

BAB I

PENDAHULUAN

A. Ide Bisnis

Bisnis yang dapat dikatakan sebagai bisnis revolusioner dan merupakan tren dalam dunia industri menjadi dasar keinginan penulis untuk membuat agensi dengan nama Hyphn Agency. Hyphn Agency merupakan bisnis yang akan bergerak dalam bidang *digital marketing* sebagai pihak ketiga dan pihak eksternal perusahaan yang membutuhkan tim *outsource* untuk bagian pemasaran digital seperti branding dan pengolahan sosial media.

Digital marketing merupakan aktivitas promosi atau pemasaran secara digital (elektronik) baik itu untuk brand, atau produk sebuah perusahaan dengan berbagai strategi pemasaran dan media digital yang ditawarkan.

Ide bisnis ini muncul karena adanya revolusi industri 4.0 yang identik dengan dunia digital. Penulis menyadari bahwa pergerakan dunia digital lebih cepat jika dibandingkan dengan kemampuan perusahaan maupun Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada umumnya dalam menangani tren pemasaran digital sehingga memerlukan pihak *outsource*.

B. Tujuan dan Bidang Usaha

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis adalah selain mampu menguasai pangsa pasar dan memperoleh laba, penulis juga ingin membantu para pemilik bisnis dalam mengembangkan bisnisnya dengan memanfaatkan perkembangan zaman di era digitalisasi sehingga mampu bertahan menghadapi tantangan industri 4.0.



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.



Bidang usaha yang ingin dijalankan penulis akan berbentuk perseorangan karena masih tergolong UMKM serta agar lebih mudah dalam mendirikan usaha. Selain itu bisnis ini akan bergerak dalam bidang jasa. Jasa yang ditawarkan oleh Hyphn dapat dikatakan sebagai alat untuk klien dalam menerapkan strategi pemasaran di bidang digital marketing. Hyphn Agency akan berfokus dalam bidang branding perusahaan. Mulai dari pembuatan logo maupun alat marketing lainnya, serta pengolahan sosial media klien sebagai wadah komunikasi antara perusahaan dengan konsumen sehingga terciptalah hubungan yang baik diantara kedua belah pihak.

Gambar 1.1
Logo Hyphn Agency



Sumber : diolah oleh Hyphn

Hyphn Agency merupakan sebuah nama yang diambil dari bahasa Inggris. *Hyphen* yang memiliki arti tanda hubung, sehingga penulis ingin menjadikan Hyphn Agency sebagai penghubung antara perusahaan dengan konsumen dalam menyampaikan *value* dan manfaat yang diberikan oleh perusahaan. Dengan kata lain, Hyphn Agency merupakan sebuah perantara perusahaan ataupun alat dalam penyampaian pemasaran.

Bergerak dengan mengutamakan efisiensi dan efektivitas membuat Hyphn Agency ingin selalu menghasilkan sesuatu yang maksimal sehingga dapat memuaskan konsumen.

Target pasar yang dituju adalah orang yang memiliki bisnis maupun perusahaan yang besar. Jadi selain berfokus kepada para UMKM yang mana kebanyakan tidak

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.

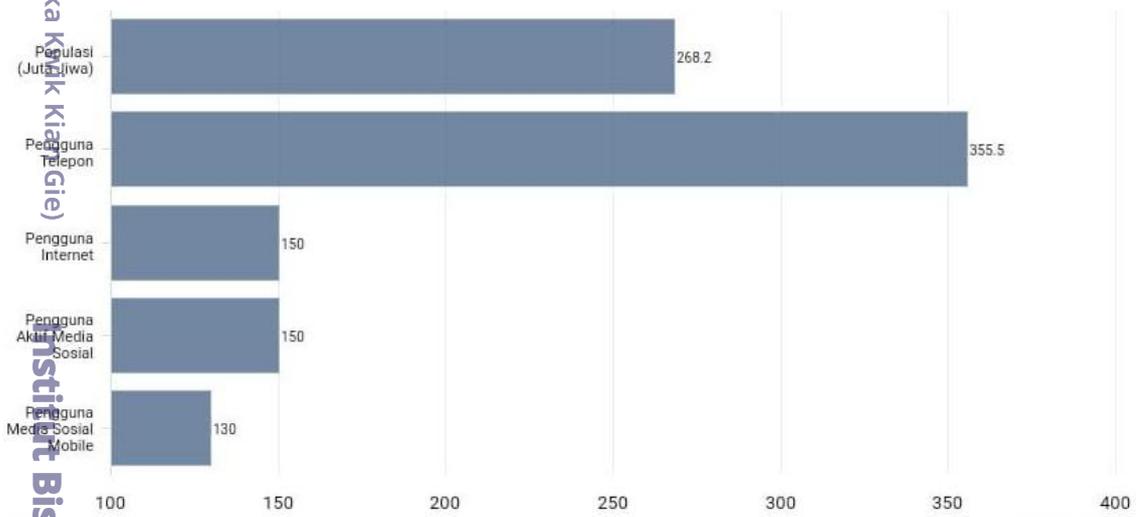


mampu atau belum maksimal dalam menjalankan *branding* dan pengolahan sosial media sebagai alat pemasarannya, tapi Hyphn Agency juga menargetkan perusahaan yang belum memiliki tim *branding* dan desain yang mumpuni dalam mengelola *branding* dan sosial media. Padahal sekarang ini, audio dan visual merupakan nilai yang penting dalam dunia marketing.

C Besarnya Peluang Bisnis

Hyphn Agency akan memiliki peluang yang cukup besar karena di era revolusi industri 4.0, semua serba digital dan tidak semua orang mampu mengimbangi perkembangan zaman. Selain itu, jumlah penggunanya tentu meningkat.

Gambar 1.2
Data Pengguna Telepon, Internet, Media Sosial Indonesia



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesia>

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa pengguna sosial media sebesar 50% dari jumlah penduduk Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan sosial media sudah umum bagi penduduk Indonesia sehingga menjadi peluang bagi pelaku bisnis atau UMKM untuk ikut memanfaatkan sosial media dalam memasarkan produknya karena

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



D. Kebutuhan Dana

Ⓒ Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Kewajiban IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Kebutuhan dana yang diperlukan penulis untuk membangun bisnis ini sebesar Rp 269.754.333,00 yang berasal dari diri sendiri dengan tabungan yang ada dan tambahan modal dari orang tua penulis. Kebutuhan dana tersebut terdiri dari :

Tabel 1.1

Data kebutuhan dana yang diperlukan

No.	Keterangan	Jumlah (Rp)
1	Kas	Rp 2.500.000
2	Biaya Utilitas	Rp 2.500.000
3	Peralatan	Rp 76.633.500
4	Perlengkapan	Rp 1.880.500
5	Pemasaran	Rp 17.000.000
6	Renovasi kantor	Rp 12.507.000
7	Biaya Sewa Kantor	Rp 25.000.000
8	Gaji	Rp 131.733.333
TOTAL		Rp 269.754.333

Sumber : diolah oleh Hyphn Agency

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.