

# RENCANA BISNIS USAHA PERLENGKAPAN MODIFIKASI “ EIGHTY EIGHT GARAGE “

Oleh:

Nama : Briant Brasali

NIM : 74180406

RENCANA BISNIS

Diajukan sebagai salah satu syarat

Memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program studi Administrasi Bisnis

Konsentrasi Bisnis Internasional



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**AGUSTUS 2022**

© 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**

# RENCANA BISNIS USAHA PERLENGKAPAN MODIFIKASI “ EIGHTY EIGHT GARAGE “

Oleh:

Nama : Briant Brasali

NIM : 74180406

RENCANA BISNIS

Diajukan sebagai salah satu syarat

Memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program studi Administrasi Bisnis

Konsentrasi Bisnis Internasional



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**AGUSTUS 2022**

© 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**

## PENGESAHAN

# **RENCANA BISNIS USAHA PERLENGKAPAN MODIFIKASI “ EIGHTY EIGHT GARAGE ”**

## **DI KELAPA GADING, JAKARTA UTARA**

**Diajukan Oleh**

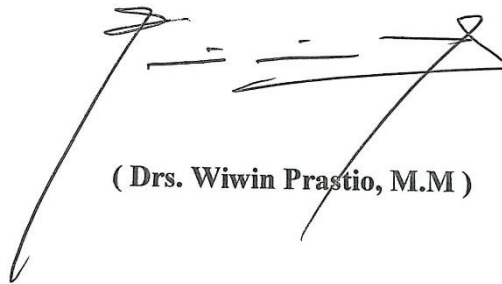
**Nama : Briant Brasali**

**NIM : 74180406**

Jakarta, 17 Agustus 2022

Disetujui Oleh :

Pembimbing



**( Drs. Wiwin Prastio, M.M )**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**AGUSTUS 2022**



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.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkatnya penulis bisa menyusun dan menyelesaikan perencanaan bisnis ini dengan baik. Perencanaan bisnis ini dibuat dalam rangka memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis dengan program Studi Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penulis menyadari perencanaan bisnis ini tidak dapat diselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih untuk semua pihak yang telah ikut beeran dalam penyelesaian skripsi ini. Dalam hal ini penulis secara khusus ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Drs. Wiwin Prastio, M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan masukan serta meluangkan waktu untuk membimbing dan membantu penulis dengan sabar dan teliti dalam pembuatan perencanaan bisnis ini.
2. Untuk seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar dan memberikan ilmu pengetahuan yang berguna bagi penulis sejak dari awal semester sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan Strata 1.
3. Seluruh staf peustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu penulis mencari sumber-sumber penulisan untuk perencanaan bisnis ini.
4. Untuk seluruh keluarga yang penulis sayangi yang telah ikut mendoakan dan memberikan semangat dan motivasi bagi penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian perencanaan bisnis ini.
5. Untuk sahabat-sahabat terbaik yang selalu setia menemani dan bersama dengan penulis selama perkuliahan maupun diluar perkuliahan yaitu Marleen, Ineke Valinia, Cathlin, Bryan Djon, Danish, Triardo, Edo Fernando, Junio Montero, Alif dan yang selalu membantu penulis dari awal semester, yang selalu mendoakan, memberikan semangat, membawa keceriaan serta motivasi dalam pembuatan perencanaan bisnis.
6. Untuk semua pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu penulis dalam proses pencarian informasi dan penyelesaian perencanaan bisnis.

Penulis juga berharap diberikannya saran dan kritik yang membangun untuk perencanaan bisnis ini karena perencanaan bisnis ini tidaklah sempurna dan masih banyak kekurangan. Karena dengan saran dan kritik dapat membawa penulis ke arah yang lebih baik sehingga apa yang penulis buat dapat berguna bagi orang lain. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih atas perhatiannya.

Jakarta, Agustus 2022

Penulis,

Briant Brasali

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Hak Cipta Dilindungi 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.



## ABSTRAK

Briant Brasali/ 74180406/ 2022/ Rencana Pendirian Usaha *Eighty Eight Garage*, Jakarta Utara/Pembimbing Drs. Wiwin Prastio, M.M.

Rencana bisnis *Eighty Eight Garage* bermula dari hobi di bidang otomotif, sangat kental di kehidupan penulis dari sering memodifikasi mobil pribadi, ke bengkel dan berteman dengan pemilik bengkel kemudian bertemu dengan orang yang memiliki hobi yang sama. penulis berkeinginan membuka usaha dibidang otomotif dengan menjual parts modifikasi via social media, dan online shop lalu menjadikan mobil pribadi menjadi demo car, karena saat ini pasar otomotif khususnya modifikasi paling diminati. Penulis juga sudah mendapatkan koneksi untuk mendapatkan semua parts modifikasi yang di inginkan oleh para peminat.

*Eighty Eight Garage* memiliki visi yakni “Mewujudkan dan Menyediakan jasa dan barang bagi konsumen yang ingin modifikasi kendaraannya dengan harga yang terjangkau dan barang yang berkualitas”. Misi dari *Eighty Eight Garage* ialah Menjadikan usaha ini di percaya oleh konsumen. Memberikan solusi untuk konsumen membeli barang modifikasi. Memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen dengan baik. Memberikan harga yang terjangkau dengan barang yang bagus

Analisis Pesaing yang digunakan yakni Analisis PESTLE, Lima Kekuatan Persaingan Model Porter, Analisis Faktor-Faktor Kunci Sukses, dan Analisis Eksternal & Internal dengan Analisis SWOT. Perencanaan bisnis ini dibuat untuk mengetahui proyeksi persaingan dalam industri otomotif, *Eighty Eight Garage* percaya dengan segmentasi pasar, strategi pemasaran, strategi promosi dan diferensiasi yang dimiliki maka dapat bersaing dengan para pesaing yang ada.

Selain itu, perencanaan bisnis ini dibuat untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, segmentasi, dan menghitung nilai kelayakan bisnis *Eighty Eight Garage*. Dengan nilai Investasi awal sebesar 283.425.000. Berdasarkan dari studi kelayakan, didapatkan payback period dapat dicapai dalam kurun waktu 2 tahun 13 hari, NPV juga lebih besar dari 0, yang berarti NPV positif. Hasil PI *Eighty Eight Garage* sebesar 4.057 lebih besar dari 1,0 , yang berarti PI positif dan usaha layak untuk dijalankan. Penjualan *Eighty Eight Garage* setiap tahunnya lebih besar dari nilai BEP. Untuk itu dapat dikatakan bisnis layak untuk dijalani. Serta dituliskan juga analisis dampak dan resiko usaha *Eighty Eight Garage*

Kata Kunci : Rencana Pendirian Usaha, *Eighty Eight Garage*

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

© Hakipterminika (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



## ABSTRACT

**Briant Brasali/ 74180406/2022/ Plan for Business Establishment of Eighty Eight Garage, North Jakarta/ Supervisor Drs. Wiwin Prastio, M.M.**

*Eighty Eight Garage's business plan started from a hobby in the automotive field, very thick in the life of the author from frequently modifying private cars, to workshops and making friends with workshop owners then meeting people who have similar hobbies. The author wants to open a business in the automotive sector by selling modified parts via social media, and online shops and then making private cars into demo cars, because currently the automotive market, especially modifications, is most in demand. The author has also got the connection to get all the modified parts that the enthusiasts want.*

*Eighty Eight Garage has a vision of "Realizing and Providing services and goods for consumers who want to modify their vehicles at affordable prices and quality goods". The mission of Eighty Eight Garage is to make this business trusted by consumers. Providing solutions for consumers to buy modified goods. Providing the best service for consumers well. Provide affordable prices with good goods*

*Competitor Analysis used is PESTLE Analysis, The Five Competitive Strengths of Porter's Model, Analysis of Key Success Factors, and External & Internal Analysis with SWOT Analysis. This business planning was made to know the projection of competition in the automotive industry, Eighty Eight Garage believes that with market segmentation, marketing strategies, promotional strategies and differentiation owned, it can compete with existing competitors.*

*The production plan can be known from the market survey to the opening of the Eighty Eight Garage service. As well as the product flow plan can find out from the customer coming until the product is completed. The author also makes organizational and human resource plans according to the need for the workforce of Eighty Eight Garage.*

*In addition, this business plan is made to find out the strengths, weaknesses, opportunities, threats, segmentation, and calculate the business feasibility value of Eighty Eight Garage. With an initial investment of IDR 283,425,000. Based on the feasibility study, it is found that the payback period can be achieved within 2 year 13 days, the NPV is also greater than 0, which means the NPV is positive. Eighty Eight Garage's PI result of 4,057 is greater than 1.0, which means the PI is positive and the business is feasible to run. Eighty Eight Garage's annual sales are greater than the BEP value. For this reason, it can be said that the business is feasible to run. And also written an analysis of the impact and risk of Eighty Eight Garage's business*

**Keywords:** Business Establishment Plan, Eighty Eight Garage

1. Dilarang mengutip, memperbanyak, atau menyebarkan isi dan formatika Kwik Kian Gie tanpa izin IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

# DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Ide Bisnis</b> .....	1
<b>1.2 Gambaran Usaha</b> .....	3
<b>1.3 Besarnya Peluang Usaha</b> .....	6
<b>1.4 Kebutuhan Dana</b> .....	6
<b>BAB II</b> .....	8
<b>LATAR BELAKANG PERUSAHAAN</b> .....	8
<b>2.1 Data perusahaan</b> .....	8
<b>2.2 Biodata Pemilik Perusahaan</b> .....	8
<b>2.3 Jenis dan Ukuran Usaha</b> .....	9
<b>BAB III</b> .....	12
<b>ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING</b> .....	12
<b>3.1 Tren dan Pertumbuhan Industri</b> .....	12
<b>3.2 Analisis Pesaing</b> .....	13
<b>3.3 Analisis PESTEL</b> .....	14
<b>3.4 Analisis Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (Five Forces Business Model)</b> .....	15
<b>3.5 Analisis Faktor-Faktor Kunci (CPM)</b> .....	18
<b>3.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT)</b> .....	23
<b>BAB IV</b> .....	31
<b>ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN</b> .....	31
<b>4.1 Produk yang dihasilkan</b> .....	31
<b>4.2 Gambaran Pasar</b> .....	36
<b>4.3 Target Pasar yang Dituju</b> .....	43
<b>4.4 Strategi Pemasaran</b> .....	44
<b>4.5 Strategi Promosi</b> .....	50







<b>BAB V</b> .....	53
<b>RENCANA PRODUKSI DAN KEBUTUHAN OPERASIONAL</b> .....	53
<b>5.1</b> Proses Operasi .....	53
<b>5.2</b> Nama Pemasok .....	54
<b>5.3</b> Deskripsi Rencana Operasi .....	55
<b>5.4</b> Rencana Alur Produk atau Jasa .....	61
<b>5.5</b> Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha .....	62
<b>5.6</b> Layout Bangunan tempat Usaha .....	62
<b>BAB VI</b> .....	65
<b>RENCANA ORGANISASI DAN SUMBER DAYA MANUSIA</b> .....	65
<b>6.1</b> Kebutuhan Jumlah Tenaga Kerja .....	65
<b>6.2</b> Proses Rekrutmen dan Seleksi Tenaga Kerja .....	66
<b>6.3</b> Uraian Kerja .....	67
<b>6.4</b> Spesifikasi dan Kualifikasi jabatan .....	69
<b>6.5</b> Struktur Organisasi Perusahaan .....	71
<b>6.6</b> Kompensasi dan Balas Jasa Karyawan .....	73
<b>BAB VII</b> .....	76
<b>RENCANA KEUANGAN</b> .....	76
<b>7.1</b> Sumber dan Penggunaan Dana .....	76
<b>7.2</b> Biaya Administrasi dan Umum .....	76
<b>7.3</b> Biaya Tenaga Kerja .....	78
<b>7.4</b> Biaya Penyusutan Peralatan .....	78
<b>7.5</b> Biaya Pemeliharaan .....	79
<b>7.6</b> Biaya Utilitas .....	80
<b>7.7</b> Biaya Peralatan dan Perlengkapan .....	82
<b>7.8</b> Proyeksi Keuangan .....	84
<b>7.9</b> Analisis Kelayakan Investasi .....	87
<b>7.10</b> Analisis Kelayakan Usaha .....	91
<b>BAB VIII</b> .....	93
<b>ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA</b> .....	93
<b>8.1</b> Dampak terhadap Masyarakat sekitar .....	93
<b>8.2</b> Dampak terhadap Lingkungan .....	93
<b>8.3</b> Analisis Resiko Usaha .....	94
<b>8.4</b> Antisipasi Resiko Usaha .....	95
<b>BAB IX</b> .....	96
<b>RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI</b> .....	96

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



<b>9.1 Ringkasan Kegiatan Usaha .....</b>	<b>96</b>
<b>9.2 Rekomendasi Visibilitas Usaha.....</b>	<b>98</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>100</b>
<b>Sumber buka teks : .....</b>	<b>100</b>
<b>Sumber Website : .....</b>	<b>101</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>102</b>

**Hal Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hal 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.



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Kebutuhan Dana "Eighty Eight Garage" .....	7
Tabel 3. 1	Analisis PESTEL "Eighty Eight Garage" .....	14
Tabel 3. 2	Competitive Profile "Matrix Eighty Eight Garge" .....	21
Tabel 3. 3	Internal Faktor Analysis Strategy .....	26
Tabel 3. 4	Internal Faktor Analysis Strategy .....	27
Tabel 3. 5	Analisis SWOT MATRIX .....	29
Tabel 4. 1	Ramalan Penjualan "Eighty Eight Garage" Tahun 2022 .....	36
Tabel 4. 2	Harga Jasa "Eighty Eight Garage" .....	37
Tabel 4. 3	Anggaran Penjualan "Eighty Eight Garage" Tahun 2022.....	38
Tabel 4. 4	Anggaran Penjualan "Eighty Eight Garage" Tahun 2023.....	39
Tabel 4. 5	Anggaran Penjualan "Eighty Eight Garage" Tahun 2024.....	40
Tabel 4. 6	Anggaran Penjualan "Eighty Eight Garage" Tahun 2025.....	41
Tabel 4. 7	Anggaran Penjualan "Eighty Eight Garage" Tahun 2026.....	42
Tabel 4. 8	Anggaran Penjualan "Eighty Eight Garage" Tahun 2022 - 2026 ( dalam rupiah ).	42
Tabel 5. 1	Rencana Operasi Pembangunan "Eighty Eight Garage" .....	60
Tabel 5. 2	Kebutuhan Teknology dan Peralatan .....	62
Tabel 6. 1	Rencana Kebutuhan Tenaga Kerja "Eighty Eight Garage" .....	65
Tabel 6. 2	Proyeksi Gaji dan Kompensasi Karyawan Part Time Tahun 2022 ( dalam rupiah )	74

Hak Cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
 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.



Tabel 6. 3 Proyeksi Gaji dan Upah serta Kompensasi Karyawan "Eighty Eight Garage" ( dalam rupiah )	75
Tabel 7. 1 Kebutuhan Dana "Eighty Eight Garage" ( Dalam Rupiah )	76
Tabel 7. 2 Biaya Administrasi dan Umum ( Dalam Rupiah )	77
Tabel 7. 3 Biaya Administrasi dan Umum dalam 5 Tahun Mendatang ( Dalam Rupiah )	77
Tabel 7. 4 Biaya Gaji Tenaga Kerja "Eighty Eight Garage" Tahun 2022	78
Tabel 7. 5 Biaya Penyusutan Peralatan ( Dalam Rupiah )	79
Tabel 7. 6 Biaya Pemeliharaan ( Dalam Rupiah )	79
Tabel 7. 7 Biaya Pemeliharaan 5 Tahun Mendatang ( Dalam Rupiah )	80
Tabel 7. 8 Biaya Listrik ( Dalam Rupiah )	81
Tabel 7. 9 Biaya Listrik 5 Tahun Mendatang ( Dalam Rupiah )	82
Tabel 7. 10 Biaya Perawatan ( Dalam Rupiah )	83
Tabel 7. 11 Biaya Perlengkapan ( Dalam Rupiah )	83
Tabel 7. 12 Biaya Perlengkapan Habis Pakai ( Dalam Rupiah )	84
Tabel 7. 13 Biaya Perlengkapan Habis Pakai 5 Tahun Mendatang ( Dalam Rupiah )	84
Tabel 7. 14 Proyeksi Laporan Laba Rugi "Eighty Eight Garage" Tahun 2022-2026 ( Dalam Rupiah )	85
Tabel 7. 15 Proyeksi Laporan Arus Kas Eighty Eight Garage Tahun 2022-2026 ( Dalam Rupiah )	86
Tabel 7. 16 Proyeksi Laporan Neraca Keuangan "Eighty Eight Garage" Tahun 2022-2026 ( Dalam Rupiah )	87
Tabel 7. 17 Analisis Payback Period "Eighty Eight Garage" ( Dalam Rupiah )	88
Tabel 7. 18 Analisis Net Present Value "Eighty Eight Garage" ( Dalam Rupiah )	89
Tabel 7. 19 Analisis Break Even Point ( Dalam Rupiah )	92

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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 BIKKGS.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKGS.

Tabel 9. 2	Kesimpulan Kelayakan Keuangan.....	98
------------	------------------------------------	----

**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.



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	1 Penjualan Kendaraan Mobil Tahun 2021.....	2
Gambar 1	2 Logo Usaha "Eighty Eight Garage" .....	5
Gambar 3	1 Lima Kekuatan Persaingan Model Porter .....	16
Gambar 3	2 SWOT Quardran "Eighty Eight Garage" .....	28
Gambar 4	1 Contoh Barang yang di jual "Eighty Eight Garage" .....	33
Gambar 4	2 Contoh Barang yang di jual "Eighty Eight Garage" .....	34
Gambar 4	3 Logo Perusahaan.....	35
Gambar 4	4 Saluran Distribusi "Eighty Eight Garage".....	50
Gambar 5	1 Proses Operasi "Eighty Eight Garage".....	53
Gambar 5	2 Rencana Alur Proses Jasa dan Pemesanan Produk "Eighty Eight Garage" .....	61
Gambar 5	3 Lay Out Bangunan Tempat Usaha .....	63
Gambar 6	1 Proses Rekrutment Tenaga Kerja "Eighty Eight Garage" .....	67
Gambar 6	2 Standar Organisasi "Eighty Eight Garage" .....	73

© Hak Cipta milik IBIKKG, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



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

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Respon Kuisisioner Competitive Profile Matrix .....	102
Lampiran 2 - Respon Kuisisioner Analisis SWOT .....	104
Lampiran 3 - Hasil Turnitin .....	110

Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Ditangguhkan pengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
    - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
  - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## BAB I

### PENDAHULUAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### 1.1 Ide Bisnis

Ide bisnis ini berawal dari hobi di bidang otomotif, sangat kental di kehidupan sehari-hari dari sering memodifikasi mobil pribadi, ke workshop / bengkel dan dekat dengan pemilik bengkel yang didatangi dan bertemu dengan orang-orang yang memiliki hobi yang sama.

Orang-orang banyak menanyakan barang / parts modifikasi yang digunakan pada kendaraan mobil penulis melalui social media, contest mobil dan pada pertemuan sesama penggemar otomotif.

Mulai dari sini penulis berkeinginan membuka usaha dibidang otomotif dengan cara menjual *parts* modifikasi via *social media*, online shop, dll dan menjadikan mobil pribadi menjadi demo car, karena melihat pasar otomotif khususnya modifikasi sangat diminati saat ini. Penulis juga sudah mendapatkan koneksi / jalur untuk mendapatkan semua barang / parts modifikasi yang di inginkan orang – orang dan membuka usaha sesuai hobi yang diminati hal yang menyenangkan.

Bisnis ini juga tidak memerlukan dana yang banyak karena sistem dari bisnis ini adalah jasa / *dropshipper*. Penulis hanya menjadi penyedia barang yang diinginkan oleh konsumen lalu mengambil barang ke bengkel yang bekerja sama dengan Eighty Eight garage.

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.





Pemilihan nama *Eighty Eight Garage* karena dari penulis yang menyukai

angka delapan dan menurut penulis angka delapan itu memiliki arti keberuntungan.

Kenapa dinamakan *Eighty Eight* juga karena mobil yang dimiliki penulis memiliki angka ( 88 ) di bagian plat No yang menjadikan ciri khas untuk dikenal di kalangan orang – orang pecinta otomotif.

Pertumbuhan industri di bidang otomotif di DKI Jakarta saat ini sedang naik dengan banyaknya masyarakat membeli kendaraan baru. Hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah penjualan kendaraan mobil pada tahun lalu mengalami peningkatan yang cukup tinggi :

Gambar 1. 1

Penjualan Kendaraan Mobil Tahun 2021

Historical Brand Sales														
BRAND	Aug-20	Sep-20	Oct-20	Nov-20	Des-20	Jan-21	Feb-21	Mar-21	Apr-21	Mei-21	Jun-21	Jul-21	Aug-21	YTD 2021 Total
TOYOTA	8,675	13,150	16,345	15,361	18,687	16,033	15,144	26,258	23,301	18,167	23,271	21,763	29,898	173,835
DAIHATSU	6,651	11,204	8,289	6,772	6,481	8,993	9,412	16,770	15,861	8,310	15,481	9,248	14,408	98,483
MITSUBISHI MOTORS	3,208	4,230	5,315	6,693	6,964	6,765	4,887	10,102	10,953	8,437	6,793	10,927	10,434	69,298
HONDA	3,041	5,856	7,732	8,448	7,447	7,231	6,812	11,350	8,474	5,832	8,782	9,030	7,337	64,848
SUZUKI	3,501	6,246	5,143	8,217	7,868	6,400	4,600	8,669	8,100	5,341	8,965	6,274	10,021	58,370
MITSUBISHI FUSO	1,659	2,400	1,803	2,050	2,260	2,343	2,680	2,986	2,867	1,723	1,484	2,526	3,286	19,895
ISUZU	1,312	1,314	1,634	2,103	1,786	1,756	1,833	2,359	2,357	1,752	2,017	1,826	2,285	16,185
WULING	365	511	637	825	2,135	808	534	2,338	2,511	2,515	2,267	2,037	1,530	14,540
HINO	812	1,030	894	1,596	1,692	1,235	1,443	1,713	1,764	970	1,520	1,327	1,885	11,857
MAZDA	240	198	114	404	323	266	293	439	558	153	230	82	413	2,434
KIA	72	59	62	101	110	22	368	410	415	301	261	222	201	2,200
DFSK	198	200	233	195	303	194	292	221	365	218	216	213	203	1,922
HYUNDAI	35	64	104	97	105	125	174	251	306	188	291	247	231	1,813
BMW	177	196	171	218	206	181	211	218	238	218	175	111	202	1,554
MERCEDES BENZ PC	142	212	117	306	0	195	185	214	230	206	177	98	157	1,462
NISSAN	6,822	1,421	37	43	30	100	20	85	70	113	318	305	375	1,386
MERCEDES BENZ G	70	19	16	62	118	14	62	143	38	26	113	129	173	698
MORRIS GARAGE	0	0	0	0	377	46	36	100	213	87	108	47	31	668
LEXUS	67	84	74	118	54	14	94	100	106	86	116	63	80	659
MINI	45	49	41	32	42	46	50	51	68	64	58	25	67	429
OTHERS	169	111	257	193	141	142	72	138	113	105	77	139	205	991
GRAND TOTAL	37,277	48,554	49,018	53,834	57,129	52,909	49,202	84,915	78,908	54,815	72,720	66,639	83,422	543,527

Sumber : [https://www.oto.com/Jul2021:AngkaDanAnalisisPenjualanMobilDiIndonesia\(ziqwheels.co.id\)](https://www.oto.com/Jul2021:AngkaDanAnalisisPenjualanMobilDiIndonesia(ziqwheels.co.id))



## 1.2 Gambaran Usaha

### a) Tujuan dan Bidang Usaha

Tujuan dari membuka bisnis diperlukan agar usaha yang dijalankan memiliki target yang akan dicapai di masa yang akan datang. Tujuan penulis untuk membuat rencana bisnis Eighty Eight Garage ini karena penulis mempunyai hobi dengan bidang otomotif dan ingin membuka usaha kecil milik sendiri di bidang otomotif khususnya modifikasi, tujuan dari usaha ini agar bisa membantu para pemilik mobil yang ingin membeli / mencari barang – barang modifikasi untuk mobilnya dengan mudah, cepat dan dengan harga yang cukup terjangkau. Eighty Eight Garage juga memberikan penjelasan dan memberikan layanan yang baik agar konsumen puas. Dan tujuan akhir dari membuat usaha ini untuk memperoleh keuntungan.

Bidang usaha Eighty Eight Garage ini adalah usaha otomotif berbasis online, dan tidak memerlukan tempat usaha karena semua barang dan pemasangan akan dilakukan di bengkel / workshop rekanan. Jadi usaha ini bisa dimulai dari rumah pribadi.

### b) Visi dan Misi Usaha

#### 1) Visi

Menurut Fred R. David (2017 : 158), “A vision statement should answer the basic question, “*What do we want to become?*”. *A clear vision provides the foundation for developing a comprehensive mission statement*”. Yang artinya adalah pernyataan yang harus mampu menjawab pertanyaan dasar seperti “ kita ingin menjadi seperti apa ? .Pernyataan visi harus singkat, lebih baik satu kalimat, dan harus memiliki input dari sebanyak mungkin manajer untuk mengembangkan pernyataan visi tersebut.



Visi dari *Eighty Eight Garage* ini adalah “ Mewujudkan dan Menyediakan jasa

dan barang bagi konsumen yang ingin modifikasi kendaraannya dengan harga yang terjangkau dan barang yang berkualitas”

#### b) Misi

Menurut Fred R. David (2017 : 160), “*The mission statement is declaration of an organization’s “reason for being”. It answers the pivotal question “What is our business?”. A clear mission statement is essential for effectively establishing objectives and formulating strategies*”. Yang artinya adalah pernyataan misi menjawab pertanyaan paling penting yaitu “ apakah bisnis kita? Misi dari *Eighty Eight Garage* adalah :

- a) Menjadikan usaha ini di percaya oleh konsumen
- b) Memberikan solusi untuk konsumen membeli barang modifikasi
- c) Memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen dengan baik
- d) Memberikan harga yang terjangkau dengan barang yang bagus

#### c) Logo Usaha

Logo adalah sebuah tanda yang secara tidak langsung menjual, tetapi memberi suatu identitas yang pada akhirnya sebagai alat pemasaran yang signifikan, bahwa logo mampu membantu membedakan suatu produk atau jasa dari kompetitornya. Logo memberikan identitas sebuah perusahaan yang dapat membedakan suatu produk dari kompetitornya. Logo yang sesuai dengan identitas perusahaan dapat mewujudkan citra positif di mata konsumen karena dapat menyampaikan maksud yang berusaha disampaikan oleh perusahaan. Berikut adalah gambar logo usaha dari *Eighty Eight Garage* :

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.



Gambar 1. 2

Logo Usaha "Eighty Eight Garage"



Sumber : Eighty Eight Garage

©

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.

d) Tujuan Usaha

Tujuan usaha merupakan sesuatu yang akan dicapai oleh suatu usaha. Dalam mendirikan usaha, setiap pebisnis pasti memiliki tujuannya, maka dari itu tujuan merupakan hal yang penting sebelum seseorang memutuskan untuk membangun sebuah bisnis. Eighty Eight Garage memiliki tujuan sebagai berikut :

1) Jangka Pendek

- a) Memenuhi kebutuhan / keinginan konsumen
- b) Mendapatkan profit
- c) Mempromosikan usaha

2) Jangka Panjang

- a) Membuat usaha ini lebih dikenal
- b) Menjadikan passive income
- c) Memperluas usaha agar memiliki peluang usaha yang lain di bidang otomotif



### 1.3 Besarnya Peluang Usaha

Peluang bisnis di bidang otomotif khususnya modifikasi saat ini sangat baik dan meningkat, walaupun dimasa pandemi saat ini masyarakat masih banyak yang membeli kendaraan khususnya mobil dampak dari adanya kebijakan pemerintah yaitu PPnBM yang membuat harga mobil menjadi lebih murah membuat masyarakat menggunakan kesempatan ini untuk membeli mobil. Sebagian orang juga membeli mobil karena jenuh dengan adanya pandemi ini yang membuat mereka tidak bisa kemana – mana. Dampak ini juga yang membuat peluang bisnis di industri modifikasi juga maju dan bertumbuh dengan cepat.

Ketua MPR RI sekaligus Ketua Umum Ikatan Motor Indonesia ( IMI ) mengatakan industri modifikasi otomotif diperkirakan dapat berkembang dengan baik seiring dengan peningkatan minat serta kecenderungan kaum muda untuk memodifikasi kendaraan. 80 persen anak muda pada saat ini memilih mobil yang tidak standar atau dengan kata lain melakukan modifikasi kendaraan yang baru dibeli.

Sumber : [Industri modifikasi otomotif punya potensi untuk bertumbuh \(antaranews.com\)](https://www.antaranews.com)

Hal ini yang mendorong usaha industri modifikasi bisa bertumbuh saat ini dan memungkinkan mendapatkan profit yang stabil.

### 1.4 Kebutuhan Dana

Dalam menjalankan suatu bisnis, diperlukan investasi awal untuk membangun usaha tersebut. Sumber pendanaan *Eighty Eight Garage* berasal dari penulis sendiri yang di dapat dari orang tua penulis dan tabungan yang dimiliki penulis. Kebutuhan dana / investasi untuk usaha *Eighty Eight Garage* diperlukan untuk membayar biaya – biaya kebutuhan yang diperlukan oleh *Eighty Eight Garage*. Berikut penggunaan dana yang akan dijabarkan dengan jumlah dana yang dapat dilihat pada Tabel 1.1



**Tabel 1. 1**  
**Kebutuhan Dana "Eighty Eight Garage"**  
**( Dalam Rupiah )**

Keterangan	Total Biaya
Kas Awal	10.000.000
Biaya Renovasi Bangunan	200.000.000
Biaya pembelian Peralatan	69.250.000
Biaya pembelian Perlengkapan	4.175.000
<b>Total Investasi</b>	<b>283.425.000</b>

Sumber: ( Eighty Eight Garage, 2022 )

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.

## BAB II

### LATAR BELAKANG PERUSAHAAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### 2.1 Data perusahaan

Nama Perusahaan : Eighty Eight Garage  
Bidang Usaha : Menyediakan Parts Modifikasi  
Jenis Produk / Jasa : Jasa penyedia barang / parts modifikasi  
Alamat : JL. Sumagung III Blok X 2 No. 24, Jakarta Utara  
No telp / HP : 087776538758  
Alamat Email : -  
Bank : Bank of Central Asia ( BCA )  
Bentuk Badan Hukum : Perusahaan Perseorangan

#### 2.2 Biodata Pemilik Perusahaan

Nama : Briant Brasali  
Jabatan : Pemilik  
Tempat dan Tanggal Lahir : Jakarta, 14 – 02 – 2000  
Alamat Rumah : JL. Sumagung III Blok X 2 No. 24, Jakarta Utara  
No HP : 087776538758  
Email : [brasali.briant672@gmail.com](mailto:brasali.briant672@gmail.com)  
Pendidikan Terakhir : SMA

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



## 2.3 Jenis dan Ukuran Usaha

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) bab 1 pasal 1 adalah :

- a) Usaha Mikro, adalah usaha produktif orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur oleh undang-undang.
- b) Usaha Kecil, adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan dan/atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang.
- c) Usaha Menengah, adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang.

Batasan usaha mikro, kecil, menengah, dan besar menurut Undang-Undang No.20/2008 tentang UMKM adalah:

- a) Usaha Mikro

Memiliki kekayaan bersih paling banyak 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).





b) Usaha Kecil

Memiliki kekayaan bersih lebih dari 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

c) Usaha Menengah

Memiliki kekayaan bersih lebih dari 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Sumber : Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah.

Selain itu, Klasifikasi berdasarkan International Standard Industrial Classification (ISIC) yang telah disesuaikan dengan kondisi di Indonesia dengan nama Klasifikasi Lapangan Usaha Industri atau KLUI (BPS, 2016), penggolongan skala perusahaan dibagi menjadi empat golongan, yaitu:

- 1) Besar, dengan jumlah tenaga kerja 100 orang atau lebih;
- 2) Sedang, dengan jumlah tenaga kerja 20-99 orang;
- 3) Kecil, dengan jumlah tenaga kerja 5-19 orang;
- 4) Rumah tangga, dengan jumlah tenaga kerja 1-4 orang.



#### d) Dropshipping

sebuah model bisnis jual beli di mana penjual tidak menyimpan stok produk tersebut, melainkan menyalurkannya langsung dari pemasok menuju pembeli. Pada bisnis dropship, pihak penjual tidak melakukan penyimpanan stok ataupun pengiriman barang. Dropshipper hanya berperan sebagai perantara yang menawarkan produk dari pemasok (supplier) kepada pembeli (buyer).

Berdasarkan kriteria di atas Usaha Eighty Eight Garage, berdasarkan kriteria UMKM di Indonesia, termasuk kedalam usaha kecil, karena dilakukan oleh orang perorangan dan/atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang.

Eighty Eight Garage ini adalah Perusahaan Perseorangan dan menggunakan cara kerja dropshipper dan mengambil barang ketika sudah ada pemesanan. Perusahaan ini yang dimiliki oleh individu sebagai pemilik modal. Biasanya bentuk perusahaan ini digunakan bagi perusahaan kecil yang tidak memerlukan ijin secara khusus. Perusahaan ini juga tidak memerlukan biaya yang terlalu tinggi untuk operasional sehari-hari sehingga penulis juga mempunyai target untuk bertumbuh dan menambah modal di masa yang akan datang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hakipta milik IBI KIG (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.

## BAB III

### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Analisis industri dan pesaing sangat di perlukan dahulu sebelum membuka sebuah usaha agar calon pemilik bisnis memiliki dan mengetahui gambaran bagaimana situasi dan keadaan dari persaingan industri sejenis. Dengan melakukan analisis industri dan pesaing membantu dalam pengambilan peluang dan menyusun strategi untuk calon pemilik bisnis membuka usaha yang akan dijalankan.

#### 3.1 Tren dan Pertumbuhan Industri

Pertumbuhan industri di bidang otomotif di Indonesia sedang berkembang pesat. Dengan adanya dampak kebijakan pemerintah dengan mengadakan PPnBM yang membuat harga mobil menjadi lebih murah membuat masyarakat menggunakan kesempatan ini untuk membeli mobil. Banyaknya juga produsen mobil masih meluncurkan mobil – mobil barunya disaat masa pandemi dikarenakan antusias masyarakat. Saat ini kendaraan juga tidak hanya menjadi sebagai alat transportasi mereka tetapi menjadi bagian dari gaya hidup mereka. Maka itu banyak masyarakat yang memodifikasi kendaraannya agar mencerminkan gaya hidup mereka.

Industri di bidang otomotif khususnya modifikasi menjadi bukti berkembangnya industri ini. Banyak toko / bengkel mempromosikan barang modifikasi yang mereka jual melalui *media social* seperti *instagram*, *tiktok*, dll. Mereka menjual bukan hanya barang lokal tetapi menjual barang dari luar negeri juga. Hal ini juga yang membuat tren bisnis otomotif khususnya modifikasi di Indonesia semakin maju dan meningkat.





### 3.2 Analisis Pesaing

Analisis pesaing adalah proses mengenal dan menilai pesaing utama. Dengan melakukan analisis pesaing ini untuk dapat diketahui kemampuan bersaing terhadap para pesaing lainnya. Perusahaan membutuhkan informasi-informasi mengenai data perusahaan pesaing guna merencanakan strategi pemasaran yang akan digunakan untuk bersaing secara efektif. Selain itu, diperlukan juga perbandingan produk, harga, saluran distribusi, dan promosi yang dilakukan perusahaan dengan pesaing terdekat. Hal ini dapat membuat perusahaan mengetahui keunggulan bersaing maupun kelemahannya.

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan oleh penulis baik secara langsung maupun tidak langsung, ditetapkan beberapa pesaing potensial yang menawarkan produk yang sejenis dengan Eighty eight garage Berikut pesaing-pesaing dari Eighty eight garage yang menawarkan produk yang sejenis :

a) Empiregarage.id

Harga : 500.000 – 30.000.000 ( Tergantung barang )

Kualitas Produk : mengadakan barang bekas dan baru

Promosi : Sangat baik

Pelayanan : Sangat baik

b) Garagefreak.id

Harga : 500.000 – 10.000.000 ( Tergantung barang )

Kualitas Produk : mengadakan barang bekas dan baru

Promosi : cukup baik

Pelayanan : baik

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.



### 3.3 Analisis PESTEL

Analisis PESTEL adalah sebuah analisis lingkungan bisnis eksternal. yang dimana analisis PESTEL terdiri dari Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, *Environment*, dan Legal.

Analisis ini bertujuan untuk melihat seberapa besar gambaran lingkungan eksternal dari sebuah bisnis agar mengetahui peluang dan ancaman yang bisa terjadi pada sebuah bisnis.

Dengan semua pemahaman dan segala risiko terkait dengan pertumbuhan atau penurunan usaha, posisi, potensi, dan arahan strategis untuk bisnis, bisnis memiliki kesempatan yang lebih baik untuk dapat berkembang. Berikut adalah hasil analisis PESTEL terhadap *Eighty Eight Garage* yang dilakukan oleh penulis

**Tabel 3. 1**  
**Analisis PESTEL "Eighty Eight Garage"**

No.	Ekonomi	Social	Teknology
1.	Daya Beli	Trend Komunitas Mobil	Digitalisasi

#### a) Ekonomi (*Economic*)

Dari segi ekonomi dalam usaha ini dapat dilihat dari meningkatnya permintaan Jasa *Eighty Eight Garage* dari komunitas mobil di daerah jakarta dapat menjadi peluang dalam usaha ini.

Hak cipta dilindungi Undang-undang. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang menyalin 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.



## b) Sosial (*Social*)

Dari faktor sosial dapat dilihat dengan berkembangnya komunitas mobil di Jakarta sehingga ini dapat menjadi peluang pada usaha ini. Hal ini dikarenakan, jasa yang kami sediakan termasuk kedalam produk modifikasi.

## c) Teknologi (*Technology*)

Faktor teknologi yang berkembang pada saat ini ialah digitalisasi, yang dimana setiap usaha perlu melakukan digitalisasi pada usahanya. Dengan berkembangnya media sosial dan google bisnis pada saat ini dapat dijadikan peluang bagi Eighty Eight Garage karena, dapat mengetahui informasi harga pasaran dengan mudah dan pemasaran menjadi lebih mudah.

### 3.4 Analisis Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (Five Forces Business Model)

Menurut Fred R. David (2016:229), "*Porter's five forces model of competitive analysis is a widely used approach for developing strategies in many industries*". Yang artinya adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri.

Berikut ini adalah gambar dari lima kekuatan yang mempengaruhi persaingan dalam industri menurut Porter :

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:

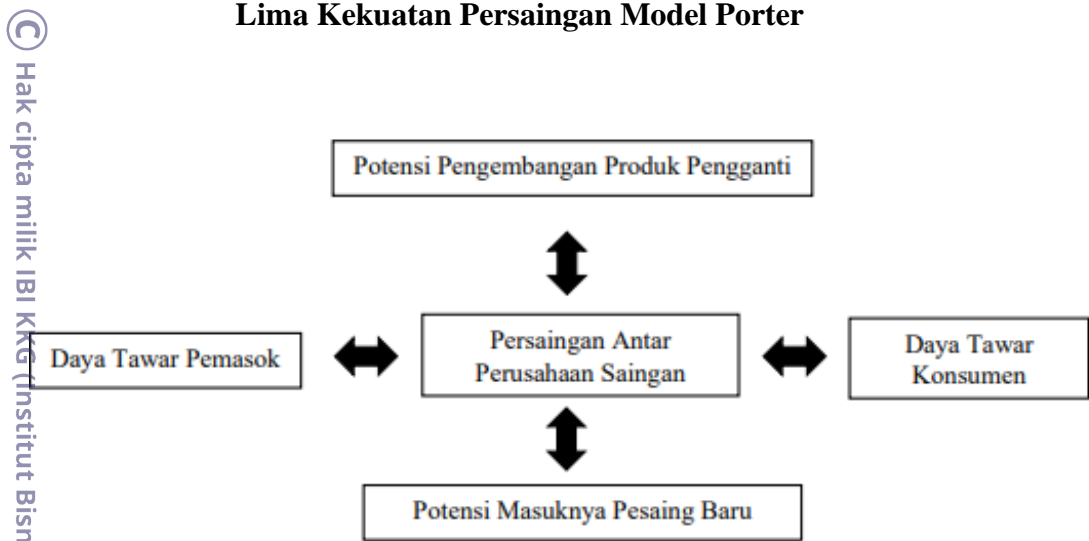
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

Gambar 3.1

Lima Kekuatan Persaingan Model Porter



David dan David (2017:229), *Porter's Five Forces* dalam hal analisis kompetitif adalah pendekatan kompetitif yang digunakan secara makro untuk mengembangkan strategi di banyak industri. Dalam menganalisis suatu bisnis kita perlu mengetahui bagaimana keadaan persaingan dengan mengidentifikasi lima kekuatan seperti potensi masuknya pesaing baru, daya tawar pembeli, ancaman produk/ jasa pengganti, daya tawar pemasok, dan pesaing sejenis dalam industri. Berikut merupakan analisis *Porter's Five Forces* dari Eighty Eight Garage :

a) Potensi masuknya pendatang baru : Tinggi

Pesaing baru dalam suatu bisnis dapat dikatakan hal yang sering terjadi di Indonesia. Saat suatu bisnis dilihat memiliki tingkat keuntungan yang besar dan mudah dijalankan tentu membuat orang ingin membuka bisnis tersebut yang menjadikan banyaknya pendatang baru untuk mencoba terjun ke industri tersebut. Membuka jasa seperti Eighty Eight Garage sangat mudah dan dibutuhkan modal yang sangat rendah yang membuat potensi bagi pendatang baru sangat tinggi.

© Hak cipta milik IBI 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) Daya tawar pembeli : Tinggi

Ⓒ Daya tawar pembeli pada jasa Eighty Eight Garage dapat dinilai sedang. Hal ini tergantung dengan keadaan pasar, yang dimana pada saat seperti ini daya tawar pembeli cenderung sedang dikarenakan, barang yang dihasilkan oleh bengkel rekanan yang terhambat karna dampak pandemi.

c) Ancaman produk / jasa pengganti : Sedang

Sebuah bisnis yang sedang berjalan selalu ditemukan produk pengganti sehingga memang memiliki peran yang sangat kuat dalam menarik perhatian konsumen. Hal ini dikarenakan, ada konsumen yang ingin menggunakan jasa *authorize* dan jasa *consignment* yang dimana potensi terhadap jasa pengganti dapat dikatakan cukup tinggi. Hal ini disebabkan banyak perusahaan *authorize* yang juga menyediakan jasa serupa. Namun hal ini tidak berdampak buruk pada usaha jasa *consignment* karena, *sparepart* yang kami sediakan lengkap untuk segala brand mobil.

d) Daya tawar pemasok : Rendah

Dalam usaha jasa ini untuk daya tawar pemasok cenderung sedang. Hal ini dikarenakan, supplier yang bekerja sama dengan kami memberikan harga nett kepada kami yang menyediakan produk dalam usaha jasa kami.

e) Pesaing sejenis dalam industri : Tinggi

Suatu persaingan adalah suatu hal yang tidak bisa dihindari baik dalam dunia usaha maupun kerja. Setiap pebisnis dalam menjalankan bisnisnya selalu ditemukan pesaing baik itu baru ataupun lama. Hal ini lah yang menjadi tantangan setiap pengusaha untuk terus mempertahankan posisi, kualitas layanan, serta faktor-faktor lainnya. Di usaha jasa Eighty Eight Garage berdasarkan riset

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





bahwa pesaing sejenis cenderung Tinggi, yang dimana banyak usaha di bidang ini yang sudah mulai lebih dulu dan memiliki nama yang lebih di kenal. Namun, Eighty Eight Garage tetap akan memberikan yang terbaik untuk konsumen.

### 3.5 Analisis Faktor-Faktor Kunci (CPM)

Menurut Fred R. David (2016:236) , “*The Competitive Profile Matrix (CPM) identifies a firm’s major competitors and its particular strengths and weaknesses in relation to a sample firm’s strategic position*”. Yang artinya CPM adalah alat manajemen strategis yang penting untuk membandingkan perusahaan dengan para pemain di dalam sebuah industri, karena dalam analisis CPM ini perusahaan mengidentifikasi para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki.

Hal positif tentang CPM adalah termasuk usaha yang dimiliki penulis dan juga pesaing lain untuk memudahkan analisis komparatif. Dalam CPM, analisis dilakukan secara keseluruhan, baik itu faktor eksternal maupun faktor internal. Hal ini berbeda dengan penilaian kondisi internal dan kondisi eksternal perusahaan melalui *Internal Factor Evaluation (IFE)* dan *External Factor Evaluation (EFE)* yang di mana hanya masing-masing faktor internal dan eksternal saja. Berikut adalah komponen-komponen yang terdapat pada metode *Competitive Profile Matrix*:

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.



a) *Critical Success Factor*

Faktor ini menjadikan penentu keberhasilan yang diambil setelah analisis mendalam dari lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Jelas di setiap perusahaan ada beberapa keuntungan dan beberapa kerugian bagi perusahaan dalam lingkungan eksternal maupun internal. Jika ratingnya tinggi menunjukkan bahwa strategi perusahaan telah dilakukan dengan baik dan rating yang lebih rendah menunjukkan strategi perusahaan yang dijalankan belum cukup baik.

b) *Weight (Bobot)*

Atribut bobot di CPM menunjukkan kepentingan relatif dari faktor kesuksesan di dalam industri perusahaan. Berat berkisar 0,0 (yang berarti tidak penting) dan 1,0 (berarti penting), jumlah semua berat yang dihitung atau total dari seluruh faktor yang ada harus sama dengan 1,0 jika total perhitungan bukanlah 1,0 berarti ada kesalahan dalam meletakkan bobot di salah satunya atau beberapa faktor yang ada harus diperbaiki.

c) *Rating (Peringkat)*

Peringkat dalam Competitive Profile Matrix memperlihatkan respon perusahaan terhadap faktor penentu keberhasilan sebuah usaha. Semakin tinggi rating yang didapat memperlihatkan respon yang baik dari perusahaan terhadap *Critical Success Factors*, dan juga sebaliknya bila rating rendah menunjukkan respon yang kurang baik. Peringkat dengan kisaran antara 1,0 – 4,0 dan dapat diterapkan untuk berbagai faktor. Ada beberapa poin penting terkait dengan rating di CPM:

- 1) Peringkat diterapkan untuk masing-masing faktor yang ada pada perusahaan
- 2) Tanggapan paling rendah akan diwakili oleh 1,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan utama dari sebuah perusahaan

Hak Cipta Milik IBI BIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) 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.



3) Tanggapan rata-rata diwakili oleh angka 2,0. yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan kecil dari sebuah perusahaan.

4) Tanggapan di atas rata-rata. Di wakili oleh 3,0 yang menunjukkan adanya kelebihan kecil dalam sebuah perusahaan.

5) Tanggapan yang menyatakan bahwa sebuah perusahaan adalah unggul diwakili oleh 4,0

d) *Score* (Skor)

Skor merupakan hasil perkalian antara. weight dengan rating dari masing-masing perusahaan.

e) *Total Weighted Score*

Jumlah dari semua nilai sama dengan total skor tertimbang, nilai akhir dari total skor tertimbang harus antara rentang 1,0 (rendah) ke 4,0 (tinggi). Nilai rata-rata tertimbang untuk CPM matriks adalah 2,5 di mana setiap perusahaan dengan total skor di bawah 2,5 dianggap lemah, sedangkan bila total skor tertimbang yang lebih tinggi dari 2,5 ini akan dianggap sebagai perusahaan yang kuat. Perbandingan perusahaan dari total CPM adalah perusahaan dengan nilai total skor tertimbang yang paling tinggi dianggap sebagai pemenang di antara para pesaingnya yang ada. Beberapa faktor kunci keberhasilan penting yang dipertimbangkan oleh Eighty Eight Garage adalah sebagai berikut:

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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



**Tabel 3. 2**

**Competitive Profile "Matrix "Eighty Eight Garge"**

Critical Success Factor	Bobot	Eighty Eight Garage		EmpireGarage.id		GarageFreak.id	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Kualitas Produk	0,23	4	0,92	3	0,69	3	0,69
Harga	0,21	3	0,63	4	0,84	3	0,63
Pelayanan	0,18	4	0,72	3	0,54	4	0,72
Merek	0,19	2	0,38	2	0,38	2	0,38
Promosi	0,21	4	0,84	2	0,42	3	0,63
Total	1		3,49		2,87		3,05

Sumber : Eighty Eight Garage

Berdasarkan Tabel 3.2, angka bobot dalam tabel analisis Competitive profile matrix didapatkan dari hasil survei kuisioner dengan 51 responden. Berdasarkan dari perhitungan tabel diatas, dapat menunjukkan bahwa Eighty Eight Garage memiliki dua pesaing yakni Empiregarge.id dan Garage Freak.id. Berikut adalah penjelasan mengenai posisi dari pesaing Eighty Eight Garage berdasarkan Tabel sebagai berikut :

a) Kualitas Produk

Kualitas produk yang berkualitas merupakan faktor yang cukup penting agar konsumen tertarik dengan barang yang kita jual.

b) Harga

Harga yang menarik juga penting untuk daya tarik konsumen, untuk harga Eighty Eight Garage memiliki bobot 0,63 yang di mana lebih rendah dari kompetitor lain agar memiliki konsumen yang ingin membeli barang. Untuk pembayaran juga bisa menggunakan via qr code, tranfer, dll agar memudahkan konsumen berbelanja.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Ditaring 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.



c) Pelayanan

Ⓒ Pelayanan yang terbaik untuk calon pembeli juga menjadi faktor utama untuk pembeli jadi membeli barang. Penjelasan barang yang di jual dengan baik memungkinkan pembeli tertarik. Eighty Eight Garage berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada calon pembeli agar pembeli akan senang dan ingin membeli barang selanjutnya.

d) Merek

Merek merupakan salah satu bagian penting dari suatu produk. Merek bisa menjadi suatu nilai tambah bagi produk atau jasa. Nilai tambah ini sangat menguntungkan bagi perusahaan, maka dari itu perusahaan berusaha terus memperkenalkan brand yang dimilikinya agar bisa bersaing dengan usaha yang sama. Eighty Eight Garage berusaha memperkenalkan brand kami ke komunitas mobil di Jakarta, social media, dll. Kami juga memiliki kendaraan pribadi untuk di jadikan etalase berjalan / demo car untuk mengetahui kualitas barang yang di jual.

e) Promosi

Promosi merupakan salah satu cara untuk meningkatkan penjualan sebuah produk dan merupakan bagian penting dalam strategi pemasaran produk. Saat ini, di tengah pesatnya pemasaran secara online, banyak masyarakat yang bisa mendapatkan akses lebih baik tentang sebuah produk. Eighty Eight Garage mempromosikan jasanya lewat social media seperti instagram, tiktok, dll.

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.



### 3.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT)

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2017:79), “An overall evaluation of the company’s strengths (S), weaknesses (W), opportunities. (O), and threats (T). Strengths adalah kondisi yang menggambarkan kekuatan suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Menganalisis kekuatan diperlukan untuk membandingkan perusahaan dengan para pesaing. Jika kekuatan perusahaan tersebut unggul dalam kualitasnya, maka keunggulan itu dapat dimanfaatkan untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan tingkat kualitas yang lebih baik.

*Weakness* adalah kondisi yang menggambarkan kelemahan suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Kelemahan yang ada dapat menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan. Jika perusahaan tersebut terdapat kendala pemasaran yang kurang baik, maka perusahaan perlu meneliti kekurangan – kekurangan yang dimiliki dalam bidang pemasaran. Hal ini perlu diperhatikan agar tidak membuat perusahaan menjadi kalah saing dan mundur dibandingkan para pesaing lainnya.

*Opportunities* adalah gambaran peluang yang ada dari sisi luar suatu perusahaan dan gambar tersebut dapat memberikan peluang untuk berkembangnya suatu perusahaan di masa depan. Peluang atau kesempatan ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk membantu mencapai visi, misi, dan tujuan dalam jangka panjang.

*Threats* adalah gambaran ancaman dari suatu perusahaan dalam menjalankan suatu usaha. Dengan menganalisis ancaman, perusahaan dapat menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan yang dapat menyebabkan kemunduran suatu perusahaan.

Metode analisis ini sangat bermanfaat untuk mengetahui suatu permasalahan dari empat sisi yang berbeda. Hasil dari analisis ini biasanya berupa arahan ataupun rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan untuk menambah keuntungan suatu perusahaan. Selain itu

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.

Hasil Cipta Diliindungi Undang-Undang  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



metode ini juga membantu para pebisnis untuk melihat sisi-sisi yang terabaikan atau tidak terlihat dari sebuah perusahaan. Berikut ini adalah analisis SWOT dari Eighty Eight Garage

a) Kekuatan (*Strengths*) :

Kekuatan (*Strengths*) yaitu sebuah kondisi kekuatan yang dimiliki suatu usaha agar dapat mengetahui di mana faktor kekuatan yang dimiliki perusahaan bila dibanding dengan pesaingnya. *Strengths* dari Eighty Eight Garage adalah :

- 1) Memberikan kualitas jasa servis yang baik
- 2) Menggunakan promosi yang menarik dengan media sosial
- 3) Memakai peralatan yang modern

b) Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah hal-hal yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan tetapi tidak dimiliki oleh suatu usaha. Kelemahan merupakan suatu kendala serius yang harus diperhatikan oleh suatu usaha agar dapat mengatasi hal tersebut.

Berikut kelemahan dari Eighty Eight Garage :

- 1) Pendirian usaha yang baru membuat brand belum dikenal
- 2) Perlengkapan barang penunjang tidak lengkap
- 3) Kualitas sumber daya manusia yang belum



c) Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah kondisi dimana sebuah usaha memiliki peluang untuk berkembang di masa depan. Peluang ini bisa datang kapan saja dan apabila cepat dalam menanggapi peluang tersebut maka akan menjadi sebuah peningkatan besar dalam proses bisnis tersebut.

Berikut peluang yang dimiliki Eighty Eight Garage :

- 1) Banyaknya bermunculan komunitas mobil di Jakarta
- 2) Perkembangan teknologi yang semakin maju
- 3) Bermunculnya tren baru di industri otomotif

d) Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah sesuatu yang sifatnya negatif yang harus segera ditemukan solusinya karena bila terlalu lama maka akan menimbulkan kerugian.

Berikut ancaman yang dihadapi oleh Eighty Eight Garage :

- 1) Banyaknya bermunculan kompetitor yang baru
- 2) Harga *sparepart* yang tidak stabil cenderung mengalami kenaikan

Untuk membuat SWOT Quadrant diperlukan identifikasi IFAS (Internal Factor Strategy) dan EFAS (External Factor Strategy) dengan beberapa tahap sebagai berikut:

- a) Tentukan faktor-faktor strategis internal
- b) Tentukan faktor-faktor strategis eksternal
- c) Susunlah di dalam kolom 1 indikator kekuatan dan kelemahan untuk IFAS dan indikator peluang dan ancaman untuk EFAS
- d) Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.





- e) Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (sangat baik) sampai 1 (dibawah rata-rata).
- f) Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya variasi mulai dari 4,0 (sangat baik) sampai dengan 1,0 (dibawah rata-rata)
- g) Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), sehingga diperoleh total skor pembobotan untuk perusahaan bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis baik internal dan eksternal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

**Tabel 3. 3**

**Internal Faktor Analysis Strategy**

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor Bobot
<b>Strength</b>				
1	Memberikan kualitas jasa servis yang baik	0,17	4	0,68
2	Menggunakan promosi yang menarik dengan media sosial	0,17	4	0,68
3	Memakai peralatan yang modern	0,17	3	0,51
<b>Jumlah Strength</b>				<b>1,87</b>
<b>Weakness</b>				
1	Pendirian usaha yang baru membuat brand belum dikenal	0,17	4	0,68
2	Perlengkapan barang penunjang tidak lengkap	0,16	3	0,48
3	Kualitas sumber daya manusia yang belum	0,17	4	0,68
<b>Jumlah Weakness</b>				<b>1,84</b>
<b>Total IFAS</b>				<b>0,03</b>

Berdasarkan Tabel 3.3, angka bobot dalam Tabel internal faktor analysis strategy didapatkan dari hasil survei kuisioner dengan 32 responden. Dari Tabel 3.3 diketahui bahwa total skor Strength sebesar 1,87 dan total skor Weakness sebesar 1,84. Total skor IFAS sebesar 0,03 yang didapatkan dari pengurangan total skor Strength dengan total skor Weakness.

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.



Tabel 3. 4

Internal Faktor Analysis Strategy

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor Bobot
<b>Opportunity</b>				
1	Banyaknya bermunculan komunitas mobil di jakarta	0,17	3	0,51
2	Perkembangan teknologi yang semakin maju	0,16	4	0,64
3	Bermunculnya tren baru di industri otomotif	0,17	4	0,68
<b>Jumlah Opportunity</b>				<b>1,83</b>
<b>Threat</b>				
1	Banyaknya bermunculan kompetitor yang baru	0,17	4	0,68
2	Harga <i>sparepart</i> yang tidak stabil cenderung mengalami kenaikan	0,17	3	0,51
<b>Jumlah Threat</b>				<b>1,19</b>
<b>Total EFAS</b>				<b>0,64</b>

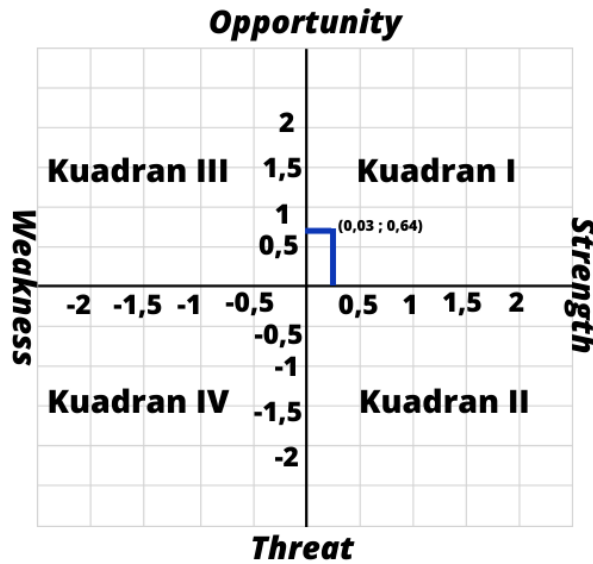
Berdasarkan Tabel 3.4, angka bobot dalam Tabel eksternal faktor analisis strategy didapatkan dari hasil survei kuisioner dengan 32 responden. Dari Tabel 3.4 diketahui bahwa total skor Opportunity sebesar 1,83 dan total skor Threat sebesar 1,19. Total skor EFAS sebesar 0,64 yang didapatkan dari pengurangan total skor Opportunity dengan total skor Threat.

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.



Gambar 3. 2

SWOT Quardran "Eighty Eight Garage"



Berdasarkan Gambar 3.2, dapat diketahui bahwa Eighty Eight Garage berada pada posisi diantara sumbu Opportunity dan Strength yakni berada di kuadran I. Artinya, Eighty Eight Garage disarankan untuk melakukan strategi progresif dengan memanfaatkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunity).

Dari hasil identifikasi Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat, maka dapat disusun SWOT Matrix. SWOT Matrix adalah alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matrix ini dapat mendeskripsikan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Berikut merupakan Gambar Swot Matrix dari Eighty Eight Garage :

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.



Tabel 3. 5

Analisis SWOT MATRIX

SWOT	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan kualitas jasa servis yang baik.</li> <li>2. Menggunakan promosi yang menarik dengan media social</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendirian usaha yang baru membuat brand belum dikenal</li> <li>2. Perlengkapan barang penunjang tidak lengkap</li> </ol>
Peluang (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyaknya bermunculan komunitas mobil di Jakarta</li> <li>2. Perkembangan teknologi yang semakin maju</li> <li>3. Bermunculnya tren baru di industri otomotif</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan Edukasi dan Pelatihan kepada <i>customer</i> cara merawat mobil yang baik dan benar</li> <li>2. Aktif Melakukan <i>promotion</i> di media sosial</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengedukasi Produk unggulan kepada konsumen</li> <li>2. Membangun <i>brand image</i> kepada calon customer</li> </ol>
Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyaknya bermunculan kompetitor yang baru</li> <li>2. Harga sparepart yang tidak stabil cenderung mengalami kenaikan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rutin melakukan promosi baik secara <i>digital</i> dan <i>offline</i></li> <li>2. Melakukan <i>training</i> secara rutin</li> <li>3. Melakukan <i>Update</i> dan pengembangan teknologi baru</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan promosi kepada pelanggan secara langsung melalui acara pameran otomotif.</li> <li>2. Melakukan pelatihan dan <i>refreshing</i> agar sumber daya manusia dapat bekerja dengan efektif dan efisien.</li> </ol>

Berdasarkan Gambar 3.2 diatas menunjukkan bahwa Eighty Eight Garage akan melakukan Strategi SO. Strategi ini diambil atas dasar hasil dari analisis pada Swot quadran dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Berikut merupakan strategi SO yang akan digunakan oleh Eighty Eight Garage:

© 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.



a) Memberikan Edukasi / Pelatihan kepada *customer* cara merawat mobil dengan baik

Dengan memberikan Edukasi dan Pelatihan kepada *Customer* cara merawat mobil yang baik sehingga dapat dilihat baik dimata pelanggan bahwa jasa kami memberikan pelayanan yang berkualitas.

b) Aktif Melakukan *promotion* di media sosial.

Dengan trennya promosi menggunakan sosial media Eighty Eight Garage juga melakukan promosi melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Tiktok sehingga dapat menjangkau konsumen yang ingin menggunakan jasa modifikasi Eighty Eight Garage.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



## BAB IV

### ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

#### 4.1 Produk yang dihasilkan

Arti Produk menurut Kotler dan Armstrong (2018:256), merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dipertimbangkan, digunakan, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan. Produk terdiri dalam 10 kategori: barang fisik, layanan, acara, tempat, properti, pengalaman, orang, informasi, organisasi, dan ide.

Menurut Kotler dan Keller (2016:391), Produk dapat dikelompokkan ke dalam beberapa jenis. Klasifikasi berdasarkan daya tahan barang, berwujud dan tidak berwujud dan kegunaannya.

##### a) Ketahanan dan Wujud

Dari klasifikasi, produk dapat dibagi menjadi 3 kelompok yaitu :

- 1) *Durable goods* : Barang berwujud yang biasanya bertahan setelah waktu yang lama digunakan. Seperti ponsel, botol minum dan sebagainya.
- 2) *Non-durable goods* : Barang berwujud yang biasanya digunakan sekali atau beberapa kali seperti sampo, makanan ringan dan sebagainya.
- 3) *Services* (Jasa) : Tidak memiliki bentuk, bervariasi, dan tidak teisahkan seperti layanan pemasangan AC, layanan perbaikan rumah dan sebagainya.



- b) Produk, yang dapat dikelompokkan berdasarkan kegunaannya, dan dapat dibagi menjadi 2 kelompok yaitu :

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- 1) *Consumer goods* yakni barang yang digunakan langsung oleh pengguna. *Consumer goods* dibagi menjadi 4 kategori sebagai berikut :
  - 2) *Convenience goods* : Barang-barang yang sering digunakan oleh konsumen, seperti makanan ringan, minuman penyedap dan sebagainya.
  - 3) *Shopping goods* : Barang yang biasanya konsumen bandingkan dengan barang lain dan biasanya berdasarkan harga, kualitas, kecocokan dan gaya seperti sepatu, pakaian, jam tangan, kosmetik dan sebagainya.
  - 4) *Speciality goods* : Barang-barang yang memiliki ciri khas unik atau memiliki brand yang familiar, sehingga ada beberapa orang yang ingin membayar mahal untuk barang-barang khusus, seperti jam tangan mewah, mobil mewah, rumah mewah dan lain-lain.
  - 5) *Unsought goods* : Barang yang biasanya konsumen tidak mengetahui keberadaannya, dan biasanya tidak terjadi oleh konsumen untuk membeli produk seperti peti mati.

- c) Industrial goods classification yaitu Barang yang biasanya dibeli oleh pabrik digunakan untuk membuat barang atau digunakan sebagai produk lagi. Jenis barang ini dapat dibagi menjadi 3 kategori sebagai berikut :

- 1) *Material and Parts* : Barang yang masuk ke pabrik secara keseluruhan dibagi menjadi 2 kelas barang, yaitu bahan baku dan barang setengah jadi.
- 2) *Capital Items* : Barang tahan lama untuk memudahkan pabrik-pabrik ini membuat produk jadi seperti, mesin gerinda, mesin konveyor, dan sebagainya.

Sumber:

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.



- 3) *Supplies and Business Services* : Produk jangka pendek, baik barang maupun jasa, yang dapat digunakan untuk membantu produk jadi. Dan dibagi menjadi 2 kelompok, yaitu perbaikan dan pemeliharaan seperti, palu, semen, dan sebagainya. Serta barang-barang operasional seperti alat tulis kantor, dan sebagainya.

Jasa yang ditawarkan oleh Eighty Eight Garage dapat digolongkan ke dalam Services (Jasa) yakni memberikan layanan untuk konsumen mencari barang modifikasi untuk mobil sesuai keinginan konsumen. Jasa dari Eighty Eight Garage merupakan barang-barang modifikasi. Eighty Eight Garage hanya menyediakan barang apa yang di inginkan oleh konsumen. Jasa yang ditawarkan Eighty Eight Garage sama sekali tidak berbeda dengan jasa yang di sediakan oleh kompetitor, namun kami sangat menjamin kualitas yang diberikan oleh Eighty Eight Garage.

**Gambar 4. 1**

**Contoh Barang yang di jual "Eighty Eight Garage"**



Sumber : Eighty Eight Garage



**Gambar 4. 2**

**Contoh Barang yang di jual "Eighty Eight Garage"**



Sumber : Eighty Eight Garage

**© 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.



**Gambar 4. 3**

**Logo Perusahaan**



Sumber : Eighty Eight Garage

Logo adalah sebuah tanda yang secara tidak langsung menjual, tetapi memberi suatu identitas yang pada akhirnya sebagai alat pemasaran yang signifikan, bahwa logo mampu membantu membedakan suatu produk atau jasa dari kompetitornya. Logo memberikan identitas sebuah perusahaan yang dapat membedakan suatu produk dari kompetitornya.

Logo yang sesuai dengan identitas perusahaan dapat mewujudkan citra positif di mata konsumen karena dapat menyampaikan maksud yang berusaha disampaikan oleh perusahaan.

Gambar 4.3 merupakan logo dari Eighty Eight Garage. Arti dari logo Eighty Eight Garage ialah berasal dari kata “ Eighty Eight “ yang artinya angka delapan menyimbulkan angka keberuntungan bagi kami. Garage yang merupakan istilah bahasa inggris yang mengartikan “ garasi “.

© 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.



## 4.2 Gambaran Pasar

Menurut Kotler dan Keller (2016), “the marketer’s first step in evaluating marketing opportunities is to estimate total market demand”. Tujuan dari hal ini adalah permintaan pasar sebagai langkah awal pemasaran dalam mengevaluasi peluang pasar, yaitu memperkirakan total permintaan pasar. Saat ini Industri modifikasi otomotif memiliki potensi untuk bertumbuh. Referensi ini digunakan sebagai dasar bagi Eighty Eight Garage untuk memperkirakan tingkat permintaan pasar sebagai perkiraan penjualan untuk lima tahun ke depan. Hal ini berguna untuk menentukan strategi yang tepat dan mengetahui berapa sarang burung walet terjual serta dapat mengatasi masalah yang akan dihadapi.

Berikut adalah rencana peramalan penjualan dan anggaran penjualan dari *Eighty Eight Garage*.

**Tabel 4. 1**  
**Ramalan Penjualan "Eighty Eight Garage" Tahun 2022**

Bulan	Jenis Jasa			Total
	Jasa pemasangan kenalpot	Jasa pemasangan Strutbar	Jasa pemasangan Kampas rem / selang rem	
Juni	26	22	24	72
Juli	28	27	26	81
Agustus	22	21	20	63
September	15	18	17	50
Oktober	12	12	19	43
November	20	26	26	72
Desember	25	13	30	68
Total Per Tahun 2022				449

Sumber : (Eighty Eight Garage, 2022)

Berdasarkan data Tabel 4.1 Peningkatan diasumsikan naik dari bulan April hingga Juli dan November sampai Januari dikarenakan bulan tersebut adalah bulan menjelang Idul Fitri dan Liburan tahun baru. Kenaikan ini diasumsikan naik sebanyak 12 mobil dari bulan sebelumnya dari masing-masing jasa yang diberikan.

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.



**Tabel 4. 2**

**Harga Jasa "Eighty Eight Garage"**

Jenis Jasa	Harga
Jasa pemasangan knalpot	300.000
Jasa pemasangan strutbar	350.000
Jasa pemasangan kampas rem / selang rem	400.000

Sumber : (Eighty Eight Garage,2022)

Berdasarkan data Tabel 4.2 harga jasa berasal dari informasi yang didapatkan dari para kompetitor dan komunitas mobil yang berada di daerah kelapa gading. Harga tersebut merupakan rata-rata dari setiap kompetitor.

Berikut merupakan anggaran penjualan Eighty Eight Garage pada tahun 2022–2026 yang dapat dilihat pada Tabel berikut :



**Tabel 4. 3**

**Anggaran Penjualan "Eighty Eight Garage" Tahun 2022**

**(Dalam Rupiah)**

Bulan	Jenis Jasa									Total
	Jasa pemasangan knalpot			Jasa pemasangan strutbar			Jasa pemasangan kampas rem / selang rem			
	Unit	Harga	Total	Unit	Harga	Total	Unit	Harga	Total	
Juni	44	300.000	13.200.000	31	350.000	10.850.000	32	400.000	12.800.000	36.850.000
Juli	30	300.000	9.000.000	36	350.000	12.600.000	34	400.000	13.600.000	35.200.000
Agustus	36	300.000	10.800.000	35	350.000	12.250.000	35	400.000	14.000.000	37.050.000
September	40	300.000	12.000.000	37	350.000	12.950.000	35	400.000	14.000.000	38.950.000
Oktober	44	300.000	13.200.000	36	350.000	12.600.000	47	400.000	18.800.000	44.600.000
November	41	300.000	12.300.000	47	350.000	16.450.000	31	400.000	12.400.000	41.150.000
Desember	37	300.000	11.100.000	47	350.000	16.450.000	47	400.000	18.800.000	46.350.000
Total Per Tahun (2022)										280.150.000

Sumber : (Eighty Eight Garage, 2022)

Data didapatkan dari Tabel 4.1 dikalikan dengan harga penjualan dari setiap jenis varian produk.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institusi 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Tabel 4. 4**  
**Anggaran Penjualan "Eighty Eight Garage" Tahun 2023**  
**(Dalam Rupiah)**

Bulan	Jenis Jasa									Total
	Jasa pemasangan kenalpot			Jasa pemasangan Strutbar			Jasa pemasangan Kampas rem / selang rem			
	Unit	Harga	Total	Unit	Harga	Total	Unit	Harga	Total	
Januari	52	300.000	15.600.000	45	350.000	15.750.000	58	400.000	23.200.000	54.550.000
Februari	50	300.000	15.000.000	55	350.000	19.250.000	54	400.000	21.600.000	55.850.000
Maret	42	300.000	12.600.000	51	350.000	17.850.000	52	400.000	20.800.000	51.250.000
April	45	300.000	13.500.000	55	350.000	19.250.000	53	400.000	21.200.000	53.950.000
Mei	58	300.000	17.400.000	57	350.000	19.950.000	52	400.000	20.800.000	58.150.000
Juni	50	300.000	15.000.000	44	350.000	15.400.000	59	400.000	23.600.000	54.000.000
Juli	46	300.000	13.800.000	49	350.000	17.150.000	60	400.000	24.000.000	54.950.000
Agustus	40	300.000	12.000.000	42	350.000	14.700.000	48	400.000	19.200.000	45.900.000
September	56	300.000	16.800.000	50	350.000	17.500.000	59	400.000	23.600.000	57.900.000
Oktober	45	300.000	13.500.000	60	350.000	21.000.000	55	400.000	22.000.000	56.500.000
November	46	300.000	13.800.000	51	350.000	17.850.000	40	400.000	16.000.000	47.650.000
Desember	54	300.000	16.200.000	41	350.000	14.350.000	42	400.000	16.800.000	47.350.000
Total Per Tahun (2023)										638.000.000

Sumber : (Eighty Eight Garage, 2022)

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruhnya tulisan ini tanpa menuliskan 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.



Tabel 4. 5

Anggaran Penjualan "Eighty Eight Garage" Tahun 2024

Bulan	Jenis Jasa									Total
	Jasa pemasangan kenalpot			Jasa pemasangan Strutbar			Jasa pemasangan Kampas rem / selang rem			
	Unit	Harga	Total	Unit	Harga	Total	Unit	Harga	Total	
Januari	62	300.000	18.720.000	54	350.000	18.900.000	70	400.000	27.840.000	65.460.000
Februari	60	300.000	18.000.000	66	350.000	23.100.000	65	400.000	25.920.000	67.020.000
Maret	50	300.000	15.120.000	61	350.000	21.420.000	62	400.000	24.960.000	61.500.000
April	54	300.000	16.200.000	66	350.000	23.100.000	64	400.000	25.440.000	64.740.000
Mei	70	300.000	20.880.000	68	350.000	23.940.000	62	400.000	24.960.000	69.780.000
Juni	60	300.000	18.000.000	53	350.000	18.480.000	71	400.000	28.320.000	64.800.000
Juli	55	300.000	16.560.000	59	350.000	20.580.000	72	400.000	28.800.000	65.940.000
Agustus	48	300.000	14.400.000	50	350.000	17.640.000	58	400.000	23.040.000	55.080.000
September	67	300.000	20.160.000	60	350.000	21.000.000	71	400.000	28.320.000	69.480.000
Oktober	54	300.000	16.200.000	72	350.000	25.200.000	66	400.000	26.400.000	67.800.000
November	55	300.000	16.560.000	61	350.000	21.420.000	48	400.000	19.200.000	57.180.000
Desember	65	300.000	19.440.000	49	350.000	17.220.000	50	400.000	20.160.000	56.820.000
Total Per Tahun (2024)										765.600.000

Sumber: (Eighty Eight Garage, 2022)

1. Ditaring 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.



**Tabel 4. 6**

**Anggaran Penjualan "Eighty Eight Garage" Tahun 2025**

Bulan	Jenis Jasa									Total
	Jasa pemasangan kenalpot			Jasa pemasangan Strutbar			Jasa pemasangan Kampas rem / selang rem			
	Unit	Harga	Total	Unit	Harga	Total	Unit	Harga	Total	
Januari	75	300.000	22.464.000	65	350.000	22.680.000	84	400.000	33.408.000	78.552.000
Februari	72	300.000	21.600.000	79	350.000	27.720.000	78	400.000	31.104.000	80.424.000
Maret	60	300.000	18.144.000	73	350.000	25.704.000	75	400.000	29.952.000	73.800.000
April	65	300.000	19.440.000	79	350.000	27.720.000	76	400.000	30.528.000	77.688.000
Mei	84	300.000	25.056.000	82	350.000	28.728.000	75	400.000	29.952.000	83.736.000
Juni	72	300.000	21.600.000	63	350.000	22.176.000	85	400.000	33.984.000	77.760.000
Juli	66	300.000	19.872.000	71	350.000	24.696.000	86	400.000	34.560.000	79.128.000
Agustus	58	300.000	17.280.000	60	350.000	21.168.000	69	400.000	27.648.000	66.096.000
September	81	300.000	24.192.000	72	350.000	25.200.000	85	400.000	33.984.000	83.376.000
Oktober	65	300.000	19.440.000	86	350.000	30.240.000	79	400.000	31.680.000	81.360.000
November	66	300.000	19.872.000	73	350.000	25.704.000	58	400.000	23.040.000	68.616.000
Desember	78	300.000	23.328.000	59	350.000	20.664.000	60	400.000	24.192.000	68.184.000
Total Per Tahun (2025)										918.720.000

Sumber : (Eighty Eight Garage, 2022)

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





**Tabel 4. 7**

**Anggaran Penjualan "Eighty Eight Garage" Tahun 2026**

Bulan	Jenis Jasa									Total
	Jasa pemasangan kenalpot			Jasa pemasangan Strutbar			Jasa pemasangan Kampas rem / selang rem			
	Unit	Harga	Total	Unit	Harga	Total	Unit	Harga	Total	
Januari	90	300.000	26.956.800	78	350.000	27.216.000	100	400.000	40.089.600	94.262.400
Febuari	86	300.000	25.920.000	95	350.000	33.264.000	93	400.000	37.324.800	96.508.800
Maret	73	300.000	21.772.800	88	350.000	30.844.800	90	400.000	35.942.400	88.560.000
April	78	300.000	23.328.000	95	350.000	33.264.000	92	400.000	36.633.600	93.225.600
Mei	100	300.000	30.067.200	98	350.000	34.473.600	90	400.000	35.942.400	100.483.200
Juni	86	300.000	25.920.000	76	350.000	26.611.200	102	400.000	40.780.800	93.312.000
Juli	79	300.000	23.846.400	85	350.000	29.635.200	104	400.000	41.472.000	94.953.600
Agustus	69	300.000	20.736.000	73	350.000	25.401.600	83	400.000	33.177.600	79.315.200
September	97	300.000	29.030.400	86	350.000	30.240.000	102	400.000	40.780.800	100.051.200
Oktober	78	300.000	23.328.000	104	350.000	36.288.000	95	400.000	38.016.000	97.632.000
November	79	300.000	23.846.400	88	350.000	30.844.800	69	400.000	27.648.000	82.339.200
Desember	93	300.000	27.993.600	71	350.000	24.796.800	73	400.000	29.030.400	81.820.800
Total Per Tahun (2026)										1.102.464.000

Sumber : (Eighty Eight Garage, 2022)

**Tabel 4.8**

**Anggaran Penjualan "Eighty Eight Garage" Tahun 2022 - 2026 ( dalam rupiah )**

Tahun	Total Kompensasi
2022	280.150.000
2023	638.000.000
2024	765.600.000
2025	918.720.000
2026	1.102.464.000

Sumber : (Tabel 4.3, Tabel 4.4, Tabel 4.5, Tabel 4.6, Tabel 4.7)

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.



### 4.3 Target Pasar yang Dituju

Menurut Kotler & Armstrong (2018:212), Segmentasi pasar yang melibatkan pembeli di pasar mana pun adalah dalam keinginan, sumber daya, lokasi, sikap pembelian dan praktik pembelian. Segmentasi pasar dibagi menjadi sekelompok pelanggan yang berbagi kebutuhan dan keinginan yang sama. Dengan menciptakan segmentasi, tugas seorang marketing ialah mengidentifikasi segmentasi serta memutuskan segmentasi mana yang akan ditargetkan. Beberapa ahli berusaha mengartikan segmentasi dengan meninjau dari segi pertimbangan perilaku mulai dari alasan penggunaan, merek yang digunakan, respon konsumen terhadap manfaat, kemudian melihat apakah ada ciri-ciri yang berbeda untuk setiap segmentasi respon konsumen. Pakar lain juga berusaha mendefinisikan segmentasi dengan meninjau karakteristik deskriptif, yaitu demografi, geografis, dan psikografis. Apapun jenis skema segmentasi, hal yang diutamakan ialah menyesuaikan strategi pemasaran untuk dapat mengetahui perbedaan pelanggan. Berikut merupakan pembagian segmentasi pasar oleh Eighty Eight Garage :

#### a) Segmentasi Demografis

Dalam segmentasi demografis, pasar terdiri dari kelompok berdasarkan variabel seperti gender, pekerjaan, pendapatan, usia, agama, dan kelas sosial. Hal ini bertujuan bagi pemasarn untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen serta dari variable-variable ini mudah diukur. Eighty Eight Garage yakni lebih menysasar ke para pengepul ataupun konsumen langsung dengan usia 30 – 45 tahun.

#### b) Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis membutuhkan pembagian pasar ke dalam berbagai unit geografis seperti negara, provinsi, kabupaten, dan kecamatan. Suatu bisnis sebaiknya dapat berjalan di satu ataupun beberapa daerah. Eighty Eight Garage memilih lokasi

Ha  
cip  
milk  
IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)  
Ha  
Cipta  
Dilindungi  
Unding  
1. Dilarang menyutip 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 Kelapa Gading karena, lokasi usaha yang sangat strategis dengan banyaknya mobil melintas di lokasi usaha.

### c) Segmentasi Psikografis

Psikografis adalah ilmu untuk menggunakan psikologi dan demografi yang bertujuan untuk lebih memahami konsumen. Segmentasi psikografis berarti mengkategorikan konsumen ke dalam kelompok tertentu berdasarkan status sosial, kelas sosial, gaya hidup dan karakteristik pribadi. Berdasarkan segmentasi psikografis Eighty Eight Garage menasar pelanggan yang menginginkan produk berkualitas, harga yang kompetitif dan orignalitas produk.

## 4.4 Strategi Pemasaran

Saat menjalankan suatu usaha, sangat penting untuk melakukan sebuah strategi pemasaran yang berguna untuk meningkatkan penjualan dan hasil yang didapatkan. Oleh sebab itu, diperlukan beberapa strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh Eighty Eight Garage dalam bisnis mereka dalam mencapai keuntungan :

### 1) Differensiasi

Arti differensiasi menurut Kotler dan Keller (2016), merupakan strategi yang digunakan untuk menjaga loyalitas pelanggan dengan menggunakan strategi differensiasi produk dari pesaing. Perbedaan-perbedaan ini termasuk bentuk, kualitas, kesesuaian, dan daya tahan.

### 2) Bentuk

Eighty Eight Garage tidak memiliki bentuk produk karena bisnis dari Eighty Eight Garage adalah jasa. Bentuk yang akan dijelaskan di sini adalah bagaimana sekilas penjelasan tentang suasana usaha Eighty Eight Garage mulai dari tempat yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



berlokasi di rumah sendiri karena cara kerja usaha kami tidak memerlukan tempat karena pengambilan barang ketika ada konsumen yang pesan. Kami hanya mengambil barang dari bengkel rekanan kami lalu di kirim langsung ke konsumen. Tetapi bila konsumen tidak memiliki bengkel sendiri, mereka bisa memasangkan barang yang di pesan di bengkel rekanan kami.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 3) Kualitas kesesuaian

Eighty Eight Garage memiliki kualitas yang sebanding dengan apa yang didapat. Range harga yang ditetapkan oleh Eighty Eight Garage tidak mahal dan tidak murah. Berada di tengah-tengah itulah harga yang ditetapkan. Eighty Eight Garage memiliki value for money yang baik untuk pelanggan.

### 4) Daya tahan

Daya tahan dari servis yang dilakukan Eighty Eight Garage cukup baik karena kualitas barang yang dijual untuk konsumen sudah terjamin dan sudah di test oleh kami.

#### a) *Positioning*

Makna Positioning menurut Kotler dan Keller (2016), yakni melayani kebutuhan dan preferensitarget pasarayang telah ditentukan. Dalam prosesnya, ada beberapa cara untuk menentukanabagaimana positioning itu dilakukan sebagai berikut :

- 1) *Positioning* berdasarkan manfaat, merupakan dimana produk diposisikan sebagai pemimpin dalam manfaat tertentu.
- 2) *Positioning* berdasarkan pemakai, ialah bisnis yang memposisikan produk sebagai yang terbaik untuk sejumlah kelompok pengguna.
- 3) *Positioning* berdasarkan kategori produk, yaitu dimana produk sebagai pemimpin dalam suatu kategori produk.



- 4) *Positioning* berdasarkan penerapan, adalah usaha yang memposisikan produk sebagai yang terbaik untuk sejumlah penerapan.
- 5) *Positioning* berdasarkan kualitas atau harga, merupakan dimana produk diposisikan sebagai harga dan kualitas (nilai) yang terbaik.
- 6) *Positioning* berdasarkan atribut produk, ialah usaha memposisikan diri menurut atribut produknya.

Berdasarkan teori diatas, Eighty Eight Garag memposisikan diri sebagai “solusi yang tepat untuk mobil anda”. Dimana Eighty Eight Garage di sini menekankan adalah penyedia jasa terbaik yang ada di Jakarta Utara.

#### b) Penetapan Harga

Definisi harga menurut Kotler dan Armstrong (2018), merupakan sejumlah uang yang dikenakan untuk produk/jasa. Penetapan harga ialah salah satu faktor yang penting dalam menentukan keberhasilan suatu bisnis. Untuk menentukan berapa besar profit yang bisa didapatkan maka, ada beberapa metode dalam menetapkan harga atas produk/jasa menurut Kotler & Armstrong (2018:309) sebagai berikut :

##### 1) *Customer Value Based Pricing*

Customer Value Based Pricing merupakan menetapkan sebuah harga didasarkan pada persepsianilai pembeli, bukan dari biaya penjual. Harga berdasarkan nilai adalah bahwa pemasar tidakdapat merancang produk atau strategi pemasaran dan kemudian menetapkan harga. Bisnis yang menggunakanaharga berbasis nilai harus menemukan nilai yang disediakan pembeli untuk berbagai penawaran kompetitif. Penentuan berdasarkan nilai dapat dibagi menjadi dua jenis sebagai berikut :



a) Penetapan harga dengan nilai yang baik Merupakan kombinasi yang benar antara layanan yang baik dan kualitas pada harga yang wajar.

b) Penetapan harga dengan nilai tambah

Yakni lebih mementingkan untuk menambah suatu nilai pada fitur serta layanan yang diberikan agar adanya differensiasi pada penawaran yang diberikan sehingga dapat menaikkan harga yang ditawarkan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

**2) Cost Based Pricing**

Pada metode penetapan harga berdasarkan biaya ini lebih melibatkan biaya yang dikeluarkan seperti biaya memproduksi, pendistribusian, dan penjualan produk ditambah dengan profit yang sesuai untuk bisnis dan risiko. Untuk lebih jelasnya dapat digambarkan menjadi dua pendekatan dalam penetapan harga berdasarkan biaya sebagai berikut :

a) *Cost – Plus Pricing (Markup Pricing)*

Strategi ini dilakukan dengan menaikkan sebuah harga dengan menambah tingkat keuntungan ke dalam sebuah biaya produk. Lebih jelasnya dapat digambarkan penetapan harga berdasarkan markup dalam rumus berikut :

$$(1) \text{ Biaya unit} = \text{Biaya Variabel} + (\text{Biaya Tetap} / \text{Jumlah Penjualan})$$

$$(2) \text{ Harga Mark-Up} = \text{Biaya Unit} / (1 - \text{Laba penjualan yang diinginkan})$$

b) *Break – Even Analysis & Target Profit Pricing*

Dalam strategi ini perusahaan berusaha untuk menentukan harga yang akan mencapai target pengembalian yang dicari ataupun titik impas. Dapat digambarkan dalam rumus berikut :

$$\text{Break even volume} : \text{Biaya tetap} / (\text{harga} - \text{biaya variabel})$$

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.



### 3) *Competition Based Pricing*

Penetapan harga berbasis kompetisi merupakan strategi penetapan harga yang ditetapkan oleh para pesaing dengan produk yang sama. Untuk menetapkan sebuah harga diperlukan peninjauan dari faktor internal & eksternal dan lain-lain. Harga merupakan salah satu elemen dalam marketing mix (Produk, Harga, Tempat, Promosi) yang menghasilkan pendapatan, semua elemen lainnya menghasilkan biaya, sehingga harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk atau jasa yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Jika suatu price ditetapkan terlalu tinggi maka, akan gagal untuk menghasilkan permintaan sedangkan, jika harga yang ditetapkan terlalu rendah maka, dapat mengurangi tingkat penghasilan.

Strategi penetapan harga yang digunakan oleh Eighty Eight Garage adalah *competition based pricing* dimana Eighty Eight Garage memperhitungkan biaya pokok servis lalu melakukan mark-up yang disesuaikan dengan harga yang sudah ditetapkan oleh bengkel rekanan. Namun harga yang ditetapkan oleh Eighty Eight Garage adalah harga yang lebih rendah dibanding pesaing sehingga dapat dijadikan keunggulan.

#### Saluran Distribusi

Penjualan suatu produk yang akan dikonsumsi oleh konsumen tentunya disalurkan melalui perantara. Hal ini guna untuk mengurangi biaya untuk mencapai pasar yang lebih luas yang tidak mungkin dicapai produsen satu persatu. Dalam menyalurkan barang konsumsi, ada lima jenis saluran distribusi yang dapat digunakan sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



#### 1) Produsen – Konsumen

Jenis saluran distribusi yang paling sederhana yakni saluran distribusi dari produsen langsung ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Produsen dapat langsung mendistribusikan produknya langsung mendatangi rumah konsumen (door to door).

#### 2) Produsen – Pengecer – Konsumen

Sama halnya seperti jenis saluran distribusi pertama yang bisa dikatakan saluran distribusi langsung. Namun yang membedakan para pengecer besar dapat langsung melakukan pembelian kepada produsen ataupun para produsen biasanya mendirikan beberapa pengecer sehingga dapat langsung melayani konsumen walaupun, tidak banyak yang menggunakan cara tersebut.

#### 3) Produsen – Pedagang besar – Pengecer – Konsumen

Jenis saluran ini banyak digunakan oleh para produsen yang sering disebut sebagai saluran distribusi tradisional. Dalam hal ini produsen hanya melayani penjualan partai atau dalam jumlah besar kepada para pembeli partai atau pedagang besar yang kemudian, diecerkan kepada pengecer dan didistribusikan kepada konsumen.

#### 4) Produsen – Agen – Pengecer – Konsumen

Di dalam jenis saluran ini produsen lebih memilih agen sebagai tempat distribusinya, yang menjalankan kegiatan perdagangan besar. Sasaran penjualannya ditujukan kepada para pengecer besar.

#### 5) Produsen – Agen – Pedagang besar – Pengecer – Konsumen

Jenis saluran distribusi ini menggunakan agen sebagai perantara untuk mendistribusikan produknya kepada pedagang besar yang kemudian, menjual kepada para pengecer/toko kecil.

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.

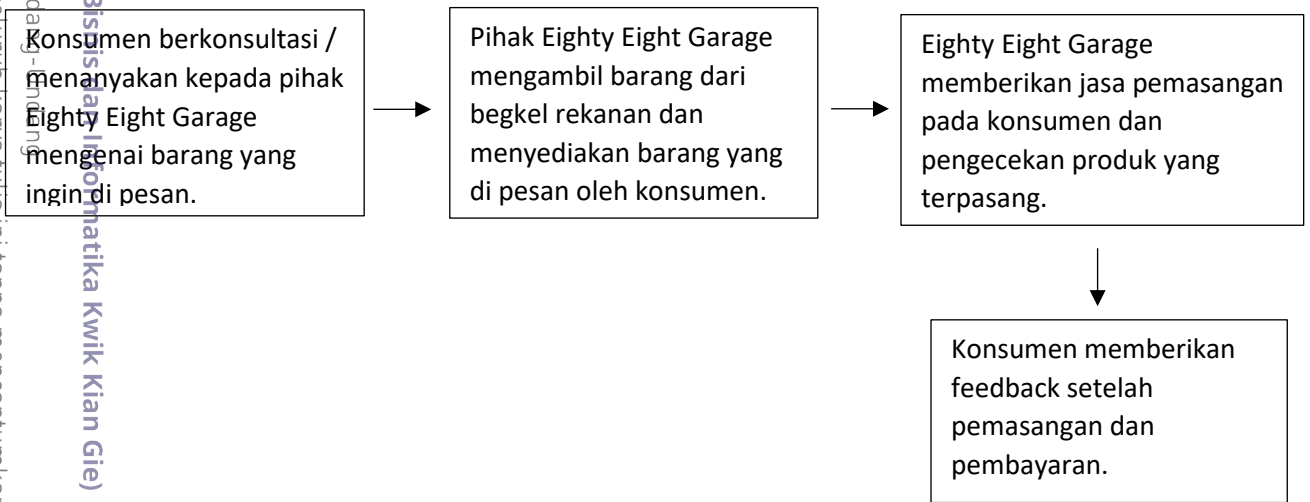
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Menurut teori tersebut, *Eighty Eight Garage* menggunakan tingkatan distribusi zero level channel karena kegiatan penjualan *Eighty Eight Garage* menjual jasanya langsung kepada konsumen tanpa adanya perantara. Seluruh kegiatan penjualan untuk saat ini hanya dilakukan melalui online shop.

**Gambar 4. 4**  
**Saluran Distribusi "Eighty Eight Garage"**



Sumber : ( Eighty Eight Garage, 2022 )

#### 4.5 Strategi Promosi

Arti promosi menurut Kotler dan Armstrong (2018), Promosi merupakan sebuah kegiatan yang menyampaikan kegunaan suatu produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk tersebut. Promosi juga menjadi salah satu kunci utama keberhasilan bagian sebuah perusahaan untuk menarik perhatian konsumen terhadap produk / layanan. Ada beberapa jenis komunikasi pemasaran yang dapat digunakan dalam sebuah organisasi yang biasanya disebut uran wiin kontolpemasaran, antara lain Advertising, Sales promotion,

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.

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



Personal selling, public relation, dan direct marketing (Kotler, Phillip, 2018c). Eighty Eight Garage hanya menggunakan tiga strategi yakni sebagai berikut :

a) *Public Relation*

Menjalin hubungan yang baik dengan konsumen dan juga dengan berbagai pedagang ataupun pengepul di dalam industri sangat perlu dilakukan. Hal ini guna untuk menciptakan pelanggan yang tetap, yang dimana ini menjadi sangat penting dalam industri ini. Strategi ini yang akan dijalankan oleh Eighty Eight Garage, yang dimana penulis sendiri yang akan membangun hubungan dengan para pelanggan baik pedagang besar ataupun pengepul yang membuat menjadi sebuah nilai tambah yang positif terhadap penulis.

b) *Personal Selling*

Dalam hal ini personal selling merupakan strategi utama Eighty Eight Garage dengan para pelanggan. Hal ini karena, bidang yang digeluti oleh Eighty Eight Garage sangat memungkinkan untuk menjalani strategi ini. Personal selling pada intinya bertemu langsung dengan calon Konsumen di sebuah meet up mobil di suatu tempat dengan mobil yang sudah pasang barang dari Eighty Eight Garage agar dapat menjalin hubungan menjadi lebih akrab sehingga menciptakan loyalitas pelanggan.

c) *Direct Marketing*

Dalam strategi *Direct marketing*, komunikasi promosi ditujukan langsung kepada konsumen sendiri, agar pesan-pesan yang akan disampaikan dapat diterima dengan baik konsumen bersangkutan baik melalui media sosial, telepon, atau langsung datang ke tempat pemasar. Strategi ini akan diterapkan namun, hanya melalui sarana

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



media sosial. Supaya promosi yang dilakukan dapat berjalan efisien dan efektif

maka, Eighty Eight Garage melakukan cara untuk promosi sebagai berikut :

#### 1) Media Sosial

Pada era industri saat ini dengan serba digital maka, sebuah bisnis yang sebelumnya konvensional perlu adanya digitalisasi dimana yang kebanyakan digunakan oleh masyarakat Indonesia yakni media sosial. Media sosial dinilai cukup efektif dan efisien untuk digunakan sebagai alat pemasaran ini karena, mudah dijangkau hanya menggunakan gadget masing-masing. Hal ini pun harus dimanfaatkan oleh Eighty Eight Garage dalam melakukan branding ataupun edukasi produk di media sosial. Media sosial yang akan difokuskan yakni Online shop, Instagram, dan tiktok. Ketiga media sosial ini dipilih cukup baik karena, jumlah pengguna nya cukup banyak dan hal ini yang membuat cara ini menjadi lebih efektif serta efisien.

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.



BAB V

RENCANA PRODUKSI DAN KEBUTUHAN OPERASIONAL

© Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

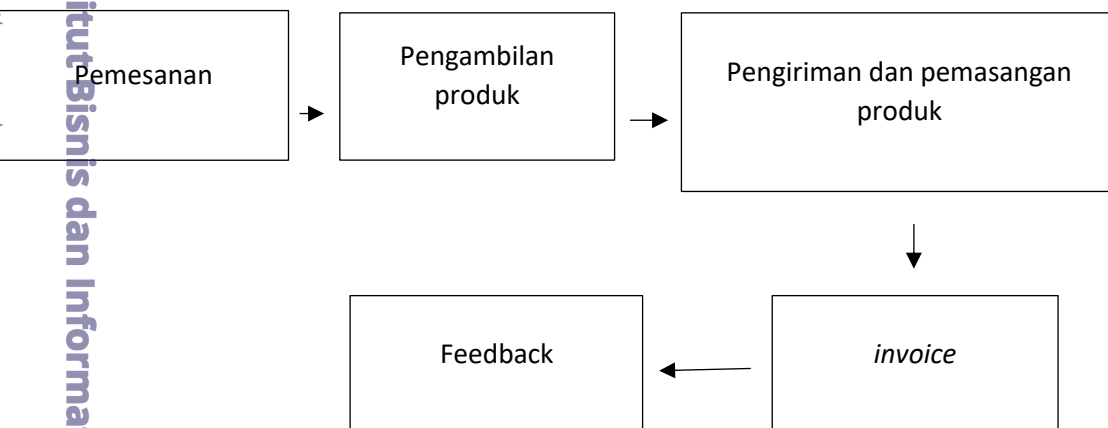
5.1 Proses Operasi

Menurut Jay Heizer (2017:3), Manajemen operasi adalah serangkaian kegiatan yang menciptakan nilai dalam bentuk barang & jasa di semua organisasi. Di situlah proses operasi memiliki peran penting dalam menjalankan kegiatan operasional untuk menciptakan barang atau jasa. Contoh proses operasi adalah proses produksi barang – barang yang konsumen inginkan.

Saat ini modifikasi mobil sudah menjadi hal yang diminati konsumen yang menjadikan harga jual yang menarik agar konsumen tertarik dengan jasa yang kita berikan. Dalam proses distribusi dari supplier produk hingga sampai ke tangan konsumen, ada beberapa hal yang harus dilakukan. Berikut merupakan proses tersebut. Dari Gambar 5.1 proses operasi dapat dijelaskan sebagai berikut :

Gambar 5. 1

Proses Operasi "Eighty Eight Garage"



Sumber : ( Eighty Eight Garage, 2022 )

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.



a) Pemesanan

ⓐ Konsumen Memesan barang dari *Eighty Eight Garage* Via online

b) Pengambilan Produk

*Eighty Eight Garage* mengambil barang yang di pesan oleh kosnumen ke *supplier*

c) Pengiriman dan pemasangan

*Eighty Eight Garage* mengirimkan barang yang dipesan oleh konsumen atau memberikan jasa pemasangan langsung ke bengkel rekanan kami.

d) Invoice

*Eighty Eight Garage* memberikan invoice pemesanan dan jasa pemasangan ke konsumen

e) Feedback

Konsumen memberikan feedback ke *Eighty Eight Garage* setelah pemasangan

## 5.2 Nama Pemasok

Pemilihan pemasok pun diperlukan pertimbangan yang khusus terutama pada *supplier* yang bekerjasama dalam jangka waktu yang panjang. Hal ini dikarenakan *supplier* merupakan salah satu rantai yang cukup penting. *Supplier* atau Pemasok memiliki tugas dan fungsi yang cukup penting di dalam supply chain kepada konsumen. Adapun beberapa tugas dan fungsi *supplier* adalah sebagai berikut:

a) Sebagai pihak yang menyediakan bahan baku atau bahan mentah bagi pihak yang membutuhkan.

b) Menetapkan bahan baku yang disuplai masih dalam keadaan fresh saat diterima oleh pihak pembeli.

c) Mengatur proses penyimpanan bahan baku sebelum dikirim oleh perusahaan yang membutuhkannya.



- d) Mengatur deliver bahan baku dengan tepat waktu kepada pihak yang membutuhkannya.

Dalam hal ini pemasok barang – barang utama untuk *Eighty Eight Garage* bekerja sama dengan *Under Control* yang kemudian di jual untuk konsumen yang memesan barang dari kami.

### 5.3 Deskripsi Rencana Operasi

Rencana Operasi ialah detail kegiatan yang akan dilakukan oleh pengusaha sebelum membuka usaha. Hal ini bertujuan untuk memberikan target bagi pelaku usaha untuk mencapai kegiatan yang akan dilakukan hingga dapat dibuka tepat waktu. Berikut merupakan gambar rencana aktivitas *Eighty Eight Garage* :

Rencana operasi adalah bagian dari rencana strategi bisnis yang menjelaskan bagaimana suatu pekerjaan dilakukan, alur kerja dari awal hingga akhir, serta sumber daya apa saja yang harus digunakan dalam prosesnya. Proses ini dilakukan sebelum usaha resmi dibuka agar pencapaian tujuan dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien dan meminimalisir risiko yang mungkin saja akan terjadi saat bisnis berlangsung. Berikut adalah proses yang dilakukan *Eighty Eight Garage* untuk menjalankan bisnisnya.

- a) Melakukan Survei Pesaing

Langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan survei pesaing dengan melakukan analisa pesaing, bagaimana bisnisnya berjalan, identifikasi target pasarnya, kekuatan dan kelemahan pesaing, ancaman dan peluang bagi *Eighty Eight Garage*, jasa yang dijual, nilai apa yang diberikan kepada konsumen disamping kualitas produk, dan seperti apa strategi pemasaran yang dilakukan oleh pesaing.



b) Melakukan Survei Pasar

Survei pasar dilakukan untuk mengetahui selera konsumen dan mengetahui seberapa besar daya beli yang dimiliki oleh pasar yang akan dimasuki. Ini berguna dalam penetapan harga jasa yang akan dijual.

c) Pemilihan Lokasi

Pemilihan lokasi adalah hal yang penting dalam membuat bisnis otomotif. Lokasi harus strategis, berada pada lingkungan otomotif, akses ke daerah tersebut mudah, dan lingkungan bengkel yang baik, *Eighty Eight Garage* memilih lokasi di kelapa gading karena lokasinya di rumah tinggal sendiri.

d) Melakukan Survei Pemasok Bahan Penunjang

*Eighty Eight Garage* bekerja sama dengan pemasok barang yang dijual oleh *Eighty Eight Garage*. Menjamin pemasok tersebut bisa dipercaya untuk menjalankan kerjasama bisnis dan dapat men-supply bahan penunjang agar bisnis dapat terus berjalan efektif.

e) Pendaftaran NPWP

NPWP adalah Nomor Pokok Wajib Pajak. Setiap warga negara yang sudah memiliki penghasilan wajib mempunyai NPWP untuk melaporkan pajak penghasilan yang dimiliki. Berikut adalah persyaratan pembuatan NPWP.

1) Wajib Pajak Orang Pribadi yang Tidak Menjalankan Usaha atau Pekerjaan Bebas

- Kartu identitas (KTP) bagi WNI
- Paspor dan KITAS/KITAP bagi WNA

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



2) Wajib Pajak Orang Pribadi yang Menjalankan Usaha atau Pekerjaan Bebas atau

Ⓒ Pengusaha Tertentu

- a) Kartu identitas (KTP) bagi WNI
- b) Paspor dan KITAS/KITAP bagi WNA
- c) Dokumen izin kegiatan usaha yang diterbitkan oleh instansi berwenang atau surat keterangan tempat kegiatan usaha atau pekerjaan bebas dari pejabat pemerintah daerah sekurang-kurangnya Lurah atau Kepala Desa.

3) Wajib Pajak Orang Pribadi dengan Status Wanita Kawin yang Dikenai Pajak Teisah Dari Suaminya

- a) Kartu identitas (KTP) bagi WNI
- b) Paspor dan KITAS/KITAP bagi WNA
- c) Fotokopi kartu NPWP suami
- d) Fotokopi kartu keluarga
- e) Fotokopi surat perjanjian pemisahan penghasilan dan harta atau surat pernyataan menghendaki melaksanakan hak dan kewajiban peajakan teisah dari hak dan kewajiban peajakan suami.

Sumber: <https://www.online-pajak.com/id/daftar-npwp-online-wajib-pajakorang-pribadi> (diakses April 2019)





f) Pendaftaran SIUP

Setiap pendirian usaha wajib memiliki SIUP yaitu Surat Izin Usaha Perdagangan. Berikut adalah persyaratan untuk membuat SIUP untuk perorangan.

- 1) Surat Permohonan dan pernyataan berkas sesuai dengan aslinya (materai 10.000);
- 2) Scan foto copy KTP pemilik dan mencantumkan nomor Kartu Keluarga;
- 3) Scan foto copy NPWP pemilik;
- 4) Scan foto copy Surat Keterangan Domisili Usaha yang masih berlaku di tanda tangani oleh camat;
- 5) Surat Kuasa apabila dikuasakan pengurusannya (Materai 10.000);
- 6) Pas foto pemilik ukuran 3 x 4 berwarna (2 lembar).

Sumber: [http://dpmptsp.bekasikota.go.id/images/Formulir\\_dan\\_Persyaratan/persyaratan/siup\\_dan\\_tdp.pdf](http://dpmptsp.bekasikota.go.id/images/Formulir_dan_Persyaratan/persyaratan/siup_dan_tdp.pdf) (diakses April 2019)

g) Mendesign Layout Bisnis

Eighty Eight Garage memerlukan desain untuk ruangan kerja usaha agar nyaman berada di kantor.

h) Merekrut dan Pelatihan Karyawan

Dalam sebuah bisnis, sumber daya manusia merupakan faktor yang sangat penting karena menjadi penunjang dalam jalannya suatu usaha. Untuk menjadi tim khususnya *customer service* dari Eighty Eight Garage diperlukan karyawan yang memiliki attitude yang baik dengan kompetensi yang tinggi. Karena pekerjaan ini berhubungan langsung dengan konsumen, maka diperlukan seseorang yang memiliki tata bahasa yang baik dan sopan agar konsumen nyaman, bertanggung jawab, teliti, dan memiliki kemampuan *time management* yang baik. Untuk saat ini, karyawan yang dibutuhkan oleh Eighty Eight Garage hanya 3 orang



yang bertugas menerima keluhan dari pelanggan, mempacking barang dan pengambilan barang ke supplier.

**i) Membeli Peralatan dan Perlengkapan**

Dalam langkah ini, Eighty Eight Garage membeli peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan melalui pemasok berdasarkan survei yang telah dilakukan.

**j) Melakukan Promosi**

Promosi merupakan langkah yang paling penting bagi sebuah bisnis untuk mencapai target labanya. Promosi adalah salah satu aktivitas pemasaran yang menawarkan produk atau jasa agar konsumen tertarik untuk membeli atau mengkonsumsinya. Media promosi yang akan dilakukan oleh *Eighty Eight Garage* adalah *Instagram*, *tiktok* dan *online shop*.

**k) Membuka Bengkel**

Setelah 10 langkah sudah dilakukan, maka tahap terakhir adalah membuka kantor bengkel dan mulai melakukan bisnisnya. Berikut adalah rencana operasi *Eighty Eight Garage* dari bulan april 2022 sampai dengan pembukaan bengkel pada bulan juli 2022



Tabel 5. 1

Rencana Operasi Pembangunan "Eighty Eight Garage"

NO.	Kegiatan	Rencana Operasi																			
		Maret 2022				April 2022				May 2022				June 2022				July 2022			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Melakukan Survei Pesaing	x	x	x																	
2	Melakukan Survei Pasar		x	x	x																
3	Penilaian Lokasi					x	x														
4	Melakukan Survei Pemasok Bahan Penunjang							x	x												
5	Pendaftaran NPWP									x	x	x	x								
6	Pendaftaran SIUP									x	x	x	x								
7	Men-Design Layout Bisnis													x	x	x	x	x	x	x	x
8	Merekrut dan Pelatihan Karyawan																	x	x	x	x
9	Membeli dan Peralatan Karyawan													x	x	x	x				
10	Melakukan Promosi													x	x	x	x	x	x	x	x
11	Membuka Bengkel																				x

© Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Ditaring 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.

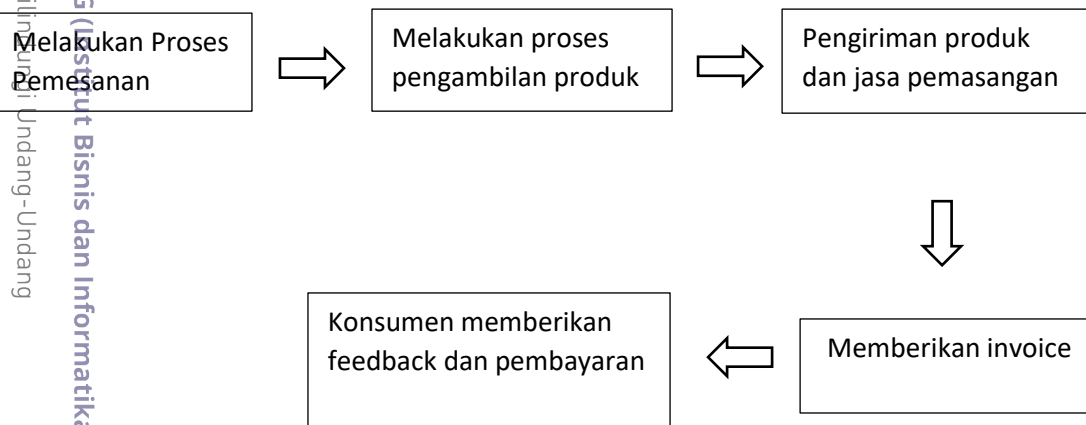


## 5.4 Rencana Alur Produk atau Jasa

Eighty Eight Garage mempunyai alur bagaimana jasa yang diberikan dan produk sampai kepada konsumen. Alur pemesanan akan ditampilkan pada gambar 5.2 sebagai berikut:

**Gambar 5. 2**

### Rencana Alur Proses Jasa dan Pemesanan Produk "Eighty Eight Garage"



Sumber : ( Eighty Eight Garage, 2022 )

Dari gambar 5.2 diatas dapat dijelaskan rencana alur proses jasa yang di berikan dan pemesanan produk dari Eighty Eight Garage sebagai berikut :

- a) Konsumen melakukan proses pemesanan pada Eighty Eight Garage. Konsumen juga bisa menanyakan ketersediaan produk yang di jual oleh Eighty Eight Garage dan bisa berkonsultasi terlebih dahulu kepada Eighty Eight Garage.
- b) Setelah proses pemesanan kepada Eighty Eight Garage, selanjutnya proses pengambilan produk yang dipesan pada rekanan bengkel Eighty Eight Garage.
- c) Dan setelah pengambilan produk dilakukan. Maka dilakukan pengiriman barang kepada konsumen dan memberikan jasa pemasangan bila konsumen tidak memiliki bengkel rekanan yang dituju.



d) Setelah produk dikirim dan dipasang, Eighty Eight Garage memberikan invoice untuk pembayaran.

e) Kemudian konsumen memberikan *feedback* dan melakukan pembayaran.

### 5.5 Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha

Di era serba modern ini, setiap usaha yang ada dituntut untuk mulai beradaptasi untuk menggunakan teknologi yang sedang berkembang. Hal ini dikarenakan, semakin majunya teknologi diharapkan bisnis yang dijalankan menjadi semakin efektif dan efisien. Selain, memberikan banyak kemudahan di sisi lain juga meningkatkan tingkat keamanan usaha.

Beberapa teknologi yang dipakai di *Eighty Eight Garage* :

**Tabel 5. 2**  
**Kebutuhan Teknologi dan Peralatan**

Nama	Keterangan
Smartphone	Digunakan untuk melakukan proses promosi di media sosial seperti tiktok, instagram, dan platform social media lainnya
kamera	Digunakan untuk melakukan foto produk yang di jual oleh Eighty Eight Garage, bila memerlukan kualitas foto yang lebih baik dibanding kamera hanphone
Laptop / komputer	Digunakan untuk melakukan pendataan produk, mengatur online shop, dll

Sumber : ( Eighty Eight Garage, 2022 )

### 5.6 Layout Bangunan tempat Usaha

Dalam setiap bisnis dengan memiliki bangunan fisik yang akan didirikan perlu memerlukan tata letak atau tata letak bisnis. Tata letak bangunan merupakan faktor penting karena dapat mempengaruhi keadaan bisnis. Berikut merupakan tata letak bangunan dari usaha Eighty Eight Garage pada gambar 5.3 :

Hak cipta dilindungi Undang-undang  
Hak milik Kik Kian Gie (Institusi Pendidikan 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.

Gambar 5. 3

Lay Out Bangunan Tempat Usaha



Sumber : ( Eighty Eight Garage, 2022 )

Bangunan yang didirikan memiliki ukuran 200m<sup>2</sup> dengan ukuran 10 m x 20 m, berlokasi di Kelapa Gading, Jakarta Utara. Untuk spesifikasi layout bangunan dapat dijelaskan sebagai berikut :

a) Parkiran Mobil

Dibuat untuk memarkirkan kendaraan yang akan melakukan pemasangan barang yang di beli. parkiran mobil harus memiliki ruangan yang cukup besar agar leluasa untuk memasangkan barang dan mobil tidak terlalu mepet ke dinding. Pintu keluar masuk memiliki ukuran di 5m x 5m, yang dimana ukurannya cukup lega untuk 1 mobil sehingga memudahkan untuk pekerja untuk memasang barang ke mobil.

© 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.



## b) Gudang Penyimpanan Barang

Tempat untuk menyimpan berbagai jenis barang – barang modifikasi yang sudah dipesan oleh konsumen yang siap untuk dikirimkan. Biasanya di gudang menyimpan berbagai jenis barang seperti: Knalpot, Stabilazer mobil, ban mobil, turbo, dan barang – barang yang di pesan lainnya.

## c) Ruang Tunggu & Kantor

Ruangan yang dibuat untuk konsumen menunggu mobil yang sedang dikerjakan dengan nyaman dan di ruang tunggu ini menyediakan bebrbagai jenis cemilan dan minuman yang dapat dinikmati oleh konsumen secara gratis serta ruangan dilengkapi dengan AC. Tidak hanya menjadi ruang tunggu. tempat ini juga di jadikan sebagai ruang kantor yang digunakan karyawan dan pemilik.



**BAB VI**

**RENCANA ORGANISASI DAN SUMBER DAYA MANUSIA**

**6.1 Kebutuhan Jumlah Tenaga Kerja**

Arti Manajemen Sumber Daya Manusia menurut Dessler (2018) merupakan proses untuk memperoleh, melatih, menilai dan mengoperasikan karyawan serta untuk mengurus hubungan kerja, kesehatan, dan keselamatan mereka. Menurut UU Nomor 13 tahun 2003 Bab I pasal 1 ayat 2, dapat diartikan bahwa tenaga kerja merupakan setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan untuk menghasilkan barang atau pun jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat.

Untuk usaha yang baru dibangun, tentu saja memilih tenaga kerja sangatlah penting. Tanpa seorang tenaga kerja tentu ini akan sulit bahkan tidak terealisasikan. Sumber daya manusia merupakan faktor yang penting dalam suatu usaha karena, merupakan kunci yang menentukan pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. Berikut merupakan rencana kebutuhan tenaga kerja *Eighty Eight Garage* :

**Tabel 6. 1**  
**Rencana Kebutuhan Tenaga Kerja "Eighty Eight Garage"**

Jabatan	Jumlah
Manajer	1
Admin sales	1
Logistic	1
Teknisi jasa pemasangan	2
Total	5

Sumber : ( *Eighty Eight Garage*, 2022 )

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





Berdasarkan data Tabel 6.1 diatas dapat di jelaskan bahwa, rencana kebutuhan tenaga kerja yang dibutuhkan Eighty Eight Garage dalam menjalankan operasional usaha sebanyak 5 orang, yang terdiri dari 1 pengelola, 1 karyawan layanan pemesanan dan 1 karyawan pengiriman produk.

Untuk waktu kerja para pekerja di Eighty Eight Garage yakni part time. Manager memiliki waktu kerja selama 2 jam sehari dengan jadwal kerja setiap hari. Layanan pemesanan memiliki waktu kerja selama 2 – 3 jam sehari tergantung pemesanan sedang banyak atau tidak. Layanan Pengiriman produk 2 - 3 jam sehari tergantung pengiriman sedang banyak atau tidak. Layanan jasa pemasangan diadakan tergantung dari konsumen yang ingin melakukan pemasangan di tempat Eighty Eight Garage.

## 6.2 Proses Rekrutmen dan Seleksi Tenaga Kerja

Jika jumlah pekerja telah ditentukan maka, langkah selanjutnya merupakan kegiatan proses rekrutmen dan seleksi pekerja. Tujuan dari proses seleksi tenaga kerja menurut Dessler (2018), ialah untuk mencapai kemauan orang terhadap pekerjaan. Hal ini dilakukan agar perusahaan menemukan tenaga kerja yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dan dapat dipekerjakan dengan baik oleh perusahaan. Proses rekrutmen, seleksi dan training pekerja di Eighty Eight Garage Dapat dilihat pada Gambar 6.1 sebagai berikut :

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.



Gambar 6. 1

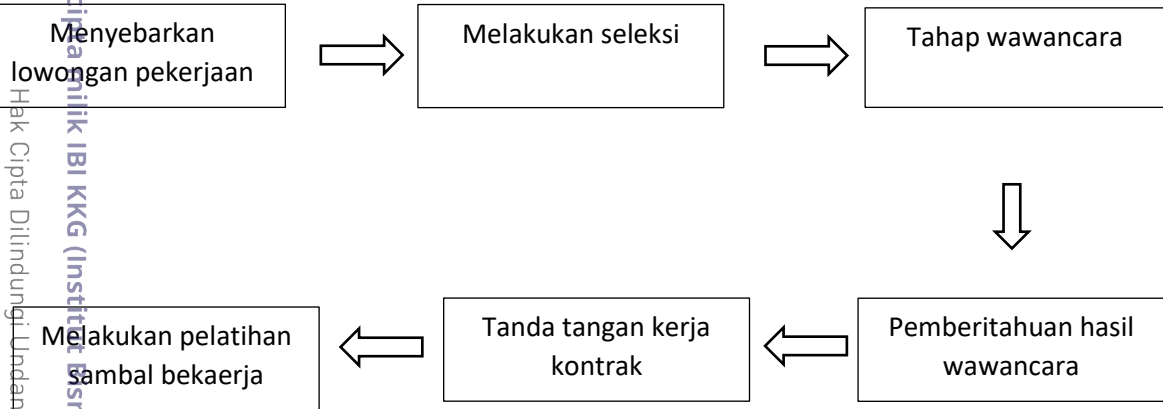
Proses Rekrutment Tenaga Kerja "Eighty Eight Garage"

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

6.3 Uraian Kerja

Sumber : ( Eighty Eight Garage, 2022 )



*Job Description* merupakan panduan yang dibuat perusahaan yang menjelaskan kegiatan, tugas, tanggung jawab dan bidang-bidang lainnya dari suatu jabatan. Dengan semakin jelasnya *job description* yang diberikan maka, akan memudahkan tenaga kerja untuk melaksanakan tugas yang akan dilakukan. *Job Description* setidaknya harus memuat informasi sebagai berikut :

- a) *Job identification*, yakni informasi yang berisi mengenai nama posisi, kode pekerjaan, serta posisi jabatan dalam struktur organisasi.
- b) *Job summary*, yaitu berisi informasia mengenai gambaran umum tentang pekerjaan seperti apa pekerjaan itu, cara kerjanya, dan mengapa itu perlu dilakukan.
- c) *Task & Responsibility*, ialah berisi informasi tugas apa yang perlu dilakukan dan tanggung jawab apa yang harus ditanggung.

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.



Berikut merupakan uraian pekerjaan yang terdapat di dalam usaha Eighty Eight Garage :

a) *Manager*

1. Melakukan negosiasi dengan bengkel rekanan Eighty Eight Garage
2. Melakukan promosi melalui media sosial
3. Ikut mengoperasikan proses pengecekan barang pesanan
4. Mengatur keuangan perusahaan
5. Mengontrol dan mengawasi tenaga kerja

b) Layanan pemesanan

1. Melayanani pemesanan konsumen
2. Melakukan pengambilan produk untuk konsumen
3. memberikan informasi dan menjelaskan barang ke konsumen

3) Layanan pengiriman produk

1. Melakukan proses pengiriman produk ke konsumen
2. Sebelum di kirimkan produk yang di pesan oleh kosnumen. Di lakukan packing agar produk sampai tujuan dengan baik

4) Layanan jasa pemasangan

1. Melakukan pemasangan untuk mobil kosnumen
2. Melakukan pengecekan setelah pemasangan sebelum mobil di serah terima ke kosnumen

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.



## 6.4 Spesifikasi dan Kualifikasi jabatan

Menurut Robbins dan Coulter (2016:377), Pengertian Spesifikasi jabatan dan kualifikasi jabatan merupakan kualifikasi minimum seseorang harus berhasil melakukan pekerjaan tertentu. Spesifikasi dan Kualifikasi posisi tersebut lebih lanjut tentang informasi mengenai keahlian, kecakapan, pengalaman, tingkat Pendidikan, dan kemampuan yang harus dimiliki oleh seseorang untuk menduduki jabatan tersebut agar dapat dilakukan dengan baik. Berikut ini merupakan spesifikasi dan kualifikasi jabatan dalam *Eighty Eight Garage* adalah :

### a) Pengelola (*Manager*)

#### 1) Spesifikasi :

##### a) Minimal Pendidikan S1

#### 2) Kualifikasi :

- a) Memiliki pengalaman minimal 1 tahun di bidang manajemen dan otomotif
- b) Menguasai tipe – tipe mobil, penjualan, dan barang – barang modifikasi
- c) Dapat mengelola sumber daya manusia dengan baik
- d) Dapat membuat laporan keuangan
- e) Teliti
- f) Jujur
- g) Sopan
- h) Dapat bekerja dalam tim



b) Admin sales

1) Spesifikasi :

- a) Pendidikan minimal sekolah dasar
- b) Baik dalam melayani konsumen
- c) Umur 20 – 25 tahun

2) Kualifikasi :

- a) Jujur
- b) Ramah
- c) Sopan
- d) Teliti

c) Logistik

1) Spesifikasi :

- a) Pendidikan minimal Sekolah dasar
- b) Diutamakan Pria
- c) Usia minimal 18 tahun
- d) Memiliki fisik yang kuat
- e) Bisa menyetir mobil
- f) Bisa menyetir motor

2) Kualifikasi :

- a) Jujur
- b) Sopan
- c) Dapat bekerja dalam tim
- d) Teliti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (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.



d) Teknisi jasa pemasangan

Ⓢ Spesifikasi :

- a) Memiliki pengalaman minimal 1 tahun di bidang otomotif khususnya mekanik
- b) Menguasai pemasangan barang yang di jual *Eighty Eight Garage*
- c) Memiliki fisik yang kuat
- d) Diutamakan pria
- e) Usia minimal 20 tahun

Kualifikasi :

- a) Jujur
- b) Sopan
- c) Dapat bekerja dalam tim
- d) Teliti
- e) Kuat

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## 6.5 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan suatu hal yang dibutuhkan dalam sebuah organisasi. Yang berfungsi baik mengarahkan ataupun wewenang masing-masing pekerja dalam sebuah perusahaan. Struktur organisasi ini diperlukan pada setiap perusahaan baik skala kecil ataupun besar. Menurut Robbins dan Coulter (2016:336) ada beberapa jenis struktur yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

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.



### a) *Simple Structure*

Jenis struktur organisasi biasanya diterapkan pada bisnis kecil yang dimana pemilik usaha merangkap menjadi manager. Yang menjadi kekuatan pada struktur organisasi ini ada pada kesederhanaannya yakni lebih cepat dalam mengambil keputusan, fleksibel, biaya kecil, serta pertanggungjawaban yang jelas. Kelemahannya ialah tingginya sentralisasi dan rendahnya formalitas sehingga tidak cocok jika usaha berkembang menjadi lebih besar.

### b) *Functional Structure*

Jenis struktur organisasi lebih mengombinasikan spesialisasi pekerjaan yang serupa atau terkait. Keuntungan dari struktur ini adalah biaya kecil yang dikeluarkan dan karyawan dikelompokkan dengan orang lain yang memiliki tugas serupa. Sedangkan, kerugian dari struktur organisasi adalah bahwa mengejar target fungsional dapat menyebabkan manajer tidak melakukan yang terbaik untuk seluruh organisasi dan spesialis fungsional menjadi lebih terisolasi dan memiliki sedikit pemahaman tentang apa yang dilakukan unit lain.

### c) *Divisional Structure*

Jenis struktur organisasi ini merupakan struktur yang terdiri dari divisi bisnis yang teisah. Struktur organisasi ini lebih banyak digunakan di perusahaan yang sudah besar karena, setiap divisi memiliki wewenang terbatas, dengan manajer divisi yang memiliki wewenang atas unitnya dan bertanggung jawab atas kinerjanya. Keuntungan dari struktur ini ialah berfokus pada hasil, dimana manajer divisi bertanggung jawab atas apa yang terjadi pada produk dan layanan mereka.

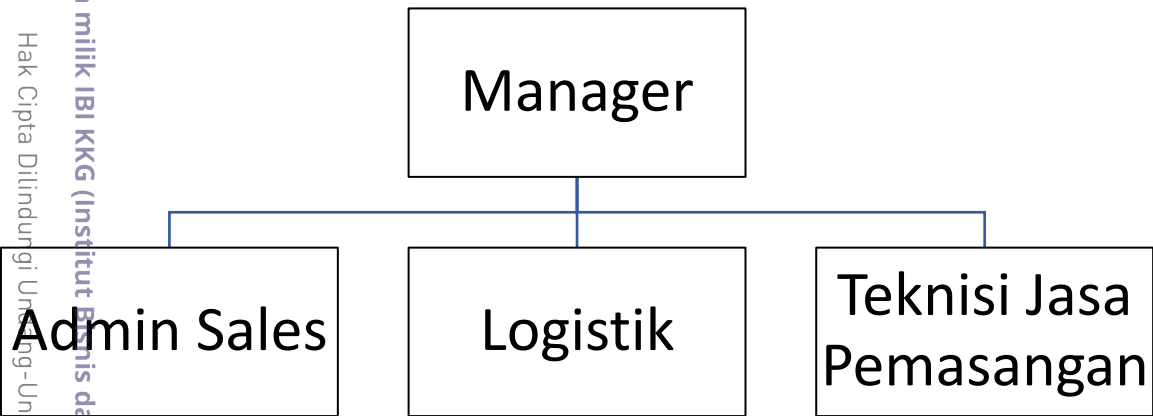
Namun untuk kerugian struktur ini adalah duplikasi kegiatan dan sumber daya meningkatkan biaya dan mengurangi efisiensi. Berdasarkan tiga jenis struktur organisasi diatas, Eighty Eight Garage pada saat ini merupakan sebuah usaha kecil yang menggunakan simple structure sebagai struktur bisnis. Berikut merupakan susunan struktur organisasi Eighty Eight Garage :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian karya tulis ini tanpa mencantumkan 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 6. 2

Standar Organisasi "Eighty Eight Garage"



Sumber : ( *Eighty Eight Garage*, 2022 )

6.6 Kompensasi dan Balas Jasa Karyawan

Kompensasi dan balas jasa kepada karyawan perlu diberikan oleh perusahaan berdasarkan waktu dan energi yang telah diberikan karyawan kepada perusahaan. Perusahaan wajib memberikan kompensasi dan membalas jasa karyawan dengan Memberikan gaji pokok dan THR (Tunjangan Hari Raya) kepada karyawannya. Berdasarkan hal tersebut, maka Eighty Eight Garage memberikan kompensasi dan balas jasa kepada karyawannya berupa pembayaran seperti gaji pokok & tunjangan hari raya.

a) Gaji Pokok

Gaji pokok merupakan imbalan yang harus dibayarkan kepada para pekerja sesuai dengan jenis tingkat pekerjaan yang besarnya ditentukan berdasarkan kesekapatan. Berdasarkan kebijakan yang telah ditetapkan pemerintah, UMR (Upah Minimum Regional) DKI Jakarta

© 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.





ditetapkan 4.641.854. ( Sumber : Daftar UMR 2022 Tertinggi dan Terendah di Jabodetabek Halaman all - Kompas.com )

**b) Tunjangan Hari Raya ( THR )**

Tunjangan Hari Raya (THR) diberikan sekali dalam 1 tahun pada saat Sebelum Hari Raya ( Tahun baru Imlek, Idul Fitri, Natal, Nyepi dan lainnya) Sesuai dengan kebijakan Menteri Ketenag kerjaan Republik Indonesia Nomor 6 tahun 2016 tentang Tunjangan Hari Raya Keagamaan bagi pekerja. Tunjagan yang diberikan sebesar gaji pokok dalam satu bulan. (Peraturan Menteri Ketenaga kerjaan Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2016, 2016)

Dalam Tabel 6.2 dapat digambarkan kompensasi keseluruhan dalam bentuk gaji pokok serta tunjangan hari raya yang diperoleh oleh karyawan selama tahun 2022.

**Tabel 6. 2**  
**Proyeksi Gaji dan Kompensasi Karyawan Part Time Tahun 2022**  
**( dalam rupiah )**

No	Jabatan	Jumlah	Gaji Per Bulan	Total Gaji Setahun	THR	Total Gaji + THR
1	Manager	1	5.500.000	33.000.000	5.500.000	38.500.000
2	Admin sales	1	4.500.000	27.000.000	4.500.000	31.500.000
3	Logistik	1	4.500.000	27.000.000	4.500.000	31.500.000
4	Teknisi jasa pemasangan	2	9.000.000	54.000.000	9.000.000	63.000.000
Total			10.200.000	122.400.000	23.500.000	164.500.000

Sumber : ( *Eighty Eight Garage*, 2022)

Pada tabel 6.2 diatas didapatkan Proyeksi Gaji dan Kompensasi Karyawan tetap Eighty Eight Garage pada tahun 2022 sebesar 164.500.000

Berikut merupakan Proyeksi Gaji dan Upah serta Kompensasi Karyawan Eighty Eight Garage pada tahun 2022 – 2026 yang disajikan dalam tabel 6.3 :

Hak cipta milik IBI KIS (Informatika 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.



**Tabel 6. 3**

**Proyeksi Gaji dan Upah serta Kompensasi Karyawan "Eighty Eight Garage"**

( dalam rupiah )

Tahun	Total Kompensasi
2022	164.500.000
2023	314.665.000
2024	324.104.950
2025	333.828.099
2026	343.842.941

Sumber : ( *Eighty Eight Garage*, 2022 )

Proyeksi Gaji dan Upah serta kompensasi karyawan untuk lima tahun kedepan dapat digambarkan pada tabel 6.4 dengan kenaikan sebesar 3% setiap tahun untuk menyesuaikan kenaikan UMK.

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.



## BAB VII

### RENCANA KEUANGAN

Rencana keuangan dalam sebuah usaha akan berguna dalam memproyeksi kebutuhan dana dan anggaran yang akan direncanakan sehingga implementasinya dapat digunakan secara efisien dan efektif. Di sisi lain, sebuah rencana keuangan dapat berguna untuk mengetahui kelayakan bisnis yang akan dijalankan dari tingkat pengembalian.

#### 7.1 Sumber dan Penggunaan Dana

Sumber dana yang didapatkan berasal dari tabungan penulis dana hibah dari orang tua penulis. Berikut penggunaan dana yang akan dijabarkan dengan jumlah dana yang dapat dilihat pada Tabel 7.1

**Tabel 7. 1**  
**Kebutuhan Dana "Eighty Eight Garage"**  
**( Dalam Rupiah )**

Keterangan	Total Biaya
Kas Awal	10.000.000
Biaya Renovasi Bangunan	200.000.000
Biaya Pembelian Peralatan	69.250.000
Biaya pembelian Perlengkapan	4.175.000
Total Investasi	283.425.000

Sumber : ( Eighty Eight Garage, 2022 )

#### 7.2 Biaya Administrasi dan Umum

Eighty Eight Garage menggunakan jasa bank sebagai tempat penyimpanan aset lancar yakni berupa kas perusahaan. Selain penyimpanan, digunakan juga untuk melakukan transaksi dengan para customer. Bank yang dipercaya oleh Eighty Eight Garage ialah Bank Central Asia (BCA).

Dalam penggunaan jasa Bank Central Asia, terdapat biaya yakni seperti pembuatan kartu ATM dan pembayaran biaya administrasi pada setiap bulannya. Biaya pembuatan kartu dikenakan pada saat pertama kali pembuatan akun Bank Central Asia (BCA),

sedangkan pembayaran biaya administrasi akan dikenakan setiap bulannya. Biaya pembuatan kartu pada tahun 2022 untuk kartu tahapan gold adalah sebesar 15.000 dengan biaya administrasi per bulan sebesar 17.000 dan jika ditotalkan dalam satu tahun sebesar 204.000/tahun.

(Sumber : <https://www.bca.co.id/id/Individu/produk/simpanan/Tahapan-Gold>)

**Tabel 7. 2**  
**Biaya Administrasi dan Umum**  
**( Dalam Rupiah )**

No	Keterangan	Harga
1	Pembuatan Kartu ATM	15.000
2	Biaya Administrasi Bank / Bulan	17.000
3	Kertas Invoice	200.000

Sumber : Eighty Eight Garage

**Tabel 7. 3**  
**Biaya Administrasi dan Umum dalam 5 Tahun Mendatang**  
**( Dalam Rupiah )**

No	Keterangan	Harga				
		2022	2023	2024	2025	2026
1	Pembuatan Kartu ATM	15.000	-	-	-	-
2	Biaya Administrasi Bank / Bulan	204.000	214.200	218.484	222.855	227.315
3	Kertas	400.000	420.000	440.000	460.000	480.000
	<b>Total</b>	<b>621.022</b>	<b>636.223</b>	<b>660.508</b>	<b>684.880</b>	<b>709.341</b>

Sumber : Eighty Eight Garage





### 7.3 Biaya Tenaga Kerja

Eighty Eight Garage memberikan gaji untuk para pekerja disesuaikan dengan kebijakan yang telah ditetapkan pemerintah, UMR (Upah Minimum Regional) DKI Jakarta ditetapkan 4.641.854. (Sumber : Daftar UMR 2022 Tertinggi dan Terendah di Jabodetabek Halaman all - Kompas.com ). Besar biaya pekerja dan Tunjangan Hari Raya (THR) tenaga kerja Eighty Eight Garage tahun 2022 dapat dilihat pada table berikut ini :

**Tabel 7. 4**

**Biaya Gaji Tenaga Kerja "Eighty Eight Garage" Tahun 2022**

No	Jabatan	Jumlah	Gaji Per Bulan	Total Gaji Setahun	THR	Total Gaji + THR
1	Manager	1	5.500.000	33.000.000	5.500.000	38.500.000
2	Admin sales	1	4.500.000	27.000.000	4.500.000	31.500.000
3	Logistik	1	4.500.000	27.000.000	4.500.000	31.500.000
4	Teknisi jasa pemasangan	2	9.000.000	54.000.000	9.000.000	63.000.000
Total			10.200.000	122.400.000	23.500.000	164.500.000

Sumber : ( Eighty Eight Garage, 2022 )

### 7.4 Biaya Penyusutan Peralatan

Peralatan di Eighty Eight Garage disusutkan menggunakan metode garis lurus dengan umur ekonomis selama 5 tahun tanpa nilai sisa. Penyusutan diasumsikan bahwa biaya setiap periode adalah sama. Penyusutan peralatan sangat perlu dilakukan agar penulis dapat mengetahui kapan harus mengganti peralatan dan batas waktu pemakaian peralatan sehingga aktivitas usaha tidak tertunda dengan adanya peralatan yang rusak atau tidak dapat dipakai secara tiba-tiba. Berikut merupakan biaya penyusutan peralatan Eighty Eight Garage :

1. Dilarang menyalin atau menjiplak 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
 Jl. Cipinang Ilir I No. 100, Jakarta Timur 10540  
 Telp. (021) 79900000, Fax. (021) 79900001  
 Email: info@kwikkiangie.ac.id, www.kwikkiangie.ac.id



1. Ditaring 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.

**Tabel 7. 5**

**Biaya Penyusutan Peralatan  
( Dalam Rupiah )**

Tahun	Harga Perolehan	Biaya Penyusutan	Akumulasi Penyusutan	Nilai Sisa
2022	69.250.000	13.850.000	13.850.000	55.400.000
2023	69.250.000	13.850.000	27.700.000	41.550.000
2024	69.250.000	13.850.000	41.550.000	27.700.000
2025	69.250.000	13.850.000	55.400.000	13.850.000
2026	69.250.000	13.850.000	69.250.000	-

Sumber : (Eighty Eight Garage, 2022)

**7.5 Biaya Pemeliharaan**

Biaya pemeliharaan merupakan biaya yang perlu dikeluarkan untuk keperluan barang-barang yang harus diperbaiki ataupun pemeliharaan secara berkala. Hal ini berguna agar fungsinya dapat berjalan dengan efektif serta dapat mendukung jalannya aktivitas operasional suatu usaha. Biaya pemeliharaan diasumsikan mengalami peningkatan sebesar 2,5 % setiap tahunnya sesuai dengan rata-rata inflasi.

Sumber : [https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news\\_release/Default.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news_release/Default.aspx)

**Tabel 7. 6**

**Biaya Pemeliharaan  
( Dalam Rupiah )**

No	Keterangan	Harga
1	Biaya Pemeliharaan Bangunan	2.500.000
2	Biaya Pemeliharaan Perlengkapan	1.500.000
Total		4.000.000

Sumber : Eighty Eight Garage, 2022



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.

**Tabel 7. 7**

**Biaya Pemeliharaan 5 Tahun Mendatang  
( Dalam Rupiah )**

Tahun	Total
2022	4.000.000
2023	4.120.000
2024	4.243.600
2025	4.370.908
2026	4.502.035

Sumber : (Eighty Eight Garage, 2022)

**7.6 Biaya Utilitas**

Biaya utilitas adalah biaya untuk mendukung kegiatan operasional usaha, yang terdiri dari biaya listrik, internet, dan lain sebagainya.

**a) Biaya Listrik**

Listrik adalah kebutuhan primer yang sangat diperlukan dalam usaha jasa modifikasi mobil dalam kegiatan apapun, listrik yang digunakan adalah listrik mempunyai kapasitas 2.200 VA dengan tarif 1.444,70/Kwh

(sumber : <https://lifepal.co.id/media/daftar-tarif-listrik-terbaru/>).

Berikut ini adalah proyeksi biaya listrik Eighty Eight Garage untuk 5 tahun ke depan dengan kenaikan 2,5%

(Sumber : <https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Default.aspx>)

**Tabel 7. 8**  
**Biaya Listrik**  
**( Dalam Rupiah )**

No	Keterangan	Unit	Jumlah (Kwh)	Operasional/Hari (Jam)	Operasional (Hari)	Pemakaian/Bulan (Kwh)	Pemakaian/Tahun (Kwh)	Harga (Kwh)	Total Biaya/Tahun
1	Air Conditioner	3	2,4	12	30	891	10.692	1,444	15.439.248
2	Kulkas	2	0,12	12	30	86,4	1.036,8	1,444	1.497.139
3	Tv	2	0,72	12	30	518,4	6.220,8	1,444	8.982.835
4	Laptop	1	0,32	12	30	115,2	1.382,4	1,444	1.996.185
5	Lampu	8	0,4	12	30	1.152	13.824	1,444	19.961.856
<b>Total</b>									<b>47.877.263</b>

Sumber : (Eighty Eight Garage, 2022)

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







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.

**Tabel 7. 9**

**Biaya Listrik 5 Tahun Mendatang  
( Dalam Rupiah )**

Tahun	Total
2022	47.877.263
2023	50.271.126
2024	52.784.682
2025	55.423.916
2026	58.195.112

Sumber : (Eighty Eight Garage, 2022)

**7.7 Biaya Peralatan dan Perlengkapan**

**a) Biaya Peralatan**

Dalam kegiatan pengembangan bisnis ini, terdapat beberapa peralatan penting yang dibutuhkan untuk memudahkan dalam menjalankan bisnis dan mendukung operasional bisnis. Peralatan bisnis adalah barang yang digunakan untuk menghasilkan pekerjaan yang diharapkan di usaha budidaya yang merupakan barang tak habis pakai yang dapat dipaka berulang kali atau memiliki daya tahan yang cukup lama. Peralatan akan habis dengan asumsi nilai umur ekonomis 5 tahun. Berikut daftar peralatan yang akan dibutuhkan untuk kegiatan operasional dan usaha, dapat dilihat pada Tabel 7.10 :



**Tabel 7. 10**  
**Biaya Peralatan**  
**( Dalam Rupiah )**

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

No	Peralatan	Unit	Harga	Total
1	Air Conditioner	3	5.000.000	15.000.000
2	Laptop	1	20.000.000	20.000.000
3	kulkas	2	2.500.000	5.000.000
4	Rak barang	4	2.000.000	8.000.000
5	Kursi	15	450.000	6.750.000
6	Meja	3	1.500.000	4.500.000
7	speaker	1	4.000.000	4.000.000
8	TV	2	3.000.000	6.000.000
Total				69.250.000

Sumber : (Eighty Eight Garage, 2022)

b) Biaya Perlengkapan

Perlengkapan merupakan alat pendukung untuk melakukan kegiatan bisnis.

Perlengkapan bersifat jangka pendek, harus diganti dengan yang baru, dan tidak memiliki umur ekonomis. Alat perlengkapan diperoleh dari berbagai tempat yang berbeda-beda sama seperti halnya perlengkapan. Berikut merupakan perlengkapan yang dibutuhkan Eighty Eight Garage dalam menjalankan bisnisnya pada Tabel 7.11

**Tabel 7. 11**  
**Biaya Perlengkapan**  
**( Dalam Rupiah )**

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

No	Perlengkapan	Unit	Harga	Total
1	Lampu	8	200.000	1.600.000
2	lakban	5	15.000	75.000
3	kardus	10	100.000	1.000.000
4	Plastic packing	10	150.000	1.500.000
Total				4.175.000

Sumber : (Eighty Eight Garage, 2022)

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.



**Tabel 7. 12**

**Biaya Perlengkapan Habis Pakai  
( Dalam Rupiah )**

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

No	Perlengkapan	Unit	Harga	Total
1	Minuman	4	100.000	400.000
2	Tissue	2	20.000	40.000
3	Pewangi ruangan	2	100.000	200.000
4	Cemilan	3	200.000	600.000
Total				1.240.000

Sumber : (Eighty Eight Garage, 2022)

**Tabel 7. 13**

**Biaya Perlengkapan Habis Pakai 5 Tahun Mendatang  
( Dalam Rupiah )**

Tahun	Total
2022	1.240.000
2023	1.364.000
2023	1.500.400
2024	1.650.440
2025	1.815.484

Sumber : (Eighty Eight Garage, 2022)

**7.8 Proyeksi Keuangan**

Proyeksi keuangan yakni anggaran yang dirancang atau perencanaan keuangan yang bertujuan untuk melakukan perkiraan jumlah biaya yang timbul serta melakukan proyeksi jumlah pendapatan yang akan dihasilkan perusahaan pada suatu periode tertentu.

a) **Proyeksi Laporan Laba Rugi**

Laporan laba rugi adalah laporan keuangan perusahaan yang menjelaskan tentang pendapatan, biaya dan laba rugi yang diperoleh dalam suatu periode waktu tertentu. Laporan laba rugi bertujuan agar mempermudah perusahaan agar dapat mengetahui kondisi keuangan dengan baik, sehingga laporan laba rugi bisa menjadi dasar bahan evaluasi untuk kebijakan perusahaan selanjutnya. Berikut merupakan Laporan Laba Rugi *Eighty Eight Garage* pada tahun 2022 – 2026 :

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.



Tabel 7. 14

**Proyeksi Laporan Laba Rugi "Eighty Eight Garage" Tahun 2022-2026**  
( Dalam Rupiah )

Keterangan	2022	2023	2024	2025	2026
Penjualan	280.150.000	638.000.000	765.600.000	918.720.000	1.102.464.000
<b>Biaya Variabel :</b>					
Biaya Listrik	47.877.263	50.271.126	52.784.682	55.423.916	58.195.112
Biaya Perlengkapan	1.240.000	1.364.000	1.500.400	1.650.440	1.815.484
<b>Total Biaya Variabel</b>	49.117.263	51.635.126	54.285.082	57.074.356	60.010.596
<b>Biaya Tetap Kontribusi :</b>					
Biaya Tenaga Kerja	164.500.000	314.665.000	324.104.950	333.828.099	343.842.941
Biaya Pemeliharaan	4.000.000	4.120.000	4.243.600	4.370.908	4.502.035
Biaya Administrasi dan Umum	621.022	636.223	660.508	684.880	709.341
Biaya Penyusutan Peralatan	13.850.000	13.850.000	13.850.000	13.850.000	13.850.000
<b>Total Biaya Tetap Kontribusi</b>	182.971.022	333.271.223	342.859.058	352.733.887	362.904.317
<b>Total Pengeluaran</b>	232.088.285	384.906.349	397.144.140	409.808.243	422.914.913
Laba sebelum Pajak	48.061.715	253.093.651	368.455.860	508.911.758	679.549.087
Pajak	4.806.172	25.309.365	36.845.586	50.891.176	67.954.909
<b>Laba Bersih</b>	43.255.544	227.784.286	331.610.274	458.020.582	611.594.178

Sumber : (Eighty Eight Garage, 2022)

b) Proyeksi Laporan Arus Kas

Laporan arus kas adalah laporan keuangan yang menginformasikan arus pemasukan dan pengeluaran dalam sebuah perusahaan pada periode waktu tertentu. Tujuan dibuatnya laporan arus kas agar dapat mengetahui tentang informasi keuangan secara lebih detail pada suatu perusahaan. Berikut proyeksi laporan arus dari *Eighty Eight Garage* pada tahun 2022 hingga 2026 :

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 BIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKG.



Tabel 7. 15

Proyeksi Laporan Arus Kas Eighty Eight Garage Tahun 2022-2026

( Dalam Rupiah )

Keterangan	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Arus Kas Masuk						
Modal Awal	283.425.000					
Penjualan		280.150.000	638.000.000	765.600.000	918.720.000	1.102.464.000
Total Arus Kas	283.425.000	280.150.000	638.000.000	765.600.000	918.720.000	1.102.464.000
Aliran Kas Keluar						
Bangunan	200.000.000					
Biaya Peralatan	69.250.000					
Biaya Perlengkapan	4.175.000	1.240.000	1.364.000	1.500.400	1.650.440	1.815.484
Biaya Listrik		47.877.263	50.271.126	52.784.682	55.423.916	58.195.112
Biaya Tenaga Kerja		164.500.000	314.665.000	324.104.950	333.828.099	343.842.941
Biaya Pemeliharaan		4.000.000	4.120.000	4.243.600	4.370.908	4.502.035
Biaya Administrasi dan Umum		621.022	636.223	660.508	684.880	709.341
Biaya Penyusutan Peralatan		13.850.000	13.850.000	13.850.000	13.850.000	13.850.000
Pajak		4.806.172	25.309.365	36.845.586	50.891.176	67.954.909
Total Arus Kas Keluar	273.425.000	236.894.457	410.215.714	433.989.726	460.699.418	490.869.822
Arus Kas Bersih	10.000.000	36.812.462	74.125.312	120.262.407	177.068.962	246.752.243
Saldo Kas Awal	-	10.000.000	46.812.462	120.937.774	241.200.181	418.269.143
Saldo Kas Akhir	10.000.000	46.812.462	120.937.774	241.200.181	418.269.143	665.021.386

Sumber : (Eighty Eight Garage, 2022)

c) Proyeksi Laporan Neraca Keuangan

Balance sheet atau Neraca keuangan adalah laporan yang wajib disusun oleh perusahaan untuk mendeskripsikan kewajiban, kekayaan serta modal di akhir periode akuntansi perusahaan yang sebenarnya. Neraca juga digunakan sebagai dasar pertimbangan cara pembiayaan investasi mendatang. Berikut merupakan proyeksi neraca keuangan dari *Eighty Eight Garage* pada tahun 2022 hingga 2026 :



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

**Tabel 7. 16**

**Proyeksi Laporan Neraca Keuangan "Eighty Eight Garage" Tahun 2022-2026  
( Dalam Rupiah )**

Keterangan	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Aktiva						
Aktiva Lancar						
Kas	10.000.000	53.255.544	281.039.829	612.650.103	1.070.670.685	1.682.264.863
Perlengkapan	4.175.000	1.240.000	1.364.000	1.500.400	1.650.440	1.815.484
Total Aktiva Lancar	14.175.000	54.495.544	282.403.829	614.150.503	1.072.321.125	1.684.080.347
Aktiva Tetap						
Peralatan	69.250.000					
Bangunan	200.000.000	230.000.000	345.000.000	414.000.000	476.100.000	547.515.000
Akumulasi Biaya Penyusutan Peralatan		13.850.000	13.850.000	13.850.000	13.850.000	13.850.000
Total Aktiva Tetap	269.250.000	243.850.000	358.850.000	427.850.000	489.950.000	561.365.000
Total Aktiva	283.425.000	298.345.544	641.253.829	1.042.000.503	1.562.271.125	2.245.445.347
Passiva						
Modal Usaha	283.425.000	18.195.544	3.253.829	276.400.503	643.551.125	1.142.981.347
Laba ditahan						
Laba Tahun Berjalan		280.150.000	638.000.000	765.600.000	918.720.000	1.102.464.000
Total Passiva	283.425.000	298.345.544	641.253.829	1.042.000.503	1.562.271.125	2.245.445.347

Sumber (Eighty Eight Garage, 2022)

**7.9 Analisis Kelayakan Investasi**

Investasi yang layak tidak dapat dinilai berdasarkan asumsi ataupun keyakinan saja, Namun perlu dianalisis secara mendalam dari berbagai bidang. Sebuah penilaian kelayakan investasi dapat dilakukan dengan beberapa indikator yang terdiri dari perhitungan Payback period (PP), Net Present Value (NPV), dan Profitability index (PI).

*a) Payback Period*

Payback period menurut Zutter dan Smart (2022:505) is the time it takes an investment to generate cash inflows sufficient to recoup the initial outlay required to make the investment. Payback Period merupakan waktu yang dibutuhkan investasi untuk

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



menghasilkan arus kas masuk yang cukup untuk menutup pengeluaran awal yang diperlukan untuk melakukan investasi. Berikut merupakan perhitungan analisis Payback period dari

Eighty Eight Garage :

**Tabel 7. 17**  
**Analisis Payback Period "Eighty Eight Garage"**  
**( Dalam Rupiah )**

Investasi		283.425.000
Tahun	NCF	Cash Cumulative
2022	43.255.544	43.255.544
2023	227.784.286	271.039.829
2024	331.610.274	602.650.103
2025	458.020.582	1.060.670.685
2026	611.594.178	1.672.264.863

Sumber : (Eighty Eight Garage,2022)

$$\text{Payback Period} = 2 + \frac{(283.425.000 - 271.039.829)}{(602.650.103 - 271.039.829)} \times 1 \text{ Tahun}$$

$$= 2 \text{ Tahun } 13 \text{ Hari}$$

b) *Net Present Value*

Net Present Value menurut Zutter dan Smart (2022:510) is a capital budgeting technique that measures an investment's value by calculating the present value of its cash inflows and outflows. Yang memiliki makna yakni Net Present Value adalah adalah teknik penganggaran modal yang mengukur nilai investasi dengan menghitung nilai sekarang dari arus kas masuk dan arus keluarnya.. Jika nilai NPV < 0 maka, artinya investasi yang dikeluarkan ditolak bagi perusahaan. Sedangkan, jika NPV > 0 maka, investasi yang dikeluarkan akan diterima bagi perusahaan. Berikut merupakan rumus perhitungan NPV yang dapat dilihat dibawah ini :

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



$$NPVC = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - CF_0$$

©

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Keterangan :

CF<sub>t</sub> = Present Value of Cash Flow

CF<sub>0</sub> = Total Initial Investment

r = Discount Rate

t = Jumlah periode waktu

Dalam perhitungan NPV Eighty Eight Garage menggunakan tingkat suku bunga Kredit Bank Indonesia atau Discount Factor sebesar 10,5%.

(Sumber: <https://keuangan.kontan.co.id/news/sejumlah-bank-turunkan-bunga-kredit-demi-menggenjotpermintaan>)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

**Tabel 7. 18**  
**Analisis Net Present Value "Eighty Eight Garage"**  
**( Dalam Rupiah )**

Tahun ke-	Tahun Berjalan	NCF	DF = 10,5% (1/(1+r)^n)	PV of NCF
1	2022	43.255.544	0,90498	39.145.402
2	2023	227.784.286	0,81898	186.550.774
3	2024	331.610.274	0,74116	245.776.271
4	2025	458.020.582	0,67074	307.212.725
5	2026	611.594.178	0,607	371.237.666
PV of NCF				1.149.922.838
Investasi				283.425.000

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.





Berdasarkan perhitungan NPV diatas, hasil NPV *Eighty Eight Garage* sebesar 1.149.922.838 > 0, yang berarti NPV Positif dan usaha bermanfaat dan layak untuk dijalankan.

c) *Profitability Index*

*Profitability index* menurut Zutter dan Smart (2022:513) is simply equal to the present value of cash inflows divided by the absolute value of the initial cash outflow. Artinya sama dengan nilai rusakas masuk saat ini dibagi dengan nilai absolut arus kas keluar awal. Jika perhitungan *Profitability index* mendapatkan hasil > 1,00 maka investasi layak dilakukan atau diterima, sedangkan jika perhitungan *Profitability index* mendapatkan hasil < 1,00 maka, investasi tidak layak dilakukan atau ditolak. Berikut merupakan rumus dari perhitungan *Profitability index* :

$$PI = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{CFt}{(1+r)^t}}{CFo}$$

Keterangan :

CFt = Present Value of Cash Flow

CFo = Total Initial Investment

r = Discount rate

t = Jumlah periode waktu

Berikut ialah perhitungan *Profitability Index* dari *Eighty Eight Garage*:

$$PI = PV \text{ of NFC} / \text{Investasi} = 1.149.922.838 / 283.425.000 = 4,057$$



Berdasarkan perhitungan PI diatas, hasil PI Eighty Eight Garage sebesar  $4,057 > 1,0$ , yang berarti PI Positif dan usaha layak untuk dijalankan.

### 7.10 Analisis Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha atau *Break even point* (BEP) menurut Zutter dan Smart (2022:590) is used to determine the level of operations necessary to cover all costs and to evaluate the profitability associated with various levels of sales. Ini berarti analisis yang digunakan untuk menentukan tingkat operasi yang diperlukan untuk menutupi semua biaya dan mengevaluasi profitabilitas yang terkait dengan berbagai tingkata penjualan. Dengan analisis kelayakan usaha ini dapat membantu perusahaan untuk mengetahui kapan menghasilkan laba ataupun rugi. Di sisi lain analisis ini juga dapat dijadikan acuan untuk menentukan harga jual yang sesuai untuks mencegah kerugian, yang dimana mengetahui batas penjualan minimum yang harus diperoleh dan mendapatkan keuntungan. Nilai BEP dapat ditentukan oleh beberapa faktor yakni biaya tetap (fixed cost), harga (price), dan biaya variabel (variable cost). Rumus yang digunakan dalam penentuan BEP adalah sebagai berikut:

$$BEP = \frac{\text{Total Biaya Tetap (FC)}}{1 - \frac{\text{Total Biaya Variable (VC)}}{\text{Total Pendapatan}}}$$



**Tabel 7. 19**  
**Analisis Break Even Point**  
**( Dalam Rupiah )**

Tahun	Penjualan	Biaya Variable	Biaya Tetap	Marjin Kontribusi	BEP
2022	280.150.000	49.117.263	182.971.022	1,212598715	221.870.426
2023	638.000.000	51.635.126	333.271.223	1,088059719	362.618.993
2024	765.600.000	54.285.082	342.859.058	1,076316524	369.024.870
2025	918.720.000	57.074.356	352.733.887	1,06623878	376.098.549
2026	1.102.464.000	60.010.596	362.904.317	1,057566694	383.795.519

Sumber : (Eighty Eight Garage, 2022)

Dari analisis BEP diatas, penjualan Eighty Eight Garage setiap tahunnya lebih besar dari nilai BEP. Untuk itu dapat dikatakan usaha layak untuk dijalankan.

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.



## BAB VIII

### ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA

#### 8.1 Dampak terhadap Masyarakat sekitar

Sebuah perusahaan yang telah dijalankan tentunya memiliki dampak bagi lingkungan sekitar baik dampak secara langsung ataupun tidak langsung. Pada usaha jasa Eighty Eight Garage ini tentu memberikan dampak terhadap lingkungan masyarakat sekitar. Berikut akan dijelaskan lebih mengenai dampak yang diberikan oleh Eighty Eight Garage terhadap masyarakat sekitar.

##### a) Dampak produksi dan teknologi terhadap masyarakat

Kegiatan yang dilakukan dalam usaha ini ialah memutar suara panggilan untuk burung walet masuk ke dalam bangunan yang memiliki dampak polusi suara bagi masyarakat sekitar. Oleh karena itu, untuk menjalankan usaha budidaya sarang burung walet tidak berdekatan dengan keramaian masyarakat. Namun di sisi lain dengan adanya usaha ini, menjadi terciptanya lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Dengan berkembangnya teknologi yang semakin canggih hal ini memberikan dampak yang cukup baik seperti dalam halnya bertransaksi pembayaran yang bisa cashless, yang dimana para pembeli bisa memanfaatkan teknologi sebagai sarana pembayaran yang mudah dan aman.

##### b) Dampak organisasi dan SDM terhadap masyarakat

Tenaga kerja yang dimiliki oleh Eighty Eight Garage pada saat ini berjumlah 5 orang yang bekerja di Eighty Eight Garage. Tentu dalam menjalankan usaha ini, besar kemungkinan untuk memperluas bangunan dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang baru bagi masyarakat sekitar yang membutuhkan pekerjaan.

#### 8.2 Dampak terhadap Lingkungan

Selain masyarakat sekitar yang dapat menerima dampak yang telah dilakukan oleh Eighty Eight Garage, lingkungan juga dapat terpengaruh. Pengaruh yang dapat diberikan oleh Eighty Eight Garage adalah sebagai berikut :

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.

- a) Dampak produksi dan teknologi terhadap lingkungan

Dengan di gunakannya teknologi yang semakin canggih saat ini, memudahkan Eighty Eight Garage dalam melakukan pemasaran produk dan jasa. Hal ini membuat produk dan jasa yang di promosikan akan lebih mudah dikenal oleh masyarakat luas serta lebih mudah mengetahui harga produk terbaru.

- b) Penanganan limbah yang dihasilkan akibat proses produksi

Untuk limbah yang dihasilkan dari usaha Eighty Eight Garage ialah kaleng semprot, plastic, kardus, yang dimana limbah yang dihasilkan ini dapat dilakukan penanganan seperti dioleah menjadi plastic daur ulang dan lain sebagainya. Oleh karena itu, limbah yang dihasilkan tidak merugikan lingkungan sekitar.

### 8.3 Analisis Resiko Usaha

Sebuah bisnis tentu memiliki yang namanya resiko. Resiko usaha yang dimiliki pastinya memiliki dampak yang spesifik terhadap kegiatan operasional maupun pendapatan perusahaan. Analisis resiko usaha pada umumnya dilakukan para pebisnis sebelum mendirikan sebuah bisnis supaya dapat diantisipasi resiko yang dihadapi maupun memiliki gambaran terhadap usaha yang akan dijalankan. Resiko yang akan dihadapi dapat muncul dari luar perusahaan (eksternal) maupun dari dalam (internal) perusahaan.

Berikut resiko yang mungkin terjadi pada Eighty Eight Garage :

- a) Bencana alam yang sering terjadi di Indonesia seperti banjir dan cuaca yang tidak menentu yang terjadi. Menyebabkan sulitnya untuk pengiriman barang dan melakukan jasa pemasangan karena akses jalan yang tertutup oleh banjir.
- b) Barang yang dipesan oleh konsumen tidak sesuai / salah barang. Dengan adanya masalah ini membuat konsumen kecewa dan mengurangi pembeli di Eighty Eight Garage.
- c) Adanya kerusakan pada saat pemasangan barang ke mobil konsumen, ada terjadi kendala dalam pemasangan dan adanya kerusakan yang dilakukan oleh karyawan Eighty Eight Garage. Membuat konsumen tidak percaya dengan kinerja pada jasa Eighty Eight Garage.



## 8.4 Antisipasi Resiko Usaha

Dalam suatu bisnis diperlukan pemikiran mengenai antisipasi resiko usaha. Hal ini sangat penting agar dapat mengurangi resiko yang mungkin terjadi. Antisipasi ini dapat dilakukan dengan mengidentifikasi setiap resiko dan mencari solusi yang akan dilaksanakan oleh perusahaan.

Berikut ialah rencana dari antisipasi resiko yang akan terjadi pada Eighty Eight Garage:

- a) Antisipasi yang dapat dilakukan pada resiko bencana alam ialah membuat sumber pakan manual seperti menaruh pepaya, nanas, dan lain sebagainya serta menambahkan lampu pada lubang masuk bangunan (LMB) agar memudahkan burung walet untuk mencari titik lubang bangunan.
- b) Antisipasi pada barang yang dipesan oleh konsumen tidak sesuai / salah barang, Melakukan pengecekan terlebih dahulu sebelum di kirim ke kosnumen apakah barang sudah sesuai atau tidak.
- c) Antisipasi kerusakan pada saat pemasangan barang ke mobil konsumen, Melakukan pengawasan lebih agar hal ini tidak terulang Kembali. Pihak Eighty Eight Garage memberikan tanggungan ganti rugi pada kerusakan di mobil konsumen dan melakukan rapat ulang untuk karyawan agar lebih berhati – hati.



## BAB IX

### RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

#### 9.1 Ringkasan Kegiatan Usaha

##### a) Konsep Bisnis

*Eighty Eight Garage* merupakan bisnis yang bergerak di bidang usaha dibidang otomotif dengan cara menjual *parts* modifikasi via *social media*, online shop, dll dan menjadikan mobil pribadi menjadi demo car, karena melihat pasar otomotif khususnya modifikasi sangat diminati saat ini. Penulis juga sudah mendapatkan koneksi / jalur untuk mendapatkan semua barang / *parts* modifikasi yang di inginkan orang – orang dan membuka usaha sesuai hobi yang diminati hal yang menyenangkan.

Pemilihan nama *Eighty Eight Garage* karena dari penulis yang menyukai angka delapan dan menurut penulis angka delapan itu memiliki arti keberuntungan. Kenapa dinamakan *Eighty Eight* juga karena mobil yang dimiliki penulis memiliki angka ( 88 ) di bagian plat No yang menjadikan ciri khas untuk dikenal di kalangan orang – orang pecinta otomotif.

##### b) Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari *Eighty Eight Garage* ini adalah “ Mewujudkan dan Menyediakan jasa dan barang bagi konsumen yang ingin modifikasi kendaraannya dengan harga yang terjangkau dan barang yang berkualitas”

Misi dari *Eighty Eight Garage* adalah :

- 1) Menjadikan usaha ini dipercaya oleh konsumen
- 2) Memberikan solusi untuk konsumen membeli barang modifikasi



- 3) Memberikan pelayanan terbaik untuk kosnumen dengan baik
- 4) Memberikan harga yang terjangkau dengan barang yang bagus

©

Hak Cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

c) Produk

*Eighty Eight Garage* menawarkan Services (Jasa) yakni memberikan layanan untuk konsumem mencari barang modifikasi untuk mobil sesuai keinginan konsumen. Jasa dari *Eighty Eight Garage* merupakan barang – barang modifikasi. *Eighty Eight Garage* hanya menyediakan barang apa yang di inginkan oleh konsumen. Jasa yang ditawarkan *Eighty Eight Garage* sama sekali tidak berbeda dengan jasa yang di sediakan oleh kompetitor, namun kami sangat menjamin kualitas yang diberikan oleh *Eighty Eight Garage*.

d) Persaingan

Setiap usaha pasti memiliki pesaing. *Eighty Eight Garage* sendiri memiliki pesaing yaitu *Empiregarage.id* dan *Garagefreak.id*. Kedua penjual produk sejenis ini memang telah mendapatkan kepercayaan pelanggan, tetapi penulis percaya dengan strategi pemasaran dan diferensiasi yang telah dibuat maka *Eighty Eight Garage* dapat bersaing dengan kedua penjual produk tersebut.

e) Target dan Ukuran Pasar

Target pasar *Eighty Eight Garage* adalah pria dan wanita dengan usia 21 - 50 tahun yang berofesi sebagai pelajar/mahasiswa, karyawan, wirausaha. Untuk kelompok pendapatan, *Eighty Eight Garage* akan berfokus pada kelompok masyarakat kelas menengah atas.

f) Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan *Eighty Eight Garage* adalah melakukan pemasaran melalui media sosial seperti *Instagram* dan *Tiktok*.

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.





*Eighty Eight Garage* juga melakukan pemasaran secara public relation dan personal selling yang dimana tujuannya untuk membangun hubungan para konsumen dan komunitas mobil yang berada di Jakarta.

g) Tim Manajemen

*Eighty Eight Garage* merupakan usaha kecil dengan struktur organisasi yang sederhana, dimana pemilik beeran juga sebagai manajer yang membawahi langsung para karyawan *Eighty Eight Garage* yang terdiri dari 5 orang yaitu *manajer, admins sales, logistic dan teknisi jasa pemasangan*. Seluruh karyawan bertanggung jawab kepada manajer. Tugas manajer sendiri adalah mengawasi jalannya operasional bisnis, kinerja para karyawan dan memberikan keputusan akhir demi kelancaran bisnis.

h) Kelayakan Keuangan

Penilaian layak atau tidaknya suatu usaha yang akan didirikan dapat diketahui dengan indikator-indikator seperti berikut ini

**Tabel 9. 1**

**Kesimpulan Kelayakan Keuangan**

<b>Analisis</b>	<b>Batas Kelayakan</b>	<b>Hasil Analisa</b>	<b>Kesimpulan</b>
<i>Payback Period (PP)</i>	5 Tahun	2 Tahun 13 Hari	Layak
<i>Net Present Value (NPV)</i>	NPV>0	. 991.794.915	Layak
<i>Profitabilty Index (PI)</i>	PI>1	4.057	Layak
<i>Break Even Point (BEP)</i>	Penjualan > Nilai BEP	Penjualan > Nilai BEP/tahun	Layak

Sumber : *Eighty Eight Garage*

**9.2 Rekomendasi Visibilitas Usaha**

Dapat disimpulkan dari keseluruhan perencanaan bisnis dan analisis kelayakan keuangan dan investasi menunjukkan bahwa usaha *Eighty Eight Garage* layak untuk dijalankan Setelah dilakukan perhitungan proyeksi keuangan berdasarkan pada BAB VII yang bertujuan untuk memiliki gambaran mengenai peutaran keuangan sebuah perusahaan,

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.



memperkirakan pengeluaran dengan mengestimasi jumlah biaya yang mungkin timbul, proyeksi modal, anggaran pendapatan dan lain sebagainya untuk beberapa tahun yang mendatang. Dan melakukan analisis kelayakan investasi dengan penilaian layak atau tidaknya suatu usaha yang akan didirikan dapat diketahui dengan menggunakan indicator Payback Period (PP), Net Present Value (NPV), Profitability Index (PI), dan Break Even Point (BEP).

Maka, kesimpulan yang didapatkan bahwa Eighty Eight Garage layak di jalan dikarenakan :

- a. *Payback Period* : 2 Tahun 13 Hari
- b. *Net Present Value* : . 1.149.922.838
- c. *Profitability Index* : 4.057
- d. *Break Even Point* : Penjualan > Nilai BEP

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.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber buka teks :

- David, Fred R., Forest R. David (2017), *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases, Edisi 16, Global Edition, Malaysia: Pearson Education*.
- Dessler, G. (2018). *Human Resource Management (16th ed.)*. Pearson Education. <https://id1lib.org/ireader/5663874>
- Hisrich, R. ., dan Peters, M. . (2017). *Entrepreneurship (10th ed.)*. Mc-Graw Hill Education. <https://en.id1lib.org/ireader/2760118>
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th ed.)*. Pearson Education. <https://id1lib.org/ireader/3334349>
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education. <https://id1lib.org/ireader/3357739>
- Rangkuti, F. (2001). *Analisis SWOT Teknik Membedah kasus bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Robbins, S. ., dan Coulter, M. (2016). *Management (13th ed.)*. Pearson Education.
- Zutter, C. J., dan Smart, S. B. (2022). *Principles Managerial of Finance (16th ed.)*. Pearson Education. <https://id1lib.org/book/18074587/723c46>



**Sumber Website :**

[Juli 2021: Angka dan Analisis Penjualan Mobil di Indonesia \(zigwheels.co.id\)](#)

[Industri modifikasi otomotif punya potensi untuk bertumbuh \(antaranews.com\)](#)

<https://www.online-pajak.com/id/daftar-npwp-online-wajib-pajakorang-pribadi>  
(diakses April 2019)

[http://cpmptsp.bekasikota.go.id/images/Formulir\\_dan\\_Persyaratan/persyaratan/siup\\_dan\\_tdp.pdf](http://cpmptsp.bekasikota.go.id/images/Formulir_dan_Persyaratan/persyaratan/siup_dan_tdp.pdf) (diakses April 2019)

[Daftar UMR 2022 Tertinggi dan Terendah di Jabodetabek Halaman all - Kompas.com](#) )

<https://www.bca.co.id/id/Individu/produk/simpanan/Tahapan-Gold>

<https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Default.aspx>

<https://lifepal.co.id/media/daftar-tarif-listrik-terbaru/>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
© 2021 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

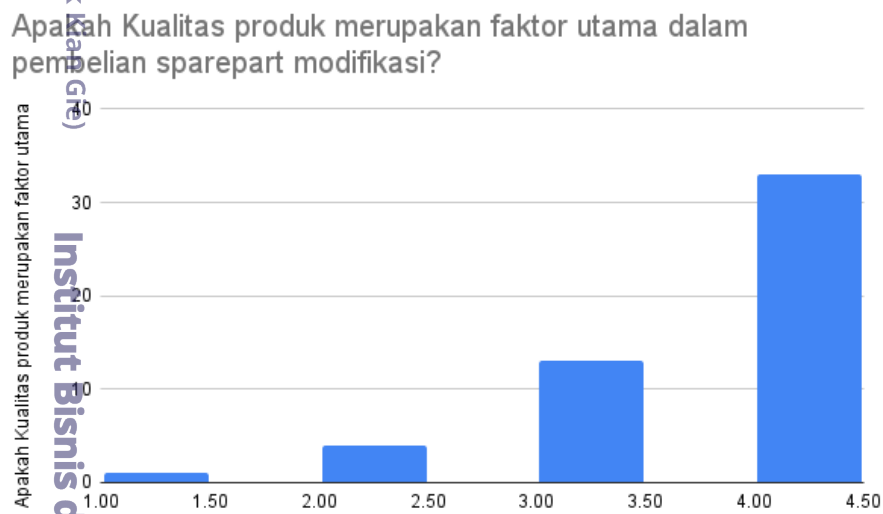
**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Penulisan 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 Dilindungi Undang-Undang

Lampiran 1 - Respon Kuisisioner Competitive Profile Matrix



Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Apakah Kualitas produk merupakan faktor utama

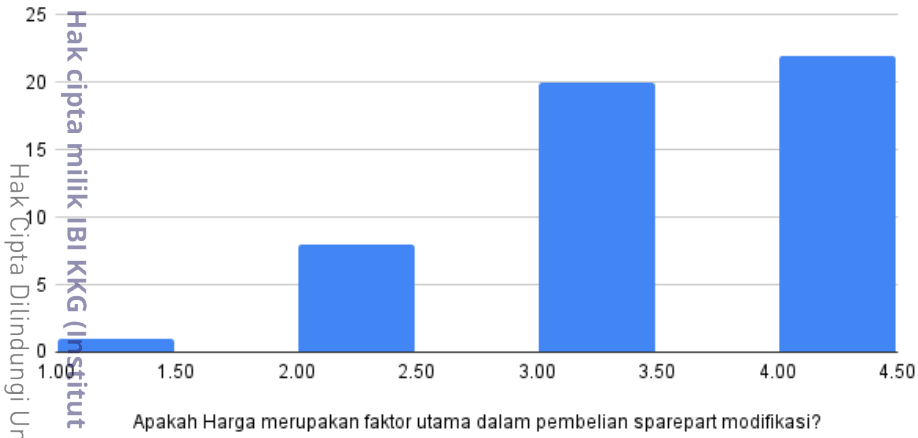
Apakah Merek merupakan faktor utama dalam pembelian sparepart modifikasi?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

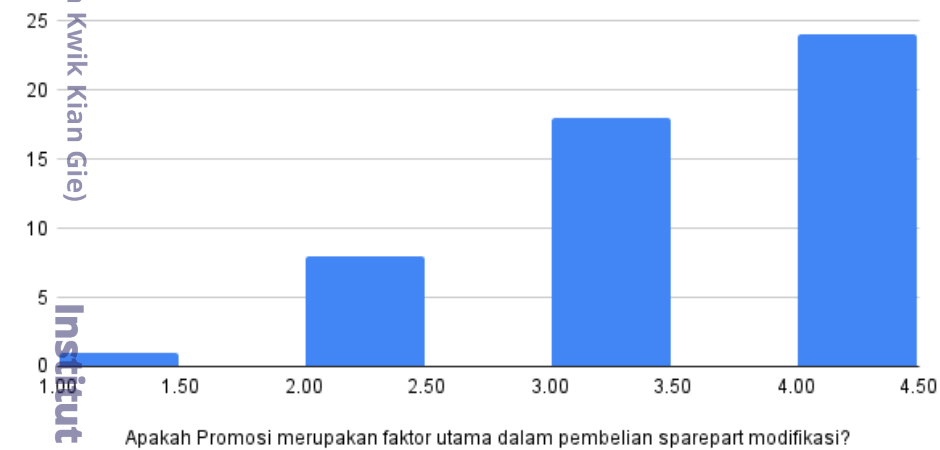
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam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



### Apakah Harga merupakan faktor utama dalam pembelian sparepart modifikasi?



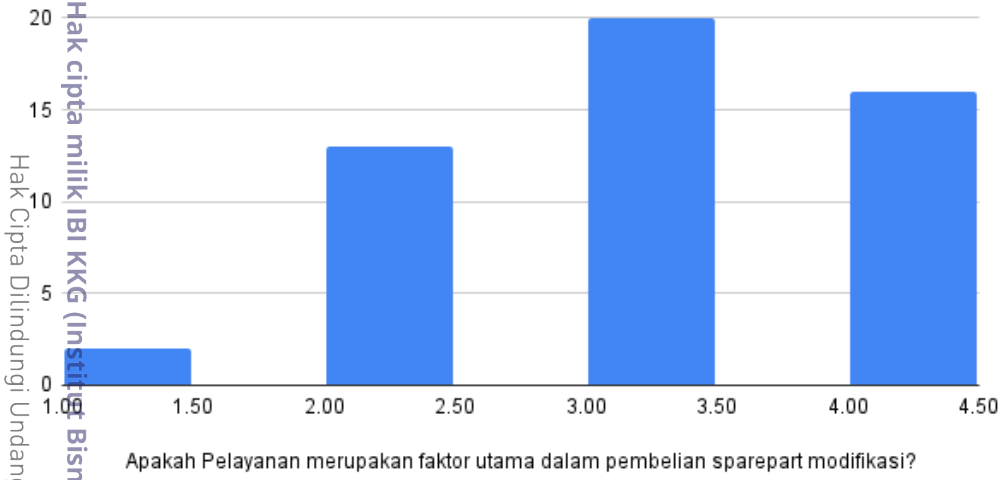
### Apakah Promosi merupakan faktor utama dalam pembelian sparepart modifikasi?



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.

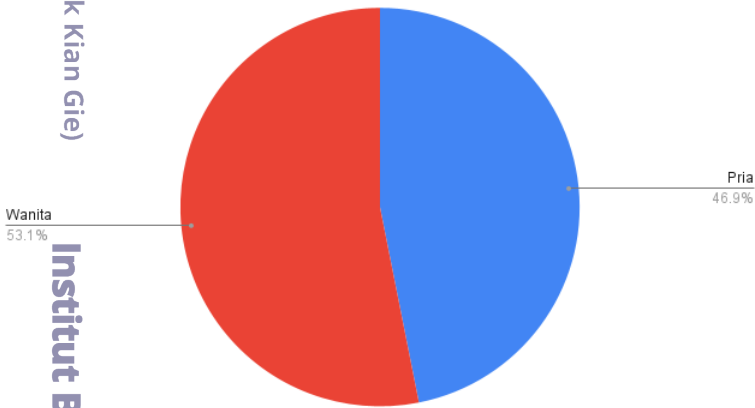


Apakah Pelayanan merupakan faktor utama dalam pembelian sparepart modifikasi?

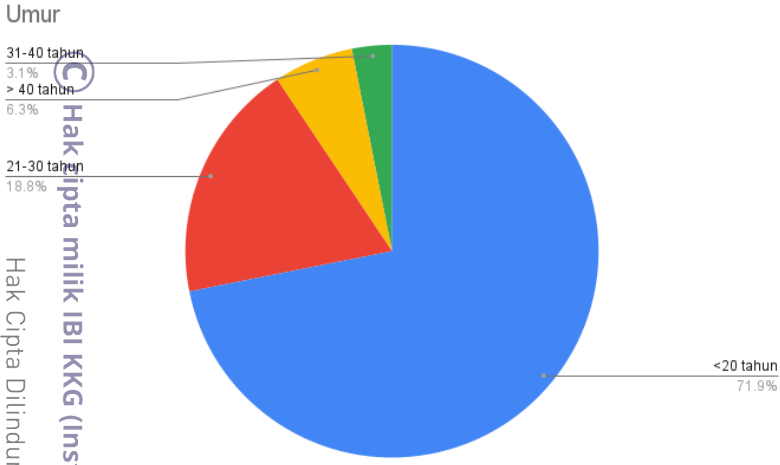


## Lampiran 2 - Respon Kuisisioner Analisis SWOT

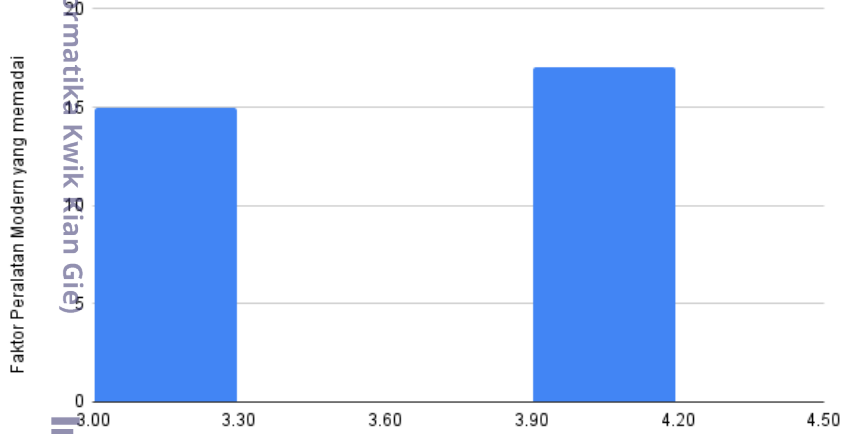
Count of Jenis Kelamin



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.



Faktor Peralatan Modern yang memadai



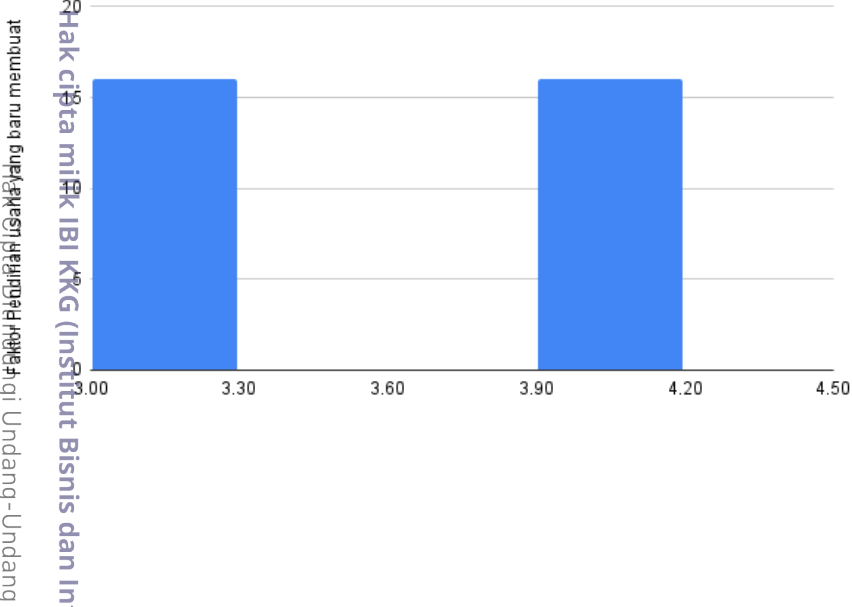
## Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.

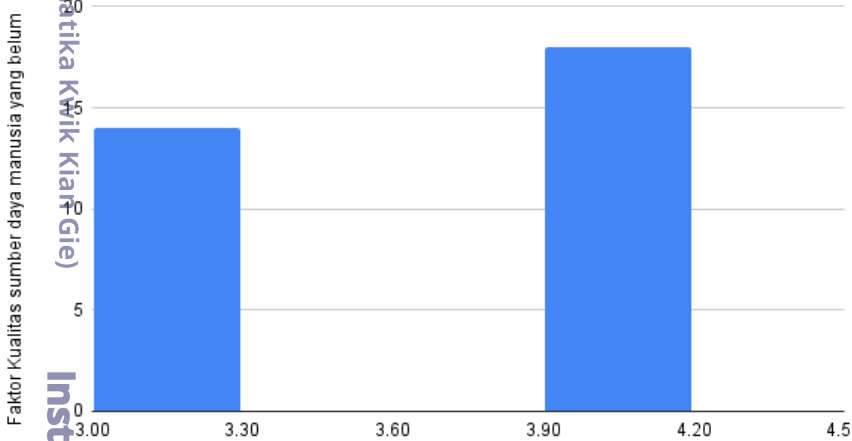




### Faktor Pendirian usaha yang baru membuat brand belum dikenal



### Faktor Kualitas sumber daya manusia yang belum

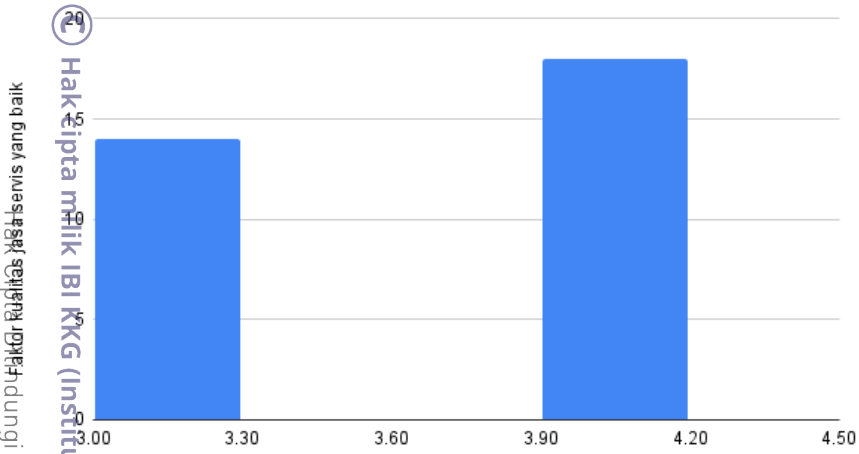


**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

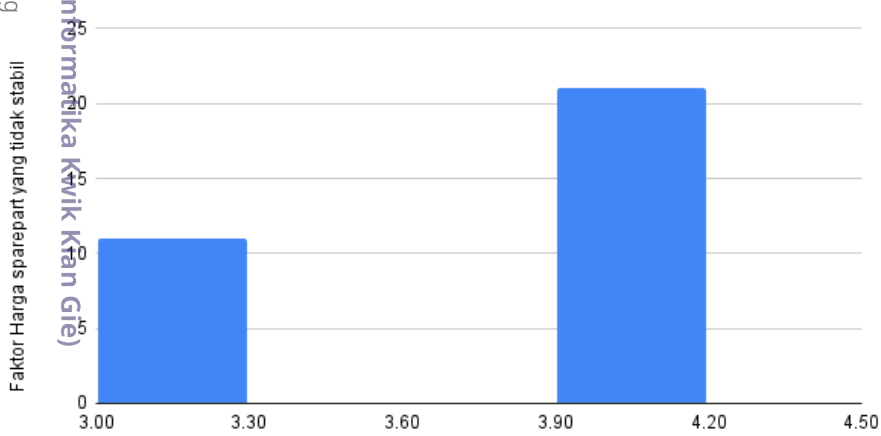
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



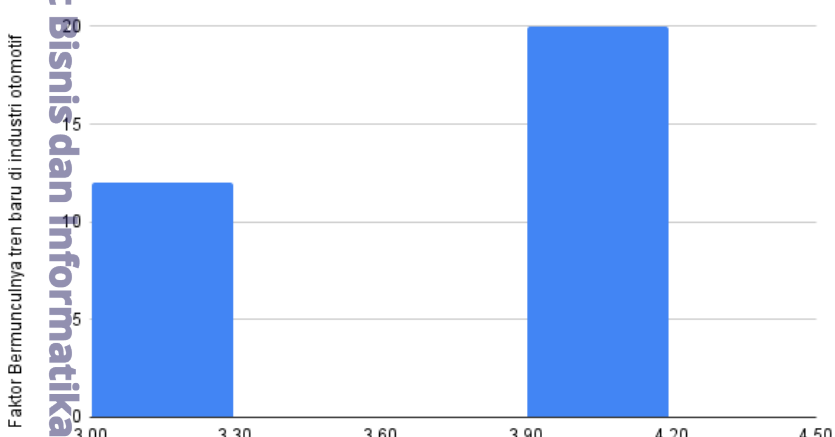
### Faktor kualitas jasa servis yang baik



### Faktor Harga sparepart yang tidak stabil cenderung mengalami kenaikan



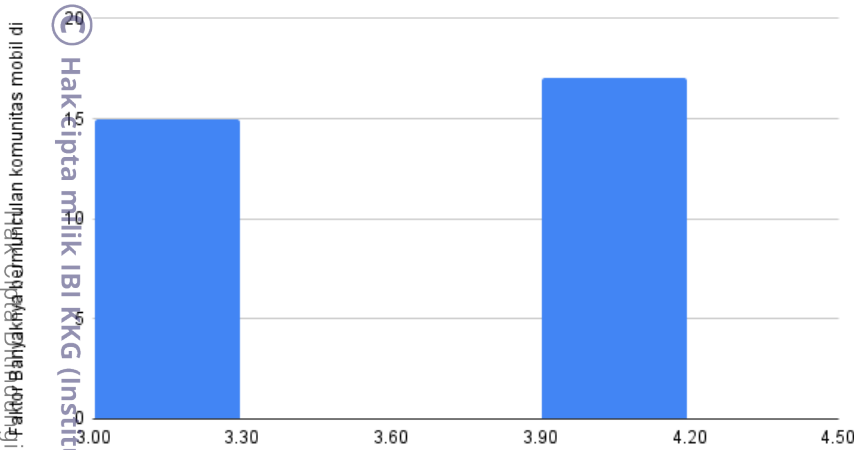
### Faktor Bermunculnya tren baru di industri otomotif



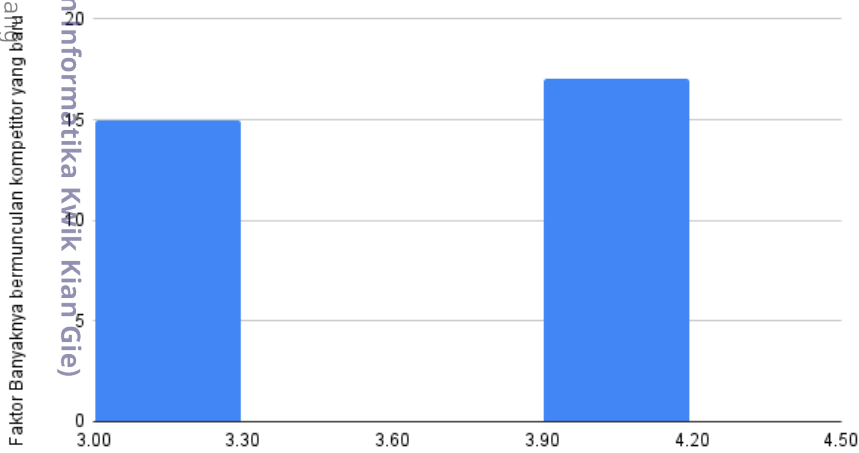
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



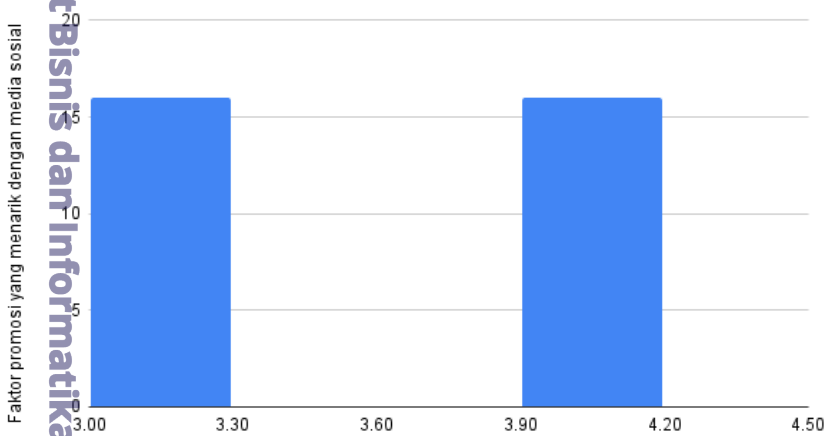
### Faktor Banyaknya bermunculan komunitas mobil di jakarta



### Faktor Banyaknya bermunculan kompetitor yang baru



### Faktor promosi yang menarik dengan media sosial



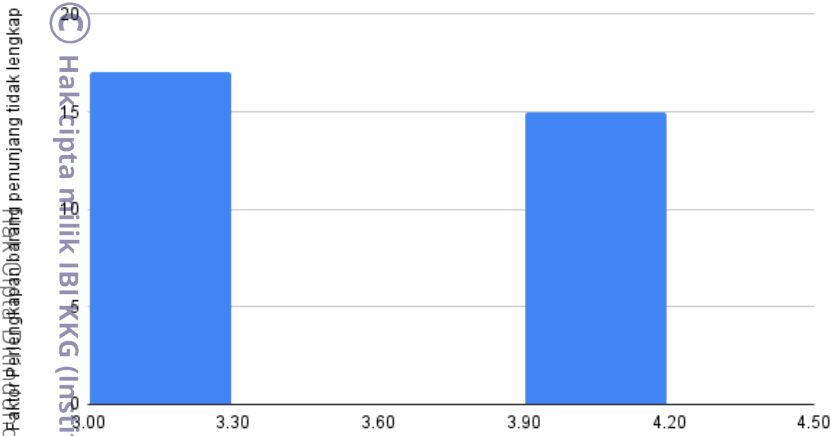
Faktor Banyaknya bermunculan komunitas mobil di Jakarta

Faktor promosi yang menarik dengan media sosial

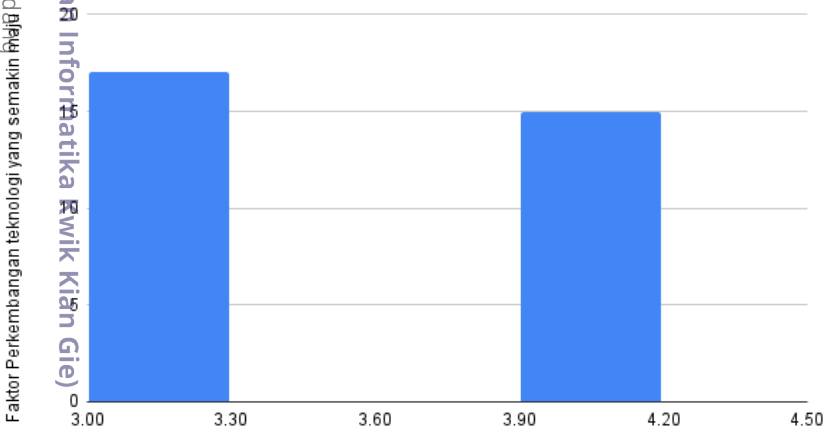
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



### Faktor Perengkapan barang penunjang tidak lengkap



### Faktor Perkembangan teknologi yang semakin maju



## Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

**BC** Hakcipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan dilindungi Undang-Undang. Faktor Perengkapan barang penunjang tidak lengkap dan Faktor Perkembangan teknologi yang semakin maju

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 3 - Hasil Turnitin

**Ⓒ 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.

Match Overview
✕

19%

<
>

1	eprints.kwikkiangie.ac.id Internet Source	10%	>
2	id.123dok.com Internet Source	3%	>
3	www.coursehero.com Internet Source	1%	>
4	www.goodnewsfromin...	1%	>