



BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Ringkasan Kegiatan Usaha

1. Konsep Bisnis^{SEP}

Dewasa ini, semakin maju dan berkembangnya prestasi di bidang musik merupakan sebuah fenomena yang menarik bagi musisi pemula-profesional maupun musisi muda sampai musisi yang sudah lanjut usia. Banyak alat-alat musik yang ada khususnya di Indonesia kebanyakan adalah hasil impor dari luar negeri dengan berbagai macam ragam dan kualitas. Ada piano, keyboard, flute, bass, gitar, trumpet, biola, saxophone, dan lain sebagainya. Beberapa di antara musisi-musisi tersebut juga sudah di *endorse* oleh perusahaan-perusahaan musik luar negeri. Dari banyak dan beragamnya alat musik ini Penulis melihat sisi lain dan suatu kesempatan usaha yang cukup menjanjikan dari sebuah alat musik. Dimana alat musik ini adalah alat musik yang sekarang ini khususnya di Indonesia merupakan alat musik yang cukup sangat digandrungi dan ingin dipelajari oleh cukup banyak anak-anak muda zaman sekarang terlepas pria atau wanita, muda atau tua. Alat musik ini disebut dengan drum. Mengapa drum ?

Karena alat musik drum menurut pengamatan Penulis dilihat sangat menjanjikan. *Pertama*, dari sisi komunitas. Instrumen drum

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

memiliki banyak komunitas yang tersebar di Indonesia beberapa diantaranya adalah :

Tabel 9.1

Komunitas Drum di Indonesia

No.	Tahun	Komunitas
1.	2012	ID (<i>Indonesian Drummer</i>)
2.	2013	DFJ (<i>Drummer For Jesus</i>), <i>Drum Hero</i> (Komunitas Drum yang ada di Surabaya), SCDC (<i>Solo City Drummers Community</i>)
3.	2014	Sukabumi Drummer, Bekasi Drummer
4.	2015	Drummerhood (Drummers Community Pekanbaru), Garasi Drummer, Drummer Tugu Jogja

Kedua, dari sisi fisik. Instrumen drum merupakan alat musik yang juga sangat baik khususnya untuk kesehatan. Karena ketika seseorang bermain drum, ia menggunakan seluruh tubuh terutama tangan, kaki, dan juga otak sehingga sangat membantu dalam melatih saraf motorik seseorang. Dengan bermain drum pun seseorang yang tadinya menderita sakit seperti keterbelakangan mental (autis) atau penyakit saraf lainnya sudah terbukti oleh penelitian dapat membantu proses penyembuhan orang tersebut. Dengan bermain drum pun dapat dikatakan seperti kita sedang berolahraga, karena dengan bermain drum juga bisa

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



membakar kalori yang ada dalam tubuh. **Ketiga**, dari sisi pengadaan bahan baku di Indonesia sendiri kayu untuk pembuatan drum dan juga beberapa *spare-part* lainnya sudah tersedia dengan cukup baik di alam Indonesia. Itu sebabnya pembuatan alat musik drum di Indonesia sebenarnya cukup mudah dan Penulis melihat peluang tersebut

Di sisi lain, salah satu hal mengapa Penulis mengambil keputusan perencanaan bisnis ini adalah karena Penulis sendiri memiliki *passion* yang sangat kuat yaitu di bidang alat musik drum. Daripada harus meng-impor atau membeli barang atau alat musik drum dari luar negeri, dengan harga yang relatif cukup mahal, dan alasan-alasan lainnya Penulis memutuskan untuk mencoba membuat perencanaan bisnis ini.

Dengan melihat juga banyaknya tawaran, permintaan, serta kesadaran masyarakat untuk bangga terhadap produk lokal ciptaan anak bangsa. Maka Penulis mengangkat VADE DRUM CUSTOM, Made in Indonesia.

2. Visi dan Misi Perusahaan^{[1][2][3][4][5][6][7][8][9][10]}

Gambaran masa depan dari usaha ini dapat dibilang sangat menjanjikan karena banyaknya komunitas serta setiap saat pasti ada peminat baru yang ingin berkembang dalam permainan alat musik ini.

Kualitas barang yang dihasilkan oleh VADE DRUM CUSTOM juga sangat beragam, karena sesuai dengan *budget* konsumen juga. Tetapi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



bukan berarti karena barang yang di produksi harganya sedikit dibawah, kualitasnya pun dibawah. Penulis sangat memperhatikan kualitas produk yang dibuat yang di perhatikan langsung oleh *Quality Control* dan juga *owner* dari perusahaan ini yaitu Penulis sendiri.

Melihat peluang yang baik dari bisnis pembuatan drum ini, Penulis memiliki keinginan untuk mendirikan perusahaan drum dengan nama "VADE DRUM CUSTOM". Kata "VADE" sendiri berasal dari bahasa Turki yang artinya kematangan / kedewasaan / kesempurnaan. Karena arti dari kata tersebut yang sangat baik, maka dari itu penulis menggunakan kata "VADE" yang diubah dari nama penulis sendiri yaitu "DAVE". Perusahaan ini juga sangat memperhatikan kepuasan pelanggannya. Agar pelanggan puas dan nyaman untuk menjadi pelanggan tetap VADE DRUM CUSTOM, Penulis sering memberi apresiasi kepada pelanggan setia. Bisa berupa pemberian potongan harga, tambahan aksesoris drum, dsb. Menjadi karyawan di VADE DRUM CUSTOM harus memiliki pendidikan minimal lulusan SMA. Karyawan yang dicari adalah karyawan yang komunikatif, terampil, cekatan, aktif, mau belajar dan mau diajar untuk sama-sama dapat berkembang bersama serta dapat bekerja dalam tim (tidak individual). Cara kerja, etika, serta etos kerja karyawan yang baik dapat dilihat dari hasil produk yang dihasilkan sehingga dapat menarik perhatian pelanggan untuk dapat membeli produk VADE DRUM CUSTOM kembali. Sebuah perusahaan yang ingin berkembang ke depannya sangat penting untuk memperhatikan kualitas dan kesejahteraan karyawannya. Karyawan inilah yang secara

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



langsung berinteraksi dengan para konsumen. Karyawan pulalah yang menjadi gambaran perusahaan. Sangat penting untuk memperhatikan kualitas dan penampilan karyawan. Sehingga Penulis sebagai atasan harus memperhatikan keluhan karyawan.

Menurut Bucahari Alma (2009:23) “ jadi salah satu tujuan utama dari bisnis adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Tujuan lain dari bisnis ialah memperoleh keuntungan sehingga mereka berani memikul resiko berani menanam modal dalam kegiatan bisnis. Ada juga bisnis yang tidak mengejar keuntungan namun mereka perlu bantuan guna menjaga kelangsungan bisnisnya ”.

4. Visi dari VADE DRUM CUSTOM

Menjadi perusahaan Drum Custom terbaik dalam sisi produk maupun jasa.

Misi dari VADE DRUM CUSTOM

- Memberikan kepuasan kepada konsumen melalui pelayanan yang baik.
- Menyediakan kualitas produk custom drum yang terbaik.
- Membangun citra yang baik melalui karya anak bangsa dalam bidang seni musik.

3. Produk/Jasa

Produk menurut Kotler dan Armstrong (2012:248) adalah “Segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan”. Berbagai *spare-part* dan aksesoris drum juga ditawarkan VADE DRUM CUSTOM untuk memenuhi kebutuhan konsumen.



Seluruh *spare-part* dan aksesoris yang disediakan pun adalah murni buatan tangan anak bangsa sendiri.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:260-262), jasa adalah bentuk produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan perpindahan kepemilikan. Jasa memiliki empat karakteristik utama, yaitu :

a. Tidak berwujud

Jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar, atau dicium sebelum dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli mencari “ciri” atas kualitas jasa. Para konsumen menarik kesimpulan jasa berdasarkan tempat, orang, harga, peralatan, dan komunikasi yang bisa dilihat.

b. Tidak terpisahkan

Jasa tidak dipisahkan dari penyediannya, baik penyediannya adalah manusia ataupun mesin jasa di produksi dan di konsumsi secara bersamaan karena konsumen juga hadir pada saat jasa di produksi.

c. Bervariasi

Kualitas jasa tergantung pada siapa yang memberikan, kapan, dimana, dan bagaimana jasa itu diberikan.

d. Tidak tahan lama

Jasa tidak dapat disimpan untuk dijual atau digunakan pada waktu yang akan datang. VADE DRUM CUSTOM menyediakan jasa pembuatan drum yang berkualitas. Kayu yang digunakan adalah kayu-kayu asli terbaik di Indonesia walaupun ada beberapa juga yang diambil dari luar negeri sebagai bahan baku seperti kayu *maple*

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Canada dan *exotic woods* lainnya. Namun, satu keunggulan kayu yang dimiliki oleh VADE DRUM CUSTOM yang ada di dalam negeri sendiri yaitu kayu *ash* (sungkai) yang digunakan bisa untuk berbagai *genre* musik, yang tidak dimiliki di negara lain. Kualitas bahan baku dan *spare-part* yang digunakan yang dan yang diimpor dari luar negeri pun adalah dengan kualitas-kualitas yang terbaik.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. Pesaing Sejati^{[1][SEP]}

Pesaing adalah orang atau perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang VADE DRUM CUSTOM tawarkan. Pesaing suatu perusahaan dapat dikategorikan pesaing yang kuat (*superior*) dan pesaing yang lemah (*inferior*) atau ada pesaing yang dekat pada level yang setara atau memiliki produk yang mirip (*produk substitusi*).

Berikut adalah pesaing-pesaing VADE DRUM CUSTOM :

Tabel 9.2

Pesaing dalam Industri

Nama Perusahaan Pesaing	Keunggulan	Kelemahaan
Sakae Drums	1. Memiliki modal yang besar (karena perusahaan dari luar). 2. Pabrik sudah ada di Indonesia. 3. Sudah cukup banyak konsumen yang memiliki	1. Promosi cukup rendah awalnya karena hanya menggunakan satu <i>artist</i> . 2. Daya saing harga sangat rendah karena mematok

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

	<p><i>mindset “branded”</i>.</p> <p>4. Produk ini adalah <i>second brand</i> dari produk drum Jepang yang sudah terkenal lebih dulu (Yamaha).</p>	<p>harga yang cukup tinggi sejak awal produk ini muncul.</p> <p>3. Kualitas produk tidak sebaik produk pertamanya.</p>
Ahay Drums	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi pabrik cukup dekat. 2. Harga yang dipatok cukup rendah. 3. Pelayanan yang diberikan cukup baik. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi tidak terlalu baik, karena meng-<i>endorse artist</i> yang kurang dikenal orang. 2. Loyalitas konsumen masih kurang.
Pearl Drums	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan yang diberikan cukup baik. 2. Masih ada player yang sangat <i>“branded mindset”</i> terhadap produk ini. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi di Indonesia sekarang sudah berkurang. 2. Harga yang dipatok cukup tinggi. 3. Lokasi pabrik di Amerika.

Sumber : VADE DRUM CUSTOM 2016-06-28

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

5. Target Pasar^{[1][2]}

VADE DRUM CUSTOM menargetkan pasar pada setiap pribadi yang memiliki *passion* pada alat musik instrumen drum. Tidak terlepas laki-laki maupun perempuan, tua ataupun muda, profesi apapun. Ekonomi rendah sampai menengah keatas pun bisa memiliki drum ini. Karena drum ini merupakan drum custom, sehingga harganya dapat disesuaikan dengan *budget* konsumen. Dari pemain drum *beginner* sampai *professional* menjadi target pasar dari perusahaan VADE DRUM CUSTOM.



6. Strategi Pemasaran^{[L] [SEP]}

Promosi atau yang disebut Kotler dan Keller (2012:498) sebagai *marketing communications* adalah sebuah cara yang dilakukan perusahaan untuk menginformasikan, membujuk, dan secara kontinu mengingatkan konsumen baik secara langsung atau tidak langsung terhadap produk dan jasa yang mereka tawarkan.

Sehingga tujuan utama dari suatu kegiatan promosi sebenarnya adalah untuk memberikan informasi terkait keberadaan produk tersebut serta informasi yang ingin diketahui konsumen terkait produk dan jasa tersebut, dimana setelah konsumen paham tentang produk atau jasa tersebut maka mereka akan membelinya. Namun bukan hanya berhenti sampai di situ, tujuan utama selanjutnya adalah dengan promosi yang dilakukan secara kontinu, maka dapat menjaga loyalitas konsumen yang ditindaklanjuti dengan pembelian yang dilakukan secara berulang, sehingga secara keseluruhan, promosi berbicara tentang bagaimana menarik masyarakat untuk membeli suatu produk dan jasa serta mempertahankan konsumen yang sudah berhasil ditarik tersebut.

Dalam melakukan promosi tersebut, biasanya suatu perusahaan melakukan suatu kombinasi dari berbagai aksi untuk menarik konsumen yang dikenal dengan bauran promosi atau *promotion mix*. Bauran promosi menurut Kotler dan Armstrong (2014:429) adalah media yang digunakan oleh perusahaan untuk mengomunikasikan *customer value* dan membangun hubungan dengan pelanggan secara persuasif. Adapun bauran pemasaran yang dimaksud adalah sebagai berikut:

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Periklanan (*advertising*)^{[1][1]} Semua bentuk terbayar presentasi non-pribadi dan promosi ide, barang, atau jasa dengan sponsor tertentu.
2. Promosi penjualan (*sales promotion*)^{[1][1]} Insentif jangka pendek untuk mendorong, pembelian atau penjualan produk atau jasa.
3. Hubungan masyarakat (*public relation*)^{[1][1]} Membangun hubungan baik dengan berbagai kalangan untuk mendapatkan publisitas yang diinginkan, membangun citra perusahaan yang baik, dan menangani atau menanggapi rumor, berita, dan kejadian tidak menyenangkan.
4. Penjualan personal (*personal selling*)^{[1][1]} Presentasi pribadi oleh tenaga penjual perusahaan untuk tujuan menghasilkan penjualan dan membangun hubungan pelanggan.
5. Pemasaran langsung (*direct marketing*)^{[1][1]} Hubungan langsung dengan konsumen individual yang ditargetkan secara cermat untuk memperoleh respons segera dan membangun hubungan pelanggan yang langgeng. Bauran promosi ini digunakan untuk mengkomunikasikan kegiatan perusahaan kepada konsumen. Komunikasi yang efektif akan mengubah tingkah laku konsumen dan akan memperkuat tingkah laku yang telah diubah sebelumnya.

Berikut ini promosi yang akan di lakukan oleh VADE DRUM CUSTOM :

Internet / Media Sosial

VADE DRUM CUSTOM mengiklankan produknya di internet seperti membuat *website*. Awalnya pun dimulai melalui media sosial yang kekinian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dll. Karena promosi melalui **C**internet/media sosial terbilang murah dan dapat menjangkau lebih luas.

2. Penjualan Personal (*personal selling*)

Karena berada di lingkungan musisi dan juga kebanyakan diantaranya adalah *drummer*. Lebih mudah untuk melakukan penjualan secara personal. Bukan memaksa teman/kerabat sekitar untuk membeli langsung produk ini tetapi teman/kerabat dekat ini bisa *test drive* atau mencoba langsung produk VADE DRUM CUSTOM ini. Biasanya, jika produk cocok para musisi bisa langsung membeli produk instrumen tersebut. Karena menjual suatu instrumen alat musik dapat dikatakan susah-susah gampang karena untuk membeli suatu alat musik, dibutuhkan juga *chemistry* antara pemain musik dan alat instrumen yang dimainkannya.

3. Diskon (*discount*)

Untuk menarik konsumen, cara promosi lainnya yang dilakukan oleh VADE DRUM CUSTOM adalah dengan cara memberikan diskon :

- Bagi 100 pembeli pertama yang membeli produk VADE DRUM CUSTOM akan mendapat diskon/potongan sebesar 5%.
- Konsumen yang membayar lunas langsung akan mendapat diskon/potongan lagi sebesar 5%.
- Bagi konsumen yang membeli *drumset* akan mendapat diskon/potongan sebesar 10%.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- Di hari raya ataupun hari besar lainnya biasanya juga akan dibuat promo diskon/pemotongan harga dan juga bisa berupa pemberian aksesoris drum kepada beberapa pembeli yang beruntung.

7. Struktur Organisasi dan Uraian Pekerjaan^{[L][SEP]}

Menurut wikipedia.org, struktur organisasi adalah bagaimana pekerjaan dibagi, dikelompokkan, dan dikoordinasikan secara formal. Menurut wikipedia.org terdapat 3 tipe desain organisasi umum, yaitu struktur sederhana, struktur birokrasi, dan struktur matriks. (http://id.m.wikipedia.org/wiki/Struktur_organisasi diakses pada 7 Juni 2016). VADE DRUM CUSTOM menerapkan struktur sederhana dalam organisasi usaha yang dijalankan. Struktur ini dipilih karena sifatnya yang cocok dengan keadaan organisasi usaha saat ini.

Struktur sederhana adalah sebuah struktur yang di cirikan dengan kadar departementalisasi yang rendah, rentang kendali yang luas, wewenang yang terpusat pada seseorang saja, dan sedikit formalisasi. Struktur sederhana paling banyak dipraktikkan dalam usaha-usaha kecil di mana manajer dan pemilik adalah orang yang satu dan sama. Kekuatan dari struktur ini adalah kesederhanaannya yang tercermin dalam kecepatan, kefleksibelan, ketidakmahalan dalam pengelolaan, dan kejelasan akuntabilitas. Satu kelemahan utamanya adalah struktur ini sulit untuk dijalankan di mana pun selain di organisasi kecil karena struktur sederhana menjadi tidak memadai tatkala sebuah organisasi berkembang karena formalisasinya yang rendah dan sentralisasinya yang tinggi cenderung menciptakan kelebihan beban (*overload*) di puncak.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Struktur organisasi juga menggambarkan secara jelas hubungan tanggung jawab antara anggota dalam suatu perusahaan, struktur organisasi yang dibuat oleh VADE DRUM CUSTOM sangat sederhana, dapat di lihat pada gambar 9.1 yang merupakan struktur organisasi VADE DRUM CUSTOM.

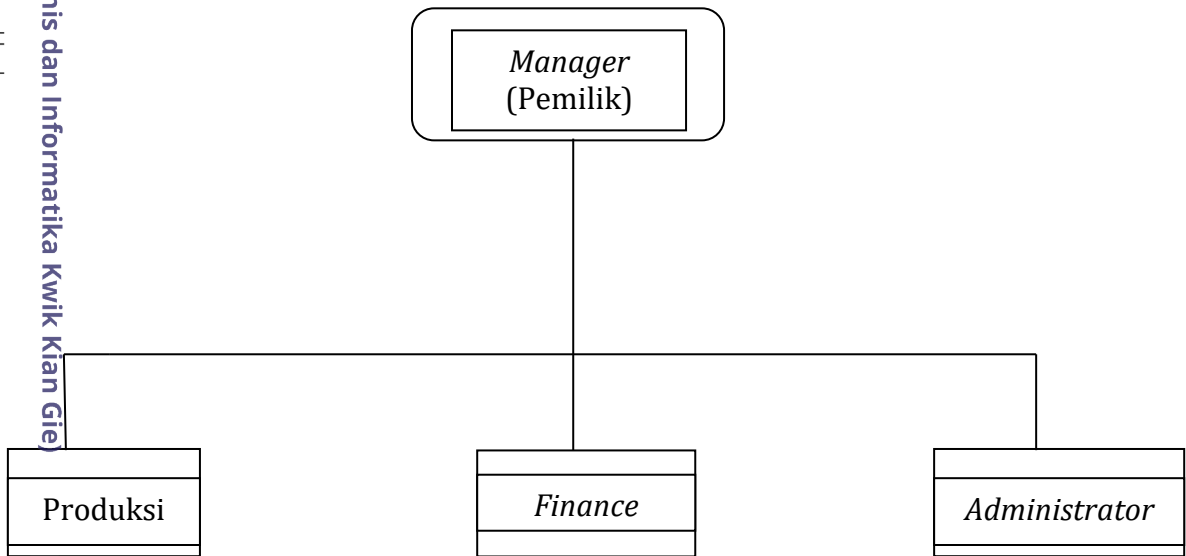
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 9.1

Struktur Organisasi VADE DRUM CUSTOM



Sumber: VADE DRUM CUSTOM 2016



8. Kelayakan Keuangan

Tabel 9.3

Ringkasan Analisis Usaha VADE DRUM CUSTOM

Instrumen Analisis	Hasil Analisis	Batasan	Keterangan
<i>Break Even Point (BEP)</i>	Penjualan > <i>BEP</i>	<i>BEP</i>	Layak
<i>Net Present Value</i>	Rp 178,713,608	0	Layak
<i>Internal Rate of Return</i>	80%	17%	Layak
<i>Payback Period</i>	2 Tahun, 2 Bulan, 21 Hari	5 Tahun	Layak

Sumber : Data Olahan

Berdasarkan data pada tabel dapat dijelaskan lebih lanjut bahwa dalam menentukan kelayakan suatu bisnis dapat dilakukan melalui analisis yang ada di atas. *Break Even Point* digunakan untuk melihat tingkat penjualan yang tidak menghasilkan keuntungan. Apabila penjualan di bawah *Break Even Point*, maka perusahaan mengalami kerugian, sebaliknya jika penjualan di atas *Break Even Point*, maka perusahaan mendapatkan keuntungan pada tahun berjalan. Perusahaan mendapat keuntungan yang cukup lumayan setiap tahunnya. Perusahaan akhirnya mencapai *BEP* setelah kurang lebih 2 Tahun.

Net Present Value merupakan metode untuk menilai uang berdasarkan nilai waktu (*time value*), karena nilai uang pada masa depan belum tentu sama dengan nilai uang saat ini. Oleh karena itu, *Net Present Value* membantu para pebisnis untuk mengetahui berapa nilai keuntungan masa depan bila dinilai dari waktu saat ini. Apabila *Net Present Value* positif maka usaha layak dijalankan. Usaha ini diasumsikan berjalan selama 5 tahun, dalam kurun waktu 5 tahun tersebut, VADE DRUM



CUSTOM di proyeksikan meraup keuntungan sebesar Rp 178,713,608,- yang dinilai pada waktu saat ini. Keuntungan tersebut menunjukkan bahwa usaha layak dijalankan.

Internal Rate of Return menunjukkan tingkat pengembalian yang dihasilkan oleh VADE DRUM CUSTOM yang dinyatakan dalam persentase. Kemudian tingkat pengembalian tersebut dibandingkan dengan suku bunga yang ditawarkan oleh bank. Apabila lebih tingkat pengembalian lebih rendah, maka usaha sebaiknya tidak dijalankan karena lebih menguntungkan untuk berinvestasi di bank dan juga usaha yang dijalankan akan menunjukkan pendapatan yang tidak efisien. *IRR* VADE DRUM CUSTOM adalah sebesar 80%, sementara tingkat suku bunga investasi yang ditawarkan oleh bank sebesar 17%, maka usaha layak dijalankan karena mampu memberikan keuntungan yang lebih tinggi.

Payback Period memerhatikan waktu pengembalian hingga usaha mencapai titik impas investasi. Apabila periode pengembalian lebih cepat dibanding lamanya proyek usaha, maka usaha tersebut layak dijalankan. Waktu pengembalian usaha tersebut adalah 2 Tahun, 2 Bulan, 21 Hari. Artinya pendapatan yang dihasilkan dalam sisa waktu kurang lebih 3 tahun sudah menjadi keuntungan untuk VADE DRUM CUSTOM.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Setelah perencanaan usaha dan hasil diskusi dengan Dosen Pembimbing, maka produk instrumen musik VADE DRUM CUSTOM layak dijalankan dengan memerhatikan aspek pemasaran yang realistis dan aspek keuangan yang *feasible*. Usaha ini juga menekankan asumsi-asumsi yang mungkin terjadi yang telah tertuang dalam isi, usaha ini akan berjalan lancar apabila asumsi-asumsi yang ditekankan berjalan sesuai dengan yang dikehendaki.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR PUSTAKA



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Buku Teks

Hocher, Stout, Juras, and Cokins (2013), *A Strategic Emphasis, Sixth Edition, United States: McGraw-Hill International Edition*

Buchari Alma (2009), *Pengantar Bisnis*, CV ALFABETA

David Fred R. (2010), *Strategic Management Concepts and Cases*, Edisi Kedua
Belas, United States : Pearson Prentice Hall

Gugus Kismono (2012), *Bisnis Pengantar*, Edisi Kedua, BPFE-YOGYAKARTA.

Kotabe, Masaaki dan Kristiaan Helsen (2011), *Global Marketing Management*, Edisi
5, Asia: John Wiley dan Sons, Inc.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2010), *Principles of Marketing*, Edisi Ke-13,
New Jersey : Pearson Education, Inc.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2012), *Principles of Marketing*, Edisi Ke-14,
New Jersey : Pearson Education, Inc.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2014), *Principles of Marketing*, Edisi Ke-15,
New Jersey : Pearson Education, Inc.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kotler, Philip dan Kevin Keller (2012), *Marketing Management*, Edisi Ke-14, Boston

© Pearson Education, Inc.

Weyandt, Kimmel, dan Kieso (2016), *Accounting Principles*, Twelfth edition, International Student Version

Website

Pe desain struktur organisasi umum menurut Wikipedia, http://id.m.wikipedia.org/wiki/Struktur_organisasi (diakses 7 Juni 2016)

Penyusutan atau Depresiasi, <https://id.wikipedia.org/wiki/Depresiasi> (diakses 6 Juli 2016)

Dessler, Manajemen Sumber Daya Manusia, <http://contohdanfungsi.blogspot.co.id/2015/09/manajemen-sumber-daya-manusia-menurut.html> (diakses 3 Juni 2016)

Pengertian Ekonomi, <https://id.wikipedia.org/wiki/Ekonomi> (diakses 12 Mei 2016)

Pengertian Pengendalian Risiko, <https://id.wikipedia.org/wiki/Risiko> (diakses 28 Juni 2016)

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), <http://www.kerjausaha.com/2013/01/mengenal-usaha-mikro-kecil-dan-menengah.html> (diakses 9 Mei 2016)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

LAMPIRAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

