

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

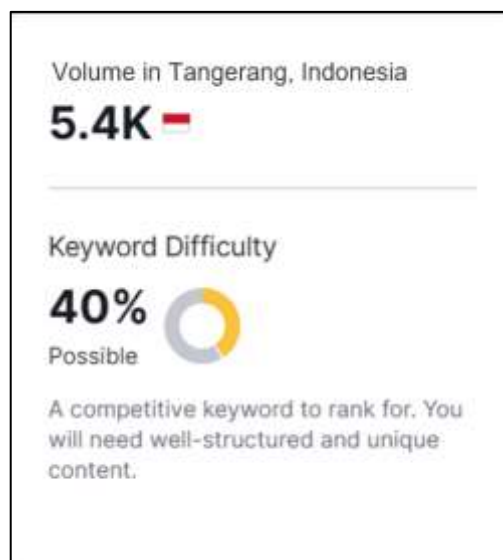
Perencanaan merupakan langkah awal dalam memulai sesuatu, begitu juga halnya pada bisnis. Tentu saja ketika tercetus suatu ide bisnis kita tidak langsung merealisasikannya tanpa adanya suatu perencanaan dan juga letak permasalahan, sehingga dengan ini kita dapat melihat peluang, serta membuat alur pada bisnis yang akan dibuat dengan baik, seperti langkah apa yang akan dilakukan, target pelanggan, pemasaran, keuangan, dan bagaimana berjalannya usaha tersebut.

Menurut Erly Suandy (2001: 2), “Pengertian perencanaan adalah suatu proses penentuan tujuan organisasi dan kemudian menyajikan dengan jelas strategi – strategi, taktik – taktik, dan operasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi secara menyeluruh.”

Tujuan dalam perencanaan pada bisnis yang akan di buat, tentunya memiliki dasar untuk dilakukannya perencanaan tersebut. Seperti mengantisipasi hal yang akan terjadi, standar operasional prosedur, dan menghindari segala sesuatu pada pengeluaran. Selain perencanaan, hal yang perlu diperhatikan yaitu peluang, dalam peluang kita dapat memperhitungkan tingkat resiko pada bisnis yang akan dijalani.

Seperti yang terjadi saat ini, pencemaran udara menjadi salah satu masalah yang belum dapat teratasi, dampak dari tercemarnya udara akan berpengaruh pada kesehatan yang dapat menyebabkan kematian dini. Upaya guna mengurangi dan pencemaran menanggulangi masalah tersebut, pemerintah sudah memiliki strategi dengan memulai melakukan membangun, serta membuka Ruang Terbuka Hijau (RTH) pada beberapa titik di tiap kota.

Minimnya ruang terbuka hijau atau RTH diperkotaan, membuat banyak orang memilih untuk membeli tanaman hias dan membuat taman kecil mereka sendiri, dari tanaman dalam pot berukuran kecil hingga yang ditanam atau permanen pada media tanah. Selain menambah nilai keindahan serta memberi kesejukan pada suatu bangunan, keberadaan taman pada bangunan juga akan membawa manfaat tersendiri bagi pemiliknya.



GAMBAR 1.1 Pencarian TamanRumah Melalui semrush.com

Disini penulis menggunakan platform analisis pemasaran digital melalui *semrush.com*, dengan laman tersebut penulis dapat mengetahui seberapa banyak permintaan maupun kebutuhan taman rumah di Kota Tangerang. Data dari bulan Juli – November 2022 dengan hasil 5.400 ribu pencarian.

Banyak alasan – alasan bagi seseorang mengapa mereka ingin membuka suatu bisnis, salah satunya mereka yang jenuh terhadap pekerjaan mereka, dan tidak sedikit orang keluar dan meninggalkan pekerjaannya sebagai karyawan demi membangun bisnis mereka sendiri. Bidang bisnis saat ini tidak ada habisnya, ada cukup banyak ladang yang bisa di garap dan dijadikan sumber penghasilan.

Dalam bisnis juga dikelompokan dalam beberapa jenis, contoh seperti jasa bisnis yang akhir – akhir ini menjadi berbincangan, yaitu pada bidang pelayanan. Pelayanan saat ini bukan hanya sekedar jasa, tetapi sudah menjadi suatu kebutuhan sehari – hari. Dalam **Kamus Besar Bahasa Indonesia** pelayanan merupakan, “kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa.” Melihat perkembangan saat ini, dimana semua serba *digital* dan banyak orang – orang memilih sesuat serba cepat, namun tetap memiliki nilai dan kualitas dimana hal tersebut dapat melekat pada setiap orang.

Dari permasalahan tersebut penulis dapat melihat adanya peluang dan potensi bisnis, karena melihat situasi ini membuat prospek desain taman dan lansekap terlihat lebih cerah dan menjanjikan. Saat ini banyak prusahaan

properti yang terus menambah jumlah dari unit mereka, dari perumahan sampai apartemen, ditambah persepsi masyarakat akan pentingnya lingkungan hijau dan ruang hidup yang sehat dan tidak menutup kemungkinan bagi orang yang tinggal di apartemen dimana tidak memiliki lahan yang cukup, tetapi mereka menginginkan taman dan ruang hijau untuk mempercantik rumahnya, membuat peluang bisnis ini semakin menguntungkan.

Penulis beranggapan bahwa dalam sebuah bisnis bukan hanya mencari keuntungan saja, seperti yang dikatakan **Griffin dan Ebert (2007: 4)**, “Bisnis adalah organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud agar mendapatkan laba.”

Tetap dalam bisnis juga harus memiliki aspek manfaat, baik untuk masyarakat atau konsumen dan lingkungan. Jika bisnis dan lingkungan sesuai, maka bisnis tersebut dapat menuai manfaat dan keuntungan secara maksimal. Studi pada kelayakan lingkungan dapat membantu bisnis dalam mengantisipasi potensi ancaman lingkungan dan menciptakan peluang dengan mempertimbangkan lingkungan sekitar.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Thematic Garden hadir sebagai sebuah bisnis yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan desain dan perawatan taman. *Thematic Garden* menawarkan pembuatan desain pada konsumen yang akan merubah ruang kosong mereka menjadi sebuah taman sebuah taman sederhana, sesuai kustomisasi konsumen. Dengan itu *Thematic Garden* akan membantu dalam pemilihan tanaman, pengaplikasian, serta pembuatan taman tersebut sesuai dengan kesepakatan pihak *Thematic Garden* dan konsumen, setelah selesai dalam pembuatan desain.

Bisnis ini akan di kembangkan melalui platform media sosial *mainstream* seperti halnya Instagram, TikTok, dan Whatsapp. Selain itu, demi meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen dalam melakukan konsultasi dan gambaran pada taman yang akan mereka buat, *Thematic Garden* menyediakan *website* agar para konsumen dengan mudah mengakses, serta menarik minat lebih melalui *website* kami.

2. Deskripsi Nama dan Logo

Setelah penulis melihat dari permasalahan yang ada dan masalah tersebut juga terjadi di daerah penulis, maka tercetuslah nama *Thematic Garden*. Dengan ini, *Thematic Garden* berharap dapat membantu orang – orang yang menginginkan ruang atau lahan kosong rumah mereka menjadi sebuah taman, sesuai dengan mereka.

Banyak makna dari *Thematic* itu sendiri, maka disini penulis mengambil arti dari keseluruhan kata tersebut yang berkaitan dengan “tema” atau “membentuk tema”. Selaras dengan apa yang sudah menjadi landasan pada *Thematic Garden*, segala kemauan dan permintaan konsumen pada calon taman yang akan dibuat pada lahan kosong mereka, pihak *Thematic Garden* akan menerima masukan tersebut dan memberikan referensi lain yang sesuai tema, agar konsumen tersebut merasa puas. Kemudian *Garden* sendiri yang berartikan taman, sebagai produk utama dari *Thematic Garden* yang ditawarkan kepada konsumen. Dengan itu, *Thematic Garden* akan membantu para konsumen agar lahan kosong mereka terlihat lebih indah dan menarik.



THEMATIC GARDEN

GAMBAR 1.2 LOGO THEMATIC GARDEN

- **Tanaman dan Siluet Huruf “T”**

Pohon merupakan jawaban sekaligus solusi dari permasalahan yang di angkat oleh penulis, tanpa adanya pohon taman hijau tidak akan terbentuka dan tidak bisa di katakan sebagai sebuah taman. Di balik gambar pohon yang ada, gambar tersebut sekaligus membentuk siluet huruf kapital “T” dari nama *Thematic* yang menjadi identitas dari bisnis *Thematic Garden*.

- **Tiga Lingkaran dan Siluet Huruf “G”**

Bentuk lingkaran sempurna yang sekaligus melambangkan perkembangan dalam berjalannya pada bisnis ini. Tiga garis melingkar juga melambangkan sebagai bentuka target sasaran, yang diharapkan selalu mengarah pada target tujuan dan sasaran yang tepat pada setiap langkah yang di ambil, sehingga perusahaan ini akan terus bergerak ke arah yang sesuai dengan yang direncanakan, serta menggambarkan tiga bentuk jasa yang ditawarkan oleh *Thematic Garden*. Didalam lingkaran juga membentuk siluet dari huruf kapital “G” dari *Garden*.

- **Warna Coklat**

Warna yang juga dapat diartikan sebagai kekuatan, kesederhanaan, kebaikan, ketergantungan dan kesehatan, Walau masuk kedalam warna yang tidak disukai, warna coklat dalam psikologi warna memiliki arti ketulusan, kejujuran dan kerealistisan. Ada banyak implikasi psikologis lainnya, tergantung pada jenis campuran yang digunakan untuk membentuk warna yang mencerminkan tanah ini. Menurut penulis warna coklat yang melingkar juga menggambarkan sebuah bangunan yang nantinya sebagai

media pada pengaplikasian taman, serta sebagai pedoman dasar perusahaan ini yaitu ketulusan, kejujuran dan kerealistisan.

- **Warna Hijau**

Pada warna ini merupakan warna identitas dari bisnis ini, sesuai dengan produk yang di tawarkan oleh *Thematic Garden*, yaitu tanaman. Hijau sendiri mempresentasikan kesuburan pada tanaman, serta simbol dari alam yang sejuk. Dalam psikologi warna, warna hijau juga dapat menurunkan stres dan menenangkan emosi.

- **Warna Jingga**

Warna jingga merupakan warna antara merah dan kuning, serta sering disebut dengan warna oranye dan identik dengan buah jeruk atau senja. Warna ini memiliki elemen paling dominan dalam kehidupan dan juga dapat menunjukkan perasaan terhadap sesuatu, suatu objek, cahaya, atau otak. Yang diharapkan dari warna ini agar setiap konsumen yang menggunakan jasa dari *Thematic Garden* dapat merasakan ketentraman, serta meredakan emosi dengan adanya taman tersebut.

- **Warna Biru**

Warna ini melambangkan suatu kesan yang stabil dan sejuk, serta memberi sebuah ketenangan dan kedamaian. Biru juga melambangkan sesuatu yang memberikan kemurnian dan alami, dimana nantinya akan di terapkan pada taman tersebut. Dalam psikologi warna, warna biru merupakan warna yang dapat mengaktifkan struktur otak dan meningkatkan fokus pada seseorang.

3. Identitas Bisnis

Lokasi bisnis yang akan didirikan di daerah Tangerang, penulis melihat bahwa lokasi tersebut sangatlah cocok untuk di jadikan sebuah kantor dari *Thematic Garden*. Walaupun lokasi yang di pilih berada di pemukiman waraga, tidak menutup kemungkinan jika didirikan sebuah kantor sederhana bagai *Thematic Garden*.

Nama Bisnis : Thematic Garden

Lokasi : Jl. H. Cepe, RT.005/RW.003, Pinang, Kec. Pinang, Kota Tangerang, Banten 15145.



GAMBAR 1.3 LOKASI THEMATIC GARDEN

C. Visi dan Misi

Target dan tujuan merupakan dua hal yang tidak dapat di pisahkan dalam bisnis, guna menggapai kesuksesan suatu perusahaan dan mempengaruhi perusahaan atas apa yang harus di capai. Maka dari itu, Visi dan Misi sangat di perlukan dalam suatu perusahaan, *Thematic Garden* pun memiliki Visi dan Misi sebagai berikut.

Visi

- Menjadikan *Thematic Garden* sebagai perusahaan penyedia desain taman lanskap secara berkelanjutan, dengan konsep pelestarian lingkungan.

Misi

- Mengembangkan setiap kualitas dan pelayanan yang baik.
- Menjalankan bisnis dengan membuat desain taman, pembuatan taman, dan perawatan taman.
- Menerapkan segala aspek natural, guna mendukung pelestarian alam.

TABLE 1.1 BMC THEMATIC GARDEN

<p>Nama Bisnis: <i>THEMATIC GARDEN</i></p> <p>Masalah: Buruknya kualitas udara dan Minimnya Ruang Terbuka Hijau (RTH)</p>		
<p><u>Key Partnerships</u></p> <p>#Optimization and Economy #Strategic Alliance Between Non-Competitors #Buyer Supplier Relationship</p> <p>Memotivasi partner dalam mgeoptimalkan SDM pada setiap aktivitas, dan pada setiap individu SDM memiliki tugasnya masing – masing.</p> <p>Membutuhkan uppliers seperti Desainer, pemasok Tanaman Hias, Pot, Batu Alam, dan Pupuk Organik.</p>	<p><u>Key Activities</u></p> <p>#Problem Solving #Platfrom/network</p> <p>Kemauan konsumen dapat terpenuhi dengan adanya konsultan desain kami, selain itu demi memperluas pemasaran membangun kerjasama antara dua belah pihak.</p> <p><u>Key Resources</u></p> <p>#Physical Asset Bangunan, Kendaraan, Perlengkapan desain, serta Peralatan <i>Gardening</i>.</p> <p>#Intellectual SOP, Desain, dan Brand.</p> <p>#Human SDM.</p> <p>#Financial Pribadi dan Investor.</p>	<p><u>Value Propostions</u></p> <p>#Customization #Getting the Job Done #Design</p> <p>Selain sudah tersedia layout desain, kami teteap menerima permintaan sesuai keinginan konsumen pada setiap desain, maupun pemilihan tanaman itu sendiri.</p>
<p><u>Cost Structure</u></p> <p>#Cost Driven #Economies of Scale</p> <p>keefesiensian pada produk, untuk mendapatkan keuntungan yang lebih dari modal.</p>	<p>-#Variable Cost</p> <p>- Biaya Tanaman - Biaya Pupuk - Biaya Pot - Biaya Tanah - Batu Alam</p> <p>#Fixed Cost</p> <p>- Gaji Karyawan - Administrasi & Umum - Pemasaran - Pemeliharaan & Energi - Pajak</p>	<p><u>Customer Relationships</u></p> <p>#Dedicated Personal Assitance #Automated Service #Comunity</p> <p>Konsumen akan didampingi oleh satu orang desainer, pada awal proses hingga pengaplikasian dan dapat dilakukan secara online. Komunitas juga akan berperan, agar hubungan antar konsumen.</p> <p><u>Channels</u></p> <p>#Milik Sendiri #Direct</p> <p><i>Awareness</i> Media Sosial, <i>Website</i>, dan Iklan Daring</p> <p><i>Evaluation</i> <i>Whatsapp</i> dan <i>Google Form</i>.</p> <p><i>Purchase</i> <i>Website</i>, Sosial Media, dan <i>Whatsapp</i>.</p> <p><i>Delivery</i> Mobil <i>pick-up</i>, untuk membawa tanaman.</p> <p><i>After Sales</i> Pemberian dua kali perawatan pada tanaman.</p>
<p><u>Customer Segments</u></p> <p>#Niche Market.</p> <p>Jasa dan produk yang di tawarkan memiliki target pasar yang sepesifik, yaitu bagi mereka yang ingin menciptakan suasana yang asri dan tetap memiliki nilai estetika pada rumah mereka dari taman yang ada.</p> <p>#Multi – Sided Platform.</p> <p>Melayani lebih dari dua jasa, dari konsultan desain, pembuatan taman, perawatan, dan penggantian.</p>		
<p><u>Revenue Streams</u></p> <p>#Asset Scale - Desain Taman - Tanaman Hias</p> <p>#List Price Harga yang diberikan sudah ditetapkan</p>		

D. SWOT Analysis

Dalam memulai suatu bisnis seorang pengusaha akan melakukan analisa terhadap bisnis mereka dengan melakukan perencanaan strategi, terutama mengenai peluang dan hambatan – hambatan apa saja yang akan di hadapi ketika berjalannya bisnis tersebut, maupun yang akan mendatang. Penulis akan mengambil metode anallisa sistematik SWOT sebagai refrensi, yang biasa di gunakan seorang pelaku bisnis untuk mengevaluasi dan mengidentifikasi situasi yang sedang terjadi atau mungkin pada nisnis yang di jalani.

SWOT sendiri memiliki arti, serta kepanjangan dari *Strengths* (kekuatan), *Weaksness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Treats* (ancaman). Dengan metode SWOT analysis dapat membantu jalannya suatu bisnis dalam menemukan suatu masalah dari empat sisi berbeda.

Menurut **Jogyanto dalam Widharta (2013: 6)**, menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. Kekuatan atau kelemahan internal, digabungkan dengan peluang dan ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan dengan maksud strategi. Tujuan dan strategi diterapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan.” Berikut metode SWOT analysis pada bisnis yang sedang di kembangkan oleh penulis:

TABLE 1.2
SWOT ANALYSIS THEMATIC GARDEN

KEKUATAN (STRENGTHS)	KELEMAHAN (WEAKNESSES)
<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan professional. • Desain taman dengan kustomisasi jenis tanaman. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ketersediaan terhadap jenis tanaman (langka). • Jangkauan kepada konsumen.
PELUANG (OPPORTUNITIES)	ANCAMAN (THREATS)
<ul style="list-style-type: none"> • Membuka lapangan pekerjaan baru. • Banyaknya perusahaan properti baru. 	<ul style="list-style-type: none"> • Akan banyak pesaing di bidang jasa desain pembuatan taman.

1. Kekuatan (*Strengths*)

- **Pelayanan professional**

Aspek ini menjadi andalan utama bagi *Thematic Garden* dalam setiap jasa yang di sediakan, dengan adanya pelayanam yang profesional para konsumen akan merasa lebih nyaman dan terlayani ketika menggunakan jasa dari *Thematic Garden*.

- **Desain taman dan ragam tanaman beragam**

Walau sudah ada desain yang sudah ada, *Thematic Garden* akan selalu senantiasa keinginan dari konsumen, lalu memberikan saran pada mereka. Saat proses desain sudah selesai para konsumen akan

diberikan gambar tanaman, untuk di aplikasikan pada taman mereka.

Sehingga dari proses desain dan pemilihan tanaman akan selalu *fresh*.

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

- **Pengadaan tanaman yang belum tentu tersedia**

Sulitnya pengadaan pasokan tanaman dari pemasok tanaman akan menyulitkan prosrs pemilihan tanaman, ketika ada konsumen baru atau lama yang menginginkan tanaman tersebut.

- **Jangkauan kepada konsumen**

Thematic Garden dapat di kategorikan sebagai *initial business*, sehingga perlu di adakannya sebuah promosi saat bisnis ini berjalan, agar dapat memperkenalkan jasa konsultan taman kecil dengan pelayanan profesional dan berkualitas.

3. Peluang (*Opportunities*)

- **Membuka lapangan pekerjaan baru**

Adanya bisnis ini akan menjadi daya tarik dan terbukanya lapangan kerja baru, bagi mereka yang belum mendapatkan pekerjaan.

- **Banyak properti baru**

Banyaknya pembangunan properti di kota Tangerang, tidak menutup kemungkinan untuk melakukan kerjasama dengan pihak kontraktor, untuk pembuatan projek taman di area tersebut.

4. Ancaman (*Threat*)

- **Banyak pesaing di bidang jasa desain pembuatan taman**

Salah satu ancaman bagi *Thematic Garden* yaitu pesaing, banyaknya pesaing terdahulu di bidang yang sama dan sudah memiliki nama di masyarakat dapat mempengaruhi dalam mencari konsumen.

E. Spesifikasi Produk / Jasa

Thematic Garden hadir sebagai usaha yang masuk dalam jasa pelayanan, produk yang di tawarkan kepada para konsumen mewakili mereka yang akan membuat taman di area rumah dan masalah kerusakan pada tanaman di taman mereka. Alat seperti sosial media akan berperan penting untuk menjembatani produk dan jasa dari *Thematic Garden* ke para konsumen. Berikut merupakan produk dan jasa yang di sediakan oleh *Thematic Garden*, meliputi:

- Pembuatan Desain.
- Pembuatan Taman.
- Perawatan Tanaman.