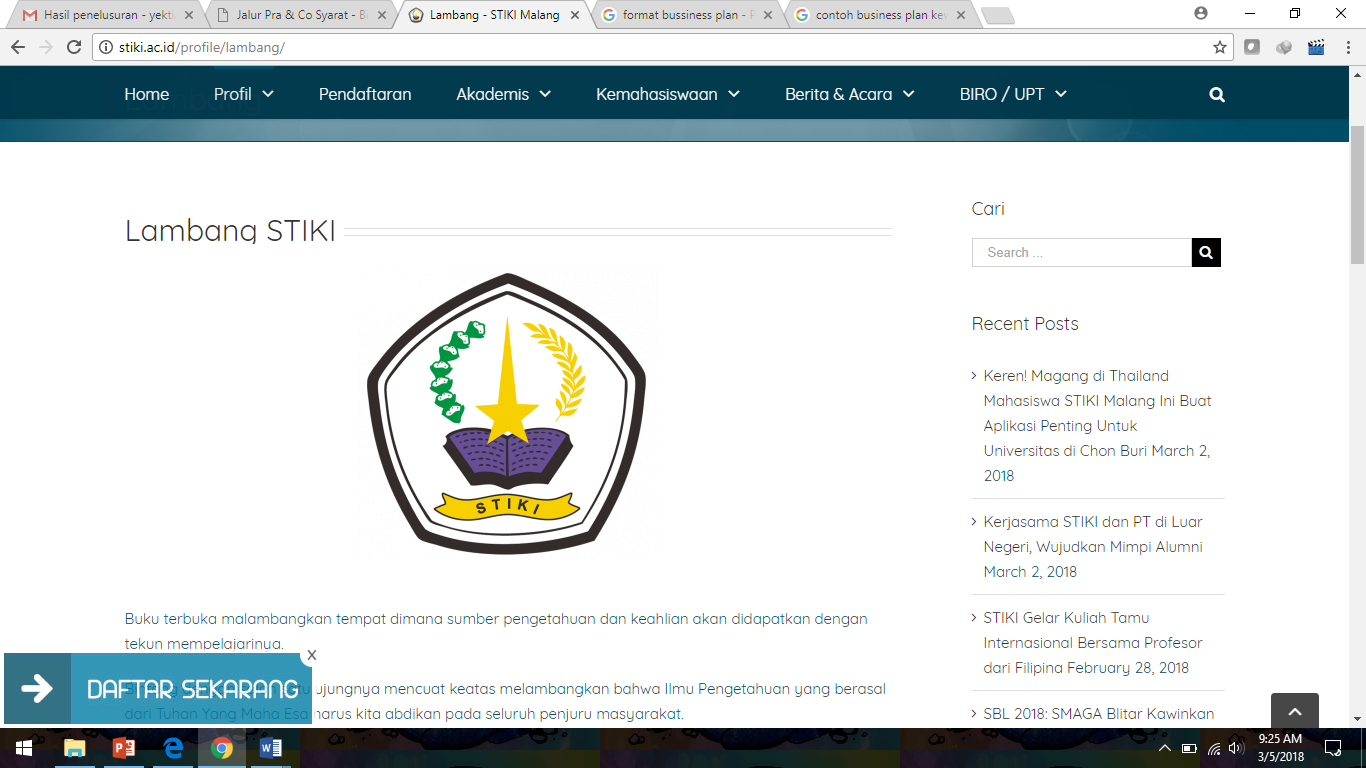
**BUSSINESS PLAN PROPOSAL**

**“Enjoy.in”**

**Disusun Untuk Memenuhi Tugas Akhir**

**Mata Kuliah Kewirausahaan II**

**Semester Genap 2017/2018**



**Disusun Oleh :**

1. **Bimo Prakoso 161111030**
2. **Hizkia Luke Susanto 161111044**
3. **Muhamad Irfan Zidni 161111067**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA**

**SEKOLAH TINGGI INFORMATIKA DAN KOMPUTER INDONESIA**

**2018**

**KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua dan hanya dengan qudrat dan iradat-Nyalah penulis dapat menyelesaikan makalah tentang “Proposal Bisnis”.

Adapun makalah ini disusun untuk memenuhi tugas mata kuliah Kewirausahaan I. Semoga dengan penyusunan makalah ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman diri. Demi kesempurnaannya, tim penulis selalu mengharapkan adanya saran dan masukan dari berbagai pihak.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Yekti Asmoro Kanthi, S.Si., M.AB. selaku dosen Kewirausahaan yang telah memberikan bimbingan dan materi makalah.
2. Orang tua yang telah memberikan dorongan serta doa dan bantuan moril.
3. Serta pihak yang telah bekerja sama membantu proses pembuatan makalah.

Harapan penulis semoga makalah ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi penulis sendiri dan umumnya bagi semua pihak yang membacanya.

Malang, 10 Juli 2018

Tim Penulis

**DAFTAR ISI**

KATA PENGANTAR 2

DAFTAR ISI 3

BAB I PENDAHULUAN

1.1.            Latar Belakang 5

1.2.            Visi dan Misi 5

1.3.            Tujuan dan Manfaat 6

1.4.            Data Perusahaan 6

1.5.            Data Pemilik 6

1.6.            Konsep Usaha 7

BAB II ASPEK PASAR DAN PEMASARAN

2.1.      Aspek Pasar 8

2.1.1.        Gambaran Umum Pasar dan Sasaran 8

2.1.2.         Jenis Produk yang Dipasarkan 8

2.1.3.        Target Pasar 8

2.1.4.         Pesaing 8

2.2.     Aspek Pemasaran 10

2.2.1.      Promosi 10

2.2.2.      Pengembangan Pasar 10

2.2.3.      Pengembangan Produk 10

2.2.4.      Langkah-langkah Promosi 10

2.3.     Analisis SWOT 10

2.4.     Analisa 4P 12

2.5.     Distribusi 12

BAB III ASPEK PRODUKSI

3.1.     Deskripsi Produk 13

3.2.     Jenis Produk 13

3.3.     Kualitas Produk 13

3.4.     Komposisi Produk 14

3.5.     Proses Pembuatan Produk 14

3.6.     Pengemasan Produk 15

BAB IV ASPEK KEUANGAN

4.1.     Kebutuhan Modal Awal Untuk Memulai Usaha 16

4.2.     Proyeksi Rugi/Laba 21

4.3.     Proyeksi BEP 21

BAB V ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

5.1.     Resiko/Hambatan 22

5.2.     Tindakan Alternatif 22

BAB VI PENUTUP

6.1.    Kesimpulan 23

6.2.    Saran 23

**BA/B I**

**PENDAHULUAN**

**1.1.**            **Latar Belakang**

**1.2.**            **Visi dan Misi**

**1.3.**            **Tujuan dan Manfaat Penyusunan Proposal**

Adapun tujuan dan manfaat untuk menyusun proposal bisnis ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memenuhi tugas akhir mata kuliah Kewirausahaan.
2. Menjadikan mahasiswa lebih kreatif dan inofatif tentang berwirausaha.
3. Melatih mahasiswa agar dapat berwirausaha dengan baik.
4. Untuk menambah pengalaman dan pengetahuan tentang berwirausaha.
5. Agar dapat belajar sendiri dan mangisi waktu luang dengan kegiatan yang bermanfaat.
6. Untuk selalu berpikir aktif, kreatif dan inovatif serta mengasah kemampuan mahasiswa dalam berbisnis sehingga memunculkan banyak ide-ide baru yang dapat menjadi peluang usaha yang menguntungkan.
7. Untuk membantu berfikir kritis dan objektif atas bidang usaha yang dijalankan.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Nama Perusahaan |  |
| 2 | Bidang Usaha |  |
| 3 | Jenis Produk |  |
| 4 | Alamat Perusahaan |  |
| 5 | Nomor Telepon |  |
| 6 | Alamat Email |  |

**1.4.**            **Data Perusahaan**

**1.5.**            **Data Pemilik**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Nama |  |
| 2 | Jenis Kelamin |  |
| 3 | Tempat, Tanggal Lahir |  |
| 4 | Alamat |  |
| 5 | Telepon/HP |  |
| 6 | E-mail |  |
| 7 | Peran Dalam Perusahaan |  |

**1.6.**            **Konsep Usaha**

**Gambar 1.1**

**BAB II**

**ASPEK PASAR DAN PEMASARAN**

**2.1 Aspek Pasar**

**2.1.1 Gambaran umum pasar dan sasaran**

Upaya memenuhi kebutuhan konsumen melalui penciptaan produk dan atau jasa yang kemudian dinikmati atau dibeli oleh mereka yang membutuhkan melalui proses tukar menukar (Abas, Sudaryono, Asep, 2011, p.225).

Sasaran dari produk/jasa ini adalah Mass Market. Selain mass market kami juga menargetkan pasar diversified dan multisided. Pada mass market, kami menargetkan masyarakat umum yang ingin bepergian, diversified untuk menawarkan jasa perjalanan liburan dan pelayanan paket perjalanan antar kota dan multisided karena bergantung pada perusahaan travel lain.

**2.1.2 Jenis Produk yang Dipasarkan**

Sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsikan sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Tohar, 2000).

Menawarkan jasa pelayanan paket perjalanan wisata dan paket travel secara online. Para pelanggan bisa memilih tempat tujuan travel maupun paket tour yang ditawarkan. Selain itu menawarkan sebuah portal untuk perusahaan travel lain yang ingin bergabung ke dalam sistem kami sebagai mitra.

**2.1.3 Target Pasar**

Sekelompok konsumen atau para konsumen potensial yang memiliki daya belu dan berbagai kebutuhan yang tidak terpuaskan (Abas, Sudaryono, Asep, 2011, p.230).

Target produk jasa ini sebagai alternative untuk memudahkan para *traveler* atau masyarakat luas yang ingin melakukan perjalanan wisata atau perjalanan bisnis pribadi. Selain itu untuk perusahan travel lain yang belum memiliki website dan ingin mengembangkan pasarnya.

**2.1.4 Pesaing (Kompetitor)**

Suatu persaingan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang tertentu, agar memperoleh kemenangan atau hasil secara kompetitif (Kasmir, 2012).

Pesaing dari produk ini yaitu, seperti traveloka.com, tiket.com, dan pegipegi.com. Mereka sudah terlebih dahulu mempopulerkan sistem jual tiket secara online. Selain banyaknya masyarakat yang memilih sistem yang sudah terbukti lama. h

**2.2 Analisa 4P**

**2.2.1 Produk**

Kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran meliputi : ragam, kualitas, desain, fitur, nama merek dan kemasan (Philip & Gary, 2008)

Produk yang ditawarkan adalah jasa pelayanan paket perjalanan wisata dan paket travel secara online. Para pelanggan dapat memilih tempat tujuan travel maupun paket tour yang ditawarkan secara mudah dan cepat karena transksi pemesanan dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun tanpa harus datang ke kantor. Selain itu, menawarkan sebuah portal untuk perusahaan travel lain yang ingin bergabung ke dalam sistem sebagai mitra yang nantinya sistem tersebut akan memuat semua paket perjalanan dan wisata yang telah disediakan oleh pihak travel mitra.

**2.2.2 Place**

Kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran meliputi : lokasi, saluran distribusi, persediaan, transportasi, dan logistic kemasan (Philip & Gary, 2008).

Place yang digunakan portal website sebagai media pelayanan yang nantinya dapat diakses melalui alamat : enjoy.in, untuk memudahkan baik pelanggan maupun mitra untuk mengakses sistem. Selain itu, dibuka kantor yang beralamatkan di Malang, Jawa Timur sebagai tempat pelayanan secara *offline*.

**2.2.3 Price**

Sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk meliputi : daftar harga, diskon potongan harga, periode pembayaran, dan persyaratan kredit (Philip & Gary, 2008).

Price yang ditawarkan menawarkan berbagai pilihan harga perjalanan wisata sesuai dengan perusahaan travel yang telah bergabung menjadi mitra, sehingga pelanggan nantinya bisa lebih leluasa memilih harga paket liburan sesuai keinginan.

**2.2.4 Promotion**

Aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelangagn membelinya meliputi : iklan dan promosi penjualan (Philip & Gray, 2008).

Promosi akan wilakukan dengan metode pengiklanan atau bekerja sama dengan Google dengan memanfaatkan fitur dari Google AdSense untuk mengiklankan website secara online.

**2.3 Analisa SWOT**

**2.3.1 Kekuatan**

Menganalisis kekuatan diri atau kekuatan perusahaan maupun kekuatan pesaing terdekat untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif, efisien, dan tepat sasaran (Abas, Sudaryono, Asep, 2011, p.227).

Kekuatan dari produk ini adalah harga yang cukup bersaing dan beragam. Fitur pemilihan paket tour, dan pilihan memilih hotel dan kamar. Kemudahan pemilihan jadwal wisata dan harga sesuai selera. Akses mudah, karena sistem berbasis online.

**2.3.2 Kelemahan**

Menganalisis kelemahan diri dan kelemahan perusahaan sehingga dapat dijadikan pelajaran bagi perbaikan-perbaikan strategi pemasaran yang dijalankan, dan juga menganalisis kelemahan-kelamahan pesaing terdekat agar dapat “dimanfaatkan” secara wajar untuk kepentingan bisnis (Abas, Sudaryono, Asep, 2011, p.227).

Kelemahan dari produk ini adalah pada saat awal pendirian website, paket wisata masih sedikit. Desain website yang belum sempurna. Belum dilirik oleh masyarakat karena adanya website pesaing.

Solusi dari kelemahan diatas adalah dengan cara menambah paket wisata seiring berkembangannya website, memperbaiki desain website agar terlihat nyaman, dan mengembangkan website agar dilirik oleh masyarakat luas.

**2.3.3 Peluang**

Memanfaatkan peluang-peluang pasar yang ada, misalnya kecenderungan selera tertentu dari konsumen, kurangnya persediaan produk pesaing, meningkatnya daya beli masyarakat, dan lain-lain (Abas, Sudaryono, Asep, 2011, p.227).

**2.3.4 Ancaman**

Menganalisis berbagai kemungkinan yang dapat mengancam rusaknya strategi pemasaran yang sedang dijalankan (Abas, Sudaryono, Asep, 2011, p.227).

Ancaman dari produk ini adalah perusahaan pesaing akan menurunkan harga. Terdapat bug atau masalah pada website. Berdirinya perusahaan lain dengan model serupa dan pelayanan lebih baik.

**2.4 Bussiness Model Canvas**

**2.4.1 Customer Segment**

Pelanggan merupakan kunci utama dalam mendapatkan keuntungan, tanpa pelanggan maka sebuah perusahaan tidak dapat bertahan lama dalam bisnis yang mereka bangun (Ostewalder & Pigneur, 2010).

Customer segment dari produk ini adalah mass market, khususnya masyarakat umum yang ingin liburan / bepergian. Diversified, selain menawarkan jasa perjalanan liburan.

**2.4.2 Value Proposition**

Proporsi nilai menggambarkan bagaimana pelanggan dapat beralih dari satu perusahaan ke perusahaan lain melalui produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan berbeda dengan para kompetitornya (Ostewalder & Pigneur, 2010).

Value proposition dari produk ini adalah jasa pelayanan yang memungkinkan para pengguna website untuk memlilih paket tour dan tujuan travel yang diinginkan. Selai itu, mereka juga bisa memilih hotel beserta kamar yang mereka inginkan.

**2.4.3 Customer Relationship**

Hubungan dengan pelanggan dibangun sesuai dengan customer segment, dikarenakan setiap segmentasi memiliki yang berbeda (Ostewalder & Pigneur, 2010).

Customer relationship dari produk ini menggunakan sosial media seperti, Facebook, Twitter, Instagram. Selain itu menggunakan website agar para pelanggan bisa mengakses jasa produk ini.

**2.4.4 Channel**

Menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan dapat menjalin komunikasi dengan pelanggannya dalam menyampaikan nilai proporsisinya (Ostewalder & Pigneur, 2010).

Channel dari produk ini mengunakan *social media marketing* dan pengiklanan online.

**2.4.5 Revenue Stream**

Arus pendapatan menampilkan keadaan dari keuangan perusahaan yang diperoleh dari uang tunai dari setiap segmen konsumen (Ostewalder & Pigneur, 2010).

Revenue stream yang didapat dari produk ini berasal dari keuntungan penjualan berbagai paket dan keuntungan dari pengadaaan paket.

**2.4.6 Key Activity**

Menggambarkan aktifitas penting yang dilakukan oleh perusahaan agar bisnis yang dilakukan dapat bekerja dengan baik (Ostewalder & Pigneur, 2010).

Key activity dari produk ini berupa mengadakan event untuk promosi website.

**2.4.7 Key Resources**

Asset yang sangat penting yang diperlukan untuk membuat bisnis dapat berjalan (Ostewalder & Pigneur, 2010).

Key resources dari produk ini adalah website, programmer, admin dan pembayaran online.

**2.4.8 Key Partners**

Perusahaan membentuk aliansi atau kerja sama karena berbagai alasan (Ostewalder & Pigneur, 2010).

Key partners dari perusahaan ini berupa perusahaan travel dan hotel.

**2.4.9 Cost Structure**

Struktur biaya menggambarkan semua biaya yang dibutuhkan untuk menjalankan suatu model bisnis (Ostewalder & Pigneur, 2010).

Cost structure dari produk ini adalah web designer, web programmer, biaya hosting, laptop/pc.

**BAB III**

**ASPEK PRODUKSI**

* 1. **Deskripsi Produk**

Aplikasi Enjoy.in merupakan usaha jasa yang memberi pelayanan tour dan travel domestik. Usaha ini bergerak di bidang pariwisata dan transportasi. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat disesuaikan dengan tujuan, paket dan fasilitas yang diinginkan konsumen. Fasilitas yang diberikan kepada konsumen antara lain reservasi hotel, reservasi kamar, reservasi rumah makan / restoran / catering, tiket masuk tempat wisata, tour guide. Produk ini memberi kemudahan kepada konsumen yang ingin berwisata, sehingga tidak perlu susah dan repot untuk mengatur atau melakukan pemesan, karena transaksi dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun secara *online*.

* 1. **Proses Produksi**
* **Alat dan Bahan**

1. Laptop 3 Unit

2. PC 1 Set

3. *Access Point* 1 Unit

4. Aplikasi *Justinmind Prototyper*

5. Aplikasi XAMPP

6. Aplikasi PHP Storm

7. Aplikasi Navicat

8. Aplikasi Google Chrome

9. Aplikasi Adobe Photoshop

* 1. **Proses Bisnis**

Sebagai tahap awal, para user akan memilih tujuan tour maupun travel yang tersedia di halaman website Enjoy.in. Selain memilih tujuan, user juga akan menentukan hotel serta kamar yang akan digunakan jika mereka memilih paket taor. Setelah melakukan pemilihan paket dan yang lainnya, user akan wajib mengisi data diri, jika mereka belum login, maka diharuskan untuk melakukan registrasi terlebih dahulu. Namun jika sudah melakukan registrasi, data diri akan otomatis terisi. Akan ada lebih dari 1 data diri yang di isi jika melakukan perjalanan secara berkelompok. Namun hanya 1 yang di isi secara lengkap yang dianggap sebagai pemimpin, sedangkan yang lain hanya perlu nama dan nomor KTP.

Setelah melakukan pengisian data diri, selanjutnya user akan menunggu validasi dari admin website. Untuk mendapatkan validasi, user diharuskan membayar uang. Setelah membayar nominal yang sesuai, maka karyawan akan otomatis memvalidasi tiket si user.

**BAB IV**

**ASPEK KEUANGAN**

**4.1 Kebutuhan Modal Awal Untuk Memulai Usaha**

Kebutuhan modal awal untuk memulai usaha adalah sebesar Rp.30.000.000; Dana tersebut akan dialokasikan untuk kebutuhan pengeluaran awal produksi. Berikut ini rincian kebutuhan awal yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha pada awal produksi.

1. Investasi

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Komponen** | **Jumlah** | **Satuan** | **Harga per Unit (Rp)** | **Total Biaya (Rp)** | **Umur Ekonomis (tahun)** | **Penyusutan/Tahun (Rp)** |
| 1 | Laptop | 3 | Unit | 4.000.000 | 12.000.000 | 3 | 1.332.000 |
| 2 | PC | 1 | Set | 3.000.000 | 3.000.000 | 5 | 120.000 |
| **Total Biaya** | | | | | 15.000.000 |  | 1.452.000 |

1. Bahan baku untuk produksi

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | Bahan  Bahan Utama | Jumlah | Total Harga per Produksi | Total Harga per Tahunan |
| 1 | *Justinmind Prototyper* | 3 | 6.550.000 |  |
| 2 | XAMPP | 3 | - | - |
| 3 | PHP Strom | 3 | 7.000.000 |  |
| 4 | Navicat | 3 |  |  |
| 5 | Google Chrome | 3 | - | - |
| 6 | Adobe Photoshop | 3 | 1.000.000 |  |
| Jumlah | | | 549.000 | 181.170.000 |

Note : asumsi 1 tahun = 330 hari kerja

1. Biaya Operasional

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No. | Komponen | Biaya per bulan | Biaya per tahun |
| 1 | Penyewaan VPS | 300.000 | 3.600.000 |
| 2 | Penyewaan Domain | 2 8.000 | 96.000 |
| 3 | Koneksi Internet | 350.000 | 4.200.000 |
| 4 | Pengiklanan Online | 300.000 | 3.600.000 |
| 5 | Tenaga Kerja 3 Orang Programer | 1.500.000 | 18.000.000 |
| 6 | Sewa | 500.000 | 6.000.000 |
| Jumlah | | 2 .958.000 | 35.496.000 |

Kebutuhan modal awal untuk memulai usaha Rainbow Siomay adalah sebesar Biaya Peralatan + Biaya Bahan Baku + Biaya Operasional

= Rp. 2.369.000 + Rp. 549.000 + Rp. 7.458.000

= Rp. 5.578.000

**Total Biaya**

Biaya Investasi Rp. 15.000.000 / tahun

Biaya Produksi Rp. 181.170.000 / tahun

Biaya Operasional Rp. 89.494.000 / tahun

Biaya Penyusutan Rp. 1.452.000 / tahun

**Harga Pokok Produksi (HPP)**

* Biaya Tetap = Biaya Penyusutan + Biaya Operasional (Biaya produksi + biaya op)

= Rp. 1.452.000/ tahun + Rp. 89.494.000/ tahun

= Rp. 213.940.500 / tahun

* HPP = Biaya Tetap + Biaya Produksi / Jumlah Produksi

= Rp. 213.940.500 + Rp. 181.170.000 / (100 x 330)

= Rp. 213.940.500 + Rp. 181.170.000 / (33.000)

= Rp. 395.110.500 / 33.000

= Rp. 11.973,05 atau Rp. 12.000

**Harga Jual Per Unit**

Rp 12.000 x 25% = Rp. 3.000

Jadi Rp. 12.000 + Rp. 3.000 = Rp. 15.000

Atau Harga Jual Rp. 15.000

**Analisis R/C**

* Total Biaya Produksi = Biaya Produksi + Biaya Operasional

= Rp. 181.170.000 / tahun + Rp. 31.920.000 / tahun

= Rp. 213.090.000 / tahun

* Total Pendapatan = HPP x Jumlah Produksi

= Rp. 12.000 x 33.000 / tahun

= Rp. 396.000.000 / tahun

= Rp. 33.000.000 / bulan

* Keuntungan = Total Pendapatan – Total Biaya Produksi

= Rp. 396.000.000 / tahun - Rp. 213.090.000 / tahun

= Rp. 182.910.000 / tahun

= Rp. 15.242.500 / bulan

Jangka Waktu Pengembalian Modal = Biaya Investasi x Masa Produksi / Keuntungan

= Rp. 2.369.000 / tahun x 1 tahun / Rp. 182.910.000 / tahun

= 0.01 tahun

Berdasarkan hasil analisis finansial di atas, maka modal usaha atau biaya investasi yang dikeluarkan unruk mendirikan bisnis ini akan kembali dalam jangka waktu 0.01 tahun, dengan jumlah produksi 33.000 bungkus per tahunnya dari 330 hari kerja per tahun.

**4.2.     Proyeksi Rugi/Laba**

Proyeksi rugi-laba dalam satu tahun produksi usaha.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| PENDAPATAN | | TOTAL |
| 1 | Penjualan (Rp. 15.000,00 x 100 packs x 330 hari) | Rp. 495.000.000,00 |
| Total Pendapatan | | Rp. 495.000.000,00 |
| BIAYA PRODUKSI | | TOTAL |
| 1 | Biaya Variabel (variable cost) | |
| Biaya Bahan Baku & Bahan Pendukung | | Rp. 181.170.000,00 |
|  | Biaya Tetap (fixed cost) | |
| Total Biaya Tetap | | Rp.31.920.000,00 |
| Total Biaya Produksi | | Rp. 213.090.000,00 |
| Laba (Pendapatan - Biaya Produksi) | | Rp. 281.910.000,00 |

**4.3.     Proyeksi BEP**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| PENJUALAN | | TOTAL |
| 1 | Penjualan (Rp. 15.000,00 x 100 packs x 330 hari) | Rp. 495.000.000,00 |
| Total Penjualan | | Rp. 495.000.000,00 |
| BIAYA VARIABEL | | TOTAL |
| 1 | Biaya Bahan Baku dan Pendukung | Rp. 181.170.000,00 |
| Total Biaya Variabel | | Rp. 181.170.000,00 |
| BIAYA TETAP | | TOTAL |
| Total Biaya Tetap | | Rp.31.920.000,00 |
| BEP (Unit) = FC / Harga Jual (per unit) – VC (per unit) | | 3.357 unit |
| BEP (rupiah) = [FC / Harga jual (per unit) – VC (per unit)] x harga jual (per unit) | | Rp. 50.347.000 |

**BAB V**

**ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN**

**5.1 Struktur Organisasi**

**5.2 Tugas dan wewenang**

**BAB VI**

**PENUTUP**

**6.1 Kesimpulan**

**6.2 Saran**

**DAFTAR PUSTAKA**