

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF

A. Ringkasan Kegiatan Usaha

1. Konsep Bisnis

Perencanaan bisnis Tan Auto's di latar belakang oleh ketertarik dan hobi akan bidang otomotif, khususnya mobil, serta pengalaman bekerja dibidang otomotif, dan melihat tingginya kebutuhan masyarakat akan kebutuhan kendaraan, khususnya dikota-kota besar.

Alasan lainnya, dikarenakan melihat kondisi pasar mobil bekas yang peminatnya sangat banyak dan juga stabil, menjadikan peluang usaha dibidang jual beli mobil bekas ini cukup menjanjikan dan memiliki masa depan usaha yang baik, karena mobil bekas sudah menjadi pilihan pembelian bagi para pelanggan, melihat dari segi harga, kehematan penggunaan, kondisi dan beberapa aspek lainnya, Dimana pada hal-hal tertentu, mobil bekas menjadi pilihan tepat bagi para pelanggan yang membutuhkan kendaraan yang nyaman dan aman.

Visi dan Misi Perusahaan

Visi *Tan Auto's* adalah Menjadi Showroom Mobil Bekas terbaik di Indonesia, dan mengubah stigma mobil bekas menjadi lebih baik, serta memiliki cakupan cabang yang tersebar di seluruh kota-kota besar di Indonesia.

Misi dari Showroom Tan Auto's adalah :

- Memberikan pelayanan dan produk-produk terbaik bagi para pelanggan
- Memberikan *after sales service*/ pelayanan purna jual terbaik.
- Menjaga Kualitas Produk yang baik dan memberikan garansi



- d. Menjadi *showroom* mobil bekas terpercaya oleh semua kalangan Masyarakat

3. Produk

Tan Auto's merupakan perusahaan yang menggeluti bidang usaha perdagangan kendaraan bermotor, khususnya Tan Auto's menjual mobil bekas sebagai produk usahanya.

4. Persaingan

Tan Auto's memiliki pesaing langsung, dengan target pasar yang sama, yaitu Cruise Auto, yang merupakan usaha sejenis menjual mobil bekas, yang berlokasi di Jakarta, tepatnya di pasar mobil kemayoran.

5. Target dan ukuran pasar

Berdasarkan penggunaan produk mobil bekas, Tan Auto's menargetkan pelanggan dari usia 18 tahun sampai dengan usia 60 tahun, dengan jenis kelamin baik pria maupun Wanita sebagai target utamanya. Target umur ini didasarkan pada regulasi ketentuan SIM, Dimana diumur 18 sudah bisa mendapatkan SIM, dan dinilai dari umur 18 hingga 60 tahun, rata rata sudah bisa mengendarai mobil.

Strategi Pemasaran

A. Diferensiasi

Menurut Kotler dan Armstrong (2020: 209), "*Using a differentiated marketing (or segmented marketing) strategy, a firm decides to target several market segments and designs separate offers for each*". Artinya, penggunaan diferensiasi pemasaran akan membuat perusahaan dapat memutuskan untuk menargetkan segmen pasar dan membuat penawaran yang berbeda terhadap pasar tersebut. Diferensiasi Tan Auto's antara lain :

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.



1) Kualitas Produk

Tan Auto's menyediakan produk kendaraan bermotor mobil bekas, dengan kualitas yang terjamin terhadap mobil-mobil yang dijual, hal ini bisa dilakukan karena Tan Auto's selalu melakukan inspeksi yang ketat terhadap setiap mobil yang di ambil dan akan dijual Kembali kepada pelanggan, Tan Auto's menjamin kondisi mobil yang tidak bekas tabrak dan tidak bekas banjir, serta menjaga penilaian terhadap kualitas interior dan eksterior mobil yang dijual. Serta Tan Auto's juga menyediakan garansi mesin dan transmisi yang dijual, sehingga para pelanggan bisa lebih tenang saat membeli mobil bekas di Tan Auto's

2) Bernilai sepadan dengan harganya

Tan Auto's selalu menjaga kualitas kendaraan yang dijualnya, sehingga kualitas yang dijual, selalu sebanding dengan harga yang dibayarkan oleh para pelanggan. Harga yang ditetapkan oleh Tan Auto's tidak tinggi, tetapi juga tidak rendah. Tentunya calon pelanggan bisa membandingkan harga Tan Auto's dengan Showroom mobil bekas lainnya, dengan kualitas dan value-value yang akan didapatkan.

B. Positioning

Menurut Kotler dan Armstrong (2020: 215) "*A product position is the way a product is defined by consumers on important attributes the place the product occupies in consumers minds.*". Artinya posisi produk adalah cara suatu produk didefinisikan oleh konsumen berdasarkan atribut-atribut penting yang menempatkan produk tersebut dalam benak konsumen. *Tan Auto's* memiliki positioning pada bisnis bidang kendaraan roda empat bekas yang memiliki kualitas yang baik dan harga yang sesuai. Dengan memberikan kemudahan dalam

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.



mencari dan membeli kendaraan roda empat bekas premium dengan kualitas yang baik dan bergaransi. Sehingga ketika pelanggan sedang mencari mobil bekas siap pakai, berkualitas dan bergaransi, maka akan ingat dengan *Tan Auto's*

C. Penetapan Harga

Tan Auto's menentukan harga jual setiap kendaraannya dengan membandingkan value-value yang dimiliki dengan kompetitornya agar dapat memiliki daya saing yang tinggi untuk bersaing dengan baik dengan pasar mobil bekas lainnya. Metode penetapan harga yang digunakan adalah *mark up pricing*, dimana *Tan Auto's* akan membeli mobil dengan harga dibawah pasaran, lalu di *mark up* menyesuaikan dengan harga pasar untuk mendapatkan keuntungan. Seperti misalnya harga pasaran *Toyota Innova Reborn* adalah Rp 285.000.000 rupiah, lalu *Tan Auto's* akan membeli mobil tersebut yang spesifikasinya sesuai dengan kriteria yang ditentukan dengan harga Rp 260.000.000, dan menjualnya kembali dengan harga pasaran mobil tersebut yaitu Rp 285.000.000, dengan begitu maka *Tan Auto's* akan mendapatkan keuntungan sebesar Rp 25.000.000.

D. Saluran Distribusi

Distribusi menurut Kotler dan Armstrong (2018:359) "*A value delivery network is made up of the company, suppliers, distributors and ultimately customers who 'partner' with*" Artinya saluran distribusi terdiri dari perusahaan, pemasok, distributor, dan pada akhirnya pelanggan yang "bermitra" dengannya. Maka bisa disimpulkan bahwa saluran distribusi adalah sekumpulan organisasi yang saling terlibat dan bergantung dalam proses yang membuat produk atau jasa siap digunakan atau di konsumsi oleh konsumen atau pelanggan, *Tan Auto's* berada pada tingkat distributor antara produsen dan konsumen, dimana dalam kegiatan penjualan *Tan Auto's*, produk *Tan Auto's* berawal diproduksi oleh produsen, lalu



dibeli kembali oleh *Tan Auto's* untuk dijual kembali kepada konsumen, yaitu pelanggan dari *Tan Auto's*.

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

E. Strategi Promosi

1. Strategi Promosi

Strategi Promosi merupakan usaha yang dilakukan suatu bisnis untuk menarik perhatian para calon konsumen untuk membeli produk, sehingga dengan melakukan strategi promosi, diharapkan akan membantu meningkatkan penjualan suatu usaha. Berikut ini bauran komunikasi yang digunakan oleh *Tan Auto's* :

Advertising

Menurut Kotler dan Armstrong Advertising (2018: 452) “*Advertising is a good way to engage, inform, and persuade*” Artinya Periklanan adalah cara yang baik untuk melibatkan, memberi informasi, dan membujuk. Seiring berkembangnya teknologi, banyak media-media yang digunakan oleh Perusahaan untuk meningkatkan penjualannya, *Tan Auto's* memilih untuk menggunakan platform advertising digital dan sosial media, berikut ini adalah platform iklan yang digunakan oleh *Tan Auto's*:

1) Instagram Ads

Instagram merupakan salah satu platform sosial media yang terbesar yang digunakan oleh semua kalangan, pengguna Instagram memiliki segmentasi umur mulai dari remaja, hingga dewasa, dan Sebagian kecil lansia. *Tan Auto's* menggunakan platform Instagram dan Instagram ads, untuk membantu menaikkan nama *Tan Auto's* serta meningkatkan kredibilitas bisnis *Tan Auto's* sehingga bisa memberikan kepercayaan lebih kepada calon pelanggan, dan tentunya juga berfungsi untuk menarik lebih banyak pelanggan

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.



2) Facebook Ads

Facebook merupakan salah satu platform media sosial yang paling lama bertahan, oleh karena itu mayoritas pengguna facebook merupakan Masyarakat dengan umur yang lebih dewasa daripada Instagram, tentunya hal ini sangat baik, karen berdasarkan target usia, facebook memiliki cakupan yang lebih banyak dan lebih sesuai, oleh karena itu penggunaan facebook ads akan sangat membantu Tan Auto's untuk menarik perhatian lebih banyak calon pelanggan, serta sebaliknya, para calon pelanggan akan lebih mudah mencari Tan Auto's. maka dari itu target audience untuk iklan facebook ads akan mengarahkan kepada pengguna facebook dengan umur di atas 30, sehingga iklan tersebut bisa lebih efektif untuk membantu meningkatkan penjualan Tan Auto's.

3) OLX Auto's

OLX Auto's merupakan platform jual beli kendaraan yang terbesar di Indonesia, pada platform ini, calon pelanggan benar-benar memiliki kebutuhan dan keinginan untuk membeli kendaraan sehingga prospek-perospek atau calon pelanggan yang didapat dari platform ini memiliki kualitas yang jauh lebih baik dibandingkan dengan facebook dan Instagram, tentunya didalam platform ini, persaingan lebih ketat karena terdapat ratusan unit bahkan ribuan unit dengan jenis dan tipe yang sama, yang dijual di platform ini, maka dari itu tidak hanya mengiklankan mobil di dalam platform ini, Tan Auto's juga menggunakan fitur Ads yang ada di dalam platform ini, dengan begitu iklan Tan Auto's akan berada di paling atas pada setiap pencarian, serta akan selalu muncul, dengan begitu iklan ini akan sangat efektif untuk menarik perhatian calon pembeli Tan Auto's

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.



4) Tiktok

Tiktok merupakan media sosial baru dengan penggunaanya Sebagian besar adalah remaja dan anak muda, melalui tiktok ini, Tan Auto's tidak berfokus kepada penjualan, tetapi lebih kepada Softselling dengan membuat konten edukasi dan sebagainya, dengan melakukan hal ini, tentunya akan meningkatkan brand awareness serta engagement Masyarakat terhadap Tan Auto's, sama halnya dengan Instagram, tiktok ini juga berfungsi untuk menaikkan kredibilitas Tan Auto's di mata Masyarakat.

5) Whatsapp Business

Whatsapp merupakan platform komunikasi yang paling baik pada saat ini, dengan menggunakan Whatsapp Ads pada Whatsapp Business, tentunya akan memudahkan calon pelanggan untuk menghubungi Tan Auto's dan bisa langsung berkomunikasi. Tentunya hal ini akan membantu Tan Auto's untuk mencari calon-calon pelanggan, sehingga metode ini cukup efektif bila dilakukan.

6) Spanduk dan Banner

Spanduk dan Banner digunakan Tan Auto's untuk membantu para calon pelanggan melihat keberadaan Tan Auto's, Spanduk dan Banner ini tentunya akan sangat membantu untuk pemasaran secara offline, walaupun tidak lebih efektif daripada advertising secara digital

Kelayakan keuangan

Hasil kelayakan investasi Tan Auto's bisa dilihat dari Analisa perhitungan Payback Period. Dimana Payback Period memiliki waktu pengembalian modal dengan maksimal waktu selama 5 tahun, dari perhitungan Tan Auto's, waktu pengembalian yang dibutuhkan adalah 2 tahun 8 bulan dan 3 hari, hasil Analisa



Payback Period, menunjukan bahwa usaha Tan Auto's layak untuk dijalankan.

Dari hasil Analisa perhitungan NPV. Tan Auto's mendapatkan nilai Rp Rp2.597.759.171, dan hasil tersebut menunjukan nilai NPV Tan Auto's lebih besar dari 0, Dimana hal ini menunjukan usaha Tan Auto's layak untuk dijalankan. Lalu dari hasil Profitability Index menunjukan bahwa PI Tan Auto's adalah 1,60. Hasil PI Tan Auto's lebih dari 1, yang artinya usaha Tan Auto's layak untuk dijalankan.

B. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Usaha Tan Auto's layak untuk dijalankan karena telah dianalisis kelayakannya dengan menggunakan Payback Period, Net Present Value, Profitability Index, dan Break Even Point. Menurut analisis tersebut, payback period usaha ini mampu mengembalikan modal dalam jangka waktu 2 tahun 8 bulan 3 hari. Menurut hasil net present value, Tan Auto's memiliki nilai yang positif yaitu Rp 2.597.759.171, lalu untuk nilai profitability index, usaha ini memiliki nilai yang menguntungkan yaitu 1,60. Dan menurut hasil break even point, penjualan tahunan Tan Auto's mampu melebihi total biaya yang dikeluarkan.

Tabel 9.1

Rekomendasi Visibilitas Usaha Tan Auto's

Keterangan	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
Payback Period (PP)	5 Tahun	2 Tahun 8 bulan 3 hari	Layak
Net Present Value (NPV)	> 0	Rp2.597.759.171	Layak
Profitability Index (PI)	> 1	1,60423516	Layak
Break Even Point (BEP)	Penjualan>Nilai BEP	Penjualan>Nilai BEP	Layak

Sumber: Tan Auto's

Berdasarkan Tabel 9.1 tercantum bahwa Tan Auto's dikategorikan layak dijalankan