**RENCANA BISNIS AKSESORIS VESPA KLASIK**

(TECHNOPRENEURSHIP & DIGITAL CONTENT A)

Supangat,M.Kom.,ITIL.,COBIT



Oleh

**(SETYAWAN MAULANA H.C)**

 **(1151800130)**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2021**

1. **Ringkasan**

Dunia otomotif Vespa di Indonesia terbilang semakin ramai saat ini terutama Vespa klasik, hal itu dilihat dari meningkatnya pasar Vespa klasik 2 tahun terakhir ini. Meningkatnya penggemar Vespa di Indonesia ini juga mempengaruhi peminatan terhadap penunjang Vespa itu sendiri,salah satunya aksesoris Vespa. Kebanyakan aksesoris yang bagus dan dipandang berkelas itu merek-merek ternama dari luar negeri. Namun kendala ada pada harga untuk aksesoris-aksesoris tersebut,pasalnya selain memang bermerek ternama,beberapa produk itu juga sudah tidak diproduksi lagi karena pabrik dan pemegang merek sudah tutup, belum lagi kendala minat yang banyak terhadap aksesoris itu namun jumlah kesediaan terbatas ditambah import dari luar negeri membuat harga semakin mahal.

Untuk produk aksesoris dalam negeri ,biasanya aksesoris itu kebanyakan hanyalah replika dari merek-merek ternama atau biasa dikalangan penggemar Vespa biasa dibilang produk “repro”, dan untuk kualitas produknya sangat jauh dengan produk aslinya. Sudah ada memang beberapa merek dalam negeri yang sudah membuat merek sendiri dan desain sendiri,tentunya juga kualitas yang mampu bersaing dengan produk yang sudah ternama. Namun tidak banyak merek dalam negeri yang memiliki merek dan produk sendiri, terutama di dalam produk aksesoris.

Melihat hal itu saya mempunyai ide untuk membuat sebuah produk aksesoris Vespa klasik dengan merek dan desain sendiri. Aksesoris yang akan di produksi adalah aksesoris Vespa klasik terutama di tahun 60an-2000an, namun kedepannya akan tersedia juga aksesoris peruntukan tahun 50an. Aksesoris yang akan diproduksi antara lain rak belakang,rak belakang,dan beberapa aksesoris seperti penutup karburator dan tempat ban cadangan. Alasan mengapa memilih aksesoris tersebut karena aksesoris tersebut paling banyak digunakan dan dicari para penggemar Vespa.

1. **Deskripsi perusahaan**

Perusahaan bernama Choliscooter yang awalnya bergerak di bidang jasa perbaikan dan restorasi Vespa klasik lalu akan berekspansi memproduksi aksesoris Vespa klasik. Choliscooter mempunyai visi kedepan yaitu agar semua orang bisa menikmati Vespa bersama dan bersama menikmati Vespa. Visi itu bukan tanpa dasar,karena melihat walaupun semakin ramainya peminat Vespa yang membuat harganya makin mahal juga makin banyak sekat atau jarak kasta antara Vespa biasa dan Vespa berkelas. Ditarik dari budaya Vespa yang identik erat dengan jargon persaudaraannya Choliscooter ingin menghilangkan jarak-jarak itu. Misi dari Choliscooter adalah kenyamanan,keamanan, dan ketenangan dalam semua Vespa. Misi itu terbentuk dari awal terbentuknya Choliscooter di bidang jasa perbaikan dan restorasi yang mengutamakan 3 kunci dalam bervespa itu yaitu kenyamanan,keamanan, dan ketenangan. Karena di dalam Choliscooter tidak terpatok akan orisinil atau barang mahal produk after market,karena percuma kalau terpatok akan dua unsur itu kalau 3 unsur bervespa itu tidak ditemukan dalam berkendara Vespa.

Choliscooter sendiri didirikan oleh Cak Cholis yang merupakan pemilik bengkel dan kebetulan merupakan orang tua saya. Bengkel Choliscooter ini sudah berdiri sejak 2005 yang beralamatkan di Jl.Pulo Wonokromo 272c Surabaya. Pada dasar Vespa yang sudah cukup lama maka kami akan berekspansi dalam pembuatan aksesoris Vespa.

1. **Barang/Jasa yang diproduksi**

Barang/jasa yang akan diproduksi adalah aksesoris vespa yang meliputi aksesoris tambahan pada bodi Vespa. Adapun aksesoris tersebut meliputi sebagai berikut.

* Rear Rack (Keranjang Belakang)
* Front Rack (Keranjang Depan)
* Holder Spare Tire (Pengikat ban cadangan di tengah bodi Vespa)
* Air Scoop Carb (Penutup karburator yang sudah terpasang juga lubang untuk tambahan udara dalam karburator)

Adapun kami memilih membuat produk tersebut karena selain produk tersebut paling banyak dicari dan dibutuhkan para penggemar Vespa, namun juga aksesoris tersebut menunjang Vespa dalam segi tampilan dan juga dalam segi performa dan fungsi.

1. **Analisis Aspek Pasar**

Dalam pengembangan bisnis aksesoris Vespa klasik ini terbilang masih jarang apalagi dengan produk dan merek sendiri, mungkin bisa dihitung dengan jari di Indonesia ini. Karena produk dan merek ini jarang dan melihat semakin banyaknya penggemar Vespa, menggambarkan banyak peluang yang bagus untuk bisnis ini. Produk-produk kompetitor aksesoris lokal walaupun tidak banyak namun masih banyak yang kurang memperhatikan dari sisi branding/merek dan beberapa juga dari segi kualitas. Kesempatan yang bisa diambil dari kedua sisi itu memperbanyak peluang kita dalam pasar aksesoris ini.

Pemasaran produk aksesoris ini kita akan pasarkan secara online di media sosial juga offline dari bengkel ke bengkel dan juga para penjual/seller aksesoris sekitar yang kita ketahui. Juga kita akan mempromosikan melalui para influencer sosial media yang lagi banyak diikuti para penggemar Vespa klasik.

1. **Analisis Aspek Teknik**

Untuk lokasi penjualan kita yang utama adalah bengkel Vespa Choliscooter sendiri,namun untuk segi produksi akan berbeda-beda tergantung akan kebutuhan pemilihan vendor produksi. Desain dari produk itu sendiri akan kami lokasikan di bengkel Choliscooter,lalu untuk membuat produk yang meliputi pengelasan dan atur penempatan pada kendaraan akan kami buat di vendor pengelasan. Lalu untuk proses finishing yang mana terdiri dari 2 finishing yaitu pengecatan untuk finishing coating atau cat dalam suhu tertentu dan membuat cat lebih menempel ke besi dan finishing chrome. Itu kita lakukan di 2 vendor berbeda. Skala produksi akan kita coba tidak terlalu banyak karena ada beberapa artikel yang akan dibuat dengan model dan fungsi yang berbeda-beda. Jika keinginan pasar bagus nanti akan kami produksi lebih banyak tentunya.

Produk yang akan kami produksi terpilih dari bahan stainless steel yang tidak mudah berkarat dan tebal. Dalam proses produksi pembuatan kami memilih produksi dengan menggunakan las argon, yang mana las tersebut untuk penyambungan bahan besi terlihat lebih rapi dan tentunya lebih kuat daripada las asetilyn/karbit dan las listrik yang sering dijumpai. Lalu untuk finishing kami memilih chrome dan coating berwarna hitam. Dalam pemilihan coating ini kami memilih bahan dan vendor terpercaya dengan kualitas bagus dan mampu bersaing dengan produk lokal maupun interlokal.

1. **Analisis Aspek Manajemen**

Lama waktu yang dibutuhkan dalam persiapan proyek ini kurang lebih satu bulan. Waktu yang terlampir terhitung sangat cepat,mengingat untuk vendor,penjual lainnya, dan juga influencer yang akan dituju awal sudah mengenal satu sama lain cukup lama. Yang akan memakan banyak waktu adalah dari segi pemasaran produk dan desain produk. Karena keduanya tidak langsung bisa dilakukan,namun harus dengan persiapan untuk riset pasar dan juga pengembangan desain produk.

Ketika projek bisnis sudah berjalan bentuk bisnis akan berbentuk bis usaha kecil menengah atau sering disebut UMKM, bentuk bisnis tersebut melihat unit bisnis yang masih kecil dan pemula dengan produksi dan cakupan yang belum banyak dan luas. Untuk karyawan yang akan berjalan pada bisnis ini adalah keluarga dan teman terdekat. Yaitu terdiri dari saya penulis,ayah,dan satu rekan saya yang ketiganya akan berjalan dalam bidang mengembangan desain produk,produksi dan pemasaran. Lalu ada rekan saya lagi,ibu saya dan adik yang akan berjalan dalam bidang pemasaran,analisa pasar dan produk jual,analisa manajemen,juga sedikit banyak dalam desain produk. Tidak memungkiri kedepannya jika bisnis ini berjalan lancar dan semakin berkembang kami akan merekrut pegawai untuk menunjang kerja dalam perusahaan.

1. **Analisis Aspek Finansial**

Modal yang akan didapat dalam proyek bisnis ini terdapat dari dana dari karyawan yang merupakan keluarga dan rekan terdekat yang tergabung dalam bisnis ini kedepannya. Masing-masing akan menamamkan modal yang sudah disepakati di awal untuk memulai bisnis ini dan itupun sudah mencakup dana darurat yang tersimpan di dalam perusahaan untuk hal-hal darurat. Kedepannya dari beberapa hasil bersih dari penjualan sepenuhnya akan kami putar kembali untuk proses produksi dan pemasaran.

**Daftar Pustaka**

(Supangat1 & MohZainuri Bin Saringat2, 2020)Bobby, N. :, & Putra, C. (n.d.). *PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI MELALUI STRATEGI MARKETING DIGITALISASI PADA SITUS FREELANCE FIVERR*.

Ferry Anggiawan, N. : (n.d.). *PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING PT BUKA LAPAK DALAM MENGEMBANGKAN UMKM MELALUI MARKETPLACE*. Retrieved December 25, 2021, from http://repository.untag-sby.ac.id/7394/1/EAS\_E-BISNIS\_FERRY ANGGIAWAN\_1211800322.pdf

Supangat, & Amna, A. R. (2019). Pemanfaatan Fitur Analisis Data Menggunakan K-Means Cluster Dalam Point of Sales (POS). *Teknika*, *8*(2), 97–102. https://doi.org/10.34148/teknika.v8i2.157

Supangat1, & MohZainuri Bin Saringat2. (2020). Development of E-learning System Using Felder and Silverman’s Index of Learning Styles Model. *International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering*, *9*(5), 8554–8561. https://doi.org/10.30534/ijatcse/2020/236952020

