

**PENGEMBANGAN BISNIS
UNSTOPPABLE CAR AUDIO**

TUGAS AKHIR



ARIEF NUR RACHMAN

11110077

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2017

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Arief Nur Rachman

NIM : 1111001077

Tanda Tangan :



Tanggal : 16 Agustus 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Arief Nur Rachman
NIM : 1111001077
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS)
Judul Skripsi : Pengembangan Bisnis Unstoppable Car Audio

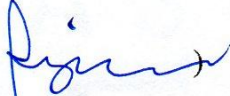
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Suwandi.,SE.,M.SI

()

Penguji 1 : Aurino RA Djamaris.,MM.,Ir

()

Penguji 2 : Ananda Fortunisa, SE, M.SI

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 8 September 2017

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arief Nur Rachman
NIM : 1111001077
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Rencana Bisnis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengembangan Bisnis Unstoppable Car Audio

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 23 Agustus 2017

Yang menyatakan



Arief Nur Rachman

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR	1
PROGRAM STUDI MANAJEMEN	1
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	1
BAB I PENDAHULUAN	4
1.1 Latar Belakang	4
1.2 Tujuan	5
1.3 Manfaat dan kegunaan	5
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN DAN PRODUK	7
2.1 Profil Perusahaan	7
2.2 Uraian Industri, Persaingan, dan Peluang	8
2.2.1 Analisis Industri	9
2.2.2 Analisis persaingan	9
2.2.3 Analisis Peluang	11
2.3 Uraian Produk	14
2.4 Ruang Lingkup Bisnis	15
2.5 Rencana Pengembangan Bisnis	16
BAB III METODE PERENCANAAN BISNIS	17
3.1 Proses Evaluasi dan Pengembangan Bisnis	17
3.2 Pengumpulan Data	18
3.3 Analisis Bisnis	19
3.3.1 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal	19
3.4 Implementasi Rencana Bisnis	20
BAB IV ANALISIS DATA	22
4.1 Analisis Bisnis	Error! Bookmark not defined.
4.2 Analisis SWOT dan Bussines Model Canvas	22
4.3 Analisis Sumber Daya Manusia	25
4.3.1 Struktur Organisasi	26
4.3.2 Deskripsi dan Tanggung Jawab Pekerjaan	26
4.4 Analisis Kompetitor	27

4.5	Blue Ocean Strategy Canvas (BOSC)	29
4.6	Analisis Produk atau jasa	31
4.7	Analisis Keuangan	35
4.7.1	Modal Awal	35
4.7.2	Analisis Laporan Laba Rugi	35
4.7.3	Analisis Balance Sheet	36
4.7.4	Analisis Statement of Cash Flows	43
BAB V RENCANA BISNIS		40
5.1	Rencana Pengembangan Bisnis	40
5.2	Produk dan Pengembangan	40
5.3	Kompetitor	41
5.4	Pengembangan Operasional	42
5.4.1	Rencana Pemasok	42
5.4.2	Rencana Proses Operasional	42
5.5	Pengembangan Pemasaran	44
5.6	Pengembangan Manajemen dan Sumber Daya Manusia	45
5.6.1	Sumber Daya Manusia	45
5.6.2	Rencana Struktur Organisasi	462
5.6.3	Job Description	46
5.7	Risiko	47
5.7.1	Risiko Operasional (tingkat risiko: tinggi)	47
5.7.2	Risiko Keuangan (tingkat risiko: rendah)	47
5.7.3	Risiko Pasar (tingkat risiko: sedang)	54
5.8	Keuangan	48
5.8.1	Modal	55
5.8.2	Pendanaan	55
5.8.3	Laporan Laba Rugi	55
5.8.4	Comparative Balance Sheet	56
5.8.5	Statement of Cash Flows	58
5.9	Kelayakan Bisnis	58
5.9.1	Payback Period	58
5.9.2	Break Even Point	52
5.9.3	Net Present Value & IRR	53
5.10	Penutup	54

DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	56
Gambar 2.1 Situasi Bengkel Unstoppable Car Audio.....	8
Gambar 2.3 Uraian produk Unstoppable Car Audio.....	15
Gambar 5.1 Proses Operasional Produksi.....	48.
Gambar 5.1 Proses Operasional Pemesanan.....	5.2

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi Indonesia di awal tahun 2017 diproyeksikan akan bertumbuh mencapai 5,3% dari tahun 2016 (Badan Pusat Statistik, 2016). Hal ini juga didukung oleh pernyataan Bank Dunia pada publikasi “*Global Economic Prospect*” pada tanggal 10 Januari 2017. Pada tahun 2016 Indonesia mengalami pertumbuhan di angka 5,08% dengan nilai PDB (Produk Domestik Bruto) ADHK (Atas Dasar Harga Konstan) 2.385,6 triliun dan PDB ADHB (Atas Dasar Harga Berlaku) 3.194,8 triliun rupiah.

Salah satu yang berdampak mengalami peningkatan akibat pertumbuhan ekonomi adalah industri otomotif. Kementerian Perindustrian telah melaporkan bahwa pada tahun 2017 industri otomotif khususnya mobil di Indonesia akan mengalami peningkatan 9% melalui perhitungan optimis mereka. Angka ini mengalami kenaikan yang cukup signifikan dibanding 2016 yang hanya di kisaran 7,5-8 persen. Saat ini industri otomotif merupakan salah satu sektor yang teratas dalam berkontribusi pada jumlah PDB Indonesia (kemenprin.go.id).

Pada tahun 2017 pertumbuhan industri otomotif khususnya mobil diprediksi akan meningkat ditandai dengan banyaknya pelaku bisnis yang akan mengeluarkan produk baru pada acara GIIAS 2017 (GAIKINDO News, 2016), serta permintaan konsumen di Indonesia yang terus bertambah. Melihat pertumbuhan industri ini memiliki tren positif, banyak pelaku bisnis yang mulai terjun kedalam bisnis otomotif seperti bengkel, toko *spare part*, toko audio ataupun dealer kendaraan.

Beberapa faktor penting yang mempengaruhi bisnis otomotif adalah perekonomian, kredibilitas dan eksternal lainnya. Faktor perekonomian sangat berpengaruh terhadap industri otomotif karena faktor ini akan langsung mempengaruhi daya beli konsumen terhadap kendaraan atau aksesoris, maka industri otomotif sangat bergantung pada tingkat pertumbuhan ekonomi negara. Kredibilitas dari tempat atau usaha yang menawarkan produk juga menjadi salah

satu faktor, karena konsumen yang ingin membeli kendaraan akan lebih memilih untuk membeli produk pada dealer resmi daripada dari dealer pihak ketiga dengan alasan keamanan dan pertimbangan lainnya (Indrayani, Suwendra, & Yulianthini, 2015). Atau kredibilitas juga dapat dilihat dari cara iklan ataupun pengalaman tempat usaha dalam hal ini penting bagi penjual *spare part* dan aksesoris kendaraan. Hal ini bisa dijaga dengan selalu memberikan pelayanan terbaik sehingga terbangun loyalitas pelanggan dan dengan sendirinya mereka akan mempromosikan tempat usaha tersebut pada orang lain. Faktor terakhir yang mempengaruhi bisnis ini adalah eksternal, yaitu kepercayaan pelanggan, ketersediaan barang, keragaman barang yang ditawarkan, dan cara memasarkan tempat usaha (Indayani, Kirya, & Yulianthini, 2014).

Semakin banyaknya usaha di bidang yang sama akan menimbulkan persaingan antara pelaku bisnis. Setiap pelaku bisnis dituntut untuk terus mengembangkan usahanya dalam menghadapi persaingan ini. Mereka harus memiliki strategi – strategi khusus dalam memenangkan persaingan pasar.

Pengembangan yang diinginkan oleh Unstoppable Car Audio adalah menjadi distributor produk audio import di Indonesia, terutama kota besar seperti Bandung, Surabaya, Medan, dan Yogyakarta. Dengan begitu Unstoppable Car Audio dapat mencakup target geografi yang lebih luas dari sebelumnya dan meningkatkan keuntungan usaha, serta bersaing dengan tempat usaha serupa yang lain.

1.2 Tujuan

Tujuan dari penulisan perencanaan bisnis Unstoppable Car Audio ini adalah :

1. Sebagai perencanaan bisnis pengembangan Unstoppable Car Audio

1.3 Manfaat dan kegunaan

Diharapkan *business plan* ini dapat dimanfaatkan dan digunakan bagi yang memiliki kepentingan. Adapun mafaat dan kegunaan dari penulisan pengembangan bisnis ini, yakni:

1. Untuk penulis, sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) di Universitas Bakrie, serta pengaplikasian rencana bisnis ke dalam kehidupan nyata.
2. Untuk Unstoppable Car Audio, perencanaan bisnis dapat digunakan sebagai model rencana bisnis yang dapat di aplikasikan dalam bisnis yang sedang berjalan.
3. Sebagai referensi dalam tema perencanaan bisnis.

BAB II

DESKRIPSI PERUSAHAAN DAN PRODUK

2.1 Profil Perusahaan

Bengkel mobil **Unstoppable Car Audio** didirikan pada tanggal 11 Maret 2011, berlokasi di Jalan Raya Wibawa Mukti no 36c Jatiasih-Bekasi, oleh kakak beradik yaitu Arinal Haqqa dan Arief Nur Rachman, berawal dari kecintaan dan hobi kepada dunia otomotif semenjak kecil dan dukungan orang tua serta rekan-rekan para pendiri sepakat untuk membuka bengkel aksesoris dan Audio mobil, dengan seiring perjalanan waktu dan melihat permintaan konsumen, kami mulai fokus dengan pengerjaan Audio dan mulai mengurangi persediaan aksesoris, serta dengan kecintaan kami di bidang musik dan otomotif membuat kami lebih fokus kepada pengerjaan audio, merupakan kepuasan bagi kami pada saat konsumen menyukai hasil pekerjaan kami. karena dengan *sound system* yang baik di harapkan dapat menciptakan suasana yang nyaman pada saat berkendara.

Unstoppable Car Audio beroperasi pada hari senin hingga minggu dengan jam operasional dari pukul 10.00 – 19.00 pada hari kerja dan pukul 09.00 – 18.00 pada akhir pekan. Target utama Unstoppable Car Audio adalah dari berbagai kalangan yang merupakan penggemar otomotif dalam hal ini mobil yang ingin menambahkan aksesoris atau Audio mobil. Unstoppable Car Audio berada di daerah Bekasi dan memiliki tempat yang rapih dan nyaman bagi mereka yang ingin menunggu mobilnya saat sedang dalam pengerjaan.

Unstoppable Car Audio tidak hanya menawarkan produk audio dari dalam negeri atau yang sudah ada di dalam negeri saat ini. Unstoppable Car Audio menawarkan kelebihan yang dapat dimiliki oleh pelanggannya, yaitu pelanggan dapat memesan barang atau aksesoris yang berada di luar negeri, dan Unstoppable Car Audio akan mencari pesanan tersebut ke luar negeri dengan waktu dan harga yang telah disepakati sebelumnya. Hal ini juga memungkinkan untuk mewujudkan keinginan pelanggan yang ingin memiliki audio import.



Gambar 2.1 Situasi Bengkel Unstoppable Car Audio

Untuk meyakinkan pelanggan Unstoppable Car Audio juga telah memiliki beberapa prestasi yang membanggakan. Pada awal bulan febuari 2012 kami mulai mengikuti kontes modifikasi mobil, adapun beberapa prestasi yang pernah kami raih hingga saati ini adalah:

1. Juara 3 SQ 15 million open, Event by Modifplus Magazine, Febuari 2012.
2. Juara 1 SQL 15million open, Event by Venom Audio, September 2012.
3. Juara 1 SQL 30million Open, Event by Venom Audio, Maret 2013.
4. Juara 2 SQ FFA class, Event by Pioneer, November 2013.
5. Juara 2 SQ 60million class, Event by Modifplus Magazine, Maret 2014.
6. Juara 1 SQ 30million Class, Event by Modifplus Magazine, Maret 2015.
7. Juara 1 SQL 60million Class, Event by Authentic Class Mild, Agusutus 2016.

Dengan kreatifitas serta montir yang berpengalaman adalah modal utama kami untuk memberikan hasil yang terbaik sesuai yang di harapkan oleh konsumen.

Menurut Unstoppable Car Audio hal yang perlu dilakukan untuk memajukan usaha Unstoppable Car Audio adalah dengan bekerjasama dengan komunitas-komunitas otomotif yang ada serta tetap menjaga kepuasan pelanggan,

dengan menjaga kepuasan pelanggan hal tersebut dapat mengurangi bila hal ini tidak dijaga bukan hanya pemilik mobil saja yang komplain, tapi pihak komunitas juga berhak melakukan teguran kepada pihak bengkel. Bila teguran ini sering terjadi, bisa saja pihak komunitas melakukan pemutusan hubungan kerja. Apabila ini terjadi, otomatis bengkel akan kehilangan relasi.

Untuk menjaga kepuasan pelanggan Unstoppable Car Audio memiliki Standarisasi pelayanan sebagai berikut:

1. Selalu tepat waktu dalam perbaikan kendaraan
2. Hasil kerja sesuai aslinya
3. Pelayanan antar jemput kendaraan
4. Ramah dalam melayani
5. Bergaransi 60 hari

Untuk mewujudkan itu semua perlu adanya *Standard Operation Procedure (SOP)* yang kami terapkan kepada seluruh lapisan dari team, tidak hanya itu saja, kami juga menjalankan *Service Level Agreement (SLA)* kepada para pelanggan kami sebagai tolak ukur.

2.2 Uraian Industri, Persaingan, dan Peluang

2.2.1 Analisis Industri

Pertumbuhan ekonomi suatu negara yang selalu berkembang akan meningkatkan konsumsi dari produk otomotif terutama mobil. Pemenuhan kebutuhan tersier tersebut akan terus berdampingan dengan pertumbuhan ekonomi dan jumlah penduduk suatu negara. Perkembangan penduduk Indonesia setiap tahunannya dan tingkat konsumsi dalam negeri yang terbilang cukup tinggi. Hal tersebut tentu berpengaruh terhadap meningkatnya kebutuhan akan kendaraan di Indonesia setiap tahunnya dan industri otomotif di Indonesia, karena banyak pasangan baru yang ingin memiliki mobil atau banyak orang yang telah menganggap bahwa mobil adalah kebutuhan sekunder.

Industri otomotif di Indonesia sebagian masih didominasi oleh industri besar sementara industri menengah kebawah mendominasi dengan menjual aksesoris tambahan. Hal ini dibuktikan dengan penjualan mobil masih dengan merk Toyota dan Honda, serta UKM dan UMKM hanya bisa menjual aksesoris tambahan ataupun audio. Selain itu, industri otomotif adalah industri yang secara nasional yang merupakan penyumbang PDB yang besar kepada Indonesia dan menurut Indonesia Investments industri otomotif khususnya mobil selalu mengalami peningkatan pada 1 dekade terakhir.

Melihat prospek ekonomi dan industri otomotif yang sangat baik menurut ketua GAIKINDO (Asosiasi kendaraan bermotor di Indonesia) (2017) dalam rangka menyambut acara GIIAS (GAIKINDO Indonesia International Auto Show) pada Agustus 2017 mendatang, bahwa sejak beberapa tahun lalu perkembangan bisnis di bidang otomotif dan khususnya mobil terus mengalami pertumbuhan yang positif. Untuk tahun 2017, diharapkan omzet industri mobil akan tumbuh 9 persen atau lebih besar dari pertumbuhan tahun 2016 lalu yang mencapai 7,5 – 8 persen (Kementerian Perindustrian). Pertumbuhan tersebut didorong oleh realisasi beberapa investasi baru, kenaikan daya beli masyarakat sering pertumbuhan ekonomi nasional beserta pertumbuhan jumlah penduduk dengan rata – rata pertumbuhan 1,49 persen per tahun dalam 10 tahun terakhir menurut data BPS.

Bisnis aksesoris dan audio mobil di Indonesia kini ramai di datangi pengusaha baik yang baru memulai usaha maupun yang sudah berpengalaman dibidang ini. Data dari Kemenperin bahwa ada sekitar 4.500 *part Shop* di kota-kota besar di Indonesia pada 2017, menunjukkan bahwa sektor perdagangan aksesoris dan *spare parts* mengalami pertumbuhan yang mendukung pembangunan di Indonesia secara keseluruhan.

Bengkel yang menawarkan aksesoris dan Car Audio tidak lagi hanya didominasi oleh merek – merek besar seperti Cartens® Autosound And Installation, Mega Audio, dan Innovation Car Audio. Kini sudah mulai bermunculan merk – merk dagang baru yang tumbuh pesat di JABODETABEK yang tersebar di berbagai daerah, sebagai contoh seperti Audioworkshop,

Markas Audio, ataupun bengkel tempat servis yang menawarkan audio mobil dan aksesoris yang dengan bangga memperkenalkan dirinya. Berbagai merk dagang tersebut muncul dengan mengikuti *trend* modern mobil dengan audio tambahan yang memuaskan telinga pengendara.

Berlokasi di kawasan Jati Asih, Bekasi merupakan keunggulan dan kekurangan, dimana pelanggan dapat menunggu kendaraan mereka. Untuk izin lokasi ini dimiliki sendiri oleh owner. Pihak owner memang sengaja membeli lahan di daerah tersebut untuk membuka bisnis, karena harga yang terjangkau. Dalam pengelolaan bisnis penyediaan tempat untuk usaha ini, karena milik sendiri maka lebih leluasa untuk merenovasi dan mengelolanya. Peraturan pun dibuat sendiri oleh owner dan persetujuan oleh para pegawai atau montir di bengkel.

2.2.2 Analisis persaingan

Adanya pesaing yang masuk kedalam industri otomotif khususnya aksesoris dan audio mobil dengan merk dagang baru yang siap untuk mengambil dan memperebutkan pelanggan dari Unstoppable Car Audio atau pun merk dagang yang sudah memiliki nama dan pelanggan tetap karena sudah teruji akan kualitasnya yang siap mengambil pangsa pasar dari Unstoppable Car Audio, merupakan hambatan tersendiri bagi Unstoppable Car Audio dalam rangka menambah pendapatan dan menguasai pasar dengan cara terus menambah dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Untuk itu, Unstoppable Car Audio akan membagi kualifikasi pesaing menjadi dua kelompok, yaitu pesaing dalam satu kawasan dan pesaing dengan produk sejenis.

1. Pesaing dalam satu kawasan

a. Baz Auto Fokus

Baz Auto Focus adalah bengkel audio mobil yang cukup terkenal di wilayah Bekasi. Hal ini juga didukung dengan lokasinya yang berada dipinggir jalan besar yaitu di Jl. Raya Pekayon yang mudah dijangkau dari pintu tol Bekasi Barat atau lebih dekat apabila dari

Jakarta. Baz Auto Focus juga sudah memiliki beberapa prestasi walaupun masih dibawah Unstoppable Car Audio bila dibandingkan dari segi prestasi. Dari segi harga Baz Auto Focus masih cukup kompetitif.

b. Raja Audio Mobil

Raja Audio Mobil berdiri tahun 2008 seiring perkembangan internet dan dunia otomotif yang pesat di Indonesia, menyediakan berbagai jenis perlengkapan Audio mobil, Head Unit, tv mobil, paket audio mobil, Kamera Parkir, Accessories Audio mobil, dll sekaligus Instalasinya dengan berbagai merk dan tipe audio mobil atau tv mobil. Raja Audio Mobil berlokasi di kawasan Harapan Indah, Bekasi Barat. Harga yang ditawarkan masih terbilang kompetitif, namun tidak menawarkan jasa pesan dari luar negeri.

c. Duta Car Audio

Duta Motor Audioworks / DM Audioworks di mulai tahun 2004 berlokasi di Raya Jatikramat 279, Bekasi. Dengan frontman 2 saudara, Doni & Candy yang memiliki Hobby dan Passion yang sama dan kuat di dunia car audio. Dengan kesamaan tersebut, di tahun 2008 mengikuti berbagai kompetisi car audio yang berskala nasional hingga saat ini. Di tahun 2012, kami membuka DM Audioworks 2 di Raya Pekayon 25 (Sebelah restoran Bebek Haji Selamat). Dan pada tahun 2015, kami membuka DM Audioworks 3 di AXC Summarecon blok VG 25&26, Bekasi. Keunggulan Duta Car Audio adalah memiliki banyak cabang dan menyediakan pembelian online melalui situs resmi mereka. Dari segi harga masih bisa dibilang cukup kompetitif bila dibandingkan dengan Unstoppable Car Audio.

Walau harga yang ditawarkan oleh pesaing masih kompetitif, namun perbedaan penawaran dengan sistem pesan produk luar negeri dapat menjadi peluang bagi Unstoppable Car Audio. Hal tersebut menjadi

salah satu kekuatan yang dimiliki oleh Unstoppable Car Audio sehingga dapat bersaing dengan usaha lain, dikarenakan pasar utama mereka adalah orang-orang yang tidak ingin repot atau skala lebih ke masyarakat umum.

2. Pesaing dengan usaha sejenis

Pesaing dengan usaha sejenis adalah para pelaku usaha yang juga mendirikan bengkel dengan produk utama adalah aksesoris dan car audio. Unstoppable Car Audio pun didirikan karena melihat bisnis ini sangat menguntungkan dan memiliki pasar yang khusus dengan segmentasi yang beragam. Unstoppable Car Audio juga memiliki keunggulan dari penawaran produk yang lebih beragam.

a. Cartens Autosound and Installations

Cartens Autosound and Installations telah berdiri sejak tahun 2002 yang berlokasi cukup strategis untuk pelanggan di kawasan Jakarta, yaitu di Pusat Niaga Duta Mas Fatmawati. Cartens Autosound and Installations telah memiliki nama yang cukup terkenal, serta telah mengikuti beberapa event besar seperti Indonesia Motor Show 2014 dan telah memiliki showroom yang baik. Cartens Autosound and Installations juga telah memegang beberapa penghargaan yang semakin menjamin kepercayaan dari pelanggan diantaranya Best Retail Shop 2008, Best Retail Shop 2014, Best Dealer 2015, dll. Untuk masalah harga masih kompetitif, namun sulit untuk bersaing dengan Cartens Autosound and Installations, karena sudah memiliki nama yang cukup kuat di pasar Jakarta.

b. Innovation Car Audio

Berlokasi di kawasan Jakarta Barat, tepatnya Daan Mogot dan telah berdiri sejak tahun 2000. Innovation Car Audio memiliki keunggulan dengan showroom yang sangat luas dan memadai (60 M²) dan pernah juara 1 pada kontes audio mobil “Sound Quality”

pada tahun 2005, sehingga semakin dikenal oleh pecinta mobil. Hal tersebut membuat Innovation Car Audio memiliki positioning yang kuat dalam industri audio mobil di kawasan Jakarta. Harga masih terbilang sesuai dengan harga pasar atau kompetitif, namun orang akan lebih memilih Innovation Car Audio, karena alasan lebih terkenal ataupun karena tampilan showroom yang sangat megah sehingga seakan-akan menjanjikan kualitas yang sangat baik.

Melihat pesaing sejenis yang telah buka lebih dulu, Unstoppable Car Audio memiliki keunggulan dalam diversifikasi produk yang lebih beragam dan belum banyak Car Audio besar yang buka di daerah Bekasi. Dengan keunggulan tersebut Unstoppable Car Audio bisa mempunyai peluang yang sangat baik untuk bersaing.

2.2.3 Analisis Peluang

Melihat gaya hidup masyarakat perkotaan yang cukup modern dan kondisi ekonomi kini yang terus berkembang, membuat penulis merasa peluang bagi Unstoppable Car Audio untuk terus berkembang tetap terbuka. Berdasarkan analisis industri dan analisis persaingan yang dilakukan, penulis dapat mengidentifikasi suatu peluang untuk melakukan *cost leadership* dan diferensiasi produk untuk lebih menyesuaikan target yang dituju. Adapun analisis yang dilakukan dengan melakukan wawancara tidak terstruktur kepada beberapa orang yang merupakan konsumen produk otomotif, khususnya *sound system* untuk mobil, lalu penulis juga melakukan analisis dengan mengumpulkan informasi mengenai harga yang ditawarkan oleh pesaing, serta melakukan survey hal apa yang belum atau masih jarang dilakukan oleh pesaing dengan cara penulis terjun langsung ke lapangan walaupun banyak kendala dan rintangan yang menghambat, tidak membuat penulis pesimis akan perkembangan usaha dari Unstoppable Car Audio.

Unstoppable Car Audio kini sedang mengembangkan cakupan wilayah dengan menawarkan pemasangan di lokasi yang diinginkan pelanggan daerah JADETABEK untuk melebarkan sayapnya untuk

jangka panjang, saat ini juga Unstoppable Car Audio sedang mencari dan merekrut sejumlah montir yang dilatih agar memiliki kualitas yang baik sehingga bisa merealisasikan rencana ini. Unstoppable Car Audio juga ingin bekerjasama dengan beberapa bengkel audio di daerah lain di Indonesia untuk menjadi supplier mereka, hal ini dimodalkan oleh relasi yang dimiliki oleh pemilik. Setelah mendapat dua pekerja tambahan Unstoppable Car Audio sudah memulai untuk melakukan pemasangan di lokasi yang diinginkan pelanggan. Sebelum banyaknya pesaing bengkel audio sejenis yang melakukan hal ini membuat penulis yakin dengan peluang bisnis Unstoppable Car Audio ini.

2.3 Uraian Produk

Produk yang ditawarkan oleh Unstoppable Car Audio cukup beragam. Namun secara garis besar menyediakan aksesoris tambahan untuk mobil dan audio mobil saja, tetapi dengan harga yang berbeda setiap jenis dan merknya. Tapi dengan konsep yang baru Unstoppable Car Audio akan menyesuaikan harga sesuai dengan targetnya.



Gambar 2.3 Uraian produk Unstoppable Car Audio

2.4 Ruang Lingkup Bisnis

Dalam mengembangkan usahanya, Unstoppable Car Audio menerapkan strategi *cost leadership* dan memperluas jangkuan bisnis. *Cost Leadership* adalah strategi dimana perusahaan mencoba untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dengan menekan total biaya operasional rata-rata menjadi lebih rendah dibandingkan dengan total biaya operasional rata-rata yang dimiliki pesaing (Barney dan Hesterley, 2010). Strategi ini dijalankan Unstoppable Car Audio dengan cara:

1. Menekan biaya operasional agar lebih efisien
2. Menjalin kerjasama yang lebih baik dengan *supplier* agar mendapatkan harga yang lebih rendah
3. Menjadi distributor produk audio import di Indonesia

2.5 Rencana Pengembangan Bisnis

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan pendapatan, Unstoppable Car Audio berencana melakukan inovasi terhadap *supply* penjualan. Inovasi yang dilakukan bertujuan untuk menjangkau lebih banyak lagi konsumen termasuk di luar Jakarta dan Bekasi, serta mendapatkan konsumen baru dari pasar yang berbeda. Yaitu dengan menjadi distributor produk-produk audio import di Indonesia, terutama di kota-kota besar seperti Bandung, Surabaya, Medan, dan Yogyakarta.

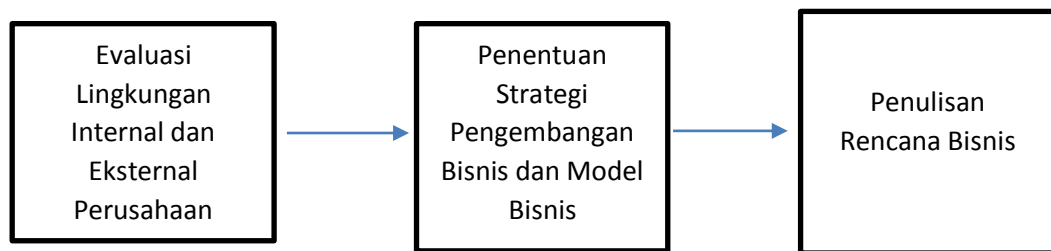
Rencana pengembangan bisnis ini dilakukan dengan luasnya koneksi pemilik usaha dengan beberapa toko audio di beberapa kota di Indonesia dan juga melibatkan penggunaan teknologi dalam pemasaran untuk memperkenalkan usaha kepada masyarakat luas. Teknologi yang digunakan seperti internet (Website), media sosial (Instagram, Facebook, Twitter, dan lain-lain), dan email. Rencana pengembangan dilakukan dengan mengandalkan dana yang didapat dari usaha Unstoppable Car Audio dan dana pribadi pemilik usaha.

BAB III

METODE PERENCANAAN BISNIS

3.1 Proses Evaluasi dan Pengembangan Bisnis

Perencanaan adalah suatu tindakan pemilihan yang terbaik atau menguntungkan dari berbagai alternatif dalam usaha pencapaian tujuan yang sifatnya berkesinambungan. Berikut adalah tahap-tahap yang akan dilakukan dalam proses penyusunan rencana bisnis pengembangan Unstoppable Car Audio dan studi lihat Gambar 3.1



Gambar 3.1 Proses penyusunan rencana bisnis

Sumber: Bruce R. Barringer & R. Duane Ireland. 2006. “Entrepreneurship” (Diolah)

- Evaluasi Lingkungan Internal dan Eksternal Perusahaan

Dalam melakukan evaluasi terhadap lingkungan internal bisnis yang telah berjalan, penulis menggunakan SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) Analysis. Sedangkan untuk melakukan evaluasi eksternal digunakan Porter’s Five Forces.

- Penentuan Strategi Pengembangan Bisnis dan Penentuan Model Bisnis

Business Model Canvas (BMC) digunakan untuk mempermudah penentuan strategi pengembangan bisnis dan model bisnis dalam penulisan rencana bisnis. Serta menggunakan Blue Ocean Strategy Canvas (BOSC) untuk mendapatkan nilai inovasi dalam pengembangan bisnis yang dilakukan.

- Penulisan Rencana Bisnis

Dalam penulisan rencana bisnis, kerangka penulisan terbagi menjadi Rencana Pemasaran, Rencana Organisasi dan Manajemen, Rencana Operasional, Rencana Pengembangan Produk, dan Proyeksi Keuangan Lima Tahun.

3.2 Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data merupakan proses penelitian yang penting, karena dengan adanya data yang tepat maka penulis dapat melakukan penelitian terkait rumusan masalah. Yang akan membantu mempermudah pemahaman mengenai situasi bisnis saat ini dan penyusunan strategi pengembangan bisnis dalam jangka pendek dan jangka panjang. Teknik pengumpulan data (*Random Sampling* atau mengambil sampel secara acak) dan informasi bersumber dari data yang terbagi menjadi dua, yakni data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus (dilakukan kepada orang-orang dari berbagai latar belakang yang digunakan untuk memprediksi respon terhadap suatu produk atau jasa), panel (sekelompok orang yang dipilih, untuk mewakili populasi, yang kebiasaan pembeliannya dipantau oleh sebuah organisasi, untuk memberikan umpan balik tentang produk dan jasa yang digunakan), atau pun dari hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli tanpa melalui media perantara. Data primer dapat berupa opini subjek dari seseorang atau kelompok, kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian.

Penulis melakukan pengumpulan data primer melalui beberapa pelanggan dan pengunjung pameran mobil yang berkunjung ke booth audio mobil, serta tiga bengkel yang berada di daerah JADETABEK (JAKarta, DEpok, TAngerang, BEKasi) sebagai target pasar bagi Unstoppable Car Audio nantinya. Selain itu penulis juga mencari informasi dengan cara menjadi *ghost shopper* yaitu dengan berkunjung ke dua bengkel audio yang berlokasi di daerah Jakarta dan Bekasi.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan peneliti yang berasal dari sumber yang telah ada. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, laporan keuangan, dan lain – lain. Instrumen yang digunakan oleh penulis untuk mendapatkan data sekunder adalah sebagai berikut:

- a. Data statistik : Berupa data yang dipublikasikan oleh pemerintah kepada publik
- b. Data Literatur : Berupa buku, *e-book*, dan jurnal
- c. Sumber Kualitatif : Berupa surat kabar, artikel, dan penelitian sebelumnya

3.3 Analisis Bisnis

3.3.1 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

Analisis Lingkungan industri dilakukan dengan menggunakan pendekatan SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats) dan pemetaan Business Model Canvas (BMC). dan analisis lingkungan eksternal dilakukan dengan menggunakan Porter's Five Forces.

3.3.1.1 SWOT Analisis

Analisis SWOT memiliki tujuan utama untuk mengidentifikasi strategi-strategi untuk memanfaatkan peluang eksternal dan internal, mengantisipasi ancaman-ancaman, membangun dan melindungi kekuatan, serta menghapus kelemahan perusahaan (Hill & Jones, 2014). Dengan mengidentifikasin keempat faktor dalam perusahaan. Yaitu Strength (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunity (Peluang), dan Threats (Ancaman).

3.3.1.2 Porter's Five Forces

Porter's Five Forces analysis merupakan suatu kerangka kerja untuk analisis industri dan pengembangan strategi bisnis yang

dikembangkan oleh Michael Porter, seorang professor dari Harvard Business School pada tahun 1979. Menurut Porter, ada lima kekuatan yang menentukan suatu intensitas persaingan dalam suatu industri, yaitu:

1. Ancaman produk pengganti (*Threat of a substitute product*)
2. Ancaman pendatang baru (*Threat of the entry of new competitors*)
3. Daya tawar konsumen (*Bargaining power of customers*)
4. Daya tawar pemasok (*Bargaining power of suppliers*)
5. Ancaman Pesaing (*Intensity of competitive rivalry*)

3.4 Implementasi Rencana Bisnis

Dalam pengimplemantasian rencana bisnis, penulis akan membagi rencana-rencana yang ada menjadi kerangka seperti berikut:

- Rencana Pemasaran
Rencana pemasaran fokus dengan bagaimana perusahaan memasarkan dan menjual produk atau jasa mereka. Sesuai dengan tujuan pemasaran yang dirampungkan dalam suatu strategi pemasaran.
- Rencana Organisasi dan Manajemen
Merupakan faktor yang krusial. Para investor dan orang yang membaca rencana bisnis pasti ingin mengetahui siapa orang dibalik suatu bisnis dan bagaimana struktur oraganisasi dari perusahaan tersebut.
- Rencana Operasional
Rencana Operasional menjelaskan bagaimana bisnis akan berjalan nantinya dan bagaimana produk atau jasa yang tersebut diproduksi dan disajikan kepada para konsumen.
- Rencana Pengembangan Produk
Jika perusahaan melakukan pengembangan produk atau jasa. Penting bagi perusahaan untuk menyisipkan suatu bagian di rencana bisnis yang fokus terhadap pengembangna produk atau jasa tersebut agar terlihat jelas usaha yang optimal untuk produk atau jasa baru tersebut. Memberikan gambaran atau bahan sebuah *prototype* harus dilakukan secara hati-hati

agar orang yang membaca dapat memahami betul seperti apa pengembangan produk atau jasa yang akan dilakukan.

- Proyeksi Keuangan Lima Tahun

Bagian terakhir dalam penyampaian rencana bisnis adalah proyeksi keuangan dari perusahaan. Hal pertama yang akan diperlihatkan adalah seberapa besar perusahaan membutuhkan dana untuk merealisasikan rencana bisnis serta darimana sumber dana tersebut. Kemudian *pro forma financial statements* yang menjelaskan proyeksi keuangan perusahaan beberapa tahun kedepan.

BAB IV

ANALISIS DATA

4.1 Analisis SWOT

Untuk melakukan analisis lingkungan internal dalam bisnis yang sedang dijalankan, digunakan digunakan teori analisis SWOT. Analisis SWOT memfokuskan perhatian pada kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threats*) yang merupakan hal yang kritis bagi keberhasilan perusahaan. Oleh karena itu, perlu adanya identifikasi terhadap peluang dan ancaman yang potensial untuk muncul serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan terhadap lingkungan usaha dan potensial sumber daya perusahaan dalam menerapkan sasaran dan merumuskan strategi perusahaan yang realistis. Berikut analisis SWOT dari Unstoppable Car Audio:

Tabel 4.1 Analisis SWOT Unstoppable Car Audio

Strengths	Opportunities
<ol style="list-style-type: none">1. Menjual produk dengan harga jual yang terjangkau bagi konsumen2. Menyediakan kualitas yang terjamin3. Pemasok produk audio import4. Termasuk pemain lama yang sudah banyak mendapat prestasi	<ol style="list-style-type: none">1. Meningkatnya permintaan pasar2. Meningkatnya industri otomotif dan orang yang mau menambahkan audio dan aksesoris untuk mobil mereka3. Tenaga ahli yang handal dalam mengerjakan proyek
Weakness	Threats
<ol style="list-style-type: none">2. Lokasi jauh dari ibukota3. Tenaga kerja terbatas	<ol style="list-style-type: none">1. Persaingan yang semakin ketat2. Munculnya usaha/bisnis baru sejenis di Indonesia3. Konsumen kini membutuhkan produk yang semakin bervariasi

Customer Aspect

- *Customer Segment*

Merupakan target konsumen yang akan dilayani. Perusahaan dapat menetapkan untuk melayani satu segmen atau lebih. Penetapan segmen ini akan mempengaruhi komponen lain dalam suatu model bisnis. Dalam pengembangan bisnis ini, *Customer Segment* untuk Unstoppable Car Audio akan dibagi berdasarkan demografis dan psikografis.

- Demografis: segmentasi konsumen Unstoppable Car Audio tidak terbatas oleh jenis kelamin, berusia 18-65 tahun, dan target utama yang dituju adalah anggota komunitas mobil.
- Psikografis: konsumen Unstoppable Car Audio adalah orang-orang yang mau menambahkan audio dan aksesoris di mobil mereka.

- *Channels*

Merupakan sarana bagi organisasi/perusahaan untuk menyampaikan nilai proposisi kepada *customer segment* yang dilayani. *Channels* berfungsi untuk dalam beberapa tahapan, mulai dari kesadaran konsumen hingga ke pelayanan purna jual. Dua elemen lain yang harus diperhitungkan secara cermat dalam membuat model *channel* adalah *value proposition* dan *Customer segment*. Sarana yang digunakan Unstoppable Car Audio beberapa waktu kebelakang adalah dengan bengkel yang berlokasi di Bekasi. Untuk pengembangannya, Unstoppable Car Audio akan menggunakan teknologi komunikasi, *Website*, sosial media, dan *word of mouth* positif dari konsumen yang akan menjadi referensi bagi konsumen lain.

- *Customer relationship*

Merupakan cara organisasi/perusahaan menjalin ikatan dengan pelanggannya agar tetap terjalin hubungan diantaranya yang akan dapat menghasilkan hubungan timbal balik yang menguntungkan. Pendekatan

secara langsung selama ini dipraktekan oleh Unstoppable Car Audio untuk terus menjaga kepuasan konsumen. Untuk selanjutnya, akan dibuat *customer service* untuk pengaduan dan saran yang bertujuan menjaga kepuasan konsumen agar terus datang ke Unstoppable Car Audio.

Finance

- *Cost Structure*

Merupakan komposisi biaya untuk mengoperasikan organisasi/perusahaan mewujudkan proposisi nilai yang diberikan kepada pelanggan. *Cost structure* yang efisien menjadi kunci besarnya laba yang diperoleh organisasi/perusahaan. Biaya-biaya yang mempengaruhi bisnis ini diantaranya biaya gaji staff, listrik, telepon, internet. Seperti pada tabel 4.2

Tabel 4.2 Cost Structure Unstoppable Car Audio Tahun 2011

Komponen Biaya	Satu Bulan	Jumlah Satu Tahun
Biaya Listrik	Rp 2.000.000	Rp 24.000.000
<i>Stock awal</i>	-	Rp 150.000.000
Biaya Upah karyawan	Rp 6.000.000	Rp 72.000.000
Biaya Telepon/Internet	Rp 500.000	Rp 6.000.000
Biaya Perawatan Mesin	Rp 1.000.000	Rp 12.000.000
Total	Rp 9.500.000	Rp 264.000.000

*Asumsi

- *Revenue Stream*

Merupakan komponen yang dianggap paling vital dalam bisnis. Pada umumnya organisasi/perusahaan memperoleh pendapatan dari pelanggan. Namun, banyak organisasi/perusahaan yang memperoleh pendapatan dari konsumen tidak langsung. Pendapatan Unstoppable Car Audio berasal dari penjualan produk sehari-hari dan dengan pengembangan yang

dilakukan akan terdapat sumber pendapatan baru yang berasal dari pemesanan audio dan aksesoris yang berasal dari daerah lain di Indonesia. Pendapatan dimulai dari tahun 2018 (*Year 1*) estimasi.

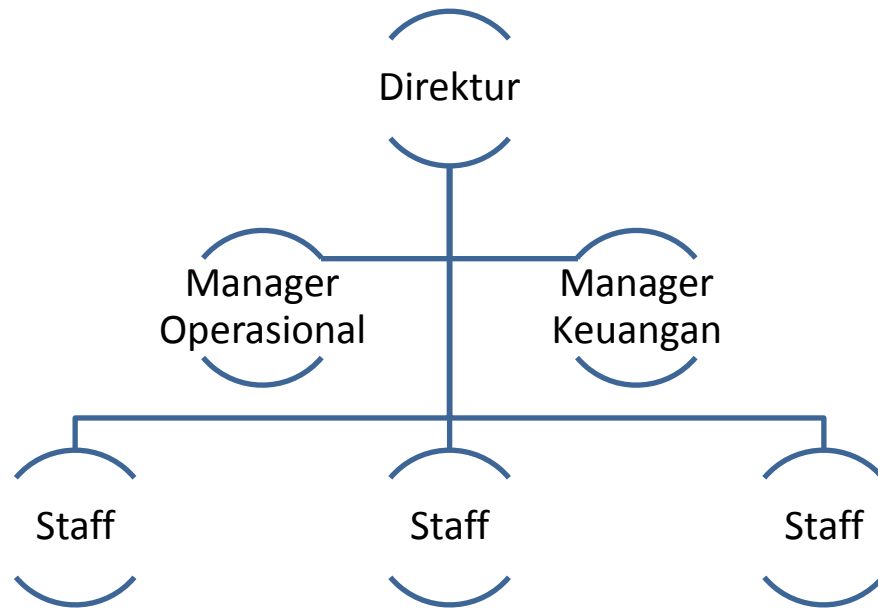
Tabel 4.3 Analisis Sumber Pendapatan

Analisis Sumber Pendapatan			
Tahun	Bengkel	Sebagai Distributor	Total
Year 1	Rp 672.000.000	Rp 1.260.000.000	Rp 1.932.000.000
Year 2	Rp 960.000.000	Rp 1.764.000.000	Rp 2.724.000.000
Year 3	Rp 1.248.000.000	Rp 2.016.000.000	Rp 3.264.000.000
Year 4	Rp 1.632.000.000	Rp 2.436.000.000	Rp 4.068.000.000
Year 5	Rp 1.920.000.000	Rp 3.024.000.000	Rp 4.944.000.000

4.3 Analisis Sumber Daya Manusia

Unstoppable Car Audio dimiliki oleh Arief Nur Rachman dan kakaknya. Mereka memiliki tanggung jawab masing-masing yang dibagi sejak memulai usaha. Arief bertanggung jawab akan operasional bisnis. Sedangkan Kakaknya bertanggung jawab akan pembukuan dan keuangan bisnis. Saat ini Unstoppable Car Audio memiliki tiga staff yang juga berperan sebagai montir.

4.3.1 Struktur Organisasi



Gambar 4.3 Struktur Organisasi Unstoppable Car Audio

Gambar 4.3 menunjukkan struktur organisasi bengkel Unstoppable Car Audio saat ini. Karena skala usaha saat ini belum besar, maka terdapat satu orang yang bertanggung jawab terhadap dua fungsi pekerjaan sekaligus. Hal tersebut dilakukan untuk menciptakan efisiensi dalam organisasi.

4.3.2 Deskripsi dan Tanggung Jawab Pekerjaan

1. Manajer Operasional

Manajer Operasional bertanggung jawab atas keberlangsungan aktivitas bisnis yang meliputi produksi dan pemasaran. Dengan pengawasan yang baik secara langsung maupun tidak langsung, segala kegiatan akan berjalan secara terintegrasi untuk menciptakan siklus usaha yang terorganisir dengan baik.

Manajer operasional harus memastikan pekerjaan yang dilakukan oleh para staf (montir) sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan. Manajer operasional juga bertanggungjawab untuk memastikan produk-produk yang di import sampai tepat pada waktunya. Kompetensi yang harus dimiliki adalah mampu

berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan, mengerti produk-produk audio, membuat prosedur kerja untuk para montir, mengerti pemasangan produk dan kelistrikan mobil.

2. Manajer Keuangan

Manajer Keuangan bertanggung jawab untuk melakukan pencatatan dan pembukuan data keuangan dari perusahaan. Pencatatan dilakukan setiap melakukan pemesanan bahan baku, melakukan pembayaran biaya-biaya operasional, serta pendapatan tiap harinya. Dengan adanya pembukuan yang rapih dan detil, perusahaan akan dimudahkan untuk melihat dan menilai kinerja selama ini serta membuat proyeksi untuk kedepannya.

Dalam pekerjaan sehari-hari manajer keuangan juga bertanggungjawab dalam transaksi yang terjadi seperti menjadi kasir maupun pembelian keperluan bengkel. Kompetensi yang seharusnya dimiliki adalah mengerti pembukuan usaha, teliti, dan perencanaan kedepannya.

3. Staff

Staff berperan sebagai montir. Di dalam prakteknya, staff akan dituntut untuk menjaga kualitas produk dengan pemasangan yang baik dan benar. Serta bertanggungjawab mencatat produk apa yang keluar. Staf atau montir juga harus melakukan laporan kepada manajer operasional. Kompetensi yang harus dimiliki montir adalah mengerti sistem kelistrikan mobil, mengerti produk-produk audio, mampu memasang produk audio kedalam mobil.

4.4 Analisis Kompetitor

Pada evaluasi dan pengembangan bisnis Unstoppable Car Audio ini, yang dianggap kompetitor adalah tempat usaha dibidang otomotif yang menjual produk

audio dan aksesoris mobil. Pada tabel 4.4 terdapat perbandingan kompetisi pada industri otomotif yang digeluti oleh Unstoppable Car Audio dan kompetitornya. Perbandingan dilihat dari tujuh (6) faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih bengkel.

Tabel 4.4 Perbandingan kompetisi Unstoppable Car Audio dengan kompetitor

	Brand	Harga	Kualitas	Pelayanan	Lokasi	Variasi Produk
Unstoppable Car Audio	Ba	SBa	Sba	Ba	SBu	SBa
Baz Auto Fokus	Ba	Bu	N	Bu	SBa	N
Cartens Autosound and installation	SBa	Ba	Ba	SBa	SBa	Bu
Inovation Car Audio	Ba	Bu	Ba	SBa	SBa	Ba

Keterangan: Sangat Buruk=SBu, Buruk=Bu, Netral=N, Baik=Ba, Sangat Baik=SBa

Faktor harga menjadi kekuatan utama bagi Unstoppable Car Audio. Hal tersebut didukung oleh hasil wawancara dengan beberapa responden yang dilakukan penulis (lampiran 1). Selain faktor harga, faktor lain yang cukup mempengaruhi konsumen untuk datang ke Unstoppable Car Audio adalah kualitas. Beberapa responden mengatakan mereka datang ke Unstoppable Car Audio karena mereka sudah yakin dengan kualitas produk dari Unstoppable Car Audio, karena rekomendasi dari rekannya. Namun, Unstoppable Car Audio memiliki lokasi yang cukup jauh dari pusat kota, sehingga banyak yang enggan untuk datang langsung ke bengkel apabila belum ada rekomendasi.

Cartens Autosound and Installations telah berdiri sejak tahun 2002 yang berlokasi cukup strategis untuk pelanggan di kawasan Jakarta, yaitu di Pusat Niaga Duta Mas Fatmawati. Cartens Autosound and Installations telah memiliki nama yang cukup terkenal, serta telah mengikuti beberapa event besar seperti Indonesia Motor Show 2014 dan telah memiliki showroom yang baik. Cartens Autosound and Installations juga telah memegang beberapa penghargaan yang semakin menjamin kepercayaan dari pelanggan diantaranya Best Retail Shop 2008, Best Retail Shop 2014, Best Dealer 2015,. Untuk masalah harga masih kompetitif, namun sulit untuk

bersaing dengan Cartens Autosound and Installations, karena sudah memiliki nama yang cukup kuat di pasar Jakarta.

Berlokasi di kawasan Jakarta Barat, tepatnya Daan Mogot dan telah berdiri sejak tahun 2000. Innovation Car Audio memiliki keunggulan dengan showroom yang sangat luas dan memadai (60 M²) dan pernah juara 1 pada kontes audio mobil “Sound Quality” pada tahun 2005, sehingga semakin dikenal oleh pecinta mobil. Hal tersebut membuat Innovation Car Audio memiliki positioning yang kuat dalam industri audio mobil di kawasan Jakarta. Harga masih terbilang sesuai dengan harga pasar atau kompetitif, namun orang akan lebih memilih Innovation Car Audio, karena alasan lebih terkenal ataupun karena tampilan showroom yang sangat megah sehingga seakan-akan menjanjikan kualitas yang sangat baik.

Baz Auto Focus adalah bengkel audio mobil yang cukup terkenal di wilayah Bekasi. Hal ini juga didukung dengan lokasinya yang berada dipinggir jalan besar yaitu di Jl. Raya Pekayon yang mudah dijangkau dari pintu tol Bekasi Barat atau lebih dekat apabila dari Jakarta. Baz Auto Focus juga sudah memiliki beberapa prestasi walaupun masih dibawah Unstoppable Car Audio bila dibandingkan dari segi prestasi. Dari segi harga Baz Auto Focus masih cukup kompetitif.

4.5 Blue Ocean Strategy Canvas (BOSC)

Blue Ocean Strategy Canvas (BOSC), merupakan strategi dengan konsep dasar adalah nilai inovasi untuk pasar yang sangat kompetitif. Dengan cara menghindari dari *Red Ocean* dimana para pesaing berkompetisi sangat ketat untuk mendapatkan konsumen, dan memasuki *Blue Ocean* dimana kompetisi dengan para pesaing menjadi tidak relevan karena adanya produk inovatif yang ditawarkan.

Persaingan dalam pasar yang dimasuki Unstoppable Car Audio sangat kompetitif. Persaingan sangat ketat sehingga terjadi persaingan untuk merebut pelanggan dari Unstoppable Car Audio. Maka langkah selanjutnya yaitu *eliminate-reduce-raise-create* dilakukan untuk memperbaiki pendapatan dari Unstoppable

Car Audio dengan *value innovation* yang akan mendorong Unstoppable Car Audio untuk mendapatkan pasar baru yang masih belum ramai dimasuki kompetitor.

- *Eliminate*

Hapuskan faktor yang perlu dihapuskan dari faktor-faktor yang telah didapat secara langsung oleh industri yang sama. Faktor yang akan dihapuskan adalah terkait lokasi. Faktor lokasi untuk meraih konsumen harus dihapuskan dari strategi Unstoppable Car Audio. Karena terlalu sulit untuk saat ini menandingi kompetitor yang memang sudah memiliki lokasi yang strategis, seperti Cartens Autosound and installation dan Baz Auto Focus.

- *Reduce*

Kurangi faktor yang sebaiknya dikurangi hingga dibawah standar industri untuk lebih efisien karena tidak terlalu memberikan nilai yang tinggi kepada konsumen. Faktor yang perlu dikurangi dari Unstoppable Car Audio adalah *brand*, karena nama Unstoppable Car Audio sudah cukup dikenal dan akan meningkat tanpa tindakan dengan harga dan kualitas yang baik.

- *Raise*

Tingkatkan faktor yang sebaiknya ditingkatkan diatas standar dari industri, karena faktor tersebut mampu memberikan nilai yang tinggi kepada konsumen walaupun fitur yang akan diberikan sudah dimiliki oleh pesaing. Faktor yang akan ditingkatkan adalah pelayanan dan variasi produk. Pelayanan jelas harus ditingkatkan agar pelanggan mendapatkan kesan terbaik dan merasa puas sehingga mau melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan Unstoppable Car Audio. Variasi produk juga ditambah sesuai dengan pesanan dari konsumen.

- *Create*

Ciptakan faktor baru yang belum ditawarkan oleh industry. Karena faktor tersebut memiliki nilai yang tinggi kepada konsumen. Faktor baru yang akan diciptakan oleh Unstoppable Car Audio adalah dengan bergeser ke lini

bisnis baru dan target pasar baru. Dengan menjadi distributor produk audio dan aksesoris mobil import di Indonesia. Unstoppable Car Audio mulai berpindah fokus dari yang sebelumnya menunggu konsumen kini mulai mengejar konsumen. Karena untuk saat ini belum banyak distributor yang memasok produk audio dan aksesoris import. Bekerjasama dengan penyedia jasa pengiriman untuk pengiriman ke daerah-daerah di Indonesia.

4.6 Analisis Produk atau jasa

Dalam merancang rencana pengembangan bisnis Unstoppable Car Audio, penulis menggunakan analisis bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi *Product, Price, Promotion, Place, Process, Physical Environment, dan People*. Berikut adalah penjelasan mengenai keempat elemen terkait dengan bisnis yang dijalankan Unstoppable Car Audio.

- *Product*

Dalam beberapa tahun mendatang, Unstoppable Car Audio akan memperbaiki dan meningkatkan produktivitas perusahaan serta mengembangkan inovasi baru terhadap pelayanan dan jasa yang ditawarkan. Dengan rencana pengembangan ini, Unstoppable Car Audio akan meningkatkan pendapatan mereka.

Pada tahun pertama yaitu pada tahun 2018 mendatang, Unstoppable Car Audio akan lebih mengakomodir keinginan konsumen, yaitu dengan bisa menyediakan produk audio apapun yang diinginkan pelanggan, terutama produk import.

Berikut rencana pengembangan bisnis Unstoppable Car Audio:

Tabel 4.5 Rencana Pengembangan Bisnis Unstoppable Car Audio

Tahun	Rencana
2018	<ul style="list-style-type: none"> • Menjalani kerjasama dengan 3 toko yang berada di Bandung, Surabaya, dan Yogyakarta (masing-masing 1 toko)

	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan pelayanan
2019	<ul style="list-style-type: none"> • Menambah jalinan kerjasama dengan toko audio di daerah lain • Mengembangkan pemasaran lebih luas melalui referensi dari kerabat dan konsumen
2020	<ul style="list-style-type: none"> • Fokus dalam menjadi distributor audio dan aksesoris mobil • Menambah tenaga ahli (montir) dan pegawai untuk pembukuan
2021	<ul style="list-style-type: none"> • Menambah kerjasama dengan toko audio di daerah lain, selain yang sudah bekerjasama sebelumnya
2022	<ul style="list-style-type: none"> • Menambah kerjasama dengan toko audio di daerah lain, selain yang sudah bekerjasama sebelumnya

Saat ini Untoppable Car Audio memiliki keunggulan dengan produk yang berkualitas dan dapat disesuaikan dengan pesanan pelanggan, terutama untuk produk audio import. Hal ini merupakan keunggulan, karena produk yang ditawarkan dapat lebih bervariasi dan jarang ada di pasaran Indonesia.

- *Price*

Dalam menjalankan bisnis ini dengan target pasar adalah kalangan menengah keatas dan merupakan produk tersier, harga menjadi faktor yang penting. Dimana harga yang ditawarkan tentu akan menjadi pertimbangan bagi calon konsumen. Hal itu pula yang menjadikan pertimbangan bagi Untoppable Car Audio dalam menetapkan harga jual produk mereka. Untuk itu Untoppable Car Audio menggunakan metode *Competition-Based Pricing*. Yaitu metode penentuan harga dengan menentukan nilai penuh suatu produk/jasa dengan melihat harga dari kompetitornya sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan harga dibawah atau diatas

kompetitornya (untuk produk yang sama dengan kompetitor). Maka dari itu supplier dengan harga murah menjadi faktor penentu untuk dapat bersaing dengan harga.

Pada saat ini Unstoppable Car Audio memiliki keuntungan, yaitu kerjasama dengan rekan di Amerika dan Thailand, sehingga untuk produk tertentu harga yang didapatkan lebih murah. Oleh karena itu, Unstoppable Car Audio dapat menerapkan *cost leadership*.

- *Place*

Unstoppable Car Audio berlokasi di jalan raya Wibawa Mukti no 36c Jatiasih-Bekasi. Lokasi tersebut dipilih karena lahan merupakan milik orang tua dari pemilik usaha. Selanjutnya lokasi tersebut digunakan untuk bengkel utama Unstoppable Car Audio. Hal ini dilakukan untuk mengurangi beban sewa dan pemanfaatan fasilitas yang sudah ada.

Pada prakteknya tempat bukan menjadi keunggulan Unstoppable Car Audio, karena jauh dari pusat kota. Maka konsumen akan lebih memilih tempat yang lebih mudah dijangkau, kecuali sudah ada rekomendasi dari orang lain.

- *Promotion*

Selama empat tahun sejak mulai berbisnis pada tahun 2011, Unstoppable Car Audio tidak terlalu intens melakukan promosi. Selama ini promosi yang dilakukan oleh Unstoppable Car Audio dengan cara *word-of-mouth* dan menjuarai beberapa perlombaan di kawasan Jakarta.

Dalam rencana pengembangan ini, Unstoppable Car Audio akan mulai menggunakan teknologi untuk melakukan promosi demi memasarkan produknya. Seperti dengan mulai membuat akun media sosial, membuat *website*, serta cara tradisional seperti membagikan kartu nama.

Saat ini Unstoppable Car Audio hanya mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut dan mengikuti kontes audio di Jakarta. Promosi harus ditingkatkan apabila ingin menggapai lebih banyak konsumen.

- *Process*

Saat ini proses yang dilakukan oleh Unstoppable Car Audio adalah pelanggan datang langsung ke bengkel dengan membawa mobil yang ingin dimodifikasi. Lalu setelah memilih produk, apabila produk telah tersedia maka akan langsung dipasang pada mobil pelanggan oleh montir. Setelah semua sesuai dengan keinginan pelanggan, mereka harus melakukan pelunasan yang dapat dilakukan dengan uang tunai, debit tabungan, maupun menggunakan kartu kredit.

Dalam pemasangan produk pun montir harus memastikan produk terpasang dengan benar sehingga tidak ada keluhan dari pelanggan. Semua montir telah terlatih dan memiliki prosedur pemasangan yang harus dilakukan. Namun jika sedang ramai, ada beberapa pelanggan yang harus menunggu cukup lama untuk dapat dilayani. Sesuai prosedur maka pelanggan yang menunggu antrian akan diberikan minum secara gratis agar merasa nyaman.

- *Physical Environment*

Physical environment dari Unstoppable Car Audio adalah bengkel yang sekarang dijadikan tempat untuk melakukan transaksi. Lokasi yang dipilih karena dimiliki langsung oleh orang tua dari pemilik, sehingga lebih leluasa untuk melakukan renovasi atau hal lain yang diinginkan dan risiko yang ada lebih rendah, karena tidak bergantung pada pemilik tanah.

- *People*

Yang dimaksud "*people*" adalah semua pelaku yang memainkan peran penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen dari "*people*" adalah pegawai perusahaan dan konsumen. Semua sikap dan tindakan karyawan, cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan penyampaian jasa.

Dalam bisnis Unstoppable Car Audio pegawai perusahaan yang sangat berperan adalah montir. Montir yang bekerja di Unstoppable Car Audio memiliki keterampilan yang cukup mumpuni, terbukti dari tidak adanya keluhan selama ini dengan masalah pemasangan produk. Pakaian

yang digunakan pun tidak terlalu penting asalkan sopan, karena mereka melakukan pekerjaan yang membuat mereka kotor. Yang harus diperhatikan oleh mereka adalah berkomunikasi dengan pelanggan secara sopan dan ramah.

4.7 Analisis Keuangan (*Financial Statement Analysis*)

4.7.1 Modal Awal

Modal awal bisnis Unstoppable Car Audio adalah sebesar Rp. 241.500.000. Yang didapat dari dana pribadi pemilik usaha dan orang tua pemilik usaha dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 4.6 Initial Investment Unstoppable Car Audio Tahun 2011

No	Deskripsi	Biaya
1	<i>Stock</i> awal	Rp 150.000.000
2	Biaya pembangunan bengkel	Rp 30.000.000
3	Peralatan bengkel (perkakas)	Rp 20.000.000
4	Lemari <i>display</i> , furniture (meja dan sofa), dan pelengkap lainnya	Rp 41.500.000
Total		Rp 241.500.000

4.7.2 Analisis Laporan Laba Rugi

Analisis laporan laba rugi yang ditampilkan pada tabel 4.7 menunjukkan pendapatan Unstoppable Car Audio pada tahun 2016-2017. Penghitungan dimulai dari bulan Agustus hingga Juli ditahun berikutnya. Dari tabel 4.7 dapat dilihat pendapatan pada *quarter* 1 menunjukkan hasil terendah selama satu periode. Hal tersebut terjadi karena pada kurun waktu Agustus hingga September terjadi penurunan perminta, penulis menganalisa karena banyaknya acara

seperti GIIAS sehingga konsumen lebih memilih untuk membeli mobil.

Tabel 4.7 Laporan Laba Rugi 2016-2017

Comparative Income Statement 2014-2015				
	Quarter 1	Quarter 2	Quarter 3	Quarter 4
Revenue:				
Sales	Rp81,885,000	Rp135,000,000	Rp130,000,000	Rp134,000,000
Expenses:				
Cost of Sales	Rp25,384,350	Rp41,850,000	Rp40,300,000	Rp41,540,000
Electric	Rp6,000,000	Rp6,000,000	Rp6,000,000	Rp6,000,000
Salary	Rp18,000,000	Rp18,000,000	Rp18,000,000	Rp18,000,000
Telephone & Internet	Rp1,500,000	Rp1,500,000	Rp1,500,000	Rp1,500,000
Net Income	Rp31,000,650	Rp67,650,000	Rp64,200,000	Rp66,960,000

4.7.3 Analisis Balance Sheet

Selain analisis laporan laba rugi, perusahaan juga diharuskan untuk membuat analisis *balance sheet*, untuk dapat melihat keseimbangan neraca laporan keuangannya selama suatu periode waktu tertentu. Berikut analisis *balance sheet* Unstoppable Car Audio untuk periode tahun 2016-2017:

Tabel 4.8 Analisis Balance Sheet 2016-2017

Comparative Balance Sheet 2014-2015				
	Quarter 1	Quarter 2	Quarter 3	Quarter 4

Current Assets:				
Cash	Rp31,000,650	Rp67,650,000	Rp64,200,000	Rp66,960,000
Fixed Asets:				
Equipment	Rp241,500,000	Rp241,500,000	Rp241,500,000	Rp241,500,000
Total Asset	Rp272,500,650	Rp308,650,000	Rp305,700,000	Rp307,460,000
Liabilities				
Total Liabilities	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
Stockholder Equity:				
Capital	Rp241,500,000	Rp241,500,000	Rp241,500,000	Rp241,500,000
Retained Earnings	Rp31,000,650	Rp67,650,000	Rp64,200,000	Rp66,960,000
Total Stocholder Equity	Rp272,500,650	Rp308,650,000	Rp305,700,000	Rp307,460,000
Total Liabilities and Stockholder Equity	Rp272,500,650	Rp308,650,000	Rp305,700,000	Rp307,460,000

4.7.4 Analisis Statement of Cash Flows

Statement of cash flows melaporkan arus kas masuk dan arus kas keluar yang utama dari suatu perusahaan selama satu periode. Kegunaan *Statement of cash flows* adalah menyediakan informasi yang berguna mengenai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan kas dari operasi, mempertahankan dan memperluas kapasitas operasinya, memenuhi kewajiban keuangannya dan membayar dividen. Berikut merupakan *statement of cash flows* bengkel Unstoppable Car Audio untuk periode tahun 2016-2017:

Tabel 4.9 Tabel Analisis Statement of Cash Flows

Comparative Statement of Cash Flows 2014-2015				
	Quarter 1	Quarter 2	Quarter 3	Quarter 4
Cash flow from operating activities:				
Cash receive	Rp81,885,000	Rp135,000,000	Rp130,000,000	Rp134,000,000
Cash payment	Rp50,884,350	Rp7,350,000	Rp65,800,000	Rp67,040,000
Net cash flow from operating activities	Rp31,000,650	Rp67,650,000	Rp64,200,000	Rp66,960,000
Cash flow from investing activities:				
Cash payment for purchasing equipment	-Rp241,500,000			
Cash flow from financing activities:				
Cash received for capital	Rp241,500,000			
Net cash flow from financing activities	Rp241,500,000			
Increase in cash	Rp31,000,650	Rp67,650,000	Rp64,200,000	Rp66,960,000
Cash at the beginning of the quarter	Rp0	Rp31,000,650	Rp98,650,650	Rp152,850,650

Comparative Statement of Cash Flows 2014-2015				
	Quarter 1	Quarter 2	Quarter 3	Quarter 4
Cash at the end of the quarter	Rp31,000,650	Rp98,650,650	Rp152,850,650	Rp219,810,650

BAB V

RENCANA BISNIS

5.1 Rencana Pengembangan Bisnis

Perencanaan bisnis ini merupakan pengembangan kegiatan usaha dari Unstoppable Car Audio. Bisnis yang bergerak dibidang otomotif yaitu dengan menjual produk audio dan aksesoris mobil ini berlokasi di berlokasi di Jalan Raya Wibawa Mukti no 36c Jatiasih-Bekasi. Usaha yang dimulai pada tahun 2011, memiliki konsep bengkel audio dan aksesoris yang juga menawarkan produk import dan bisa sesuai dengan merk serta keinginan pelanggan dengan harga yang lebih murah.

Pengembangan yang dilakukan akan terbagi menjadi dua. Pertama pengembangan untuk terus menjaga konsumen di lokasi Unstoppable Car Audio sekarang ini dengan beberapa cara, yaitu membuat website, memperbarui variasi produk, peningkatan layanan, dan membuat layanan pengaduan serta saran melalui website ataupun media sosial. Hal tersebut perlu dilakukan untuk terus menjaga kepuasan konsumen dan menjaga loyalitas mereka terhadap Unstoppable Car Audio. Kedua, pengembangan untuk dapat memasuki pasar baru dengan cara membuat lini bisnis yaitu menjadi distributor. Pengembangan ini dilakukan dengan Unstoppable Car Audio menjadi distributor untuk produk audio dan aksesoris mobil terutama yang merupakan produk import kepada toko-toko audio dan aksesoris mobil di berbagai daerah di Indonesia. Dalam upaya menjalankan pengembangan ini, faktor paling penting adalah harga dan kualitas. Pemilik Unstoppable Car Audio sudah memiliki beberapa relasi di beberapa kota besar di Indonesia dan saat ini masih dalam tahap negosiasi rencana kerjasama dengan 1 toko yang berada di Bandung, 1 toko di Medan, dan 1 toko di Surabaya. Seiring perkembangan Unstoppable Car Audio ingin mencakup lebih banyak daerah di Indonesia.

5.2 Produk dan Pengembangan

Rencana pengembangan dari Unstoppable Car Audio sesuai dengan konsep *Blue Ocean Strategy*. Dimana terdapat satu rencana yang akan dikembangkan oleh

Unstoppable Car Audio, yakni Unstoppable Car Audio akan mulai mencari pasar baru dengan menjadi distributor produk audio dan aksesoris mobil terutama produk import di Indonesia. Pada tahap awal akan memasuki 3 toko audio yang sudah dijelaskan sebelumnya dan apabila berhasil hal ini pun dapat meningkatkan pendapatan Unstoppable Car Audio secara signifikan. Kedepannya Unstoppable Car Audio juga ingin terus melebarkan sayapnya ke daerah-daerah lain terutama kota-kota besar di Indonesia.

Saat ini pengembangan masih mengandalkan relasi dan rekanan dari pemilik usaha Unstoppable Car Audio yang ditemui saat perlombaan. Tetapi kedepannya Unstoppable Car Audio ingin dikenal dengan harga dan kualitas produk yang baik, sehingga toko-toko audio di Indonesia mau bekerjasama tanpa harus adanya negosiasi yang terlalu lama lagi. Serta Unstoppable Car Audio sedang berusaha bekerjasama dengan salah satu penyedia jasa pengiriman barang terbesar di Indonesia. Hal ini pun dilakukan agar Unstoppable Car Audio mendapat keistimewaan supaya barang dijaga lebih eksklusif sehingga tidak ada kerusakan, serta mendapat potongan biaya pengiriman.

5.3 Kompetitor

Kompetitor dari Unstoppable Car Audio dalam penjualan produk adalah usaha dalam bidang otomotif yang menjual produk audio dan aksesoris mobil, khususnya di Jakarta dan Bekasi. Pada awal berdiri, bisnis yang dijalankan Unstoppable Car Audio ini belum banyak memiliki pesaing. Namun seiring berjalannya waktu mulai bermunculan usaha sejenis. Hingga kini terdapat tiga pesaing utama dari Unstoppable Car Audio. Yaitu, Baz Auto Focus, Cartens Autosound and installation, dan Innovation Car Audio. Ketiga pesaing tersebut memiliki segmen pasar yang sama dengan Unstoppable Car Audio. Yaitu kalangan pecinta mobil yang ingin menambahkan audio dan aksesoris untuk mobilnya, serta komunitas-komunitas mobil di kawasan Jakarta dan sekitarnya.

Secara keseluruhan ketiga kompetitor memiliki karakteristik yang relatif sama dengan Unstoppable Car Audio, hanya saja yang membedakan dari masing-masing toko adalah dari harga, kualitas, variasi produk, lokasi, dan pelayanan yang mana telah dijelaskan pada bab sebelumnya.

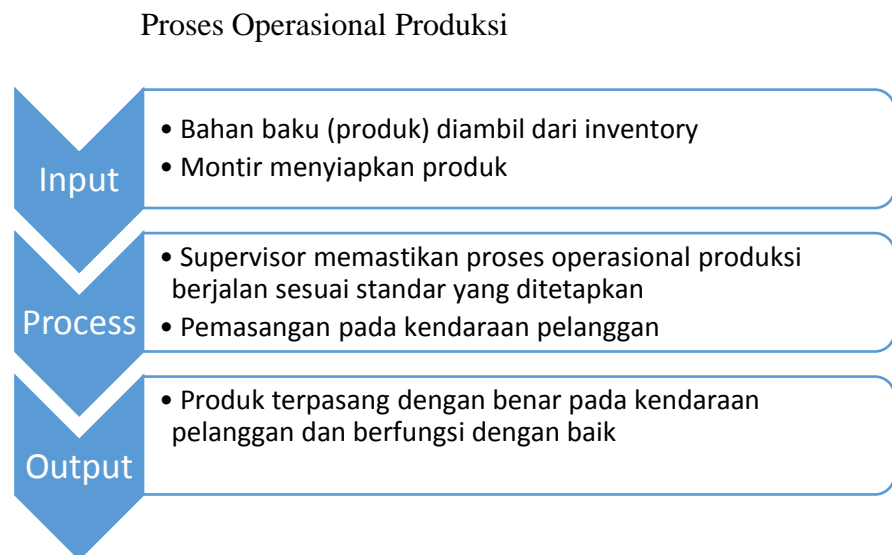
5.4 Pengembangan Operasional

5.4.1 Rencana Pemasok

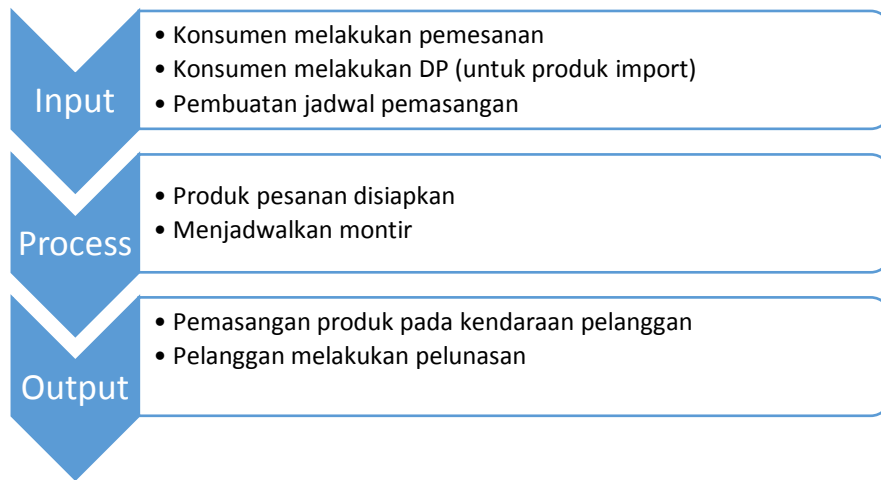
Untuk memenuhi kebutuhan Operasional, Unstoppable Car Audio mengambil produk dari dua pemasok tetap. Pemasok yang dipilih adalah rekan dari pemilik usaha dan memiliki usaha sejenis diluar negeri, yaitu satu pemasok di Amerika Serikat dan satu pemasok di Thailand, dimana produk-produk import yang diperlukan kebanyakan berasal dari kedua negara tersebut dan apabila mereka tidak memiliki barang yang diminta, mereka mau mencari barang tersebut dengan tambahan waktu tentunya.

5.4.2 Rencana Proses Operasional

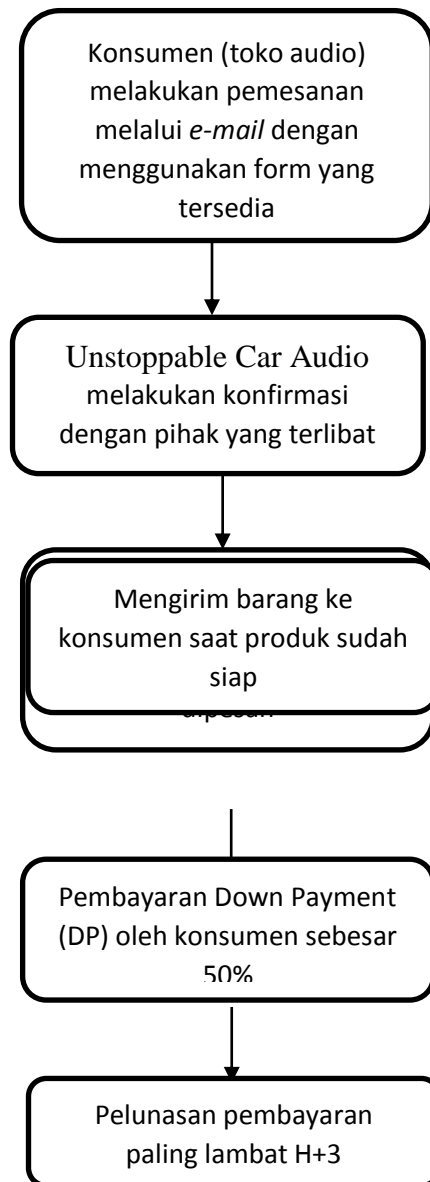
- Proses Operasional Bengkel



Proses Operasional Pesanan



- Proses Operasional Unstoppable Car Audio Sebagai Distributor



5.5 Pengembangan Pemasaran

Selama berdirinya Unstoppable Car Audio telah melakukan beberapa kegiatan pemasaran. Seperti menjadi kontestan untuk perlombaan-perlombaan audio mobil di Jakarta dan sekitarnya. Untuk lebih luas memasarkan produknya, Unstoppable Car Audio akan mulai lebih gencar dalam melakukan pemasaran dengan cara melakukan pemasaran secara langsung maupun dengan menggunakan perantara teknologi. Dalam melakukan pemasaran langsung akan dibuat kartu nama untuk dibagikan dan menawarkan secara langsung produk yang akan dijual kepada

relasi yang sudah cukup dikenal baik. Dalam hal ini target utama adalah pemilik toko-toko audio di beberapa daerah di Indonesia yang sudah mengenal baik pemilik dari Unstoppable Car Audio. Sedangkan dalam menggunakan perantara teknologi, akan mulai digunakan *email*, media sosial, dan membuat *website* untuk menjalankan *online marketing*. Untuk mendukung strategi pemasaran tersebut, dibutuhkan tim pemasaran yang cukup handal. Untuk itu Unstoppable Car Audio sudah memiliki Arief, salah satu pemilik Unstoppable Car Audio yang sangat mengerti untuk masalah tersebut, akan diberikan harga promo berupa gratis ongkos pengiriman sampai akhir tahun bagi toko audio yang bekerjasama dengan Unstoppable Car Audio. Serta diskon bagi yang memberikan referensi untuk pemesanan berikutnya.

5.6 Pengembangan Manajemen dan Sumber Daya Manusia

5.6.1 Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan asset yang sangat penting bagi bisnis jasa. Oleh sebab itu sumber daya manusia yang berkualitas dan berdedikasi tinggi terhadap perusahaan sangat dibutuhkan. Dalam hal pengembangan bisnis ini dibutuhkan tenaga baru yang berperan sebagai montir, serta karyawan yang terampil dalam melakukan pembukuan usaha.

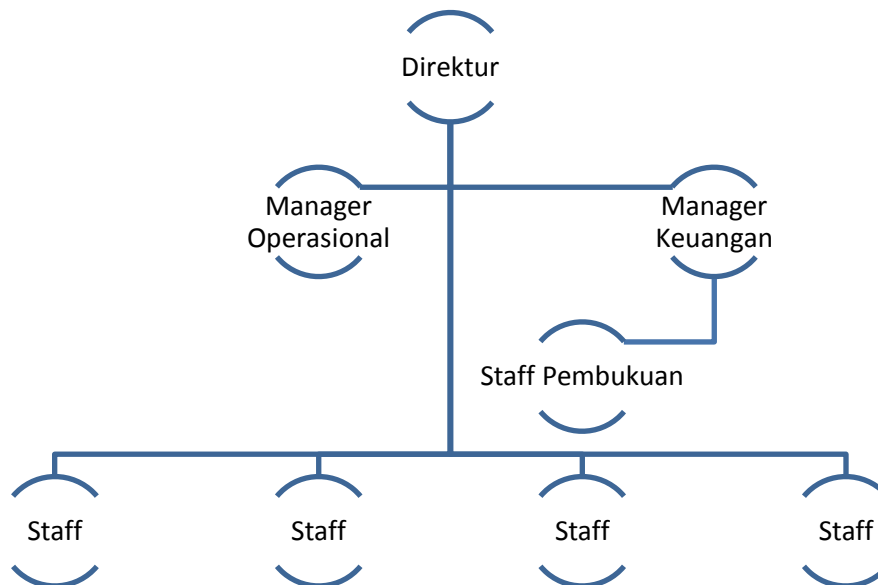
Standar Kualifikasi Montir

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Pria/Wanita (diutamakan pria) • Pendidikan minimal SMA • Mengerti kelistrikan mobil dasar • Mempunyai etika yang baik, semangat tinggi, mandiri, jujur, ramah, dan mampu bekerja dibawah tekanan • Paham mengenai tipe-tipe audio mobil • Paham tentang konsep pemasangan audio |
| <ul style="list-style-type: none"> • Pria/Wanita (diutamakan wanita) • Pendidikan minimal D3 akuntansi • Mempunyai etika yang baik, semangat tinggi, mandiri, jujur, ramah, dan mampu bekerja dibawah tekanan • Memiliki kemauan untuk belajar • Maksimal usia 30 tahun • Berdomisili di Bekasi atau sekitarnya |

Standar Kualifikasi Staf pembukuan

Selain itu karyawan/karyawati yang bekerja untuk Unstoppable Car Audio diharapkan memiliki pengetahuan yang cukup mengenai bisnis otomotif dan pengetahuan tentang produk-produk yang ditawarkan. Seluruh anggota organisasi dituntut untuk menjalankan perannya sesuai dengan *job description* yang ada dengan sungguh-sungguh. Dengan begitu akan memberikan kepuasan terhadap para konsumen dari Unstoppable Car Audio.

5.6.2 Rencana Struktur Organisasi



Gambar 5.1 Rencana Struktur Organisasi

5.6.3 Job Description

1. Manajer Operasional

Manajer operasional bertanggung jawab atas seluruh kegiatan operasional dari produksi dan pelayanan terhadap konsumen sehari-hari. Serta melakukan pengawasan langsung mau pun tidak langsung terhadap para staff. Untuk memastikan bahwa Unstoppable Car Audio memberikan layanan yang baik terhadap seluruh konsumen

2. Manajer Keuangan

Manajer Keuangan bertanggung jawab atas keuangan perusahaan. Melakukan pengawasan dan pencatatan terhadap seluruh asset dan biaya-biaya yang dikeluarkan setiap harinya secara detil. Serta melakukan pembukuan yang rapih agar mudah dipahami oleh yang membutuhkan.

3. Staff Pembukuan

Staff pembukuan bertanggung jawab dalam membantu manager keuangan menyelesaikan tugasnya, yaitu dengan membuat pembukuan usaha dari kegiatan yang dilakukan Unstoppable Car Audio. Staff pembukuan juga harus memberikan laporan mingguan terhadap posisi keuangan Unstoppable Car Audio.

4. Staff

Bertanggung jawab untuk menjaga kualitas produk dan pelayanan bagi konsumen. Bertugas untuk memasang produk yang dibeli oleh pelanggan di kendaraannya sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan.

5.7 Risiko

Analisis risiko dalam perencanaan bisnis pengembangan Unstoppable Car Audio terbagi menjadi tiga, yaitu risiko operasional, keuangan, dan pasar.

5.7.1 Risiko Operasional (tingkat risiko: tinggi)

Risiko operasional masuk dalam kategori tingkat risiko yang tinggi. Risiko ini berkaitan dengan kelalaian montir yang dapat berdampak kepada hal-hal lain yang mengganggu proses bisnis. Seperti kerusakan pada kendaraan pelanggan, kesalahan pada pemasangan, atau pun kesalahan pada produk yang dipasang yang tidak sesuai standar yang diterapkan. Hal lain yang dapat mengganggu operasional perusahaan adalah bencana yang tidak dapat diprediksi. Bencana alam atau pun bencana yang timbul karena kelalaian manusia disekitar.

5.7.2 Risiko Keuangan (tingkat risiko: rendah)

Karena rencana pengembangan Unstoppable Car Audio tidak menggunakan pinjaman dari pihak manapun melainkan modal dari perusahaan, maka risiko keuangan dapat dikategorikan rendah karena tidak ada tanggung jawab untuk

mengembalikan modal kepada pihak lain. Untuk biaya operasional pun termasuk tidak terlalu menjadi permasalahan, karena biaya-biaya yang dikeluarkan dapat disesuaikan tergantung kebutuhan dan penghasilan.

5.7.3 Risiko Pasar (tingkat risiko: sedang)

Risiko pasar merupakan kondisi yang dialami oleh suatu perusahaan yang disebabkan oleh perubahan kondisi dan situasi pasar diluar dari kendali perusahaan. Risiko pasar yang mungkin dihadapi oleh Unstoppable Car Audio adalah banyak pelaku bisnis baru yang membuka usaha sejenis dengan segmen pasar yang sama, serta segmen pasar yang berubah dan berkurang kuantitasnya.

5.8 Keuangan

Rencana pengembangan ini berisi proyeksi pengembangan beberapa tahun kedepan yang akan dilakukan Unstoppable Car Audio dalam jangka lima (5) tahun dari tahun 2018-2022. Walaupun penulis yakin dan percaya bahwa asumsi yang didasari oleh proyeksi keuangan ini layak, namun tidak ada jaminan pasti bahwa hasilnya dapat direalisasikan sesuai dengan ekspektasi yang ada. Rencana Keuangan ini dibuat sebagai salah satu dari rencana pengembangan Unstoppable Car Audio lima tahun kedepan.

5.8.1 Modal

Modal awal untuk pengembangan bisnis Unstoppable Car Audio ini diperuntukan untuk memulai lini bisnis Unstoppable Car Audio sebagai distributor dan memperluas pemasaran. Berikut penjabaran modal yang dibutuhkan Unstoppable Car Audio:

Tabel 5.3 Initial Investment Unstoppable Car Audio sebagai Distributor

No	Deskripsi	Biaya
1	Website	Rp 5.000.000
2	Kartu Nama	Rp 100.000
Jumlah		Rp 5.100.000

5.8.2 Pendanaan

Untuk mendapatkan modal yang dibutuhkan dalam rangka mewujudkan pengembangan bisnis ini. Unstoppable Car Audio akan menggunakan dari hasil keuntungan yang didapat Unstoppable Car Audio periode-periode sebelumnya.

5.8.3 Laporan Laba Rugi

Berikut proyeksi *Income Statement* Unstoppable Car Audio untuk rencana pengembangan.

Tabel 5.4 Comparative Projected Income Statement 2018-2022

Comparative Income Statement 2018-2022					
	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Revenue:					
Sales	Rp 1.932.000.000	Rp 2.724.000.000	Rp 3.264.000.000	Rp 4.068.000.000	Rp 4.944.000.000
Expenses:					
Cost of Sales	Rp1,149,074,350	Rp1,227,698,100	Rp1,299,560,750	Rp1,355,424,300	Rp1,450,620,650
Electric	Rp24,000,000	Rp24,000,000	Rp24,000,000	Rp24,000,000	Rp24,000,000
Salary	Rp72,000,000	Rp72,000,000	Rp144,000,000	Rp144,000,000	Rp144,000,000
Telephone & Internet	Rp6,000,000	Rp6,000,000	Rp6,000,000	Rp6,000,000	Rp6,000,000
Dep.Equipment	Rp8,299,999	Rp8,299,999	Rp8,299,999	Rp8,299,999	Rp8,299,999
Dep.Tolls	Rp3,999,996	Rp3,999,996	Rp3,999,996	Rp3,999,996	Rp3,999,996
Dep.Buildings	Rp6,000,000	Rp6,000,000	Rp6,000,000	Rp6,000,000	Rp6,000,000
Website & Hosting	Rp,12,000,000	Rp,12,000,000	Rp,12,000,000	Rp,12,000,000	Rp,12,000,000
Deviden	Rp180,000,000	Rp180,000,000	Rp180,000,000	Rp180,000,000	Rp180,000,000
Net Income	Rp.470.625.655	Rp1,189,401,905	Rp1,585,539,225	Rp2,360,675,705	Rp3,114,479,355

Proyeksi laba rugi diatas menggambarkan bahwa Unstoppable Car Audio akan mengalami peningkatan yang sangat signifikan dikarenakan adanya pengembangan yang dilakukan oleh Unstoppable Car Audio sebagai distributor produk audio dan aksesoris mobil.

5.8.4 Comparative Balance Sheet

Berikut merupakan *Balance Sheet* Unstoppable Car Audio selama tahun 2018-2022:

Tabel 5.5 Comparative Balance Sheet 2018-2022

Comparative Balance Sheet 2018-2022					
	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Current Assets:					
Cash	Rp680,925,650	Rp1,394,301,900	Rp1,790,439,250	Rp2,538,575,700	Rp3,319,379,350
Fixed Asets:					
Equipment	Rp246,600,000	Rp246,600,000	Rp246,600,000	Rp246,600,000	Rp246,600,000
Total Asset	Rp927,525,650	Rp1,640,901,900	Rp2,037,039,250	Rp2,785,175,700	Rp3,565,979,350
Liabilities					
Total Liabilities	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
Stockholder Equity:					
Capital	Rp246,600,000	Rp246,600,000	Rp246,600,000	Rp246,600,000	Rp246,600,000
Retained Earnings	Rp680,925,650	Rp1,394,301,900	Rp1,790,439,250	Rp2,538,575,700	Rp3,319,379,350
Total Stocholder Equity	Rp927,525,650	Rp1,640,901,900	Rp2,037,039,250	Rp2,785,175,700	Rp3,565,979,350
Total Liabilities and Stockholder Equity	Rp927,525,650	Rp1,640,901,900	Rp2,037,039,250	Rp2,785,175,700	Rp3,565,979,350

5.8.5 Statement of Cash Flows

Berikut merupakan *Statement of Cash Flows* Unstoppable Car Audio selama tahun 2018-2022:

Tabel 5.6 Comparative Projected Statement of Cash Flow 2018-2022

Comparative Statement of Cash Flow 2018-2022					
	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Cash flow from operating activities:					
Cash receive	Rp 1.932.000.000	Rp 2.724.000.000	Rp 3.264.000.000	Rp 4.068.000.000	Rp 4.944.000.000
Cash payment	Rp1,251,074,350	Rp1,329,698,100	Rp1,473,560,750	Rp1,529,424,300	Rp1,624,620,650
Net cash flow from operating activities	Rp680,925,650	Rp1,394,301,900	Rp1,790,439,250	Rp2,538,575,700	Rp3,319,379,350
Cash flow from investing activities:					
Cash payment for purchasing equipment	-Rp241,500,000	-Rp5,100,000			
Cash flow from financing activities:					

5.9 Kelayakan Bisnis

5.9.1 Payback Period

Berdasarkan proyeksi *Cash flow* sebelumnya, maka berikut ini adalah proyeksi *Payback Period* untuk Unstoppable Car Audio:

Tabel 5.7 Perhitungan *Payback Period*

	Cash In	Cash Out	Time
Year 0	-Rp246,600,000	-Rp246,600,000	0
Year 1	Rp 1.932.000.000	Rp 1.685.400.000	0.204434
Year 2	Rp 2.724.000.000	Rp 4.409.400.000	
Year 3	Rp 3.264.000.000	Rp 7.673.400.000	
Year 4	Rp 4.068.000.000	Rp 11.741.400.000	
Year 5	Rp 4.944.000.000	Rp 16.685.400.000	
	Payback Period		0.2

Berdasarkan tabel 5.10, dapat dilihat bahwa *payback period* untuk pengembangan bisnis Unstoppable Car Audio adalah selama 0,2 tahun atau selama 2,4 bulan

5.9.2 Break Even Point

Break Even Point (BEP) digunakan untuk melihat apakah volume penjualan suatu bisnis, dimana total penghasilan sama besar dengan total biaya, sehingga perusahaan tidak memperoleh defisit ataupun surplus. Berikut perhitungan BEP dari Unstoppable Car Audio:

Tabel 5.8 Perhitungan BEP

BEP Bengkel	
Fix cost	Rp14,500,000
Variable cost/product	Rp6,000,000
harga jual	Rp8,000,000
BEP/bulan	7.25 unit
BEP rupiah/bulan	Rp58,000,000

Tabel 5.8 Perhitungan BEP Distributor

BEP sebagai distributor	
Fix cost	Rp5,100,000
Variable cost/product	Rp6,000,000
harga jual	Rp7,000,000
BEP/Tahun	61.2 Unit
BEP rupiah/Tahun	Rp36,428,571.43

5.9.3 Net Present Value & IRR

Berdasarkan analisis *cash flow* dan dengan menggunakan perhitungan otomatis dengan *Microsoft excel* dan *iqcalculators.com*. Didapatkan *Net Present Value* (NPV) dan *Internal Rate of Return* (IRR) sebagai berikut:

Tabel 5.9 Perhitungan NPV dan IRR

NPV & IRR	
RATE	10.00%
NPV	Rp 916,194,401
IRR	50%

NPV & IRR	
RATE	20.00%
NPV	Rp 1,893,942,774
IRR	100%

Dengan memperkirakan tingkat bunga sebesar 10%, maka didapatkan nilai NPV sebesar Rp 916,194,401 pada tahun kelima dan IRR sebesar 50% seperti yang tertera pada tabel diatas. Perhitungan NPV maupun IRR menghasilkan nilai yang positif, yang membuat proyeksi rencana pengembangan bisnis ini layak dijalankankarena dapat meningkatkan keuangan perusahaan yang signifikan.

5.10 Penutup

Dengan melakukan melakukan analisa dengan beberapa konsep yang dipakai yaitu, *Porter's Five Forces*, analisis SWOT, *Business Model Canvas*, dan *Blue Ocean Strategy*, strategi pengembangan untuk Unstoppable Car Audio ini dapat direncanakan sebaik mungkin. Dengan membuat rencana pengembangan yang dibutuhkan oleh perusahaan yaitu menjadi distributor produk audio dan aksesoris mobil di Indonesia, terutama untuk produk import. Serta meningkatkan pelayanan dengan cara menambahkan seorang montir dan seorang staff pembukuan didalam struktur perusahaan agar hasil yang diberikan Unstoppable Car Audio lebih maksimal dan memberikan kepuasan pada konsumen, sehingga dapat mendatangkan lebih banyak lagi konsumen.

Dengan jumlah modal awal sebesar Rp 241.500.000 untuk menjalankan bisnis dari awal, serta modal sebesar Rp 5.100.000 untuk pengembangan Unstoppable Car Audio. *Payback Period* yang dibutuhkan oleh Unstoppable Car Audio adalah 0,2 tahun atau sekitar 3,4 bulan. Hasil dari perhitungan *Internal Rate of Return* pun menghasilkan angka yang positif yaitu, 50% dan *Net Present Value* pada tahun kelima sebesar Rp 916.194.401. Untuk itu, rencana pengembangan bisnis ini dapat dikatakan layak untuk dijalankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2016). *Laporan Perekonomian Indonesia 2016*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Barney, J. B., & William, S. H. (2007). *Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases*. Prentice Hall PTR.
- Barringer, Bruce, R., & R. Duane Ireland. (2006). *Entrepreneurship "Successfully Launching New Ventures"*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Choliq, A. (2004). *Pengertian Payback Period*.
- GAIKINDO. (2017). *GAIKINDO*. Retrieved April 17, 2017, from GAIKINDO Web Site: www.gaikindo.or.id
- GAIKINDO. (2017). *GIIAS 2017*. Retrieved Mei 1, 2017, from GAIKINDO Web Site: indonesiaautoshow.com
- Indayani, K., Kirya, I. K., & Yulianthini, N. N. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Mobil. *e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha, Vol. 2*.
- Indrayani, N. W., Suwendra, I. W., & Yulianthini, N. N. (2015). Pengaruh Kredibilitas, Daya Tarik, Keahlian Bintang Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio GT. *e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen, Vol. 3*.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A handbook for Visioners, Game Changers and Challengers*. New York: Wiley.
- Perindustrian, K. (2017). *Kementerian Perindustrian*. Retrieved April 17, 2017, from Kementerian Perindustrian Web Site: www.kemenprin.go.id
- Syafarudin, A. (2001). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Strategi Keunggulan Kompetitif*. Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi.
- The World Bank. (2017). *Global Economic Prospects*. Washington DC: The World Bank.
- Mauborgne & Kim (2005). *Blue Ocean Strategy*
- Bruce R. Barringer & R. Duane Ireland. 2006. "Entrepreneurship" (Diolah)

LAMPIRAN

Wawancara dengan Konsumen

Pertanyaan:

1. Biasanya kalo mau nambah audio atau aksesoris datang ke bengkel mana?
2. Sudah berapa kali mengunjungi bengkel tersebut?
3. Apa hal utama yang dicari saat memutuskan untuk berkunjung ke bengkel tersebut? (variasi, harga, pelayanan, kualitas, lokasi)
4. Mengapa memilih bengkel tersebut?
5. Apakah nama besar dari *brand* menjadi utama memilih bengkel disini?
6. Bagaimana pelayanan dari bengkel tersebut?
7. Kualitas dari produk di bengkel tersebut bagaimana?
8. Harga yang ditawarkan dari bengkel tersebut terjangkau?
9. (Jika Unstoppable Car Audio) apa yang kurang dari bengkel tersebut?
10. Apa yang perlu diperbaiki dari bengkel tersebut?
11. Menurut anda Unstoppable Car Audio merupakan bengkel yang seperti apa?

Harris

(Pegawai swasta)

Saya sudah dari awal nambah audio disini. Saya memilih Unstoppable Car Audio karena ada tiga orang teman saya yang juga satu komunitas dengan saya yang merekomendasikan Unstoppable Car Audio. Saya merasa disini harganya *worth it* dengan kualitas yang saya dapat, kalau dibilang murah tidak juga, karena memang produk audio terbilang agak mahal un/tuk saya, tapi setelah saya cari di internet produk yang saya mau, Unstoppable Car Audio masih termurah dibanding yang lain. Untuk pelayanan mungkin harus sedikit ditingkatkan, mungkin karena tidak banyak pegawai jadi kalau saya datang lagi pada sibuk, tidak ada yang menghampiri saya sampai di panggil. Menurut saya, Unstoppable Car Audio jelas bengkel yang bisa menyediakan produk yang kita mau atau bisa dibilang lumayan lengkap, yang di bengkel lain belum tentu ada, walaupun butuh waktu lebih untuk pengiriman biasanya.

Rozi

(Komunitas BMW Jakarta)

Saya baru pertama kali kesini, biasanya saya ke bengkel yang di fatmawati (Cartens), tapi produk yang saya cari tidak ada, setelah tanya-tanya katanya disini yang ada. Saya lagi cari audio dari Thailand, terus tadi udah liat barang dan sudah dicek juga, kualitasnya asik banget ya, sesuai lah sama harganya, malah lebih murah dari beberapa yang saya lihat di e-bay. Mungkin kekurangannya lokasi ya, agak susah aksesnya, mungkin karena saya orang Jakarta kali ya haha. Untuk kesan pertama yang saya dapat di Unstoppable Car Audio, ini bengkel yang jual produk luar (import) yang harganya miring hahaha.

Daniel

(Komunitas mobil Bekasi)

Saya dua kali kesini untuk nambah audio sama aksesoris. Saya biasanya ke Baz auto Fokus, soalnya dia udah terkenal di Bekasi kan. Cuma kemaren anak satu komunitas pakai produk yang saya mau tapi belum ketemu yang pas, katanya disini ada, akhirnya setelah dua minggu barang saya datang juga. Kualitas produknya disini bagus, sesuai sama ekspektasi saya ngga ada cacat. Kurangnya paling lokasi, soalnya Jati Asih agak jauh dari tengah kota, kalo ngga dikasih tau temen saya ngga bakalan tau nih Unstoppable Car Audio. Sisanya paling pelayanannya kurang sigap ya untuk nyambut tamu, tapi *overall* sih mantap deh haha.

Luthfi

(Komunitas Mercedes Benz Jakarta)

Saya udah beberapa kali dateng kesini, saya tau waktu saya datang di kontes audio yang di JCC Senayan, tapi lupa saya tahun berapa pokoknya udah agak lama. Waktu itu saya denger kualitasnya alus banget dan produk yang dipamerin jarang dipasaran Jakarta, jadi saya bela-belain jauh-jauh kesini dan terbayar sih sama yang saya dapetin, hampir semuanya ada disini, kalau ngga ada bisa pesen 2-3 minggu udah dateng barangnya, puas banget deh pokoknya. Sebelumnya di Innovation karena deket rumah, bagus banget sih dia

pelayanannya, tapi agak kurang lengkap produknya dan harganya agak di atas rata-rata. Kurangnya kalo disini jauh banget dari rumah saya, tapi kalo buat produk yang saya cari, rela saya kesini. Unstoppable Car Audio menurut saya bengkel untuk cari produk audio yang sulit ditemukan.