RENCANA BISNIS

PENDIRIAN USAHA RITEL HANDPHONE

" DERWIL CELL "

DI BEKASI TIMUR

Wilbert Coudy Pratama

Dibimbing oleh Brastoro, S.E.M.M

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jl. Yos Sudarso Kav.87, Sunter – Jakarta Utara

Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971

76180538@student.kwikkiangie.ac.id , aberwilbert@gmail.com

ABSTRAK

Wilbert Coudy Pratama / 76180538 / 2021 / Rencana Bisnis Pendirian Usahan Ritel Handphone " Derwil Cell" Di Bekasi Timur / Pembimbing: Brastoro S.E.M.M

Derwil Cell merupakan bisnis ritel yang menjual berbagai macam merek *Handphone* seperti *Samsung. Xiaomi. Oppo. Vivo. Realme. Infinix. dan Nokia*. *Derwil Cell* juga menjual berbagai macam aksesoris *Handphone* mulai dari Antigores kaca / *Tempered Glass*. Casan . *Silicon* dan *Hardcase*. Kabel data. *Power Bank*. dan *Headset*.

Rencana pendirian *Derwil Cell* berlokasi di Mall Bekasi Trade Center di jalan HM Joyo Martono Bulak kapal Bekasi Timur. *Derwil Cell* memiliki visi" Menjadi toko *Handphone* dengan penjualan terbanyak dan terlaris didaerah Bekasi".

Derwil Cell memiliki keunikan dan kekuatan tersendiri dalam bersaing melawan para kompetitor – kompetitor lainya. dengan menjual produk *Handphone* bergaransi resmi dan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan atau calon pembeli.

Derwil Cell juga memberikan promo promo menarik dan memberikan hadiah *Handphone*. Dari segi harga yang dijual *Derwil Cell* juga dapat bersaing dengan para kompetitor karena kekuatan pemasok *Derwil Cell* yang kuat.

Dalam membangun *Derwil Cell* pemilik menggunakan modal pribadi nya yang berasalah dari tabungan pribadi pemilik. dan sebagian dari suntikan dana keluarga. Rencana penggunaan dana akan digunakan untuk biaya sewa toko. biaya peralatan dan perlengkapan. stok barang awal. dan biaya tenaga kerja atau karyawan toko.

Kata Kunci : *Derwil Cell*, tok ritel *Handphone*

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

© 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

ABSTRACT

Wilbert Coudy Pratama / 76180538 / 2022 / *Derwil Cell Establishment Business Plan in East Bekasi* / *Guidance Lecturer* Brastoro S.E.. M.M.

Derwil Cell is a retail business that sells various brands of mobile phones such as Samsung. Xiaomi. Oppo. Vivo. Realme. Infinix. and Nokia. Derwil Cell also sells a wide range of Mobile accessories ranging from Glass/Tempered Glass Antigores. Casan. Silicon and Hardcase. Data Cable. Power Bank. and Headsets.

Derwil Cell's establishment plan is located in Bekasi Trade Center Mall on HM Joyo Martono Bulak road on East Bekasi ship. Derwil Cell has the vision of " Become the mobile phone store with the most sales and best-selling in the Bekasi area".

Derwil Cell has its own uniqueness and strength in competing against other competitors. by selling officially guaranteed mobile products and providing good service to customers or prospective buyers. Derwil Cell also provides interesting promo promos and gives mobile phone gifts. In terms of price sold Derwil Cell can also compete with competitors because of the strength of the supplier Derwil Cell is strong.

In building Derwil Cell the owner uses his personal capital derived from the owner's personal savings. and part of the injection of family funds. The plan to use the funds will be used for store rental costs. equipment and equipment costs. initial stock of goods. and labor or store employees.

Keywords : Derwil Cell, handphone store

© Hak cipta milik IBIKKG (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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

I. Pendahuluan

Konsep Bisnis

Pada dasarnya bisnis ritel adalah bisnis yang melibatkan penjual dan *konsumen* dalam proses pembelian barang dalam jumlah satuan atau eceran. *Konsumen* yang membeli produk secara satuan atau eceran ini bertujuan untuk mengkonsumsi atau menggunakan produk tersebut dan bukan untuk diperjual belikan lagi. Contoh dari bisnis ritel adalah warung sembako. toko *online*. Ruko. toko toko di *Mall*. dan lain – lain. Toko ritel juga di klasifikasikan menjadi dua tipe yaitu ritel besar dan ritel kecil. dimana ritel besar merupakan pengecer yang menyediakan barang dalam jumlah besar sedang kan ritel kecil merupakan pengecer tradisional dimana barang yang dijual biasanya dalam jumlah kecil.

Saat ini *Handphone* sudah menjadi kebutuhan utama bagi manusia. dengan adanya *Handphone* dapat mempermudah manusia dalam melakukan komunikasi dengan orang orang di sekitarnya atau di lingkunganya. seiring berkembangnya jaman kualitas dan kegunaan *Handphone* pun selalu ditingkatkan. saat ini kegunaan *Handphone* tidak hanya sebagai alat telekomunikasi saja akan tetapi jauh melampaui itu semua. Kecanggihan-kecanggihan yang diberikan kepada *Handphone* dapat menciptakan budaya baru bagi sosial masyarakat. Misalnya telepon genggam tidak lagi sekadar perangkat berkomunikasi. akan tetapi sebagai *style* atau gaya hidup seseorang. bagian dari pencerminan diri. fungsi diri. dan kebutuhan teknologi informasi dan komunikasi.

Negara Indonesia menjadi Negara yang mengikuti perkembangan jaman terutama di bidang teknologi *Handphone*. fenomena ini ditandai oleh tingginya permintaan *Smartphone* di Indonesia. Karena *Smartphone* merupakan perangkat yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dengan memiliki banyak fungsi dan penggunanya dapat digunakan kapan pun dan dimana pun. Sehingga penggunaan *Smartphone* dapat mempermudah masyarakat dalam mengakses informasi via internet.

Penulis melihat adanya peluang yang besar dari tingkat penjualan *Handphone* yang selalu meningkat dari tahun ketahun. terbukti dari persaingan para vendor *Handphone* yang semakin ketat. Yang menandakan tingkat produksi dan penjualan *Handphone* semakin meningkat. Dari melihat potensi yang baik tersebut penulis ingin membuat toko ritel yang menjual berbagai macam merek *Handphone* dan aksesoris *Handphone*. Penulis ingin membuat nama toko *Derwil Cell*. nama ini penulis dapatkan dari inisial nama kakak kandung penulis DERic yang digabungkan dengan nama penulis sendiri yaitu WILbert.

Strategi pemasaran yang *Derwil Cell* gunakan untuk menarik pelanggan dengan memberikan hadiah 1 *unit Handphone* jika sudah melakukan pembelian *Handphone* sebanyak 5 *unit* di toko *Derwil Cell*. Strategi ini digunakan oleh penulis agar dapat memperbesar kemungkinan dan mengikat *customer* agar berlanganganan di toko *Derwil Cell*. Tidak hanya itu saja *Derwil Cell* juga memberikan *value* lebih kepada konsumen dari segi pelayanan yang diberikan kepada konsumen. *value* yang diberikan *Derwil Cell* seperti memberikan garansi tukar ganti baru ketika *Handphone* yang di beli mengalami kerusakan selama 1 bulan pembelian. *Derwil Cell* juga akan meningkatkan rasa peduli kepada konsumen dengan menyimpan nomor pembeli. Selama 3 bulan sekali dalam kurun waktu sampai 1 tahun kami akan menghubungi pembeli guna untuk melakukan pengecekan kualitas *Handphone* apakah ada kendala dengan *Handphone* yang dibeli atau tidak. jika ada kendala kami akan membantu *mengclaim* kan garansi dan pembeli hanya menerima beres saja.

Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Menjadi toko *Handphone* dengan penjualan terbanyak dan terlaris didaerah Bekasi. Dapat membuat produk *Handphone* sendiri dengan speksifikasi dan harga yang dapat bersaing dengan pangsa pasar dalam negeri maupun luar negeri.

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

b. Misi

Misi dari *Derwil Cell* adalah :

a) Membangun citra *brand Derwil Cell* yang kuat kepada seluruh masyarakat.

b) Memenuhi kebutuhan para pembeli dengan memberkan produk yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan pembeli.

c) Melayani dan memberikan nilai lebuh untuk pembeli agar mendapatkan rasa loyal dan kesetiaan dari pembeli.

d) Menjual *Handphone* dengan kualitas yang terjamin dan speksifikasi tinggi dengan harga yang terjangkau.

Peluang Bisnis

Penulis melihat adanya peluang bisnis dari industri penjualan *Handphone*. dilihat dari peningkatan penjualan *Handphone* yang semakin naik di Indonesia. bahkan pada saat pandemi sekalipun. Dilansir dari Kompas.com "Pasar *Smartphone* Indonesia mampu bertahan di tengah pandemi *Covid-19* yang mengubah bagaimana cara orang berinteraksi." jelas Risky Febrian. analis pasar IDC (*Industrial Development Corporation*) melalui keterangan resmi kepada KompasTekno. Rabu (17/3/2021). Menurut Risky "Kebutuhan akan *Smartphone* melonjak. baik itu untuk mendukung *Work-from-Home. Homebased-Learning*. layanan *streaming* hiburan. atau sekadar berkomunikasi secara *virtual*."Rabu(17/3/2021). Ditambah lagi *Handphone* yang beredar luas di pasar Indonesia sudah memiliki *brand image* yang kuat sehingga penulis lebih mudah menentukan segmen pasar dan kelasnya tersendiri.

Kebutuhan Dana

Kebutuhan dana untuk melakukan pengembangan usaha ini dipertimbangkan terhadap beberapa aspek utama yakni penambahan persediaan serta ketersediaan operasional dari perusahaan. Pendanaan akan dilakukan dari sumber pendanaan pribadi dan juga biaya persediaan dari toko *Derwil Cell*. Total kebutuhan dana adalah sebesar Rp 296.521.000

H. Rencana Produk, Kebutuhan Operasional dan Manajemen

Rencana Alur Produk

Rencana alur produk membahas tentang bagaimana proses penjualan produk atau jasa sampai ke tangan pembeli akhir atau konsumen akhir. Seperti toko ritel pada umumnya toko *Derwil Cell* proses penjualan produk di toko *Derwil Cell* terbilang sederhana. Dengan melayani pembeli dan menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dari konsumen tersebut. Berikut adalah rencana alur produk toko *Derwil Cell* :

1. Konsumen menghampiri toko dan menanyakan tentang produk *Handphone* yang dicari atau diinginkan

2. *Derwil Cell* menjelaskan tentang speksifikasi dan keunggulan *Handphone* yang dinginkan konsumen

3. *Derwil Cell* menetapkan atau memberikan harga *Handphone*

4. Proses tawar menawar harga *Handphone* antara Derwil Cell dengan konsumen

5. Ketika harga sudah cocok selanjutnya, Derwil Cell membuka *Handphone* dari dalam dusnya lalu *mensetting Handphone.*

6. *Derwil Cell* menawarkan antigores kaca dan *silicon Handphone* kepada pembeli agar *Handphone* yang dibeli memiliki jangka pemakaian yang panjang

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menyebutkan 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.
© Hak cipta milik IBK KG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

7. Derwil Cell membuat kwitansi pembelian untuk konsumen

8. Konsumen melakukan pembayaran bisa membayar via *Debit* atau *cash*

9. Konsumen menerima Handphone yang sudah dibeli

Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan

Peralatan yang akan digunakan merupakan peralatan bisnis yang digunakan pada umumnya. Tidak terdapat peralatan khusus atau khas untuk melakukan kegiatan bisnis.

1. Komputer Toko
2. Meja Toko
3. Kursi Toko
4. Etalase Toko
5. Rak Aksesoris
6. Papan Nama (*Neon Box)*
7. Brankas Penyimpanan

III. Strategi Bisnis

Pemasaran

1. Diferensiasi

Menurut Kotler dan Armstrong (2017:230). diferensiasi produk dapat membuat suatu merek dapat dibedakan dari fitur. performa. gaya. maupun desain. Dengan adanya diferensiasi produk. maka suatu usaha dapat meningkatkan keuntungan persaingan kompetitif.

Diferensiasi yang diberikan toko *Derwil Cell* yang pertama adalah memberikan promo yang menarik kepada pelanggan seperti memberikan hadiah 1 *unit Handphone* kepada pelanggan yang sudah membeli *Handphone* di toko *Derwil Cell* sebanyak 5 *unit*. Dan tentunya hadiah *Handphone* tersebut sudah di sesuaikan dengan perhitungkan *profit* yang diperoleh *Derwil Cell* sehingga tidak menimbulkan kerugian dengan memberikan hadiah 1 *unit Handphone* kepada konsumen. *Derwil Cell* juga akan memberikan promo secara berkala berupa setiap pembelian *Handphone* akan mendapatkan gratis anti gores kaca dan silicon.

Derwil Cell juga memberikan diferensiasi yang berbeda dengan kompetitor lainya dengan memberikan pelayanan yang lebih kepada pelanggan. seperti setiap 4 bulan sekali selama masa garansi *Handphone* masih berlaku *Derwil Cell* akan menghubungi pelanggan dengan menanyakan apakah ada kendala dengan produk *Handphone* yang dibeli. jika *Handphone* mengalami kendala maka *Derwil Cell* bersedia untuk membantu pelanggan dalam melakukan *claim* garansi. Diferensiasi yang diberikan *Derwil Cell* dapat membagun hubungan yang baik kepada konsumen sehingga konsumen tersebut dapat melihat nilai lebih yang diberikan *Derwil Cell* dengan tidak melepas tanggung jawab begitu saja.

Derwil Cell memberikan layanan garansi toko selama 1 bulan kepada pelanggan. yang dimana jika produk *Handphone* yang dibeli mengalami kendala atau kerusakan dalam kurun waktu 1 bulan maka *Derwil Cell* bersedia mengantikanya dengan *Handphone* yang baru tanpa dikenakan biaya sedikitpun.

Derwil Cell akan selalu memberikan harga yang special dan pelayanan yang maksimal kepada calon pembeli dengan menjelaskan keunggulan dari setiap merek *Handphone* yang ada. dan juga *Derwil Cell* akan memberikan saran kepada calon pembeli tentang produk *Handphone* yang sesuai dan dapat memenuhi kebutuhan dari pembeli sehingga pembeli mendapatkan produk yang sesuai dengan yang dibutuhkan. Keuntungan yang besar bukanlah faktor utama bagi *Derwil Cell* maka dari itu dari segi harga yang diberikan *Derwil Cell* tidak mematok harga yang tinggi.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Positioning

Positioning adalah metode penentuan nilai kepada konsumen yang kemudian diletakan pada benak konsumen sebagai nilai dan keuntungan utama dari konsumen (Kotler dan Phillip. 2016). *Derwil Cell* adalah toko *Handphone* yang selalu memperhatikan kualitas produk yang di jualnya dan mampu memberikan pelayanan *after sale* yang baik untuk para pelangganya. *Derwil Cell* memosisikan toko di benak konsumen sebagai "toko *Handphone* yang memberikan harga murah dan pelayanan yang baik kepada setiap pembeli". *Tagline* yang akan digunakan *Derwil Cell* adalah "Harga terjangkau pelayanan memukau". Alas an *Derwil Cell* menggunakan tagline ini karena keunggulan dari toko *Derwil Cell* dari segi pelayanan yang maksimal kepada pelanggan dan harga penetapan harga yang tidak tinggi untuk setiap produk.

3. Penetapan Harga

Dalam menetapkan harga untuk produk atau jasa yang kita jual harus dengan perencanaan yang baik agar harga yang diberikan bisa saling menguntungkan antara penjual dan pembeli. Dalam menetapkan harga terdapat faktor faktor yang harus diperhatikan seperti biaya produksi. biaya distribusi. dan penambahan harga untuk upaya antisipasi resiko.

Metode penetapan harga yang di pakai toko *Derwil Cell* adalah metode *competition based pricing*. *Competition based pricing* adalah metode penetapan harga yang ditetapkan oleh perusahaan-perusahaan lain dalam industri sejenis dan pangsa pasar yang sama. Dengan memakai metode ini harga produk yang di jual *Derwil Cell* disesuaikan dengan harga yang dijual para kompetitor. Dengan demikian harga produk *Derwil Cell* akan mampu mengikuti persaingan dengan kompetitor sehingga mampu mengikuti persaingan agresif

Promosi

1. *Advertising*

Strategi pemasaran *advertising* adalah metode pemasaran dalam bentuk promosi dalam bentuk barang. jasa. dan ide yang ingin disampaikan kepada masyarakat. Dengan perkembangan jaman *advertising* juga bisa dilakukan secara *online* menggunakan media social ataupun *platform* lainya.

Dalam melakukan pemasaranya *Derwil Cell* menggunakan media social *Istagram-Ads* dan *Facebook-Ads*. Dengan memanfaatkan kedua *platform* besar tersebut diharapkan dapat memberikan informasi terkait produk yang dijual *Derwil Cell* sehingga bisa membangun citra toko *Derwil Cell* kepada masyarakat sekitar dan juga dapat mendorong angka penjualan produk di toko *Derwil Cell*.

.

2. *Sales Promotion*

Sales promotion adalah metode pemasaran dalam tempo waktu yang pendek dan biasanya dilakukan pada momen momen tertentu saja. Promosi ini berguna untuk memikat calon pembeli yang biasanya merupakan konsumen akhir yang mengambil keputusan pembelian. Tujuan dari sales promotion adalah untuk mengajak konsumen agar membeli produk yang kita tawarkan melalui promo promo atau tawaran harga yang menarik kepada konsumen.

Dalam mengoptimalkan *sales promotion* toko *Derwil Cell* menggunakan strategi promosi dengan memberikan hadiah 1 *unit Handphone* kepada pelanggan yang sudah membeli *Handphone* di toko *Derwil Cell* sebanyak 5 *unit*. Dan tentunya hadiah *Handphone* tersebut sudah di sesuaikan dengan perhitungkan *profit* yang diperoleh *Derwil Cell* sehingga tidak menimbulkan kerugian dengan memberikan hadiah 1 *unit Handphone* kepada konsumen

.3. *Personal Selling*

Personal selling merupakan strategi promosi yang paling penting dalam suatu usaha. karena harus berhadapan langsung dengan konsumen dan melakukan komunikasi secara langsung kepada calon pembeli. pihak penjual harus dapat menjelaskan produk atau jasa yang dijualnya secara benar dan baik sehingga dapat membentuk pemahaman konsumen atas suatu produk. sehingga pihak konsumen pun membelinya.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutipp sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebbkan 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.
© Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Derwil Cell menggunakan strategi promosi *personal selling* untuk melayani konsumen agar dapat menjalin hubungan yang baik dengan konsumen sehingga bisa berlangganan di toko *Derwil Cell*. Dalam melayani konsumen *Derwil Cell* dapat menyesuaikan produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen seperti contoh jika konsumen mengginkan *Handphone* dengan speksifikasi yang mendukung untuk bermain game. maka *Derwil Cell* akan menawarkan produk *Handphone* dengan kapasitas *Ram/Rom* yang besar dengan menawarkan beberapa merek *Handphone* yang sesuai. *Derwil Cell* juga memberikan informasi dan keunggulan dari setiap merek *Handphone* agar konsumen dapat memilih produk *Handphone* yang sesuai dan bisa memenuhi kebutuhan konsumen agar dapat menciptakan loyalitas konsumen melalui pelayanan yang diberikan *Derwil Cell*.

4. *Public Relationship*

Public relation adalah media dalam perusahaan menciptakan citra yang baik dan membangun hubungan dengan publik. *Public relation* akan memberikan informasi-informasi mengenai perusahaan dan produknya terhadap publik. Dalam hal ini. *Derwil Cell* menggunakan media social *Tiktok* dalam mempromosikan citra toko kepada publik. Dengan media *Tiktok Derwil Cell* akan membuat konten menarik tentang me*review Handphone* dan membahas keunggulan keunggulan dari setiap merek *Handphone* ternama seperti *Samsung. Oppo.Vivo.Redmi*.dan *Infinix*.

5. *Direct Marketing*

Direct marketing adalah teknik yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menjalin hubungan kepada konsumen lama atau konsumen baru dengan tujuan memperoleh tanggapan langsung serta menciptakan hubungan jangka panjang dengan para konsumen. Direct marketing memiliki enam area. meliputi: *direct mail. direct selling. direct response. mail order. telemarketing. dan internet marketing.* Dalam menerapkan konsep ini *Derwil Cell* menggunakan *Direct Selling*. Karena *Derwil Cell* merupakan toko fisik penjualan pada toko disampaikan secara langsung atau *direct selling*.

Rencana Organisasi

Derwil Cell merupakan toko ritel yang menjual *Handphone* dan aksesoris *Handphone*. Dalam aspek ini penulis akan menjelaskan proses awal dari pemesanan barang sampai akhirnya barang tersebut terjual. Proses ini dilakukan secara bertahap mulai dari *Derwil Cell* yang melakukan perhitungkan produk apa saja yang harus dibeli lalu dicatat sebelum memesan barang agar mengetahui barang apa saja yang harus diorder kepada distributor hanphone. Tahap selanjutnya dengan memesan barang sesuai dengan barang stok yang ingin di order. Selanjutnya ketika barang sudah sampai ditoko. dilakukan pengecekan barang apakah barang yang dipesan sudah sesuai atau tidak. Jika sudah sesuai maka langkah selanjutnya adalah memasukan ke buku stok lalu *Handphone* tersebut dipajang di dalam etalase toko.

Ketika pembeli datang untuk membeli *Handphone* maka yang akan kita lakukan adalah menjelaskan speksifikasi dan keunggulan dari *Handphone* yang ingin di beli oleh konsumen tersebut. Selanjutnya memberikan harga produk barang. pada saat ini terjadinya proses tawar menawar antara pihak pembeli dengan pihak toko. Ketika sudah mendapatkan harga yang sesuai untuk kedua belah pihak maka pihak toko membuka dan mengeluarkan *Handphone* dari dalam dus atau *box*nya lalu mengsetting *Handphone* dan mengatur tampilan awalnya. Setelah itu adalah proses terakhir yaitu membuat bon penjualan dan menerima hasil dari penjualan *Handphone*.

Keuangan

Hasil analisis *payback period* menunjukkan bahwa *Derwil Cell* diproyeksikan mencapai titik balik dari modal dalam kurun waktu 4 Tahun 3 Bulan 14 Hari. Hal ini menunjukkan secara *break even*, *Derwil Cell* layak untuk dijalankan dengan periode pengembalian kurang dari 5 tahun.

Hasil analisis *nett present value* menunjukkan bahwa *Derwil Cell* diproyeksikan mendapatkan nilai sebesar Rp.18.020.790. Hasil NPV dengan nilai lebih besar dari 0 menunjukkan bahwa usaha *Derwil Cell* layak untuk dijalankan karena mampu menghasilkan arus kas positif secara nilai waktu.

Hasil analisis *profitability indeks* menunjukkan bahwa *Derwil Cell* diproyeksikan mendapatkan nilai sebesar 1.06 Hasil analisis menunjukkan bahwa *Derwil Cell* layak untuk dijalankan karena mampu menghasilkan profit dengan indeks melebihi 1.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip bagian 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.
©Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hasil analisis *Break Even Point* menunjukkan bahwa *Derwil Cell* diproyeksikan mampu mendapatkan nilai BEP per tahun yang berada di bawah nilai penjualan. Hasil BEP menunjukkan bahwa *Derwil Cell* layak untuk dijalankan karena penjualan mampu melebihi biaya – biaya yang ada dengan nilai BEP < nilai penjualan.

Pengendalian Risiko Usaha

1. Nama *Derwil Cell* yang belum dikenal masyarakat

Cara yang digunakan *Derwil Cell* untuk meminimalisirkan resiko ini adalah dengan melakukan promosi dengan memanfaatkan platform media social seperti *Instagram. Facebook*. dan aplikasi yang sedang meningkat pemakaianya yaitu *Tiktok*. Tujuan dari penggunaan media social ini agar dapat meningkatkan citra toko *Derwil Cell* di kalangan masyarakat.

2. Persaingan yang Ketat

Persaingan yang ketat dengan para kompetitor – kompetitor yang merupakan pemain lama dan sudah memiliki banyak langganan tetap. Dengan muncul nya toko *Derwil Cell* yang merupakan toko baru cara yang digunakan untuk mengantisipasi para kompetitor adalah dengan berani memberikan hadiah 1 *unit Handphone* jika sudah melakukan pembelian sebanyak 5 *unit Handphone* di toko Derwill Cell. Tidak hanya itu saja karena pemasok *Derwil Cell* yang kuat harga *Derwil Cell* juga mampu bersaing dari segi harga dengan para kompetitor.

3. Muncul Pesaing Baru

Setiap bisnis pasti memiliki pesaing nya masing masing. seperti halnya toko *Derwil Cell* yang tidak hanya bersaing dengan para kompetitor *offline* tetapi juga harus bersaing dengan toko *online*. Cara yang digunakan *Derwil Cell* dalam mengantisipasi para pendatang *online* adalah dengan menjelaskan tentang kekurangan jika membeli barang secara *online*. memang secara harga toko *online* lebih unggul tetapi secara kualitas belum tentu. Karena dengan membeli barang secara *online* kita tidak dapat melihat fisik barang tersebut dan juga memakan waktu dalam pengiriman barangnya. Berbeda dengan beli di toko langsung yang bisa melihat fisik barangnya dan kualitasnya terjamin karena menjual barang resmi.

4. Handphone Mengalami Kerusakan

Kerusakan *Handphone* bisa terjadi karena kesalahan dari pihak pengguna seperti *Handphone* yang tidak sengaja terbanting dan LCD atau layar *Handphone* pecah. dan jika *Handphone* masuk kedalam air. Jika mengalami kedua kerusakan tersebut maka masa garansi *Handphone* akan *void* dan tidak bisa di *claim* garansi.*Handphone* bisa di *claim* garansi jika mengalami kerusakan seperti jika perangkat lunak *Handphone* seperti *software*nya bermasalah atau jika *Handphone* tersebut mengalami mati total tanpa terbentur atau terbanting.

Dalam meminimalisir resiko yang dilakukan *Derwil Cell* adalah membantu pelanggan dalam melakukan *claim* garansi. dengan pihak *Derwil Cell* yang menclaimkan garansinya. Jika masa berlaku garansi *Handphone* sudah lewat 1 tahun maka *Derwil Cell* akan menawarkan jasa reparasi *Handphone* dengan harga yang sesuai kerusakan *Handphone* tersebut.

IV. Daftar Pustaka

Sumber Buku Teks:

Dessler. Gary (2015). *Human Resource Management*. Edisi 16. Harlow: Pearson Education Limited

Heizer. Jay. Barry Render. & Chuck Munson (2017). *Operation Management: Sustainability and Supply Chain Management*. Edisi 12. Global Edition. London: Pearson

Kotler. Phillip. & Keller. K. L. (2016). *Marketing Management : Global Edition*. London: Pearson.

Milani. F. (2019). *Digital business analysis*. *Digital Business Analysis*. Cham: Springer Nature Switzerland.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 IBI KKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI KKG.

Pietersz. Jemmy J.. et al. (2021). *Perpajakan (Teori dan Praktik)*. Edisi 1. Bandung: Widina Media Utama.

Rangkuti. F. (2019). *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Zutter. C. J.. & Smart. S. B. (2021). *Principle of Managerial Finance; Global Edition* (Edisi 14). United Kingdom: Pearson Education Limited.

Sumber Website dan Dokumen dari Website :

Bisniscom. (2015). *Penjualan Smartphone di Indonesia menyentuh 33juta Unit*. Diakses 27 Desember 2021. dari Penjualan *Smartphone* di Indonesia 2015 Sentuh 33 Juta Unit - Ekonomi Bisnis.com

Cordobo. (2009). *Smartphone Sudah Menjadi Kebutuhan Utama di Indonesia.* Diakses 26 Desember 2021. dari Di Indonesia. *Smartphone* Sudah Menjadi Kebutuhan Utama : Okezone techno

Databoks. (2020). *Pengunaan Smartphone di Indonesia Mencapai 89% Populasi*. Dakses 26 Desember 2021. dari Pengguna *Smartphone* diperkirakan Mencapai 89% Populasi pada 2025 | Databoks (katadata.co.id)

Jurnalid. (2021). *Metode Penghitungan Garis Lurus (Straight Line Method)*. Diakses 3Januari 2022. Dari Cara Menghitung Biaya Juga Metode Penyusutan Atau Depresiasi Adalah? (jurnal.id)

Kompas. (2021). *Pasar Smartphone Indonesia ternyata Naik di Tengah Pandemi.* Diakses 3 Desember 2021. dari Pasar *Smartphone* Indonesia Ternyata Naik di Tengah Pandemi Halaman all - Kompas.com

Liputan6. (2020). *Kemendag Cabut Izin Pelaku Usaha yang Langgar Aturan IMEI Ponsel*. Diakses 1 Januari 2022. dari Kemendag Cabut Izin Pelaku Usaha yang Langgar Aturan *IMEI* Ponsel - Bisnis Liputan6.com

OJK. (2021). *Statistik Perbankan Indonesia.* Diakses 3 Januari 2022. dari Statistik Perbankan Indonesia (ojk.go.id)

Said. A. A. (2021). *Kemenkeu Ramal Kenaikan Tarif PPN 11% Tak Ganggu Pemulihan Ekonomi*. Diambil 3 Januari 2022.dari https://katadata.co.id/yuliawati/finansial/6165bc12621bc/kemenkeu-ramal-kenaikan-tarif-ppn-11-tak-ganggu-pemulihan-ekonomi)

Selularid. (2021). *Grafik Penggunaan Handphone di Indonesia*. Diakses 1 Januari 2022. dari Pentingnya Ekosistem Device di Industri *Smartphone* Menurut MASTEL (selular.id)

Sumber Undang – Undang:

Republik Indonesia. 2008. *Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro. Kecil. Dan Menengah*. Sekertariat Negara. Jakarta

Republik Indonesia. 2016. *Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2016 Tentang Tunjangan Hari Raya Keagamaan Bagi Pekerja/Buruh di Perusahaan*. Sekertariat Negara. Jakarta

Republik Indonesia. 2021.*Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan*. Sekertariat Negara. Jakarta

Republik Indonesia. 2021. *Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 561 Tahun 2021 Tentang UMR Bekasi. Sekertariat Negara. Jakarta*

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.