



## BAB III

### GAMBARAN USAHA

Di dalam setiap rencana bisnis, diperlukan adanya gambaran usaha yang jelas mengenai suatu bisnis yang akan dikembangkan. Informasi tentang gambaran usaha ini sangat diperlukan bagi calon investor untuk mengetahui tentang usaha tersebut secara ringkas dan menganalisis prospek dari bisnis ini, serta menilai investasi yang akan ditaklukkan tersebut akan memberikan keuntungan atau sebaliknya.

#### A. Visi

Menurut David (2013:40), kata visi perusahaan adalah mengembangkan pernyataan visi sering dianggap sebagai langkah pertama dalam perencanaan strategis, sebelumnya bahkan pengembangan pernyataan misi.

Sangat penting bagi para manajer dan eksekutif di organisasi mana pun untuk memahami mengenai visi dasar yang ingin diraih perusahaan dalam jangka panjang. Berdasarkan hal tersebut, maka penetapan visi, sebagai bagian dari rencana strategis, menjadi suatu langkah penting dalam perjalanan suatu organisasi

Toko Graha Media *Copy* mempunyai visi “ Sebagai *market leader* di dalam jasa *foto copy* di Kota Padang, Sumatera Barat”.

#### B. Misi

Pernyataan misi adalah pernyataan tujuan yang secara jelas membedakan satu bisnis dari perusahaan-perusahaan lain yang sejenis (David 2010:16). Pernyataan misi yang jelas melukiskan nilai dan prioritas dari sebuah organisasi. Secara umum pernyataan misi menggambarkan arah masa depan suatu organisasi.

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.



King dan Cleland dalam buku *Strategic Management* karangan David (2010:89), merekomendasikan agar organisasi secara cermat dan hati-hati mengembangkan sebuah pernyataan misi tertulis untuk mendapatkan keuntungan-keuntungan sebagai berikut:

1. Memastikan kepaduan tujuan dalam organisasi;
2. Menyediakan landasan, atau standar untuk mengalokasikan sumber daya organisasional;
3. Membangun iklim organisasional yang padu;
4. Menjadi titik fokus bagi individu-individu agar sejalan dengan maksud dan arah organisasi, serta menghambat mereka yang tidak demikian dari kemungkinan untuk berpartisipasi lebih jauh dalam berbagai aktivitas organisasi;
5. Memfasilitasi translasi dari tujuan menjadi struktur kerja yang melibatkan pembagian tugas ke elemen-elemen yang bertanggung jawab di dalam organisasi;
6. Menjelaskan maksud-maksud organisasional dan kemudiann mentransalasikan berbagai maksud ini ke dalam tujuan sedemikian rupa sehingga parameter biaya, waktu, dan kinerja dapat dinilai dan dikontrol.

Misi bisnis adalah fondasi bagi prioritas, strategi, rencana, dan penugasan kerja. Misi bisnis merupakan titik awal untuk rencana tugas-tugas manajerial dan perancangan struktur manajerial.

Misi Toko Graha Media *Copy* adalah “ Memberikan layanan jasa yang berkualitas dan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan harga-harga yang kompetitif

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.



serta menyediakan produk yang bermutu, dan ikut serta memajukan perekonomian masyarakat sekitar”.

### C. Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:248), produk adalah apapun yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Produk yang ditawarkan Toko Graha Media *Copy* berupa barang dan jasa. Produk yang ada di toko ini tergolong dalam kelompok *homogen/homogeneous shopping goods* adalah barang tersebut memiliki kemiripan mutu tetapi cukup berbeda dari segi lain sehingga dapat menjadi alasan perbandingan dalam berbelanja. Dalam Toko Graha Media *Copy* produk yang dijual mempunyai banyak kemiripan, tetapi memiliki perbedaan dalam segi harga yang ditawarkan.

Toko ini lebih berfokus kepada pelayanan jasa *fotocopy* dan penjualan produk-produk alat tulis kantor pada umumnya yang digunakan dalam kebutuhan sehari-hari.

Produk yang dibeli pada Toko Graha Media *Copy* dapat dikembalikan tentunya dengan syarat-syarat sebagai berikut:

1. Konsumen salah membeli produk yang dibutuhkan
2. Produk tersebut belum dipakai
3. Produk yang ingin dikembalikan harus dalam keadaan baik dan tidak rusak.
4. Produk yang ingin dikembalikan harus kurang dari empat hari



5. Membawa struk bukti tanda pembelian atau kwitansi asli dari Toko Graha

Media Copy

**D. Jasa**

Pengertian jasa menurut Kotler dan Armstrong (2012:248) adalah kegiatan, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Jasa adalah berbagai kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan perolehan kepemilikan. Jasa diberikan dengan dukungan berupa fasilitas, salah satu fasilitas di Toko Graha Media Copy adalah Mesin Copy Riso di mana mesin ini memiliki banyak keunggulan jika dibandingkan dengan mesin *fotocopy* pada umumnya. Mesin ini sangat diperlukan Toko Graha Media Copy dalam memberikan layanan jasa yang bagus kepada pelanggan, baik untuk kertas tipis, kertas tebal dan bisa melayani dengan permintaan atau jumlah yang banyak dalam waktu yang singkat, cepat, dan berkualitas.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:260), Jasa memiliki 4 karakteristik, yaitu:

1. Tidak Berwujud ( *intangible* )

Jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar atau dicium sebelum dibeli.

Kualitas dari jasa yang dihasilkan merupakan hal yang dicari konsumen.



## 2. Tidak Terpisahkan ( *inseparability* )

**C** Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang sama dan tidak dapat dipisahkan dari penyedia mereka. Jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan karena konsumen juga hadir pada saat jasa diproduksi.

## 3. Bervariasi ( *variability* )

Kualitas jasa dapat bervariasi tergantung pada siapa yang menyediakan mereka dan kapan, di mana, dan bagaimana.

## 4. Tidak tahan lama ( *perishability* )

Jasa tidak dapat disimpan untuk dijual atau digunakan pada waktu yang akan datang.

Jasa yang ditawarkan oleh Toko Graha Media *Copy* adalah layanan *Fotocopy* selain itu jasa printing, laminating bagi *customer* yang ingin membeli secara langsung datang ke toko. Di samping itu, selain menyediakan layanan jasa. Toko Graha Media *Copy* juga menjual produk-produk alat tulis dan alat-alat komputer seperti *mouse*, tinta printer, dan keyboard.

## E. Ukuran Bisnis

Pada bagian ini akan dijelaskan Toko Graha Media *Copy* termasuk dalam ukuran bisnis dan bentuk usaha apa yang akan dijalankan oleh Toko Graha Media *Copy* bagi seorang wirausaha.

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 1. Ukuran Bisnis

Sesuai dengan UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kriteria usaha kecil dalam buku Saiman (2014:9) adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).

Ciri-ciri usaha kecil adalah (<http://hendrausahakecil.blogspot.com/>):

- a. Jenis barang/komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak gampang berubah;
- b. Lokasi/tempat usaha umumnya sudah menetap tidak berpindah-pindah;
- c. Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walau masih sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga, sudah membuat neraca usaha;
- d. Sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP);
- e. Sumber daya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwira usaha;
- f. Sebagian sudah akses ke perbankan dalam hal keperluan modal;

Menurut kategori Biro Pusat Statistik (BPS), usaha kecil identik dengan industri kecil dan industri rumah tangga. BPS mengklasifikasikan industri berdasarkan jumlah pekerjanya, yaitu:



- a. Industri rumah tangga dengan jumlah pekerja sebanyak 1-4 orang.
- b. Industri kecil dengan jumlah pekerja sebanyak 5-19 orang
- c. Industri menengah dengan jumlah pekerja sebanyak 20-99 orang.
- d. Industri besar dengan jumlah pekerja sebanyak 100 orang atau lebih.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### Bentuk Badan Usaha

Pemilihan bentuk badan usaha merupakan masalah yang timbul pada saat perusahaan akan dibentuk. Oleh sebab itu, pemilihan bentuk perusahaan perlu dilakukan dengan berbagai pertimbangan yang matang untuk mencegah terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan. Pada saat ini di Indonesia ada beberapa bentuk usaha yang dikenal, di antaranya:

- a. Perusahaan Perseorangan
- b. Firma
- c. Perseroan Komanditer
- d. Perseroan Terbatas
- e. Badan Usaha Milik Negara
- f. Badan Usaha Milik Daerah
- g. Koperasi

Berdasarkan macam-macam bentuk badan usaha yang ada di Indonesia seperti yang telah disebutkan di atas, Toko Graha Media *Copy* termasuk Perusahaan Perseorangan.

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.



Menurut Hisrich, et al (2013:246), Perusahaan Perseorangan adalah bisnis dengan satu orang pemilik yang memiliki kendali penuh atas seluruh pengambilan keputusan dan menerima seluruh keuntungan. Pemilik Perusahaan Perseorangan memiliki tanggung jawab tak terbatas atas harta perusahaan. Artinya, apabila bisnis mengalami kerugian pemiliklah yang harus menanggung seluruh kerugian itu. Perusahaan Perseorangan memiliki kelebihan dan kelemahan, yaitu:

#### Kelebihan Perusahaan Perseorangan:

1. Mudah dibentuk dan dibubarkan
2. Bekerja dengan sederhana
3. Pengelolaannya sederhana
4. Tidak perlu kebijaksanaan pembagian laba

#### Kekurangan Perusahaan Perseorangan

1. Tanggung jawab tidak terbatas
2. Kemampuan manajemen terbatas
3. Sulit mengikuti pesatnya perkembangan perusahaan
4. Sumber dana hanya terbatas pada pemilik
5. Resiko kegiatan usaha ditanggung sendiri

Dari keempat kelebihan Perusahaan Perseorangan di atas, Toko Graha Media Co.,y memiliki keempat unsur tersebut





## F. Tenaga Kerja, Peralatan, dan Perlengkapan

Peralatan toko adalah segala benda yang digunakan untuk menunjang kegiatan toko baik dalam hal operasional maupun lainnya yang berhubungan dengan kegiatan toko. Perlengkapan toko adalah segala benda yang digunakan untuk menunjang kegiatan operasional toko yang berumur ekonomis kurang dari satu tahun. Tenaga kerja adalah segala sumber daya manusia yang digunakan untuk menggerakkan kegiatan toko. Berikut Tabel Peralatan (Tabel 3.1), Tabel Perlengkapan (Tabel 3.2), dan Tabel Tenaga Kerja (Tabel 3.3).

**Tabel 3.1**  
**Tabel Peralatan**

Keterangan	Jenis	Unit	Harga Satuan (Dalam Rupiah)	Total Harga (Dalam Rupiah)
Peralatan	Etalase Kayu	4	1.150.000	4.600.000
	Mesin Staples	1	990.000	990.000
	Mesin Laminating	1	1.500.000	1.500.000
	Mesin Fotocopy	1	80.850.000	80.850.000
	Mesin Copy Riso	2	45.000.000	90.000.000
	Mesin Penjilidan	1	4.425.000	4.425.000
	Mesin Kasir	1	7.808.500	7.808.500
	Mesin Faximile	1	1.200.000	1.200.000
	Komputer	1	4.800.000	4.800.000
	Kursi Tunggu	1	1.100.000	1.100.000
	AC ( LG)	1	3.199.000	3.199.000
	<b>Total</b>		<b>15</b>	

Sumber : Lotte Mart (15 Maret 2014)

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.



**Tabel 3.2**

**Tabel Perlengkapan**

Kategori	Jenis	Unit	Harga Satuan (Dalam Rupiah)	Total Harga (Dalam Rupiah)
Perlengkapan	Lampu	2	40.000	80.000
	Nota Rangkap 2	26	3.000	78.000
	Kalkulator	2	50.000	100.000
	Stapler	2	34.900	69.800
	Isi Stapler	3	23.500	70.500
	Lakban	10	8.000	80.000
	Gunting	2	4.500	9.000
	Cutter	2	8.000	16.000
	Sapu	1	12.900	12.900
	Tempat Sampah	1	7.500	7.500
	Stempel	1	150.000	150.000
	Kertas Struk (Pack)	1	25.000	25.000
	Alat Tulis	30	16.500	495.000
	Kertas Fotocopy	2.500	30.000	75.000.000
	<b>Total</b>	<b>2.583</b>		<b>76.193.700</b>

Sumber : Lotte Mart (15 Maret 2014)

**Tabel 3.3**

**Daftar Tenaga Kerja**

No	Jabatan	Jumlah
1	Pramuniaga Toko	3
2	Bagian Kasir	1
3	Pemilik	1
	Total	5

Sumber : Toko Graha Media Copy 2014

©

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.



## G. Latar Belakang Pemilik

© **Hak Cipta dan Hak Paten IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**  
Mikael Pramulia Wahyudi Munir lahir di Padang, pada tanggal 5 Juni 1992, Putra kedua dari 2 bersaudara ini adalah pemilik tunggal dari Toko Graha Media *Copy*. Usaha di Padang fotocopy terbilang sangat baru baginya. Sewaktu duduk di bangku Sekolah Menengah Atas ( SMA ) ketika pulang sekolah, Mikael Pramulia belajar bagaimana cara melayani konsumen dengan baik, sehingga untuk membuka usaha ini tidak asing bagi penulis.

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.