

## RENCANA BISNIS *Naturcase*

Betari Suwandi

Email: [betari.sd@gmail.com](mailto:betari.sd@gmail.com)

Suwandi

Email: [hdsuwandi59@gmail.com](mailto:hdsuwandi59@gmail.com)

Vidella Juwanda

Email: [videllajuwanda25@gmail.com](mailto:videllajuwanda25@gmail.com)

Karina Tiara Hapsari

Email: [karina.tiarahapsari25@gmail.com](mailto:karina.tiarahapsari25@gmail.com)

Klara Ningrum Ghina. T

Email: [lala.kngt@gmail.com](mailto:lala.kngt@gmail.com)

Nira Kusuma Wardani

Email: [kusuma.wardani.nira@gmail.com](mailto:kusuma.wardani.nira@gmail.com)

Nur Amira Syifa

Email: [nuramirasyifa26@gmail.com](mailto:nuramirasyifa26@gmail.com)

Tasyara Deana Ismail

Email: [deanatasyara@gmail.com](mailto:deanatasyara@gmail.com)

DOI : 10.36782/jemi.v3i2.2044

**ABSTRAK-** Perencanaan bisnis *Naturcase* ini dibuat guna menjelaskan: 1) Konsep bisnis *Naturcase*, 2) Produk *Naturcase*, 3) Strategi pasar agar produk yang dijual lebih dikenal masyarakat sehingga dapat meningkatkan penjualan. Beberapa alat analisis yang digunakan yaitu: Analisis SWOT, Analisis STP, dan Analisis Keuangan. Perencanaan bisnis dari *Naturcase* memproyeksikan *payback period* selama 1 tahun 6 bulan sehingga dapat disimpulkan bahwa perencanaan bisnis ini *profitabel* dan layak dijalankan.

**Kata kunci:** *Perencanaan Bisnis, Naturcase, Analisis SWOT, Analisis STP, Payback Period.*

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Ekonomi kreatif diunggulkan menjadi pilar bagi perekonomian masa depan. Ekonomi kreatif adalah pengembangan konsep berdasarkan modal kreativitas yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Amir, 2017:158). Kementerian Perdagangan Indonesia menyebutkan bahwa ekonomi kreatif merupakan suatu upaya pembangunan ekonomi secara berkelanjutan melalui kreativitas dengan iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan.

Dalam sejarah manusia terdapat empat pergeseran orientasi gelombang ekonomi, yaitu diawali dengan era ekonomi pertanian ke era ekonomi industri, kemudian diikuti dengan era ekonomi informasi yang penuh dengan penemuan-penemuan bidang teknologi informasi, hingga tiba di era ekonomi kreatif. (Purnomo, 2016:6). Kehadiran era ekonomi kreatif pada saat ini sejatinya dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang menyebabkan kompetisi pasar semakin besar.

Perekonomian di negara-negara maju sudah tak lagi mengandalkan sektor industrialisasi semata, melainkan lebih condong ke sumber daya manusia yang kreatif. Ini dikarenakan kreativitas bersumber dari ide, gagasan, ataupun imajinasi di pikiran manusia yang tak terbatas sehingga kreativitas itulah menjadi modal yang menjanjikan untuk bertahan di dalam persaingan pasar. Nilai ekonomi suatu produk barang atau jasa tidak lagi ditentukan oleh bahan baku, sistem produksi, atau harga saja, tetapi mengarah pada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui kemajuan teknologi.

Ekonomi kreatif (ekraf) di Indonesia pun diprediksi akan mengalami perkembangan yang pesat mengingat bangsa ini kaya akan keunikan budaya, kesenian, kerajinan, serta kuliner. Di samping itu Indonesia memiliki populasi anak muda yang tumbuh cepat di daerah urban yang diyakini sebagai faktor kekuatan dalam peningkatan pemasukan negara. Oleh karenanya kini masyarakat

Indonesia, khususnya generasi millennial (anak muda) dapat semakin bebas dan gamblang dalam menunjukkan ide kreatifnya melalui penciptaan sebuah karya yang memiliki daya jual tinggi. Sejalan dengan itu, industri-industri sektor ekraf pun kian melaju pesat. Indonesia patut berbangga atas kontribusi para pelaku ekonomi kreatif atas sumbangsih bisnis mereka terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional tahun 2019 yang mencapai angka Rp 1.105 triliun (dikutip dari berita republika.co.id "Kontribusi Ekonomi Kreatif pada PDB ditargetkan naik 7,4 Persen pada tanggal 11 Maret 2020).

Bersyukur atas kemajuan era ekonomi yang sekarang mengedepankan imajinasi, talenta, dan kreativitas manusia sehingga menginspirasi bisnis Naturcase di tanah air. Naturcase adalah usaha kreatif yang bergerak di bidang kerajinan (*handycraft*) dengan jenis usaha pembuatan *casing smartphone* dengan bunga kering (*pressed flowers*). Naturcase mempersembahkan 3 produk andalan yang tidak akan mengecewakan, antara lain Standard Naturcase, Premium Naturcase, dan *DIY (Do It Yourself)* Naturcase.

Target pasar utama dari bisnis Naturcase adalah para perempuan yang masih berada di usia produktif, karena Naturcase memiliki tujuan untuk menjadikan penampilan para perempuan beserta *smartphone*-nya terlihat jauh lebih menarik, *eye-catching*, unik, *girly*, serta estetik. Kerajinan Naturcase ini adalah cara kreatif dan *cost-efficient* untuk mendekorasi *smartphone* kesayangan konsumen dengan harga yang sangat terjangkau.

## II. KONSEP BISNIS

### I.1 Ringkasan Eksekutif

Naturcase merupakan bisnis yang bergerak di industri ekonomi kreatif yang mana ekonomi kreatif sendiri adalah sebuah konsep di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang utama. Kehadiran era ekonomi kreatif menginspirasi Naturcase, yang mana ide terciptanya bisnis ini beranjak dari beberapa mahasiswa yang memanfaatkan hasil alam yang ada di

sekeliling mereka dan menjadikannya sebagai produk yang fungsional, menarik, serta memiliki daya jual. Pemilihan nama usaha Naturcase berasal dari pemenggalan dua suku kata, yaitu *nature* (alam) serta *phone-case* (pelindung ponsel). Makna Naturcase itu sendiri berarti pelindung ponsel yang terbuat dari tanaman hasil alam berupa bunga-bunga indah.

Naturcase menawarkan dua jenis produk andalannya dengan beragam rangkaian bunga yang tertata rapi dan *eye-catching*. Pertama, Naturcase mempersembahkan produk "Standard Naturcase" dengan rangkaian bunga yang sederhana (*simple flowers arrangement*) namun tetap rapi dan menarik. Produk Standard Naturcase sangat cocok untuk wanita-wanita minimalis. Kedua, Naturcase mempersembahkan produk "Premium Naturcase" dengan model *full-arrangement flowers* (rangkaiannya bunga yang jauh lebih banyak dan penuh) dengan *phone case* berbahan *anticrack* yang memberikan kesan mewah pada *smartphone*. Tak hanya itu Naturcase juga menawarkan produk "DIY (Do It Yourself) Naturcase", yaitu *pressed flowers* (bunga kering yang dipipihkan) yang dikhususkan bagi pelanggan yang ingin berkreasi sendiri di rumah. Kelebihan yang dimiliki produk-produk Naturcase adalah bunga-bunga yang digunakan adalah bunga asli bukan tiruan dan bagian bunga yang diambil (kelopak, daun, batang) masih dalam kondisi yang baik. Jika ditanya soal harga, Naturcase memberikan harga terjangkau untuk kalangan mahasiswa, wanita karir hingga ibu rumah tangga.

Naturcase merupakan wajah baru untuk industri kreatif di Indonesia yang menjanjikan dikarenakan individu modern saat ini tidak dapat dipisahkan dengan *smartphone*. Terlebih, perempuan menyukai sesuatu yang indah. Naturcase hadir untuk menyempurnakan penampilan semua wanita di Indonesia. Digital marketing yang dilakukan Naturcase memudahkan konsumen untuk menemukan *phone case* unik sebagai pelengkap penampilan sehari-hari mereka.

#### Logo Naturcase



Sumber : Naturcase, 2020

### I.2 Gambaran Pasar

Kehadiran era ekraf di Indonesia dewasa ini menjadi titik terang bagi pertumbuhan dan pembangunan ekonomi negara untuk lebih baik ke depannya. Kini masyarakat

Indonesia, khususnya generasi millennial dapat semakin bebas dan gamblang dalam menunjukkan ide kreatifnya melalui penciptaan sebuah karya yang memiliki daya jual tinggi. Selain kreativitas dan inovasi dari para pelaku usaha, perkembangan teknologi sejatinya berpengaruh besar terhadap industri ekonomi kreatif yang terdiri dari 17 subsektor ini. Wujud nyata dari perkembangan teknologi yang hingga kini dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat adalah adanya *smartphone*. Ponsel pintar itu sudah menjadi salah satu kebutuhan yang cukup penting untuk kegiatan sehari-hari. Ada *smartphone*, pasti ada aksesorisnya juga. Macam-macam aksesoris *smartphone* ialah *casing*, *earphone*, *headset*, tripod, lensa *fish eye*, *powerbank*, *style ring*, dan *waterproof case*.

*Casing* atau pelindung ponsel seperti kita ketahui bersama berfungsi untuk melindungi ponsel dari benturan, goresan dan percikan air, membuat genggamannya *smartphone* terasa lebih nyaman dan aman, serta menjaga warna asli *smartphone* agar tidak cepat kusam. Namun siapa sangka bahwa *casing smartphone* memiliki satu manfaat yang tak kalah menarik, yaitu membuat seseorang tampak lebih percaya diri. Mengapa demikian? Karena *casing HP* yang berdesain unik, menarik, kece, serta berbeda dari yang lain tidak membuat seseorang malu ketika mengeluarkan *gadget*-nya dari saku atau tas mereka, terlebih jika *smartphone* yang dimiliki adalah jenis keluaran baru. Tak diayal lagi kaum perempuan mudah tertarik dengan barang-barang yang lucu, indah, estetik, dan punya nilai seni sehingga Naturcase optimis bahwa bisnisnya akan berkembang dengan estimasi proyeksi permintaan konsumen dalam beberapa periode mendatang adalah naik 10% per tahun sesuai kenaikan jumlah penduduk, yaitu bertambahnya jumlah penduduk wanita berusia produktif dan berpenghasilan tetap.

### 2.3 Target Pasar

Target pasar yang dituju oleh Naturcase sudah spesifik, yaitu kaum perempuan berkarakter *mobile* yang masih produktif mulai dari usia 15-50 tahun yang terdiri dari kalangan pelajar, mahasiswa, wanita karir, hingga ibu rumah tangga. Faktor yang mendasari Naturcase menargetkan kaum perempuan berusia produktif (15-50 tahun) adalah karena umumnya wanita yang masih berusia 15-50 tahun gemar memiliki barang yang dapat membuat penampilan mereka terlihat jauh lebih menarik – salah satu contohnya adalah *casing HP* yang estetik.

### 2.4 Produk-Produk Naturcase

Naturcase menawarkan tiga jenis produk andalannya dengan beragam rangkaian bunga yang tertata rapi dan *eye-catching* yang dijabarkan sebagai berikut.

- a. Standard Naturcase, yaitu produk *casing handphome* dengan rangkaian bunga yang sederhana (*simple flowers arrangement*) namun

tetap rapi dan menarik. Produk Standard Naturcase sangat cocok untuk wanita-wanita minimalis.

- b. Premium Naturcase, yaitu produk *casing handphome* dengan model *full-arrangement flowers* (rangkaiannya yang jauh lebih banyak dan penuh) dengan *phone case* berbahan *anticrack* yang memberikan kesan mewah pada *smartphone*.
- c. DIY (Do It Yourself) Naturcase, yaitu satu paket 300 gram *pressed flowers* (bunga kering yang dipipihkan) bagi pelanggan yang ingin berkreasi sendiri di rumah. Varian *pressed flowers* yang disediakan Naturcase, seperti Baby Breath, Lagurus, Caspea, Sunflower, Rose, Lavender, White Jasmine, Yellow Jasmine, Eucalyptus Parvii, Pampas Grass, Brizian Hill, Dried Tall Grass, Setaria, Agapanthus, Alamanda, Alyssum, Ammi, Anyelir, Bunga Pukul Empat, Cleome, dan masih banyak lagi. Naturcase pun memperbolehkan pelanggan untuk memesan jenis bunga tertentu.

Produk-produk kami di atas tersedia dalam dua pilihan, yaitu:

- a. *Pre-Order* (PO)

Metode PO dikhususkan bagi permintaan *custom* pelanggan yang mana pelanggan Naturcase dapat *request* jenis bunga tertentu sesuai selera mereka. Waktu tunggu untuk ketiga produk Naturcase tertuang dalam tabel di bawah ini.

Jenis Produk	Deskripsi	Harga (Rp)	Pre-Order
Standard Naturcase	Simple flower arrangement	70.000 – 95.000	4 Hari
Premium Naturcase	Premium flower arrangement	100.000 – 150.000	7 Hari
DIY Naturcase	<i>Pressed flowers</i> (Berat 300g)	60.000 – 80.000	4 Hari

- b. *Ready Stock*

Produk *ready stock* Naturcase tersedia di *e-catalog* pada website resmi Naturcase [www.ournaturcase.com](http://www.ournaturcase.com) maupun jejaring sosial Naturcase (Instagram, Youtube, Pinterest, Facebook, dan Twitter) serta *market place e-commerce* Naturcase di Shopee, Tokopedia, JD.ID, dan BliBli. Berikut rincian produk *ready stock* Naturcase.

Jenis Produk	Deskripsi	Harga (Rp)
Standard Naturcase	Simple flower arrangement	85.000 – 110.000
Premium Naturcase	Premium flower arrangement	115.000 – 165.000
DIY Naturcase	<i>Pressed flowers</i> (Berat 300g)	75.000 – 95.000

## 2.5 Pemanfaatan IT dalam Bisnis

Naturcase dalam pemanfaatan teknologi informasi semakin genjar untuk memberikan percepatan dan ketepatan dalam pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Oleh karena itu Naturcase melakukan strategi promosi menggunakan berbagai macam media promosi yang tersedia. Di era modern seperti sekarang, perusahaan akan memanfaatkan platform di dunia maya semaksimal mungkin. Berikut adalah berbagai cara yang dilakukan Naturcase dalam melakukan strategi promosi dalam pemanfaatan informasi teknologi :

- a. Menggunakan *official website*.
- b. Jejaring sosial: Instagram, Facebook, Twitter, Pinterest, Youtube.
- c. *Marketplace e-commerce*: Shopee, Tokopedia, BliBli, JD.ID.
- d. Mempromosikan di Google Ads.
- e. Mengikuti pameran/bazaar

## III. METODE ANALISIS

### 3.1 Analisis SWOT

Secara umum, analisis SWOT dapat dibagi ke dalam dua kategori, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal tersebut meliputi *Strength* (Kekuatan) dan *Weakness* (Kelemahan), sedangkan faktor eksternal meliputi *Opportunities* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman).

#### **Strength**

Industri kreatif Naturcase memiliki beberapa kekuatan, yaitu:

- a. Bunga kering (*pressed flowers*) yang digunakan berasal dari bunga asli dan Naturcase memastikan hanya bunga yang masih bagus keadaannya yang dipilih.
- b. Naturcase memberikan harga yang terjangkau untuk kalangan pelajar/mahasiswa, ibu rumah tangga, bahkan wanita karir.
- c. Naturcase menciptakan produk *handmade casing* HP dengan model-model terbaik, kreatif, unik, *eye-catching*, *girly*, modern, serta estetik sehingga penampilan pelanggan kami menjadi jauh lebih menarik.
- d. Jangka waktu untuk *Pre Order* (PO) yang ditawarkan Naturcase tidak lama.
- e. Produk-produk Naturcase selalu dikemas dengan rapi dan bersih hingga ke tangan pelanggan.

- f. Naturcase memiliki jenis bunga yang bermacam-macam.
- g. Digital marketing yang dilakukan Naturcase bertujuan untuk memudahkan pelanggan memesan produk-produk terbaik Naturcase (hanya dengan *browsing* website resmi Naturcase, akun resmi Naturcase di media sosial, serta *market place e-commerce* Naturcase).

#### **Weakness**

Naturcase pun tidak memungkirkan kelemahan yang dimilikinya, yaitu:

- a. Naturcase perlu menambah personil karyawan di bagian produksi dan pengemasan serta bagian keuangan, akuntansi, dan pajak.
- b. Naturcase perlu memiliki ruang galeri tersendiri yang menampilkan model/desain dari rangkaian *pressed flowers*
- c. Naturcase perlu berinovasi menciptakan produk *handmade* yang tetap berbahan dasar *pressed flowers*.

#### **Opportunities**

Peluang yang dimiliki Naturcase, yaitu:

- a. Era ekonomi kreatif di Indonesia dengan 17 subsektor semakin berkembang pesat.
- b. Pemerintah Indonesia sangat mendukung pertumbuhan industri-industri kreatif lokal yang berdaya saing guna meningkatkan pemasukan negara.
- c. Digital marketing yang dilakukan Naturcase diharapkan dapat menjangkau hingga ke konsumen luar negeri.

Naturcase menjadi bisnis ekraf di sektor kerajinan pertama di Indonesia yang menciptakan produk *casing* HP berbahan dasar *pressed flowers*.

#### **Threats**

Ancaman yang harus dihadapi Naturcase, yaitu:

- a. Naturcase harus bersaing dengan usaha bisnis *casing* HP yang sangat banyak.
- b. Pelanggan merasa jenuh dengan produk-produk Naturcase.
- c. Kemungkinan regulasi baru yang dikeluarkan pemerintah terkait pembatasan atau bahkan pelarangan dalam penggunaan jenis bunga tertentu.

### 3.2 Analisis STP

Tiga aktivitas dalam target pemasaran meliputi segmentasi pasar (*segmenting*), merencanakan/menargetkan pasar (*targeting*), dan menempatkan pasar (*positioning*).

#### **Segmenting**

- a. Segmentasi berdasarkan geografi, yaitu Naturcase membuka bisnisnya di daerah Rasunan Said dikarenakan daerah tersebut merupakan target operasi usaha yang tepat untuk menjangkau pelajar dan mahasiswa, wanita karir, dan ibu rumah tangga.

- b. Segmentasi berdasarkan demografi, yaitu Naturcase membagi segmentasi pasarnya ke dalam kelompok masyarakat wanita berusia produktif mulai dari 18 hingga 50 tahun yang tentunya memiliki latar belakang pendidikan.

### Targeting

Target pasar dari bisnis Naturcase adalah kaum perempuan berkarakter *mobile* yang masih produktif mulai dari usia 15-50 tahun yang terdiri dari kalangan pelajar, mahasiswa, wanita karir, hingga ibu rumah tangga.

### Positioning

Posisi pasar dari bisnis Naturcase ditinjau dari:

- Target pasar, yaitu perempuan berkarakter *mobile* yang masih produktif mulai dari usia 15-50 tahun yang terdiri dari kalangan pelajar, mahasiswa, wanita karir, hingga ibu rumah tangga.
- Frame of reference*, yaitu Naturcase menjadi alternatif baru dalam mendekorasi dan mengkreasikan *casing smartphone* konsumen.
- Points of difference*, yaitu Naturcase menggunakan *pressed flowers* dari berbagai jenis bunga asli bukan tiruan.
- Points of parity*, yaitu produk *casing HP* yang ditawarkan Naturcase bukan hanya *eye-catching*, melainkan harganya terjangkau untuk kalangan perempuan muda maupun tua.
- Reason to believe*, yaitu Naturcase sebagai pelaku usaha industri kreatif bidang kerajinan tangan (*handycraft*) akan terus mengedepankan kreativitas dan inovasi dalam mendesain rangkaian bunga yang estetik sehingga pelanggan selalu tampil percaya diri dengan *smartphone* kesayangannya.

## 3.3 Analisis Keuangan Permodalan

Kebutuhan dana dan pembiayaannya didapat dari modal awal usaha Naturcase sebesar Rp 120.000.000. Kebutuhan dana disini dimanfaatkan untuk pemasaran phonecase Naturecase. Selain itu, kebutuhan dana yang dibiayai dari ekuitas ini hanya di tahun pertama saja, sedangkan kewajiban lancar akan berulang setiap tahunnya sesuai kebutuhan usaha.

Tabel 3.1 Kebutuhan Dana

Kebutuhan Dana			
Aktiva Tetap	Satuan	Harga	Jumlah
Setrika	1 unit	Rp 300,000	Rp 300,000
Laptop	2 unit	Rp 3,300,000	Rp 6,600,000
Printer	1 unit	Rp 1,500,000	Rp 1,500,000
Handphone	3 unit	Rp 1,800,000	Rp 5,400,000
Motor	2 unit	Rp 10,000,000	Rp 20,000,000
<b>Total</b>			<b>Rp 33,800,000</b>
Kewajiban Lancar Per Tahun			
Uang Makan	3 orang	Rp 15,000	Rp 10,800,000
Upah	3 orang	Rp 5,000	Rp 54,000,000
Listrik dan Air	12 bulan	Rp 300,000	Rp 3,600,000
Sewa Gedung	12 bulan	Rp 500,000	Rp 6,000,000
Biaya Iklan	12 bulan	Rp 400,000	Rp 4,800,000
Internet (wifi)	12 bulan	Rp 300,000	Rp 3,600,000
Pulsa	12 bulan	Rp 200,000	Rp 2,400,000
Lain-lain		Rp 1,000,000	Rp 1,000,000
<b>Total</b>			<b>Rp 86,200,000</b>
<b>Total Pembiayaan Awal</b>			<b>Rp 120,000,000</b>

Sedangkan untuk perhitungan depresiasinya adalah sebagai berikut.

Depresiasi Alat			
Keterangan	Unit	Umur Ekonomis	Depresiasi
Setrika	1	24 bulan	Rp 12,500
Printer	1	12 bulan	Rp 125,000
Laptop	2	48 bulan	Rp 137,500
Handphone	3	36 bulan	Rp 150,000
Motor	2	60 bulan	Rp 333,333
<b>Total Depresiasi Per Bulan</b>			<b>Rp 758,333</b>
<b>Total Depresiasi Per Tahun</b>			<b>Rp 9,100,000</b>

### Biaya

Berbagai biaya ataupun pengeluaran untuk memproduksi *phone case* "Naturcase" yaitu biaya operasional yang bersifat tetap, biaya produksi yang bersifat *variable*, dan biaya tenaga kerja yang bersifat *variable*.

Tabel 3.2 Biaya Produksi Standard Naturcase

Biaya Produksi Standard Naturcase		
Keterangan	Satuan	Jumlah
Case Polos	5pcs	Rp 100,000
Standard Pressed Flowers	5pcs	Rp 150,000
Set Cairan Resin dan Katalis	100ml	Rp 20,000
Lem	25ml	Rp 5,000
Aseton	250ml	Rp 15,000
Glitter	75g	Rp 5,000
Plastic Ziplock	5pcs	Rp 2,000
<b>Total</b>	5pcs	<b>Rp 297,000</b>
<b>Biaya Produksi 1 Unit</b>		<b>Rp 59,400</b>
<b>HPP</b>		<b>Rp 72,400</b>
<b>Biaya Produksi 1200 Unit</b>		<b>Rp 71,280,000</b>

Tabel 3.3 Biaya Produksi Premium Naturcase

Biaya Produksi Premium Naturcase			
Keterangan	Satuan	Jumlah	
Case Polos Anticrack	5pcs	Rp	150,000
Premium Pressed Flowers	5pcs	Rp	200,000
Set Cairan Resin dan Katalis	100ml	Rp	20,000
Lem	25ml	Rp	5,000
Aseton	250ml	Rp	15,000
Glitter	75g	Rp	5,000
Paper Box	5pcs	Rp	12,000
<b>Total</b>	5pcs	<b>Rp</b>	<b>407,000</b>
<b>Biaya Produksi 1 Unit</b>		<b>Rp</b>	<b>81,400</b>
<b>HPP</b>		<b>Rp</b>	<b>94,400</b>
<b>Biaya Produksi 1200 Unit</b>		<b>Rp</b>	<b>97,680,000</b>

Tabel 3.4 Biaya Produksi DIY Naturcase

Biaya Produksi DIY Naturcase			
Keterangan	Satuan	Jumlah	
Pressed Flowers	5pcs	Rp	250,000
Kertas Karton Polos	5pcs	Rp	5,000
OPP Seal Plastic	5pcs	Rp	1,000
<b>Total</b>	5pcs	<b>Rp</b>	<b>256,000</b>
<b>Biaya Produksi 1 Unit</b>		<b>Rp</b>	<b>51,200</b>
<b>HPP</b>		<b>Rp</b>	<b>64,200</b>
<b>Biaya Produksi 1200 Unit</b>		<b>Rp</b>	<b>61,440,000</b>

Selain itu, proyeksi total produksi dalam 1 tahun dapat dilihat pada tabel berikut.

Proyeksi Produksi Unit dalam 1 Tahun	
Keterangan	Unit
Sehari	15
Sebulan	300
<b>Setahun</b>	<b>3600</b>
<b>Total Biaya Produksi 3600 Unit</b>	<b>Rp 230,400,000</b>

Untuk menghasilkan satu buah Standard Naturcase dibutuhkan biaya produksi Rp 59.400, satu buah Premium Naturcase dibutuhkan biaya produksi Rp 81.400, dan satu buah DIY Naturcase dibutuhkan biaya produksi sebesar Rp. 51.200. Total untuk menghasilkan 1.200 unit dari masing-masing 3 produk Naturcase adalah Rp 230.400.000.

TABEL 3.5 BIAYA OPERASIONAL

Biaya Operasional				
Keterangan	Satuan	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)	
Peralatan				
Gunting	5pcs	Rp 15,000	Rp	75,000
Cutter	5pcs	Rp 10,000	Rp	50,000
Pinset	5pcs	Rp 5,000	Rp	25,000
Buku Tebal	2pcs	Rp 50,000	Rp	100,000
Tusuk Gigi		Rp 20,000	Rp	20,000
Stik Kayu		Rp 20,000	Rp	20,000
Sewa Gedung	12 bulan	Rp 500,000	Rp	6,000,000
Uang Makan	12 bulan	Rp 900,000	Rp	10,800,000
BBM Kendaraan	12 bulan	Rp 150,000	Rp	1,800,000
Internet (wifi)	12 bulan	Rp 300,000	Rp	3,600,000
Pulsa	12 bulan	Rp 200,000	Rp	2,400,000
Listrik dan Air	12 bulan	Rp 300,000	Rp	3,600,000
<b>Total</b>			<b>Rp</b>	<b>28,490,000</b>
<b>Biaya Operasional tiap 1 unit Naturcase</b>			<b>Rp</b>	<b>7,914</b>

Mark up yang ditetapkan per unit untuk produk Ready Stock adalah 45%, sedangkan untuk produk Pre-Order adalah 35%. Sehingga harga jual tahun pertama untuk Standard Naturcase (Ready Stock) adalah Rp 106.000 sedangkan untuk Standard Naturcase (Pre-Order) adalah Rp 99.000. Harga jual tahun pertama untuk Premium Naturcase (Ready Stock) adalah Rp 138.000 sedangkan untuk Premium Naturcase (Pre-Order) adalah Rp 129.000. Lalu, harga jual tahun pertama DIY Naturcase (Ready Stock) adalah Rp 95.000 sedangkan untuk DIY Naturcase (Pre-Order) adalah Rp 88.000,

### Proyeksi Laba/Rugi

Proyeksi laba/rugi di tabel 3.6, tabel 3.7, dan tabel 3.8 merupakan proyeksi dari penjualan total 3.600 unit produk phone case “Naturcase” tahun 1, sedangkan tabel 3.9 merupakan proyeksi penjualan tahun 1 – 3 dengan rincian:

- Tahun 1 menjual 3.060 unit Ready Stock, dan 540 unit Pre-Order
- Tahun 1 menjual 3.060 unit Ready Stock, dan 540 unit Pre-Order
- Tahun 1 menjual 3.060 unit Ready Stock, dan 540 unit Pre-Order

Dengan tingkat kenaikan 10% untuk harga pokok penjualan (HPP) nya dan pajak yang digunakan adalah 1% sesuai dengan paket kebijakan ekonomi ke-13 bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang memiliki omzet di bawah Rp 4.800.000.000.

**Tabel 3.6 Laporan Laba/Rugi Tahun 1**

Naturcase Tahun 1			
Kapasitas Produksi 3600 unit			
Perkiraan Penjualan Ready Stock 3060 unit dan Pre-Order 540 unit			
<b>Pendapatan Ready Stock</b>			<b>Rp 345,780,000</b>
Standard	1020 unit x 106.000	Rp	108,120,000
Premium	1020 unit x 138.000	Rp	140,760,000
DIY	1020 unit x 95.000	Rp	96,900,000
<b>Pendapatan Pre-Order</b>			<b>Rp 56,880,000</b>
Standard	180 unit x 99.000	Rp	17,820,000
Premium	180 unit x 129.000	Rp	23,220,000
DIY	180 unit x 88.000	Rp	15,840,000
<b>HPP</b>			<b>Rp 279,600,000</b>
Standard	1200 unit x 73.000	Rp	87,600,000
Premium	1200 unit x 95.000	Rp	114,000,000
DIY	1200 unit x 65.000	Rp	78,000,000
<b>Lab Kotor</b>			<b>Rp 123,060,000</b>
Biaya Iklan			Rp 4,800,000
Depresiasi			Rp 9,100,000
<b>Lab Sebelum Pajak</b>			<b>Rp 109,160,000</b>
Pajak Penghasilan Badan Usaha (1%)			Rp 4,026,600
<b>Lab Setelah Pajak</b>			<b>Rp 105,133,400</b>

**Tabel 3.7 Laporan Laba/Rugi Tahun 2**

Naturcase Tahun 2			
Kapasitas Produksi 3600 unit			
Perkiraan Penjualan Ready Stock 3060 unit dan Pre-Order 540 unit			
<b>Pendapatan Ready Stock</b>			<b>Rp 383,520,000</b>
Standard	1020 unit x 118.000	Rp	120,360,000
Premium	1020 unit x 153.000	Rp	156,060,000
DIY	1020 unit x 105.000	Rp	107,100,000
<b>Pendapatan Pre-Order</b>			<b>Rp 63,000,000</b>
Standard	180 unit x 110.000	Rp	19,800,000
Premium	180 unit x 142.000	Rp	25,560,000
DIY	180 unit x 98.000	Rp	17,640,000
<b>HPP</b>			<b>Rp 309,600,000</b>
Standard	1200 unit x 81.000	Rp	97,200,000
Premium	1200 unit x 105.000	Rp	126,000,000
DIY	1200 unit x 72.000	Rp	86,400,000
<b>Lab Kotor</b>			<b>Rp 136,920,000</b>
Biaya Iklan			Rp 5,280,000
Depresiasi			Rp 9,100,000
<b>Lab Sebelum Pajak</b>			<b>Rp 122,540,000</b>
Pajak Penghasilan Badan Usaha (1%)			Rp 4,465,200
<b>Lab Setelah Pajak</b>			<b>Rp 118,074,800</b>

**Tabel 3.8 Laporan Laba/Rugi Tahun 3**

Naturcase Tahun 3			
Kapasitas Produksi 4000 unit			
Perkiraan Penjualan Ready Stock 3060 unit dan Pre-Order 540 unit			
<b>Pendapatan Ready Stock</b>			<b>Rp 424,320,000</b>
Standard	1020 unit x 131.000	Rp	133,620,000
Premium	1020 unit x 169.000	Rp	172,380,000
DIY	1020 unit x 116.000	Rp	118,320,000
<b>Pendapatan Pre-Order</b>			<b>Rp 69,660,000</b>
Standard	180 unit x 122.000	Rp	21,960,000
Premium	180 unit x 157.000	Rp	28,260,000
DIY	180 unit x 108.000	Rp	19,440,000
<b>HPP</b>			<b>Rp 343,200,000</b>
Standard	1200 unit x 90.000	Rp	108,000,000
Premium	1200 unit x 116.000	Rp	139,200,000
DIY	1200 unit x 80.000	Rp	96,000,000
<b>Lab Kotor</b>			<b>Rp 150,780,000</b>
Biaya Iklan			Rp 5,808,000
Depresiasi			Rp 9,100,000
<b>Lab Sebelum Pajak</b>			<b>Rp 135,872,000</b>
Pajak Penghasilan Badan Usaha (1%)			Rp 4,939,800
<b>Lab Setelah Pajak</b>			<b>Rp 130,932,200</b>

**Tabel 3.9 Laporan Laba/Rugi Tahun 1-3**

Keterangan	Naturcase		
	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3
<b>Total Pendapatan</b>	<b>Rp 402,660,000</b>	<b>Rp 446,520,000</b>	<b>Rp 493,980,000</b>
HPP	(279,600,000)	(309,600,000)	(343,200,000)
<b>Lab Kotor</b>	<b>Rp 123,060,000</b>	<b>Rp 136,920,000</b>	<b>Rp 150,780,000</b>
Biaya Iklan	(4,800,000)	(5,280,000)	(5,808,000)
Depresiasi	(9,100,000)	(9,100,000)	(9,100,000)
<b>Lab Sebelum Pajak</b>	<b>Rp 109,160,000</b>	<b>Rp 122,540,000</b>	<b>Rp 135,872,000</b>
Pajak Penghasilan (1%)	(4,026,600)	(4,465,200)	(4,939,800)
<b>Lab Setelah Pajak</b>	<b>Rp 105,133,400</b>	<b>Rp 118,074,800</b>	<b>Rp 130,932,200</b>

**Internal Rate of Return (IRR)**

**Tabel 3.10 NPV Positif**

Tahun	NCF	56%	
0	(120,000,000)		1 (120,000,000)
1	65,333,400	0.641025641	41,880,385
2	112,074,800	0.410913872	46,053,090
3	124,932,200	0.263406328	32,907,932
			<b>120,841,407</b>
<b>Selisih</b>			<b>841,407</b>

**Tabel 3.11 NPV Negatif**

Tahun	NCF	57%	
0	(120,000,000)		1 (120,000,000)
1	65,333,400	0.636942675	41,613,631
2	112,074,800	0.405695971	45,468,295
3	124,932,200	0.258405077	32,283,115
			<b>119,365,040</b>
<b>Selisih</b>			<b>(634,960)</b>

Untuk IRR nya diantara 56% - 57%. Untuk mendapatkan IRR maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$IRR = P1 - C1 \times \frac{P2 - P1}{C2 - C1}$$

$$IRR = 56\% + (841.407 \times (56\% - 57\% / 841.407 - 634.960)) = 56.57\%$$

P1= Discount rate yang menghasilkan NPV Positif  
P2= Discount rate yang menghasilkan NPV Negatif  
C1= NPV Positif  
C2 = NPV Negatif

Kesimpulannya layak karena IRR > dari yang disyaratkan.

**Payback Period**

**Tabel 3.12 Payback Period (PP)**

Tahun	NCF	
0	(120,000,000)	(120,000,000)
1	65,333,400	(54,666,600)
2	112,074,800	57,408,200
3	124,932,200	182,340,400

Jangka waktu yang disyaratkan : 3 tahun.

Payback Period : 1.5 tahun atau 1 tahun 6 bulan.

Kesimpulan adalah layak karena PP < dari yang disyaratkan.

## II. SIMPULAN

Metode analisis STP dan SWOT membantu Naturcase untuk membangun *brand image* yang sesuai dengan visi perusahaan, yaitu “Naturcase membuat kamu dan *smartphone*-mu terlihat lebih menarik”, melakukan strategi promosi melalui *official* website dan berbagai *marketplace e-commerce* guna memenuhi kebutuhan konsumen yang berkembang sangat cepat, serta mengembangkan produk, pemasaran, pengiriman, dan pelayanan. Di samping itu *payback period* dari usaha kreatif Naturcase cukup singkat, yaitu selama 1 tahun 6 bulan yang berarti perencanaan bisnis ini layak untuk dijalankan.

## DAFTAR PUSTAKA

Amir, Muhammad. (2017). Kebijakan Ekonomi Kreatif Berbasis Industri Kerajinan Unggulan dalam Upaya Mengangkat Kearifan Lokal Kabupaten Tuban. *Jurnal Cakrawala*. Vol. 11., No. 2 Desember 2017., p. 157-169.

Chadwick-fionna ellis, chafey davis (2015) *Digital Marketing*. Pearson education limited, 729(6)

Egadhana, Ezra, dkk. (2019). Rencana Bisnis Pengembangan Usaha Aplikasi “O-Bridge” Aplikasi Penyedia Vendor Jasa. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*. Vol. 2, No. 2, p. 115-123.

Ilmiani, Amalia, dkk. (2018). Pemetaan Ekonomi Kreatif Sektor Kerajinan (*Craft*) dan Potensi Craft Batik di Kabupaten Pekalongan. *Jurnal PENA*. Vol. 32., No. 2 Edisi September 2018., p. 24-32.

Minniti, M., & Bygrave, W. (2001). *A Dynamic Model of Entrepreneurial Learning, Entrepreneurship Theory and Practice*.  
<https://doi.org/10.1177/104225870102500301>.

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. *Ekonomi Kreatif Pilar Perekonomian Masa Depan*. 4 Agustus 2015.  
<https://kominfo.go.id/content/detail/5277/ekonomi-kreatif-adalah-pilar-masa-depan/0/berita> (diakses 12/04/2020).

Meningkat, *Astragraphia Berikan Dukungan Edukasi*. 17 Mei 2019.  
<https://peluangusaha.kontan.co.id/news/kontribusi-ekonomi-kreatif-ke-pdb-meningkat-astragraphia-berikan-dukungan-edukasi> (diakses 12/04/2020).

Kontan. *Sampai Akhir 2019, Sumbangan Ekonomi Kreatif ke PDB Capai Rp 1.200 Triliun*. 27 September 2019.  
<https://industri.kontan.co.id/news/sampai-akhir-2019-sumbangan-ekonomi-kreatif-ke-pdb-capai-rp-1200-triliun> (diakses 12/04/2020).

Purnomo, Rochmat Aldy. (2016). *Ekonomi Kreatif : Pilar Pembangunan Indonesia*. Surakarta: Ziya Visi Media.

Purwantono, Imam & Suwandi. (2019). Rencana Bisnis Kuliner Bebek Blengong di Jakarta. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*. Vol. 2, No. 2, p. 109-114.

Putri, Ajeng Denia & Suwandi. (2019). Rencana Pengembangan Bisnis Ekspedisi (Studi pada Herona Express). *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*. Vol. 2, No. 1, p. 69-76.

Republika. *Kontribusi Ekonomi Kreatif ke PDB Ditarget Naik 7,4 Persen*. 11 Maret 2020.  
<https://republika.co.id/berita/q70yhe383/kontribusi-ekonomi-kreatif-ke-pdb-ditarget-naik-74-persen> (diakses 12/04/2020).

Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta, Salemba Empat.

Sugiarto, Eddy Cahyono. (2018). *Ekonomi Kreatif Masa Depan Indonesia*.  
[https://www.setneg.go.id/baca/index/ekonomi\\_kreatif\\_masa\\_depan\\_indonesia](https://www.setneg.go.id/baca/index/ekonomi_kreatif_masa_depan_indonesia) (diakses 12/04/2020).

Suwandi (2019). Karakteristik Wirausaha Mapan dan Potensial Ekspor (Studi Pada Wirausaha Mapan Di Kota Pekalongan). *Journal Of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*. Volume 2, No.02 (2019). Halaman 105-108.

Kontan. *Kontribusi Ekonomi Kreatif ke PDB*