**“RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA *DIGITAL MARKETING AGENSI MARKETING-IN*”**

**Syahrul Kurniawan**

Mahasiswa S1 Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

[Syahrulkurniawan25@gmail.com](mailto:Syahrulkurniawan25@gmail.com)

**Drs Akromul Ibad M.M**

Pembimbing

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971

**ABSTRAK**

Syahrul Kurniawan / 75150434 / 2019 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha *DIGITAL MARKETING AGENSI* “MARKETING IN” di Bekasi Selatan / Dosen Pembimbing: Drs Akromul Ibad M.M

MARKETING IN merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang pemasaran digital yang memiliki konsep bisnis yaitu sebuah *Digital Marketing Agensi*. MARKETING IN menawarkan berbagai variasi jasa promosi MARKETING IN akan membuka usahanya di daerah Grand Galaxy Park, Bekasi Selatan.

MARKETING IN memiliki **Visi** yaitu, “menjadi digital marketing agensi yang dikenal di seluruh Indonesia, menjadi digital marketing agensi yang berkualitas dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan”

Jasa yang ditawarkan oleh MARKETING IN berupa jasa pemasaran digital. Jasa pemasran digital yang ditawarkan yaitu, Sosial Media Manajemen, Marketplace Manajemen dan Web Development.

Seperti halnya bisnis yang lain, strategi pemasaran sangat diperlukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap merek yang ditawarkan. Dalam hal ini MARKETING IN berencana menggunakan sosial media, website, kartu nama dan penawaran personal.

Sumber daya manusia sangat dibutuhkan untuk menunjang kegiatan operasional bisnis MARKETING IN. Saat ini direncanakan karyawan yang direkrut yaitu berjumlah 8 orang.

Investasi awal yang dibutuhkan MARKETING IN sebesar Rp. 342.955.104 yang digunakan untuk cadangan kas, biaya peralatan, biaya perlengkapan, biaya sewa ruko, serta biaya renovasi. Investasi awal ini merupakan hibah orang tua dan modal sendiri.

Hasil analisis keuangan menunjukkan bahwa pada BEP nilai *sales* lebih tinggi dibandingkan biaya yang dikeluarkan. Untuk NPV memperoleh nilai sebesar Rp. . Untuk *payback period* diperoleh 1 tahun 2 bulan 10 hari dengan batas maksimal 5 tahun, sedangkan untuk *Profitability Index* menunjukkan hasil lebih dari 1 yaitu 2,452 yang berarti proyek diterima. Kesimpulan dari analisis kelayakan keuangan ini adalah bisnis MARKETING IN layak untuk dijalankan.

**Kata Kunci : Rencana Pendirian Usaha, Digital Marketing Agensi**

**ABSTRACT**

Syahrul Kurniawan / 75150434 / 2019 / *Business Plan of Digital Marketing Agency* “MARKETING IN” *in South Bekasi / Advisor*: Drs. Akromul Ibad M.M

MARKETING IN *is a business engaged in digital marketing that has a business concept a Digital Marketing Agency*. MARKETING IN *offers a variety of promotional services. MARKETING IN will open its business in the Grand Galaxy Park area, South Bekasi.*

MARKETING IN *has a vision that is, "become a digital marketing agency known throughout Indonesia, become a quality digital marketing agency and build strong relationships with customers.*

*The services offered by* MARKETING IN *are digital marketing services. Digital marketing services offered are Social Media Management, Marketplace Management and Web Development.*

*Like other businesses, marketing strategies are needed to increase public awareness of the brand being offered. In this case* MARKETING IN *plans to use social media, websites, business cards and personal offers.*

*Human resources are needed to support* MARKETING IN*'s business operations. At present it is planned that there will be 8 employees recruited.*

*The initial investment required for* MARKETING IN *is Rp. 342,955,104 used for cash reserves, equipment costs, equipment costs, shop rental fees, and renovation costs. This initial investment is a gift from parents and own capital.*

*The results of financial analysis show that the BEP value of sales is higher than the costs incurred. For NPV, the value is Rp. 841,018,206. The payback period is obtained 1 year 2 months 10 days with a maximum limit of 5 years, while the Profitability Index shows results of more than 1, 2.452 which means the project is accepted. The conclusion from this financial feasibility analysis is that the* MARKETING IN *business is feasible to run.*

***Keywords: Business Plan, Digital Marketing Agency***

**PENDAHULUAN**

**Konsep Bisnis**

Marketing-IN merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang jasa digital marketing agensi. Marketing-IN menawarkan jasanya dalam menghasilkan output promosi dengan kualitas yang terbaik didukung dengan teknologi yang modern dan canggih serta kretifitas yang tinggi. Harga yang mampu bersaing secara kompetitif dengan para kompetitor yang ada di Indonesia. Marketing-IN memiliki kantor yang terletak di Pekayon Jaya, Jaka Setia, Bekasi, Grand Galaxy Park.

**Visi dan Misi Perusahaan**

1. Visi : “menjadi digital Marketing agensi yang dikenal di seluruh Indonesia, menjadi digital marketing agensi yang berkualitas dan membangun relationship yang kuat dengan pelanggan”
2. Misi :
3. Dapat mengkomunikasikan promosi sebuah produk kepada target yang dianggap tepat.
4. Memberikan pelayanan yang memuaskan bagi semua pelanggan.
5. Membangun brand awareness agar perusahaan dikenal diseluruh Indonesia.

**Peluang Bisnis**

6 juta UMKM akan menuju ke dalam dunia digital pada tahun 2020, ini menandakan bahwa pertumbuhan toko online sangat tinggi, sehingga potensi untuk mendirikan jasa periklanan dalam dunia digital seperti media sosial sangatlah besar, dapat disimpulkan bahwa peluang bisnis jasa periklanan memiliki pangsa pasar yang besar dalam beberapa tahun kedepan, sehingga bisnis ini layak untuk didirikan.

**Kebutuhan Dana**

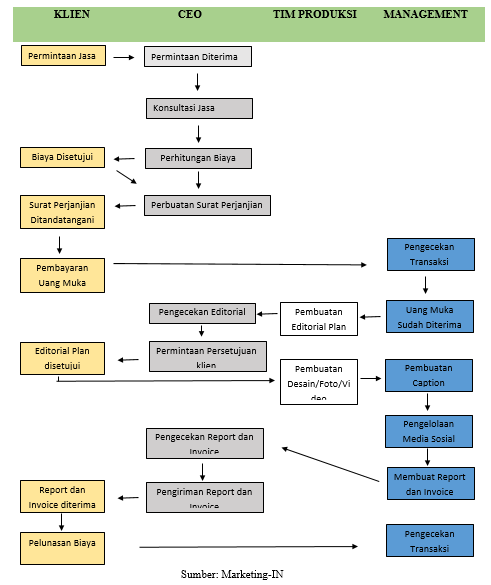
Untuk merealisasikan rencana bisnis dibutuhkan dana sebagai investasi awal. Dana tersebut diklasifikasikan atas dasar aktiva tetap yang berwujud seperti tanah, bangunan, peralatan dan lain sebagainya, aktiva tetap tidak berwujud seperti hak paten, lisensi, biaya pendirian. Sumber pendanaan Marketing-IN berasal dari dana pribadi dan orang tua. Investasi awal yang dibutuhkan untuk membuka usaha ini sebesar **RP. 342.955.104**

**RENCANA JASA, KEBUTUHAN OPERASIONAL, DAN MANAJEMEN**

**Rencana Alur Jasa**

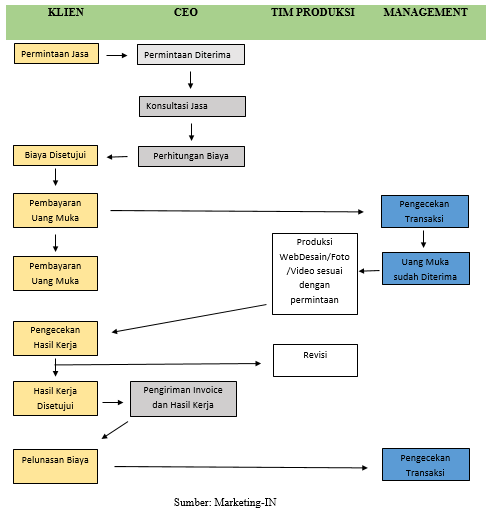
**Bagan 1**

**Alur Jasa Manajemen Sosial Media dan Manajemen Marketplace**

****

**Bagan 2**

**Alur Jasa Pembuatan Website**

****

**Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha**

Teknologi adalah segala sesuatu yang memiliki peranan penting untuk mendukung aktivitas bisnis terutama dalam *Digital Marketing*, mulai dari proses produksi, proses pendataan, dan yang lainnya. Berikut adalah daftar teknologi dan peralatan usaha yang digunakan oleh perusahaan MARKETING-IN dalam mendukung aktivitas bisnisnya:

* 1. Komputer Imac

MARKETING-IN menggunakan Imac untuk memproduksi setiap konten, komputer Imac multifungsi ini sudah tergolong modern sehingga dapat meningkatkan efisiensi dalam memproduksi konten di MARKETING-IN.

* 1. LG Tv UHD 50 inch 4K *Smart Tv*

MARKETING-IN menggunakan LG Tv UHD 50 inch 4K *Smart Tv* untuk mendukung kegiatan presentasi kepada klien atau meeting dengan team MARKETING-IN.

* 1. Telepon

MARKETING-IN menggunakan telepon untuk mendukung kegiatan dalam membangun relationship kepada klien MARKETING-IN

* 1. Internet

MARKETING-IN menggunakan internet untuk mendukung kegiatan dalam membangun relationship kepada klien MARKETING-IN dan membuka peluang untuk melakukan

**STRATEGI BISNIS**

**Pemasaran**

*Segmentation*, *targeting*, dan *Positioning*

a. Lokasi

pasar dibagi menjadi beberapa bagian geografi seperti wilayah provinsi, desa dan kota. Daerah geografi yang dianggap potensial dan menguntungkan bisa dijadikan sebagai target operasi Marketing-IN. Perusahaan dapat beroperasi bukan hanya di satu daerah tapi boleh di berbagai daerah. Segmentasi Marketing-IN berada di Bekasi. Bekasi dipilih karena dekat dengan lokasi kantor Marketing-IN dan kota Bekasi juga sedang dalam perkembangan. Akan tetapi Marketing-IN tidak menutup kemungkinan konsumen di wilayah lain seperti Jakarta dsb.

b. Jenis Industri

Industri yang dituju oleh Marketing-IN adalah industri digital khususnya yang berhubungan dengan jual-beli online dalam marketplace maupun sosial media seperti Instagram, facebook dsb terutama para pelaku usaha online yang ingin mengembangkan bisnisnya.

c. Skala Industri

Skala Industri yang di fokuskan untuk menjadi target oleh Marketing-IN adalah skala UMKM yang beroperasi di industri digital yaitu toko online.

Karena promosi memiliki peran yang penting untuk sebuah perusahaan, khususnya perusahaan yang baru berdiri maka Marketing-IN berencana untuk melakukan kegiatan promosi yang sebagai berikut:

1. Melalui Media Publisitas – Jejaring Sosial

Media sosial digunakan sebagai salah satu alat promosi utama Marketing-IN karena rata-rata masyarakat hari ini aktif 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 Marketing-IN. Dalam perencanaannya, Marketing-IN akan fokus menggunakan Instagram untuk membagikan informasi terkait kegiatan sehari-hari di Marketing-IN, promosi yang berlaku, serta daftar paket yang disajikan karena Instagram merupakan sosial media yang paling banyak di akses saat ini

1. *Website*

Metode promosi yang kedua adalah pemasaran melalui *website*. Marketing-IN menggunakan metode ini dengan alasan agar konsumen dapat menjangkau jasa yang dijual Marketing-IN dengan sangat cepat. Informasi perusahaan, visi misi, dan portfolio yang dihasilkan dapat dilihat di dalam website. Perusahaan yang memiliki *domain* tersendiri memiliki kesan bahwa perusahaan ini kompatibel dan terpercaya.

1. Melalui Media Penjualan Perseorangan – *Personal Selling*

Perusahaan juga merencanakan untuk menggunakan alat promosi ini karena perusahaan memiliki bagian marketing untuk menawarkan produk atau jasa secara langsung kepada para calon pelanggan, seperti contoh menawarkan paket jasa pembuatan website serta paket lainnya kepada para toko online yang belum memiliki website. Pendekatan ini dilakukan oleh Marketing-IN melalui *Direct Message* Instagram.

1. Kartu Nama

Kartu nama berfungsi sebagai saran informasi singkat mengenai data diri perusahaan yang berisi nama usaha, namua pemilik, alamat usaha, nomor telepon, link website, dana akun media sosial. Selain sebagai sarana informasi, kartu nama ini juga berfungsi sebagai media promosi usaha.

**Organisasi**

Struktur organisasi yang dipakai oleh MARKETING-IN adalah struktur sederhana , dikarenakan MARKETING-IN termasuk usaha kecil dengan pemilik bertindak sebagai CEO yang memiliki posisi tertinggi dalam perusahaan.

1. Gaji Pokok

Berdesarakan upah minimum yang ditetapkan pemerintah untuk kota Jakarta, penulis sebagai pemilik sekaligus CEO agensi pemasaran digital Marketing-IN menetapkan upah pokok yang akan diterima oleh *Creative Manager* dan *Account Manager* Rp 7.000.000*.* Sedangkan untuk upah *Account Executive* adalah Rp 4.800.000. Web developer mendapatkan upah sebesar Rp 5.000.000. Desainer dan Fotografer akan mendapatkan upah sebesar Rp 5.000.000 dan Copy Writer sebesar Rp. 4.500.000. Penulis selaku CEO akan mendapat upah sebesar Rp. 10.000.000 per bulannya. Seluruh uang muka ini sudah termasuk dengan uang makan dan uang transportasi. Selain upah, terdapat kompensasi lain meliputi tunjangan tetap dan tunjangan tidak tetap.

b. Tunjangan Hari Raya (THR)

Tunjangan Hari Raya (THR) diberikan setiap setahun sekali satu minggu sebelum Hari Raya Lebaran setiap tahunnya sesuai dengan peraturan Menteri Tenaga Kerja Indonesia Nomor Per-04/ MEN/ 1994 dalam UU No 4 Tahun 1994 tentang Tunjangan Hari Raya Keagamaaan Bagi Pekerja di Perusahaan. Tunjangan ini diambil dari satu kali gaji pokok masing-masing karyawan.

**Keuangan**

Penulis telah melakukan berbagai macam analisis keuangan untuk menentukan apakah usaha layak untuk dijalankan. Analisis keuangan yang dilakukan yaitu nilai BEP, *net present value* ( NPV ), *payback period* ( PP ), *Profitability Index* (PI). Hasil diperoleh bahwa pada BEP nilai *sales* lebih tinggi dibandingkan biaya yang dikeluarkan, untuk NPV didapat yaitu untuk *Payback Period* diperoleh 1 Tahun 2 bulan 10 hari dengan batas maksimal 5 tahun. Sedangkan untuk *Profitability Index* diperoleh nilai lebih dari 1 yaitu 2,452. Kesimpulan dari analisis kelayakan keuangan ini adalah bisnis Marketing-IN layak untuk dijalankan.

**Pengendalian Resiko**

Marketing-IN tidak terlepas dari beberapa resiko yang mungkin saja terjadi, seperti:

1. Faktor Internal
2. Karyawan kurang handal

Karyawan yang bekerja secara tidak efektif dan seharusnya juga akan menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Apabila karyawan tersebut memberikan pelayanan yang kurang memuaskan bagi klien sehingga klien berpindah ke agensi lain. Hal ini, akan menyebabkan kinerja perusahaan menjadi rendah serta menurunnya penjualan.

1. Kerusakan pada hardware pendukung

Kualitas hardware yang harus selalu dijaga. Karena hardware yang digunakan oleh digital marketing agensi Marketing-IN akan mengalami penyusutan. Oleh karena itu, hardware tersebut harus selalu di perhatikan. Hardware yang kurang baik akan menghambat operasional perusahaan yang pada akhirnya menyebabkan kerugian perusahaan.

1. Kegiatan pemasaran *customer relationship* yang kurang

Kegiatan pemasran yang tidak efektif dapat menyebabkan target dari perusahaan tidak tercapai secara maksimal. Rencana positioning kepada pangsa pasar menjadi gagal sehingga penjualan perusahaan akan menurun. Oleh karena itu perlu ditentukan target dan evaluasi kinerja perusahaan terhadap aktivitas yang telah dilakukan selama tempo tertentu, misalkan 1 bulan sekali.

1. Faktor Eksternal
2. Resiko perubahan minat masyarakat

Industri kreatif sejenis digital marketing agensi seperti Marketing-IN sangat bergantung pada platform media sosial. Penurunan minat masyarakat pada media sosial otomatis akan berdampak pada penurunan penjualan.

1. Perkembangan IPTEK

Kemajuan teknologi memudahkan hidup masyarakat. Kedepannya teknologi akan semakin berkembang terutama dalam lingkungan digital. Akan banyak muncul platform dimana masyarakat awam dapat mendsain websitenya dengan mudah sebagaimana yang mereka inginkan.

1. Risiko lokasi usaha

Marketing-IN masih menyewa tempat untuk mengoperasikan bisnisnya, maka akan sangat rentan apabila terjadi kenaikan harga sewa yang secara tiba-tiba. Sehingga dapat berisiko akan kenaikan neraca pada Marketing-IN.

# **DAFTAR PUSTAKA**

**Buku Teks:**

David, Fred R. (2006), Manajemen Strategi, Edisi ke-10, Jakarta, Salemba Empat.

David, Fred R. (2013), *Strategic Management*, Edisi Ke-14, Global Edition, United States: Pearson Education.

Heizer, J., Render B. (2014), *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*, Edisi Ke-11, Global Edition, United States: Pearson Education.

Hisrich, R.D., Peters, M.P., PD & Shepherd, D.A. (2010), *Entrepreneurship: Eighth Edition*, Singapore: McGraw-Hill

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

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2012), *Marketing Management*, Edisi 13, New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Lovelock, Christoper H Laurem K Wright (2007), Managemen Pemasaran Jasa (Terjemahan), Jakarta, PT Indeks (GRAMEDIA GROUP).

Robbins, Stephen P. (2015), *Organizational Behaviour*, Edisi Ke-7, Global Edition, United States: Pearson Education.

**Undang-Undang:**

Republik Indonesia. 2003. *Undang-Undang No. 13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan*, BAB I pasal 1 ayat 2 dan Pasal 94. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2003. *Undang-Undang No. 13 tahun 2003 tentang teanaga kerja dan kriteria upah minimum*, Pasal 94. Sekretariat Negara. Jakarta.

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.

**Sumber Internet :**

[Kompas.com](http://kompas.com/) dengan judul "INFOGRAFIK : Begini Potensi 6 Juta UMKM ] Go Digital",

<https://biz.kompas.com/read/2017/09/08/095925428/infografik-begini-potensi-6-juta-umkm-jika-berhasil-go-digital>.

Bekraf.go.id 2018, Presentase Distribusi PDB Ekonomi Kreatif Indonesia tahun 2014 – 2016 menurut subsektor, diakses November 2018

<http://data.bekraf.go.id/>

Infografis Keyword Indikator Digital di Indonesia Januari 2016

http://[www.wearesocial.com](http://www.wearesocial.com)/

Survei Penetrasi Internet 2016

<https://apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016>

Izin Usaha untuk Usaha Online, Apakah Dibutuhkan?

<http://goukm.id/cara-izin-usaha-online/>

Biaya Pemeliharaan Website

<https://www.boc.co.id/webhosting>

Biaya Air PAM

<http://www.pamjaya.co.id/>

Harga peralatan, perlengkapan dan bahan baku, Diakses Februari 2019

Tokopedia.com, bukalapak.com