

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Dunia *fashion* memiliki peran penting dalam masyarakat yang memungkinkan individu untuk menggunakan *fashion* dan asesoris dalam mengembangkan dan mendefinisikan diri mereka sendiri. Tas merupakan salah satu perlengkapan penting *fashion* yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat umum. Selain sebagai tempat menaruh berbagai barang bawaan, saat ini tas banyak digunakan sebagai tambahan gaya untuk pemiliknya. Dengan semakin banyaknya pengguna tas, maka semakin banyak pula jenis tas yang diproduksi dan dipasarkan. Oleh karena itu, banyak sekali perusahaan tas menjual berbagai tas dengan model, bentuk dan bahan yang berbeda-beda sesuai perkembangan zaman. Tas merupakan benda yang memang sangat di butuhkan oleh semua kalangan dari anak-anak sekolah sampai orang tua. Tas merupakan bagian penting dari keseluruhan cara berbusana. Setiap tas memiliki beberapa kegunaan, baik untuk “*fashion statement*”, untuk penampilan dan fungsi untuk membawa keperluan sehari-hari.

Beberapa alasan mengapa bisnis tas sangat menguntungkan atau menarik bagi pengusaha, diantaranya :

- a. Dapat memulai bisnis tas dengan modal kecil hingga akhirnya bisa berkembang menjadi besar
- b. Produk tas selalu laris diserbu oleh para konsumen

- c. Sasaran pasar produsen tas mencakup semua orang, baik wanita maupun pria, anak-anak maupun dewasa, sampai karyawan, pelajar dan mahasiswa yakni mereka membutuhkan tas untuk bersekolah, kuliah, maupun untuk kerja.
- d. Saat ini para wanita khususnya remaja dan ibu-ibu, menjadikan tas sebagai bagian dari *trend fashion*, sehingga mereka sering mencari tas untuk memenuhi kebutuhan fashion yang sesuai dengan busana mereka.

Toko Mega Karolina merupakan sebuah bisnis yang bergerak dibidang jual beli tas, baik tas lokal maupun tas impor. Adapun sumber atau *supplayer* tas lokal berasal dari Kota Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Semarang dan Surabaya. Sedangkan sumber atau *supplayer* tas impor berasal dari Negara China dan Thailand. Kualitas tas yang dijual bervariasi mulai dari kualitas, rendah, sedang dan tinggi, demikian pula harga tas bervariasi mengikuti kualitas tas tersebut.

Dalam bisnis tas di Kota Bima, Toko Mega Karolina optimis bisa tumbuh dan berkembang serta dapat bersaing dengan toko lainnya, karena beberapa alasan, yaitu :

- a. Jumlah pesaing langsung hanya dua toko yaitu : Toko Zam-Zam dan Perdata.
- b. Jumlah pesaing tidak langsung juga sedikit
- c. Jumlah barang substitusi untuk produk tas ini hanya sedikit
- d. Jumlah pesaing yang tidak kelihatan, tidak ada
- e. Kekuatan pesaing adalah lemah karena mereka tidak melakukan penjualan *online*, hanya *offline* di tokonya.

Toko Mega Karolina telah mengidentifikasi peluang bisnis tas ini, yaitu :

- a. Optimisme dalam menyediakan stok tas baik lokal dan impor mulai dari harga tinggi, sedang dan rendah. Hal ini karena mudahnya akses mendatangkan barang dari sumber atau *suplayertas*.
- b. Jarak tempuh pembeli ke lokasi toko tempat jualan tas, relatif dekat sehingga terjangkau konsumen. Letak toko juga mudah dijangkau dengan kendaraan umum maupun pribadi, sehingga pelayanan lebih cepat.
- c. Tas yang dijual lebih fokus kepada kebutuhan dan tren tiga kelompok umur penduduk, yaitu : 20-24, 15-19 dan 5-9.
- d. Berdasarkan kelompok umur, biasanya kelompok umur ini umumnya adalah pelajar atau mahasiswa, sehingga lebih banyak menyediakan stok tas untuk pelajar/mahasiswa, lalu menyediakan stok tas untuk jenis pekerjaan lain.
- e. Lebih banyak menyediakan stok tas untuk kebutuhan dan tren tas perempuan. Dengan kata lain prioritaskan tas perempuan, lalu tas laki-laki.
- f. Lebih banyak menyediakan stok tas dengan memperhatikan ke-12 jenis pekerjaan yaitu : 1) Belum/tidak bekerja, 2) mengurus rumah tangga, 3) pelajar/mahasiswa, 4) Wiraswasta, 5) Pegawai Negeri Sipil, 6) petani/berkebun , 7) karyawan honorer, 8) karyawan swasta 9) guru,10) buruh tani/perkebunan, 11) pensiunan dan 12) buruh harian lepas. Bagi penduduk yang belum/tidak bekerja, berpeluang untuk direkrut menjadi karyawan Toko Mega Karolina. Untuk ke-11 jenis pekerjaan lainnya dapat disiapkan tas sesuai dengan kebutuhan dan tren tas berdasarkan jenis pekerjaannya.
- g. Lebih mengutamakan menjual tas dengan harga yang relatif sangat murah dan tidak mewah.

h. Lebih mengutamakan menjual tas lokal dibandingkan dengan tas impor.

Dalam menjalankan operasional penjualan tas, Toko Mega Karolina menjual berbagai jenis tas, bentuk, model, ukuran maupun bahan yang berbeda-beda untuk kebutuhan konsumen mulai dari anak-anak sampai orang tua dan perempuan maupun laki-laki. Namun, tren model tas yang saat ini banyak dijual oleh Toko Mega Karolina, yaitu :Tas kulit, Tas berukuran kecil (*mini bag*), Tas dengan tali rantai (*metal chain bags*) dan Tas ransel (*backpacks*).

Berdasarkan hasil segmentasi, maka yang menjadi target pasar produk tas yang dijual Toko Mega Karolina adalah :

- a. Penduduk dengan kelompok umur 5-9 tahun, 15-19 tahun dan 20-24 tahun
- b. Penduduk yang berjenis kelamin perempuan
- c. Penduduk dengan tingkat pendapatan yang rendah
- d. Penduduk dengan kelas sosial golongan bawah
- e. Penduduk yang loyal terhadap produk tas dengan karakteristik lokal
- f. Penduduk yang senang dengan kekeluarga, kekerabatan, persahabatan dan pelayanan yang ramah

Dalam melakukan penjualan tas, Toko Mega Karolina menerapkan strategi pemasaran yakni bauran pemasaran (*marketing mix*) dengan unsur-unsurnya adalah 4P, yaitu :

- a. Produk (*Product*) meliputi : kualitas, bentuk, merek, dan kemasan serta dilengkapi dengan pelayanan.

- 1) Kualitas tas yang dijual adalah mulai kualitas dari kualitas yang rendah, sedang sampai dengan kualitas tinggi. Namun umumnya tas kualitas rendah.
 - 2) Bentuk tas yang ditawarkan adalah tas dengan model tren karena umumnya konsumen suka mengikuti tren.
 - 3) Mempertahankan citra merek yang terlanjur sudah melekat di hati konsumen
 - 4) Membuat kemasan produk yang menarik, begitu juga dengan tas yang akan dikirim sebaiknya dibuat paket yang menarik dan kuat melindungi tas yang ada didalamnya.
- b. Harga (*price*) yang ditetapkan harus sebanding dengan penawaran nilai kepada pelanggan. Dengan kata lain, kalau tas kualitasnya rendah maka harga juga ditetapkan rendah. Sebaliknya untuk tas kualitas tinggi maka harganya juga ditetapkan cukup tinggi. Namun, harga tas relatif lebih murah dari pesaing.
- c. Tempat (*place*), distribusi merupakan hal yang penting agar pelanggan dapat memperoleh produk dengan mudah. Toko Mega Karolina telah mempunyai lokasi sendiri, di pinggir jalan yang mudah dijangkau dengan transportasi umum atau pribadi. Selain itu, juga dengan menggunakan toko di dunia maya, yaitu penjualan *online* lewat internet.
- d. Promosi (*promotion*), diperlukan untuk mengkomunikasikan produk ke pasar sasaran. Beberapa strategi telah dilakukan dengan promosi kepada keluarga, kepada teman dan sahabat, bahkan kepada masyarakat banyak lewat internet

dengan memanfaatkan media sosial. Jenis-jenis promosi meliputi pembuatan iklan, penjualan langsung, publikasi dan lain-lain.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas maka bisnis penjualan ini menjadi investasi yang menarik. Kelayakan investasi ini bisnis penjualan ini dapat dilihat dari hasil perhitungan *PayBack Period* (PP), *Net Present Value* (NPV) dan *Profitability Index* (PI), yaitu :

- a. Hasil perhitungan *PayBack Periode* (PP) = 2,355 tahun atau dapat dikatakan sekitar 2,4 tahun. Artinya, jangka waktu kembalinya investasi yang telah dikeluarkan melalui keuntungan yang didapatkan adalah sekitar 2,4 tahun. Hal menunjukkan suatu investasi yang layak dan dapat diterima, karena waktunya tidak lama
- b. Hasil perhitungan *Net Present Value* (NPV) = Rp 65.474.307, karena $NPV > 0$ atau positif, maka investasi layak dan diterima
- c. Hasil perhitungan *Profitability Index* (PI) = 1,131327, karena nilai $PI > 1$ maka investasi layak dan diterima

1.2 Deskripsi Bisnis

Toko Mega Karolina berasal dari pemilik toko tersebut yang bernama Mega Karolina. Penggunaan namapemilik sebagai penamaan toko, diharapkan konsumen mudah mengingat namatoko tersebut, Cara lain untuk mempermudah konsumen dalam mengingat nama dari toko tersebut dengan membuat logo dan tentunya dibalik sebuah logo harus mengandung sebuah arti atau sejarah. Logo yang telah dibuat untuk Toko Mega Karolina ditunjukkan pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1 Logo Toko Mega Karolina

Secara umum logo Toko Mega Karolina terdiri dari tiga unsur yakni teks/tulisan, simbol dan warna, ketiganya mempunyai arti, yaitu :

a. Teks/tulisan meliputi :

1. Teks “Toko Mega Karolina”, menunjukkan nama toko yaitu Mega Karolina. Nama toko ini diambil dari nama pemilik toko itu sendiri
2. Teks “Menjual Tas, Sepatu & Sandal”, menunjukkan macam barang yang di jual Toko Mega Karolina, yaitu menjual tas, sepatu dan sandal. Namun, Toko Mega Karolina lebih banyak stok dan menjual tas dibandingkan sepatu dan sandal. Sepatu dan sandal sebagai pelengkap saja
3. Teks “Melayani Grosir & Eceran”, menunjukkan bahwa Toko Mega Karolina melayani penjualan barang secara grosir maupun eceran
4. Teks “WA : 081353446666” dan “Pin BB : 2B36D2EF”, menunjukkan kontak Toko Mega Karolina yang bisa dihubungi
5. Teks “Jln. Pasar Raya Bima No.99” dan “ Kota Bima – NTB”, menunjukkan alamat Toko Mega Karolina
6. Teks “KARO” dan “BIMA”, menunjukkan nama dua daerah yaitu Karo di Sumatera Utara dan Bima di Nusa Tenggara Barat. Ayah dari Mega

Karolina berasal dari Suku Batak Karo dan Ibu dari Mega Karolina berasal dari Suku Bima

b. Simbol, meliputi :

1. Rumah adat Suku Batak Karo, menunjukkan dukungan, bantuan dan perlindungan dari ayah yang berasal dari Suku Batak Karo kepada Mega Karolina selama menjalankan bisnis (penjualan tas), hingga suatu saat sampai mandiri
2. Rumah adat Suku Bima, menunjukkan dukungan, bantuan dan perlindungan dari ibu yang berasal dari Suku Bima kepada Mega Karolina selama menjalankan bisnis (penjualan tas), hingga suatu saat sampai mandiri
3. Retret (ornamen khas yang terdapat pada rumah adat Suku Batak Karo), menunjukkan kesatuan tekad yang bulat dari kedua orang tua kepada anaknya Mega Karolina untuk menjalankan bisnis
4. Kerangka/batasan logo (tidak ada), menunjukkan bisnis yang dijalankan ini dapat menjangkau konsumen sebanyak-banyaknya

c. Warna, meliputi :

1. Warna merah pada teks/tulisan “Mega Karolina”, menunjukkan keberanian dalam menjalankan bisnis. Hal ini juga bisa dilihat pada logo, dimana dua rumah adat yang sedang menggapit teks/tulisan tersebut, artinya tetap butuh dukungan, bantuan dan perlindungan orang tua dalam menjalankan bisnis, hingga suatu saat sampai mandiri.

2. Warna hitam pada teks/tulisan (banyak teks/tulisan berwarna hitam), menunjukkan kesederhanaan, konsistensi dan profesionalisme pemilik toko dalam melayani pembeliselama menjalankan bisnis
3. Warna latar putih, menunjukkan kesucian dalam menjalankan bisnis, senantiasa menghindari cara berbisnis yang kurang baik, curang atau jahat
4. Warna merah dan putih pada ornament retret, menunjukkan warna Bendera Negara Indonesia, yakni merah putih. Harapan dari warna ini, agar binis ini dapat berjalan terus, tumbuh dan berkembang sampai seluruh Indonesia

Toko Mega Karolina yang berlokasi di Pusat Pasar Raya, Kelurahan Paruga, Kecamatan Rasanae Barat, Kota Bima, Propinsi Nusa Tenggara Barat. Lokasi toko ini terbilang sangat strategis karena letaknya di pasar yang sangat terkenal dan ramai dikunjungi oleh konsumen. Menjalankan sebuah bisnis harus memiliki bentuk kepemilikan dan perizinan yang sah, baik secara hukum maupun dari masyarakat sekitar. Sejauh ini Toko Mega Karolina belum memiliki perizinan yang sah karena merupakan bisnis yang tergolong masih baru. Namun perizinan telah diperoleh RT dan RW setempat secara lisan.

Nama Perusahaan : Toko Mega Karolina
Status : *Offline Store* (Toko)
Alamat Toko : Pusat Pasar Raya Bima kota Bima , NTB
Penanggung Jawab : Mega Karolina
Kegiatan Usaha : Jual Beli
Bidang Usaha : Perdagangan Tas

Bila suatu hari Toko Mega Karolina mengurus perizinan Commanditaire Vennootschap (CV), harus memnuhi persyaratan yang telah ditetapkan pemerintah. Pendirian CV hanya mensyaratkan jumlah minimal pendiri, yakni 2 orang WNI, dan lokasi usaha di wilayah NKRI. Dalam CV tidak ada batas minimal modal atau istilah pembagian modal. Akta pendirian cukup diurus di Pengadilan Negeri setempat saja.

Berikut ini adalah langkah-langkah pendirian CV, yaitu :

a. Pembuatan Akta dan Pendirian CV

Akta ini dibuat dan ditandatangani oleh notaris, dengan menyerahkan :

1. Fotokopi KTP Direktur dan Persero Pasif (Komisaris)
2. Fotokopi NPWP Direktur dan Persero Pasif (Komisaris)
3. Nama CV
4. Penjelasan mengenai bidang usaha
5. Foto Direktur ukuran 3x4 latar belakang merah

b. Pembuatan Surat Keterangan Domisili Perusahaan

Surat ini diajukan ke kelurahan setempat, sebagai bukti keterangan alamat perusahaan dengan persyaratan :

1. Pengisian formulir pengajuan SKDP
2. Melampirkan legalitas perusahaan (Akta Pendirian & SK Menkumham)
3. Fotokopi kontrak/sewa tempat usaha atau bukti kepemilikan tempat usaha
4. Surat keterangan dan pemilik gedung apabila bedomisili di gedung perkantoran/pertokoan
5. Fotokopi PBB (Pajak Bumi dan Bangunan) tahun terakhir

6. Fotokopi IMB (Ijin Mendirikan Bangunan)
 7. Foto gedung/ruangan tampak luar dan dalam
- c. Pembuatan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
- Permohonan pendaftaran wajib pajak badan usaha diajukan ke Kantor Pelayanan Pajak (KPP) sesuai dengan domisili perusahaan. Selain mendapat kartu NPWP, nanti juga akan mendapat surat keterangan terdaftar sebagai wajib pajak dengan persyaratan :
1. Pengisian formulir pengajuan NPWP
 2. Melampirkan legalitas perusahaan (Akta Pendirian, SK Menkumham dan SKDP)
 3. Fotokopi KTP, NPWP dan KK Direktur
- d. Pendaftaran Pengadilan Negeri
- Untuk dapat mendaftarkan Badan Hukum / CV pada Pengadilan Negeri, maka diperlukan syarat-syarat sebagai berikut :
1. Akta Perusahaan CV dan Fotokopi
 2. Fotokopi NPWP Perusahaan
 3. Fotokopi KTP Direktur / Komisaris
 4. Surat Keterangan Domisili Perusahaan dari Kelurahan setempat
- e. Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP)
- Permohonan diajukan ke Dinas Perdagangan Kota/Kabupaten untuk golongan SIUP menengah dan kecil. Sedangkan SIUP besar diajukan ke Dinas Perdagangan Propinsi dengan persyaratannya:
1. Pengisian formulir pengajuan SIUP

2. Melampirkan legalitas perusahaan (Akta Pendirian, SK Menkumham, SKDP dan NPWP)
 3. Pas foto direktur perusahaan ukuran 3×4 (2 lembar) berwarna.
- f. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

Pendaftaran dilakukan ke Dinas Perdagangan yang berada di Kota/Kabupaten domisili perusahaann :

1. Pengisian formulir pengajuan SIUP
2. Melampirkan legalitas perusahaan (Akta Pendirian, SK Menkumham, SKDP, NPWP & TDP)
3. Pas foto direktur perusahaan ukuran 3×4 (2 lembar) berwarna

Dengan demikian, berkas dokumen yang kita dapatkan meliputi :

- a. Akta pendirian CV
- b. Surat Keterangan Domisili Perusahaan
- c. NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)
- d. Pengesahan Pengadilan
- e. SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan)
- f. TDP (Tanda Daftar Perusahaan)

Visi yang ditetapkan oleh Toko Mega Karolina adalah “Lima tahun yang akan datang, Toko Mega Karolina menjadi toko tas yang terkenal dan telah membentuk citra bagi konsumen di Kota Bima”. Untuk mencapai visi yang telah ditetapkan, selanjutnya adalah menetapkan misi yang akan dijalankan. Beberapa misi tersebut yaitu :

- a. Memberikan pelayanan yang ramah dan mudah

- b. Menjual lebih banyak tas lokal daripada tas impor
- c. Menetapkan harga lebih murah dari pesaing
- d. Menjangkau sebanyak mungkin konsumen dengan penjualan *online* melalui internet dengan memanfaatkan media sosial
- e. Menyediakan tas yang tren atau tas yang sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan oleh konsumen

Adapun lokasi Toko Mega Karolina ditunjukkan pada Gambar 1.2. Pemilihan lokasi ini karena letaknya di Pasar Raya Kota Bima yang sangat ramai dikunjungi oleh konsumen, sehingga banyak konsumen yang dapat melihat secara langsung pajangan tas yang terpajang. Selain itu, lokasi toko yang mudah terjangkau kendaraan.



Gambar 1.2 Lokasi Toko Mega Karolina