

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Secara umum definisi bidang industri merupakan kegiatan ekonomi yang bertujuan menjadikan barang yang lebih tinggi kegunaannya, seperti mengolah barang mentah, bahan baku, barang setengah jadi atau barang jadi. Hasil dari industri tidak hanya berupa barang, akan tetapi juga dalam bentuk jasa.

Industri adalah usaha memproduksi barang jadi dengan bahan baku atau bahan mentah melalui proses penggarapan dalam jumlah besar sehingga barang tersebut dapat diperoleh dengan harga serendah mungkin tetapi dengan mutu setinggi-tingginya (**IMade Sandi, 1985:148**).

Menurut **Tahwin (2003)**, industri pariwisata terdiri dari berbagai jenis usaha yang melahirkan produk atau jasa yang dihasilkan, tetapi di struktur organisasi, metode pemasaran, lokasi usaha dan juga besar usahanya. Di setiap tahunnya industri pariwisata selalu mengalami peningkatan khususnya di bidang *hospitality*. Oleh karena itu peningkatan tersebut bisa membuat peluang untuk membuat berbagai macam usaha lainnya.

Concierge merupakan petugas yang bertugas dibagian informasi, penanganan barang, penyambutan di gerbang hotel, pencarian tamu di hotel, sampai dengan ke masalah penjemputan dan pengantaran (**Soenarno, 2006:87**). Adapun istilah *concierge*

sendiri berasal dari bahasa Perancis yang berarti "*Keeper of The Keys*", seorang penjaga atau pemelihara. Jadi pada jaman dahulu seorang *concierge* bertanggung jawab untuk menyimpan dan memberikan kunci kastil pada tamu yang menginap. Di era sekarang, *concierge* menjadi salah satu peranan yang penting di bidang industri pariwisata, salah satu contohnya adalah ketika tamu membutuhkan bantuan untuk menanyakan sesuatu, tak hanya itu tamu pun terkadang meminta bantuan untuk membantu membuat reservasi dengan mengandalkan seorang *concierge*.

Seorang *concierge* harus selalu ramah kepada tamu agar bisa membuat tamu merasa nyaman. Oleh karena itu, banyak tamu yang langsung akrab dengan *concierge*, tidak hanya bekerja ketika sedang berada di hotel namun seorang *concierge* bisa juga bekerja di hotel. Bahkan sebagian tamu meminta bantuan jasa seorang *concierge* untuk membantunya menyelesaikan urusan pribadinya. Salah satu tugas *concierge* harus menuruti permintaan tamu meskipun permintaanya aneh-aneh dengan aturan tertentu. Di era sekarang, kebutuhan ekonomi di kalangan masyarakat terus meningkat setiap tahunnya yang membuat semua masyarakat harus bekerja untuk memenuhi kebutuhan ekonomi.

Dalam pengertian umumnya seorang *concierge* berarti seseorang yang menangani segala bentuk informasi, penanganan barang-barang, penyambutan di gerbang hotel sampai dengan penjemputan ataupun pengantaran. Dalam hal ini penulis memasukan hal yang menyangkut *concierge* ke dalam bisnis yang akan didirikan, serta membuat peranan seorang *concierge* lebih luas dalam menjalankan bisnis yang dijalankan penulis.

Salah satu contohnya adalah para pejabat-pejabat yang jadwalnya sangat padat, dengan kesibukannya tersebut dapat membuatnya sulit untuk mengatur jadwalnya yang padat. Dan kebanyakan pejabat-pejabat merupakan para pria karir, namun tak sedikit juga para wanita yang bekerja untuk memenuhi kebutuhan ekonomi hidupnya.

Dengan padatnya jadwal serta kesibukannya, tak sedikit dari para pegawai negeri serta pejabat lainnya membuatnya tidak dapat mengatur atau menyesuaikan jadwalnya terstruktur dengan baik. Namun tak hanya para pegawai negeri dan pejabat lainnya, para pengusaha serta wanita karir juga membutuhkan peranan seseorang untuk membantu mengatur dan menyesuaikan jadwal mereka dengan baik.

Jasa pelayanan “*concierge*” pribadi ini bisa menjadi inovasi yang cukup baik di bidang industri pariwisata maupun di bidang lainnya. Dengan berkembangnya teknologi di era modernisasi ini para pekerja semakin banyak mendapatkan jam kerja yang cukup lama demi memenuhi kebutuhan ekonomi hidupnya. Para kerja mempunyai keinginan untuk membagi waktunya dalam mengatur urusan pribadi dengan urusan pekerjaan. Bisnis jasa pelayanan ini bisa dimanfaatkan dalam kebutuhan para pekerja, bisnis jasa pelayanan ini serupa dengan *personal assistant*, namun perbedaan bisnis ini dengan *personal assistant* terletak pada waktunya. Jika *personal assistant* bekerja full dengan *client* sedangkan bisnis ini bisa melakukan pekerjaan dalam waktu tertentu saja, dengan demikian bisnis ini bisa melakukan pekerjaan dengan beberapa *client* dalam hari yang bersamaan.

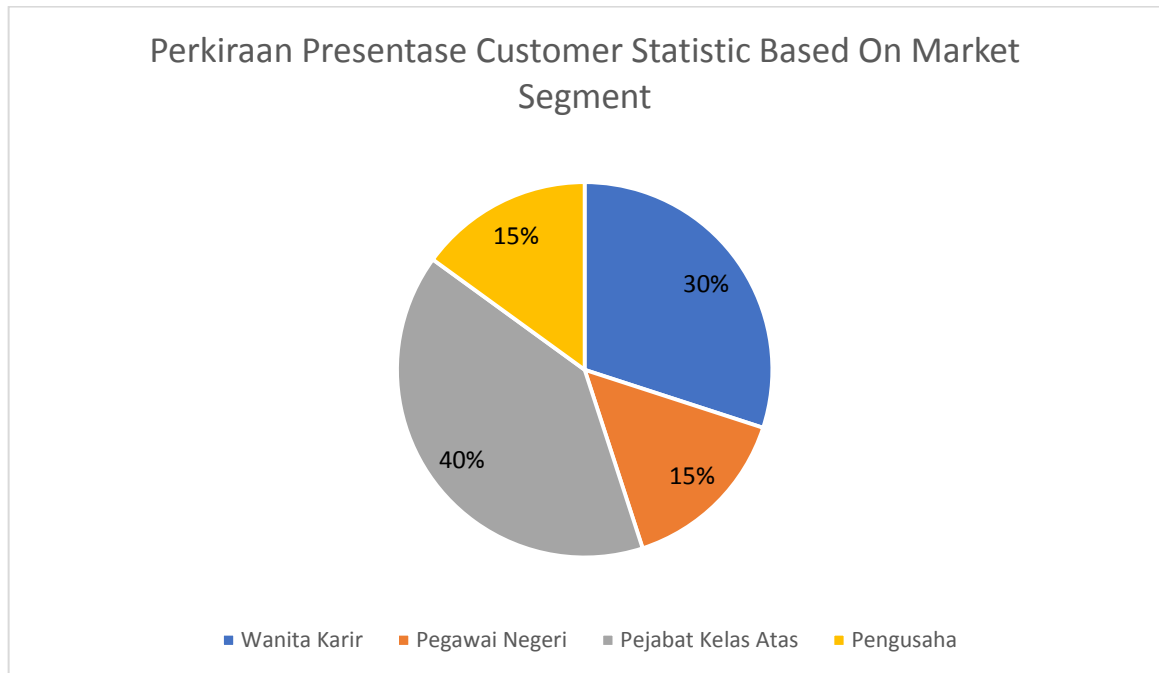
Bisnis jasa pelayanan “*concierge*” pribadi ini telah banyak dijalankan, khususnya di negara-negara bagian Eropa. Namun, di Indonesia bisnis jasa pelayanan “*concierge*” pribadi ini belum banyak dijalankan. Maka dari itu, bisnis jasa pelayanan

"*concierge*" pribadi ini dapat menjadi inovasi baru di Indonesia dan juga tambahan yang cukup baik di bidang industri pariwisata agar bisnis jasa pelayanan "*concierge*" pribadi ini dapat berkembang di Indonesia.

Maka dari itu, penulis telah merencanakan nama untuk bisnis jasa pelayanan "*concierge*" pribadi ini dengan sebuah nama perusahaan **WaterBlue Concierge**. Perusahaan **WaterBlue Concierge** ini dapat diharapkan untuk membantu para pejabat-pejabat, pegawai negeri dan juga para pengusaha dalam mengatur urusan yang tidak dapat diselesaikan oleh mereka karena kesibukan jadwal yang padat.

Segmen pasar tentunya merupakan salah satu hal yang penting dalam bisnis perusahaan, karena dengan adanya segmen pasar diharapkan dapat mengukur tingkat keberhasilan strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang dipasarkan oleh penulis kepada *client* yang membutuhkan tenaga kerja dari *Water Blue Concierge* yaitu dengan menawarkan pemesanan melalui media sosial seperti Instagram dan Website serta memanfaatkan media periklanan dalam memasarkan bisnis perusahaan penulis.

GAMBAR 1.1
PRESENTASE SEGMENT PASAR



Sumber : Olahan Penulis, 2021.

B. Gambaran Usaha Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Deskripsi bisnis merupakan hal-hal yang mengenai tentang informasi atau gambaran usaha yang dikerjakan oleh penulis. Dengan tingginya para pegawai negeri, pejabat-pejabat serta wanita karir di Bandung dapat menjadi peluang bagi penulis untuk mengembangkan usahanya yaitu bisnis di bidang jasa pelayanan. Bisnis yang akan didirikan yaitu bisnis *WaterBlue Concierge*.

Bisnis jasa pelayanan ini adalah bisnis yang memberikan pelayanan terhadap *client* yang akan bekerja terhadap *client* dalam membantu untuk mempermudah atau mengurangi kesibukan dalam urusan pekerjaan maupun urusan pribadi *client*. Tenaga

kerja yang dimiliki oleh *WaterBlue Concierge* adalah tenaga kerja yang siap untuk bekerja dibawah tekanan *client* serta memiliki *attitude* yang baik untuk memberikan pelayanan terbaik terhadap *client*.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Nama dari *WaterBlue Concierge* diambil dari bahasa Inggris yaitu *Water* dan *Blue* yang berarti air yang biru, makna dari nama tersebut adalah biru mewakili langit dan laut dan dikaitkan dengan ruang terbuka, kebebasan, inspirasi, dan kepekaan. Selain itu, biru juga mewakili makna kepercayaan, kesetiaan, ketulusan dan kecerdasan. Dalam artian tersebut sangat berhubungan dengan bisnis yang didirikan oleh penulis yang memfokuskan kepada hal kepercayaan, kesetiaan, ketulusan serta kepekaan. *WaterBlue Concierge* juga memiliki slogan yaitu *Work Quietly & Comfortably* yang berarti *client* tidak perlu khawatir dengan pekerjaannya karena tenaga kerja yang dimiliki oleh *WaterBlue Concierge* mampu untuk memberikan kenyamanan serta pelayanan yang terbaik.

Gambar 1.2

Logo dari *WaterBlue Concierge*



Sumber : Penulis, 2021

Dihiasi oleh seorang *concierge* dan ditambah latar belakang berupa bunga-bunga yang memiliki makna sebagai seorang *concierge* yang dapat memberikan ketenangan dan kenyamanan, serta ada nama dan slogan dari bisnis perusahaan yang penulis buat. Ada beberapa warna yang terdiri dari logo tersebut, berikut penjelasannya :

- Biru

Warna biru memiliki makna kepercayaan, kesetiaan serta kepekaan, sehingga penulis memilih dan memasukkan warna biru kedalam logo tersebut yang berhubungan dengan makna dari *WaterBlue Concierge*.

- Hitam

Warna hitam memiliki arti professional, dalam bisnis perusahaan *WaterBlue Concierge* ini sangat menjunjung tinggi profesionalitas dari para tenaga kerja dari *WaterBlue Concierge*.

- Putih

Warna putih merupakan warna yang positif, melambangkan, kemurnian serta ketenangan, warna putih juga memiliki arti sebagai awal yang sukses, oleh karena itu penulis memiliki harapan untuk dapat mengawali dengan sukses.

3. Identitas Bisnis

Identitas bisnis tentunya diperlukan agar masyarakat dapat mengenali bisnis perusahaan yang didirikan oleh penulis, lokasi kantor dari bisnis yang didirikan yaitu berada di Kawasan Summarecon Bandung Kota, tepatnya di ruko Magna Commercial MD 030, Kelurahan Rancabolang, Kecamatan Gedebage, Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Berikut kontak dan alamat dari bisnis tersebut, yaitu :

Telefon : +6281295110958

Email : wblueconciierge@gmail.com

Instagram : waterblue.conciierge

Alamat : Ruko Magna Commercial MD 030, Rancabolang, Gedebage, Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia, 40294.

Gambar 1.3

Denah Lokasi Usaha



Sumber : Google Maps

Summarecon Bandung Kota merupakan pengembangan kota mandiri pertama di kota Bandung. Kawasan Summarecon Bandung Kota merupakan Kawasan strategis dengan letak dari lokasi usaha, dikarenakan letaknya dekat dengan apartment, kawasan perkantoran, serta pusat perbelanjaan yang memiliki banyak segment pasar yang berkaitan dengan bisnis yang didirikan penulis.

C. Visi dan Misi

1. Visi dari WaterBlue Concierge :

Diharapkan dapat menjadi salah satu perusahaan bisnis yang terbaik di bidang jasa pelayanan di kota Bandung.

2. Misi dari WaterBlue Concierge :

- Memberikan pelayanan yang terbaik kepada *client*.
- Mampu meringankan pekerjaan *client* meskipun permintaannya aneh-aneh.
- Memberikan pelayanan apapun kepada permintaan *client*.

D. SWOT Analysis

Definisi analisis SWOT menurut **Sondang P. Siagian (2003)**, analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat. Telah diketahui pula secara luas bahwa “*SWOT*” merupakan akronim untuk kata-kata “*Strengths*”(kekuatan), “*Weaknesses*”(kelemahan), “*Opportunities*”(peluang), “*Threats*”(ancaman). Adapun pembagian factor-faktor strategis dalam analisis SWOT menurut **Sondang P. Siagian (2003)**:

1. *Strengths* : Kompetisi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha dipasaran. Dikatan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari pada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah dan direncanakan akan dilayani oleh satuan yang bersangkutan.
2. *Weaknesses* : Keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan, dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan.
3. *Opportunities* : Definisi peluang secara sederhana peluang ialah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis.
4. *Threats* : Ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang yaitu faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis jika tidak diatasi ancaman akan menjadi bahaya bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun dimasa depan.

Berikut penulis memberikan analisis SWOT dari WaterBlue Concierge yang dibuat sesuai penjelasan analisis SWOT di atas :

TABEL 1

ANALISIS SWOT WATERBLUE CONCIERGE

<p><i>Strengths</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bisnis jasa pelayanan yang tidak banyak mengeluarkan banyak biaya. 2. Minimnya pesaing dalam bisnis jasa <i>concierge</i> di Indonesia. 3. Pemesanan dalam bentuk aplikasi serta website Dalam penggunaan bisnis jasa pelayanan <i>concierge</i>.
<p><i>Weaknesses</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sulitnya mencari karyawan dikarenakan tingginya kompetensi dalam memilah karyawan. 2. Diperlukan waktu yang cukup lama dalam pengenalan terhadap masyarakat mengenai bisnis tersebut. 3. Cukup sulit untuk mengembangkan bisnis dikarenakan bisnis tersebut merupakan bisnis baru.
<p><i>Opportunities</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesempatan dalam bisnis tersebut cukup tinggi dikarenakan berkembangnya para pegawai negeri serta pengusaha yang hendak mengukuhkan kesetimbangan kehidupan pekerjaannya. 2. Mengembangkan lokasi usaha dari setiap anggota untuk membantu perusahaan serta <i>client</i>.
<p><i>Threats</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ancaman yang akan dihadapi adalah ketika berdirinya perusahaan bisnis yang serupa serta menirukan konsep dari perusahaan. 2. Akan munculnya keluhan dari <i>client</i> terhadap setiap tenaga kerja tentang kinerjanya.

E. Spesifikasi Jasa

Spesifikasi dalam membentuk bisnis tentunya perlu spesifikasi yang jelas, agar *client* dapat memahami serta mengetahui apa saja informasi yang terdapat pada jasa yang ditawarkan. Berikut spesifikasi jasa yang ditawarkan oleh WaterBlue Concierge :

1. *Halftime Service.*

Pelayanan ini menawarkan bentuk pelayanan setengah hari ataupun dapat menyesuaikan dengan permintaan tamu andaikan tidak melebihi batas waktu.

2. *Fulltime Service.*

Pelayanan ini menawarkan bentuk pelayanan satu hari penuh ataupun dapat menyesuaikan dengan permintaan tamu.

3. *Holiday Service.*

Pelayanan ini menawarkan bentuk pelayanan bagi *client* yang akan bepergian ke luar kota ataupun ke luar negeri.

4. *Business Service.*

Pelayanan ini menawarkan bentuk pelayanan yang berfokus kepada urusan pekerjaan saja.

5. *Babysitter Service.*

Pelayanan ini menawarkan bentuk pelayanan yang berfokus untuk membantu *client* yang memiliki anak yang berusia dibawah 7 tahun tergantung dari permintaan *client* yang akan menitipkan atau membantu mengurusinya.

F. Jenis/Badan Usaha

Di era modernisasi ini, masyarakat akan berusaha semaksimal mungkin untuk mendapatkan pekerjaan yang didambakannya, tak sedikit juga yang membuka atau menciptakan lapangan pekerjaan sendiri. Penulis membuat usaha dengan jenis/badan usaha *Commanditaire Venootschap* (CV). CV merupakan persekutuan yang didirikan oleh satu orang atau lebih untuk menjalankan bisnis dagang serta berperan sebagai seorang pemimpin yang bertujuan untuk menciptakan tujuan bersama dengan beberapa pendapat dari setiap anggotanya. Setiap anggota *Commanditaire Venootschap* (CV) akan memiliki status hukum yang sama dengan yang akan meminjamkan atau memberikan modal pada suatu bisnis perusahaan serta diharapkan penanaman modal tersebut mampu membuahkan hasil keuntungan dari modal yang sudah disetorkan.

Penulis memilih jenis/badan usaha *Commanditaire Venootschap* CV, karena maksud dan tujuan pembentukan *Commanditaire Venootschap* (CV) agar jenis/badan usaha memiliki tempat yang legal serta resmi. Dengan memiliki tempat yang resmi dan legal dapat mempermudah untuk menjalankan jenis/badan usaha tersebut, sama halnya dengan pengadaan barang yang memerlukan sarana dalam melakukan kerjasamanya.

Tentunya di setiap jenis/badan usaha ada kelebihan serta kekurangan, berikut kelebihan dan kekurangan dari jenis/badan usaha *Commanditaire Venootschap* (CV), yaitu :

Kelebihan *Commanditaire Venootschap* (CV)

1. Prosedur pendiriannya yang mudah.
2. Modal perusahaan relatif besar.
3. Spesialisasi dalam pengolaan memungkinkan diadakan dalam CV.
4. Memotivasi untuk bekerja keras.

Kekurangan *Commanditaire Venootschap* (CV)

1. Semua anggota bertanggung jawab atas utang perusahaan.
2. Kerugian perusahaan ditanggung bersama.
3. Sering munculnya perbedaan pendapat dari setiap anggota.
4. Pengumpulan modal yang relatif sulit.

G. Aspek Legalitas

Aspek legalitas menjadi hal yang sangat penting dalam berdirinya sebuah usaha. Oleh karena itu, di setiap badan usaha persiapan hukum yang matang menjadi peranan penting dalam keberlangsungan suatu usaha. Izin usaha harus menyesuaikan dengan jenis/badan usaha yang didirikan. Dokumen-dokumen yang menyangkut dengan hal tersebut antara lain akta pendirian, dokumen kelengkapan pajak (NPWP, SKT, SPPKP), Nomor Induk Berusaha (NIB), dan izin lokasi.

Berikut prosedur yang diperlukan ketika mendirikan sebuah perusahaan CV :

1. Akta pendirian usaha, merupakan salah satu dokumen yang dibuat oleh notaris sebagai Langkah awal untuk mendirikan perusahaan.
2. NPWP badan usaha, selayaknya orang pribadi, sebuah perusahaan juga memiliki kewajiban untuk mengurus pajaknya. Bukan hanya untuk mengurus perpajakan bisnis startup, NPWP badan usaha juga menjadi salah satu dokumen wajib dalam mengurus legalitas lainnya.
3. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), merupakan surat izin usaha yang dikeluarkan pemerintah daerah kepada pengusaha untuk dapat melaksanakan usaha di bidang perdagangan dan jasa. Terdapat 4 jenis SIUP yang dibedakan berdasarkan modal yang disetor, yaitu :
 - SIUP Mikro, modal disetor tidak lebih dari Rp 50.000.000

- SIUP Kecil, modal disetor Rp 50.000.000 – Rp 500.000.000
 - SIUP Menengah, modal disetor Rp 500.000.000 – Rp 1.000.000.000
 - SIUP Besar, memiliki modal disetor lebih dari Rp 10.000.000.000
4. Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP), SKDP merupakan surat keterangan yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut memiliki domisili di alamat yang tertera dalam SKDP.
5. Tanda Daftar Perusahaan (TDP), TDP merupakan dokumen pengesahan yang menyatakan bahwa suatu perusahaan telah melakukan kewajiban pendaftaran perusahaan.

Keangka Bisnis Model Canvas Jasa Pelayanan *Concierge* Pribadi

Key Partners -Desain grafis -Supplier atribut -Perusahaan periklanan - Jasa Laundry	Key Activities - Memperkenalkan bisnis jasa pelayanan . - Memanfaatkan tenaga kerja di bidang hospitality - Memperkenalkan konsep personal concierge.	Value Propositions Keunggulan -Meruliki konsep excellent service. -Bisnis jasa pelayanan yang tidak menghuarkan banyak biaya. Price - Menawarkan harga yang relatif terjangkau	Customer Relationships - Social Media (facebook, instagraam, twitter, whatsapp, telegram)	Customer Segments - Pengusaha Executive - Wanita karir. - Pegawai negeri. Spesifik - ekonomi dengan menengah ke atas - dapat mempermudah para pengusaha executive dan pegawai negeri serta wanita karir mempermudah urusan pribadi maupun urusan pekerjaan.
	Key Resources - Professional workers. - Merek dagang. - Modal finansial.		Channels -online travel agent -website -direct marketing -sosial media	
Cost Structure Biaya tetap - Gaji Karyawan Biaya Semi Variabel -Biaya marketing Biaya variabel -Upah tenaga kerja lepas -Biaya perlengkapan atribut -Biaya penyewaan ruko		Revenue Streams Penawaran Jasa - Secara langsung -Online Travel Agent		

BAB II

ASPEK PRODUK/JASA

A. Deskripsi Produk

Water Blue Concierge ini merupakan bisnis yang bergerak di bidang pelayanan. Bisnis ini merupakan bisnis yang menawarkan atau menyediakan beberapa jenis pelayanan terhadap *client* sesuai dengan permintaannya. Bisnis ini diperuntukan kepada pengusaha, wanita karir, eksekutif dan pegawai negeri serta beberapa segmen individu yang mempunyai jadwal yang padat. Oleh karena itu, bisnis ini dapat menjadi pilihan untuk *client* ditengah kesibukannya agar dapat menyeimbangkan antara urusan pribadi maupun urusan pekerjaannya. Didalam bisnis ini terdapat beberapa jenis pelayanan yang akan ditawarkan kepada *client* yaitu, *Halftime Service*, *Fulltime Service*, *Holiday Service*, *Business Service* dan *Babysitter Service*. Harga yang ditawarkan dari beberapa jenis servis tersebut dimulai dari Rp. 145.462 hingga Rp. 165.759 perjam. Biaya tersebut jika dikonversikan ke dollar Amerika menjadi \$10 hingga \$12. Biaya tersebut tentunya belum termasuk *tax & service*.

B. Analisa Keunggulan Produk

Di dalam bisnis ini penulis membuat suatu rancangan bisnis ini dengan bertujuan untuk membuka dan memperluas lapangan kerja baru di dalam industri pariwisata Indonesia. Masyarakat Indonesia dalam beberapa tahun terakhir mengalami peningkatan di sektor ekonomi, mau tidak mau mereka harus bekerja dengan tuntutan yang cukup banyak terutama bagi mereka yang hidup di kota - kota besar seperti Jakarta Bandung dan kota – kota besar lainnya. Tuntutan pekerjaan yang

banyak, baik urusan pekerjaan ataupun urusan pribadinya membuat mereka kewalahan dan membutuhkan bantuan dari pihak luar.

Keunggulan dari perusahaan ini adalah merupakan perusahaan pertama di Indonesia yang bergerak di bidang jasa concierge sehingga mendapatkan seluruh bagian dari kue pasar. Perusahaan sejenis di Indonesia seperti My.Va.World dan W-Concierge yang berjalan dibidang Virtual Concierge dan Personal Assistant, mereka menggunakan strategi harga hourly. Dengan rata – rata harga \$25/jam untuk W-Concierge dan \$12/jam untuk My.Va.World untuk menggunakan jasa dari mereka, harga itu terbilang jauh lebih mahal dibanding dengan usaha yang akan dibuat Water Blue Concierge. Selain itu, keunggulan lain dari Water Blue Concierge adalah keuntungan dari segi biaya produksi dan operating cost yang tidak terlalu mahal. Dengan ditekannya biaya operating cost sehingga dapat mencapai gross Revenue yang lebih tinggi. Selain itu Water Blue Concierge juga menyediakan Membership untuk klien yang menginginkan keuntungan – keuntungan lainnya yang disediakan jika menjadi member.

Kelebihan – kelebihan inilah yang akan digunakan oleh penulis dalam menjalankan perusahaan Water Blue Concierge ini. Dengan kelebihan yang sudah disebutkan, diharapkan perusahaan ini dapat bersaing dengan perusahaan sejenis.

C. Penyajian dan Kemasan Produk/Jasa

Menurut **Krasovec (2006:33)**, Penyajian dan kemasan adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk produk atau jasa yang ditawarkan dengan menggunakan wadah atau pelayanan yang kreatif dan inovatif untuk produk atau jasa yang dipasarkan sekaligus untuk menarik pelanggan. Dalam perusahaan ini ide untuk penyajian tersebut merupakan gabungan dari komponen paket jasa yang akan ditawarkan dan spesifikasinya. Konsep personal concierge adalah dimana seorang concierge bekerja kepada beberapa klien dalam suatu waktu. Konsep ini berbeda

dengan personal assistant dimana seorang personal assistant harus bekerja kepada satu klien saja selama 24 jam. Personal concierge merupakan bisnis pelayanan yang ditujukan kepada klien yang membutuhkan bantuan dikarenakan kesibukan mereka. Seorang concierge di hotel merupakan orang yang harus bisa melakukan hampir seluruh pekerjaan. Maka dari itu konsep bisnis personal concierge yang akan dibuat ini memberikan beberapa paket pelayanan jasa untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Berikut merupakan jasa yang akan ditawarkan :

a. *Halftime Service*

Halftime Service merupakan paket jasa yang menawarkan pelayanan apapun dari permintaan *client* dalam kurun waktu 12 jam operasional kerja.

b. *Fulltime Service*

Fulltime Service merupakan paket jasa yang menawarkan pelayanan apapun dari permintaan *client* dalam kurun waktu 1x24 jam operasional kerja.

c. *Holiday Service*

Holiday Service merupakan paket jasa yang ditawarkan oleh tenaga kerja *concierge* yang akan melayani atau membantu *client* dalam masa liburan. Didalam paket ini tenaga kerja *concierge* akan membantu membawakan barang barang seperti koper, ransel dll. Tenaga kerja *concierge* juga akan mempersiapkan ketika *client* akan menginap di hotel ataupun di akomodasi yang lainnya.

d. *Business Service*

Business Service merupakan paket jasa yang ditawarkan oleh tenaga kerja *concierge* yang akan membantu apapun hal yang bersangkutan

dengan urusan pekerjaan *client* namun dalam waktu yang sudah ditentukan oleh kedua belah pihak.

e. *Babysitter Service*

Babysitter Service merupakan paket jasa yang menawarkan untuk menjaga anak-anak dirumah, Banyak orangtua yang bekerja dan harus meninggalkan anaknya dirumah. Dengan pelayanan ini orangtua tidak perlu khawatir dengan anak – anaknya karena akan dijaga oleh concierge yang professional dan dapat menghidupkan suasana tradisional rumah yang menyenangkan yang tidak bisa didapatkan di tempat penitipan anak.

D. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi

a. Penentuan Kapasitas Produksi

Menurut **Ma'arif & Tanjung (2003)**, Penentuan kapasitas produksi merupakan proses yang diperlukan oleh perusahaan untuk menghasilkan target produksi tertentu. Salah satu tujuan utama dari penentuan kapasitas produksi ialah penjadwalan manajemen produksi yang strategis agar dapat menghasilkan kapasitas yang efektif.

Sedangkan menurut **Yamit (2011)**, penentuan kapasitas produksi terbagi menjadi 2 jenis, yaitu :

1. Penentuan kapasitas jangka pendek

Penentuan kapasitas jangka pendek bertujuan untuk meminimalisir suatu kejadian yang sifatnya serempak pada jangka waktu yang terbatas.

2. Penentuan kapasitas jangka panjang

Penentuan kapasitas jangka panjang ialah aktifitas dari penjadwalan produksi yang akan terjadi serta sudah diprediksi sebelumnya.

b. Rencana Produksi

Menurut **Sukaria Simulingga (2013)**, perencanaan produksi ialah mempersiapkan produksi mulai dari tingkat agregat yang meliputi perkiraan permintaan pasar dan proyeksi penjualan. Perencanaan produksi juga akan merencanakan produksi dan pengadaan komponen yang dibutuhkan dari luar dan bahan baku serta membuat jadwal penyelesaian setiap produk yang akan diproduksi. Dengan perencanaan produksi tentu saja dapat berperan penting dalam menentukan gambaran bisnis pada fase awal. Berikut merupakan rencana produksi dari Water Blue Concierge.

Tabel 2.1

	No.	Nama	Biaya	Total
Biaya Produksi	1	Sewa Kantor	Rp. 9.500.000/bulan	Rp. 81.188.310
	2	Supplier	Rp. 1.500.000/bulan	
	3	Advertising	Rp. 10.000.000/bulan	
	4	Transportation	Rp. 2.000.000/bulan	
	5	Training	Rp. 500.000/bulan	
	6	Reservation System	Rp. 100.000/bulan	
	7	Uniform Laundry	Rp. 300.000/bulan	
	8	Gaji Karyawan	Rp. 45.804.865/bulan	
	9	System Maintenance	Rp. 500.000/bulan	
	10	Telepon & Internet	Rp. 500.000/bulan	
	11	Asuransi	Rp. 1.832.195/bulan	
	12	Depresiasi	Rp. 1.190.000/bulan	
	13	Banking Fee	Rp. 1.500.000/bulan	
	14	Bank loan	Rp. 3.958.333/bulan	
	15	Biaya Pulsa	Rp. 500.000/bulan	
	16	Administrasi Umum	Rp. 1.000.000/bulan	
Total Biaya				Rp. 81.188.310

Sumber : olahan penulis

Berdasarkan data diatas merupakan rencana produksi dari Water Blue Concierge untuk memulai bisnis perusahaan yang akan didirikan oleh penulis. Dan setelah menghitung semua rencana anggaran produksi, berikut dibawah ini merupakan harga jual perjam dari Water Blue Concierge.

Tabel 2.2

No	Jenis Pelayanan	Biaya / Jam	Biaya / Jam
1	<i>Halftime Service</i>	Rp 145.462	\$10.06
2	<i>Fulltime Service</i>	Rp 156.739	\$10.82
3	<i>Business Service</i>	Rp 160.121	\$11.10
4	<i>Holiday Service</i>	Rp 165.759	\$11.14
5	<i>Babysitter Service</i>	Rp 151.100	\$10.48

Sumber : olahan penulis

E. Mekanisme Quality Check

Setiap perusahaan tentunya memiliki quality check untuk memberikan kualitas terbaik dari produk yang akan disajikan nantinya kepada konsumen dalam hal ini tentunya quality check juga bertujuan untuk menguji serta mengasah kinerja dari para tenaga kerja dalam memberikan layanan jasa, quality check akan menjadi sebuah patokan bagi para tenaga kerja untuk mengetahui hal apa saja yang akan diberikan kepada calon klien untuk menampilkan hasil yang memuaskan bagi klien baik dalam segi pelayanan dan jasa. Dalam hal ini tentunya para tenaga kerja sudah mengetahui hal apa saja yang akan diberikan dimulai dari saat pemesanan hingga masa beroperasi tersebut seperti,

Pemesanan

Pada saat pemesanan layanan jasa, tentunya para tenaga kerja telah mengetahui identitas dari klien yang akan memesan layanan jasa sebelumnya, sehingga saat pemesanan para tenaga kerja akan memberikan pelayanan yang baik dimulai dari menyambut atau untuk pemesanan online memberikan respon yang cepat dan jelas hingga melakukan proses reservasi.

Masa operasional

Saat akan menjelang operasional, tentunya para tenaga kerja telah mengetahui dan akan mempersiapkan segala kebutuhan saat klien akan melakukan pekerjaan yang telah dipesan oleh klien pada saat proses reservasi dan tentunya pihak perusahaan nantinya juga akan meminta review dari para calon klien untuk mengetahui aspek dari kepuasan klien.

BAB III

RENCANA PEMASARAN

A. Riset Pasar (Segmen, Target, Positioning)

Dalam melakukan riset pasar, suatu perusahaan diwajibkan untuk menetapkan dan merencanakan strategi untuk mencapai tujuan dari suatu perusahaan. Menurut **Ridwansyah (2017:17)**: “Suatu perusahaan diwajibkan menentukan target pasarnya pada awal mula sebelum memasarkan produk atau jasa dari perusahaan. Dengan mengetahui target pasar, perusahaan dapat merencanakan serta menyusun strategi pemasaran yang baik untuk produk atau jasa yang ditawarkan. Strategi pemasaran merupakan keseluruhan program dari perusahaan yang bertujuan menentukan target pasar untuk mencapai tujuan perusahaan itu sendiri”. Di dalam ilmu marketing terdapat STP (Segmenting, Targeting, and Positioning) dan Bauran Pemasaran (marketing mix) sebagai strategi pemasaran produk ataupun jasa. Menurut **Kotler (2011:315)**, Terdapat teori modern dalam perencanaan pemasaran produk dan jasa yaitu strategi STP (Segmenting, Targeting, Positioning) :

1) Segmenting merupakan proses mengelompokkan pasar secara keseluruhan yang berbeda menjadi kelompok - kelompok atau segmen - segmen yang mempunyai beberapa kesamaan dalam hal keinginan, perilaku, kebutuhan, dan respon terhadap program-program pemasaran yang spesifik.

2) Targeting diartikan sebagai kegiatan menentukan pasar sasaran, yaitu tindakan memilih satu atau lebih segmen untuk dilayanin.

3) Positioning, yaitu bagaimana perusahaan menjelaskan posisi produk kepada konsumen. Berikut merupakan Segmen Market Profile dari perusahaan Water Blue Concierge :

1. Segmen Geografik :

- Indonesia, Kota Bandung

2. Segmen Demographics :

a. Untuk Pelanggan Individu :

- Age: 25+
- Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
- Edukasi : SMA/Perguruan Tinggi/Kejuruan
- Pendapatan : Rp 240.000.000 – lebih dari Rp 350.000.000 (Kelas Menengah dan Atas)
- Pekerjaan : Business person, entrepreneur, working person, retired
- Status : Menikah, Single, Duda atau Janda dengan atau tanpa anak.

b. Untuk Pelanggan Industri

- Ukuran Bisnis : Mikro, Kecil, Menengah, Besar
- Jumlah Pegawai : 1-30, 30-50, 50-100, 100-1000, 1000-5000, >5000.
- Jenis Industri : Hospitaliti, Keuangan, SDM dan seterusnya.
- Kepemilikan : Swasta Lokal, Swasta Asing, BUMN
- Usia Berdiri : Di Bawah 5 tahun, 5-10 tahun, 10-20 tahun, di Atas 20 tahun.

3. Segmen Psikografik :

a. Gaya Hidup :

- Sibuk Tidak mampu melakukan semua yang dapat mereka lakukan sebelumnya karena beberapa pekerjaan atau proyek yang berbeda berjalan sekaligus dan membutuhkan bantuan untuk menyelesaikan semua pekerjaannya.
- Stres Membawa banyak tanggung jawab, termasuk keluarga, pekerjaan, keuangan, proyek, masa depan, dan hobi pribadi.
- Masalah kesehatan dan kesejahteraan Fokus yang lebih besar pada perawatan kesehatan, menciptakan lebih sedikit pekerjaan fisik atau mental
- Pensiunan Mencari lebih banyak waktu dengan keluarga / pribadi.
- Mencari lebih banyak waktu luang. Berdasarkan profil segmen tersebut, penulis menentukan dua segmen yang diinginkan untuk dibidik, yaitu Individu dan Perusahaan. dua Segmen ini adalah segmentasi yang sesuai dengan profil yang diinginkan oleh penulis karena memenuhi seluruh standard dari segmentasi dasar yang sudah dijabarkan

B. Analisa Produk – *Market Fit*

Validasi Produk adalah sebuah tindakan pembuktian pengujian ide sebuah produk/jasa sebelum dipasarkan kepada masyarakat secara luas. Proses ini merupakan proses penelitian dan pengembangan oleh suatu perusahaan sebelum meluncurkan nama bisnis, slogan, produk, layanan dan lain-lain.

Market Fit adalah sebuah kondisi dimana keberhasilan sebuah startup dalam membuat produk menjadi nilai tambah untuk para konsumennya. Market Fit yang baik harus memperhatikan beberapa komponen yaitu kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi, keunggulan bisnis, fitur produk, pengalaman pengguna dan yang terpenting adalah target konsumen. Dengan mengetahui Market Fit perusahaan dapat meyakinkan konsumen terhadap produk/jasa yang ditawarkan kepada konsumen tanpa menebak-nebak keinginan sebenarnya dari konsumen.

Water Blue Concierge sejauh ini sudah mencapai tahap pertama yaitu market fit. Water Blue Concierge mencoba membuat ide yang dapat memenuhi kebutuhan para *client* yaitu menyediakan jasa pelayanan concierge pribadi kepada *client*. Water Blue Concierge ini akan membantu meringankan urusan pekerjaan *client* maupun urusan yang bersangkutan dengan urusan pribadi *client* sendiri.

Tabel 3.1

Kuisisioner Validasi

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah anda mengenal layanan jasa personal concierge?	20	30
2	Apakah sebelumnya sudah mendengar bisnis layanan ini atau yang sejenisnya seperti personal assistant?	32	18
3	Apakah anda tertarik dari layanan yang ditawarkan oleh bisnis ini?	33	17
4	Dengan adanya layanan ini apakah bisa membantu untuk meringankan pekerjaan?	37	13
5	Dengan biaya tersebut apakah cukup <i>worth it</i> untuk anda?	34	16
6	Apakah menurut anda konsep layanan ini layak untuk diterapkan di kota ini?	39	11

Sumber : olahan penulis

C. Analisa Kompetitor

a. W-Concierge

W-Concierge merupakan perusahaan layanan concierge di Indonesia. W-Concierge berdiri pada Januari 2012. Mereka memiliki tujuan untuk melayani semua kebutuhan klien yang mereka inginkan. W - Concierge merupakan perusahaan pelopor dalam layanan bisnis concierge di Indonesia. Target pasar W-Concierge ada dua macam yaitu individu dan perusahaan. Mereka menyediakan layanan jasa mulai dari problematika finance, perawatan

pribadi untuk lanjut usia, dan treasure tracking. Mereka mempunyai motto yaitu adalah "Apa yang Anda Inginkan, Apa Kebutuhan Anda, Kami Miliki". Perbedaan dari usaha ini adalah mereka menentukan segment pasar bagi para individu dari Luar Negeri yang sedang berlibur. Hal ini dikarenakan demografik mereka yang berada di pulau Bali, dikarenakan terdapat banyak turis yang berlibur di daerah tersebut. Untuk biaya rata - rata yang ditawarkan oleh W-Concierge adalah USD 25. Biaya tersebut tentunya belum termasuk pajak dan servis. Selain harga perjam, W-Concierge tidak menawarkan jenis harga lainnya.

Kelebihan :

Mereka mencontoh negara-negara maju yang melakukan banyak upaya untuk membuka jasa layanan concierge dan melayani kebutuhan masyarakat yang membutuhkan jasa layanan concierge.

Kelemahan :

- Mereka tidak mengenalkan dan mempromosikan perusahaan mereka secara besar sehingga hanya sedikit orang yang mengetahuinya.
- Tidak memiliki media online atau aplikasi untuk mempromosikan dan menarik klien sehingga bisnis promosinya hanya beroperasi dari mulut ke mulut.

b. MY.VA.WORLD

MY.VA.WORLD merupakan layanan Asisten Virtual di Indonesia, mereka menyediakan dukungan administrasi dan bisnis untuk pebisnis, pemula, ekspatriat, dan pengusaha sibuk. Mereka menawarkan beberapa layanan yaitu, Custom Duties, Marketing Support, Office Administrator, Business Start-up, Office Document & Social Media Management. Mereka memiliki cukup banyak klien terutama yang berdomisili di daerah Jakarta.

Mereka memiliki konsep Virtual Assistant yang berarti, mereka bekerja membantu pekerjaan dari jarak jauh. Namun konsep ini berbeda dengan konsep Personal Concierge yang membantu pekerjaan secara personal. Virtual Assistant merupakan seorang yang pekerjaannya terdiri dari pekerjaan administratif, secretarial, atau pekerjaan sejenis lainnya.

D. Program Pemasaran

Pembuatan suatu bisnis sudah pasti memiliki tujuan untuk menghasilkan keuntungan atau laba. Dalam proses menjual produk atau jasa yang sudah dibuat oleh perusahaan membutuhkan strategi – strategi untuk mempromosikan produk atau jasa tersebut untuk dapat memaksimalkan keuntungan. Promosi sendiri menurut **McCarthy (2008:55)** adalah kegiatan yang berupaya untuk memberitahu target pasar sasaran tentang produk atau jasa yang tepat untuk mendapatkan keuntungan bagi perusahaan. Promosi terbagi menjadi dua jenis yaitu, strategi promosi untuk produk dan strategi promosi untuk jasa. Menurut **Lupiyoadi (2006:5)**, promosi jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain untuk menginformasikan tentang jasa yang diberikan yang secara prinsip intangible dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Berdasarkan teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa promosi jasa adalah menawarkan dan memperkenalkan suatu pelayanan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Menurut **Kotler (2005:264-312)** terdapat lima elemen utama dalam promosi, yaitu :

- Advertising, yaitu semua penyajian promosi ide-ide, promosi produk atau jasa yang dilakukan oleh pihak media ataupun lembaga - lembaga tertentu yang dibayar perusahaan.

- Sales promotion, yaitu kegiatan - kegiatan insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa.
- Public relations, yaitu membangun hubungan baik dengan masyarakat baik internal ataupun external dengan ikut serta atau mengadakan kegiatan – kegiatan yang dapat meningkatkan dan mempertahankan citra baik perusahaan.
- personal selling, yaitu mempromosikan barang atau jasa dengan cara menawarkannya secara langsung dan bertatap muka dengan calon pembeli sehingga penjual dapat langsung memperoleh umpan balik dari calon pembeli.
- Direct Marketing, yaitu melakukan komunikasi dengan calon pembeli untuk mendapatkan tanggapan dari mereka dengan menggunakan media – media komunikasi tertentu.

Berdasarkan teori yang telah dijelaskan di atas, program pemasaran yang akan digunakan **Water Blue Concierge** disesuaikan dari lima elemen promotion mix yaitu:

1. Advertising

Water Blue Concierge akan mempromosikan jasa pelayanan yang akan ditawarkan kepada klien menggunakan iklan di brosur dan juga media online.

a. Media Online

Beberapa media online seperti twitter, facebook dan instagram serta *Youtube Ad*. Untuk mempromosikan jasa di youtube akan menggunakan jasa agensi Hero Soft Media, Hero Soft Media menawarkan pemasangan iklan dengan paket Rp. 1.150.000/bulan. Untuk konten pemasaran akan menyajikan sesuatu iklan yang informative.

b. Brosur

Brosur akan digunakan sebagai media iklan terutama digunakan untuk kegiatan personal selling yang akan langsung bertemu dengan calon atau target pembeli. Brosur akan di cetak sebanyak 500 lembar dengan ukuran kertas A4 yang dapat dilipat menjadi 3 bagian dan Full Color. Harga cetak perlembarannya adalah Rp. 1000,-. Konten dari brosur ini akan dibuat secara detail dan lengkap, seperti pelayanan apa saja yang diberikan, harga, benefit yang akan didapatkan, keunggulan, testimoni dan tentu saja informasi kontak perusahaan.

2. Sales Promotion

Rencana sales promotion yang direncanakan akan dilakukan **Water Blue Concierge** adalah dengan menawarkan paket harga membership yang biayanya lebih murah dibandingkan dengan harga perjam. Promosi penjualan lainnya adalah dengan memberikan harga spesial untuk calon klien B2B.

3. Public Relation

Untuk membuat perusahaan yang baik di mata masyarakat baik internal ataupun external, **Water Blue Concierge** akan berupaya untuk memprioritaskan tenaga kerja Bandung dan sekitarnya serta akan mengadakan kegiatan sosial seperti mengunjungi panti asuhan sekitar untuk mendapatkan citra yang positif dan baik di mata masyarakat sekitar.

4. Personal Selling

Dalam melaksanakan personal selling, sales marketing akan lebih memprioritaskan untuk segment pasar dari perusahaan. Tim sales dan marketing akan melakukan sales call ke perusahaan – perusahaan di Bandung untuk menawarkan, mempromosikan dan membuat kontrak pembelian jika perusahaan tersebut tertarik untuk menggunakan layanan jasa concierge tersebut.

5. Direct Marketing

Media sosial dan website tentunya menjadi sarana media utama untuk melakukan direct marketing dengan calon klien dikarenakan media sosial dan website dapat untuk berinteraksi langsung dengan calon klien dan secara teratur dapat memberikan segala informasi jasa layanan yang ditawarkan secara relevan. Penggunaan direct email juga akan dilakukan untuk memberikan promosi ataupun segala bentuk informasi terbaru kepada klien yang sudah pernah atau yang akan menggunakan jasa **Water Blue Concierge**.

E. Media Pemasaran

Menurut **Sadiman (2012:6)**, media merupakan sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan dan mengirimkan pesan kepada penerima pesan, sehingga dapat merangsang perhatian, perasaan, pikiran dan minat. Sedangkan promosi menurut **McCarthy (2011:55)** adalah kegiatan yang berupaya untuk memberitahu target pasar sasaran tentang produk atau jasa yang tepat untuk mendapatkan keuntungan bagi perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa media promosi adalah ssesuatu yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai produk atau jasa kepada target pasar untuk memperoleh keuntungan bagi perusahaan dan terdapat banyak media promosi yang dapat digunakan. Media promosi dapat dibagi menjadi dua yaitu media promosi online dan media promosi cetak. Media promosi online adalah media yang menggunakan jaringan internet sebagai basis dari promosinya. Sedangkan media promosi cetak adalah media promosi konvensional yang dideskripsikan secara tertulis. Media promosi yang paling diminati di zaman moderen ini adala media promosi online karena mudah digunakan dan tidak perlu mengeluarkan biaya yang besar bahkan tidak ada biaya sama sekali.

Tabel 3.2

No	Nama Media	Kelebihan	Harga
1	Brosur	1. Biaya Terjangkau	Rp. 1200/Lembar A4
		2. Informasi yang lebih spesifik	
		3. Daya rangsang yang kuat	
2	Media Online	1. Mudah berinteraksi secara langsung dengan klien	-
		2. Tidak adanya biaya produksi	
		3. Dipakai oleh semua kalangan	
		4. Mudah digunakan	
3	Youtube Ad	1. Pengguna youtube yang begitu banyak	Rp. 1.200.000/bulan
		2. Biaya Terjangkau	
		3. Potensi iklan yang akan dilihat begitu besar	
4	Website	1. Identitas perusahaan	Biaya Produksi Rp. 4.000.000
		2. Informasi yang diberikan detail	
		3. Isi dari media yang selalu <i>up to date</i>	
5	Personal Selling	1. Keputusan bisa dinegosiasikan	Rp. 500.000
		2. Perusahaan dapat mengenal klien secara langsung	
		3. Mempererat hubungan dengan klien	

F. Proyeksi Penjualan

Proyeksi Penjualan atau bisa disebut juga sebagai perkiraan penjualan adalah estimasi yang masuk akal tentang penjualan aktual dalam rupiah atau unit yang diharapkan akan dicapai perusahaan dalam periode mendatang (**Swastha, 2012**). Dalam menentukan proyeksi penjualan terdapat beberapa metode menurut **Nafarin (2011:24)** diantaranya adalah metode dengan menggunakan perbandingan dari competitor dan pendapat konsumen langsung. Dikarenakan bisnis ini masih dalam tahap pembuatan, belum terdapat data – data yang dapat digunakan sebagai acuan sehingga tidak dapat memperkirakan menggunakan data – data tahun sebelumnya. Oleh karena itu metode perbandingan dan pendapat dari konsumen langsung adalah metode paling tepat untuk mendapatkan proyeksi penjualan ini. Menurut **Linsenman (2011:118)** terdapat rumus untuk menghitung proyeksi penjualan untuk bisnis concierge yaitu sebagai berikut :

Total Gross Revenue = Target Penjualan x Nilai Jual Data

Untuk target direncanakan berdasarkan kompetitor dan benchmark dari Water Blue Concierge yang beroperasi dibidang jasa pelayanan concierge.

Tabel 3.3

Bulan	Jenis Pelayanan	Target Penjualan
Desember	<i>Halftime Service</i>	100 Jam
	<i>Fulltime Service</i>	
	<i>Business Service</i>	
	<i>Holiday Service</i>	
	<i>Babysitter Service</i>	
Januari	<i>Halftime Service</i>	100 Jam
	<i>Fulltime Service</i>	
	<i>Business Service</i>	
	<i>Holiday Service</i>	
	<i>Babysitter Service</i>	
Februari	<i>Halftime Service</i>	100 Jam
	<i>Fulltime Service</i>	
	<i>Business Service</i>	
	<i>Holiday Service</i>	
	<i>Babysitter Service</i>	
Maret	<i>Halftime Service</i>	100 Jam
	<i>Fulltime Service</i>	
	<i>Business Service</i>	
	<i>Holiday Service</i>	
	<i>Babysitter Service</i>	
April	<i>Halftime Service</i>	100 Jam
	<i>Fulltime Service</i>	
	<i>Business Service</i>	
	<i>Holiday Service</i>	
	<i>Babysitter Service</i>	
Mei	<i>Halftime Service</i>	100 Jam
	<i>Fulltime Service</i>	
	<i>Business Service</i>	
	<i>Holiday Service</i>	
	<i>Babysitter Service</i>	
Juni	<i>Halftime Service</i>	100 Jam
	<i>Fulltime Service</i>	
	<i>Business Service</i>	

	<i>Holiday Service</i>	
	<i>Babysitter Service</i>	
Juli	<i>Halftime Service</i>	100 Jam
	<i>Fulltime Service</i>	
	<i>Business Service</i>	
	<i>Holiday Service</i>	
	<i>Babysitter Service</i>	
Agustus	<i>Halftime Service</i>	100 Jam
	<i>Fulltime Service</i>	
	<i>Business Service</i>	
	<i>Holiday Service</i>	
	<i>Babysitter Service</i>	
September	<i>Halftime Service</i>	100 Jam
	<i>Fulltime Service</i>	
	<i>Business Service</i>	
	<i>Holiday Service</i>	
	<i>Babysitter Service</i>	
Oktober	<i>Halftime Service</i>	100 Jam
	<i>Fulltime Service</i>	
	<i>Business Service</i>	
	<i>Holiday Service</i>	
	<i>Babysitter Service</i>	
November	<i>Halftime Service</i>	100 Jam
	<i>Fulltime Service</i>	
	<i>Business Service</i>	
	<i>Holiday Service</i>	
	<i>Babysitter Service</i>	

Sumber : olahan penulis

Berdasarkan data diatas telah dijabarkan bahwa Water Blue Concierge akan memiliki target penjualan dari jasa layanan 100 jam perbulannya.

BAB IV

ASPEK SDM DAN OPERATIONAL

A. Identitas Owners/Founders

Nama : Mochammad Insan Ghifara

Tempat/ Tanggal Lahir : Bandung, 15 Februari 2000

Jenis Kelamin : Laki-laki

Alamat : Komplek Vijaya Kusuma Jl. Kusuma Wangi
No. 20 Rt 03 Rw 16 Kelurahan Cipadung, Kecamatan Cibiru, Kota Bandung,
Jawa Barat, 40614

Agama : Islam

Kewarganegaraan : WNI

Riwayat Pendidikan : (2015 – 2018) SMA Negeri 26 Bandung

Terakhir : (2018-2022) STP NHI Bandung (Manjamen
Divisi Kamar)

Pengalam Kerja : (2018-2019) Part Time di Celdi Catering
(2019-Sekarang) Leader/Kordinator Part Time
di Celdi Catering.
(Januari-Juli 2021) Job Training di Hotel Le
Meridien Jakarta, di bagian Housekeeping dan
Front Office Department.

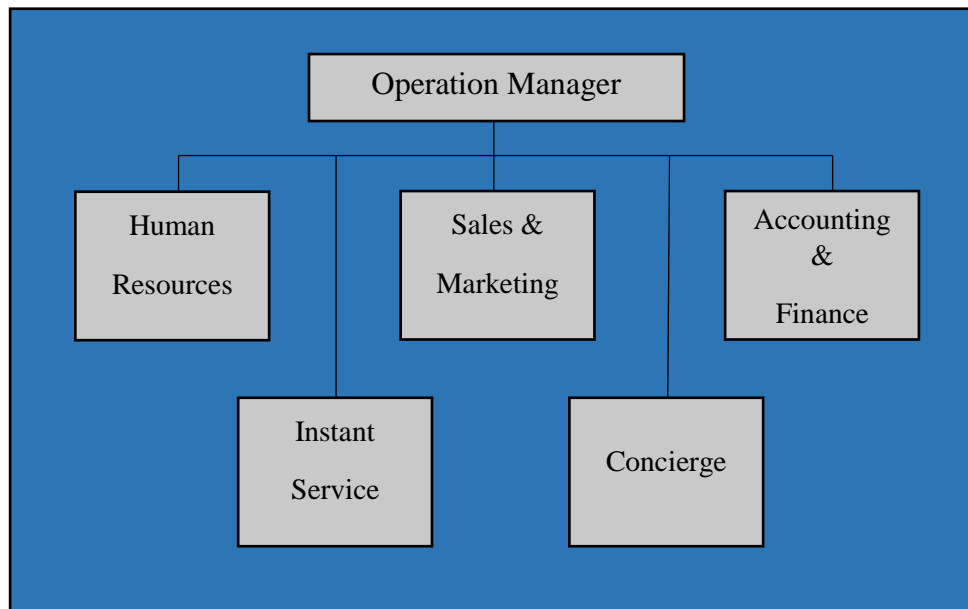
B. Struktur Organisasi

Struktur organisasi menentukan bagaimana peran, kekuasaan, dan tanggung jawab ditugaskan, dikendalikan, dan dikoordinasikan, dan bagaimana informasi mengalir di antara berbagai tingkat manajemen. Memiliki struktur dapat membantu meningkatkan efisiensi dan memberikan kejelasan bagi semua orang di setiap tingkatan. Itu juga berarti setiap departemen dapat lebih produktif, karena mereka cenderung lebih fokus pada

energi dan waktu. Terdapat lima jenis bentuk struktur organisasi yang dapat di gunakan menurut **Hasibuan (2010:150)** yaitu,

- a. Bentuk organisasi lini
- b. Bentuk organisasi lini dan staff
- c. Bentuk organisasi fungsional
- d. Bentuk organisasi lini, staff dan fungsional
- e. Bentuk organisasi komite

Gambar 4.1



Sumber : olahan penulis

C. Job Analysis dan Job Description

Job Analysis atau analisis pekerjaan adalah kegiatan menghimpun dan menyusun informasi tentang tugas, jenis pekerjaan dan tanggung jawabnya yang bersifat khusus sehingga dapat dijelaskan orang lain untuk tujuan manajemen. Menurut **Umar (2005:6)**. **Gomes (2003:91)** mengatakan analisis pekerjaan ini akan menghasilkan daftar uraian pekerjaan pernyataan tertulis mengenai kewajiban-kewajiban pekerja dan bisa juga mencakup standar

kualifikasi, yang merinci pendidikan dan pengalaman minimal yang diperlukan bagi seorang pekerja untuk melaksanakan kewajiban dari kedudukannya secara memuaskan. Menurut **Gomes (2003:95-101)** Job Analysis mencakup 2 elemen, yaitu uraian jabatan (job description) dan spesifikasi jabatan (job specification) atau persyaratan jabatan (job requirement).

1. Operation Manager

- Pendidikan minimum D3 jurusan perhotelan atau pariwisata.
- Bijak dalam mengambil keputusan.
- Mampu untuk membuat perencanaan bisnis perusahaan.
- Memiliki ilmu serta pengetahuan yang baik di bidang perhotelan dan pariwisata.
- Mampu memimpin secara baik dan benar.
- Memiliki kemampuan bahasa inggris yang baik.

2. Human Resource

- Pendidikan minimum D3 – S1 jurusan administrasi hotel, manajemen bisnis, perhotelan dan pariwisata.
- Berkemampuan mengatur sumber daya manusia.
- Memiliki keberanian dalam memberikan peringatan kepada tenaga kerja yang melanggar aturan yang sudah ditetapkan oleh perusahaan.
- Berkemampuan dalam mengetahui proses perekrutan tenaga kerja.
- Mengoperasikan Ms. Office.

3. Sales & Marketing

- Mampu membuat dan merencanakan kegiatan promosi.
- Mampu mendapatkan kerjasama dengan beberapa perusahaan media yang berhubungan dengan pihak perusahaan.

- Memiliki ide kreatifitas dalam membuat kegiatan promosi perusahaan.
- Mampu memberikan nilai tambah pada pelayanan dan penyajian.
- Mampu menarik atensi calon klien.

4. Accounting & Finance

- Pendidikan minimum D3/S1 jurusan akuntansi.
- Memiliki ilmu dan pengetahuan di bidang akuntansi.
- Teliti dalam bekerja.
- Mampu berkomunikasi yang baik dengan para tenaga kerja.
- Jujur dan bertanggungjawab.
- Mampu mengoperasikan Ms. Office.

5. Instant Service

- Pendidikan minimum D3 perhotelan dan perkantoran.
- Mampu bekerja dibawah tekanan.
- Berkemampuan dalam bahasa inggris lisan da tulisan.
- Memberikan informasi yang baru mengenai produk jasa pelayanan perusahaan kepada klien.

6. Concierge

- Pendidikan minimum D3 perhotelan dan pariwisata.
- Mampu bekerja dibawah tekanan klien.
- Cepat dan bertanggung jawab ketika bekerja.
- Mampu untuk berbahasa inggris.
- Memiliki Surat Izin Mengemudi A.

D. Manning Budget/Anggaran Tenaga Kerja

Anggaran tenaga kerja merupakan perencanaan dalam memberikan jumlah upah atau gaji kepada para tenaga kerja yang telah berpartisipasi dalam mendirikan perusahaan dalam periode tertentu. Berikut untuk anggaran jumlah

upah tenaga kerja dalam bisnis perusahaan Water Blue Concierge. Berikut anggaran tenaga kerja dari Water Blue Concierge.

Tabel 4.1

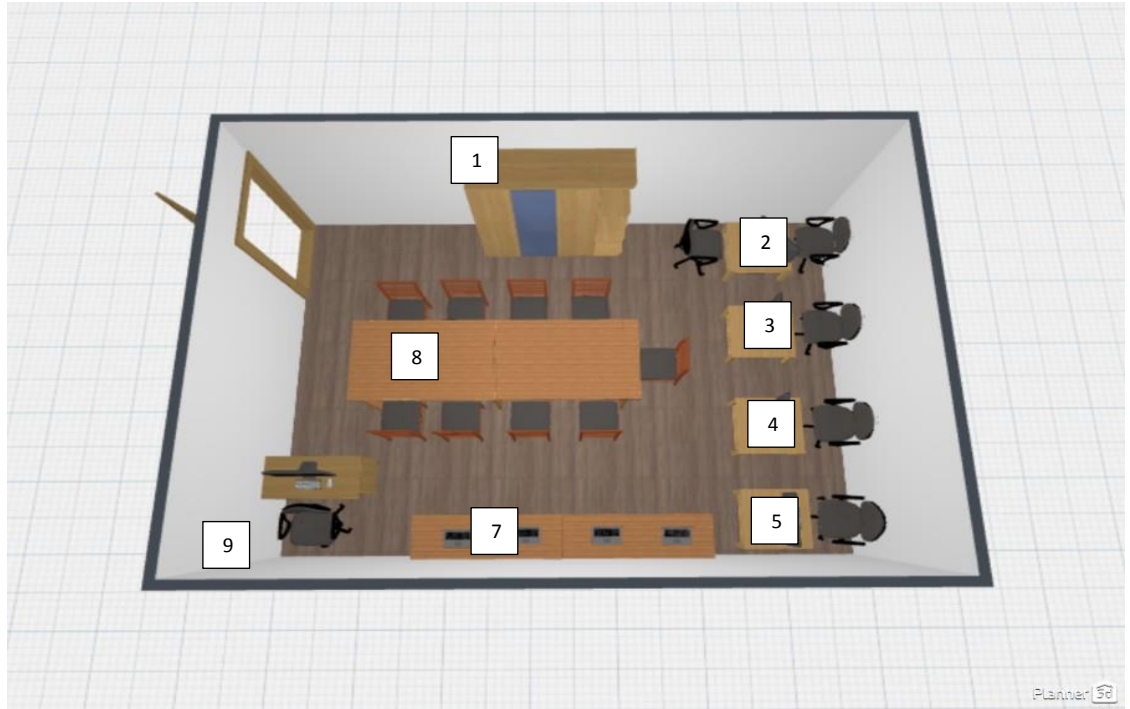
Posisi	Jumlah	Gaji (Rp)	Tunjangan	TOTAL (Rp)
Operation Manager	1	7.000.000	280,000	7,280,000
Human Resource	1	5.000.000	200,000	5,200,000
Sales & Marketing	1	5.000.000	200,000	5,200,000
Accounting & Finance	1	5.000.000	200,000	5,200,000
Instant Service	1	4.100.000	164,000	4,264,000
Concierge	5	4.000.000	160,000	4,160,000
TOTAL	10	30,100,000	1,144,000	
Total Gaji Pertahun				Rp 31,304,000

Sumber : olahan penulis

E. Service Scape

Menurut **Zeithaml dan Bitner (2013:278)** Service scape atau lingkungan layanan merupakan semua aspek fasilitas suatu organisasi jasa yang meliputi desain eksterior (papan informasi, tempat parkir, pemandangan alam), desain interior (desain, tata letak, peralatan, dan dekorasi). Berdasarkan teori diatas, Water Blue Concierge menerapkan kantor sebagai pusat atau inti untuk melaksanakan pada saat operasional kerja. Kantor dari Water Blue Concierge yang terletak di Ruko Magna Comercial kawasan Summarecon Kota Bandung Jawa Barat. Kantor ini digunakan untuk sebagai pusat database dan tempat penyimpanan material dan supplies untuk kegiatan pekerjaan. Berikut merupakan layout dari Water Blue Concierge.

Gambar 4.2



Sumber : olahan penulis

Keterangan :

1. Storage Area.
2. Human & Resources
3. Accounting & Finance
4. Sales & Marketing
5. Instant Service
6. Conference Area
7. Printing Area
8. Operation Manager

Kantor berkonsep modern office yang berukuran 130m² atau 13m x 10

m. Kantor ini sudah termasuk fasilitas dengan :

1. Hak untuk menggunakan fasilitas kantor di Sumarecon Bandung
2. Telepon lokal

4. Ruang kantor untuk 3 orang – 10 orang
6. Receptionist service
7. TV
10. Gratis untuk Air Mineral, Kopi dan Teh
11. Akses data Internet
12. Gratis jasa Maintenance Fee dan listrik
13. Gratis parkir untuk 5 kendaraan

Terdapat juga storage area dengan menggunakan lemari dan pengait untuk menyimpan alat – alat kebersihan, conference area untuk melakukan diskusi mengenai pekerjaan. Printing area terletak di sebelah Client service executive untuk memudahkan pekerjaannya. Meja – meja untuk executive dan manager juga terpisah dan difasilitasi dengan komputer dan telepon di masing – masing meja.

Selain layout, peraturan, kebijakan dan alur di perusahaan juga merupakan aspek fasilitas yang harus dibuat dan diketahui calon klien dalam servicescape agar memudahkan bagi perusahaan dan calon klien dalam melakukan kegiatan transaksi serta sebagai alat yang digunakan untuk meyakinkan pelanggan dengan merasa terjaminnya keamanan klien dan kepercayaan mereka terhadap perusahaan.

Dalam merencanakan bisnis Water Blue Concierge ini, penulis membuat ketentuan dan syarat serta alur kerja yang harus di ikuti oleh karyawan dan calon klien. Pemesanan Pembayaran Pelaksanaan Pengawasan Peraturan dan kebijakan serta alur ini juga digunakan sebagai panduan dalam melakukan kegiatan bisnis concierge ini.

Alur kerja adalah beberapa pola kegiatan bisnis yang diatur dan dapat diulang yang dimungkinkan oleh organisasi sumber daya yang sistematis

menjadi proses yang mengubah bahan, menyediakan layanan, atau memproses informasi (**Doron, 2018**). Ini dapat digambarkan sebagai urutan pekerjaan seseorang atau kelompok, pekerjaan organisasi staf, atau satu atau lebih mekanisme sederhana atau kompleks. Dari perspektif yang lebih sederhana, alur kerja dapat dianggap sebagai pandangan atau representasi dari pekerjaan nyata. Alur yang dijelaskan dapat merujuk pada dokumen, layanan, atau produk yang ditransfer dari satu langkah ke langkah lain.

F. Action Plan & Report

Action plan adalah langkah langkah pembagian kerja. Kita dapat mengetahui apa saja yang perlu dikerjakan terlebih dahulu, bagaimana dan kapan harus di kerjakan. Hal ini bertujuan agar perusahaan dapat mencapai tujuan dengan prosedur yang jelas.

BAB V

ASPEK KEUANGAN

A. Metode Pencatatan Akuntansi

Di dalam bisnis perusahaan tentunya akan ada pencatatan keuangan yang akan dikelola, pencatatan ini bertujuan untuk mengatur uang masuk serta pengeluaran. Di dalam bisnis perusahaan semua aspek yang berhubungan dengan *income and outcome* harus dicatat dan diatur dengan baik dan benar berdasarkan jalannya operasional perusahaan. Menurut **Amilin (2015:2.2)** terdapat dua metode pencatatan akuntansi, dua metode tersebut adalah *cash basis* dan *accrual basis*.

1. *Cash Basis*

Pendapatan *cash basis* adalah ketika perusahaan menerima pembayaran melalui kas atau secara langsung. Di dalam metode pencatatan *cash basis* tentunya menjadi hal yang tidak begitu penting mengenai hak atau kewajiban dalam menagih sesuatu.

2. *Accrual Basis*

Di dalam metode pencatatan *accrual basis* ini ketika suatu pendapatan mengakui pada saat memperoleh dan merealisasikan hal – hal yang terjadi ketika perusahaan akan menyerahkan produk dan jasanya.

Dalam metode pencatatan *accrual basis* ini pendapatan dapat terealisasikan ketika perusahaan memperoleh aktiva yang dapat diubah menjadi kas, kas tersebut dapat diakui ketika produk atau jasa masih pada tahap produksi, selesai di produksi atau tergantung situasi dan kondisi perusahaan tersebut.

B. *Capital Expenditure* (Identifikasi Initial Investment)

Capital Expenditure merupakan beberapa macam biaya yang dikeluarkan di dalam suatu perusahaan yang bertujuan memperoleh aset tetap, meningkatkan keefisienan masa operasional dan kapasitas produktif aset tetap serta bertujuan memperpanjang masa manfaat aset tetap. Beberapa macam biaya tersebut biasanya dihasilkan atau dikeluarkan di dalam jumlah material atau berskala cukup besar. Namun adakalanya kejadian tersebut tidak sering terjadi (**Hery, 2016:270**). *Capital Expenditure* memiliki tiga jenis bagian, diantaranya :

1. *Tangible Investment*

Tangible Investment atau sering disebut aset berwujud merupakan aset yang memiliki bentuk fisik yang dapat digunakan lebih dari satu kali. Aset berwujud atau *tangible investment* dari perusahaan bertujuan untuk melakukan perhitungan dengan menggunakan metode penyusutan, berikut penjelasan *tangible investment* dari Water Blue Concierge.

Tabel 5.1

No	Item	Qty	Unit	Price	Total
1	Komputer	5	Unit	2000000	10000000
2	Printer	2	Unit	5000000	10000000
3	Uniform	10	Unit	100000	1000000
4	Stationary	1	Unit	500000	500000
5	Mobil	1	Unit	150000000	150000000
6	Motor	3	Unit	8000000	24000000
7	Cleaning Kit	1	Unit	7000000	7000000
Total					IDR 202,500,000.00

Sumber : olahan penulis

2. *Intangible Investment*

Aset tidak berwujud atau biasa disebut *intangible investment* merupakan aset yang tidak berwujud fisik. Aset tidak berwujud ini merupakan salah satu bagian yang penting dalam membangun suatu perusahaan. Aset tidak berwujud ini bertujuan untuk memiliki hak sewa dari perusahaan hak paten dan berkas – berkas yang berkaitan dengan hukum. Aset tidak berwujud memiliki tariff amortisasi dengan menggunakan perhitungan metode penyusutan pajak dan menggunakan metode garis lurus. Berikut *Intangible Investment* dari Water Blue Concierge.

Tabel 5.2

INTANGIBLE INVESTMENT			Jumlah Unit	Total
No	Item & Description	Amount		

1	Sistem Pemesanan	Rp6,000,000	1	IDR 6,000,000.00
2	Biaya Promosi dan Periklanan	Rp4,000,000	1	IDR 4,000,000.00
3	Biaya Aspek Hukum	Rp5,000,000	1	IDR 5,000,000.00
TOTAL		Rp15,000,000		Rp15,000,000

Sumber : olahan penulis

C. Pendanaan Investasi (Agency Theory)

- *Owner's Equity*

Owner's Equity atau modal sendiri merupakan modal dari sebuah investasi yang akan dikeluarkan oleh pendiri perusahaan tersebut. Sumber dana atau modal dari *owner's equity* adalah hasil dari laba perusahaan yang tidak dibagikan kepada para pemegang saham perusahaan. Artinya dana atau modal yang telah dikeluarkan tersebut akan ditahan sebagai salah satu unsur modal atau dana yang telah dimiliki oleh perusahaan tersebut.

D. Penentuan Titik Impas dan Laba Yang Diharapkan

- Variable Cost

Variable cost adalah biaya yang akan dikeluarkan oleh suatu perusahaan bisnis yang berkaitan dengan kebutuhan yang dilakukan pada kegiatan masa produksi perusahaan. Biaya tersebut tidak terlalu dibutuhkan dalam perusahaan dikarenakan biaya tersebut tidak akan keluar dalam kegiatan produksi. Variable Cost akan disesuaikan berdasarkan kebutuhan aktivitas produksi dan operasional di dalam perusahaan tersebut.

Tabel 5.3

No	Description	Price
1	Advertising	120000000

2	Supplier	18000000
3	Uniform Laundry	3600000
4	Maintenance	6000000
5	Pulsa	6000000
6	Internet	6000000
7	Transportation	30000000
Total		IDR 189,600,000.00

Sumber : olahan penulis

- Fixed Cost

Biaya tetap atau *Fixed Cost* merupakan biaya pengeluaran yang tetap dari suatu perusahaan di setiap tahunnya tergantung dari kebijakan perusahaan. Biaya ini akan dikeluarkan oleh perusahaan tanpa ada sangkut pautnya dengan masa kegiatan operasional perusahaan. Berikut merupakan *Fixed Cost* dari Water Blue Concierge.

Tabel 5.4

No	Description	Price
1	Gaji	375648000
2	Sewa Kantor	114000000
3	Training	6000000
4	Asuransi	21986340
5	Reservation System	12000000
Total		IDR 529,634,340.00

Sumber : olahan penulis

- Mixed Cost

Mixed Cost adalah biaya hasil dari penjumlahan biaya tetap dan biaya tidak tetap. *Mixed Cost* tentunya akan selalu berubah tergantung dari jalannya operasional kerja dalam suatu bisnis perusahaan. Berikut *Mixed Cost* dari Water Blue Concierge.

Tabel 5.5

No	Description	Price
1	Variable Cost	189600000
2	Fixed Cost	529634340
Total		IDR 719,234,340.00

Sumber : olahan penulis

E. Identifikasi Cash Flow

1. Operating Budget

Operating Budget adalah kegiatan perusahaan yang merencanakan apa yang akan dibangun oleh suatu perusahaan tersebut di masa yang akan datang. Operating Budget bertujuan untuk menentukan serta memprediksi dari keuntungan dan kerugian di dalam perusahaan tersebut. Berikut anggaran operasional Water Blue Concierge.

Tabel 5.6

Project Income Statement

INCOME STATEMENT WATER BLUE CONCIERGE

Year	1		2		3	
Revenue	IDR 935,017,200.00	100%	IDR 963,067,716.00	100%	IDR 991,959,747.48	100%
Operation Expenses						
Salary	375648000	40.18%	394430400	41%	414151920	42%
Sewa Kantor	114000000	12.19%	119700000	12%	125685000	13%
Training	6000000	0.64%	6300000	1%	6615000	1%
Supplier	18000000	1.93%	18900000	2%	19845000	2%
Transportation	24000000	2.57%	25200000	3%	26460000	3%
Reservation System	12000000	1.28%	12600000	1%	13230000	1%
Asuransi	21986340	2.35%	23085657	2%	24239939.85	2%
Pulsa	6000000	0.64%	6300000	1%	6615000	1%
Uniform Laundry	3600000	0.39%	3780000	0%	3969000	0%
Total Operation Expenses	IDR 581,234,340.00	62.16%	IDR 610,296,057.00	63%	IDR 640,810,859.85	65%
Other Expenses						
Advertising	12000000	1.28%	12600000	1%	13230000	1%
Maintenance	6000000	0.64%	6300000	1%	6615000	1%
Internet	6000000	0.64%	6300000	1%	6615000	1%
Banking Fee	18000000	1.93%	18900000	2%	19845000	2%
Administrasi Umum	12000000	1.28%	12600000	1%	13230000	1%
Total Other Expenses	IDR 54,000,000.00	5.78%	IDR 56,700,000.00	6%	IDR 59,535,000.00	6%
Gross Profit	IDR 299,782,860.00	32%	IDR 296,071,659.00	31%	IDR 291,613,887.63	29%
Depreciation & Amortization	IDR 217,500,000.00	23%	IDR 217,500,000.00	23%	IDR 217,500,000.00	23%
Other Operating Expenses						
Total Other Expenses	IDR 54,000,000.00	6%	IDR 56,700,000.00	6%	IDR 59,535,000.00	6%
Total Expenses	IDR 635,234,340.00	68%	IDR 610,296,057.00	63%	IDR 640,810,859.85	65%
Profit (Loss) Before Tax	IDR 335,451,480.00	36%	IDR 314,224,398.00	33%	IDR 349,196,972.22	35%
Tax	IDR 4,675,086.000		IDR 4,815,338.58		IDR 4,959,798.74	
Net Profit (Loss)	IDR 330,776,394.000	35%	IDR 309,409,059.42	32%	IDR 344,237,173.48	35%

Sumber : olahan penulis

2. Cash Flow

Cash Flow menjadi bagian yang penting bagi perusahaan untuk memprediksi arus

keuangan dan kas yang dibutuhkan oleh perusahaan. Fungsi dari arus kas adalah untuk memperkirakan anggaran maupun jadwal produksi yang berkemungkinan akan diterima. Oleh karena itu pengeluaran kas dari sebuah perusahaan akan terus mengalami penambahan seperti barang pembelian bahan baku dan gaji karyawan. Berikut merupakan Cash Flow dari Water Blue Concierge.

Tabel 5.7

Description	Year 1	%	Year 2	Year 3
Net Profit (Loss)	Rp330,776,394		Rp 309,409,059	Rp 344,237,173
Depreciation and Amortization	Rp 217,500,000		Rp 217,500,000	Rp 217,500,000
Total	Rp548,276,394		Rp 526,909,059	Rp 561,737,173

Sumber : olahan penulis

