**Rencana Bisnis Pendirian Usaha Toko Online Pakaian Dalam Anak-Anak *Neiku Underwear***

Nama Penulis

Neilson Wijaya

Muhammad Fuad , S.E , M.P.

Kwik Kian Gie School of Business, Jl.Yos Sudarso Kav 85 No. 87

Abstrak

*Neiku Underwear* sebuah bisnis yang bergerak di bidang *online, Neiku Underwear* menjual produk celana dalam anak-anak yang *trendy*. Kantor *Neiku Underwear* akan terletak di Jalan Pademangan III Gang 18 Nomor 252, Kel. Pademangan Timur, Kec. Pademangan, Jakarta Utara.

*Neiku Underwear* memiliki visi “Menjadi *brand* celana dalam anak-anak yang ternama di Indonesia”. *Neiku Underwear* juga memiliki misi untuk menciptakan kepuasan pelanggan dengan memberikan produk dan pelayanan yang berkualitas, serta membangun hubungan yang baik dengan pelanggan.

*Neiku Underwear is a business engaged in online sector. Neiku Underwear sells a trendy children underwear. Neiku Underwear's office will be located on Jalan Pademangan III Gang 18 No 252, Kel. Pademangan Timur, Kec. Pademangan, North Jakarta.*

*Neiku Underwear has a vision of "To be the famous kids underwear brand in Indonesia". Neiku Underwear also has a mission to create customer satisfaction by providing qualified products and services, and build a good relationship with customer.*

Pendahuluan

Penulis lebih memilih membuka usaha *online* karena penulis pun melihat ada potensi yang amat besar dalam bisnis *Online* dan *E-Commerce* , bisnis *Online* di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir ini serta banyak department store juga yang mengembangkan penjualan secara *online* seperti Matahari dan lainnya. Faktor yang makin menguatkan penulis dalam memilih usaha di bidang pakaian dalam anak-anak yaitu sebagai manusia tentunya tidak bisa lepas dari kebutuhan sandang. Maka dari itu penulis tertarik untuk menekuni bisnis *online* pakaian dalam anak-anak.

Visi dari *Neiku Underwear* yaitu “Menjadi *brand* celana dalam anak-anak yang ternama di Indonesia.’’

Misi *Neiku Underwear* adalah sebagai berikut:

1. Menciptakan kepuasan pelanggan dengan memberikan produk yang berkualitas.
2. Membangun hubungan yang baik dengan para pelanggan didasarkan atas kepercayaan yang telah diberikan.

Peluang bisnis menjual pakaian dalam anak-anak sangat besar potensinya, pangsa pasarnya yang luas karena jumlah pertumbuhan anak-anak di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat dan juga jaman sekarang banyak ibu-ibu yang senang dengan kebutuhan anak-anaknya namun sebagian orang tidak meliki waktu untuk berbelanja membeli kebutuhan anak-anak mereka dan pertumbuhan berbelanja online semakin meningkat dari tahun ketahun dikarenakan berbelanja online memiliki beberapa keuntungan seperti lebih efisien dan efektif serta dapat menghemat biaya dibandingkan berbelanja secara langsung.

modal awal yang dibutuhkan untuk memulai usaha *Neiku Underwear* adalah sebesar Rp 745.728.176,-

Rencana Produk/ Jasa, Kebutuhan Operasional, dan Manajemen

AlurPembelian Produk

Konsumen membuka aplikasi/*web e-commerce*

Melihat produk di etalase produk

Konsumen tertarik pada produk yang ditawarkan di etalase

Konsumen melakukan proses pembelian dengan mengisi *form* pembelian

Konsumen membuka forum diskusi untuk menanyakan ketersediaan stok

Konsumen melakukan pembayaran kepada rekening bersama pihank *e-commerce*

Pihak *E-commerce* memproses pembayaran konsumen

Konsumen melakukan verifikasi pembayaran kepihak *E-Commerce*

Pihak *E-Commerce* meneruskan pesanan pembeli kepada penjual peeeeapennpenjual

Penjualan mengirimkan paket pembelian konsumen kepada pihak ekspedisi

Penjual mengemas produk yang dipesan pembeli

Penjual memproses pesanan pembeli

Penjual menginput nomor resi pengiriman

Pembeli mengkonfirmasi pesanan yang diterima dan memberikan *feedback* kepada penjual

Pembeli menerima paket kiriman

Setelah *feedback* diterima, pihak *e-commerce* baru memberikan *fee* kepada penjual

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Nama Peralatan** | **Unit** | **Harga Satuan (Rp)** | **Harga Total (Rp)** |
| 1 | AC Split | 1 | 2.545.000 | 2.545.000 |
| 2 | Handphone Admin | 1 | 2.100.000 | 2.100.000 |
| 3 | Printer | 1 | 1.900.000 | 1.900.000 |
| 4 | Laptop | 1 | 3.700.000 | 3.700.000 |
| 5 | Meja Kantor | 1 | 290.000 | 290.000 |
| 6 | Kursi Kantor | 2 | 275.000 | 550.000 |
| 7 | Rak Besi | 3 | 500.000 | 1.500.000 |
| 8 | Ministudio Untuk Foto Produk | 1 | 380.000 | 380.000 |
| 9 | Peralatan Untuk Wireless | 1 | 250.000 | 250.000 |
| 10 | Sepeda Motor | 1 | 15.550.000 | 15.550.000 |
| **Total** | | | | **28.765.000** |

Strategi Bisnis

Beberapa pembagian segmen pasar konsumen:

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi ini pasar dibagi menjadi beberapa bagian geografi seperti wilayah provinsi, desa dan kota. *Neiku Underwear* bergerak secara *online* mencakup seluruh masyarakat Indonesia yang terakses dengan media sosial.

1. Segmentasi Demografis

Segmentasi ini mengelompokkan pasar menjadi beberapa variabel seperti usia dan pendapatan. Untuk kelompok usia, pasar yang dituju oleh *Neiku Underwear* adalah wanita berusia 20 sampai 40 tahun, yang pada umumnya sudah berumah tangga.

1. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis dibagi dalam sejumlah kelas sosial, karakteristik personal atau gaya hidup. *Neiku Underwear* sendiri berfokus pada segmen konsumen yang biasanya memenuhi kebutuhan sehari-harinya dengan berbelanja lewat media *online.*

Strategi Pemasaran

1. Melalui Media Publisitas – Jejaring Sosial Media sosial digunakan sebagai salah satu alat promosi utama *Neiku Underwear* karena rata-rata masyarakat pada jaman sekarang aktif dalam menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari untuk sekedar melihat berita, berkomunikasi, belanja *online* hingga mencari info-info terkait tempat baru yang sedang *hits* dikunjungi. Adapun sosial media yang digunakan adalah *Instagram, Facebook, Whatsapp,* dan *Email*. Besarnya penggunaan sosial media ini berpengaruh besar dalam promosi *Neiku Underwear*.

2. Periklanan yang akan dilakukan oleh *Neiku Underwear* adalah dengan menggunakan kartu nama. Dengankartu nama yang diberikan pada setiap produk yang terjual ke konsumen akan meningkatkan *awareness* masyarakat sekitar akan kehadiran *Neiku Underwear* sehingga mereka akan tertarik untuk berbelanja kembali.

**Rencana Organisasi**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Jabatan** | **Jumlah** |
| **1** | Manajer | 1 |
| **2** | Bagian *Admin* Penjualan | 1 |
| **3** | Bagian Operasional | 1 |

**Rencana Keuangan**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **NO** | **Keterangan** | **Jumlah** |
| 1 | Kas Awal | Rp 50.000.000 |
| 2 | Biaya Peralatan | Rp 28.765.000 |
| 3 | Biaya Perlengkapan | Rp 4.424.000 |
| 4 | Biaya Barang Dagang | Rp 661.389.176 |
| 5 | Biaya Instalasi | Rp 1.150.000 |
|  | **Total** | **Rp 745.728.176** |

Pengendalian Resiko

1. Kecurangan yang dilakukan oleh tenaga kerja

*Neiku Underwear* akan memperketat penjagaan dengan mencatat setiap stokperalatan, perlengkapan dan produk yang digunakan setiap harinya demi mengurangi adanya kehilangan barang. Selain itu *Neiku Underwear* juga menerapkan kontrak kerja yang bersifat tertulis kepada para tenaga kerjanya untuk dapat memiliki tanggung jawab terhadap setiap pekerjaannya.

1. Persediaan stok produk yang sulit diprediksi

Melakukan manajemen stok yang lebih terukur dimana melihat tren suatu produk dimana produk yang memiliki penjualan yang tinggi akan di tambahkan stoknya agar dapat memenuhi permintaan dari konsumen sehingga konsumen tidak berpindah ke toko lain, sedangkan untuk produk dengan penjualan yang kurang begitu tinggi akan dikurangistok barangnya agar bisa meminimalisir resiko yang tidak diinginkan.

1. Persaingan yang ketat

Agar dapat mempertahankan konsumen supaya tidak berpindah ke kompetitor, maka *Neiku Underwear* harus bisa mengantisipasi persaingan yang semakin ketat dengan terus mengembangkan bisnisnya mulai dari harga, produk, pelayanan yang baik serta kecepatan dalam pengiriman produk ke konsumen yang membuat konsumen puas.

1. Pelanggan yang pindah ke produk pesaing

Resiko ini dapat dikendalikan dengan membuat *customer relationship,* seperti memasukkan kontak konsumen yang sudah pernah berbelanja di *Neiku Underwear* dan menginformasikan jika ada produk baru, sehingga konsumen akan setia berbelanja di *Neiku Underwear* dan tidak berpindah ke pesaing.

1. Keterlambatan dan Kesalahan kurir pengiriman di dalam mengirimkan paket

Resiko ini akan diselesaikan dengan menghubungi kantor agennya (kurir) dengan menyertakan nomor resi yang berkendala tersebut. Jika dalam kondisi terburuk, paket yang berkendala tersebut hilang saat pengiriman maka pihak kurir pengiriman pun akan memberikan ganti rugi sebesar harga produk yang dikirimkan. *Neiku Underwear* akan selalu membantu konsumen yang berkendala dengan semaksimal mungkin dan akan mengkonfirmasi ulang setiap pengiriman kepada pembeli tentang alamat dan nomor telepon yang tertera agar dapat meminimalisir kesalahan pengiriman.

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

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

Dessler, Gary (2013), *Human Resources Management*, Edisi Ke-13, 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 Ke-15e, Global Edition, United States: Pearson Education.

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

**Sumber Internet:**

Bps.gp.id 2018, Ekonomi Indonesia Triwulan III-2018 Tumbuh 5,17 Persen, diakses Maret 2019

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

Databoks.kata.co.id, Jumlah Penduduk Indonesia Mencapai 265 Juta Jiwa, diakses Maret 2019

[https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/05/18/2018-jumlah- penduduk-indonesia-mencapai-265-juta-jiwa](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/05/18/2018-jumlah-%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20penduduk-indonesia-mencapai-265-juta-jiwa)

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

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

Kominfo.go.id 2017, Bisnis *E-Commerce* Bakal Memanas di 2020, diakses Maret 2019

<https://kominfo.go.id/content/detail/10968/bisnis-e-commerce-bakal-> memanas-di-2020/0/sorotan\_media

Kama (2018), Inilah Tren *E-Commerce* 2018 di Indonesia, Menurut Toko *Online* Ini, diakses April 2019

<https://nextren.grid.id/read/0124363/inilah-tren-e-commerce-2018-di-indonesia-menurut-toko-online-ini?page=all>

Obengplus.com 2019, Daftar tarif dasar listrik PLN 2019 dan Cek Tagihan Listrik Online, diakses Mei 2019

<http://obengplus.com/articles/4518/1/Daftar-tarif-dasar-listrik-PLN-2019-dan-Cek-Tagihan-Listrik-Online.html>

Tribunnews.com 2018, UMP DKI Jakarta 2019 Ditetapkan Rp 3,9 Juta, Naik 8,03%, diakses April 2019

<http://www.tribunnews.com/metropolitan/2018/11/01/ump-dki-jakarta-2019-ditetapkan-rp-39-juta-naik-803>.