

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Ekonomi Kreatif adalah sebuah konsep di era ekonomi baru yang penopang utamanya adalah informasi dan kreativitas di mana ide dan *stock of knowledge* dari Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan faktor produksi yang utama dalam kegiatan ekonomi. (<http://goukm.id> , 14 Maret 2018). Melalui Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), Pemerintah Indonesia berusaha menaruh perhatian lebih terhadap sektor ini, dengan tujuan untuk memaksimalkan potensi dan peluang sekaligus mengatasi kendala dan ancaman Ekonomi Kreatif di Indonesia. Badan Ekonomi Kreatif secara resmi telah terbentuk pada tanggal 20 Januari 2015 berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif. (<http://lisensiujkt.com> , 13 Maret 2018). Dalam prakteknya, BEKRAF telah mengadakan berbagai kegiatan sepanjang tahun 2016 dalam upaya untuk menciptakan ekosistem ekonomi kreatif tersebut (<http://www.tribunnews.com>, 14 Maret 2018). Dengan adanya dukungan penuh berupa badan dari pemerintah memberikan angin segar kepada pelaku ekonomi kreatif untuk berkembang dan di beri wadah untuk karya kreatifnya. Selain itu para pelaku ekonomi kreatif tidak perlu bingung untuk memperkenalkan dan mempromosikan produknya karena di fasilitasi kegiatan pameran oleh pemerintah dalam BERKAF Festival.

Potensi bisnis di bidang ekonomi kreatif masih terbuka luas untuk digarap pelaku usaha di Indonesia. Kekayaan budaya dan tradisi Indonesia masih bisa terus digali untuk dikembangkan, namun mensyaratkan adanya kreativitas tinggi. (<http://alfabet-teknologi.blogspot.co.id> , 13 Maret 2018).

Peluang bisnis *online* memang terbilang besar saat ini. Hal ini didukung oleh pesatnya perkembangan teknologi. Berbagai kemudahan bisa ditemukan dalam setiap kegiatan yang dilakukan secara *online*. Salah satu kemudahan yang terbesar dan sudah pasti adanya kemudahan untuk melakukan akses internet dimana dan kapan saja. (<https://www.webhostingterbaik.id>, 14 Maret 2018). Internet kini sudah menjadi ladang usaha dan bisnis menghasilkan uang yang menguntungkan dan menjanjikan. Berdasarkan data Kemenkominfo (2016) mengenai proyeksi *eCommerce* di Indonesia, jumlah pembelanja *online* yang kian meningkat, otomatis omzet penjualan akan meningkat juga. Bisnis di internet sangat potensial untuk mendatangkan rupiah bagi semua pelaku bisnis, baik pemodal kecil atau besar, semua mendapatkan perlakuan sama, siapa yang terbaik dalam layanan akan mendapatkan apresiasi tinggi dari pengguna internet. (<http://bisnisonline.10terbaik.com>, 8 Maret 2018) Internet tak bisa dipisahkan dari kehidupan sehari-hari anak muda zaman sekarang. Sebanyak 49,52 persen pengguna internet di Tanah Air adalah mereka yang berusia 19 hingga 34 tahun. (<https://tekno.kompas.com>, 14 Maret 2018) pengguna internet yang didominasi oleh anak muda membuka peluang yang besar jika menasar target anak muda yang merupakan para pengguna internet aktif.

Salah satu budaya yang sangat kental adalah budaya memberi berdasarkan studi yang dilakukan oleh *Harvard Business Norton* (2016) menemukan, bahwa jika

memberikan sesuatu pada orang lain, akan meningkatkan kebahagiaan jauh lebih banyak selain itu juga akan mempererat hubungan sosial yang terjalin. (<http://breaktime.co.id>, 16 Maret 2018). Oleh karena itu penulis beranggapan bahwa membungkus kado agar terlihat sempurna adalah gambaran dari ketulusan memberikan kado, dan pola jual beli yang semakin berkembang menggunakan internet menjadi peluang besar untuk berbisnis *online*. Bisnis ini bergerak di bidang penjualan dan jasa pembuatan kertas kado dengan *desain* sesuai dengan keinginan (*customize*) konsumen yang dijual melalui media *online* atau *website*.

Konsep bisnis ini mengedepankan produksi kertas kado yang bersifat *customize*. Mengusung konsep ini karena menurut Theosabrata (2017) generasi *millennials* saat ini lebih menyukai suatu hal yang memiliki cerita (<http://lifestyle.kompas.com>, 13 Februari 2018) dimana biasanya memilih untuk *customize* karena alasan tertentu agar semakin berkesan bagi si penerima. Sebanyak 72 persen *millennials* memilih mengeluarkan uang lebih untuk sebuah pengalaman dan tidak mementingkan merek (<https://ekonomi.kompas.com>, 15 Maret 2018). Generasi *millennials* adalah generasi yang lahir antara 1980-2000. Jadi bisa dikatakan generasi *millennials* adalah generasi muda masa kini yang saat ini berusia antara 15–34 tahun. Oleh karena itu konsep bisnis ini hadir sebagai produk *local* untuk mengimplementasikan cerita ke dalam kertas kado yang bersifat *customize*.

Setiap produk yang diproduksi menggunakan bahan baku premium terbaik dengan dua ukuran yaitu ukuran standar 64cm x 48cm dan ukuran besar yaitu 70cm x 100cm. Produk unggulan dari bisnis ini adalah *customize desain* kertas kado. Selain produk *customize* yang hanya satu atau dua diproduksi, produk kertas kado ini juga

memproduksi kertas kado dalam skala besar atau massal. Kertas kado secara massal ini akan di produksi dengan beberapa *season* yang dalam satu tahun dibagi kedalam empat *season* dan beberapa produk yang diproduksi disesuaikan dengan hari besar yang terdapat di kalender dan biasa dirayakan oleh generasi *millenials* sebagai target pasar dengan cara memberi atau bertukar kado.

Dalam bisnis ini penulis menggunakan beberapa media sosial untuk sarana promosi. Oleh karena itu promosi melalui media social dilakukan dengan sangat gencar. Media sosial yang dipilih adalah *instagram* yang mana terdapat 19,9 juta pengguna *instagram* atau sebesar 15 persen dari data yang diperoleh dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) (2016) (<http://isparmo.web.id> , 14 Maret 2018) oleh karena itu ada beberapa strategi yang akan dilakukan melalui pemasaran media sosial ini khususnya *instagram*. Dalam pemasarannya akan melakukan kerjasama atau *endorsement* pada artis *instagram* yang biasanya memiliki standar pengikut pada *accountnya* sekitar 50.000 pengikut karena diharapkan akan membuat produk kertas kado ini lebih dikenal oleh para pengikut di *account* tersebut. Selain itu, akan melakukan strategi pemasaran lainnya dengan cara melakukan iklan berbayar yang disediakan oleh *instagram* agar jasa pembuatan kertas kado secara *customize* lebih menempel pada benak calon konsumen. Selain penggunaan *Instagram*, promosi yang akan dilakukan melalui media sosial lain seperti facebook. Menurut data *We Are Social* dan *Hootsuite*, Indonesia menyumbang jumlah pengguna facebook terbesar urutan ke-empat secara global dengan jumlah pengguna mencapai 130 juta akun. (<https://tekno.kompas.com>, 27 April 2018). Dalam bisnis ini tidak hanya promosi secara *online* yang dilakukan, namun juga secara *offline*. Promosi

secara *offline* dilakukan dengan cara memberikan kartu ucapan secara cuma-cuma untuk setiap pemesanan kertas kado *customize*.

Potensi pasar dari produk ini adalah generasi *millenials* yaitu para pengguna aktif media informasi *online*. (<https://ekonomi.kompas.com>, 17 Maret 2018) Produk ini dipasarkan dengan mengutamakan promosi berbasis *online* dan proses transaksi menggunakan sistem *transfer bank* atau *e-banking*. Menurut penulis memiliki potensi pasar yang besar karena hasil *studi* yang dilakukan oleh Boston Consulting Group (BCG) bersama University of Berkley (2011) generasi *milenials* lebih memilih *ponsel*, media sosial, dan banyak melakukan transaksi secara *online* atau *cashless*. Produk ini dapat diakses menggunakan media sosial khususnya *instagram* di *ponsel* pintar para generasi *millenials*, dan pembayaran yang dilakukan melalui kecanggihan teknologi yaitu *transfer*, *e-banking*, atau *mobile banking*.

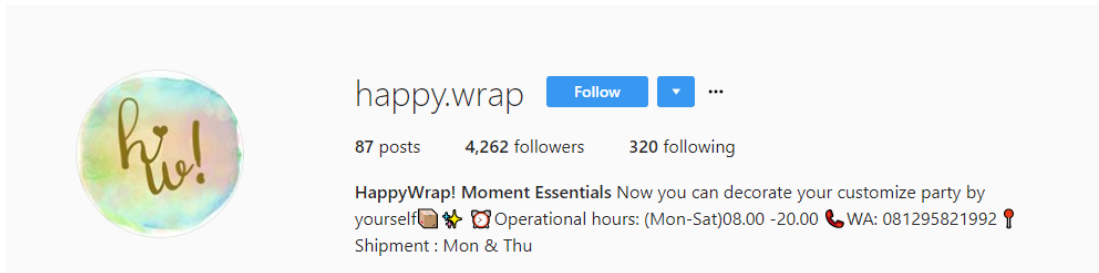
Persaingan adalah hal yang pasti akan terjadi pada setiap bisnis. Untuk menjadi acuan untuk terus berinovasi maka perlu memperhatikan para pesaing, beberapa pesaing pada bisnis ini adalah sebagai berikut :



Sansan Wawa

Gambar 1.1 Logo Pesaing Sansan Wawa
Sumber : <http://sanwa.co.id> (17 Maret 2018)

Sansan Wawa pada awalnya hanya memproduksi peralatan untuk sekolah saja, namun 5 tahun belakangan tepatnya pada tahun 2013 memulai memproduksi kertas kado.



Gambar 1.2 Profile @happy.wrap

Sumber : <https://www.instagram.com>, (17 Maret 2018)

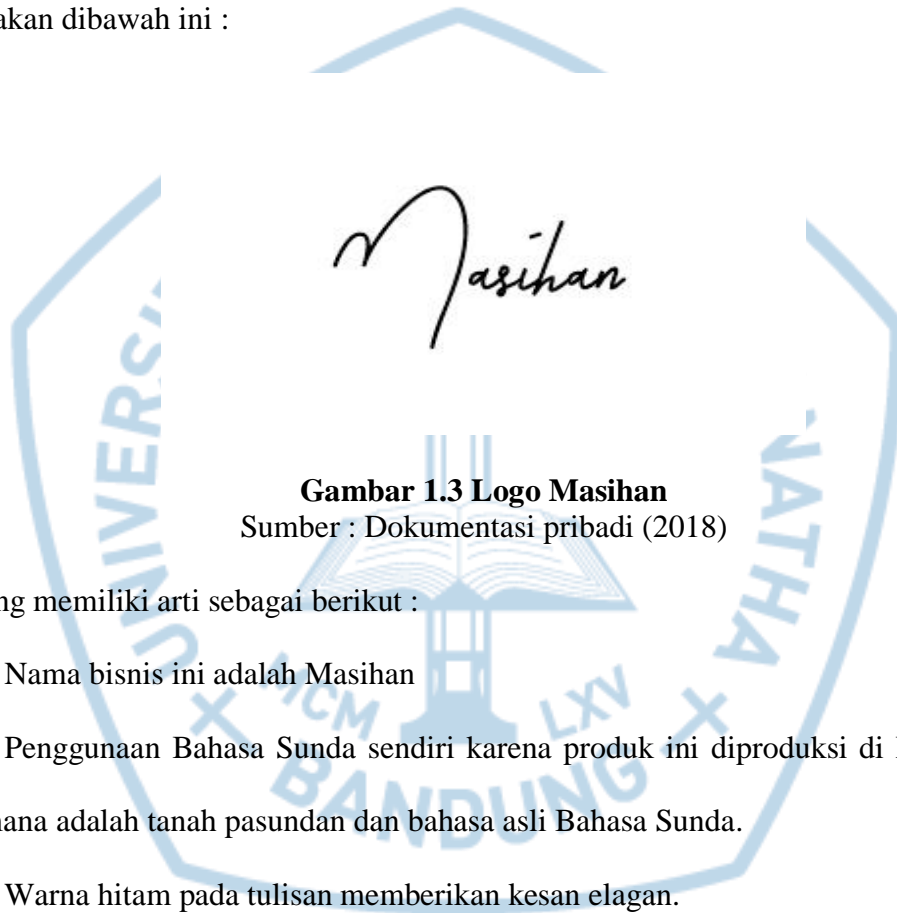
Account ini mulai aktif pada 02 Agustus 2016 dengan jasa *customize* kertas kado, kartu ucapan dan merambah dekorasi pesta secara *customize*.

Melihat dari para pesaing, Masihan unggul dari Sansan Wawa yang tidak memproduksi kertas kado secara *customize*, sedangkan keunggulan Masihan dari *Happy.wrap*, kami memudahkan para konsumen untuk memesan melalui *website* dengan langsung mengunggah *file*.

Menurut perhitungan *Net Present Value*, bisnis ini layak dijalankan sebab nilai *net present value* dari perhitungan keuangan Masihan lebih besar dari nol (Rp. Rp.296.187.227.), selain itu dari perhitungan *Payback Period* bisnis ini juga layak dijalankan sebab tingkat pengembalian dari bisnis ini adalah Sebelas bulan dua puluh enam hari (11 bulan dan 26 hari). Dan untuk nilai *Profitability Index* bisnis ini menghasilkan angka $2,70 > 1$ maka usaha ini layak untuk dijalankan.

1.2 Deskripsi Bisnis

Bisnis yang akan dijalankan ini diberi nama Masihan dengan pendiri bisnis ini adalah Hani Lusiani. Masihan yang diambil dari kata Bahasa Sunda yang artinya memberi. Diberi nama Masihan karena bisnis ini bergerak dalam jasa penyedia perlengkapan untuk memberi hadiah atau buah tangan. Dapat dilihat logo yang akan digunakan dibawah ini :



Gambar 1.3 Logo Masihan
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Yang memiliki arti sebagai berikut :

- Nama bisnis ini adalah Masihan
- Penggunaan Bahasa Sunda sendiri karena produk ini diproduksi di Bandung yang mana adalah tanah pasundan dan bahasa asli Bahasa Sunda.
- Warna hitam pada tulisan memberikan kesan elagan.
- Logo Masihan yang seperti tulisan tangan dapat menggambarkan bahwa produk ini ceria dan *playfull*.
- Sedangkan *font* Masihan sendiri memperlihatkan kesan feminism.

Meninjau dari kepemilikannya, usaha ini termasuk di Persekutuan Komanditer atau CV. Pengertian CV adalah suatu perkumpulan dimana salah satu atau lebih anggotanya mengikat diri untuk menyerahkan modalnya kedalam perusahaan yang dijalankan oleh satu orang atau beberapa orang anggota lainnya, dengan pembagian tugas dan wewenang yang terbagi ke dalam sekutu koplementer (Sekutu aktif) dan sekutu komanditer (sekutu pasif).

Dalam bisnis ini penulis menjadi sekutu aktif, yaitu menyertakan modal dari tabungan pribadi sekaligus aktif mengelola jalannya bisnis. Orang tua penulis sebagai sekutu pasif dimana hanya menyertakan modal tanpa terlibat dalam pengelolaan usaha.

Berikut adalah syarat pendirian CV :

- Foto copy KTP pendiri
- Foto copy KK pendiri
- NPWP pendiri
- Foto copy PBB
- Surat keterangan domisili dari pengelola gedung
- Izin keramaian dari kepolisian

Visi dari Masihan adalah :

Menjadi produk *local* yang mampu mengimplementasikan imajinasi konsumen melalui media kertas kado terbaik, kualitas premium, dan pelayanan yang prima serta dapat menjadi pilihan produk kertas kado di tahun 2025 mendatang dengan tetap konsisten mengkampanyekan penyelamatan lingkungan.

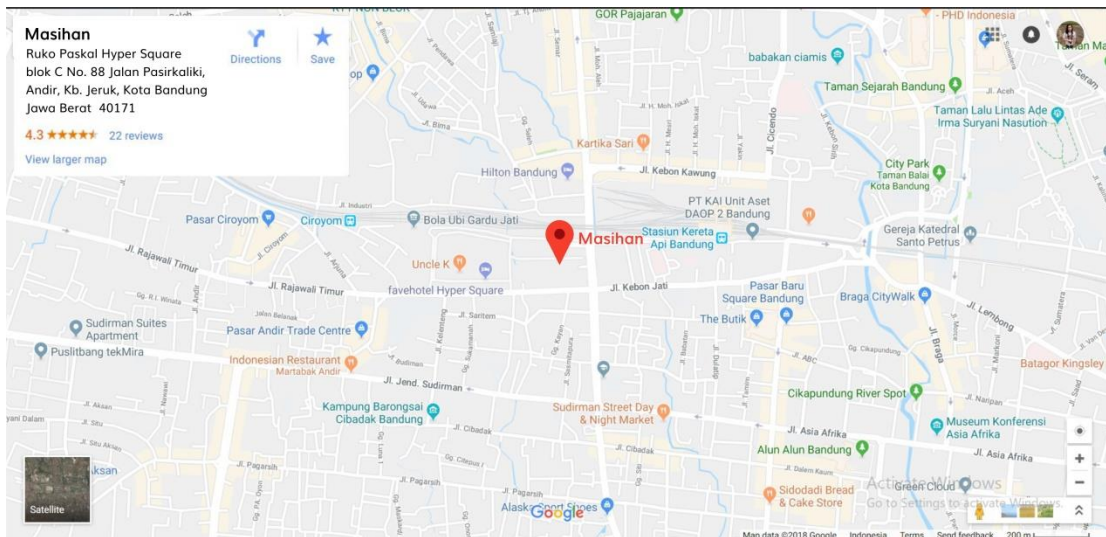
Misi dari Masihan adalah :

- Mengutamakan profesionalisme dalam bekerja.
- Membangun hubungan jangka panjang dengan para konsumen sebagai keunggulan bersaing.
- Tidak hanya mengutamakan tentang keuntungan namun turut andil dalam menjaga kelestarian alam dengan melakukan program tanam ulang pohon di hutan kota.

Masihani akan memiliki kantor untuk menjalankan proses produksinya. Kantor Masihan beralamatkan di Ruko Paskal Hyper Square blok C No.88 Jalan Pasirkaliki, Kebon Jeruk, Andir, Kb. Jeruk, Andir, Kota Bandung, Jawa Barat 40171. Alasan penulis memilih lokasi ini pertama karena berada di pusat kota Bandung yang mana lokasinya mudah di jangkau karena lokasinya berdekatan dengan salah satu mall ternama di kota Bandung.

Selain itu kantor Masihan yang dikelilingi beberapa hotel menjadi peluang karena bisnis ini akan melakukan kerjasama dengan hotel untuk menjadi *vendor* dekorasi hotel tersebut dalam perayaan besar misalnya natal dan paskah.

Berikut adalah denah lokasi kantor Masihan :



Gambar 1.4 Denah lokasi kantor Masihan
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

