



RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA VANITY MIRROR KacaKita

Jose Christophor
Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M.

Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Jalan Yos Sudarso Kav. 87, Sunter - Jakarta Utara
Telp: (021) 65307062 / Fax: 6530 6971
79190300@student.kwikkiangie.ac.id

ABSTRAK

Jose Christophor/ 79190300/ 2023/Rencana Pendirian Usaha KacaKita di Cakung, Jakarta Timur/ Pembimbing Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M. Penulis membuat rencana bisnis KacaKita karena melihat peluang bisnis yang menjanjikan dari bisnis vanity mirror. Bisnis vanity mirror belum memiliki banyak pesaing dan mempunyai pasar lebih spesifik. Penulis juga melihat tren fashion yang sedang berkembang di Indonesia akan membuat KacaKita mendapatkan peluang yang cukup besar Penulis memilih nama KacaKita dikarenakan konsep produk yang berfokus pada kaca/ cermin. "KacaKita" juga memiliki arti kepemilikan, KacaKita dibuat untuk dimiliki oleh para konsumen. Sehingga KacaKita akan dengan mudah tertanam di benak konsumen Penulis juga membuat analisis pesaing dengan menggunakan Analisis PESTLE, Lima Kekuatan Persaingan Model Porter, Analisis Faktor-Faktor Kunci Sukses, dan Analisis Eksternal & Internal dengan Analisis SWOT. Perencanaan bisnis ini dibuat untuk mengetahui proyeksi persaingan dalam industri furniture. KacaKita percaya dengan segmentasi pasar, strategi pemasaran, strategi promosi dan diferensiasi yang dimiliki maka dapat bersaing dengan para pesaing-pesaing yang ada. Penulis juga melakukan rencana produksi dan kebutuhan operasional. Dengan adanya deskripsi rencana produksi dapat mengetahui survei pasar sebelum membuka bisnis KacaKita. Serta rencana alur produk dapat mengetahui alur pemesanan produk melalui media sosial dan e-commerce. Penulis juga membuat rencana organisasi dan sumber daya manusia sesuai dengan kebutuhan akan tenaga kerja di KacaKita Selain itu, perencanaan bisnis ini dibuat untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, segmentasi, dan menghitung nilai kelayakan bisnis KacaKita. Kata Kunci : Rencana Pendirian Usaha, Mirror

ABSTRACT

Jose Christophor/ 79190300/ 2023/Plans for Establishing a KacaKita Business in Cakung, East Jakarta/ Supervisor Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M. The author made a KacaKita business plan because he saw a promising business opportunity from the vanity mirror business. The vanity mirror business does not yet have many competitors and has a more specific market. The author also sees that fashion trends that are developing in Indonesia will give KacaKita a big opportunity The author chose the name KacaKita because the product concept focuses on glass/mirror. "KacaKita" also means ownership, KacaKita is made to be owned by consumers. So that KacaKita will easily be embedded in the minds of consumers The author also makes competitor analysis using PESTLE Analysis, Porter's Five Competitive Forces Model, Analysis of Key Success Factors, and External & Internal Analysis with SWOT Analysis. This business plan is made to find out the projected competition in the furniture industry. KacaKita believes that with its market segmentation, marketing strategy, promotion strategy and differentiation, it can compete with existing competitors. The author also makes production plans and operational needs. With a description of the production plan, you can find out about market surveys before opening the KacaKita business. As well as product flow plans, you can find out the flow of product orders through social media and e-commerce. The author also makes organizational and human resource plans according to the needs of the workforce at KacaKita In addition, this business plan is made to determine the strengths, weaknesses, opportunities, threats, segmentation, and calculate the value of business feasibility of KacaKita. Keywords: Business Establishment Plan, Mirror

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya dan menyalin, menduplikasi, atau menyebarkan kembali tanpa izin IBIKKG.
 - a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Pendahuluan

KacaKita merupakan bisnis yang bergerak di bidang *furniture* yang menawarkan produk *vanity mirror* yang berkualitas. KacaKita juga memberikan service berupa jasa pemasangan dirumah pembeli secara gratis serta gratis ongkos kirim dengan jarak 10 kilometer dari workshop. KacaKita juga memberikan layanan custom nama pada vanity mirror secara gratis. Bahan yang dipakai KacaKita adalah *blockboard*. KacaKita memasarkan produknya saat ini hanya secara *online*, sehingga para konsumen dapat menjangkau kami lewat media sosial atau *e-commerce* yang ada.

Visi dari KacaKita adalah menjadi brand vanity mirror yang berkualitas di Indonesia dengan harga terjangkau

Misi dari KacaKita adalah :

- 1) Menyediakan produk dengan bahan yang berkualitas baik
- 2) Menjual produk dengan harga rendah dengan kualitas yang baik
- 3) Mampu memberikan pelayanan yang terbaik dan ramah untuk pelanggan

Industri furniture juga mengalami pertumbuhan yang positif seiring dengan perkembangan desain interior yang didukung oleh e-commerce. Selain ditargetkan mencetak pertumbuhan sebesar 16 persen oleh Himpunan Industri Mebel dan Kerajinan Indonesia (HIMKI), pembelian furniture dari situs e-commerce alami peningkatan, yakni sebesar 23% dibandingkan tahun 2017

Berikut ini adalah rencana kebutuhan awal dari KacaKita:

Biaya Sewa Bangunan	4.000.000
Biaya Renovasi	25.000.000
Biaya Peralatan	50.810.000
Biaya Perlengkapan	328.000
Biaya Bahan Baku	68.450.000
Kas Awal	10.000.000
Total	158.588.750

Rencana Produk, Kebutuhan Operasional, dan Manajemen

1. Rencana alur produk :
 - a. KacaKita melakukan Pemesanan bahan baku dan proses pembuatan oleh pemasok
 - b. Pengecekan detail konstruksi produk dan finishing.
 - c. Pesanan masuk dari konsumen
 - d. Melakukan Packing sesuai pesanan dan siap dikirim
2. Rencana alur pembelian :
 - a. Pelanggan memilih produk dan ukuran sesuai keinginan
 - b. Pelanggan dapat menghubungi *admin* secara *online*
 - c. *Admin* akan menerima pesanan dari konsumen
 - d. Pembeli melakukan pembayaran dan mengirimkan bukti
 - e. Produk akan dikemas dan dikirim ke alamat pelanggan
3. Rencana alur pembelian dengan pemasok :
 - a. Mencatat kebutuhan bahan baku
 - b. Melakukan pemesanan kepada pemasok
 - c. Mengambil bahan baku dari pemasok
 - d. Melakukan pembayaran kepada pemasok
 - e. Melakukan finishing dari barang setengah jadi yang ada
 - f. Produk siap dijual



4. Rencana kebutuhan teknologi dan peralatan usaha :
 - a. Laptop Asus ROG STRIX G15, laptop ini dikenal cukup baik dalam mengedit sebuah konten.
 - b. Handphone Samsung Galaxy A53 5G, gadget ini akan dipakai oleh admin penjualan dalam melayani konsumen.
 - c. Alat Cat Semprot Duco, untuk melakukan cat terhadap produk
 - d. Lampu Studio untuk membantu meningkatkan kualitas foto
 - e. Bracket Backdrop, dibutuhkan backdrop untuk mendapatkan hasil foto yg maksimal
 - f. Meja dan kursi yang dipakai untuk bekerja
 - g. AC Sharp 1 PK untuk memberikan kenyamanan dalam beraktivitas

Strategi Bisnis

A. Rencana dan Strategi Pemasaran

1. Segmentasi

- a. Segmentasi Geografis : KacaKita masih mengoperasikan bisnisnya secara *online*. Sehingga segmentasi pasar geografis ini akan lebih luas dibanding dengan bisnis yang memiliki toko fisik. Dengan berkembangnya teknologi saat ini membuat media sosial dan *e-commerce* dapat menjangkau pasar yang sangat luas. Sehingga produk KacaKita ini dapat dikonsumsi di seluruh daerah di Indonesia.
- b. Segmentasi Demografis : Target pasar yang dituju oleh KacaKita adalah konsumen remaja hingga orangtua dengan rentang usia 17 – 40 tahun dengan jenis kelamin perempuan. KacaKita juga akan berfokus pada masyarakat kelas menengah yang mempunyai pendapatan mulai dari UMR. KacaKita juga menasar target pasar pembisnis yang memiliki bisnis fashion ataupun kecantikan untuk memakai produk dari KacaKita dalam bisnis retail mereka.
- c. Segmentasi Psikografis : Dengan adanya gaya hidup masyarakat yang melakukan pembelian barang – barang melalui *e-commerce*, hal ini membuat peluang KacaKita untuk mendapatkan pendapatan yang lebih besar dikarenakan KacaKita melakukan penjualan lewat berbagai *e-commerce* dan melakukan promosi lewat media sosial dan influencer. Tren influencer yang mempromosikan produk fashion maupun kecantikan juga dapat menciptakan peluang terhadap KacaKita dikarenakan para influencer akan membutuhkan vanity mirror untuk melakukan promosi dan endorsement
- d. Segmentasi Perilaku : Pada segmentasi perilaku, Dalam segmentasi perilaku, masyarakat akan dibagi dalam kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan, ataupun reaksi terhadap suatu produk atau jasa. Pada segmentasi ini KacaKita akan berfokus pada kualitas produk. Dimana KacaKita menggunakan kayu jedarnis block board yang lebih tahan lama dibanding particle board namun tetap menjual dengan harga yang terjangkau

2. Positioning yang dimiliki KacaKita sebagai produk wajib/ produk kebutuhan bagi retailer toko fashion maupun kecantikan sebagai tempat para konsumennya berkaca.

3. Penetapan harga : KacaKita menggunakan metode *Competition – Based Pricing* dalam menentukan harga. KacaKita menganalisa harga dari para pesaing dan menentukan harga dari analisa tersebut tanpa mengabaikan kualitas produk yang diberikan. Analisa seperti ini baik agar KacaKita dapat memperkirakan harga tidak terlalu murah dan juga tidak terlalu mahal.

4. Saluran distribusi : KacaKita memilih saluran distribusi *channel 1* karena produk yang dijual oleh TJ Shoes langsung kepada konsumen akhir tanpa perantara apapun. KacaKita menjualkan produknya langsung melalui internet, yaitu media sosial dan juga *e-commerce*.



5. Promosi :

- a. *Advertising* : KacaKita akan membuat akun Instagram sebagai alat utama untuk berpromosi. Pada Instagram terdapat fitur berbayar, yaitu *Instagram ads* yang akan membantu akun untuk mempromosikan produk di Instagram. KacaKita juga akan melakukan *endorsement* terhadap *influencer* yang cocok dalam dunia *fashion* di media sosial.
- b. *Sales promotion* : KacaKita akan melakukan promosi produk yang baru rilis dengan memberikan promo gratis ongkir atau *voucher* kepada para konsumen yang melakukan *repeat order*.
- c. *Direct and digital marketing* : KacaKita akan menggunakan media sosial seperti Instagram ataupun WhatsApp sebagai alat komunikasi kami dengan para konsumen. TJ Shoes dapat menawarkan produk yang baru rilis kepada konsumen ataupun dapat menanyakan pendapat mengenai produk yang telah dibeli oleh konsumen. Dan juga kepada pengusaha bidang *fashion*, kecantikan.

Hak Cipta Dilindungi

B. Rencana Organisasi

KacaKita membutuhkan sebanyak 6 karyawan untuk menjalankan usaha agar berjalan efektif dan efisien. KacaKita membutuhkan 1 manager, 2 admin yaitu untuk e-commerce dan sosial media. KacaKita juga akan merekrut 2 pekerja (tukang). KacaKita juga akan merekrut 1 karyawan sebagai staff gudang

C. Rencana Keuangan

Nilai investasi awal dari KacaKita adalah Rp 158.588.750. Sumber dana tersebut berasal dari modal pribadi pemilik dan dukungan dari orang tua. Berdasarkan studi kelayakan, payback period akan didapatkan dalam waktu 1 tahun 4 bulan 8 hari, nilai NPV lebih besar dari 0, yaitu Rp568.492.570, dan hasil PI lebih besar dari 1,0, yaitu 4,67. Selain itu nilai penjualan setiap tahunnya lebih besar dari BEP. Untuk itu dapat dikatakan bisnis ini layak untuk dijalankan. Dampak dan resiko usaha KacaKita juga dianalisis.

D. Pengendalian Resiko

1. KacaKita harus terus melakukan promosi agar dapat dikenal oleh masyarakat luas. KacaKita akan melakukan promosi lewat berbagai sosial media mulai dari instagram dan tiktok. KacaKita juga akan melakukan endorse kepada influencer pada sosial media yang ada
2. KacaKita akan meminta setiap nota dari semua transaksi yang dilakukan oleh perusahaan. Nota pembelian dan daftar barang yang dibeli akan direkapitulasi agar tidak terjadi pembayaran ganda, serta untuk mempermudah pemeriksaan barang
3. Semua karyawan yang bekerja di KacaKita akan mendapatkan pelatihan terlebih dahulu sebelum langsung bekerja dan melayani konsumen secara langsung
4. KacaKita mempunyai pemasok cadangan untuk menghindari jika terjadinya suatu kendala yang mengakibatkan proses produksi tidak tepat waktu
5. KacaKita akan terus melakukan inovasi mulai dari varian produk yang ada, maupun cara pemasaran yang sedang tren

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini untuk dipublikasikan, diperjualbelikan, penitipan, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Buku

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 (2017), *Human Resource Management*, Edisi 15, Pearson Education

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

Haizer, Jay, Barry Render, Chuck Munsuin (2017), *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*. Edisi.12, Global Edition, United States of America: Pierson Education

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

Kotler, Philip, Gary Armstrong (2020), *Principles of Marketing*. Edisi 8, European Edition, Slovakia: Pearson Education

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

Resmi, Siti (2019), *Perpajakan : Teori dan Kasus*, Edisi 11, Salemba Empat.

Robbins, Stepen P., Mary Coulter (2016), *Management*, Edisi 13, United States of America: Pearson Education Limited.

Sumber Lainnya

Badan Kebijakan Fiskal (2021), *Pemerintah dan DPR Sepakati Asumsi Dasar Ekonomi Makro dan Target Pembangunan*, diakses pada Januari 2022, <https://fiskal.kemenkeu.go.id/baca/2021/06/09/215641112515761-pemerintah-dan-dpr-sepakati-asumsi-dasar-ekonomi-makro-dan-target-pembangunan>

Cahyadi, Radika K. (2021), Perhitungan Gaji Karyawan UMKM, diakses pada Januari 2023, https://www.gadjian.com/blog/2021/12/17/cara-menghitung-gaji-karyawan-umkm/#Menentukan_gaji_karyawan_UMKM

Cinthya (2020), *Pengertian Logo: Jenis, Fungsi dan Kriteria Logo yang Efektif*, Diakses pada Desember 2022, <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-logo/>

Departemen Komunikasi (2023), BI 7-Day Reverse Repo Rate Tetap 5,75%: Sinergi Menjaga Stabilitas dan Mendorong Pertumbuhan, diakses pada Februari 2023 https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/newsrelease/Pages/sp_253823.aspx#:~:text=Sementara%20itu%2C%20suku%20bunga%20kredit,bagi%20perbankan%20untuk%20menyalurkan%20kredit.

K Cahyadi, Radika (2021), *Perhitungan Gaji Karyawan UMKM*, Diakses pada Februari, <https://www.gadjian.com/blog/2021/12/17/cara-menghitung-gaji-karyawan-umkm/>

M. Prawiro (2023), *Pengertian, Perbedaan, dan Contoh Visi Misi*, Diakses pada Desember 2022, <https://www.maxmanroe.com/vid/organisasi/pengertian-visi-dan-misi.html>

Ramadhan, Bilal (2022), *Perkembangan Industri Kecantikan Terus Meningkat Secara Signifikan*, Diakses pada Januari 2022, <https://www.republika.co.id/berita/rhsl194330/perkembangan-industri-kecantikan-terus-meningkat-secara-signifikan>

Ukuran Perusahaan (Pengertian, Jenis, Kriteria dan Indikator), Diakses pada Desember 2022, <https://ekonomi.bunghatta.ac.id/index.php/id/artikel/811-ukuran-perusahaan-pengertian-jenis-kriteria-dan-indikator>

Hak cipta dilindungi undang-undang. Penyalinan sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG. Penyalinan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Penyalinan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Sistem Informatika Kwik Kian Gie

PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : Jose Christopher

NIM : 29190300 Tanggal Sidang : 18 April 2023

Judul Karya Akhir : Rencana Bisnis Panduan Usaha Jajit Mirror
"Kacaktita"

Jakarta, 9 / Mei 2023

Mahasiswa/I


(.....) **Jose Christopher** (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.


Perhimping
(.....) **Perhimping** dan **Informatika Kwik Kian Gie**