



RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA PENJUALAN SAYUR DAN BUAH ONLINE

HALEFIT INDONESIA

DI JAKARTA

Benedictus Joshua

Dibimbing oleh Ir. Liaw Bun Fa, 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

jbenny150120@gmail.com

ABSTRAK

Benedictus Joshua / 79170395 / 2023 / Pendirian Usaha Penjualan Sayur Dan Buah Online Halefit Indonesia Di Jakarta / Pembimbing Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.

“Halefit Indonesia“ merupakan bisnis yang bergerak di industri perdagangan hasil pertanian. Produk utama dari “Halefit Indonesia“ adalah sayur dan buah segar, yang dilengkapi dengan fitur packaging yang aman dan rapih, serta jasa pembelian produk berupa gerai dan fitur *delivery*. “Halefit Indonesia“ berlokasi di Jalan Kemang Timur No. 90C, Pejaten Barat, Mampang Prapatan, Jakarta Selatan.

“Halefit Indonesia“ memiliki visi yaitu “Meningkatkan taraf dan kualitas hidup masyarakat Indonesia melalui peningkatan kualitas, sanitasi, dan penerapan konsep high-standart quality control di setiap rantai pasokan produk hasil pertanian”. Misi dari “Halefit Indonesia“ adalah “ Memaksimalkan quality control pada tahap penanganan produk yang dijual oleh perusahaan. Mengembangkan dan selalu meningkatkan taraf sanitasi dan kesehatan dari supply chain dan pemeliharaan produk. Memberikan kemudahan teknikal bagi calon customer sehingga memaksimalkan efisiensi kegiatan bisnis bagi kedua belah pihak.”

Produk utama yang ditawarkan oleh “Halefit Indonesia“ adalah produk sayur dan buah segar.

Demi meraih keunggulan dalam persaingan di industri perdagangan hasil pertanian, “Halefit Indonesia“ memiliki beberapa strategi promosi. Strategi yang akan digunakan adalah “*personal selling*“, yang berfokus pada komunikasi yang dilakukan perusahaan kepada pelanggan dari media sosial yang dimiliki perusahaan.

Sumber daya yang dimiliki oleh “Halefit Indonesia“ berjumlah 5 orang, yang terdiri dari manajer cabang, bagian pemasaran, pembelian, *marketing and design*, bagian keuangan dan akuntansi, dan pekerja toko.

Investasi awal yang dibutuhkan untuk membangun bisnis “Halefit Indonesia“ adalah sebesar Rp 534.080.392, yang akan dialokasikan untuk keperluan sewa bangunan, biaya tenaga

© 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 mengutip sumbernya.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, 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.

kerja, peralatan, perlengkapan, dan bahan baku, serta kas awal bisnis. Investasi awal tersebut didukung oleh pemilik usaha.

Analisis kelayakan bisnis memberikan identifikasi apabila sebuah bisnis layak untuk dijalankan atau tidak. Dalam tahap perencanaan bisnis, pemilik bisnis dapat mengetahui apabila bisnis tersebut akan meraih keuntungan dan kapan keuntungan tersebut akan diraih. Analisis kelayakan yang digunakan oleh “Halefit Indonesia” adalah *Breakeven Point Analysis*, yang selalu memberikan hasil positif dalam perhitungannya selama 5 tahun kedepan, *Net Present Value* yang berada di angka Rp 449.928.134 (daitas 0), *Profitability Index* yang berada di angka 1,84 (diatas 1), dan *Payback Period* yang dicapai dalam kurun waktu 3 tahun 1 bulan 17 hari.

Kata Kunci: “Halefit Indonesia“, Sayur dan Buah, *Online*



- a. penulisan karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber;
- b. penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- c. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- d. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRACT

Benedictus Joshua / 79170395 / 2023 / *Business Plan of "Establishment of Halefit Indonesia's Online Vegetable and Fruit Sales Business in Jakarta"* / Supervisor Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.

"Halefit Indonesia" is a business engaged in the agricultural product trading industry. The main products of "Halefit Indonesia" are fresh vegetables and fruit, which are equipped with safe and neat packaging features, as well as product purchasing services in the form of outlets and delivery features. "Halefit Indonesia" is located at Jalan Kemang Timur Number 90C, West Pejaten, Mampang Prapatan, South Jakarta.

"Halefit Indonesia" has a vision, namely "Improving the standard and quality of life of the Indonesian people through improving quality, sanitation, and applying the concept of high-standard quality control in every supply chain of agricultural products". The mission of "Halefit Indonesia" is "Maximizing quality control at the stage of handling the products sold by the company, improve and always improve the sanitation and health certification of the supply chain and product maintenance. Providing technical convenience for prospective customers so as to maximize the efficiency of business activities for both parties."

The main products offered by "Halefit Indonesia" are fresh vegetable and fruit products.

In order to gain an advantage in the competition in the agricultural product trading industry, "Halefit Indonesia" has several promotional strategies. The strategy to be used is "personal selling", which focuses on the communication made by the company to customers from the company's social media.

The resources owned by "Halefit Indonesia" are 5 people, consisting of branch managers, marketing, purchasing, marketing and design departments, finance and accounting departments, and shop workers.

The initial investment needed to build the "Halefit Indonesia" business is IDR 534,080,392, which will be allocated for building rental purposes, labor costs, tools, equipment and raw materials, as well as business start-up cash. The initial investment is supported by the business owner.

Business feasibility analysis provides assistance if a business is feasible to run or not. In the business planning stage, business owners can find out when the business will achieve profits and when these profits will be achieved. The feasibility analysis used by "Halefit Indonesia" is the Break-Even Point Analysis, which always gives positive results in its calculations for the next 5 years, the Net Present Value is at IDR 449,928,134 (dataity 0), the Profitability Index is at number 1, 84 (above 1), and Payback Period achieved within 3 years 1 months 17 days.

Keywords: "Halefit Indonesia", Vegetables and Fruits, Online





I. Pendahuluan



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Konsep Bisnis

Ide Bisnis dari Halefit Indonesia berasal dari pandemic COVID-19 yang merubah perilaku masyarakat menjadi konsumen *online*. Sektor pangan yang sangat membutuhkan standar kualitas produk dan sanitasi yang tinggi menjadi salah satu peluang Halefit Indonesia untuk menciptakan sebuah produk dan layanan yang cepat, baik dan berkualitas tinggi. Selain itu, solusi yang diberikan merupakan kemudahan bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan pangan sehari-hari. Alasan pemilihan gerai toko Halefit Indonesia yang berlokasi di provinsi DKI Jakarta adalah perkembangan perilaku konsumen yang paling tinggi dan potensi pangsa pasar yang luas dan cocok dengan sistem jual beli produk yang dimiliki bisnis. Selain itu, peningkatan konsumsi sayur dan buah yang terus mengalami kenaikan juga menjadi factor pendukung pemilihan lokasi di DKI Jakarta.

Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Visi dari Halefit Indonesia adalah untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat Indonesia melalui produk hasil pertanian yang berkualitas tinggi.

b. Misi

1. Memaksimalkan *quality control* pada tahap penanganan produk hasil pertanian.
2. Mengembangkan taraf sanitasi dalam rantai pasokan produk hasil pertanian.
3. Memberikan kemudahan teknikal bagi calon konsumen dalam proses jual beli produk.
4. Mengembangkan bisnis ritel kepada penyedia produk guna meningkatkan taraf hidup masyarakat yang berada diluar jangkauan geografis bisnis.

Peluang Bisnis

Berdasarkan Katadata *Insight Center* yang merupakan perusahaan riset swasta Indonesia, terdapat peningkatan sebesar 14,5% dalam interval tahun 2020-2021, yaitu interval pada saat pandemic COVID-19 melanda. Peningkatan ini mengalami keberlangsungan sampai tahun 2023 ini, dengan 31% dari total transaksi belanja tersebut berasal dari produk makanan dan bahan makanan.

Kebutuhan Dana

Perkiraan kebutuhan dana yang dibutuhkan untuk membangun bisnis Halefit Indonesia adalah sebesar Rp 534.080.392. modal ini diperoleh dari dana pribadi perencana bisnis.

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.



II. Rencana Produk/Jasa, Kebutuhan Operasional dan Manajemen

C Rencana Operasional Halefit Indonesia

No	Kegiatan Usaha	Timeline Rencana Operasi																
		Des - 23				Jan - 24				Feb- 24				Mar - 2024				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Business Profiling	x																
2	Analisis Pesaing	x																
3	Survei Lokasi		x															
4	Identifikasi Produk		x															
5	Perhitungan Biaya			x														
6	Pendaftaran Legalitas				x	x												
7	Pembelian peralatan dan perlengkapan						x	x										
8	Layout designing							x	x									
9	Recruitment & coaching									x	x							
10	Melakukan Promosi										x	x						
11	Pembelian Bahan Baku												x	x				
12	Pembukaan Toko															x	x	x

Sumber: Halefit Indonesia

Alur Proses Produk dan Jasa Halefit Indonesia

- Konsumen mencari toko *online* Halefit Indonesia yang terdapat di berbagai *platform e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, Lazada.
- Konsumen melihat katalog produk yang tersedia pada saat waktu pemesanan produk.
- Konsumen mengumpulkan barang-barang yang akan dibeli dengan fitur masukkan ke keranjang.
- Konsumen memilih metode distribusi/*delivery* produk yang tersedia. Ekspedisi yang tersedia adalah Gojek *Instant* dan *Sameday*.
- Konsumen melakukan konfirmasi pesanan dan melakukan pembayaran melalui *platform e-commerce*.
- Halefit Indonesia menerima pesanan dan mempersiapkan produk yang dipesan oleh pelanggan.

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



- g) Halefit Indonesia melakukan *request pick up* pesanan
- h) *Driver* ekspedisi mendatangi gerai Halefit Indonesia
- i) *Driver* mengantarkan produk ke lokasi pelanggan
- j) Pelanggan dapat menikmati produk yang sudah dibeli



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Rencana Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Persediaan

- a) Pembelian langsung ke lokasi pemasok, yaitu Pasar Induk Kramat Jati.
- b) Menyesuaikan dengan *product life cycle* sayur dan buah.
- c) Safety stock 10 kilogram untuk masing-masing produk
- d) Metode FIFO dalam penggunaan bahan persediaan

Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha

Guna meningkatkan efektifitas dan efisiensi kegiatan bisnis yang akan dijalankan sehari-hari, Halefit Indonesia sudah mempersiapkan beberapa sarana teknologi yang akan mendukung kinerja perusahaan.

No.	Teknologi dan Peralatan Usaha	Deskripsi dan Keterangan
1	3-door Showcase	<i>Showcase</i> adalah lemari pendingin yang berfungsi untuk penyimpanan barang, juga sekaligus menjadi media <i>display</i> produk.
2	TV	TV berfungsi sebagai media penyaluran konten Halefit Indonesia tentang sayur dan buah sehat dan sebagai media <i>entertainment</i> pelanggan yang berbelanja langsung.
3	Komputer	Komputer digunakan untuk menerima pesanan, pembuatan laporan keuangan, pembuatan faktur pesanan.
4	Cash Register	<i>Cash register</i> berfungsi sebagai tempat penyimpanan uang <i>cash</i> . Teknologi ini akan memudahkan karyawan dalam proses pencacatan dan penerimaan pesanan.
5	Absesnsi Biometrik	Absensi biometrik berfungsi sebagai media <i>monitoring</i> kehadiran karyawan Halefit Indonesia dengan lebih efisien.
6	Smartphone	<i>Smartphone</i> berfungsi sebagai sarana pemasaran lewat media sosial, <i>personal selling</i> , dan pemesanan bahan baku produk kepada pemasok.

Sumber: Halefit Indonesia, 2023

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.



Peralatan merupakan sebuah komponen aset bisnis yang termasuk kepada aset tetap/ *fixed asset*. Perhitungan biaya penyusutan peralatan Halefit Indonesia menggunakan metode garis lurus dengan umur ekonomis selama 5 tahun tanpa nilai sisa. Asumsi penyusutan peralatan perusahaan setiap tahun sama. Berikut adalah biaya penyusutan peralatan Halefit Indonesia:

No.	Nama Peralatan	Harga (Rp)
1	Showcase 3 pintu x4	34.000.000
2	Meja x3	5.400.000
3	Kursi Kantor x10	1.800.000
4	Komputer x2	2.200.000
5	TV	774.000
6	Kursi Panjang x2	3.400.000
7	Keranjang 100 x 60 (x10)	500.000
8	Timbangan <i>Digital</i>	1.050.000
9	Peralatan <i>pantry</i> x 2 set	400.000
10	Tempat sampah x5	325.000
11	Telepon	3.675.000
12	Kendaraan Toyota Hilux 4WD 2012	87.000.000
13	<i>Cash register</i>	2.300.000
14	Printer	150.000
15	<i>Whiteboard</i>	650.000
Total Biaya Peralatan		143.624.000

Sumber: Halefit Indonesia, MyHartono, Vinotti, dan Supplier lain

Perlengkapan tergolong kedalam aset yang bisa habis seiring dengan pemakaiannya selama kegiatan bisnis berjalan. Asumsi kenaikan harga perlengkapan adalah 3,5% setiap tahun untuk menyesuaikan dengan laju inflasi dan pertumbuhan ekonomi.

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



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

No	Nama	Harga	Qty	Total
1	Kardus packaging single wall	Rp2.000	200	Rp400.000
2	Kardus packaging double wall	Rp2.500	200	Rp500.000
3	Plastik packaging	Rp800	200	Rp160.000
4	plastic wrap	Rp21.000	4	Rp84.000
5	roller	Rp44.000	2	Rp88.000
6	Alat tulis	Rp50.000	1 set	Rp50.000
7	Single tape	Rp37.000	2	Rp74.000
8	Lakban	Rp7.000	4	Rp28.000
9	Perlengkapan pantry	Rp50.000	1 set	Rp50.000
10	Kertas	Rp45.000	1	Rp45.000
Total Biaya Perlengkapan per Bulan				Rp1.479.000
Total Biaya per Tahun				Rp17.748.000

Sumber: Montaro, Tokopedia

Bahan baku/*raw material* merupakan sumber daya utama yang diperlukan Perusahaan untuk merancang dan membangun produk, baik menjadi produk setengah jadi (*work in process*) maupun produk jadi (*finished goods*). Bagi Halefit Indonesia, biaya bahan baku berasal dari biaya pembelian produk dari pemasok, tanpa mengubah bentuk produk atau mengembangkan produk tersebut menjadi produk baru. Berikut adalah data harga bahan baku Halefit Indonesia.

No	Nama Bahan Baku	Harga	Jenis	Qty	Total
1	Apukat Mentega	Rp30.000	kg	150	Rp4.500.000,00
2	Jambu Biji Merah	Rp5.000	kg	70	Rp350.000,00
3	Jambu Citra	Rp7.000	kg	90	Rp630.000,00
4	Jeruk Keprok Malang	Rp16.000	kg	70	Rp1.120.000,00
5	Apel Fuji	Rp16.000	kg	100	Rp1.600.000,00
6	Jeruk Medan	Rp22.000	kg	100	Rp2.200.000,00

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.



7	Mangga Harumanis	Rp36.000	kg	90	Rp3.240.000,00
8	Mangga Kiojay	Rp24.000	kg	90	Rp2.160.000,00
9	Manggis	Rp21.000	kg	90	Rp1.890.000,00
10	Matoa	Rp32.000	kg	150	Rp4.800.000,00
11	Melon Golden	Rp12.000	kg	90	Rp1.080.000,00
12	Melon Merlin	Rp11.000	kg	70	Rp770.000,00
13	Melon Sumbawa	Rp11.000	kg	90	Rp990.000,00
14	Naga	Rp21.000	kg	150	Rp3.150.000,00
15	Pepaya Bangkok	Rp5.500	kg	90	Rp495.000,00
16	Pepaya California	Rp5.500	kg	90	Rp495.000,00
17	Pisang Barangan	Rp22.000	kg	90	Rp1.980.000,00
18	Pisang Mas	Rp7.000	kg	70	Rp490.000,00
19	Semangka	Rp6.500	kg	100	Rp650.000,00
20	Strawberry	Rp45.000	kg	45	Rp2.025.000,00
21	Baby Buncis	Rp25.000	kg	45	Rp1.125.000,00
22	Bawang Bombay	Rp17.000	kg	90	Rp1.530.000,00
23	Bawang Merah	Rp24.000	kg	90	Rp2.160.000,00
24	Bawang Putih Kating	Rp26.000	kg	90	Rp2.340.000,00
25	Buncis	Rp15.000	kg	45	Rp675.000,00
26	Cabe Kriting	Rp20.000	kg	60	Rp1.200.000,00
27	Cabe Kriting Hijau	Rp20.000	kg	60	Rp1.200.000,00
28	Cabe Rawit	Rp25.000	kg	60	Rp1.500.000,00
29	Cabe Rawit Hijau	Rp25.000	kg	60	Rp1.500.000,00
30	Ciwis	Rp8.000	kg	45	Rp360.000,00
31	Kacang Merah	Rp24.000	kg	45	Rp1.080.000,00
32	Kailan	Rp10.000	kg	45	Rp450.000,00
33	Kentang	Rp15.500	kg	90	Rp1.395.000,00
34	Kol Ungu	Rp30.000	kg	45	Rp1.350.000,00
35	Lettuce	Rp20.000	kg	45	Rp900.000,00
36	Paprika Hijau	Rp30.000	kg	45	Rp1.350.000,00
37	Paprika Merah	Rp40.000	kg	45	Rp1.800.000,00

a. Penugasan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Penugasan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



38	Romein	Rp15.000	kg	45	Rp675.000,00
39	Timun Jepang	Rp10.000	kg	70	Rp700.000,00
40	Wortel Import	Rp7.500	kg	70	Rp525.000,00
Total Biaya Bahan Baku per Bulan				3075	Rp58.430.000,00

Sumber: Halefit Indonesia, Ps. Induk Kramat Jati

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

III. Strategi Bisnis

Pemasaran

Segmentasi

1. Segmentasi Geografis
Segmentasi geografis dari Halefit Indonesia adalah masyarakat yang berdomisili di DKI Jakarta, karena jenis produk yang memiliki *life cycle* rendah.
2. Segmentasi Demografis
Segmentasi demografis Halefit Indonesia adalah masyarakat dengan rentan usia 25-65 tahun, mencakup semua jenis kelamin, memiliki pendapatan diatas UMP Jakarta (Rp. 4.900.000,00), mencakup semua profesi, agama dan ras, dan tergolong dalam generasi X, Y atau *Baby Boomers* yang merupakan masyarakat dengan perilaku pembelian yang lebih tradisional.
3. Segmentasi Psikografis
Segmentasi psikografis adalah calon konsumen yang gemar berbelanja bahan makanan mentah lalu mengolah sendiri dirumah. Selain itu, Halefit Indonesia memiliki target calon konsumen yang berstatus sebagai *regular users*, atau pengguna produk dengan intensitas pembelian yang berkala.

Promosi

Strategi pemasaran dari Halefit Indonesia tergolong dalam kategori *consumer advertising* dan *recruitment advertising*. Kualitas, manfaat dan layanan pendukung produk yang baik akan menjadi akar dari strategi pemasaran Halefit Indonesia, dan Halefit Indonesia juga akan memposisikan konsumennya sebagai anggota dari grup sehat, yang akan disebut "*Fit Army*" yang berarti pasukan sehat. strategi promosi penjualan yang akan diterapkan oleh Halefit Indonesia adalah dengan menerapkan teknik pemberian kupon penjualan, yang diperoleh dari hasil kerjasama perusahaan dengan berbagai *platform e-commerce* seperti Tokopedia,Shopee, Lazada dan *platform* lainnya. Selain kupon pembelian, Halefit Indonesia juga akan menggabungkan Teknik *bundling* dan *sampling*, dengan menambahkan katalog produk bundling dengan volume yang sedikit, untuk keperluan percobaan produk dari calon pelanggan.



Penetapan Harga

Penetapan harga yang diterapkan oleh Halefit Indonesia adalah *Competition-Based pricing*, karena banyaknya perusahaan yang menjual produk sejenis di masyarakat. Karena tingginya fluktuasi harga setiap tahun yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti faktor hari raya, iklim, jumlah panen nasional dan sebagainya, maka harga yang ditentukan oleh Halefit Indonesia akan bergantung kepada harga yang ditawarkan oleh pemasok, yang juga merupakan harga standar dari sebuah produk.

Personal Selling

Strategi *personal selling* yang diterapkan oleh Halefit Indonesia berfokus pada komunikasi yang dilakukan perusahaan kepada pelanggan dari media sosial yang ada. Lingkungan penjualan yang ingin dimasuki oleh Halefit Indonesia adalah *agent selling*, yaitu berfokus pada desentralisasi produk yang beragam kepada berbagai *platform e-commerce* untuk meningkatkan potensi *traffic* dan eksposur produk perusahaan terhadap masyarakat. Internet Marketing

Strategi yang digunakan oleh Halefit Indonesia adalah *internet marketing* dan *direct selling*. Saluran pemasaran lewat internet akan dilakukan dengan cara menggunakan fitur *ads* yang sudah disediakan oleh berbagai macam *platform e-commerce* yang ada, seperti *shopee ads*, *Tokopedia ads*, *Lazada ads*. Pengembangan toko online menjadi *star-seller/authorized seller/power merchant* akan memberikan perusahaan *exposure* yang lebih besar terhadap pelanggan.

Manajemen Sumber Daya Manusia

Rencana kebutuhan tenaga kerja Halefit Indonesia adalah sebanyak 5 orang. Pembagian jenis jabatan terdiri dari *branch manager* sebanyak 1 orang, pekerja toko/gerai sebanyak 1 orang, bagian pembelian sebanyak 1 orang, bagian keuangan dan akuntansi sebanyak 1 orang, serta bagian pemasaran, desain dan dokumentasi produk sebanyak 1 orang. Waktu jam kerja pegawai Halefit Indonesia adalah sebanyak 5 hari untuk *branch manager*, bagian pembelian, bagian keuangan, dan bagian pemasaran. Waktu jam kerja bagi pekerja toko adalah 6 hari. Jam operasional toko adalah jam 8 pagi sampai dengan jam 6 sore, dan jam kerja karyawan selain pekerja toko adalah jam 8 pagi sampai dengan jam 5 sore.

Gaji Pokok

Menurut Undang-Undang No.13 pasal 1 Tahun 2013 tentang ketenagakerjaan, upah adalah hak pekerja yang diterima atau dinyatakan dalam bentuk uang sebagai balasan atau imbalan dari pekerjaan yang telah dilakukan.

© 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.



UMP (Upah Minimum Provinsi) yang ditetapkan di Jakarta adalah sebesar Rp. 4.901.798.

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

Tunjangan Hari Raya

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 2021 tentang Pengupahan dan Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Nomor 6 Tahun 2016 tentang Tunjangan Hari Raya, nominal THR yang wajib diberikan perusahaan kepada karyawannya adalah sebesar gaji 1 bulan karyawan tersebut. Berikut adalah kompensasi keseluruhan Halefit Indonesia yang berupa gaji pokok dan tunjangan hari raya yang diterima dalam tahun 2024, dengan variabel bulan pekerjaan adalah 10 bulan di tahun pertama, dikarenakan waktu pembukaan bisnis yang terdapat di bulan Maret 2024.

Keuangan

Hasil analisis *Net Present Value* Halefit Indonesia menyimpulkan bahwa bisnis layak untuk dijalankan, karena nilai NPV Halefit Indonesia yang berada di angka Rp 449.928.134, atau lebih besar dari 0. Di sisi lain, hasil analisis *Profitability Index* Halefit Indonesia juga menyimpulkan bahwa bisnis layak untuk dijalankan, dengan indeks profitabilitas 1,84, atau lebih besar daripada 1. Hasil analisis *Payback Period* Halefit Indonesia dapat diperoleh dalam waktu 3 tahun, 3 bulan dan 15 hari.

Analisis kelayakan usaha Halefit Indonesia diperoleh dari analisis *Berakeven Point* (BEP). Pada tahun 2024, untuk mencapai *breakeven*, Halefit Indonesia harus mencatatkan penjualan sebesar Rp394.608.967. Pada tahun 2025, untuk mencapai *breakeven*, Halefit Indonesia harus mencatatkan penjualan sebesar Rp490.917.140. Pada tahun 2026, untuk mencapai *breakeven*, Halefit Indonesia harus mencatatkan penjualan sebesar Rp513.327.117. Pada tahun 2027, untuk mencapai *breakeven*, Halefit Indonesia harus mencatatkan penjualan sebesar Rp545.087.569. Pada tahun 2028, untuk mencapai *breakeven*, Halefit Indonesia harus mencatatkan penjualan sebesar Rp570.282.141.

Pengendalian Resiko

Untuk menangani limbah sampah yang dihasilkan dari proses produksi perusahaan, Halefit Indonesia akan selalu mengingatkan pelanggan untuk selalu membuang sampah pada tempatnya. Selain itu, untuk limbah air yang dihasilkan oleh bangunan, pengelola akan berusaha semaksimal mungkin untuk meminimalisir adanya limbah sabun atau padat yang masuk kedalam saluran air bangunan.

Untuk mengantisipasi resiko kehabisan produk, Halefit Indonesia berupaya mengembangkan kualitas dan kuantitas pemasok produk, sehingga dapat

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.

menanggulangi resiko ketersediaan produk yang menipis dari satu pemasok, juga untuk mencari produk dengan kualitas yang paling baik.

Untuk mengatasi masalah persaingan dengan competitor, Halefit Indonesia berupaya melakukan promosi secara terus-menerus, baik daring maupun luring, untuk mengedukasi masyarakat akan manfaat makanan sehat dan bergizi.

Untuk menanggulangi resiko ketertinggalan bisnis, Halefit Indonesia berupaya melakukan pelatihan karyawan yang dilakukan secara rutin setiap tahun untuk meningkatkan kemampuan mengelola dan pengetahuan mengenai bisnis pertanian, sehingga dapat memberikan *insight* kepada perusahaan mengenai strategi yang dapat dijalankan untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Untuk menanggulangi dan sebagai tindakan preventif terhadap potensi kerusakan produk yang sudah terlalu lama disimpan, Halefit Indonesia juga akan bekerjasama dengan UMKM di daerah sekitar untuk menjual produk kepada UMKM tersebut dengan harga lebih rendah (tetap diatas biaya/modal produk), sehingga menurunkan persentase potensi *product loss*.

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

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





DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku Teks:

Bogaards, M., Boshoff, S., Dlodlo, N., Noel, DT., Wait, M. (2020), *Personal Selling*, Edisi Pertama, Pearson South Africa (Pty) Ltd

David, Fred R. dan Forest R David (2015), *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concept and Cases*, Edisi 16, Pearson Education Limited

Dressler, Gary (2013), *Human Resource Management*, Edisi 13, Pearson Education, Inc.

Fawzi, Marissa G., Iskandar, Ahmad S., Nurjaya, Sunarsi, Denok (2022), *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori dan Implimentasi*, Edisi Pertama, Pascal Books

Garrison, Ray H., Noreen, Eric W., Brewer, Peter C. (2012), *Managerial Accounting*, Edisi 14, The McGraw-Hill Companies, Inc.

Heizer, Jay., Render, Barry., Munson, Chuck (2017), *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*, Edisi 12, Pearson Education

Kotler, Phillip., Armstrong, Gary (2018), *Principles of Marketing*, Edisi 17e, Pearson Education Limited

Mangie, Lyandra A., Yulianto, Triputra, Dimas R., Darmansyah, M. (2020), *Pengantar Bisnis*, Edisi Pertama, UNPAM Press.

Puwanto, Eko (2020), *Pengantar Binsis Era Revolusi Industri 4.0*, Edisi Pertama, Sasanti Institute

Rocha, Jorge., Oliviera, Sandra., Capinha, César (2020), *Risk Management and Assesment*, Edisi Pertama, IntechOpen

Siciliano, Gene (2015), *Finance for Nonfinancial Managers*, Edisi Kedua, McGraw-Hill Education



Siswanto, Ely (2021), *Buku Ajar Manajemen Keuangan Dasar*, Edisi Pertama, Universitas Negri Malang

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

Sumber Website:

Tirto.id, diakses pada 4 Juli 2023,

<https://tirto.id/jumlah-pelanggan-e-commerce-tercatat-meningkat-383-selama-pandemi-f1eP>

Media Indonesia, diakses pada 4 Juli 2023,

<https://mediaindonesia.com/ekonomi/433606/gara-gara-pandemi-covid-19-diperkirakan-30-juta-umkm-bangkrut>

Katadata Media Network, diakses pada 1 Juli 2023,

<https://katadata.co.id/ekarina/berita/5e9a5515a01e1/sayurbox-startup-pertanian-yang-bantu-tingkatkan-pendapatan-petani>

Bisnis Indonesia, diakses pada 1 Juli 2023,

<https://entrepreneur.bisnis.com/read/20221003/263/1583648/intip-peluang-bisnis-kemitraan-all-fresh-toko-retail-buah-impor-dan-lokal>

Majoo, Analisis Pestel, diakses pada 1 Juli 2023,

<https://majoo.id/solusi/detail/pestle-analysis-adalah>

‘Sayurbox Menggunakan AWS untuk Mengirimkan Makanan Segar Lebih Cepat’, 2021, AWS, diakses pada 1 juli 2023,

<https://aws.amazon.com/id/solutions/case-studies/sayurbox/>

Katadata Media Network, diakses pada 1 Juli 2023,

<https://katadata.co.id/doddyrosadi/digital/617251e47c94c/riset-sirclo-kic-74-5-konsumen-lebih-banyak-berbelanja-online>

PT. Lamudi Classifieds Indonesia 2023, PT. Lamudi Classifieds Indonesia, diakses pada 4 Juli 2023,

<https://www.lamudi.co.id/oper-sewa-cepat-ruko-area-mampang-prapatan-jaksel-168258927699.html>

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.



PAMJAYA 2023, PAMJAYA, diakses pada 5 Juli 2023,
<https://www.pamjaya.co.id/infopelanggan>

Katadata Media Network (2023), diakses pada 16 Juli 2023,
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/21/transaksi-e-commerce-di-asia-tenggara-meningkat-14-pada-2022>

Pitchbook 2023, PitchBook, diakses tanggal 18 Juli 2023,
<https://pitchbook.com/profiles/company/223019-02?utm>

Katadata Media Network (2022), diakses pada 16 Juli 2023,
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/31/industri-makanan-dan-minuman-nasional-mulai-bangkit-dari-pandemi-covid-19>

Katadata Media Network, diakses pada 10 Juli 2023,
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/28/8-produk-yang-paling-diminati-konsumen-saat-belanja-online-apa-saja>

BPS Online (2019), Konsumsi Makanan (Rupiah/Kapita/Bulan), diakses pada 16 Juli 2023,
<https://boalemokab.bps.go.id/indicator/5/56/1/konsumsi-makanan.html>

PT Kompas Cyber Media (2022), diakses pada 21 Juli 2023,
<https://money.kompas.com/read/2022/04/04/115222826/bkf-prediksi-dana-pihak-ketiga-di-perbankan-tembus-rp-700-triliun>

Sitanggang, Debora (2022), 'Tahap Perencanaan Usaha, Tujuan, Jenis, dan Komponennya', detikcom, diakses pada 20 Juli 2023,
<https://finance.detik.com/solusiukm/d-6303605/tahap-perencanaan-usaha-tujuan-jenis-dan-komponennya>

Direktoral Jendral Pajak 2022, Direktorat Jendral Pajak, diakses pada 20 Juli 2023,
<https://pajak.go.id/>

Katadata Media Network (2022), diakses pada 10 Juli 2023,
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/31/industri-makanan-dan-minuman-nasional-mulai-bangkit-dari-pandemi-covid-19>



BPS Online (2023), Suku Bunga Kredit Rupiah Menurut Kelompok Bank 2023, diakses pada 8 Agustus 2023,

<https://www.bps.go.id/indicator/13/383/1/suku-bunga-kredit-rupiah-menurut-kelompok-bank.html>

Mekari Klikpajak (2022), Tarif PPh Final UMKM, diakses pada 8 Agustus 2023,

<https://klikpajak.id/blog/pajak-umkm-tarif-cara-hitung-bayar-dan-lapor-spt-pajaknya/>

Sumber Jurnal Online:

Qur'ota, Abida (2018), '*Klasifikasi Bisnis*', Scribd Inc., vol.1, diakses pada 5 Juli 2023,

<https://id.scribd.com/document/375166287/Klasifikasi-bisnis>

Haramaini, M.Nashiruddin (2017), '*ANALISIS KONDISI EKSTERNAL: Analisis PESTEL*', Balai Pendidikan dan Pelatihan Tambang Bawah Tanah, vol.3, no.025, diakses pada 5 Juli 2023,

<https://bdtbt.esdm.go.id/wp-content/uploads/2018/08/25udin.pdf>

Alanzi, Salem (2018), '*Pestle Analysis Introduction*', ResearchGate, vol.1, diakses pada 16 Juli 2023,

<https://www.researchgate.net/publication/327871826>

Bhattacharjee, D dan Dey, Mouri (2015), '*COMPETITIVE PROFILE MATRIX: A THEORETICAL REVIEW*', CORE, vol.35, no.2, pp.61-70, diakses pada 23 Juli 2023,

<https://core.ac.uk/download/pdf/233618524.pdf>

Guell, Emet dan TAT, Merba (2017), '*SWOT ANALYSIS: A THEORETICAL REVIEW*', The Journal of International Social Research, vol.10, no.51, pp.1307-9581, diakses pada 23 Juli 2023,

<http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2017.1832>

Metrodata Electronics Tbk 2021, '*Laporan Informasi atau Fakta Material PT Metrodata Electronics Tbk (MTDL) menandatangani perjanjian investasi dengan Kulawarga Asia Pte Ltd (Sayurbox)*', no.057, Bursa Efek Indonesia, diakses pada 16 Juli 2023,

https://idx.co.id/StaticData/NewsAndAnnouncement/ANNOUNCEMENTSTOCK/From_EREP/202109/2e21a70df5_db968f2328.pdf



Sumber Undang-Undang:

Republik Indonesia. 2003. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan*, Lembaga Negara RI Tahun 2003. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2004. *Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi RI No.102 Tahun 2004 Tentang Perhitungan Lembur*, Lembaga Negara RI Tahun 2004. Sekretariat Negara. Jakarta

Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Miko, Kecil, dan Menengah*. Lembaga Negara RI Tahun 2020. Sekretariat Negara. Jakarta.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KGG (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.

PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : Benedictus Joshua

NIM : 79170395

Tanggal Sidang : 13-10-2023.

Judul Karya Akhir : Rencana Bisnis Perencanaan Usaha Penjualan Sayur dan Buah Online HalalFit Indonesia di Jakarta.

Jakarta, 31 / 10 / 2023.

Mahasiswa /
Benedictus Joshua

Pembimbing

(Ir. Han. Bur. Fa. 1.5. E. 1 M.M.)

