

PERENCANAAN BISNIS JASA MULTIMEDIA MANAJEMEN

Yenny Maya Dora

yenny.maya@widyatama.ac.id

Universitas Widyatama

Abstrak

Industri Telematika (*Information and Communication Technology – ICT*) merupakan salah satu industri prioritas yang akan dan sedang dikembangkan Pemerintah melalui Kebijakan Pembangunan Industri Nasional. Industri Telematika sendiri saat ini merupakan industri yang sedang berkembang dengan pesat di dunia dengan pertumbuhan 6,9 % per tahun. Pada tahun 2004 pasar telematika dunia mencapai US\$ 533 miliar, sedangkan pasar telematika Asia tercatat US\$ 42 miliar dengan pertumbuhan 23% per tahun. Perkembangan multimedia mengikuti perkembangan internet, maka multimedia merupakan pasar yang pertumbuhannya tercepat di dunia saat ini. Lebih dari 400 juta orang bekerja dalam bidang pengetahuan, pendidikan, pemerintahan, dan bisnis menggunakan internet untuk bertukar informasi atau membuat transaksi bisnis dengan organisasi seluruh dunia. Pertumbuhan internet ini dipicu oleh kemajuan di bidang teknologi informasi dan perang harga yang secara dramatis telah menurunkan biaya komputer multimedia. Jumlah konsumen yang terus meningkat telah menciptakan pasar yang lebih besar bagi aplikasi multimedia dan berbagai tool baru telah memungkinkan lebih banyak orang menjadi pengembang multimedia. Layanan multimedia online sedang mengalami booming, selain itu penggunaan multimedia di berbagai bidang semakin meningkat.

Berdasarkan latar belakang di atas maka dalam penelitian ini akan dilakukan perencanaan bisnis mengenai bisnis jasa Multimedia Manajemen. Penelitian ini dimaksudkan untuk melihat apakah bisnis Manajemen Multimedia ini layak atau tidak untuk dijalankan dengan membuat analisis industri, perencanaan bisnis dan strategi implementasi. Model yang digunakan untuk analisis industri adalah model Five Competitive Advantage Michael Porter. Metode yang digunakan untuk perencanaan bisnis adalah metode eksploratif. Metode eksploratif adalah metode yang digunakan untuk mengetahui apakah riset yang akan digunakan layak. Perencanaan bisnis yang dilakukan dilihat dari empat aspek yaitu aspek pemasaran, aspek operasional, aspek sumber daya manusia dan aspek keuangan. Dari hasil analisis aspek keuangan, bisnis yang dijalankan layak karena menghasilkan nilai Net Present Value positif yaitu Rp. 453.846.830,-. *Internal Rate of Return* 47,91% lebih besar dari *Interest Rate* 13,25%. *Profitability Index* yang dihasilkan sebesar 2,23 dan *Payback Period* 6 bulan. *Payback Period* tersebut kurang dari jangka waktu kredit selama 2 tahun.

Keywords: Bisnis Jasa Multimedia, Analisis Industri, Perencanaan Bisnis, Strategi Implementasi

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan ilmu pengetahuan serta teknologi informasi dan komunikasi yang semakin cepat menumbuhkan sebuah pola pikir di masyarakat kita saat ini yang semakin hidup konsumtif dan serba *instant*, kemudahan mendapatkan segala bentuk informasi, ketiadaan hambatan jarak dan waktu, dan kenyamanan akses sumber tersebut menjadi alasan utama yang mendasari akan adanya sebuah peluang bisnis yang menghasilkan.

Teknologi Informasi dan Elektronika telah menghasilkan sebuah industri baru yang disebut industri Teknologi Informasi dan Elektronika (untuk selanjutnya disingkat menjadi TIE). Industri TIE ini memiliki potensi pangsa pasar yang sangat besar dan bahkan menciptakan pola bisnis baru (*new business models*). Bahkan muncul istilah baru seperti “*new economy*”, “*network economy*”, “*digital economy*”, dan “*x-economy*”.

Pertumbuhan internet ini dipicu oleh kemajuan di bidang teknologi informasi dan perang harga yang secara dramatis telah menurunkan biaya komputer multimedia. Jumlah konsumen yang terus meningkat telah menciptakan pasar yang lebih besar bagi aplikasi multimedia dan berbagai tool baru telah memungkinkan lebih banyak orang menjadi pengembang multimedia. Layanan multimedia online sedang mengalami booming, selain itu penggunaan multimedia di berbagai bidang semakin meningkat.

Multimedia mempunyai peranan penting dalam bidang bisnis karena dipakai sebagai alat untuk bersaing perusahaan. Multimedia memiliki kelebihan untuk menarik indera dan minat, karena merupakan gabungan antara pandangan, suara, dan gerakan. Maka multimedia sangat efektif, menjadi tool yang ampuh untuk meraih keunggulan bersaing perusahaan. Oleh sebab itu sudah saatnya para pelaku bisnis untuk memanfaatkan multimedia sebagai alat untuk meningkatkan keunggulan bersaing bisnis anda.

Industri Telematika terdiri atas kelompok barang dan jasa, meliputi industri Komputer, industri Periferal, industri Peralatan Komunikasi, industri *software* (perangkat lunak), industri

Animasi, dan industri Multimedia. Industri Telematika didukung oleh industri elektronika untuk penyediaan semikonduktor, komponen dan modul bagi industri komputer dan periferal.

Bagi negara berkembang, perangkat lunak dan jasa pada umumnya memiliki peluang yang lebih besar karena relatif tidak memerlukan investasi besar dalam riset dan peralatan pendukung produksi. Hal ini terutama disebabkan perangkat lunak lebih berbasis pada tenaga kerja berpendidikan. Komposisi terbesar industri Telematika Indonesia adalah industri *consulting service* yang menguasai 50 – 65 persen dari komposisi industri yang ada. Posisi kedua adalah industri perangkat lunak multimedia yang diperkirakan mencapai 30 – 40 persen, sedangkan industri perangkat keras hanya 5 – 10 persen dari keseluruhan industri Telematika Indonesia.

Pangsa pasar perangkat keras di Indonesia merupakan yang terbesar, yaitu sebesar 979,9 juta dolar AS, disusul oleh industri *consulting services* sebesar 211,7 juta dolar AS dan industri perangkat lunak sebesar 110,3 juta dolar AS dengan nilai produksi sebesar Rp 40,3 triliun dan nilai ekspor sebesar 2,8 miliar dolar AS dan mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 58 ribu orang.

Dari sinilah berangkat pemikiran bahwa era multimedia adalah sebuah potensi dan peluang pasar baru yang cukup dahsyat dengan lifetime yang diperkirakan akan sangat panjang, apalagi setelah dipadukan dengan keunggulan Internet.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan perencanaan bisnis jasa multimedia. Dalam penelitian ini yang akan dilakukan adalah melakukan analisa situasi lingkungan industri untuk mengetahui ancaman dari pesaing yang menghasilkan produk yang sama atau produk penggantinya, mengetahui seberapa besar kekuatan tawar menawar dari sisi pemasok dan pembeli. Menganalisa potensi ukuran hasil potensi pasar dari usaha ini, dalam mempengaruhi perusahaan untuk melakukan usaha. Serta membuat suatu perencanaan bisnis agar kegiatan bisnis yang akan dilakukan dapat berjalan sesuai dengan yang

direncanakan dengan melihat aspek pemasaran, aspek operasional, aspek sumber daya manusia, dan aspek keuangan.

1.3 Kerangka Pemikiran

Perencanaan bisnis dapat dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut sesuai dengan gambar bagan kerangka penelitian :

1. Tahap pertama mempelajari peluang bisnis multimedia berikut peraturan pemerintah yang berlaku untuk bisnis multimedia.

Pada tahap mempelajari peluang bisnis multimedia & peraturan pemerintah yang berlaku mencari dan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya mengenai bisnis multimedia dan peraturan pemerintah mengenai bisnis multimedia.

2. Tahap kedua perumusan gagasan bisnis multimedia.

Tahap perumusan gagasan adalah tahap dimana wirausaha memiliki gagasan atau ide untuk merintis usaha barunya. Gagasan tersebut kemudian dirumuskan dan diidentifikasi, misalnya kemungkinan bisnis apa yang paling memberikan peluang untuk dilakukan sehingga memberikan keuntungan.

3. Tahap Analisis Lingkungan Makro bisnis multimedia

Tahap ini adalah tahap analisis terhadap lingkungan makro bisnis multimedia sehingga dari hasil analisis tersebut dapat dilakukan persiapan-persiapan agar bisnis multimedia yang akan dibuka dapat beroperasi dan berkembang dengan baik. Analisa dilakukan pada ekonomi, politik, sosial dan budaya serta teknologi.

4. Tahap analisis Lingkungan Industri Multimedia.

Tahap ini merupakan tahap penelitian, yaitu proses sistematis yang dilakukan untuk membuat suatu keputusan apakah bisnis tersebut layak atau tidak. Tahapan ini dilakukan sebagaimana prosedur proses ilmiah lainnya, yaitu mulai dengan mengumpulkan data, mengolah, menganalisis, dan menarik kesimpulan.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan sebagai dasar untuk penyusunan Perencanaan Bisnis Multimedia.

Dari identifikasi masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis situasi lingkungan usaha dari bisnis Multimedia
2. Untuk membuat Perencanaan Bisnis Multimedia dilihat dari aspek pemasaran, aspek operasional, aspek sumber daya manusia, dan aspek keuangan.
3. Untuk membuat membuat strategi implementasi yang akan dilakukan bisnis Multimedia.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang akan digunakan dalam perencanaan bisnis Multimedia adalah metode eksploratif (penjajakan).

Untuk membuat suatu perencanaan bisnis Multimedia, maka terlebih dahulu diketahui variabel-variabel yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini. Variabel tersebut mengandung tujuan serta nilai tertentu yang dapat dijabarkan berdasarkan variabel, sub variabel dan konsep variabel. Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel
----------	--------------	-----------------

Aspek Pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Segmenting</i> 2. <i>Targeting</i> 3. <i>Positioning</i> 4. <i>Product</i> 5. <i>Price</i> 6. <i>Place</i> 7. <i>Promotion</i> 8. <i>People</i> 9. <i>Physical Evidence</i> 10. <i>Process</i> 	Manajemen Pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi (Kotler dan Amstrong, 2004:16).
Aspek Operasional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi Operasi 2. Volume Operasi 3. Peralatan dan Mesin 4. Tenaga Kerja 5. lay Out 	Manajemen Operasi adalah kegiatan yang berhubungan dengan penciptaan barang dan jasa melalui adanya pengubahan input menjadi output (Heizer dan Render, 2005:5).
Aspek Sumber Daya Manusia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penentuan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan 2. Penentuan deskripsi pekerjaan 3. Proses seleksi tenaga kerja 4. Program pelatihan dan pengembangan sistem 5. Penggajian 	Manajemen sumber daya manusia adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat (Hasibuan 2005 :10)
Aspek Keuangan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan Dana 2. Sumber Dana 3. Proyeksi Pendapatan 4. Proyeksi Laba Rugi 5. Proyeksi <i>Net Present Value</i> 6. Proyeksi <i>Profitability Index</i> 7. Proyeksi <i>Payback Period</i> 8. Proyeksi <i>Internal Rate of Return</i> 9. Proyeksi <i>Break Even Point</i> 	Manajemen keuangan adalah aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan bagaimana memperoleh dana, menggunakan dana, dan mengelola <i>assets</i> sesuai dengan tujuan perusahaan secara menyeluruh (Martono dan Sardjito, 2004:8).

2.1 Sumber Data atau Sampel

Perusahaan jasa multimedia yang ada di kota Bandung yaitu PUSTEKOM, Fixious Indonesia, dan Oray Studio. Tanya jawab dengan para pengusaha atau pelaku bisnis, praktisi bisnis dan lembaga penelitian serta dinas terkait untuk mendapatkan data yang lengkap mengenai jasa .

Jenis data yang dibutuhkan adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama, misalnya dari individu atau perorangan. Data ini bisa diperoleh dari wawancara, pengisian kuesioner, atau bukti transaksi seperti tanda bukti pembelian barang dan pesanan.

Sementara itu data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari pihak lain yang mana data tersebut mereka jadikan sebagai sarana untuk kepentingan sendiri. Atau dengan kata lain, bahwa sumber data sekunder merupakan sumber data yang berada di pihak luar. (Sugiama,2008:129). Data yang telah diperoleh tersebut diambil dan diinterpretasikan secara kualitatif.

Perusahaan jasa multimedia yang ada di kota Bandung yaitu PUSTEKOM, Fixious Indonesia, dan Oray Studio. Tanya jawab dengan para pengusaha atau pelaku bisnis, praktisi bisnis dan lembaga penelitian serta dinas terkait untuk mendapatkan data yang lengkap mengenai jasa .

2.2 Metode Analisis

Di dalam menganalisis lingkungan industri ada lima hal dalam kondisi industri yang harus dikenali dan diperhitungkan, yaitu :

1. Persaingan antar perusahaan sejenis.

Salah satu kenyataan hidup dalam dunia bisnis adalah terjadinya persaingan yang ada kalanya makin tajam. Ini terjadi apabila antara lain karena makin banyak perusahaan yang menghasilkan dan memasarkan produk yang serupa atau sejenis atau produk substitusi *Perencanaan Bisnis Multimedia* pelanggan yang sama, makin langkanya bahan baku, masuknya produk yang sedang menjadi tren ke pasaran, terjadinya pergeseran dalam perilaku pelanggan dalam memilih dan membeli produk tertentu atau terjadinya peningkatan

kemampuan ekonomi para pelanggan atau pemakai produk sehingga mereka bergeser dari harga ke mutu dan pelayanan (termasuk pelayanan purna jual). Kesemuanya itu menuntut kemampuan yang lebih tinggi daripada perumus kebijakan strategik dalam perusahaan agar strategi yang dirumuskannya memungkinkan organisasi meraih keuntungan, mempertahankan eksistensi dan menempuh jalur pertumbuhan dan perkembangan.

2. Kemungkinan masuknya pesaing baru.

Kehadiran para pendatang baru dikatakan sebagai ancaman karena para pendatang baru tersebut membawa berbagai hal ke dalam industri seperti kemampuan baru, keinginan merebut pangsa pasar tertentu, teknologi yang mutakhir, sarana dan prasarana yang lebih lengkap dan tenaga kerja yang terdidik dan terlatih. Biasanya gairah memasuki bidang industri tertentu di kalangan usahawan besar apabila bidang usaha tersebut belum “jenuh”. Artinya usahawan tersebut berpendapat bahwa masih terdapat ruang gerak yang cukup luas untuk bergerak dalam bidang industri tersebut dengan kemungkinan yang cukup besar untuk meraih keuntungan yang wajar.

3. Potensi pengembangan produk substitusi.

Karena perkembangan ilmu pengetahuan dan ilmu teknologi dewasa ini makin banyak produk yang peranan *Perencanaan Bisnis Multimedia* dan manfaatnya dalam kehidupan manusia dapat diganti oleh produk substitusi. Kepekaan tentang hal ini harus ada dalam diri para pengambil keputusan strategik dan tidak terpukau hanya pada masalah harga dan mutu produk betapapun pentingnya kedua hal tersebut mendapat perhatian.

4. Kekuatan tawar menawar penjual/pemasok.

Secara kategorial tidak ada pimpinan. perusahaan yang boleh mengabaikan peranan para pemasok sebagai mitra kerjanya. Para pemasok itu dapat berada pada posisi tawar menawar yang kuat dalam arti mereka dapat memainkan harga yang dipasoknya atau menurunkan mutu yang diperlukan perusahaan pelanggannya.

5. Kekuatan tawar menawar pembeli/konsumen.

Para pembeli memang memiliki kekuatan tertentu yang mereka nyatakan dalam berbagai bentuk seperti harga yang lebih rendah, mutu yang lebih tinggi, pelayanan purna jual yang lebih baik, atau bersifat mengadu satu produsen dengan produsen yang lain.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pembahasan sebelumnya tentang perencanaan bisnis yang telah dibuat, maka dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan dalam *executive summary* dapat sebagai berikut:

Tabel 4.27
Rangkuman Hasil Perencanaan Bisnis

ASPEK PEMASARAN	ASPEK OPERASIONAL
<p>Memilih Pasar Sasaran</p> <p>1. Segmentasi Pasar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Geografi : Bandung & Luar Bandung 2. Sosio Ekonomi dan Demografi : Pria dan wanita, tanpa melihat variabel umur, pendidikan , ras, agama, kebangsaan, dan penghasilan. <p>2. Target Pasar Pria dan wanita baik domestik maupun asing tanpa membatasi pendidikan, ras dan agama.</p> <p>3. Posisi Pasar Market Follower</p> <p>Menyusun Bauran pemasaran</p> <p>1. PRODUCT</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Animasi Design : 2 D & 3 Dimensi b) Design Grafis c) Software Development d) Interactive Multimedia e) E Learning f) Website g) SEO h) Training Centre i) Game j) Merchandise <p>2. PRICE</p> <p>3. Untuk Produk Pelatihan/Kursus : Rp. 1.000.000,- s.d Rp. 4.000.000,-</p> <p>4. Untuk Produk design Grafis, Software Development, Interactive Multimedia, E Learning, & Website sesuai kesepakatan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi Operasi <ul style="list-style-type: none"> • Kantor, Rumah, Hotel, Toko dll. 2. Volume Operasi 5 hari kerja di kantor, 2 -3 hari kerja di hotel untuk training, 1 -3 Bulan untuk kursus. 3. Mesin & Peralatan <ul style="list-style-type: none"> • Server, komputer, Printer, Internet, Kamera, Video, Telpon, Fax, Meja, Kursi, Sofa & ATK 4. Tenaga Kerja <ul style="list-style-type: none"> • 1 Org Pimpinan, 1 Org Tenaga Administrasi, & 1 Org Tenaga Keuangan. 5. Layout Lihat pada lampiran.

<p>5. Untuk Produk Animasi perdurasi.</p> <p>6. Untuk Produk Game per days. Digital Comics harga perhalaman.</p> <p>7. Marchandice sesuai bahan yang digunakan.</p> <p>3. PLACE Kantor untuk kegiatan operasional terletak di Jl. Buah Batu No. 17 Bandung</p> <p>4. PROMOTION</p> <ul style="list-style-type: none"> • Website • Papan Nama • Brosur • Sticker <p>5. PEOPLE</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 Org Pimpinan • 1 Org Tenaga Administrasi • 1 Org Tenaga Keuangan <p>6. Physical Evidence</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kantor, Papan Nama, Logo, tempat parkir, & taman. <p>7. PROCESS Pemesanan, Penandatanganan Kontrak dan pembayaran Uang Muka, Proses Pembuatan, Uji Coba, Serah Terima & Pelunasan.</p>	
--	--

Tabel 4.28

Rangkuman Hasil Perencanaan Bisnis (Lanjutan)

ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA	ASPEK KEUANGAN
<p>1. Penentuan Jumlah Karyawan</p> <p>a) 1 Org Pimpinan</p> <p>b) 1 Org Tenaga Administrasi</p> <p>c) 1 Org Tenaga Keuangan</p> <p>2. Penentuan Deskripsi Pekerjaan</p> <p>a) Pimpinan</p> <p>1. Memimpin perusahaan & memasarkan produk</p> <p>2. Mengelola perusahaan dengan baik</p> <p>b) Tenaga Administrasi</p> <p>1. Melakukan kegiatan administrasi kantor</p> <p>2. Menyiapkan segala keperluan untuk mengerjakan produk & dan Training</p> <p>3. Proses Seleksi Karyawan</p>	<p>1. Analisa Kebutuhan Dana Dana yang dibutuhkan : Rp. 81.990.000,- - Investasi : Rp. 64.820.000,- - Modal Kerja : Rp. 16.170.000,-</p> <p>2. Analisa Sumber Dana - Modal Sendiri : 50% : Rp. 40.990.000. - Modal Pinjaman : 50% : Rp. 41.000.000,-</p> <p>3. Proyeksi Pendapatan</p> <p>a) Tahun Pertama : Rp. 200.000.000,- b) Tahun kedua : Rp. 220.000.000,- c) Tahun Ketiga : Rp. 242.000.000,- d) Tahun Keempat : Rp. 266.200.000,- e) Tahun Kelima : Rp. 292.820.000,-</p> <p>4. Proyeksi Laba Rugi</p>

<p>Mengidentifikasi Kualifikasi Karyawan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Umur 2. Keahlian 3. Pendidikan 4. Jenis Kelamin 5. Pengalaman Kerja 6. Kemampuan Kerjasama 7. Kejujuran 8. Kedisiplinan 9. Inisiatif & Kreatif <p>4. Program Pelatihan dan Pengembangan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Teknik Menjual Produk multimedia 2. Presentation & Negotiation Skill 3. Administrasi Skill <p>5. Sistem Penggajian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pimpinan : Rp. 3.000.000 2. Tenaga Administrasi : Rp. 1.000.000,- 3. Tenaga Keuangan : Rp. 1.000.000,- 	<ol style="list-style-type: none"> a. Tahun Pertama : Rp. 186.000.000,- b. Tahun kedua : Rp. 288.300.000,- c. Tahun Ketiga : Rp. 446.865.000,- d. Tahun Keempat : Rp. 692.640.750,- e. Tahun Kelima : Rp. 1.073.593.63,- <p>5. Proyeksi Payback Period 7 Bulan < Dari jangka waktu 1 Thn : Bisnis Ini Layak</p> <p>6. Proyeksi Net Present Value Rp. 287.568.826.</p> <p>7. Proyeksi Internal Rate of Return 72% > dari 13% : Bisnis Layak</p> <p>8. Proyeksi Profitabilitas Index 2.23 > 1 : Bisnis Layak</p> <p>9. Proyeksi Break Even Point</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Tahun Pertama : Rp. 221.585.806,- b. Tahun kedua : Rp. 319.676.129,- c. Tahun Ketiga : Rp. 460.198.710,- d. Tahun Keempat : Rp. 680.901.935,- e. Tahun Kelima : Rp. 1.011.956.774,-
---	---

Dari uji kelayakan yang sudah dilaksanakan dalam perencanaan bisnis ini, maka secara keseluruhan dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.32
Ringkasan Kelayakan Bisnis dari Segi Keuangan

Keterangan	Nilai
Payback Period	7 Bulan
NPV	287.568.826,48
PI	2.23
IRR	47.9%

Tabel 4.34
Ringkasan Kegiatan Implikasi

No.	Kegiatan	Keterangan
1.	Analisa Kelayakan Bisnis	PP = 7 bulan
2	Modal	Rp. 81.990.000 1. Modal Sendiri : Rp. 41.990.000 2. Modal Pinjaman : Rp. 40.000.000
3	Mempersiapkan kantor	Mencari lokasi yang strategis

4	Membuat TDP (Tanda Daftar Perusahaan)	Lingkungan sekitar perusahaan
5	Mengurus izin usaha	Dinas Pemerintahan Kota
6	Membelian perlengkapan kantor	1. Membeli : 2. Server 3. Komputer dan Printer 4. Telpon dan fax 5. AC, Ruang kita sudah kerja lagi
7	Merekrut Karyawan	Karyawan yang dibutuhkan 1. Tenaga administrasi 2. Tenaga Keuangan
7	Promosi	1. Website 2. Papan nama 3. Brosur 4. Sticker

Penjadwalan Kegiatan

Dalam melaksanakan kegiatan yang harus dilakukan oleh pengusaha di atas, telah dipersiapkan jadwal agar pelaksanaan kegiatan tersebut bisa lebih efektif. Bisnis ini akan berjalan pada awal bulan Januari 2014, sehingga pelaksanaan kegiatan awal akan dilaksanakan pada bulan Oktober 2013. Untuk lebih jelasnya, dibawah ini diperlihatkan tabel jadwal persiapan kegiatan.

Tabel 4.35
Jadwal Kegiatan Persiapan Awal Bisnis

No.	Kegiatan	Oktober				Nopember				Desember			
1	Mempersiapkan kantor	■	■	■	■								
2	Pembuatan TDP	■	■	■	■								
3	Mengurus surat izin	■	■	■	■								
4	Membeli perlengkapan Kantor	■	■	■	■	■	■	■	■				
5	Merekrut Karyawan									■	■	■	■
6	Promosi	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Dari tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa calon pengusaha bisa memulai kegiatan persiapan dari bulan Oktober 2013. Mulai dari mempersiapkan dan renovasi yang diperkirakan akan dilaksanakan selama satu bulan. Selama mempersiapkan dan renovasi kantor, pengusaha bisa sekaligus membuat Tanda Daftar Perusahaan, mengurus badan usaha dan membeli peralatan kantor. Pembelian peralatan kantor ini diperkirakan dilaksanakan selama satu bulan karena perusahaan harus melakukan survey baik harga maupun barang. Perekrutan karyawan akan dilaksanakan pada bulan Desember 2013 selama kurang lebih 4 minggu karena perusahaan harus mencari karyawan yang sesuai dan dibutuhkan pelatihan yang cukup untuk perbekalan melayani konsumen. Sedangkan kegiatan promosi sudah dimulai sejak bulan Oktober.

Promosi yang dimaksud adalah pembuatan *website* dimana pembuatan *website*, dan *sticker* dilakukan oleh *Multimedia Manajemen* sedangkan untuk *Papan Nama*, dan *brosur* ini bisa dilakukan oleh *owner*.

3. Risiko Bisnis

Setiap bisnis akan selalu mempunyai risiko yang bisa dihindari maupun yang tidak bisa dihindari. Pengelolaan risiko harus dilakukan karena risiko berkaitan dengan biaya yang tidak sedikit. Terlebih untuk industri jasa yang menuntut pelayanan kepada konsumen.

Dalam bisnis jasa *Multimedia Manajemen* terdapat risiko-risiko yang harus diantisipasi sehingga dapat mencegah hal-hal yang akan berpengaruh terhadap kelangsungan bisnis perusahaan.

Beberapa risiko yang bisa dihadapi dalam bisnis jasa *Multimedia Manajemen* adalah sebagai berikut:

1. Risiko Bisnis Tidak Berkembang

Risiko bisnis tidak berkembang bisa disebabkan oleh dua kategori, yaitu kurangnya peminat pada peraturan pemerintah dan ketidak mampuan perusahaan menyikapi krisis ekonomi yang melanda Indonesia, perusahaan tidak mampu mengikuti perkembangan yang terjadi di dunia multimedia. Pelayanan dan hasil produk yang kurang memuaskan serta promosi yang dilakukan kurang mengenai sasaran dan tidak menarik.

Tindakan *preventif* dilakukan untuk menghadapi risiko ini adalah dengan:

- a) Melakukan terobosan baru dalam kegiatan promosi, menjaga hubungan kerjasama dengan perusahaan atau konsumen.
- b) Meningkatkan kualitas dari produk dan layanan kepada konsumen.
- c) Mengikuti perkembangan kemajuan multimedia.
- d) Mengup grade peralatan penunjang produksi produk pesanan konsumen.
- e) meningkatkan kemampuan SDM yang dimiliki.
- f) Mengikuti trend produk multimedia yang terbaru contoh : Produk Content multimedia

2. Risiko Kerusakan dan kehilangan Aset Perusahaan.

Kerusakan aset perusahaan bisa dialami oleh berbagai jenis perusahaan hal ini bisa terjadi oleh pihak internal atau eksternal perusahaan. Kerusakan akibat kebakaran atau pencurian pihak dalam adalah salah satu penyebabnya. Tindakan yang dilakukan sebagai pencegahan terjadinya risiko ini salah satunya dengan menghindari hal-hal yang dapat memicu terjadinya kebakaran, misalnya tidak sembarangan membuang puntung rokok, dan kehati-hatian dalam penggunaan alat-alat elektronik sehingga tidak terjadi arus putus. Untuk mengantisipasi kehilangan lebih baik

5. PENUTUP

5.1 SIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil dari analisis industri multimedia menunjukkan bahwa:

- a) Analisis untuk ancaman dari produk pengganti untuk perusahaan ini adalah produk-produk terbaru multimedia yang lebih *up to date*, mudah digunakan dan lebih murah.
 - b) Analisis untuk kekuatan tawar menawar dari penjual/pemasok yaitu pemasok belum tentu bisa menyediakan produk yang sama dengan perusahaan sehingga kekuatan tawar menawar pemasok lemah.
 - c) Analisis untuk kekuatan tawar menawar dari pembeli/konsumen yaitu kemampuan pelanggan untuk menghasilkan produk wisata sendiri, sensitivitas terhadap harga dan pelayanan membuat kekuatan tawar menawar pelanggan menjadi lebih kuat
2. Strategi Implementasi yang akan dilakukan adalah menggunakan segala media informasi untuk memperkenalkan perusahaan dan produk-produk yang ditawarkan, menyediakan paket produk multimedia dan teknologi informasi dengan desain yang unik dan inovatif, Efisiensi Biaya, Memanfaatkan perkembangan software aplikasi multimedia untuk mendesain produk dan layanan yang inovatif dan berkualitas. Dengan Sasaran Perusahaan dikenal oleh masyarakat, produk dan layanan dapat diterima oleh masyarakat, efisiensi biaya, fokus pada kualitas produk dan layanan.
3. Perusahaan yang didirikan bernama *Multimedia Manajemen* yang bergerak dalam bisnis jasa multimedia. Adapun hasil dari perencanaan bisnis yang dianalisis meliputi aspek pemasaran, aspek operasional, aspek sumber daya manusia, dan aspek keuangan.
- a) Untuk aspek pemasaran, pasar yang dipilih adalah pria dan wanita tanpa batasan umur, pendidikan, ras. Dan agama produk yang ditawarkan berupa paket produk multimedia seperti : Animasi Design : 2 D dan 3 D animasi, Design Grafis, Software Development, Interactive Multimedia : Video Presentation, CD Interactive, E Learning, Website, SEO, Training Centre, Game, dan Merchandise.
 - b) Untuk aspek operasional, kantor operasional berada di Jl. Buah Batu No. 17 Bandung, dengan 3 orang karyawan, yaitu 1 orang Pimpinan, 1 orang tenaga administrasi dan 1 orang tenaga keuangan. Proses pemesanan dilakukan dengan datang langsung ke kantor atau melalui telepon untuk menentukan waktu pertemuan dan e-mail untuk

mengirim materi – materi untuk pembuatan produk. Pembayaran dapat dilakukan secara tunai ataupun transfer tunai.

- c) Untuk aspek sumber daya manusia, perusahaan hanya membutuhkan 3 orang karyawan, yaitu 1 orang Pimpinan, 1 orang tenaga administrasi dan 1 orang tenaga keuangan yang mempunyai masing-masing *job description*, kualifikasi dan gaji yang berbeda satu sama lain. Penyeleksian dan pelatihan akan dilaksanakan sebelum mereka menjadi karyawan di perusahaan untuk bisa melayani para konsumen dengan profesional.
- d) Untuk aspek keuangan, berdasarkan perencanaan bisnis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa bisnis *Multimedia Manajemen* layak untuk dilaksanakan. Modal yang dibutuhkan untuk bisnis ini adalah sebesar Rp.81.990.000,- dengan proporsi 50% modal sendiri dan 50% modal pinjaman yaitu pinjaman ke pihak investor dengan tingkat bunga 13% pertahun. Kelayakan bisnis dilihat dari Payback Period selama 7 bulan yang kurang dari jangka waktu kredit selama 1 tahun, NPV positif sebesar Rp.287.568.826,48,-, IRR sebesar 47,91%, dan PI sebesar 2,23 (>1). Titik impas diperoleh dengan total pendapatan tahun pertama sebesar Rp 221.585.806,-, tahun kedua Rp. 319.676.129,-, tahun ketiga Rp. 460.198.710,-, tahun keempat Rp. 680.901.935,- dan tahun kelima Rp. 1.011.956.774,-

Implikasi Perencanaan bisnis jasa *Multimedia Manajemen* terhadap bisnis adalah dengan memperhatikan beberapa langkah berikut ini:

a. Persiapan awal

Persiapan awal bisnis ini meliputi: memperhatikan analisis kelayakan bisnis, menyiapkan modal awal yang dibutuhkan, mempersiapkan dan merenovasi kantor, mengurus TDP (Tanda Daftar Perusahaan), mengurus izin usaha ke Dinas Pemerintahan Kota, membeli perlengkapan kantor, membeli peralatan seperti server, computer, scanner, Printer dan lain-lain untuk menunjang pengerjaan pesanan konsumen sebagai aset utama perusahaan, melaksanakan perekrutan karyawan, serta melakukan kegiatan promosi dan pemasaran.

b. Penjadwalan Kegiatan

Bisnis jasa *Multimedia Manajemen* ini akan mulai dilaksanakan pada awal Januari 2014 sehingga persiapan awal akan dilaksanakan mulai bulan Oktober 2013 agar semua tertata dengan baik.

c. Risiko Bisnis

Risiko akan muncul di mana saja. Bergitu pula dengan bisnis jasa ini. Risiko yang mungkin akan muncul adalah risiko bisnis tidak berkembang, , risiko kerusakan dan kehilangan aset perusahaan.

5.2 SARAN

1. Mengingat perusahaan ini baru beroperasi dan belum begitu dikenal oleh masyarakat maka promosi yang dilakukan harus maksimal yaitu menggunakan media elektronik yang tersedia agar *Multimedia Manajemen* lebih dikenal oleh banyak orang seperti : beriklan di kaskus, mengirim profil perusahaan dan penawaran ke email ke perusahaan, instansi, pertokoan, hotel, restoran, kampus-kampus, rumah sakit, dan lain-lain.
2. Dalam menjalankan bisnis ini, sebaiknya aplikasi yang digunakan selalu *up to date* agar produk dan layanan yang diberikan memiliki nilai lebih.
3. Membuat rencana keuangan dan perkiraan aliran uang tunai.
4. Perusahaan harus bisa mengidentifikasi dan mengantisipasi risiko bisnis secara dini agar bisa memperkecil ketidak pastian di masa yang akan datang.
5. Perusahaan terus mengikuti perkembangan industri multimedia(mengikuti perkembangan jaman) sehingga dapat melakukan pengembangan produk dan layanan.
6. Perusahaan diharapkan melakukan evaluasi terhadap pasar, produk, dan sistem pemasaran. Kalau diperlukan lakukan perbaikan cara kerja, pemasaran dan kualitas produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchary Alma, 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta
- Buchary Alma, 2007. *Kewirausahaan*, Bandung : Alfabeta
- Bygrave, William. D. 1996. *The Portable MBA Enter preneurship*. Terjemahan Dra. Dyah Ratna Permatasari. Jakarta : Bina Rupa Aksara
- Coulthard, Max., Howel, Andrea., and Clarks, Geoff. 1995. *Business Planning : The Key to Success*.
- David, Fred R. *Strategic Management*. Terjemahan Paulyn Sulistio, SE., M.Com dan Harryadin Mahardika, SE. Jakarta : Salemba Empat
- Dollinger, Marc.J. 2003. *Entrepreneurship Strategies and Resources 3rd Edition*. New Jersey : Prentice Hall Pearson Education.
- Freddy Rangkuti, 2005. *Business Plan: Teknik Membuat Perencanaan Bisnis & Analisis Kasus*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gaynor, Gerard H., 2002. *Innovation by Design*. New York : Amacom.
- Gitman, Lawrence J., 2003. *Principle of Managerial Finance*. 10th ed. Boston : Pearson Education, Inc.
- Hani, Handoko., 2001. *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*, edisi ke-2. Yogyakarta: BPFE.
- Hisrich, Robert D., Peters M.P., 1995. *Entrepreneurship (Strating, Developing, and Managing a New Enterprise*. 3rd ed. Irwin USA.
- Husein Umar, 2003. *Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Manganalisis Rencana Bisnis secara Komprehensif*. Edisi ke-2. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas Jilid 2*. Jakarta : Indeks
- Laporan Perekonomian Indonesia*. 2008. Balai Pusat Statistik Jawa Barat. Bandung.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Mathis, Robert L., Jackson, Jhon H. 2000. *Human Resource Management*. 9th ed. South Western College Publishing

Moesley, et al., 1996. *Management Leadership in Action*. Harper Collin College Publisher, USA.

Nilasari, Irma dan Sri Wiludjeng SP. 2006. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Porter, Michael E., 1994. *Keunggulan Bersaing*, alih bahasa Tim Penerjemah Bina Rupa Aksara.Jakarta.

Salvatore, Dominick, 2001. *Managerial Economics* dalam *Perekonomian Global*. Edisi ke 4 Jilid ke-2. Terjemahan Natalia Santoso, Emil Salim, Anis Cherid. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Statistik Ekonomi Keuangan Daerah Jawa Barat. 2008. Balai Pusat Statistik Jawa Barat. Bandung.

Sugiama, Gima. 2008. *Metode Riset Bisnis dan Manajemen*. Bandung : Penerbit Guardaya Intimarta.

Damon A Dean, *Multimedia di Internet* (Jakarta: PT Elexmedia Komputindo, 1996)

Hariadi, Bambang. 2005. *Strategi Manajemen; Strategi memenangkan perang bisnis*. Jakarta : Bayumedia Publishing

Schwier dan Misanchuk, *Interactive Multimedia Instruction* (London: 1994)

Robin dan Linda, Suyanto, *Multimedia, 2001*, Yogyakarta: Andi

MC Comik, *Multimedia, 1996*

Hisrich and Peters, *Entrepreneurship 7th Edition* , 2008, New York : Mc.Graw Hill International

Suryana, *Kewirausahaan*, 2003, Penerbit Salemba Empat

Madura, *Pengantar Bisnis*, 2001, penerbit Salemba Empat

Afuah, *Pengantar Bisnis*, 2004

Swastha Basu dan Irawan, 1995. *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty Yogyakarta.

Kotler, Philip, 2004. *Manajemen Pemasaran*, Analisis, Perencanaan, Implementansi, dan Pengendalian, Terjemahan Buku Satu dan Dua, Salemba Empat

Griffin W. Ricky & Ronald J. Ebert. (2006). *Bisnis*. Terjemahan Benyamin Molan. Penerbit Prenhallindo. Jakarta,

Alma, Buchari, *Pengantar Bisnis*, Cetakan ke-11. Bandung: Alfabeta, 2005

Husein Umar, *Manajemen Operasi*, , Gramedia, 2001

Jackson, John, H. & L. Mathis, Robert, 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, PT. Salemba Emban Patria, Jakarta.

Martono dan D Agus Harjito . *Manajemen Keuangan*. Cetakan Kelima: Ekonisia,2005

