**“RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA TOKO PERHIASAN GUNUNG AGUNG”**

**Nendy Octavian**

Mahasiswa S1 Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

octaviannendy@gmail.com

**Drs. Akromul Ibad, MM.**

Pembimbing

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971

**ABSTRAK**

Nendy Octavian / 74150279 / 2019 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha “Toko Perhiasan Emas Gunung Agung” di Pasar Baru Bekasi Timur / Dosen Pembimbing: Drs.Akromul Ibad, MM.

Toko Perhiasan Emas Gunung Agung merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang manufaktur dan jual beli perhiasan. Toko Perhiasan Emas Gunung Agung menjual berbagai macam jenis perhiasan mulai dari perhiasan 22 karat hingga 24 karat. Toko Perhiasan Emas Gunung Agung terletak pada Jl. Prof Moh Yamin. No 72, Pasar Baru Bekasi.

Toko Perhiasan Emas Gunung Agung memiliki visi menjadi Toko Perhiasan yang berkualitas serta jujur di Indonesia.

Produk yang ditawarkan oleh Toko Perhiasan Emas Gunung Agungadalah jual beli perhiasan yang berbagai macam, mulai dari perhiasan 22 karat hingga 24 karat.

Seperti halnya bisnis yang lain, strategi pemasaran sangat diperlukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap merek Toko Perhiasan Emas Gunung Agung. Dalam hal ini Toko Perhiasan Emas Gunung Agungmemiliki salah satu strategi pemasaran melalui reward.

Sumber daya manusia sangat dibutuhkan untuk menunjang kegiatan operasional bisnis Toko Perhiasan Emas Gunung Agung. Saat ini akan direncanakan karyawan berjumlah enam orang.

Investasi awal yang dibutuhkan oleh Toko Perhiasan Emas Gunung Agung adalah sebesar Rp 1.460.323.000,- yang akan digunakan sebagai cadangan kas, biaya peralatan, biaya perlengkapan, biaya sewa ruko, serta biaya renovasi bangunan. Investasi awal ini merupakan hibah dari orang tua. Hasil analisis keuangan menunjukkan bahwa pada BEP nilai penjualan lebih tinggi dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Untuk NPV memperoleh nilai sebesar 10.650.209.251, untuk PI diperoleh nilai sebesar 7,293 lebih besar daripada 1. Sedangkan untuk *payback period* diperoleh 10 bulan dan 2 hari dengan batas maksimal 5 tahun. Kesimpulan dari hasil analisis kelayakan keuangan ini adalah bisnis Toko Perhiasan Emas Gunung Agung layak untuk dijalankan.

**Kata Kunci : Rencana Pendirian Usaha, Toko Perhiasan Emas**

***ABSTRACT***

*Nendy Octavian / 74150279 / 2019 / Business Plan for the Establishment of “Toko Perhiasan Emas Gunung Agung” in Pasar Baru, East Bekasi/ Advisor: Drs.Akromul Ibad, MM.*

*Toko Perhiasan Emas Gunung Agung is a business that is engaged in manufacture services and buying and selling jewelry. Toko Perhiasan Emas Gunung Agung sells a variety of jewelry services starting from 22 carat gold and up to 24 carat of gold. Toko Perhiasan Emas Gunung Agung is located on Jl. Prof Moh Yamin, No. 72, East Bekasi.*

*Toko Perhiasan Emas Gunung Agung has a vision to be the number one in quality and honesty in Indonesia.*

*The products offered by Toko Perhiasan Emas Gunung Agung have a variety, starting from 22 carat of gold and up to 24 carat of gold.*

*Like other business. a marketing strategy is needed to be increase public awareness of the Toko Perhiasan Emas Gunung Agung brand. In this case Toko Perhiasan Emas Gunung Agung has one marketing strategy by giving reward.*

*Human Resources are needed to support the business operations of Toko Perhiasan Emas Gunung Agung. Currently there are six employees will be planned.*

*The initial investment needed by Toko Perhiasan Emas Gunung Agung is around Rp 1.460.323.000,- which will be used as cash reserves, equipment costs, shop rental costs, and the cost of renovating the building. This initial investment is a grant from parents. The results of financial analysis show that the BEP of sales value is higher than the costs incurred. For NPV obtained a value of 10.650.209.251 for PI obtained a value of 7.293 greater than 1. While for the payback period obtained 10 month and 2 days with a maximum limit of 5 years. The conclusion of the results of this financial feasibility analysis is the business of Toko Perhiasan Emas Gunung Agung is feasible to run.*

*Keyword: Business Plan, Toko Perhiasan*

**Pendahuluan**

**Konsep Bisnis**

Gaya hidup yang semakin *glamour* karena pengaruh perkembangan globalisasi dan kemewahan, membuat banyak orang rela menghabiskan uang yang dimiliki demi gaya bersosialisasi yang *elegant* dan diakui status sosialnya. Hal ini terjadi pada dunia *fashion*, terutama dalam mengenakan perhiasan emas baik gelang, cin-cin, kalung, liontin, gelang kaki, anting, dan lainya.

Toko perhiasan saat ini banyak tersebar di seluruh Indonesia, Gunung Agung mau memperkenalkan model-model serta *line-up* produk baru baik dari segi model maupun warna yang di sajikan dan kadar perhiasan yang berbeda tetapi tetap memenuhi kadar emas *standard* yang berlaku secara *international*. Hal-hal yang inilah yang nantinya akan memberikan kesan *fresh* dan berbeda dibandingkan dengan perhiasan lain yang beredar pada umum nya sehingga bisa cocok dengan *fashion* yang sedang berkembang dikalangan anak muda atau para *Gold Enthusiast*.

**Visi dan Misi Perusahaan**

* Visi : menjadikan Toko Perhiasan Emas Gunung Agung unggul dalam pelayan terhadap konsumen serta memberikan kepuasan lebih dalam hal konsumsi bagi pelanggan.
* Misi : mampu menjamin kepuasan konsumen baik dari segi pelayanan maupun barang yang di jual, serta tidak melakukan kecurangan dalam bentuk apapun untuk terus menjaga kepuasan dan loyalitas dari konsumen, konsisten dalam penerimaan transaksi jual dan beli baik barang cacat, rusak, karena pemakaian. Memberikan hak-hak karyawan agar karyawan bekerja dengan professional, membangun hubungan baik dalam bidang bisnis dan sosial dengan konsumen serta mitra bisnis, menerapkan standard mutu pada proses kerja dengan cara mengikuti semua pelatihan-pelatihan servis perhiasan, memberikan solusi kepada konsumen yang memudahkan baik dalam transaksi jual-beli maupun servis perhiasan yang cacat ataupun rusak karena pemakaian.

**Peluang Bisnis**

Toko Perhiasan Emas Gunung Agung ini sendiri memiliki prospek bisnis ke depannya karena seperti yang sudah dibahas pada latar belakang, mayoritas masyarakat sekarang adalah senang untuk melakukan tindakan konsumtif dan suka mengikuti trend *fashion* yang sedang hits ditambah lagi perhiasan emas adalah komoditi yang paling banyak di cari dan sangat *liquid* sehingga sangat mudah untuk di uangkan apabila memerlukan dana secara mendadak tanpa perlu kesulitan.

Selain itu, Toko Perhiasan Emas Gunung Agung melihat peluang ini sangat bagus karena sudah banyak usaha sejenis yang sudah ramai pengunjung. Kesempatan ini dapat digunakan untuk menarik konsumen dari kompetitor yang sudah lebih dulu ada.

Produk perhiasan di Toko Perhiasan Emas Gunung Agung menggunakan bahan baku yang sesuai dengan *standard* yang berlaku dan sudah lulus dalam pengujian sehingga sudah jelas bahwa produk dari Toko Perhiasan Emas Gunung Agung tidak perlu diragukan kembali.

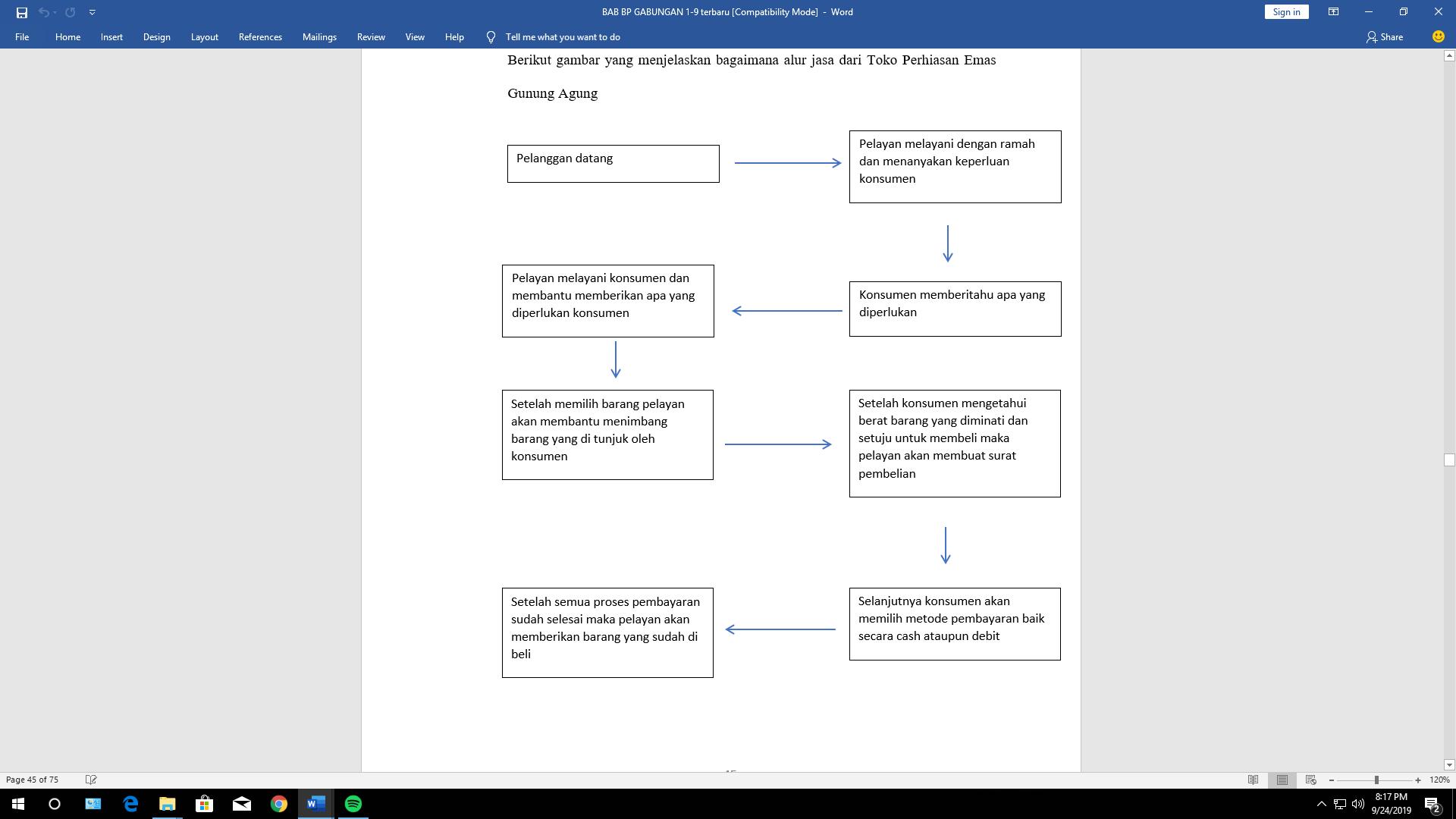
Toko Perhiasan Emas Gunung Agung memberikan harga sesuai dengan pasaran yang berlaku pada hari itu (karena tidak setiap hari pasaran yang berlaku sama), dimana dengan kisaran harga tersebut masih dilakukan penambahan atau penurunan poin. Tingkat pengganguran di Indonesia semakin menurun, hal ini memiliki dampak baik bagi *industry* ini, karena selain sebagai kebutuhan pokok namun kemampuan belanja masyarakat juga meningkat. Kondisi ini baik untuk Toko Perhiasan Emas Gunung Agung .

**Kebutuhan Dana**

Kebutuhan dana yang digunakan untuk mengembangkan usaha Toko Perhiasan Emas Gunung Agung berasal dari modal sendiri dan hibah orang tua. Berikut adalah kebutuhan dana yang diperlukan untuk pengembangan Toko Perhiasan Emas Gunung Agung . Biaya bahan baku berasal dari 3000gr x 370.000. Dengan total 1.460.323.000.

**RENCANA PRODUK, KEBUTUHAN OPERASIONAL, DAN MANAJEMEN**

**Proses Pelayanan**



**Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha**

Beberapa penggunaan alat berdasarkan teknologi yang digunakan oleh pemilik dalam berjalannya bisnis Toko Perhiasan Emas Gunung Agung ini, sebagai berikut:

1. Telepon dan Internet

Teknologi dalam pemesanan barang atau menginfo pesanan konsumen yaitu dengan menggunakan telepon, dan, *email* dalam pemesanan barang ke pemasok. Pemasaran juga menggunakan media sosial seperti *facebook, twitter* dan *instagram.*

1. Mesin EDC

Mesin ini diperlukan untuk membantu konsumen agar lebih mudah dalam melakukan pembayaran.

1. Timbangan *Digital*

Timbangan *Digital* di pilih karena memiliki tingkat akurasi yang sangat baik serta sangat detail dalam menunjukkan angka *decimal*.

1. *CCTV*

Kamera pengawas diperlukan untuk mengawasi keadaan di sekitar Toko Perhiasan Emas Gunung Agung , mengawasi konsumen, mengawasi kinerja karyawan serta untuk menunjang keamanan konsumen, dan Toko Perhiasan itu sendiri.

**STRATEGI BISNIS**

**Pemasaran**

Berikut adalah promosi yang dilakukan oleh Toko Perhiasan Emas Gunung Agung :

1. *Word of Mouth*

Promosi yang dilakukan secara mulut ke mulut merupakan metode promosi yang memiliki kekuatan besar dan tidak berbiaya. Metode ini sangat efektif untuk membangun minat dan ketertarikan calon konsumen. Dapat diawali dari memperkenalkan jasa yang ditawarkan dari perusahaan kepada rekan-rekan terdekat, dan dengan sendirinya kan menyebar ke orang-orang. Dan untuk mendukung promosi ini maka Toko Perhiasan Emas Gunung Agung akan menyediakan layanan dan fasilitas terbaik agar pelanggan merasa nyaman.

1. Media Sosial

Pada langkah ini, Toko Perhiasan Emas Gunung Agung akan melakukan promosi penjualan melalui *facebook, twitter,* *instagram,* kaskus*,* dan *Facebook, twitter, instagram,* kaskus merupakan media sosial terbesar dan digunakan hampir seluruh masyarakat pada umumnya. Langkah ini dipilih karena tidak ada biaya yang dikeluarkan untuk memperkenalkan perusahaan, namun banyak target pasar yang didapat karena besarnya jumlah *member* dari situs diatas.

1. Promosi Penjualan

Melakukan promo berarti memberikan penawaran-penawaran khusus kepada calon konsumen. Toko Perhiasan Emas Gunung Agung akan memberikan reward yang bermacam-macam seperti dompet, tas, payung, parcel, kalender, dll. Sesuai dengan ketersediaan barang dan event yang sedang berlangsung.

1. Pemasangan Spanduk

Toko Perhiasan Emas Gunung Agung akan melakukan pemasangan spanduk agar dapat mudah dilihat dan dikenali oleh masyarakat sekitar. Berikut adalah biaya yang dikeluarkan untuk pemasangan spanduk yang dinyatakan dalam

**Keuangan**

Proyeksi penjualan pada tahun ke tahun meningkat sebesar 10%. Lalu Pajak yang diterapkan pemerintah sebesar 0,5% dari laba sebelum pajak. Analisis keuangan yang dilakukan yaitu nilai BEP, *net present value* (NPV), *profitability index* (PI) dan *payback period* (PP). Hasilnya diperoleh bahwa pada BEP nilai Sales lebih tinggi dibandingkan biaya yang dikeluarkan, untuk NPV didapat yaitu 5.729.411.875, sedangkan untuk *Payback Period* diperoleh 10 bulan 2 hari dengan batas maksimal 5 tahun, dan yang terakhir perhitungan PI dengan hasil 3,92 di atas 1. Berdasarkan analisis tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan.

**Pengendalian Resiko**

1. **Evaluasi Kelemahan dari Bisnis**

Menjalankan bisnis tidak mungkin tidak memiliki risiko. Risiko merupakan kemungkinan yang mungkin muncul karena adanya ketidakpastian. Risiko juga dapat diartikan sebagai suatu keadaan atau faktor yang mungkin memiliki dampak negatif terhadap profitabilitas atau jalannya perusahaan. Bisa dikatakan bahwa keberadaan risiko tidak dapat dihindari namun dapat diminimalisir, oleh sebab itu risiko bukanlah sesuai hal yang perlu ditakuti melainkan dihadapi.

Bisnis dalam pengelolaannya perlu dilakukan secara berhati-hati, menggunakan strategi, memperhitungkan risiko yang dihadapi termasuk bagaimana mengantisipasi risiko tersebut.

Dalam setiap bisnis yang dijalankan tidak akan terhindar dari suatu kelemahan. Kelemahan ini dapat tereliminasi apabila perusahaan tersebut dapat mengembangkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki. Perlu diketahui bahwa kelemahan dari bisnis merupakan salah satu penyebab timbulnya risiko bisnis. Toko Perhiasan Emas Gunung Agung sebagai bisnis yang bergerak di bidang manufaktur, juga tidak luput terhindar dari kelemahan-kelemahan yang ada. Beberapa kelemahan yang mungkin saja dihadapi oleh bisnis ini adalah sebagai berikut:

1. Brand yang masih belum terkenal

Persaingan akan sangat ketat pada awal mula berdirinya perusahaan dikarenakan banyak masyarakat yang belum mengetahui seperti apa produk perhiasan yang dihasilkan oleh Toko Perhiasan Emas Gunung Agung disamping cukup banyak nya Toko Perhiasan di Pasar Baru Bekasi yang sudah lebih dulu buka dan sudah memdapatkan loyalitas pelanggan.

1. Adanya pesaing baru yang sejenis

Munculnya pesaing baru yang sejenis merupakan sebuah resiko bagi perusahaan, perusahaan perlu untuk dapat menarik hati konsumen. Tidak menutup kemungkinan adanya pesaing baru yang muncul dengan konsep, kualitas maupun harga yang lebih bersaing.

1. Masyarakat sudah memiliki Toko Perhiasan langganan sendiri

Harga mesin cuci yang semakin murah membuat masyarakat memiliki langganan Toko Perhiasan sendiri di, jika masyarakat sudah memiliki Toko Perhiasan langganan maka pelangganjuga akan berkurang.

1. Sulit menemukan SDM yang loyal

Di jaman yang modern ini, banyak orang-orang yang masi berpikir jika kerja pada sebuah Toko Perhiasan berarti bekerja di tempat yang panas dan cape, sehingga sulit untuk menemukan SDM. Selain itu, kejujuran dan ketelitian sangat diperlukan pada pekerja.

1. Resiko yang cukup besar

Resiko yang cukup besar dalam membuka Toko Perhiasan cukup besar seperti perampokan, harga emas mentah yang cukup dinamis dan tidak bisa di prediksi kapan akan bergerak naik atau turun, pencurian dari pelanggan yang memang sengaja untuk mencuri, kelalaian pekerja yang menghilangkan barang, dan lainnya membuat usaha ini cukup beresiko.

**B. Rencana pengendalian resiko**

Pengendalian terhadap risiko sangatlah diperlukan, hal ini dikarenakan mengidentifikasi dan menganalisa kelemahan yang menjadi risiko tentu saja tidak cukup. Perusahaan harus membuat dan melakukan pengendalian terhadap risiko-risiko yang ada dengan tujuan meminimalisir kemungkinan terjadinya risiko tersebut. Dengan begitu maka akan membantu memastikan usaha berjalan dengan baik dan lancar. Berikut adalah rencana pengendalian yang akan dilakukan oleh Toko Perhiasan Emas Gunung Agung yaitu:

1. Dalam mengatasi *brand* yang belum terkenal, telah dijelaskan pada bab sebelumnya, Toko Perhiasan Emas Gunung Agung akan melakukan strategi pemasaran seperti melalui media *social* dan *word of mouth* dari pelanggan yang sudah puas dengan menggunakan produk-produk dari Toko Perhiasan Emas Gunung Agung .
2. Dalam mengatasi munculnya pesaing baru yang sejenis, Toko Perhiasan Emas Gunung Agung yakin bahwa dengan memberikan servis baik dari segi produk maupun jasa yang ditawarkan, pelanggan akan tetap loyal. Di tambah lagi Toko Perhiasan Emas Gunung Agung akan memberikan promo-promo khusus bagi pelanggannya.
3. Walau masyarakat sudah memiliki Toko Perhiasan langganan sendiri, belum tentu mereka mendapatkan kepuasan yang *maximal* sehingga kemungkinan pelanggan untuk datang ke Toko Perhiasan Emas Gunung Agung masih ada.
4. Dalam mengatasi kesulitan menemukan SDM yang loyal dan berkualitas, Toko Perhiasan Emas Gunung Agung akan melaukan perekrutan untuk pekerja yang jujur dan berkualitas, kemudian setelah menemukan, akan dilakukan *training on the spot* agar pekerja bisa langsung mengerti dan bekerja.
5. Untuk mengatasi resiko-resiko dari perampokan, kehilangan, dan lain sebagainya, Toko Perhiasan Emas Gunung Agung akan memasang kamera pengawas dan *stealing* besi pada kaca etalase Toko Perhiasan Emas Gunung Agung yang sangat membantu meminimalisir resiko yang ada.

**DAFTAR PUSTAKA**

David, Fred R. (2010), *Strategic Management*, Edisi Ke-13, United States: Pearson Education.

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

Kotler, dan Keller . (2012), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jakarta: Erlangga.

Kotler, Phillip dan Gary Armstrong. (2012), *Principles Of Marketing*, Edisi 14, New Jersey: Pearson.

Lupiyoadi, Rahmat dan A. Hamdani, (2008), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat.

Robbibs, Stephen P., (2015), *Perilaku Organisasi*, Edisi Ke-16, Jakarta: Salemba Empat.

Saiman, Leonardus. (2009), *Kewirausahaan: teori, praktek, dan kasus-kasus*, Jakarta: Salemba Empat.

Saladin, Djasmin. (2003), *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran*, Cetakan Ketiga, Bandung: Linda Karya.

Syarif, N. Faqih. (2016), *Technopreneurship Membentuk Karakter Entrepreneur Muda yang Sukses*, Sleman: Deepuplish.

**Undang – Undang :**

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

Republik Indonesia 2008. *Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan* *Menengah (UMKM)*

Republik Indonesia 2004. *Undang-Undang No. 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial* *Nasional*. Sekretariat Negara. Jakarta.

**Sumber Internet :**

* + - Referensi Mesin Laundry dan Perlengkapan Laundry, diakes Januari 2019

<http://mesinlaundry.com/>

* + - Referensi Bahan-Bahan Lain, diakses Januari 2019

<https://www.tokopedia.com/>

* + - Biaya Pembuatan Kartu Loyalti, diakses April 2019

<https://www.printerous.com/id/business/kartu-stamp>

* + - Tingkat Suku Bunga Kredit Modal Kerja, diakses 30 April 2019

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/3602238/rata-rata-bunga-kredit-modal-kerja-naik-jadi-1213-persen?utm_expid=.9Z4i5ypGQeGiS7w9arwTvQ.0&utm_referrer=>