**RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA MINIMARKET “CAHAYA MART”**

**DI KETAPANG, KALIMANTAN BARAT**

**Dian Pebryla**

**Martha Ayerza Esra, S.E., M.M.**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

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

**Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971**

**ABSTRAK**

Dian Pebryla / 76150497 / 2019 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha Minimarket “Cahaya Mart” di Kalimantan Barat / Dosen Pembimbing: Martha Ayerza Esra, S.E., M.M.

Cahaya Mart merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang ritel modern dan konsep bisnis yang digunakan yaitu berkonsepkan minimarket. Cahaya Mart menjual berbagai macam kebutuhan pokok yang dibutuhkan oleh tiap rumah tangga. Cahaya Mart terletak di Jl. Trans Kalimantan Simpang Dua, Kab Ketapang, Kalimantan Barat.

Produk yang dijual Cahaya Mart terdiri dari produk *food* dan *non food,* mulai dari kebutuhan pokok sehari-hari sampai kebutuhan pelengkap. Jenis produk yang dijual berupa rokok, kue, minuman, sembako, sabun sampo, obat-obatan, ATK, kosmetik, aksesoris, perabotan rumah tangga, dan barang elektronik.

Seperti halnya bisnis yang lain, strategi pemasaran sangat diperlukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap Cahaya Mart. Dalam hal ini Cahaya Mart memiliki positioning yaitu “Belanja Senang, Hati Tenang” untuk memperkuat positioning serta brand awareness Cahaya Mart. Sumber daya manusia sangat dibutuhkan untuk menunjang kegiatan operasional bisnis Cahaya Mart. Saat ini direncanakan karyawan berjumlah tujuh orang. Investasi awal yang dibutuhkan Cahaya Mart sebesar Rp. 726,257,500,00 yang digunakan untuk cadangan kas awal, pembelian bahan baku, biaya peralatan, biaya perlengkapan, biaya sewa ruko, serta biaya perizinan. Investasi awal ini merupakan hibah dari orang tua. Hasil analisis keuangan menunjukkan BEP nilai penjualan lebih tinggi dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Untuk NPV didapat sebesar Rp 1,867,603,490.74. Nilai IRR didapat sebesar 78,92%. PP selama 1 tahun 2 bulan 20 hari dengan batas maksimal 5 tahun. Kesimpulan dari analisis kelayakan usaha keuangan tersebut adalah usaha Cahaya Mart layak untuk dijalankan.

**PENDAHULUAN**

**Konsep Bisnis**

Cahaya Mart adalah usaha Minimarket yang merupakan perusahaan ritel yang bergerak dibidang penjualan produk-produk yang digunakan oleh para konsumen dalam kehidupan sehari-hari. Banyaknya kebutuhan primer dan sekunder yang harus dipenuhi oleh para konsumen menyebabkan konsumen tersebut menginginkan proses pembelian barang yang mudah dan langsung. Harga, lokasi, dan kenyamanan pelayanan termasuk faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat para konsumen.

**Visi dan Misi Perusahaan**

1. **Visi :** Menjadi tempat berbelanja favorit dengan berorientasi pada pemenuhan kebutuhan masyarakat serta kenyamanan konsumen dalam berbelanja.
2. **Misi :** - Menyediakan produk-produk berkualitas & terbaru dengan harga yang terjangkau
* Memberikan pelayanan dangan bersikap ramah, baik dan sopan santun kepada konsumen.
* Menjaga kerapian dan kebersihan toko.

**Peluang Bisnis**

Jumlah masyarakat yang selalu bertumbuh menjadikan kebutuhan tiap individu juga pastinya semakin bertambah, serta keinginan berbelanja yang mudah dan nyaman, hal ini menjadi peluang untuk membuka usaha minimarket modern*.* Selain itu, prospek bisnis sejenis yang sudah ada di daerah tersebut kebanyakan masih bersifat tradisional maka dari itu Cahaya Mart hadir dengan melihat berbagai kelemahan pesaing dan meningkatkan keunggulan dari pelayanan serta pengelolaan manajemen yang baik. Hal ini menyebabkan Cahaya Mart yang menyediakan berbagai kebutuhan konsumen dengan konsep ritel modern ini memiliki prospek yang sangat baik.

**Kebutuhan Dana**

**Rincian Kebutuhan Dana Usaha Cahaya Mart**



**RENCANA PRODUK, KEBUTUHAN OPERASIONAL, DAN MANAJEMEN**

**Rencana Alur Produk**

**Alur pembelian produk di toko**

****

**Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha**

Istilah teknologi mengacu pada aplikasi penemuan ilmiah dalam pengembanan dan perbaikann jasa atau proses yang menghasilkan atau menyediakan barang dan jasa. Berikut adalah kebutuhan teknologi dan peralatan untuk mendukung kegiatan operasional Cahaya Mart.

1. Internet

Teknologi internet menghubungkan Cahaya Mart dengan dunia virtual atau dunian maya, dimana terdapat fitur yang dapat dimanfaatkan seperti:

1. Penggunaan internet banking untuk mendukung aktivitas keuangan Cahaya Mart
2. Pemanfaatan jaringan internet untuk pemasaran dengan membuat katalog promosi
3. Telepon / *Smartphone*

Telepon atau smartphone digunakan sebagai alat komunikasi yang efektif untuk berhubungan dengan pemasok dan antar karyawan Cahaya Mart.

1. *Software* minimarket

Penggunaan perangkat dilakukan untuk menunjang proses yang berlansung pada Cahaya mart seperti adanya sistem *barcode,* memudahkan melihat stock barang, pembuatan laporan keuangan toko, dan lain-lain.

1. PC/ *Notebook*/ *Laptop*

 Peralatan komputer dan laptop digunakan unutk menunjang kegiatan adminisratif seperti penyimpanan data perusahaan, pembuatan dokumen dan lain-lain.

1. Peralatan lengkap mesin kasir

 Mesin kasir digunakan untuk mempermudah menghitung belanjaan konsumen agar transaksi dilakukan secara efektif, peralatan kasir meliputi mesin kasir, alat menginput barcode barang, printer dan kertas struk belanjaan.

1. Meja kasir

 Meja kasir digunakan untuk menyimpan mesin kasir serta untuk menyimpan barang yang sudah dipilih oleh konsumen untuk dibayar dan dibawa pulang setelah melakukan prosen pembayaran di kasir.

1. Rak minimarket

 Rak minimarket digunakan untuk memajang produk yang akan dijual agar keliatan rapi.

**STRATEGI BISNIS**

**Pemasaran**

1. ***Advertising***

 Bentuk presentasi dan promosi tentang ide, barang, dan jasa melalui surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi, atau dalam bentuk poster (benuk promosi berbayar) yang dipasang di tempat-tempat strategis. *Advertising* yang dilakukan oleh Cahaya Mart adalah dengan memasang poster dijalan dalam radius beberapa kilometer dari lokasi agar orang mengetahui ada minimarket terdekat dari situ, serta membagikan brosur promosi setiap bulannya diarea komplek perumahan warga.

1. **Sales Promotion**

 Menjual atau memasarkan produk atau jasa dengan cara memajang ditempat-tempat khusus yang menaik perhatian dalam jangka waktu singkat, sehingga konsumen mudah untuk melihatnya. Cara Cahaya Mart melakukan promosi penjualan adalah dengan memasang plang promosi bulanan pada bagian atas kasir agar dapat dilihat oleh konsumen serta ada tanda-tanda potongan pembelain pada produk yang sedang diskon. Strategi dengan mengadakan katalog promosi setiap bulannya juga dilakukan oleh Cahaya Mart sebagai strategi peningatan promosi penjualan.

**Organisasi**

rencana jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan oleh Cahaya Mart dalam menjalankan kegiatan operasional ialah sebanyak 10 orang, yang meliputi beberapa jabatan yaitu seorang direktur, 1 orang kepala took yang menjadi pengelola umum, 2 orang kasir, 2 orang pramuniaga, dan 2 orang logistik atau pergudangan.

**Keuangan**

**Kesimpulan Analisis Kelayakan Usaha**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Instrumen Analisis** | **Hasil Analisis** | **Batasan Minimal** | **Keterangan** |
| **Break Event Point** | Penjualan>nilai BEP | Penjualan pertahun > BEP pertahun | Layak |
| **Net Present Value** | >0 | Rp 1,867,630,490.74 | Layak |
| **Interest Rate of Return** | 78,92% | 69,5% | Layak |
| **Profitability Index** | >1 | $$2.572$$ | Layak |
| **Payback Period** | <5 tahun | 1 tahun 2 bulan 20 hari | Layak |

**Pengendalian Resiko**

Dalam pengelolaan usaha Cahaya Mart, berbagai jenis risiko yang diperkirakan muncul antara lain: Risiko munculnya pesaing atau pendatang baru yang lebih inovatif, Risiko kecurangan dalam bertransaksi dengan pemasok, Risiko Sumber daya manusia berupa tenaga kerja yang kurang dedikasi, semangat, kejujuran dan memiliki kemampuan yang kurang memadai, Risiko kerusakan produk , Risiko pencurian aset.

Berikut adalah pengendalian yang akan dilakukan oleh Cahaya Mart untuk mengatasi risiko bisnis.

1. Dalam mengatasi pesaing baru yang lebih inovatif, maka Cahaya Mart akan menekankan promosi dan memposisikan diri sebagai minimarket yang menjual produk yang lengkap, meningkatkan kulaitas pelayanan, menggencarkan promosi setiap bulannya dan selalu melakukan inovasi dan menyesuaikan diri dengan kondisi dan kebutuhan lingkungan sekitar.
2. Dalam mengatasi masalah kecurangan transaksi dengan pihak pemasok, Cahaya Mart akan melakukan arsip data pembelian barang, nota pembelian barang yang dibeli akan direkapitulasi agar tidak terjadi pembayaran ganda, serta Cahaya Mart akan membuat perjanjian tertulis dengan pemasok yang harus ditandatangani kedua belah pihak apabila terjadi keterlambatan pengiriman barang.
3. Untuk mengatasi resiko sumber daya manusia, Cahaya Mart akan melakukan proses seleksi karyawan yang ketat, mengupayakan lingkungan kerja yang nyaman untuk seluruh karyawan, adanya komunikasi yang baik antar direktur dan bawahan agar terciptanya motivasi untuk karyawan agar lebih giat bekerja serta adanya system balas jasa untuk meningkatkan loyalitas karyawan terhadap perusahaan.
4. Untuk mengatasi kelayakan produk, Cahaya mart akan menerapkan sistem *First in* *first out* dalam men-*display* produk ditoko sehingga dapat menghindari adanya produk yang kadaluarsa.
5. Risiko pencurian aset dapat diatasi dengan memasang CCTV dan membangun hubungan yang baik dengan pihak internal dan eksternal perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

1. **Buku dan Jurnal**

David, Fred R. dan Forest R. David (2015), *Strategic Managemen: Concepts and Cases*, Edisi 15, Global Edition, united States : Peason Education.

Dessler, Gary (2015), Human Resources Management, Edisi 14, Harlow: Pearson Education Limited.

Ebert, Ronald J., Chad J. Zutter (2015), Business Essentials, Edisi 10, Global Edition, Pearson Education .

Gitman, Lawrence J., Chad J. Zutter (2015), *Principles of Managerial Finance*, Edisi 14, Global Edition, Pearson Education.

Heizer, Jay, Barry Render, Chuck Munsion (2017), *Operations Management: Sustainbility and Supply Chain Management*, Edisi 12, Global Edition, Pearson Education.

Kotler, Phillip dan Gary Armstrong (2014), *Principles Of Marketing*, Edisi 14, Global Edition, New Jersey: Pearson.

Keller Kevin Lane (2013), Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Edisi 4, Global Edition, New Jersey: Pearson Education, Inc.

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller (2016), Marketing Managemen, Edisi 15, Global Edition, United States: Pearson.

Shimp, Terence A dan J. Craig Andrew (2013), *Integreted Marketing Comunication: Advertising, Promotion, and other aspect,* Edisi 9, International Edition, South Western : Cengage Learning.

1. **Peraturan Pemerintah dan Undang-Undang**

Republik Indonesia (2018). *Peraturan pemerintah Republik Indonesia nomor 23 tahun 2018 tentang pajak penghasilan atas penghasilan dari usaha yang diterima.* Berita Negara RI Tahun 2018

Republik Indonesia (2008). *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM Bab 1 Pasal* . Sekretariat Negara Jakarta.

1. **Internet**

Dosen ekonomi (2016), macam–macam bentuk kepemilikan usaha, diakses pada 27 oktober 2018. <https://dosenekonomi.com/bisnis/bentuk-kepemilikan-bisnis>

Ojk.go.id (2008), Batasan usaha mikro, kecil, menengah, dan besar menurut Undang-undang No.20/2008, diakses pada 27 Oktober 2018. [https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Documents/UndangUndang%20Nomor%2020%20Tahun%202008%20Tentang%20Usaha%20Mikro,%20Kecil,%20dan%20Menengah.pdf](https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Documents/UndangUndang%20Nomor%2020%20Tahun%202008%20Tentang%20Usaha%20Mikro%2C%20Kecil%2C%20dan%20Menengah.pdf)

Sindo news (2017), Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo), diakses pada 27 November 2018. <https://ekbis.sindonews.com/read/1239311/34/pertumbuhan-ritelkalimantan-kalahkan-jawa-dan-sumatera-1505299934>

Tribun News (2018), Gaji pokok adalah imbalan dasar yang dibayarkan kepada pekerja, diakses pada 5 Januari 2019. <http://www.tribunnews.com/section/2018/11/16/berikut-daftar-ump-per-provinsi-2019-naik-hingga-803-persen?page=all>

Keuangan kontan (2018), tingkat suku bunga kredit modal kerja, diakses pada 16 Januari 2019. <https://keuangan.kontan.co.id/news/survei-bi-suku-bunga-kredit-investasi-naik-paling-tinggi-di-kuartal-iii-2018>