

RENCANA BISNIS 1811SHOP DENGAN MENGGUNAKAN DIGITAL MARKETING

Maria Christina¹, Fiona Alverina Y²

Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Komputer LIKMI, Bandung
mariach@likmi.ac.id¹, alverinayohanes@gmail.com²

Abstrak

Di era modern ini, banyak perusahaan atau pembisnis yang mulai menggunakan teknologi untuk meningkatkan penjualan dan pemasaran produknya agar dapat bersaing dalam dunia digital. Salah satu bisnis yang memiliki keinginan untuk memajukan usahanya secara online adalah 1811shop yang merupakan bisnis rintisan di bidang craft khususnya bouquet dan gift box. Penelitian terhadap rencana bisnis akan memberikan prediksi peningkatan pertumbuhan untuk usaha kedepannya. Selama penelitian, menggunakan metode studi pustaka dan survey. Metode Net Present Value dan Internal Rate of Return digunakan sebagai penelitian untuk aspek finansial untuk menilai apakah usaha atau investasi 1811shop layak atau tidak untuk dijalankan.

Kata kunci: rencana bisnis, bouquet, penjualan digital

Abstract

In this modern era, many companies or business people are starting to use technology to increase sales and marketing of their products so they can compete in the digital world. One business that has the desire to advance its business online is 1811shop, which is a startup business in the field of crafts, especially bouquets and gift boxes. Research on business plans will provide predictions of increased growth for future businesses. During the research, using literature and survey methods. The Net Present Value and Internal Rate of Return methods are used as research for the financial aspect to assess whether the 1811shop business or investment is feasible to run or not.

Keywords: business plan, bouquet, digital marketing

Pendahuluan

Di era modern ini, banyak perusahaan atau pembisnis yang mulai menggunakan teknologi untuk penjualan dan pemasarannya agar dapat bersaing dalam dunia digital (Windi & Mursid, 2021). Perusahaan atau pembisnis dapat memasarkan produknya melalui iklan di social media dan e-commerce (Hartawan, Liu, Handoko, Evan, & Widjojo, 2021). Dengan memanfaatkan teknologi digital, akan memperluas jangkauan customer dan memudahkan dalam melakukan transaksi (cashless) (Aaker & Branding, 20AD).

Produk bouquet masih menjadi pilihan utama di Bandung. Persaingan ketat diakibatkan bisnis bouquet berada pada pasar persaingan sempurna, dimana terdapat banyak pembeli dan penjual (Runci, 2021). Kompetitor terbesar dalam bouquet bunga

asli yang memiliki penjualan tahunan sebanyak 540.000 unit jauh mengalahkan penjualan tahunan bouquet bunga artificial yang masih sebanyak 38.840 unit (Surtawijaya, 2019).

1811shop merupakan sebuah perusahaan perorangan yang bergerak dibidang kerajinan tangan (craft) (Kotler & Armstrong, 2010). Produk yang diproduksi dan dipasarkan yaitu flowers bouquet, money bouquet, snack bouquet, balloons bouquet, mix bouquet, dan gift box. Flowers bouquet yang dibuat menggunakan bunga artificial (tiruan) atau dried flowers. Produk best seller dari 1811shop merupakan produk gift box edisi Valentine. Selama ini 1811shop menjual produk secara konvensional dengan membagikan flyer kepada calon pembeli untuk proses promosinya (Hidayat, 2020).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat rencana pemasaran produk 1811shop menggunakan media digital marketing sehingga dapat memperluas jaringan customer dan dapat meningkatkan penjualan pada bisnis 1811shop.

Metode

Berikut adalah teori tentang studi kelayakan ekonomi menurut (Pramudiana, Yudi; Rismayani, Riris; Rahmawati, 2016)

1. Net Present Value (NPV)

Merupakan metode penilaian investasi klasik yang sampai saat ini paling populer digunakan. Prinsip dari NPV adalah menghitung arus kas yang akan diterima di masa mendatang pada nilai sekarang (PV).

Rumus untuk menghitung NPV adalah dengan cara menghitung arus kas masuk dan keluar yang didiskonkan pada saat ini (PV) yang dijumlahkan selama masa hidup dari bisnis tersebut, yaitu $R_t / [(1-i)]^t$ dan $NPV = \sum_{(n=0)}^N \left[\frac{C_n}{(1+r)^n} - I_0 \right]$, dimana jika hasil perhitungannya > 0 maka diterima, < 0 akan ditolak dan $= 0$ maka ada kemungkinan akan diterima.

2. Internal Rate of Return (IRR)

IRR adalah suatu metode untuk mengukur tingkat investasi. Tingkat investasi adalah suatu tingkat bunga dimana seluruh net cash flow setelah dikalikan discount factor atau telah di-present value-kan nilainya sama dengan initial investment (biaya investasi awal), dengan menggunakan rumus $IRR = I_r + (NPV I_r) / (NPV I_r - NPV I_t) \times I_t - I_r$ (Boy, 2013).

3. Payback Period (PP)

PP adalah suatu periode yang menunjukkan berapa lama modal yang ditanamkan dalam bisnis dapat kembali. Semakin pendek waktu yang diperlukan untuk mengembalikan biaya investasi, rencana investasi tersebut akan semakin menguntungkan, atau dengan kata lain, semakin kecil waktu PP, maka bisnis tersebut semakin baik. Berikut adalah rumus untuk menghitung PP menurut (Puspita, Ervina, & Matwar, 2022) $Payback\ Period = n + (a-b) / (c-b) \times 1\ tahun$

Hasil dan Pembahasan

Bisnis yang akan dirintis merupakan bisnis dalam bidang kerajinan khususnya produk bouquet dan gift box. Bisnis ini telah berdiri sejak tahun 2020 dan berlokasi di Kabupaten Bandung. Bisnis ini tidak ada habisnya (tidak termakan oleh waktu) dan mempunyai peluang yang tinggi bagi ide-ide baru. Bisnis ini memerlukan keterampilan tangan untuk membuatnya terlihat indah dan menarik. Produk yang ditawarkan merupakan produk dengan harga yang relatif murah dengan kualitas terbaik. Sebagian barang-barang yang digunakan merupakan produk buatan sendiri, sehingga dapat meminimalkan biaya yang dikeluarkan (Hambali & Andarini, 2021).

Berikut merupakan contoh produk yang akan dijual

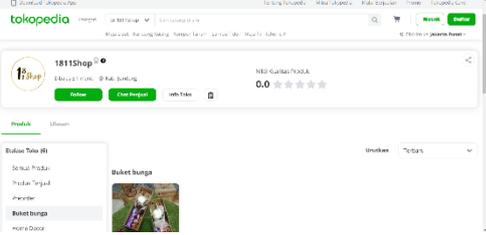
JENIS BOUQUET	CONTOH	
<p>Money Bouquet Rp.100.000 hingga Rp.235.000</p>		
<p>Snack Bouquet Rp.100.000 hingga Rp.200.000</p>		
<p>Flowers Bouquet Rp.25.000 hingga Rp.200.000</p>		
<p>Balloons Bouquet Rp.65.000 hingga Rp. 200.000</p>		
<p>Mix Bouquet Rp. 150.000 hingga Rp. 285.000</p>		
<p>Gift Box (Hampers) Rp.50.000 hingga Rp.200.000</p>		

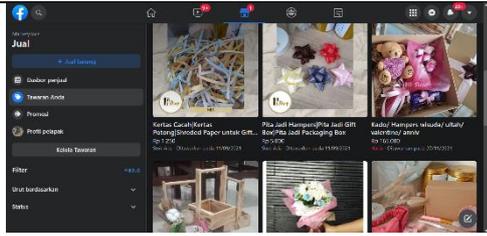
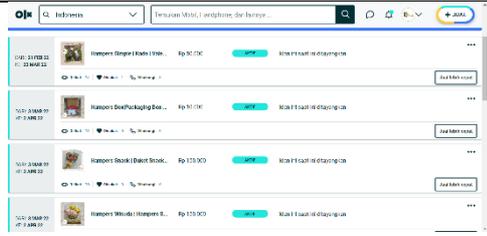
Penelitian ini menggunakan segmen pasar mulai dari usia 12 – 60 tahun tanpa memandang jenis kelamin, golongan ekonomi kebawah karena produk yang dihasilkan cukup terjangkau yaitu mulai dari Rp. 25.000,- hingga Rp. 285.000,-, wilayah pelanggan yang membeli produk tidak harus di area Bandung namun seluruh Indonesia dengan menggunakan jasa antar. Dan produk akan dipasarkan di berbagai platform seperti

Rencana Bisnis 1811shop Dengan Menggunakan Digital Marketing

Instagram, Website, What'sApp Business, dan e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, OLX, dan Facebook Market Place., dengan tampilan seperti pada table 2 di bawah ini.

Tabel 2 Social Media dan E-Commerce 1811shop

Keterangan	Gambar
<p>Website/ Katalog 1811shop</p>	 <p>https://sites.google.com/view/1811shop/home</p>
<p>Instagram 1811shop</p>	 <p>https://instagram.com/1811shop_?utm_medium=copy_link</p>
<p>Lazada 1811shop</p>	 <p>https://www.lazada.co.id/shop/1811-shop/</p>
<p>Tokopedia 1811shop</p>	 <p>https://www.tokopedia.com/1811shop</p>

Keterangan	Gambar
<p>Facebook Marketplace 1811shop</p>	 <p>https://www.facebook.com/marketplace/item/253066016913987/</p>
<p>OLX 1811shop</p>	 <p>https://www.olx.co.id/item/853221904</p>
<p>Shopee 1811shop</p>	 <p>https://shopee.co.id/1811shop?smtt=0.0.9</p>

Rencana Keuangan / Studi Kelayakan Ekonomi

Besaran biaya investasi yang akan diperlukan untuk mengembangkan usaha 1811shop sebesar Rp. 34.479.800,- yang merupakan tabungan pribadi dan tambahan dari orang tua, sehingga nantinya pada saat operasional tidak ada bunga untuk pengembalian modal tersebut. Biaya investasi tersebut merupakan biaya yang diperlukan untuk membeli peralatan dan operasional tahun pertama yang diperlukan untuk membuat produk (Nugraha, 2014)

Penelitian ini menggunakan perkiraan waktu 5 tahun, dimana biaya operasional tahun pertama Rp. 20.815.500,-, tahun kedua Rp. 20.849.962,-, tahun ketiga Rp. 27.095.962,- tahun keempat Rp. 27.524.962,- dan tahun kelima Rp. 38.145.962,-.

Perkiraan pendapatan kotor setiap tahunnya dapat dilihat dari tabel 3 berikut ini :

Tabel 4 Total Pendapatan Kotor Setiap Tahun

Tahun	Pesimis	Optimis
1	Rp 11,600,000	Rp 32,770,000
2	Rp 11,931,000	Rp 34,338,000
3	Rp 23,360,000	Rp 69,788,000
4	Rp 26,077,000	Rp 68,269,000
5	Rp 29,106,000	Rp 70,266,000
TOTAL	Rp102,074,000	Rp 275,431,000

Perhitungan NPV untuk 5 tahun kedepan didapatkan untuk pesimis sebesar Rp. 76.981.579 dan optimis sebesar Rp. 231.651.780,- sehingga dapat disimpulkan bahwa NPV untuk 5 tahun kedepan dapat diterima karena > 0 . Sedangkan hasil perhitungan IRR pesimis sebesar 104,77% dan optimis 265,80%. Karena hasil IPP lebih dari 100% maka hasil perhitungan IRR dapat diterima. Hasil perhitungan dari PP pesimis adalah 4,12 tahun dan optimis sebesar 4,25 tahun, sehingga dapat disimpulkan bahwa PP pun dapat diterima karena masih kurang dari 5 tahun.

Kesimpulan

Rencana bisnis 1811shop dengan menggunakan digital marketing sangat memiliki prospek yang sangat baik jika dilihat dari hasil perhitungan kelayakan ekonomi. Media social sebagai alat promosi dan penjualan cocok untuk rencana bisnis 1811shop, sehingga untuk 5 tahun kedepan 1811shop memiliki prospek yang baik dalam penjualannya, dimana 1811shop akan menerapkan digital marketing dalam menjalankan bisnisnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David, & Branding, Aaker On. (20AD). Prinsip Esensial Mengelola dan Mengembangkan Brand. *Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama*.
- Boy, Ferry Jesse. (2013). ANALISIS EKONOMI TEKNIK PADA RANCANG ULANG MESIN PEMBUAT KERUPUK. *Jurnal Mahasiswa Teknik Industri*.
- Hambali, Achmad, & Andarini, Sonja. (2021). Formulasi strategi pengembangan bisnis menggunakan pendekatan business model canvas (BMC) dan SWOT analysis dalam upaya meningkatkan daya saing pada Piring Seng Coffee & Co Tunjungan Surabaya. *Journal of Applied Business Administration*, 5(2), 131–142.
- Hartawan, Erick, Liu, Delfin, Handoko, Marc Richardo, Evan, Geraldo, & Widjojo, Handyanto. (2021). Pengaruh Iklan Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada E-Commerce. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(1).
- Hidayat, Dr Wastam Wahyu. (2020). *Pengantar kewirausahaan teori dan aplikasi*. CV. Pena Persada Redaksi.
- Kotler, Philip, & Armstrong, Gary. (2010). *Principles of marketing*. Pearson education.
- Nugraha, Qudrat. (2014). Manajemen Strategis. *Manajemen Strategis Pemerintahan*.
- Puspita, Dara, Ervina, Nadya, & Matwar, Habib. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis terhadap Usaha Kerupuk Sari Rasa di Desa Deli Serdang Ditinjau Dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan. *Journal of Vision and Ideas (VISA)*, 2(1), 160–171.
- Runci, Hasta Setianing. (2021). MODEL BISNIS PENERBIT BUKU ISLAM DARUL HAQ DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS. *AL-MISBAH*, 2(1), 14–21.
- Surtawijaya, Abdullah. (2019). *Studi Kelayakan Usaha Dan Business Plan Matabelo Bandung Florist*. Universitas Komputer Indonesia.
- Windi, Panca, & Mursid, Mansur Chadi. (2021). Pentingnya perilaku organisasi dan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis di era digital. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(2), 71–77.