



BAB I

PENDAHULUAN

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

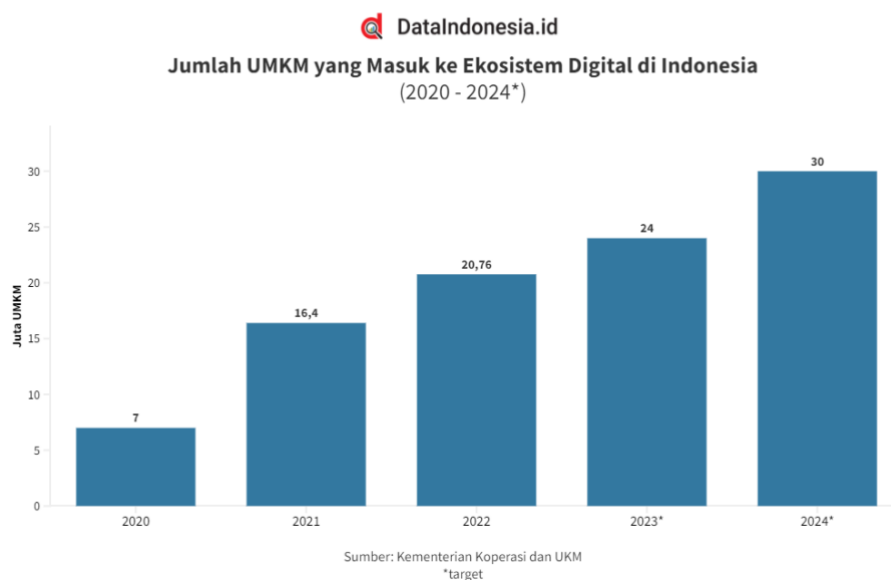
A. Ide Bisnis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Transformasi digital telah mengubah lanskap bisnis dengan cara yang signifikan. Kemajuan teknologi dan konektivitas internet yang semakin luas telah mengubah cara perusahaan berinteraksi dengan konsumen mereka, mempromosikan produk atau layanan, serta membangun citra merek. Di tengah perkembangan ini, media sosial muncul sebagai alat yang sangat berpengaruh yang tidak hanya mengubah cara orang berkomunikasi, tetapi juga bagaimana bisnis beroperasi.

Gambar 1.1

Jumlah UMKM yang masuk ke Ekosistem Digital di Indonesia



Sumber : dataIndonesia.id

Jumlah UMKM yang telah masuk ke Ekosistem Digital di Indonesia meningkat secara signifikan sejak tahun 2020 dan mencapai 24 juta UMKM di tahun

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.

2023, hal ini mengindikasikan tren yang positif pada kebutuhan aktivasi digital bagi UMKM di Indonesia.

Di samping tren positif UMKM *Go Digital*, realitanya banyak bisnis yang tidak paham menggunakan dan mengelola media sosial dengan baik, khususnya dalam membuat konten media sosial yang efektif, seperti bagaimana caranya membuat konten sosial media yang menarik, edukatif, relevan bahkan menjual. Permasalahan ini membuat penulis melihat adanya kebutuhan jasa kelola media sosial untuk bisnis. Sejalan dengan kemampuan dan pengalaman penulis di bidang media sosial. Penulis merencanakan usaha dengan nama Eavie.Studio, sebuah agensi media sosial yang mampu membantu dan menjawab semua kebutuhan media sosial bisnis.

B. Gambaran Usaha

1. Bidang usaha

Penulis melihat adanya peluang dan potensi yang sangat besar pada era digital sekarang, spesifiknya pada bidang media sosial. adanya kebutuhan pengelolaan media sosial secara komperhensif serta strategis bagi bisnis untuk melakukan aktivasi digital yang efektif. Hal tersebut yang membuat penulis mendirikan “Eavie.Studio’ sebuah *social media agency*. Bidang ini selaras dengan kemampuan penulis yakni *social media marketing*. Layanan *social media management* yang ditawarkan Eavie.Studio dapat membantu bisnis atau UMKM untuk berkembang secara digital, yang secara tidak langsung berkontribusi pada pertumbuhan UMKM Indonesia dan bisa dibilang sangat besar. Sebagai gambaran kontribusi UMKM mencapai 60% dari GDP Indonesia.

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2. Visi dan Misi Usaha

A. Visi

Menurut David (2023 : 73), visi adalah pernyataan yang harus mampu menjawab pertanyaan dasar seperti kita ingin menjadi seperti apa? Pernyataan visi harus singkat, lebih baik satu kalimat. Visi Eavie.Studio adalah menjadi *top of mind social media agency* yang terpercaya dan mampu menjawab semua kebutuhan digital semua bisnis di Indonesia.

Penulis memiliki *milestone* pertama dimana mulai tahun 2025 hingga tahun 2026, merupakan tahap pengenalan usaha bagi Eavie.Studio, *milestone* kedua pada tahun 2026 hingga 2030 merupakan tahap pengembangan dan ekspansi Eavie.Studio, *milestone* yang terakhir pada tahun 2030 – 2032 merupakan tahap Eavie.Studio mencapai visi perusahaan.

B. Misi

Menurut David (2023 : 75), misi adalah pernyataan misi menjawab pertanyaan paling penting yaitu “Apakah bisnis kita? Misi merupakan cara atau upaya yang dilakukan untuk mencapai visi yang diinginkan.

Misi Eavie.studio adalah selalu siap dan hadir memberikan solusi serta kebutuhan digital bisnis atau *brand* untuk terus:

1. Beradaptasi dan berinovasi dengan pergerakan dunia digital agar selalu relevan dengan perkembangan
2. Memberikan performa dan pertumbuhan signifikan pada media sosial bisnis
3. Merumuskan dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang kreatif dan efektif pada bisnis

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tujuan usaha merupakan hasil atau pencapaian yang diinginkan oleh suatu

usaha atau bisnis dalam rangka mencapai kesuksesan dalam usaha yang dibangun, tujuan usaha dapat bervariasi tergantung jenis usaha, visi, misi dalam membangun usaha *social media agency* Eavie.Studio, penulis memiliki tujuan usaha dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

A. Jangka Pendek

1. Memperoleh laba usaha untuk menjalankan usaha sebagai bisnis yang sehat.
2. Memberikan kontribusi nyata dalam pertumbuhan media sosial dan keseluruhan bisnis pelanggan.

B. Jangka Panjang

1. Mendominasi pangsa pasar *social media management* di Indonesia yang tidak hanya melayani UMKM tetapi juga korporat
2. Membangun lini bisnis baru untuk mendukung bisnis yang sudah ada dan membentuk sebuah ekosistem bisnis yang berkelanjutan
3. Berkontribusi memajukan UMKM dengan skala yang lebih besar dalam rangka menguatkan ekonomi nasional

C. Besarnya Peluang Bisnis

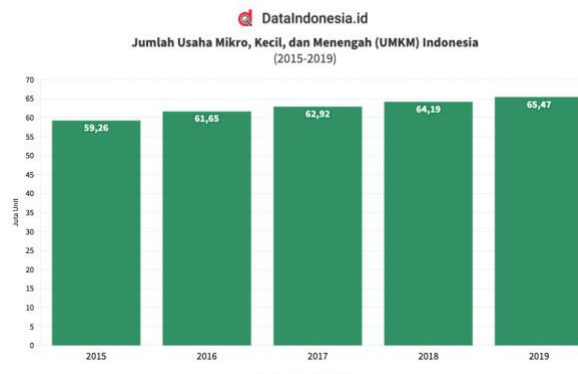
Salah satu alasan penulis ingin merencanakan pendirian usaha ini adalah karena penulis melihat potensi pasar yang sangat besar, khususnya di Indonesia ini. Besarnya potensi ini bisa digambarkan dari banyaknya dan pesatnya pertumbuhan UMKM di Indonesia yang merupakan target pasar utama usaha penulis. Dimana jumlah UMKM Indonesia mencapai 65,4 jt unit usaha di tahun 2019 dan terus berkembang.



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.

Gambar 1.2

Jumlah UMKM 2015 -2019

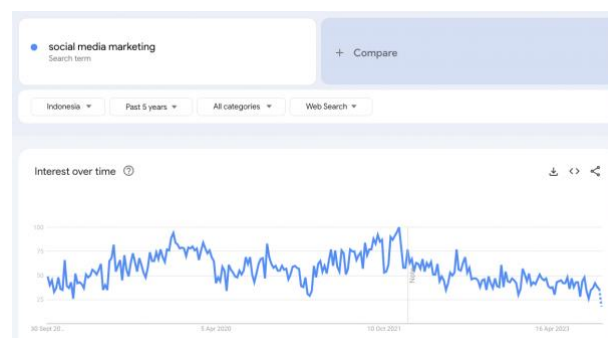


Sumber: DataIndonesia.id

Berdasarkan grafik tren pada *social media marketing* dalam 5 tahun terakhir, menunjukkan minat yang cukup besar dan stabil akan jasa kelola media sosial di Indonesia. Sehingga bisa disimpulkan potensi usaha di bidang social media masih dan akan terus berkembang.

Gambar 1.3

Google Trend “social media marketing”



Sumber: Google Trend



D. Kebutuhan Dana



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dalam merealisasikan ide bisnis, penulis juga membutuhkan modal untuk memulai dan menjalankan rencana bisnis yang telah disusun. Kebutuhan dana awal akan dialokasikan untuk penyewaan tempat usaha, peralatan serta kas awal untuk menjalankan operasional. Di bawah ini adalah tabel kebutuhan dana untuk memulai Fave.Studio.

Tabel 1.1

Rincian kebutuhan dana 2024

Keterangan	Biaya (dalam Rupiah)
Sewa Bangunan	200,000,000
Peralatan	95,522,060
Kas Awal	5,000,000
Perlengkapan awal	6,044,911
	306,566,971

Sumber: Tabel 7.1

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.