

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Grosir adalah badan yang membuka usaha dagang dengan membeli dan menjual kembali barang dagangan kepada pembeli baik pengecer, pedagang besar lainnya, perusahaan industri, lembaga pemerintah/swasta dan sebagainya. Baik perorangan maupun perusahaan bisa menjadi grosir, yang biasanya melakukan jual-beli barang yang jumlahnya relatif besar, maka grosir tidak melakukan kegiatan penjualan secara eceran.

Sumber : (<http://usahamadjoe.blogspot.co.id> , 8 Desember 2017)

Sembako adalah singkatan dari sembilan bahan pokok yang terdiri atas berbagai bahan-bahan makanan dan minuman yang secara umum sangat dibutuhkan masyarakat Indonesia secara umum. Tanpa sembako kehidupan rakyat Indonesia bisa terganggu karena sembako merupakan kebutuhan pokok utama sehari-hari yang wajib ada dijual bebas di pasar.

Di bawah ini adalah daftar nama anggota bahan pokok sembako sesuai dengan keputusan Menteri Industri dan Perdagangan no. 115/mpp/kep/2/1998 tanggal 27 Februari 1998, yaitu antara lain :

1. Beras dan Sagu
2. Jagung
3. Sayur-Sayuran dan Buah-Buahan

4. Daging (Sapi dan Ayam)
5. Susu
6. Gula Pasir
7. Garam yang Mengandung Yodium / Iodium
8. Minyak Goreng dan Margarin
9. Minyak Tanah atau Gas Elpiji

Sumber : (<http://www.organisasi.org> , 8 Desember 2017)

Toko Tri Jaya adalah toko yang penulis ingin bangun yang bergerak dibidang grosir sembako dan ritel. Grosir sendiri memiliki pengertian menjual kembali barang baru dan terpakai kepada pengecer, pengguna industri, komersil dan lain lain atau *business to business*. Sedangkan ritel adalah satu cara pemasaran produk meliputi semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang secara langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan pribadi atau *business to consumer*. Pemasaran yang di terapkan di Toko Tri Jaya adalah melalui *social media*, brosur dan marketing.

Barang - barang yang akan penulis jual di toko tri jaya ini meliputi; beras, telur, minyak goreng, tepung terigu, gas elpiji, rokok, snack, minuman kemasan, dan lain lain. Barang inilah yang menjadi kebutuhan utama masyarakat. Jadi peluang bisnis ini masih sangat besar apalagi

BAB 1 RINGKASAN EKSEKUTIF

toko grosir penulis mengusung konsep nyaman,bersih yang dimana untuk saat ini toko toko grosir yang ada di daerah Cimahi khususnya Cimahi bagian selatan ini masih tidak mengutamakan kenyamanan, penerangan dan tata letak. Maka dari sinilah penulis ingin membuat sebuah toko grosir yang nyaman bagi pembeli baik itu *business to business* maupun *business to konsumen*. Pesaing toko penulis ialah pemilik grosir grosir di daerah Cimahi khususnya Cimahi selatan. Salah satunya adalah toko grosir yang bernama Toko Dinar. Peluang bisnis ini sangat menggiurkan dilihat dari meningkatnya jumlah penduduk yang mana akan akan meningkatkan juga permintaan akan pangan.



Gambar 1.1 Contoh produk Toko Tri Jaya

1.2 Deskripsi Bisnis

Toko Tri Jaya adalah sebuah toko dengan konsep seperti mini market ternama (Indomaret/Alfamart) namun Tri Jaya juga melayani pembelian secara grosiran tidak seperti indomaret dan alfamart yang hanya melayani pembelian secara eceran dengan tata letak barang yang rapih serta terorganisir, prncahayaann lampu yang terang, adanya kipas angin disetiap sudut langit – langit agar tidak gerah, serta ruangnya bersih dan juga pelayanan yang ramah. Penulis terinspirasi karena rata – rata toko grosir itu tempatnya tidak diperhatikan, tata letak barang yang tidak rapih, serta pencahayaannya redup dan juga sempit oleh barang – barang. penulis pun memperhatikan perbedaan harga dari toko grosir lainnya, penulis akan menciptakan toko yang nyaman dan harga bersahabat. Serta Toko Tri Jaya bisa menjadi toko grosir yang terkenal di cimahi hingga meluas ke daerah lainnya.



Gambar 1.2 Logo Toko Tri Jaya

Arti dari Logo ini :

1. Teks “Tri” menunjukkan nama toko yaitu yaitu Tri. Nama toko ini diambil dari nama pemilik toko itu sendiri.
2. Teks “Jaya” menunjukkan bahwa toko ini akan mencapai keberhasilan dan keberuntungan dalam menjalankan bisnis.
3. Simbol “ Dua lingkaran” menunjukkan bisnis yang dijalankan ini dapat membangun brand image yang tidak akan terputus kepada pelanggan.
4. Simbol “Keranjang” menunjukkan bahwa toko ini melayani penjualan sembako secara grosir dan eceran.
5. Warna “ Putih pada lingkaran” menunjukkan kesucian dalam menjalankan bisnis, menghindari cara berbisnis yang kurang baik, curang atau jahat.
6. Warna “Hitam” pada teks , menunjukan kesederhanaan dan konsistensi pemilik toko dalam melayani pembeli selama menjalankan bisnis.
7. Warna “Ungu” pada lingkaran, menunjukkan keakraban karyawan dalam melayani pembeli.
8. Warna “Biru” menunjukkan rasa percaya diri pemilik dalam membangun bisnis ini.

DATA PERUSAHAAN

1. Nama perusahaan : Tri Jaya
2. Bidang usaha : Sembako
3. Jenis Produk / Jasa : Perusahaan Dagang

4. Alamat perusahaan : Jalan Padat Karya RT02 RW04
5. No. Telepon / Fax : 022
6. Alamat Email : triiqbaltawakal@gmail.com
7. Bank Perusahaan : BNI, MEGA, BCA
8. Bentuk Badan Hukum : -
9. Nomor Akte Pendirian : -
11. NPWP : -
12. Mulai Berdiri : 29 Januari 2018

BIODATA PEMILIK / PENGURUS

1. Nama : Tri Iqbal Tawakal
2. Jabatan : Pemilik
3. TTL : Palembang. 12 November 1995
4. Alamat Ruma : Jl. Kebun Rumput IV no. 91
5. Nomor Telepon : 081321588821
6. Alamat Email : triiqbaltawakal@gmail.com
7. Pendidikan Terakhir : SMA
8. Perguruan Tinggi : Universitas Kristen Maranatha
9. Jurusan : Manajemen

STRUKTUR PERUSAHAAN

1. Bagian Keuangan : 1 orang
2. Bagian Pemasaran : 1 orang
3. Bagian Pelayanan + Adm : 1 orang
4. Bagian Pengiriman : 2 orang
5. Bagian Gudang : 1 orang

VISI

1. Menjadi distributor sembako terpercaya yang berorientasi kepada pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat kota cimahi dan pilihan utama masyarakat kota cimahi tahun 2030.

MISI

1. Memberikan *service excellent*.
2. Penataan produk – produk teratur dan ergonomis.
3. Memiliki kartu *member chip* program.

TUJUAN

1. Memiliki kesejahteraan hidup yang layak.
2. Memenuhi kebutuhan konsumen.
3. Menerapkan kemampuan wirausaha.
4. Memiliki penghasilan Rp 200.000.000 – Rp 300.000.000 juta perbulan.

Dasar–dasar segmentasi pasar pada pasar konsumen :

Variabel geografi

Wilayah : Kota Cimahi

Ukuran kota : 48,42km²

Sumber : (<https://id.wikipedia.org> , 13 November 2018)

Variabel demografi

Umur : semua umur (bayi , balita , anak- anak , remaja , dewasa , lansia)

Kategori Umur Menurut Depkes RI (2009):

1. Masa balita = 0 – 5 tahun,
2. Masa kanak-kanak = 5 – 11 tahun.
3. Masa remaja Awal =12 – 16 tahun.
4. Masa remaja Akhir =17 – 25 tahun.
5. Masa dewasa Awal =26- 35 tahun.
6. Masa dewasa Akhir =36- 45 tahun.
7. Masa Lansia Awal = 46- 55 tahun.
8. Masa Lansia Akhir = 56 – 65 tahun.
9. Masa Manula = 65 – sampai atas.

Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menggolongkan lanjut usia menjadi 4 yaitu :

- Usia pertengahan (*middle age*) 45 -59 tahun.
- Lanjut usia (*elderly*) 60 -74 tahun.

- Lanjut usia tua (*old*) 75 – 90 tahun.
- Usia sangat tua (*very old*) diatas 90 tahun.

Pendapatan : dibawah gaji UMR cimahi dan diatas gaji UMR cimahi

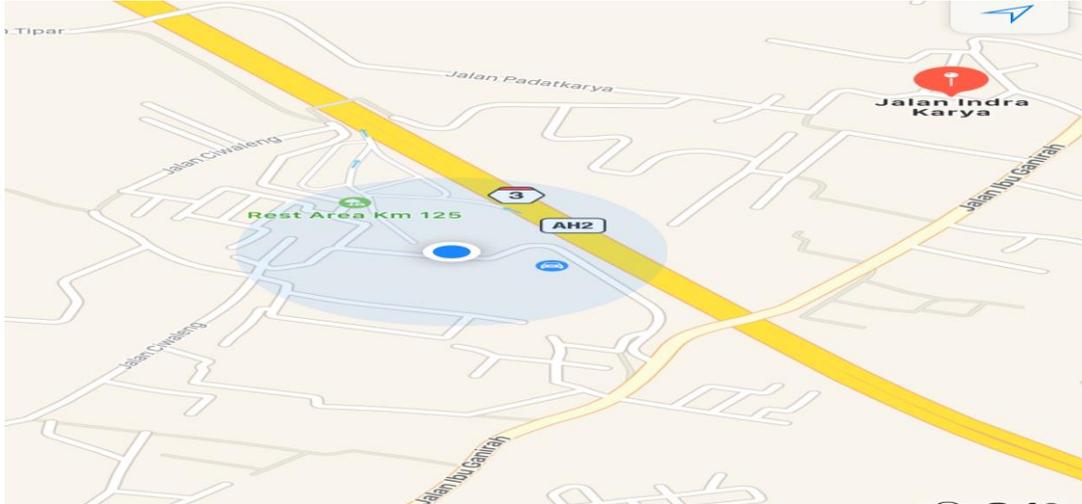
Pendidikan : TK , SD , SMP , SMA , Sarjana

Variabel psikologis

Kelas sosial : menengah ke bawah , menengah atas

Gaya hidup : gaya hidup modern , gaya hidup sehat , gaya hidup hemat.

Tantangan dan resiko dalam bisnis ini adalah, pertama penulis harus mencari *supplier* dengan harga dan kualitas yang cocok apalagi penulis baru pertama kali terjun dalam bisnis ini untuk mencari *supplier* yang terpercaya adalah tantangan tersendiri bagi penulis pribadi. Selama penulis menjalankan bisnis ini belum mendapatkan *supplier* yang memberikan harga terendah untuk memenuhi supply Kedua penulis berjualan sembako yang dimana barang barang tersebut ada masa kadaluasanya bilamana itu terjadi penulis harus menjual dengan harga yang murah sebelum masa kadaluasa jatuh tempo itu berarti mengurangi keuntungan penulis sebagai pemilik toko.



Gambar Lokasi Toko Tri Jaya

Sumber : (www.googlemaps.com , 4 Oktober 2018)

Lokasi Toko TriJaya berada di Cimahi – selatan tepatnya di jalan tipar cibeber berdekatan dengan beberapa komplek perumahan baru yaitu dream hill dan parahyangan residence. Toko TriJaya juga berdekatan dengan pemukiman warga kampung. Alasan penulis membuka toko di daerah sini adalah masih kurangnya toko grosir yang bersih di daerah cimahi selatan , berdekatan dengan Rest area 125 Padalarang yang tembus ke jalan tipar.

Perhitungan keuangan usaha Toko Tri Jaya ini adalah sebagai berikut : kebutuhan dana, sumber dana dan laporan neraca sebesar Rp 328.500.000, laporan untuk laba rugi pada tahun 2018 sebesar Rp 9.768.041,66 per bulan , tahun 2019 sebesar Rp 14.984.041,66 per bulan dan tahun 2020 sebesar Rp Rp 16.903.041,66 per bulan. *Cash flow* tahun 2018 sebesar Rp 127.148.437,5 , tahun 2019 sebesar Rp 158.648.437,55 , dan tahun 2020 sebesar Rp 193.298.473,5 . Untuk perhitungan NPV pada tahun 2018 smapai dengan tahun 2020 adalah sebesar Rp 84.133.164,34 dengan *discount rate* 20%. Dengan diketahuinya hasil NPV maka dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan layak untuk dijalankan karena NPV > 0. *Payback period* perusahaan selama 33 bulan. Hal tersebut membuat perusahaan layak dijalankan karena pada umumnya usaha Toko Tri Jaya mencapai *payback period* sekitar dan penghitungan *profitability index* adalah sebesar 33. Hal tersebut membuat perusahaan layak untuk dijalankan karena $PI > 1,24$.