**RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA *FASHION***

**BATIK *VILLAGE***

**DI HARAPAN INDAH**

Meliana

Dibimbing oleh Martha Ayerza Esra, 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

ABSTRAK

Meliana / NIM 73150559 / 2019 / Rencana Bisnis Pendirian Bisnis *Fashion “* Batik *Village*” di Harapan Indah / Pembimbing : Martha Ayerza Esra, S.E, M.M.

Perusahaan *Batik Village* adalah perusahaan yang menyediakan produk batik yang diharapkan dapat membantu perkembangan zaman generasi *millenial*  semakin mengerti akan budaya batik yang memang berasal dari Indonesia.

Perusahaan *Batik Village* memilih beroperasi di Harapan Indah Bekasi karena harga ruko yang relatif murah dibandingkan Ibu Kota dan sekitarnya, dan pejualan dilakukan secara *online*.

Yang membedakan Perusahaan *Batik Village*  yaitu menyediakan produk batik dengan konsep yang lebih modern dimana pakaian yang diproduksi menggabungkan antara bahan batik dan bahan pakaian lainnya.

Bisnis ini diperkirakan membutuhkan dana sebesar Rp. 3.162.154.800 untuk dijalankan. Dana ini kemudian akan dialokasikan untuk pembelian peralatan, perlengkapan, menyewa ruko, biaya renovasi, dan kas.

Tidak menutup kemungkinan *Batik Village* dapat membuka *Offline Store*, yaitu toko fisik. Namun dikarenakan peluang yang ada membuat *Batik Village* mengambil jalur *Online* sebagai awal perjalanan bisnis.

Walaupun usaha batik dapat dibilang sudah dimana mana, namun *Batik Village* yakin tetap bisa bersaing di *Red Ocean* ini, karena *fashion* termasuk kedalam sektor industri ekonomi kreatif dan batik merupakan salah satu kebudayaan Indonesia yang selalu dipromosikan oleh pemerintah kepada masyarakat maupun negara lain, sehingga bisnis ini mempunyai peluang yang bagus kedepannya.

Dilihat dari aspek keuangan, *Batik Village* dapat dikatakan layak, dilihat dari *Payback Period, NPV, Profitability Index, IRR dan BEP.* Dari semua kategori diatas, semua perhitungan mengatakan bahwa layak berjalan bisnis ini.

Dalam menyangkut sosial, dapat dibilang bahwa *Batik Village* membantu lingkungan sosial dan bukan merusaknya, dikarenakan dengan membuka lapangan pekerjaan dan membantu perekonomian . Dan dalam menyangkut lingkungan, *Batik Village* termasuk kedalam bisnis yang tidak merusak lingkungan karena tidak mengggunakan bahan kimia berbahaya dan tidak menghasilkan sampah yang mencemari lingkungan.

*Keywords* : Industri *Fashion*, *Fashion* Batik, Batik *Village*

*ABSTRACT*

*Meliana / NIM 73150559 /2019 / Business Plan Establishment Fashion Business “Batik Village” at Harapan Indah / Supervisor: Martha Ayerza Esra, S.E, M.M.*

*Batik Village Company is a company that provides batik products that are expected to rise awareness of millennial generation to understand the meaning of batik which the original product from Indonesia.*

*Batik Village companies choose to operate in Harapan Indah Bekasi because the prices of the industri are relatively cheap compared to the Capital City and its surroundings, and the sales are done online.*

*What differentiate Batik Village Company is that it provides batik products with a more modern concept where the clothes produced combine batik materials and other clothing materials.*

*This business is estimated to require funds of Rp. 3.162.154.800**to run. These funds will then be allocated for the purchase of equipments, shop rental, renovation costs, and cash.*

*It is possible that Batik Village can open an Offline Store, which is a physical store. But because of the opportunities that make Batik Village take the Online path as the beginning of a business trip.*

*Although it has been a lot of batik business, but Batik Village believes that it can still compete in the Red Ocean, because fashion is included in the creative economy industry sector and batik is one of Indonesian cultures that is always promoted by the government to the community and other countries, so that this business has the good opportunity in the future.*

*Viewed from the financial aspect, Batik Village can be said to be feasible, seen from the Payback Period, NPV, Profitability Index, IRR and BEP. Of all the categories above, all calculations say that it is worth running this business.*

*In social matters, it can be argued that the Batik Village helps the social environment and not damage it, because by opening jobs and helping the economy. And in regard to the environment, Batik Village guarantees that it will not harm and damage the environment.*

*Keywords : Fashion Industri, Fashion Batik, Batik Village*

**Pendahuluan**

Konsep Bisnis

Perkembangan Batik yang melaju pesat serta gencarnya program pemerintah yang mempromosikan Batik sebagai kebuadayaan Indonesia menjadi tolak ukur penulis dalam merumuskan ide bisnis untuk menggunakan batik sebagai salah satu bahan dasar untuk membuat pakaian. Pakaian yang akan dibuat mengutamakan Batik sebagai bahan dasar tetapi digabungkan dengan bahan pakaian yang lain sehingga menjadi lebih *modern* dan tidak kaku seperti batik pada umumnya. Nama *Brand* untuk usaha ini adalah Batik *Village.*

Visi : Menjadikan Batik *Village* sebagai usaha produksi pakaian batik yang Unik dan Berkelas di Indonesia.

Misi :

1. Membudidayakan batik sebagai salah satu *culture* Indonesia dalam bentuk busana
2. Memberikan *mindset* kepadamasyarakat bahwa batik merupakan salah satu seni dalam berpakaian.

Tujuan dari Batik *Village* adalah sebagai berikut:

1. Menghadirkan gaya busana dengan menggunakan kesenian khas Indonesia, yaitu batik sebagai salah satu bahan dasar pembuatan pakaian.
2. Memperkenalkan batik sebagai salah satu ciri khas Indonesia yang patut dibanggakan dan berinovasi.
3. Menyajikan batik dengan gaya yang berbeda tanpa menghilangkan nilai seni didalamnya.

Kebutuhan dana Batik *Village* adalah sebagai berikut:

|  |  |
| --- | --- |
| **Keterangan**  | **Biaya**  |
| Kas Awal  |  Rp 10.000.000  |
| Biaya Peralatan  |  Rp 74.856.000  |
| Biaya Perlengkapan  |  Rp 67.354.800  |
| Biaya Sewa Ruko |  Rp 150.000.000  |
| Biaya Renovasi  |  Rp 7.820.000  |
| Bahan Baku |  Rp 2.852.124.000  |
| **Total**  |  **Rp 3.162.154.800**  |

**Rencana Produk, Kebutuhan Operasional dan Manajemen**

Proses Produksi dan Penjualan Batik *Village:*

Alur pembelian dan pengendalian bahan baku Batik *Village:*

Rencana teknologi dan kebutuhan usaha yang diperlukan Batik *Village:*

1. *Smartphone*
2. Komputer / Laptop
3. *Printer* dan *Scanner*
4. Mesin Jahit
5. Peralatan Jahit
6. Peralatan desain

**Strategi Bisnis**

Strategi Pemasaran:

1. Diferensiasi

Produk dari Batik *Village* sendiri adalah pakaian batik dimana kain batik dipadukan dengan kain lain sehingga pakaian yang dihasilkan tidak full batik. Motif batik yang digunakan juga bukan cuma satu macam mengingat setiap daerah di Indonesia mempunyai motif batik yang beraneka ragam. Kain yang digunakan pun adalah kain berkualitas unuk menjaga kualitas pakaian yang sudah jadi.

1. *Positioning*

Batik *Village*  menempatkan dirinya sebagai tempat yang menyediakan pakaian batik yang modern dan mengikuti perkembangan jaman tanpa menghilangkan nilai seni dari batik tersebut.

1. Penetapan Harga

Batik *Village* menggunakan metode *Cost – Based Pricing* untuk menentukan harga produk dihitung dari berapa banyak bahan yang digunakan dan biaya lainnya sehingga didapatlah harga pokok dari produk yang akan dijual.

Selain itu, metode yang digunakan juga *Competition – Based Pricing*, dimana harga yang diberikan kepada setiap konsumen berdasarkan harga pesaing untuk menjaga pasar dan tidak menjatuhkan harga pasar.

Target yang dituju oleh Batik *Village*:

1. Segmentasi Geografis

Secara geografis, Batik *Village* mempunyai ruang lingkup yang luas dimana penjualan Batik *Village* dilakukan secara online dan menjangkau seluruh wilayah yang ada di Indonesia maupun yang berada diluar Indonesia.

1. Segmentasi Demografis

Batik *Village* mempunyai target pasar yaitu wanita berusia antara 20 – 35 tahun dimana usia tersebut adalah usia aktif kerja maupun sdeang menempuh jenjang universitas. Yang menjadi target Batik *Village* adalah konsumen dikalangan menengah keatas dengan jenis perkerjaan apapun.

1. Segmentasi Psikografis

Gaya hidup masyarakat yang konsumtif dan selalu mengikuti perkembangan jaman adalah segmentasi yang dibutuhkan oleh Batik *Village* untuk mendapat tempat dimasyarakat.

1. Segmentasi Perilaku

Batik *Village* berfokus untuk menghadirkan produk fashion dengan desain yang unik dan mencerminkan kebudayaan Indonesia dengan bahan kain yang berkualitas.

Strategi Promosi yang dilakukan Batik *Village:*

1. *Sales Promotion*

 Insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau layanan dengan cara memajang produk atau jasa disuatu tempat untuk menarik perhatian. Promosi penjualan termasuk diskon, kupon, *display*, demonstrasi, dan acara. Batik *Village* akan menggunakan promosi ini apabila ada *event* yang diadakan seperti bazar kesenian, bazar *Fashion*, dan bazar lainnya.

1. *Personal Selling*

 Presentasi pribadi oleh tenaga penjualan perusahaan untuk tujuan menarik pelanggan, membuat penjualan, dan membangun hubungan pelanggan. *Personal selling* termasuk presentasi penjualan, pameran dagang, dan program insentif. Batik *Village* akan menggunakan promosi ini saat ada kegiatan atau pameran yand diadakan *mall-mall*.

1. *Direct Marketing*

. Pemasaran langsung termasuk *direct mail*, *email*, katalog, *online* dan media sosial, pemasaran seluler, dan banyak lagi. Batik *Village* menggunakan kegiatan promosi ini sehari-hari dengan melalui media sosial terutama *Instagram.*

Kebutuhan tenaga kerja Batik *Village:*

Batik Village akan memeperkerjakan 8 karyawan yang terdiri dari 1 orang manajer, 1 orang yang bertugas mendesain, 1 orang staff keuangan dan administrasi, 2 orang staf logisyik, dan 3 orang penjahit.

Balas jasa yang diterima oleh karyawan Batik *Village* mempunyai 2 jenis, yaitu:

* + - 1. Gaji Pokok

Gaji Pokok menurut Peraturan Pemerintah Nomor 78 Tahun 2015 Tentang Pengupahan Pasal 5 ayat 2 adalah imbalan dasar yang dibayarkan kepada Pekerja/Buruh menurut tingkat atau jenis pekerjaan yang besarnya ditetapkan berdasarkan kesepakatan. Gaji Pokok yang diberikan kepada karyawan ditetapkan berdasarkan Upah Minimum Provinsi (UMP) Jakarta tahun 2019, yaitu sebesar Rp 3.940.973,00.

Gaji Manajer sendiri adalah Rp 8.000.000,00, gaji pendesain Rp 5.000.000,00, Gaji staf admininstrasi dan keuangan Rp 4.500.000,00, gaji staf logistik dan penjahit adalah Rp 4.287.384,00.

* + - 1. Tunjangan Hari Raya (THR)

Tunjangan Hari Raya menurut Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2016 Tentang Tunjangan Hari Raya Keagamaan Bagi Pekerja/Buruh di Perusahaan Pasal 1 ayat 1 adalah pendapatan non upah yang wajib dibayarkan oleh Pengusaha kepada Pekerja/Buruh atau keluarganya menjelang Hari Raya Keagamaan. THR wajib diberikan paling lambat 7 hari sebelum Hari Raya Keagamaan sebesar 1 bulan gaji kerja yang diterima sekali dalam satu tahun.

Rencana keuangan Batik *Village* adalah sebagai berikut:

Produk Batik *Village* akan dijual dalam kisaran harga Rp 500.000,00 - >Rp1.000.000,00.

Kenaikan Penjualan sebesar 5,27% pada tahun kedua dan 10% pada tahun – tahun berikutnya.

Biaya Bahan Baku Batik *Village* adalah sebesar Rp 2.852.124.000,00.

Biaya Perlengakapan Batik *Village* adalah sebesar Rp 67.354.800.

Biaya Listrik Batik *Village* adalah sebesar Rp 16.395.974,00.

Biaya Internet Batik *Village* adalah sebesar Rp 3.000.000,00.

Biaya Air Batik *Village* adalah sebesar Rp 2.548.080,00.

Biaya Renovasi Bangunan Batik *Village* adalah sebesar Rp 7.820.000,00.

Biaya Tenaga Kerja Batik *Village* adalah sebesar Rp 519.042.112,00

Biaya Pemasaran Batik *Village* adalah sebesar Rp76.539.500,00.

Biaya Administrasi dan Umum Batik *Village* adalah sebesar Rp 240.00,00.

Biaya Penyusutan Peralatan Batik *Village* adalah sebesar Rp 14.971.200,00.

Biaya Pemeliharaan Batik *Village* adalah sebesar Rp 3.020.000,00.

Biaya Sewa Bangunan Batik *Village* adalah sebesar Rp 150.000.000,00 diabayar 2 tahun dimuka.

Analisis Kelayakan Invetasi Batik *Village* adalah sebagai berikut :

1. *Payback Period* Batik *Village* adalah 1 tahun 6 bulan 3 harri dimana < 5 tahun.
2. Hasil *NPV* > 0 yaitu sebesar Rp 5.680.212.340,00.
3. Hasil perhitungan *PI* yaitu2,796310649 dimana > 1.
4. Hasil perhitungan *IRR* yaitu 64,13% melebihi tingkat bunga yang diharapkan yaitu 55%.
5. Tingkat penjualan sebesar Rp 5.704.248.00,00 melebihi *BEP* yaitu sebesar Rp 1.593.146.396,00.

 Pengendalian resiko bisnis internal Batik *Village:*

1. Kesalahan operasional kerja dalam produksi dan pengemasan

Untuk menghindari adanya kesalahan dalam proses produksi maka setiap karyawan akan diberi *jobdesk* dan prosedur untuk masing – masing pakaian agar pembuatan pola lebih efisien.

1. Penurunan kinerja karyawan

Melakukan penilaian kinerja terhadap setiap karyawan per bulan dimana dalam hal ini untuk mengontrol apakah adanya peningkatan kinerja setiap bulannya.

1. Alat produksi yang tidak bekerja dengan baik

Alat – alat teknologi yang rusak perlu di perbaiki atau di *service* agar tetap optimal dan dapat berfungsi seperti sedia kala.

Sedangkan pengendalian resiko bisnis eksternal antara lain:

1. Selera konsumen

Batik *Village* juga akan memperhatikan tren pakaian yang sedang berlaku agar dapat menyesuaikan produknya dan tidak ketinggalan jaman.

1. Muncul pesaing baru

Batik *Village* akan melakukan improvisasi terhadap produknya dengan terus mengeluarkan desain yang disesuaikan dengan tren pakaian yang sedang digemari.

1. Jasa logistik yang digunakan

Batik *Village* akan bekerja sama dengan jasa logistik yang sudah terpercaya seperti *JNE, J&T,* dan jasa logistik lain yang mempunyai reputasi yang baik.

**DAFTAR PUSTAKA**

**Buku Teks**

Crouhy, Michel et al (2014), *The Essentials of Risk Management*, Edisi 2, United States: Mc Graw Hill Education.

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

Ebert, Ronald J., Ricky W. Griffin (2015), *Business Essentials*, Edisi 10, Global Edition, United States: Pearson Education.

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

Heizer, Jay et al (2017), *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*, Edisi 12, Global Edition, Malaysia: Pearson Education.

Hisrich, Robert et al (2017), *Entrepreneurship*, Edisi 10, International Edition, New York: Mc Graw Hill Education.

Kotler, Philip, Gary Armstrong (2018), *Principles of Marketing*, Edisi 17, Global Edition, Italy: Pearson Education.

Kotler, Philip, Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi 15, Global Edition, United States: Pearson Education.

Robbins, Stephen P., Mary Coulter (2016), *Management*, Edisi 13, Global Edition, United States: Pearson Education.

Saiman, Leonardus (2014), *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-Kasus*, Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat.

**Website dan Media Internet**

BEKRAF (2018) *, Peran Ekonomi Kreatif Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Nasional*, Beritatagar,id, diakses pada Maret 2019, <https://beritagar.id/artikel/infografik/peran-ekonomi-kreatif-terhadap-pertumbuhan-ekonomi-nasional>

[Simatupang](https://beritagar.id/penulis/TasyaSimatupang), Tasya (2016), *Batik Mendapat Tempat Dihati Para Milenial*, BeritaTagar.id, diakses pada Maret 2019, <https://beritagar.id/artikel/laporan-khas/perjalanan-batik-dari-titik-malam-hingga>

Novianto, Hedi (2018), *Batik Buatan Indonesia Memimpin Pasar Dunia,* BertitaTagar.id, diakses pada Maret 2019, <https://beritagar.id/artikel/berita/batik-buatan-indonesia-memimpin-pasar-dunia>

Online Pajak (2016), *NPWP : Cara Daftar NPWP Online*, Onlinepajak.com, diakses pada April 2019, <https://www.online-pajak.com/daftar-npwp-online-wajib-pajak-orang-pribadi>

Dinas PM dan PTSP Provinsi Jakarta (2019), *Detail Perizinan : Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) Kecil Perorangan Baru,* Pelayanan.Jakarta.go,id*,* diakses pada April 2019, <http://pelayanan.jakarta.go.id/site/detailperizinan/571>

Nadia, Ambaranie (2018), *Kuartal II 2018, Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 5,27 Persen,* ekonomi.kompas.com, diakses pada Mei 2019, <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/08/06/125338926/kuartal-ii-2018-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-527-persen>

Bank Indonesia (2018), *Laporan Inflasi*, diakses pada Mei 2019, <https://www.bi.go.id/id/moneter/inflasi/data/Default.aspx>

Donal, Andri (2018), *Melihat Detail Aturan Tarif PPh Final UMKM 0,5 Persen,* ekonomi.kompas.com, diakses pada Mei 2019, <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/06/26/090800326/melihat-detil-aturan-tarif-pph-final-umkm-0-5-persen>

Sutarno (2018), *PPh Final UKM 0,5 Persen Berlaku 1 Juli 2018,* finansial.bisnis.com, diakses pada Mei 2019, <https://finansial.bisnis.com/read/20180622/10/808537/pph-final-ukm-05-persen-berlaku-1-juli-2018-ini-ketentuannya>

Pamjaya (2019), *Simulasi tagihan Rekening,* pamjaya.co.id, diakses pada Juni 2019, <http://pamjaya.co.id/id/customer-info/bill-simulation>

Kontan (2018), *Suku Bunga Kredit Perbankan Beranjak Naik Mengikuti Bunga Deposito,* Kontan.co.id diakses pada Juni 2018,

 <https://keuangan.kontan.co.id/news/suku-bunga-kredit-perbankan-beranjak-naik-mengikuti-bunga-deposito>

Indihome (2018), *Paket Internet dan Telepon Rumah*, diakses pada Juni 2019, <https://indihome.co.id/internetdantelepon>

PT. Perusahaan Listrik Negara (2018), *Penyesuaian Tarif Tenaga Listrik*, diakses pada Desember 2018, <http://www.pln.co.id/statics/uploads/2018/05/Tariff-Adjustment-April-Juni-2018-1.jpg>