**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Ide Bisnis**

Bisnis ritel atau disebut pula dengan bisnis eceran mengalami perkembangan yang cukup pesat di Indonesia, hal ini dapat dibuktikan dengan semakin banyaknya bermunculan peritel baru yang bahkan dapat sampai masuk ke pelosok daerah. Seiring perkembangan zaman keberadaan bisnis eceran di tengah-tengah masyarakat menjadi semakin penting. Hal ini disebabkan karena adanya perubahan dalam pola berbelanja masyarakat yang semakin selektif, selain itu juga karena adanya perubahan cara pandang konsumen terhadap bisnis ritel itu sendiri. Bisnis ritel yang semula dikelola secara tradisional berubah menjadi bisnis yang semakin inovativ, dinamis, dan kompetitif.

Kondisi persaingan menuntut pemilik bisnis retail harus mampu mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi di dalam pasar dan dengan tanggap mengadaptasi bisnis mereka sehingga selalu sesuai dengan gaya hidup dari pasar. Tuntutan tersebut sangat rasional, mengingat telah terjadi perkembangan konsep berbelanja masyarakat di Indonesia, khususnya Kalimantan Barat. Saat ini, konsep berbelanja tidak hanya sekedar membeli barang yang dibutuhkan saja dimana kebutuhan, kualitas dan harga menjadi penentu utama pilihan. Di dalam konsep berbelanja mencakup banyak variabel yang menyertainya yang dahulu kurang begitu disoroti. Sebagai contoh yaitu kenyamanan, citra dan gengsi tempat kita berbelanja, *store atmosphere*, tempat, dan lain-lain.

Ide pembuatan bisnis ini juga dilatarbelakangi oleh pengalaman penulis saat melakukan kegiatan *mentorship*, dimana peluang bisnis ritel khususnya seperti minimarket cukup besar, dimana pesaing masih sedikit dan letak pembangunan minimarket ini terbilang strategis, maka dari itu penulis berkeinginan membangun bisnis minimarket “Cahaya Mart”.

Cahaya Mart adalah usaha Minimarket yang merupakan perusahaan ritel yang bergerak di bidang 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.

1. **Gambaran Usaha**

Harga lebih murah dan belanja nyaman itulah prinsip yang dipegang usaha minimarket. Konsumen bisa melihat barang secara langsung, memegang produk dengan bebas dan mengecek harga. Tanpa perlu repot bertanya. Itulah yang membuat konsumen memilih belanja di minimarket ketimbang toko kelontongan. Ditambah lagi adanya fasilitas *AC* atau *air conditioning* membuat belanja di minimarket sangat menyenangkan.

Dengan penataan barang dan ruang yang menarik, rapi dan bersih membuat konsumen betah berlama-lama belanja di minimarket. Didukung oleh barang kebutuhan pokok dan kebutuhan pelengkap yang beragam tersedia di gerai minimarket. Dari berbagai merk, jenis maupun ukuran.

1. **Bidang Usaha**

Usaha ini adalah usaha ritel jenis minimarket yang menjual berbagai kebutuhan mayarakat baik pribadi maupun kebutuhan keluarga, mulai dari kebutuhan rumah tangga, alat tulis kantor, alat elektronik, aksesoris sampai perlengkapan tambahan lainnya. Bisnis ini memiliki ukuran skala menengah keatas yang berarti baik dari segi tempat maupun item yang dijual terbilang cukup banyak.

1. **Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan**
2. **Visi**

Sebuah bisnis didirikan harus dengan tujuan dan apa yang ingin kita capai. Visi adalah tujuan yang ingin dicapai dimasa depan ( Freed R David, 2015 : 171).

Visi Cahaya Mart :

Menjadi tempat berbelanja favorit dengan berorientasi pada pemenuhan kebutuhan masyarakat serta kenyamanan konsumen dalam berbelanja.

1. **Misi**

Misi merupakan sebuah deklarasi dari organisasi tentang apa yang ingin dicapai. (Freed R David, 2015 : 171).

Misi Cahaya Mart :

1. Menyediakan produk-produk berkualitas & terbaru dengan harga yang terjangkau
2. Memberikan pelayanan dangan bersikap ramah, baik dan sopan santun kepada konsumen.
3. Menjaga kerapian dan kebersihan toko.
4. **Tujuan Perusahaan**

Tujuan Cahaya Mart :

* Menjadi tempat membeli kebutuhan pribadi maupun keluarga
* Penyedia kebutuhan yang diinginkan konsumen
* Menjadi jaringan distribusi retail yang dikenal oleh masyarakat luas
1. **Besarnya 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.

1. **Kebutuhan Dana**

**Tabel 1.1**

**Rincian Kebutuhan Dana Usaha Cahaya Mart**



*Sumber: Cahaya Mart*

**BAB II**

**LATAR BELAKANG PERUSAHAAN**

1. **Data Perusahaan**
2. Nama Perusahaan : Cahaya Mart
3. Bidang Usaha : Ritel
4. Alamat Perusahaan : Jl Trans Kalimantan, Kabupaten Ketapang, Kalimantan Barat
5. No Telp : 021-1504977
6. Alamat E-mail : cahayamart@gmail.com
7. Bank Perusahaan : BCA
8. Bentuk Badan Hukum : Perusahaan Perseorangan
9. Mulai Berdiri : awal tahun 2020
10. **Biodata Pemilik Usaha**

Nama : Dian Pebryla

Jabatan : *Owner*

Tempat dan Tanggal Lahir : Ketapang, 22 Februari 1998

Alamat Rumah : Jl Pateh Burang, Kec. Simpang Dua, Kab. Ketapang

No Telepon : 082153843686

Alamat E-mail : dianpebryla@gmail.com

1. **Jenis dan Ukuran Usaha**

Berikut adalah beberapa bentuk kepemilikan usaha :

1. Perusahaan Perseorangan adalah bisnis yang dimiliki oleh 1 orang saja. Sehingga pemilik perusahaan ini mempunyai tanggung jawab sekaligus kuasa tak terbatas atas perusahaan beserta aset-asetnya. Karena ialah yang memiliki, mengelola, sekaligus memimpin perusahaan tersebut. Semua risiko yang terjadi pada perusahaan, ia yang menanggungnya.
2. Firma adalah bisnis yang terjalin atas persekutuan 2 orang atau lebih dengan menggunakan nama bersama dalam menjalankan usaha. Tanggung jawab dari setiap anggota firma tidak terbatas, dengan pembagian keuntungan atau pun pertanggungan kerugian yang sama oleh masing-masing anggota.
3. CV adalah kepanjangan dari commaditaire vennotschap dalam bahasa Belanda. CV merupakan persekutuan bisnis yang didirikan oleh 2 orang atau lebih yang menyerahkan sekaligus memercayakan uangnya untuk kemudian digunakan sebagai modal CV. Perseroan ini bisa dianggap sebagai perluasan dari bentuk perusahaan perseorangan.
4. Perseroan Terbatas (PT) adalah bentuk bisnis yang terdapat pemisahan pada harta, hak dan kewajiban pribadi dengan pendiri maupun pemilik perusahaan. Perseroan terbatas memiliki modal usaha berupa saham yang dimiliki oleh pendiri, sekutu atau pun pihak lain yang mengambil bagian melalui pembelian saham. Dan para pemilik modal saham tersebut memiliki tanggung jawab yang terbatas atas utang-utang perusahaan sesuai porsi modal saham yang dimilikinya.
5. Perseroan Terbatas Negeri berubah nama menjadi Persero karena Perusahaan Negara mengadakan pembentukan modal dengan memberikan penawaran pada pihak swasta.
6. Perusahaan Negara Umum (Perum) adalah bentuk bisnis milik negara dengan tujuan mencari keuntungan namun dengan tidak mengabaikan kesejahteraan masyarakat. Jadi kegiatan usaha Perum adalah untuk melayani kepentingan umum dengan bidang-bidang usaha vital bagi masyarakat. Perum dipimpin oleh direksi dengan pengelolaan usaha diatur dalam hukum perdata. Pihak swasta boleh menamankan modal pada Perum.
7. Perusahaan Negara Jawatan (Perjan) adalah bentuk bisnis negara yang ditujukan untuk kesejahteraan masyarakat umum dengan memperhatikan faktor efisiensi. Perjan merupakan bagian dari Direktorat Jenderal sehingga memiliki hak pada fasilitas-fasilitas negara. Status seluruh karyawan Perjan adalah pegawai negeri. Perjan memiliki hubungan hukum publik, artinya jika terjadi sengketa, Perjan berkedudukan sebagai pemerintah.
8. Perusahaan Daerah adalah bentuk bisnis dengan kepemilikan saham oleh pemerintah daerah dengan pemisahan harta antara milik perusahaan dengan milik negara. Tujuan perusahaan ini adalah untuk mencari keuntungan yang digunakan untuk pembangunan daerah.
9. Koperasi adalah bentuk bisnis yang beranggotakan orang-orang atau badan-badan yang bekerja sama dengan asas kekeluargaan dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan para anggota.

Sumber: <https://dosenekonomi.com/bisnis/bentuk-kepemilikan-bisnis> (diakses pada 27 Oktober 2018)

Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM Bab 1 pasal 1 sebagai berikut :

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil 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 dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam UndangUndang ini.

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

1. Usaha Mikro

memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

1. Usaha Kecil

memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

1. Usaha Menengah

memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Sumber:[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) (diakses pada 27 Oktober 2018)

Berdasarkan definisi dan kriteria diatas, Cahaya Mart tergolong kedalam badan usaha menengah, karena memiliki aset lebih dari Rp 500.000.000. Cahaya Mart merupakan usaha yang memiliki bentuk usaha perseorangan dan dimiliki oleh Dian Pebryla sebagai penanggung jawab sekaligus kuasa tak terbatas atas perusahaan beserta aset-asetnya, mengelola, sekaligus memimpin perusahaan, serta menanggung risiko yang terjadi pada perusahaan.