



Rencana Bisnis

Pengembangan Bisnis Toko Peralatan Listrik

“Makmur Jaya”

Stanley Vaughansent

Drs. Wiwin Prastio, M.M

Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie,
Jalan Yos Sudarso Kav. 87, Sunter – Jakarta Utara 14350

ABSTRAK

Toko peralatan listrik “Makmur Jaya” memiliki “Visi” yaitu menjadi toko peralatan listrik yang terdepan dalam penyediaan alat alat listrik di rumah, perkantoran, lapak bisnis dan ruangan yang membutuhkan keindahan dan kenyamanan dalam penerangannya. Misi toko peralatan listrik “Makmur Jaya” adalah mampu beradaptasi dengan perkembangan jaman, dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen, dapat terus berproses secara kreatif dan inovatif dan menjadi toko peralatan listrik yang selalu terbuka dengan segala peluang perkembangan.

Dalam menghadapi persaingan toko peralatan listrik “Makmur Jaya” akan menambahkan nilai lebih terhadap pelayanannya. Persaingan harga tidak dapat dihindari, toko “Makmur Jaya” akan selalu terus belajar dan berproses menjadi lebih baik. Kebutuhan tenaga kerja toko peralatan listrik “Makmur Jaya” dalam pengembangannya membutuhkan satu staf marketing dan satu staf operasional, dibantu oleh pengembang dan pemilik usaha.

Investasi awal yang dibutuhkan oleh toko peralatan listrik “Makmur Jaya” adalah Rp 1.289.409.662,00 berupa biaya peralatan, perlengkapan, pemasaran, bahan baku dan kas. Investasi didukung oleh Keluarga inti pengembang usaha. Analisis kelayakan suatu bisnis menilai apakah bisnis tersebut layak atau tidak untuk di-investasikan.

Analisis kelayakan usaha yang digunakan yaitu, Payback Period yang diperoleh 1 tahun 7 bulan 6 hari dengan batas maksimal 5 tahun, Net Present Value yang diperoleh nilai positif Rp 577.169.853,00 dan Profitability Index yang diperoleh sebesar 11,61 bernilai lebih besar dari 1. Break Even Point yang diperoleh dari masing-masing tahun selama periode 5 tahun didapatkan angka positif.

Kata Kunci: Toko peralatan listrik “Makmur Jaya”

© 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 mengutip 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.



ABSTRACT

The electrical equipment shop "Makmur Jaya" has a "vision" which is to become a leading electrical equipment shop in the supply of electrical equipment in homes, offices, business stalls and rooms that require beauty and comfort in lighting. The mission of the electrical equipment store "Makmur Jaya" is to be able to adapt to the times, be able to provide convenience to consumers, be able to continue to process creatively and innovatively and become an electrical equipment store that is always open to all development opportunities.

In the face of competition, the "Makmur Jaya" electrical equipment store will add more value to its services. Price competition is unavoidable, the "Makmur Jaya" store will always continue to learn and process to be better. The need for labor for the electrical equipment shop "Makmur Jaya" in its development requires one marketing staff and one operational staff, assisted by developers and business owners.

The initial investment required by the electrical equipment shop "Makmur Jaya" is IDR 1.289.409.662, in the form of equipment, supplies, marketing, raw materials and cash costs. Investment is supported by the core family of business developers. Feasibility analysis of a business assesses whether the business is feasible or not to invest.

The business feasibility analysis used is, the Payback Period obtained is 1 year 7 month 6 days with a maximum limit of 5 years, the Net Present Value obtained is a positive value of Rp. 577.169.853,00. And the Profitability Index obtained is 11,51, which is greater than 1 The Break Even Point obtained from each year during the 5 year period is positive.

Keywords: Electrical equipment shop "Makmur Jaya"

Pendahuluan

Toko Peralatan Listrik "Makmur Jaya" adalah toko yang menjual macam macam jenis peralatan listrik dasar seperti MCB, Saklar, Stopkontak, kabel, lampu, antena dan lain lain. Usaha ini dikembangkan bertujuan untuk mencakup lebih banyak konsumen sekaligus mengedukasi masyarakat lewat pesan yang edukatif dan informatif

Visi Toko Peralatan listrik "Makmur Jaya" adalah Menjadi toko peralatan listrik yang terdepan dalam penyediaan alat alat listrik di rumah, perkantoran, lapak bisnis dan ruangan yang membutuhkan keindahan dan kenyamanan dalam penerangannya.

Misi Toko Peralatan listrik "Makmur Jaya" adalah sebagai berikut.

- Menjadi toko peralatan listrik yang mampu beradaptasi dengan perkembangan jaman
- Menjadi toko peralatan listrik yang mampu memberikan kenyamanan bagi konsumennya
- Menjadi toko peralatan listrik yang terus beproses baik itu proses kreatif maupun proses inovatif dalam pengembangan produknya
- Menjadi toko peralatan listrik yang terbuka dengan semua peluang pengembangan usaha baru.

Besarnya peluang potensi berkembangnya Toko Peralatan Listrik "Makmur Jaya" berpotensi baik dikarenakan peralatan listrik merupakan sebuah kebutuhan di era sekarang ditambah lagi dengan banyaknya pembangunan yang terjadi sehingga dapat menciptakan peluang.

Berikut besarnya biaya yang dibutuhkan:

- | | |
|-----------------------|--------------------|
| a. Kas Awal | : Rp 10.000.000 |
| b. Persediaan | : Rp800.925.562,36 |
| c. Biaya Peralatan | : Rp 44.377.600 |
| d. Biaya Perlengkapan | : Rp 3.457.100 |
| e. Biaya Marketing | : Rp 31.250.000 |
| f. Total | : Rp 1.289.409.662 |



Rencana Produk, Kebutuhan Operasional, dan Manajemen

Proses operasional Toko Peralatan Listrik “Makmur Jaya” memiliki umur ekonomis yang panjang tergantung permintaan dan penawaran yang ada di pasar.

1. Rencana Alur produk Toko Peralatan Listrik “Makmur Jaya”:

- a. Tahap pertama, calon pelanggan melakukan interaksi dengan penjual untuk membuat pesanan
- b. Tahap kedua, calon pelanggan telah mendapat info ketersediaan produk pesanan, dan di tunjukan seperti apa rupa barang dan kualitas barang.
- c. Tahap ketiga, calon pelanggan dan penjual melakukan transaksi bersama
- d. Tahap keempat, bila dalam kuantiti besar akan dikirimkan dengan bantuan logistik, jika kuantiti kecil akan langsung dibawa pulang konsumen
- e. Tahap kelima, tim operasional akan mengecek apakah barang sudah lengkap dan layak dipakai oleh konsumen. Jika sudah maka transaksi selesai barang diserahkan

2. Rencana alur dan penggunaan bahan persediaan sebagai berikut:

- a. Manager memastikan produk yang dijual dan sisa stock tercatat dengan baik oleh karyawan administrasi dan operasional
- b. Daftar barang yang persediaanya menipis, akan ditindak lanjuti dengan penambahan stock baru
- c. Pesanan ditujukan kepada pemasok. Sesuai dengan kebutuhan
- d. Konfirmasi jawaban pemasok ditunggu paling lambat 1 hari, bila tidak maka akan menggunakan alternatif dari pemasok lain
- e. Bila produk yang dipesan telah dikonfirmasi, jadwal pengiriman akan diterima dan diawasi oleh manajer.
- f. Setelah semua produk persediaan diterima dengan baik, produk siap dijual kembali.

3. Peralatan dan teknologi yang dipergunakan adalah:

- a. WI-FI
Perangkat yang digunakan untuk menunjang kegiatan yang membutuhkan akses media sosial, atau kinerja lainnya bagi pelanggan dan kebutuhan operasional lainnya.
- b. Peralatan Operasional
Peralatan yang dipergunakan ialah smartphone, printer, mesin kasir, laptop, dan lainnya.

Strategi Bisnis

A. STP (Segmentation, Targeting, Positioning) dan Marketing Mix

1. Segmentasi

- a. Segmentasi Geografis
Toko Peralatan Listrik Makmur Jaya Terletak di Gedung Plaza Kenari Mas, Jakarta Pusat.
- b. Segmentasi Demografis
Toko Peralatan Listrik Makmur Jaya berfokus pada calon Pembeli berjenis kelamin laki-laki, berpenghasilan, dan umumnya diatas 25 tahun.
- c. Segmentasi Psikografis
Toko Peralatan Listrik Makmur Jaya mengincar orang yang up to date dengan social media, dan aware dengan estetika pencahayaan. Tentunya juga orang-orang yang butuh akan kehadiran peralatan listrik tersebut sebagai penunjang aktivitas

2. Targeting

- a. Seluruh masyarakat Indonesia fokusnya di daerah-daerah yang ingin jadi kota baru
- b. Dapat menerapkan misi toko “Makmur Jaya”
- c. Memiliki pendapatan
- d. Aware dengan pencahayaan
- e. Orang yang merasa butuh akan peralatan listrik

3. Positioning



Toko peralatan listrik “Makmur Jaya menempatkan dirinya sebagai brand yang memiliki estetika untuk masyarakat. Estetika berupa setiap barang yang dijual memiliki nilai lebih, contohnya barang barang peralatan listrik bisa dikemas secara KREATIF sehingga memberikan nilai lebih terhadap konsumen yang membeli

4. Harga, saluran Distribusi, Promosi

Penetapan harga yang digunakan toko peralatan listrik “Makmur Jaya” berdasar basis *Competition Based Pricing*. Berlokasi di plaza kenari mas, Jakarta Pusat. Saluran distribusi yang dipergunakan ialah *zero level/direct marketing channel* karena produk yang dituju langsung kepada konsumen akhir. Promosi yang digunakan menyasar pada pemanfaatan sosial media dan pihak ketiga seperti tokopedia ads, facebook ads, mencetak kartu nama, dilakukan agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan lebih berintegritas dalam berbisnis.

B. Rencana Organisasi

Toko Peralatan Listrik “Makmur Jaya” memerlukan empat tenaga kerja untuk menjalankan operasional toko yang terdiri dari satu admin operasional, satu admin pemasaran, satu pengembang, satu manajer. Gaji pokok manager sebesar 6.000.000, pengembang 5.600.000, dan 1 admin marketing dan operasional sebesar 4.600.000. selain itu jumlah THR adalah 1 kali gaji setiap jabatan.

C. Rencana Keuangan

Sumber dana berasal dari modal orang tua sebesar Rp. 1.289.409.662 Penggunaan dana terdiri dari Persediaan(stock) Rp800.925.562,36. Perlengkapan Rp 3.457.100, Peralatan Rp 44.377.600, Marketing Rp 31.250.000 Kas Awal Rp. 10.000.000.

Proyeksi penjualan pada tahun 2023 adalah sebesar Rp1.144.179.374,80 Payback Period (PP), toko peralatan listrik “Makmur Jaya” akan mencapai titik balik modal dalam jangka waktu 1 tahun 7 bulan 6 hari. Net Present Value (NPV), toko peralatan listrik “Makmur Jaya” mendapat nilai Rp 577.169.853. Profitability Index (PI), toko peralatan listrik “Makmur Jaya” mendapatkan nilai PI sebesar 1,61. Break Even Point (BEP), menunjukkan bahwa toko peralatan listrik “Makmur Jaya” adalah usaha yang layak dijalankan karena hasil penjualan yang lebih besar daripada nilai BEP selama 4 atau 5 tahun terakhir.

D. Pengendalian Resiko

1. Pemain besar yang membanting harga

Toko peralatan listrik “makmur jaya” tentunya akan mencoba mencari tau lewat supplier dulu apakah boleh membanting harga yang ada di pasaran, selain itu langkah pertama kami adalah bukan fokus pada harganya melainkan pada pelayanannya sehingga barang tersebut tetap worth it untuk dibeli.

2. Teknologi yang terus berkembang

Dalam hal teknologi sebenarnya penulis sangat mendukung perkembangan, oleh sebab itu dalam menghadapinya kita hanya bisa beradaptasi saja dengan perkembangan tapi dengan tetap mempertahankan apa yang melekat terhadap brand identitas yang dimiliki.

3. Keadaan ekonomi yang tidak stabil

Dalam menghadapi ini, toko peralatan listrik “Makmur Jaya” tentunya akan membuat perencanaan keuangan yang menekan biaya. Tentunya dengan pertimbangan efektivitas dan efisiensi dari penekanan tersebut. Selain itu juga kami akan menyiapkan dana darurat untuk toko, sehingga bisa survive jika kondisi ekonomi drop kembali.

4. Pemasok yang tidak konsisten

Bearti pemasok yang suka memainkan harga, oleh sebab itu langkah kedepannya kami ingin lebih profesional dalam pengambilan stock dan perjalanan kerjasama. Supplier yang profesional pasti mengerti akan hal ini. Tentunya sambil mencari supplier baru yang lebih murah harganya tapi kualitasnya sama. (diutamakan dari pabrik langsung)

5. Pesaing baru

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.



Setiap bisnis tidak dapat menghentikan persaingan yang muncul, penulis hanya fokus pada pembenahan usaha yang terus menerus sehingga masyarakat (konsumen) tetap setia kepada toko peralatan listrik “Makmur Jaya”.

6. SDM yang tidak kompeten

Dalam menangani SDM yang kurang kompeten perlu diadakan pelatihan terhadap mereka, selain pelatihan toko peralatan listrik makmur jaya akan menerapkan sistem reward dan punishment atas pekerjaan yang mereka lakukan.

7. Kualitas produk yang menurun

Kualitas yang menurun biasanya terjadi karena penyusutan dari nilai suatu barang atau barang terlalu lama di gudang. Caranya agar tetap menjaga kualitasnya yaitu mengatur sistem stock yang lebih efektif dan mengadakan sistem marketing yang berfokus pada produk tersebut sehingga produk itu cepat keluar dan tidak tertahan di toko.

© 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

Sumber buku:

- Assauri, S. (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Budi Harsanto. (2017a). Dasar Ilmu Manajemen Operasi (1st ed.). Unpad Press.
- David, Fred R. Forest R. David (2017), Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases, Edisi 16, Global Edition, Malaysia: Pearson Education.
- Gary Dessler. (2017a). Human Resource Management (15th ed.). Pearson Education.
- Heizer, Jay, Barry Render, & Chuck Munson (2017), Operation Management: Sustainability and Supply Chain Management, Edisi 12, Global Edition, London: Pearson.
- Kotler, Philip, Gary Armstrong (2018), *Principles of Marketing*, Edisi 17, Global Edition, Italy: Pearson Education.
- Keller dan Kotler (2016), *Marketing Management*, Edisi 15e, Global Edition, USA : Pearson
- Kotler, Philip., Gary Armstrong (2017), Principles of Marketing, Edisi 17, Global Edition, USA: Pearson Education.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). Management, Edisi 14, United States: Pearson Education.
- Zutter, C. ., & Smart, S. B. (2021), Principle of Managerial Finance, Edisi 14, Global Edition, United Kingdom: Pearson Education Limited.

Sumber Web:

- <https://data.boks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/08/ekonomi-dki-jakarta-tumbuh-243-pada-kuartal-iii-2021#:~:text=Sementara%20perekonomian%20Jakarta%20yang%20diukur,triliun%20pada%20kuartal%20III%2D2021.>
- <https://www.ekrut.com/media/payback-period-adalah>
- <https://www.bca.co.id/en/Individu/produk/simpanan/Tahapan-Gold>

Sumber Undang-Undang:

- Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Pengertian Usaha Mikro, Kecil, Menengah*. Lembaga Negara RI Tahun 2008, Sekretariat Negara. Jakarta.
- Republik Indonesia. 2003. *Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan*. Lembaga Negara RI Tahun 2003, Sekretariat Negara. Jakarta.
- Republik Indonesia. 1994. *Peraturan Menteri Tenaga Kerja R.I NO.PER-04/MEN/1994 Tentang Tunjangan Hari Raya Keagamaan Bagi Pekerja Diperusahaan*. Lembaga Negara RI Tahun 1994, Sekretariat Negara. Jakarta.