruksi-dan-bangunan>

*Cushman & Wakefield Indonesia* 2017, Daftar proyek apartemen Jakarta, diakses 14 Maret 2019 <https://ekonomi.bisnis.com/read/20160419/49/539329/pasar-kondominium-ini-daftar-apartemen-baru-di-jakarta-dan-sekitarnya>

Riadi, Muchlisin (2013), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, diakses 18 Maret 2018 https://www.kajianpustaka.com/2013/01/usaha-mikro-kecil-dan-menengah.html

Mansur, Agus (2018), ‘Gencar Pembangunan, Potensi Bisnis Desain dan Interior Kian Mentereng’, diakses 8 april 2019 <http://www.neraca.co.id/article/103516/gencar-pembangunan-potensi-bisnis-desain-dan-interior-kian-mentereng>

*Katadata* 2019, Ekonomi Indonesia 2018 Tumbuh 5,17%, Tertinggi Sejak 2014, diakses 12 April 2019 <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/06/ekonomi-indonesia-triwulan-iv-2018-tumbuh-518-yoy>

*Kementerian Keuangan* 2017, Tata Cara Pendaftaran NPWP, diakses 24 Mei 2019 <https://www.kemenkeu.go.id/page/tata-cara-pendaftaran-npwp/>

Afifah (2019), Standar Gaji Karyawan Jakarta, berikut UMP/UMR DKI terbaru 2019, diakses 13 Juni 2019 <https://www.jadikaryawan.com/gaji-umr-ump-karyawan-jakarta-terbaru>

*Bank Central Asia* 2019, Tabungan Tahapan, diakses 23 Juni 2019 <https://www.bca.co.id/Individu/Produk/Simpanan/Tahapan>

*Cintamobil* 2017, Cara Menghitung Pajak dan Denda STNK, diakses 23 Juni 2019 <https://cintamobil.com/jual-beli/cara-menghitung-pajak-dan-denda-stnk-aid603>

*Kumparanbisnis* 2018, Upah Minimum di 34 Provinsi Naik 8,03 Persen, Begini Rumus Hitungannya, diakses 23 Juni 2019 <https://kumparan.com/@kumparanbisnis/upah-minimum-di-34-provinsi-naik-8-03-persen-begini-rumus-hitungannya-1539682691158398968>

*PAM Jaya* 2016, Air Minum Jakarta - PAM Jaya - Palyja – Aetra, diakses 24 Juni 2019

<https://www.biaya.net/2016/08/tarif-air-minum-jakarta-pam-jaya-palyja-aetra.html>

*Tirtaraharja* 2019, Simulasi perhitungan tarif air, diakses 24 Juni 2019 <http://tirtaraharja.co.id/simulasitarif>

*Perusahaan Listrik Negara* 2017, Tarif dasar listrik PLN 2019 dan Cek Tagihan Listrik Online, diakses 24 Juni 2019 <http://obengplus.com/articles/4518/1/Tarif-dasar-listrik-PLN-2019-dan-Cek-Tagihan-Listrik-Online.html>

*Indihome* 2019, Daftar Harga Paket Internet IndiHome Terbaru 2019, diakses 24 Juni 2019 <https://jalantikus.com/gadgets/harga-paket-internet-indihome/>

Rohim, Ihwanu (2018), perbedaan Perlengkapan dan Peralatan, diakses 24 Juni 2019 <https://dconsultingbusinessconsultant.com/beda-perlengkapan-dan-peralatan/>

Purnomo, Hendaru (2019), Ini Besaran Bunga Kredit & Deposito Bank Terbaru, diakses 30 Juni 2019 <https://www.cnbcindonesia.com/market/20190524130251-17-74861/ini-besaran-bunga-kredit-deposito-bank-terbaru>

**Peraturan pemerintah dan undang-undang:**

Republik Indonesia. 2008. Undang-undang No. 20 Tahun 2008tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2003. Undang-undang No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2016. Undang-undang No. 6 Tahun 2016 tentang Tunjangan Hari Raya Keagamaan Bagi Pekerja/Buruh di Perusahaan Menteri Ketenagakerjaan. Jakarta.

**Tabel**

**Tabel Daftar Proyek Apartemen Jakarta**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Proyek | Segmen | Perkiraan Unit |
| Niffaro (Tower Eboni) | Menengah | 282 |
| Casablanca East Residences II | Menengah Bawah | 408 |
| Senopati Suites tower 2 | Atas | 73 |
| Senopati Suites tower 3 | Atas | 60 |
| The Royale Springhill Residences | Menengah Atas | 115 |
| Callia Apartment | Menengah | 595 |
| D’Green Pramuka Residence | Menengah bawah | 1.035 |
| The Mansion (Tower Capilano) | Menengah | 581 |
| The Mansion (Tower Dorada) | Menengah | 509 |
| Kemang View Apartment (Tower Mahogany) | Menengah Bawah | 390 |
| Kemang View Apartment (Tower Pinus) | Menengah Bawah | 279 |
| Metro Park Residence (Tower Manhattan) | Menengah | 709 |
| Metro Park Residence (Tower Milan) | Menengah | 709 |
| Springhill Terrace Residences | Menengah | 374 |
| Bassura City (Tower Dahlia) | Menengah Bawah | 812 |
| Capitol Park (Tower Sapphire) | Atas | 982 |
| Capitol Park (Tower Emerald) | Atas | 721 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tuscany Residence (Intermark) | Menengah | 407 |
| Beverly 90210 | Menengah | 378 |
| Four Winds | Atas | 122 |
| Puri Mansion Apartment (Tower Diamond) | Menengah Atas | 800 |
| B Residence Apartment (Tower Rose) | Menengah | 672 |
| Adhigrya Pangestu | Menengah | 496 |
| The Lavish Kemang | Atas | 414 |
| Podomoro Golf View (Tower Cordia) | Menengah Bawah | 1.144 |
| Oasis Suites | Menengah Bawah | 384 |
| Sukaraja Villages (Tower Sakti) | Menengah Bawah | 1.440 |
| Loftvilles City (Tower Buchida) | Menengah Bawah | 1.506 |
| Apartment Swarnabumi Bintaro | Menengah Bawah | 900 |
| Kota Swarnabumi Cikunir (Tower C) | Menengah Bawah | 1.053 |
| The smith Soho | Menengah Atas | 440 |
| Tokyo Riverside (Tower Akibara) | Menengah Bawah | 1.772 |
| Westpoint Apartment | Menengah | 272 |
| Jakarta Pavillion | Menengah Bawah | 400 |
| The Avenue Residences (Tower North) | Menengah Bawah | 750 |

***Sumber:*** Cushman & Wakefield Indonesia 2017 (diakses 14 Maret 2019)

**Tabel Rencana Kebutuhan Dana Vania Decor**

**(dalam Rupiah)**

|  |  |
| --- | --- |
| Rincian | Biaya (dalam Rupiah) |
| Kas Awal | 15.000.000 |
| Peralatan | 128.745.000 |
| Perlengkapan ( tahun) | 26.370.000 |
| Gaji Karyawan ( tahun) | 506.500.000 |
| Ruko ( Sewa/tahun) | 50.000.000 |
| Pembelian stok barang dagang | 675.846.000 |
| Biaya Perizinan Usaha (dunianotaris.com) | 2.000.000 |
| Biaya Renovasi Ruko | 28.450.000 |
| Total | 1.432.911.000 |

Sumber: Vania Decor

**Tabel Ramalan Anggaran Penjualan Vania Decor Tahun 2020**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Jenis Produk** | **Unit terjual** | **Harga/unit** | **Harga Total** |
| Wallpaper roll besar | 451 | Rp 755,000 | Rp 340,505,000 |
| Wallpaper roll kecil | 1039 | Rp 205,000 | Rp 212,995,000 |
| Karpet | 890 | Rp 215,000 | Rp 191,350,000 |
| Gorden | 890 | Rp 135,000 | Rp 120,150,000 |
| Parquet | 596 | Rp 240,000 | Rp 160,920,000 |
| Vinyl | 596 | Rp 210,000 | Rp 125,160,000 |
| Kaca film | 596 | Rp 135,000 | Rp 80,460,000 |
| Blinds | 596 | Rp 265,000 | Rp 157,940,000 |
| **Total** | **5654** |  | **Rp 1,389,480,000** |

Sumber: Vania Decor

**Tabel Kompensasi dan Balas Jasa Vania Decor**

**(dalam Rupiah)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Jabatan** | **Jumlah** | **Gaji pokok per orang (Bulan)** | **Total Gaji (Tahun)** | **Total THR (Tahun)** | **Total Kompensasi per tahun** |
| Manajer | 1 | 6000000 | 84000000 | 6000000 | 78000000 |
| Keuangan | 1 | 5000000 | 60000000 | 5000000 | 65000000 |
| Administrasi | 1 | 4400000 | 52800000 | 4400000 | 57200000 |
| Pemasaran | 1 | 4500000 | 54000000 | 4500000 | 58500000 |
| Kurir | 1 | 4200000 | 50400000 | 4200000 | 54600000 |
| Tukang pasang | 3 | 3500000 | 126000000 | 126000000 | 163800000 |
| Pegawai | 1 | 4200000 | 50400000 | 4200000 | 54600000 |
| **Total** | **9** |  |  |  | 506500000 |

Sumber: Vania Decor

**Tabel Kesimpulan Kelayakan Investasi Vania Décor**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Analisis** | **Batas Kelayakan** | **Hasil Analisis** | **Kesimpulan** |
| *Payback Period* | 5 Tahun | 3 Tahun 7 bulan 8 hari | Layak |
| *Net Present Value (*NPV) | NPV > 0 | Rp 96,419,806 | Layak |
| *Profitability Index(*PI*)* | PI > 1 | 1.068 | Layak |
| *Break Even Point (*BEP*)* | Penjualan > BEP | Penjualan per tahun > BEP per tahun | Layak |

Sumber: Vania Decor

**Gambar**

**Logo Usaha Vania Decor**

****

Sumber: Vania Decor

**Promosi Papan Iklan Vania Decor**

**Vania DeCOR**

**Home and office decoration**

**Start from Rp 100.000**

**Wallpaper-Gorden-karpet-blinds-**

**parquet-vinyl-kacafilm**

**Accecories interior**

Sumber: Vania Decor

**Kartu Nama Vania Decor**



Sumber: Vania Decor

**Contoh Brosur Vania Decor**



Sumber: Vania Decor