

**PENGEMBANGAN BISNIS WARUNG DENGAN
PENDEKATAN KONSEP RITEL MODERN
PADA WARUNG K DI JAKARTA BARAT**

RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk menyelesaikan Program
Strata Satu Program Studi Manajemen



Oleh :

SUPADIYANTO
NIM: 2014511246

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI IPWI JAKARTA
PROGRAM SARJANA PRODI MANAJEMEN S1
JAKARTA
2018**



© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya, laporan non skripsi ini kupersembahkan untuk :

1. Bapak dan Ibu tercinta yang aku hormati dan aku sayangi, serta seluruh keluargaku, istri dan anak-anakku Dinda dan Fiqa yang senantiasa memberi doa dan dukungan.
2. Atasan dan rekan kerja yang telah memberikan dukungannya sehingga laporan ini bisa saya selesaikan, terutama Bp Willianto Susilo (GM SSP).
3. Almamaterku dan Kampusku tercinta STIE IPWIJA.





SURAT PERNYATAAN

Bersama ini,

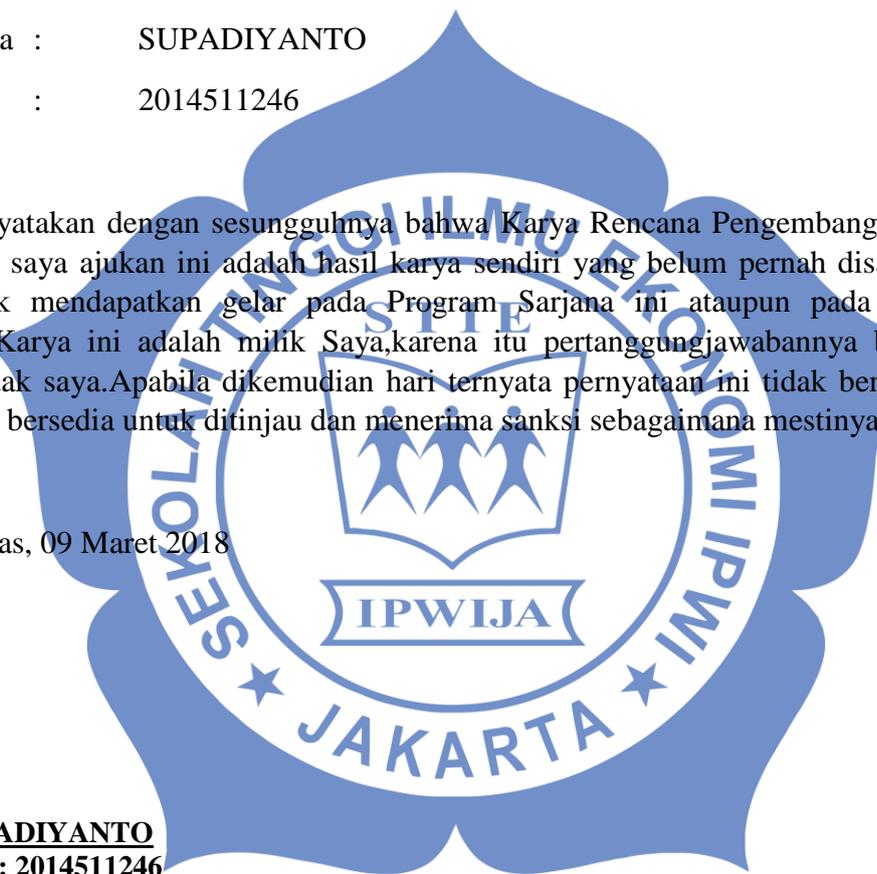
Nama : SUPADIYANTO

Nim : 2014511246

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Rencana Pengembangan Bisnis yang saya ajukan ini adalah hasil karya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar pada Program Sarjana ini ataupun pada program lain. Karya ini adalah milik Saya, karena itu pertanggungjawabannya berada di pundak saya. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka Saya bersedia untuk ditinjau dan menerima sanksi sebagaimana mestinya.

Cikeas, 09 Maret 2018

SUPADIYANTO
NIM: 2014511246



© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI IPWI JAKARTA
PROGRAM SARJANA – PRODI MANAJEMEN S1**

TANDA PERSETUJUAN KARYA RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS

Nama Mahasiswa : SUPADIYANTO
NIM : 2014511246
Judul Skripsi : **PENGEMBANGAN BISNIS WARUNG
DENGAN PENDEKATAN KONSEP RITEL
MODERN PADA WARUNG K DI JAKARTA
BARAT.**

Cikeas, 09 Maret 2018

Dosen Pembimbing

Y.I GUNAWAN,SE.,MM.

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

PENGEMBANGAN BISNIS WARUNG DENGAN PENDEKATAN KONSEP RITEL MODERN PADA WARUNG K DI JAKARTA BARAT



SUPADIYANTO
NIM: 2014511246

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada hari Senin tanggal 12 bulan Maret tahun 2018
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai
Non Skripsi Program Sarjana Manajemen – Program Studi Manajemen

1. Dr. Susanti Widhiastuti, SE., MM
Ketua Tanggal :
2. Y.I. Gunawan, SE., MM
Anggota Tanggal :
3. Eswanto Sugeng Rahayu, SE., MM
Anggota Tanggal :

Menyetujui

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWIJA
Program Sarjana – Program Studi Manajemen
Ketua Program,

Dr SUSANTI WIDHIASTUTI ,SE., MM
Tanggal :



RINGKASAN EKSEKUTIF

Bisnis Ritel di Indonesia masih punya potensi besar untuk dijalankan, terutama Consumer Goods Retailer, yaitu bisnis ritel yang menjual kebutuhan sehari-hari konsumen, dimana saat ini banyak sekali bermunculan pemain dalam bisnis ini khususnya Ritel Modern.

Beranjak dari hal di atas maka dibangunlah Warung K, yang dijalankan di sebuah Gang di Jl Mangga Besar XI, Kelurahan Tangki, Kecamatan Taman Sari, Jakarta Barat. Tujuan karya pengembangan ini adalah membuat rencana pengembangan bisnis warung tradisional menggunakan pendekatan konsep toko ritel modern.

Ruang lingkup dari rencana pengembangan bisnis ini meliputi pemasaran, penjualan, sumberdaya manusia, keuangan dan dampak serta resikonya. Dengan harapan nantinya Warung K dapat bersaing dengan Retailer Modern.

Investasi yang dibutuhkan tidaklah besar yaitu Rp 75.000.000,- yang terdiri dari investasi Rp 59.930.970 dan juga modal kerja sebesar Rp 15.000.000. Hasil penghitungan keuangan dari pengembangan ini layak untuk dijalankan. Berdasarkan hitungan project evaluation bisnis ini akan kembali modal pada bulan ke 19, dengan proyeksi nilai omset sebesar Rp 729.000.000,-.

Warung K sudah menunjukkan angka yang positif pada tahun pertama yakni mencapai 72% angka pengembalian modal, dan dengan kondisi tersebut



diprediksi dalam kurun waktu 16 bulan Warung K sudah kembali modal, dari hal tersebut bisnis ini masih layak untuk dijalaankan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas lindunganNya maka Karya Rencana Pengembangan Bisnis dengan judul “RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS WARUNG MENGGUNAKAN PENDEKATAN KONSEP TOKO RITEL MODERN PADA WARUNG K DIJAKARTA BARAT” ini dapat diselesaikan tepat waktu. Selain dari pada itu penyelesaian karya ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Y.I. GUNAWAN, SE., MM selaku pembimbing yang tidak kenal lelah meluangkan waktu memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis.
2. Dr SUSANTI WIDHIASTUTI, SE., MM selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen S1 STIE IPWIJA.
3. DR. SUYANTO, SE, MM, M.Ak. Selaku Ketua STIE IPWIJA.
4. Pimpinan Yayasan dan Pengelola WARUNG K.
5. Civitas Akademika STIE IPWIJA.
6. Rekan-rekan mahasiswa Program Pasca Sarjana Magister Manajemen STIE IPWIJA.
7. Keluarga tercinta yang senantiasa memberikan dukungan dan dorongan semangat.
8. Pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.



Semoga bantuan yang bapak, ibu, dan rekan-rekan berikan mendapat imbalan dari Tuhan Yang Maha Kuasa dan penulis berharap hasil karya perencanaan bisnis yang sederhana ini dapat memberikan manfaat bagi perusahaan, pembaca, pelaku bisnis, dan pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu serta perkembangan ilmu pengetahuan.

Bogor, 09 Maret 2018

Penulis



© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Surat Pernyataan	ii
Persetujuan Karya Pengembangan Bisnis	iii
Pengesahan Karya Pengembangan Bisnis	iv
Kata Pengantar	v
Ringkasan Eksekutif	vi
Daftar Isi	vii
BAB1 PROFIL PERUSAHAAN.....	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identitas Perusahaan	4
1.3 Visi-Misi Perusahaan	5
1.4 Struktur Organisasi	6
1.5 Rencana Pelaksanaan Usaha	7
BAB 2 GAMBARAN PRODUK.....	10
2.1 Analisis Situasi.....	10
2.2 Gambaran Produk.....	12
2.3 Keunggulan Produk.....	15
2.4 Harga Produk	16



© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB 3 SURVEY DAN EVALUASI PASAR.....	17
3.1 SURVEY PASAR	17
3.1.1 Gambaran Pasar	17
3.1.2 Persaingan	18
3.1.3 Posisi Bisnis	20
3.2 EVALUASI PASAR.....	20
3.2.1 Gambaran Target Pasar	21
BAB 4 HASIL ANALISIS BISNIS.....	24
4.1. STRATEGI PEMASARAN.....	24
4.2. ANALISA PENJUALAN.....	27
4.3 ANALISA SUMBER DAYA MANUSIA.....	34
4.4 ANALISA KEUANAGAN.....	36
4.4.1. Investasi	36
4.4.2 Laporan Keuangan	37
4.5 ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA	43
4.5.1. Dampak Usaha	43
4.5.2 Resiko Usaha	43
BAB 5 KESIMPULAN.....	44
5.1. KESIMPULAN	44
5.2. SARAN	45
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

BAB 1 PROFIL PERUSAHAAN

1.1.Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil Menengah atau yang kita kenal dengan kata UMKM saat ini memiliki peran yang sangat besar bagi perekonomian di Indonesia, terbukti bahwa pada saat Perekonomian Indonesia mengalami goyah pada tahun 1998, satu persatu perusahaan perusahaan mengalami pailit dan tidak sedikit yang hijrah dari negara ini, dan justru bisnis UMKM tidak terpengaruh kondisi pada saat itu dan menjadi tulang punggung bangsa pada saat itu.

Berdasarkan Undang undang Nomor 20 tahun 2018 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Maka dapat kita ketahui perbedaannya :

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang, kriteria asset maksimal Rp 50 juta dan omset maksimal Rp 300 juta.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar, sebagaimana diatur dalam undang-undang kriteria asset : Rp 50 juta s/s 500 Juta, dengan Omset Rp 300 juta s/d Rp 2,5 Milyard.



3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar, sebagaimana diatur dalam undang-undang kriteria aset :Rp 500 juta s/d Rp 10 Milyard dengan Omset \leq Rp 2,5 Milyard s/d Rp 50 Milyard.

Menurut Tambunan dalam Wahyuniarso (2013:14) industri kecil merupakan kegiatan industri yang dikerjakan di rumah-rumah penduduk yang pekerjanya merupakan anggota keluarga sendiri yang tidak terikat jam kerja dan tempat.

Dan jenis usaha yang banyak digeluti atau banyak diminati adalah usaha Ritel, Apa itu Ritel...?? menurut I Nyoman S (2011), Ritel merupakan Rangkaian kegiatan Perdagangan baik itu berupa BARANG ataupun JASA dari pihak Penjual kepada Konsumen Langsung, dan tidak dapat dipungkiri usaha Ritel yang dapat kita jumpai dan tumbuh subur dijalankan oleh masyarakat adalah Consumer Goods Retailer, atau biasa kita kenal dengan WARUNG/TOKO KELONTONG/TOKO RUMAHAN yang berada disekitar kita, dimana mereka melakukan kegiatan yang menjual kebutuhan pokok sehari-hari kepada konsumen.

Seiring berjalannya waktu di Indonesia mulai tumbuh juga secara pesat Ritel Modern dari mulai yang mini, menengah dan sampai yang bersekala

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



besar, yang mana mereka dimiliki oleh beberapa konglomerat dan pengusaha besar di Indonesia, sebut saja beberapa diantaranya adalah : Alfamart, Indomaret, Alfamidi, Superindo, Hyper Market, Lotte Whole Sale dan masih banyak yang lain.

Dengan banyaknya pemain di dunia Ritel Modern terutama Consumer Goods Retailer maka banyak stigma-stigma dan pikiran yang bermunculan oleh para pelaku usaha Ritel Warung yang sudah eksist ataupun calon pelaku usaha yang baru akan menjalankan usaha tersebut bahwa mereka (Ritel Modern) mematisikan atau menggeser posisi mereka ditengah masyarakat / konsumen.

Benar saja, dengan segala kelebihan yang mereka miliki mulai dari Lokasi yang strategis, Penampilan toko yang menarik, Ketrampilan dan Keahlian Sumberdaya Manusia, mereka bisa menguasai hampir 80% pasar dibandingkan dengan para pelaku Ritel Warung.

Berdasarkan latar belakang diatas maka Penulis tertarik untuk mencoba mengembangkan Ritel Tradisional yang ada saat ini, ataupun para calon pelaku usaha Ritel yang baru akan menjalankan, dan menuangkan dengan judul : **“RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS WARUNG MENGGUNAKAN PENDEKATAN KONSEP TOKO RITEL MODERN PADA WARUNG K DI JAKARTA BARAT”**

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



1.2. IDENTITAS PERUSAHAAN

Berawal dari yayasan dari yang berlokasi di Jl. Mangga Besar XI, No 32, Tangki, Taman Sari, Jakarta Barat, menurut pengamatan beberapa anggota yayasan yang melihat ada area disekitar gedung yang dapat difungsikan untuk usaha dan bermanfaat bagi yayasan, maka oleh anggota yayasan meminta kepada pengurus untuk dapat didiskusikan dengan anggota yayasan dalam rangka mewujudkan keinginan adanya usaha yang bermanfaat bagi yayasan dan masyarakat serta para pengguna jalan dan fasilitas di sekitar gedung tersebut.

Setelah pengurus dan anggota berdiskusi dalam rangka memanfaatkan area disekitar gedung tersebut maka dihasilkan keputusan dalam pemanfaatan area tersebut dijadikan warung atau toko kelontong dengan nuansa yang berbeda, dapat bermanfaat bagi masyarakat disekitar gedung dan dapat bersaing dengan toko-toko modern yang mulai banyak disekitar wilayah mangga besar khususnya di Jl Mangga Besar XI, dan diberi nama Warung K.

Warung K berdiri serta diresmikan pada tanggal 12 Januari 2017 di Gedung Yayasan Marga Kwok, di Jl. Mangga Besar XI No 32, Kelurahan Tangki, Kecamatan Taman Sari, Jakarta Barat 11170, dengan menggunakan pendekatan konsep toko ritel modern warung tersebut berkerja sama dengan salah satu pemain ritel modern yang sudah ternama dan ahli dalam pengelolaan toko ritel, dengan harapan Warung K dapat memenuhi kebutuhan

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



sehari-hari dengan barang yang berkualitas dan dapat memberikan pelayanan yang bersahabat bagi para konsumen yang berbelanja.

1.3.VISI – MISI PERUSAHAAN

1.3.1 VISI WARUNG K

“Menjadi Warung Tradisional Yang Benuansa Modern, Bersahabat Bagi Semua Konsumen dan Mampu Bersaing Dimasa Mendatang” dengan mengusung visi diatas maka keberadaan Warung K harus mampu memberikan nuansa modern, bersahabat bagi semua kalangan konsumen yang berbelanja, serta dapat bersaing dengan kompetitor-kompetitor yang lain dengan cara yang sehat ditengah segala keterbatasan kondisi warung tersebut.

1.3.2 MISI WARUNG K

“Menyediakan Kebutuhan Sehari-hari Konsumen dengan barang Berkualitas, Serta Memberikan Pelayanan Yang Bersahabat Untuk Konsumen” dengan misi tersebut Warung K berusaha untuk mencari distributor yang mampu memenuhi kebutuhan barang yang akan dijual kepada konsumen dengan barang-barang yang terjamin kualitasnya serta menyediakan sumber daya manusia yang kompeten untuk memberikan pelayan kepada konsumen.

Maka dari itu dalam mendapatkan barang Warung K juga mempercayakan service atau pelayanan dari Mitra Ritel Modern dan beberapa distributor guna memasok kebutuhan barang dagangan yang akan dijual kepada konsumen



Warung K, dimana kualitasnya akan terjamin jika barang yang didapatkan juga dari sumber yang terpercaya.

Dan untuk menunjang Sumber daya manusia pihak Warung K juga memberikan kesempatan untuk mengikuti pelatihan untuk menambah keahlian dan keterampilan pengelolanya, Warung K memanfaatkan salah satu keuntungan dari kerjasama dengan pelaku Ritel Modern yang sudah sangat berpengalaman bahwa mereka akan memberikan pelatihan-pelatihan dan pendampingan operasional untuk Warung K.

1.4. STRUKTUR ORGANISASI



Gambar 1.4 Struktur organisasi warung

Dan berikut adalah susunan struktur organisasi Warung K, masing masing memiliki peran sebagai berikut :

- Yayasan Marga Kwok, merupakan wadah dari sebuah perkumpulan dan bertindak sebagai pemilik serta pengawas dalam usaha Warung K.

- Bp Dudi selaku kepala pengelola bertindak sebagai Pemimpin dan bertanggung jawab dalam beroperasinya Warung K, dan melaporkan segala hal kepada Yayasan.
- Bp Yayan sebagai pengelolabertindak sebagai operator warung saat kepala warung tidak ditempat
untuk pertanggung jawaban atas segala sesuatu yang terjadi baik itu administrasi dan keuangan dilaporkan langsung kepada pengurus dan anggota yayasan sebagai pemilik modal dan pemilik warung

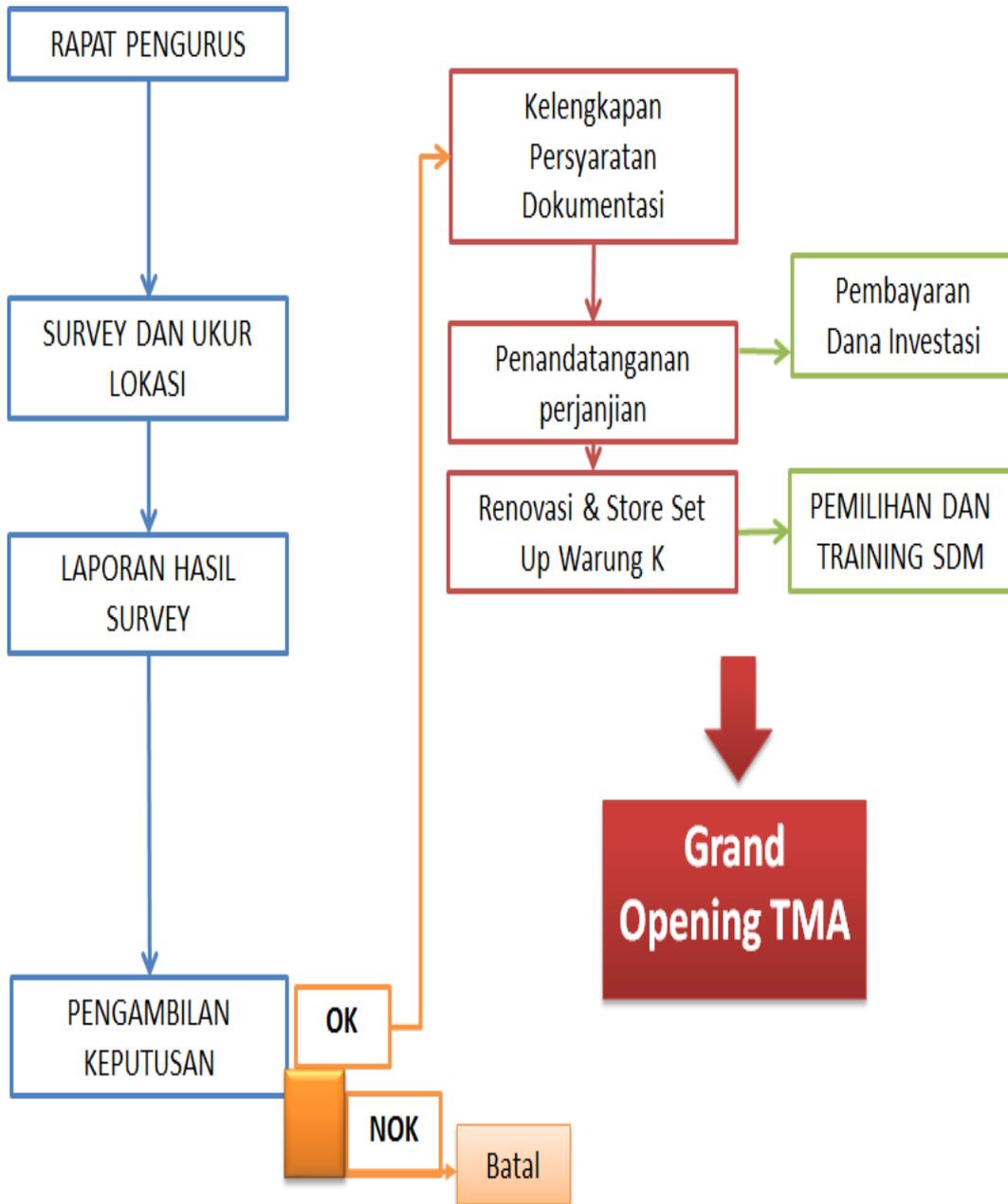
1.5.RENCANA PELAKSANAAN USAHA

NO	AKTIVITAS	PELAKSANAAN																	
		DESEMBER						JANUARI											
		S	S	K	J	S	J	S	M	S	S	R	K						
		12	13	15	16	19	23	26	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	RAPAT PENGURUS																		
2	SURVEY DAN UKUR LOKASI																		
3	LAPORAN HASIL SURVEY																		
4	PENGAMBILAN KEPUTUSAN																		
5	PEMENUHAN DOKUMENTASI																		
6	PENANDATANGANAN PERJANJIAN																		
7	PEMBAYARAN DANA INVESTASI																		
8	RENOVASI DAN SET UP WARUNG																		
9	PEMILIHAN DAN TRAINING SDM																		
10	PEMBUKAAN WARUNG K																		

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Tabel 1.5 Rencana pelaksanaan pembukaan Warung K



Gambar 1.5.1 Gambar Alur Rencana Pelaksanaan

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta

Tabel diatas merupakan rencana pelaksanaan pemilihan bisnis Warung K, dimana kita bisa melihat bahawa untuk proses dari awal pemilihan jenis usaha yang akan dilaksanakan sampai dengan dibukanya Warung K membutuhkan 32 hari kerja.

1.6. ALUR PELAKSANAAN DISTRIBUSI KEBUTUHAN BARANG WARUNG



- i. Proses distribusi barang dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu :
 - Memanfaatkan kerjasama dengan Alfamart, yaitu dengan program yang dimiliki Warung K dapat menikmati harga khusus pedagang serta mendapatkan layanan gratis kirim atas pembelian yang dilakukan.
 - Memanfaatkan adanya distributor barang ritel yang mana akan menjadi sebuah pilihan Warung K dalam mendapatkan barang dagangan yang akan dijual kepada konsumen Warung K.

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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





© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB 2 GAMBARAN PRODUK

2.1 ANALISIS SITUASI

Dalam menjalankan suatu usaha sebuah organisasi/perusahaan haruslah melakukan analisa situasi baik itu dari Internal dan Eksternal, sehingga Organisasi/perusahaan dapat dengan benar dalam mengambil keputusan untuk menjalankan sebuah usaha. Berdasarkan pada analisa tersebut pada Warung K didapatkan beberapa indikator internal dan eksternal, yakni :

2.1.1 Analisis lingkungan Internal

- Lokasi yang strategis

“Bahwa keberhasilan sebuah usaha ritel pertama kali ditentukan oleh ketepatan pemilihan lokasi usaha ritel” (I Nyoman Sugiarta, 2011), untuk lokasi Warung K, berada dalam lokasi yang sangat strategis baik dari sisi jumlah populasi dikarenakan berada pada lingkungan Rumah Kost dan dari sisi lokasi berada pada pertigaan jalan yang mudah untuk dilihat oleh pengguna jalan, serta memiliki area parkir yang cukup.

- Modal yang cukup

Menurut Dr. Kasmir dan Jakfar “ Bahwa untuk memenuhi kebutuhan investasi, modal dapat dicari dari berbagai sumber dana yang ada dan dapat dipilih, apakah dengan cara menggunakan modal sendiri atau modal pinjaman” dalam hal ini Warung K memilih untuk menggunakan modal sendiri yang dimiliki oleh yayasan, dikarenakan modal yang diperlukan tidak terlalu besar.

- Sumber daya manusia yang dimiliki terbatas dan belum memiliki keahlian pada bidang usaha yang dijalankan, sehingga pada dasarnya Warung K dalam memenuhi keterampilan dan keahlian sumber daya manusianya memanfaatkan adanya program kemitraan yang diadakan oleh salah satu perusahaan ritel yang sudah berpengalaman yaitu Alfamart.

2.1.1 Analisis lingkungan Eksternal

- Potensi pasar
Potensi pasar merupakan salah satu faktor pendukung dalam mencapai tujuan sebuah usaha ritel, Warung K memiliki pasar yang sangat bagus sebab dikelilingi oleh bangunan-bangunan Rumah Kost yang rata rata semua berpenghuni sudah pasti adalah merupakan potensi pasar yang bagus karena pada dasarnya mereka untuk memenuhi kebutuhan sehari hari harus berjalan keluar atau naik ojek untuk mencapai ritel modern yang rata rata berada pada jalur utama.
- Bantuan dari pihak lain

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Dalam menjalankan usaha Warung K terbilang pemula dan belum banyak pengalaman dibidangnya, sehingga sangat membutuhkan bantuan dan dukungan dalam menjalankan usaha tersebut. Maka dari itu Warung K melakukan kerja sama dengan perusahaan ritel modern yang memiliki program kemitraan dalam hal ini adalah Alfamart, serta para distributor dan agen dalam mendapatkan barang dagangan.

2.2 GAMBARAN PRODUK

Menurut Alma (2000) “ Produk adalah seperangkat atribut yang berwujud maupun tidak berwujud, termasuk didalamnya masalah warna, harga, nama baik pihak penjual serta pelayanan pembeli yang diterima demi memuaskan keinginannya” Warung K adalah tampilan dari sebuah warung tradisonal yang ada pada sekitar kita yang mana dalam operasionalnya Warung K menggunakan pendekatan konsep toko ritel modern yang selama ini menjadi pilihan banyak konsumen pada umumnya, adapun gambaran umum produk warung K adalah sebagai berikut :

NO	PRODUK	PROSENTASE
1	SNACK & MINUMAN RINGAN	30%
2	CIGARET	25%
3	SEMBAKO	20%
4	PERAWATAN TUBUH	20%
5	LAIN-LAIN	5%
	TOTAL	100%

Tabel 2.2 bauran item jual warung kSumber: Data penelitian yang diolah 2017



© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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





© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



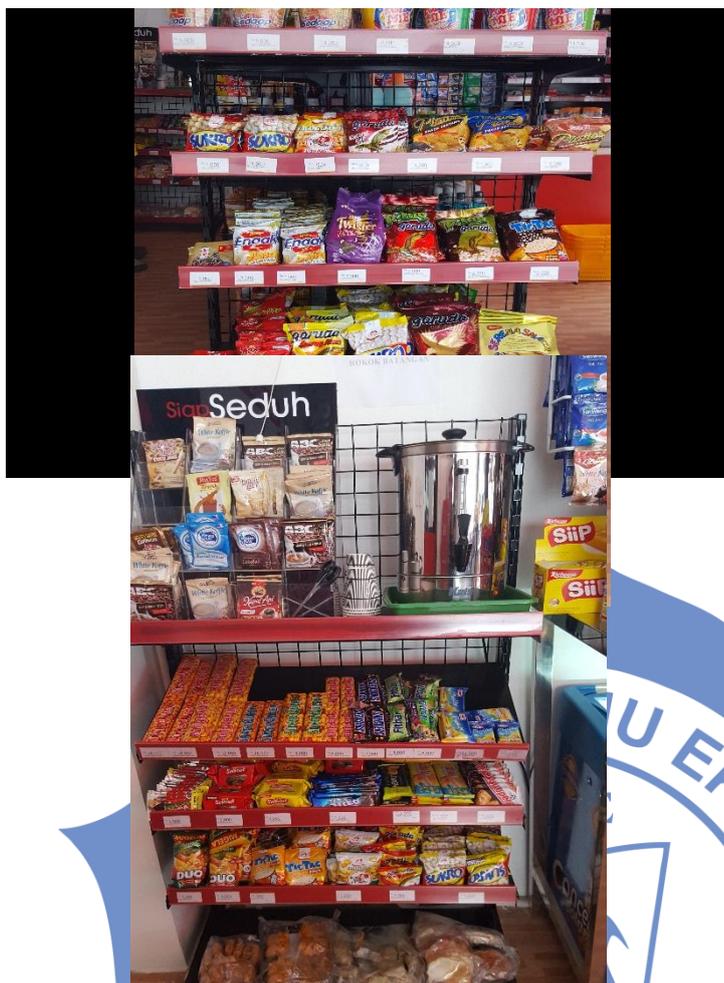


© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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





Gambar 2.2.1 Produk Warung K

2.3 KEUNGGULAN PRODUK

Berbicara keunggulan produk Warung K, untuk sekelas warung sangat bisa dijadikan alternatif ataupun pilihan konsumen sebagai tempat berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari selain ke toko ritel modern, dan warung atau toko-toko yang berada disekitar lokasi.

Dalam dunia ritel pengelolaan barang dagangan yang akan dijual toko ritel dikenal dengan sebutan Merchandising Management (I Nyoman

Sugiarta) Warung K adalah merupakan perwujudan warung tradisional yang memiliki keinginan untuk maju dan dapat bersaing dengan toko ritel modern yang saat ini banyak diminati oleh konsumen, dengan Menggunakan Pendekatan Konsep Toko Ritel Modern, berikut beberapa keunggulan Produk Warung K

- Kualitas barang dagangan yang terjamin karena didapatkan dari pemasok yang terpercaya salah satunya Alfamart melalui program yang dimiliki.
- Kualitas barang juga terjamin melalui pemajangan yang sudah menggunakan alat display berupa rak display yang berstandar sehingga menjaga kemasan dan isi produk .
- Sumber daya manusia yang terampil dan terlatih dalam mengelola barang dagangan mulai dari pemesanan, penerimaan, pemajangan, dan sampai dengan penjualan.
- Menggunakan sistem FEFO (First Expaiired First Out) artinya pengelola toko secara rutin melakukan pengecekan masa kadaluarsa barang agar barang yang masa kadaluarsanya lebih pendek maka itulah yang dijual terlebih dahulu.
- Melayani jasa pembayaran PPOB (Payment Point Online Billing) berupa: Pembelian Pulsa, token listrik, pembayaran cicilan motor, BPJS dan lain-lain.

2.4 HARGA PRODUK

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Menurut Swasta (2000: 2011) Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Salah satu strategi pemasaran ada yang namanya Strategi penetapan harga, Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, maka setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat, karena harga merupakan unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan. Pengelola Warung K juga tidak asal dalam penetapan harga produk, dan tidak hanya mementingkan kepentingan laba Warung K, pengelola juga memperhatikan dari sisi segmentasi pasar yang akan berbelanja di Warung K, harga perolehan, serta biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kebutuhan operasional Warung K, sehingga harapannya Warung K juga masih dapat bersaing dengan para kompetitor baik Ritel modern ataupun warung dan toko yang berada disekitar lokasi Warung K.

NAMA BARANG	HARGA BELI	KEUNTUNGAN %	KEUNTUNGAN Rp	HARGA JUAL	
AQUA 1.5LT	4000	25	$4000 \times 25\% = 1000$	$4000 + 1000$	5000
		20	$4000 \times 20\% = 800$	$4000 + 800$	4800
		15	$4000 \times 15\% = 600$	$4000 + 600$	4600

Gambar 2.4 Contoh penetapan harga jual dan keuntungan Warung K.

BAB 3

SURVEY DAN EVALUASI PASAR

3.1 SURVEY PASAR

3.1.1 GAMBARAN PASAR

Warung K berdiri di tengah pemukiman yang berada pada pusat keramaian kota Jakarta Barat, tepatnya di Jl Mangga Besar XI, dengan kondisi lingkungan yang cukup padat pastinya permintaan akan pemenuhan kebutuhan sehari-hari sangat tinggi.

Kondisi di lokasi Warung sangat Unik mulai dari strata ekonomi tinggi, menengah bahkan sampai rendah pun juga ada, dan jika dilihat dari segi usia juga beragam mulai dari anak-anak, remaja, dewasa juga ada di lokasi tersebut, dan berikut adalah beberapa hasil pengamatan dan survey lokasi tersebut:

NO	SEGMENT KONSUMEN	PROSENTASE
1	INDIVIDU/KOST	40 %
2	RUMAH TANGGA	30 %
3	SISWA SEKOLAH	20%
4	PENGGUNA JALAN	10%
5	JUMLAH	100%

Tabel 3.1.1 Sumber: Data penelitian yang diolah 2017

Berdasarkan tabel 3.1.1 bahwa dapat ditunjukkan target pasar dari Warung K adalah Individu sebanyak 40%, Rumah Tangga sebanyak 30%, siswa sekolah 20%, dan pengguna jalan 10%, sehingga dapat dikatakan yang paling dominan adalah para penghuni kost.

3.1.2 PERSAINGAN

Persaingan pada bisnis ritel tidak bisa dihindari lagi, banyaknya pemain bisnis yang satu ini menjadikan para pemain baru ataupun pemain lama pasti akan merasakan panasnya persaingan, dari yang bisa bertahan dan berkembang sampai dengana yang kalah dan harus tutup/bangkrut.

NO	NAMA WARUNG	JENIS	JARAK	PERSAINGAN
1	KANG DADANG	WARKOP	7M	SEDANG
2	MPOK IDA	WARUNG	10M	TINGGI
3	WARTEG BAHARI	TEMPAT MAKAN	15M	RENDAH
4	RUDI	KLONTONG	10M	TINGGI
5	MAK PINAH	NASI UDUK	20M	RENDAH
6	ALFAMART MABES IX	RITEL MODERN	100M	TINGGI
7	INDOMARET	RITEL MODERN	100M	TINGGI

Tabel 3.1.2 Data pesaing Warung K, Data penelitian yang diolah 2017

Dengan sudah adanya warung dan toko disekitar Warung K maka pesaing utama pada bisnis Warung K adalah sesama warung dan toko kelontong disekitar Warung K berada, dan tidak terkecuali bagi ritel modern yang berada tidak jauh dari Warung K dimana mereka sudah lebih dulu beroperasi dalam bisnis tersebut sehingga konsumen juga sudah mengenal warung dan toko tersebut, akan tetapi pengelola yakin bahwa dengan penerapan konsep bisnis toko modern yang dijalankan maka Warung K akan selalu ada dan dapat bertahan, berikut analisa menggunakan SWOT:

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



1. SO (strategi menggunakan kekuatan untuk meraih peluang)
 - Menambahkan pelayanan untuk memaksimalkan potensi pasara yang ada.
 - Mengadakan pelatihan (permohonan free traineng)
 - Menjalin kerjasama dengan mitra
2. SW (strategi menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman)
 - Mengadakan kegiatan dengan menggandeng mitra
 - Mengadakan pelatihan dengana mitra.
3. WO (strategi untuk meminimalkan kelemahan untuk meraih peluang)
 - Penetapan harga yang kompetitif
 - Pembuatan brosur
 - Pelatihan sumber daya manusia
4. WT (strategi meminimalkan kelemahan untuk lolos dari ancaman)
 - Permintaan Support Supplier
 - Selalu bersosialisasi dan membaur dengan masyarakat sekitar



© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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





Gambar 3.1.2. 2 Matrix Swot pada Warung K

FAKTOR INSTERNAL	STRENGHT (S)	WEAKNESS (W)
	LOKASI YANG STRATEGIS	NON RETURNABLE SUPLIER
	MENGGUNAKAN POS	BRAND YANG BELUM KUAT
	KELENGKAPAN PRODUK	SDM YANG BELUM TERLATIH
FAKTOR EKSTERNAL		
OPORTUNITIES (O)	SO	ST
POTENSI PASAR YANG MASIH BESAR	PENAMBAHAN FASILITAS/PELAYANAN	PENETAPAN HARGA YANG KOMPETITIF
PENDAMPINGAN MITRA TERPERCAYA	PELATIHAN SDM	SEBAR BROSUR
PENGEMBANGAN LAYANAN	KERJA SAMA EKSTERNAL	PELATIHAN SDM
THREATS (T)	WO	WT
PERSAINGAN	MENGADAKAN ACARA KEGIATAN (BY MITRA)	PELATIHAN SDM
BARANG RUSAK/EXPAIRED	PELATIHAN SDM (BY MITRA)	
KCANGGIHAN TEKNOLOGI		

3.1.3 POSISI BISNIS

Tak kalah pentingnya dalam menjalankan Bisnis adalah mengenai Posisi bisnis tersebut pada mata masyarakat, dan menempatkan keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan itu sesuai dengan keinginan konsumen. bila kita cermati banyak para pelaku bisnis ritel ini mengeluarkan segala daya dan

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

upaya untuk mendapatkan posisi di mata konsumen, toko ritel modern yang menyajikan tampilan serta pelayanan yang optimal, Warung/toko tradisional dengan kedekatan emosional mereka dimata masyarakat, semua itu demi daya dan upaya untuk menarik hati konsumen.

Tjiptono dan Chandra (2005) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah fungsi harapan pelanggan pada pra pembelian, pada proses penyediaan kualitas yang diterima dan kualitas output yang diterima.

Melalui kegiatan positioning Warung K harus menunjukkan dan membentuk citra pada mata masyarakat dan konsumen bahwa Warung K layak sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari dengan cara memberikan kepastian kualitas barang dan pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan konsumen dimanjakan berbelanja secara swalayan, ketersediaan barang, kesesuaian harga dan juga layanan tambahan yang disajikan seperti PPOB serta pelayanan yang cepat dan bersahabat, sehingga Warung K dapat bersaing dan dapat dikenal oleh masyarakat dilokasi tersebut.

3.2 EVALUASI PASAR

3.2.1 GAMBARAN TARGET PASAR

Secara geografis dan Psikologi Warung K terletak pada lokasi yang memiliki perekonomian menengah ke atas, dapat dibuktikan bahwa hampir 60% populasi di lokasi tersebut adalah orang orang yang tinggal dirumah kost dimana fasilitas dan rumah kost yang ada berada pada kelas menengah ke



atas, sehingga dapat kita kategorikan lokasi Warung K tersebut merupakan lokasi kelas ekonomi sosialnya tinggi.

Dan lokasi Warung K yang tidak jauh dari jantung kota dapat kita kategorikan lokasi yang memiliki karakter konsumen yang menyukai modern transaksi dari pada tradisional transaksi.

Target pasar Warung K merupakan masyarakat sekitar dan juga para pengguna Jl. Mangga besar XI , dimana digambarkan sebagai berikut :

TABEL 3.2.1 BERDASARKAN KRITERIA KONSUMEN

NO	SEGMENT KONSUMEN	PROSENTASE
1	INDIVIDU/KOST	40 %
2	RUMAH TANGGA	30 %
3	SISWA SEKOLAH	20%
4	PENGGUNA JALAN	10%
5	JUMLAH	100%

Tabel 3.2.1 Sumber: Data penelitian yang diolah 2017

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa konsumen Warung K terdiri dari beberapa kriteria Individu/kost sebanyak 40%, Rumah tangga 30%, Sekolah 20%, pengguna jalan 10% dapat ditarik kesimpulan bahwa karakter konsumen di Warung K Didominasi oleh Individu/Kost.



Dari sisi usia, konsumen Warung K juga sangat variatif, mulai dari anak-anak, remaja dan juga usia dewasa.

RANGE USIA KONSUMEN	PROSENTASE
18 s/d 40	45 %
10 s/d 17	35 %
40 >	15 %
< 10	5%

Tabel 3.2.2 Sumber: Data penelitian yang diolah: 2017

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa Usia konsumen Warung K terdiri dari mulai usia kurang dari 10th sebanyak 5%, Lebih dari 40Th ada 15%, usia 10-17 sebanyak 35% dan yang paling mendominasi adalah usia 18-40 th yaitu 45%, dan dapat diartikan usia yang mendominasi adalah usia produktif sehingga sangat berpotensi untuk dapat memberikan kontribusi pembelian di Warung K.

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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





BAB 4

HASIL ANALISIS BISNIS

4.1 STRATEGI PEMASARAN

Menurut Kotler, pemasaran adalah seni sekaligus pengetahuan didalam menentukan target pasar serta mencari pelanggan, mempertahankan dan menambahnya dengan cara menciptakan, mengkomunikasikan serta memberikan nilai superior dari pelanggan.

Strategi pemasaran yang paling tepat diterapkan pada Warung K adalah strategi pemasaran langsung kepada konsumen, karena produk yang dijual oleh Warung K adalah barang kebutuhan sehari-hari konsumen.

Melihat survey dan evaluasi yang telah ada maka berikut adalah langkah langkah strategi pemasaran yang dipakai di warung k :

- Melakukan aktifitas penjualan langsung kepada konsumen
- Menjaga ketersediaan barang
- Menjaga kualitas barang dagangan
- Membuat brosur untuk dapat dibagikan kepada konsumen

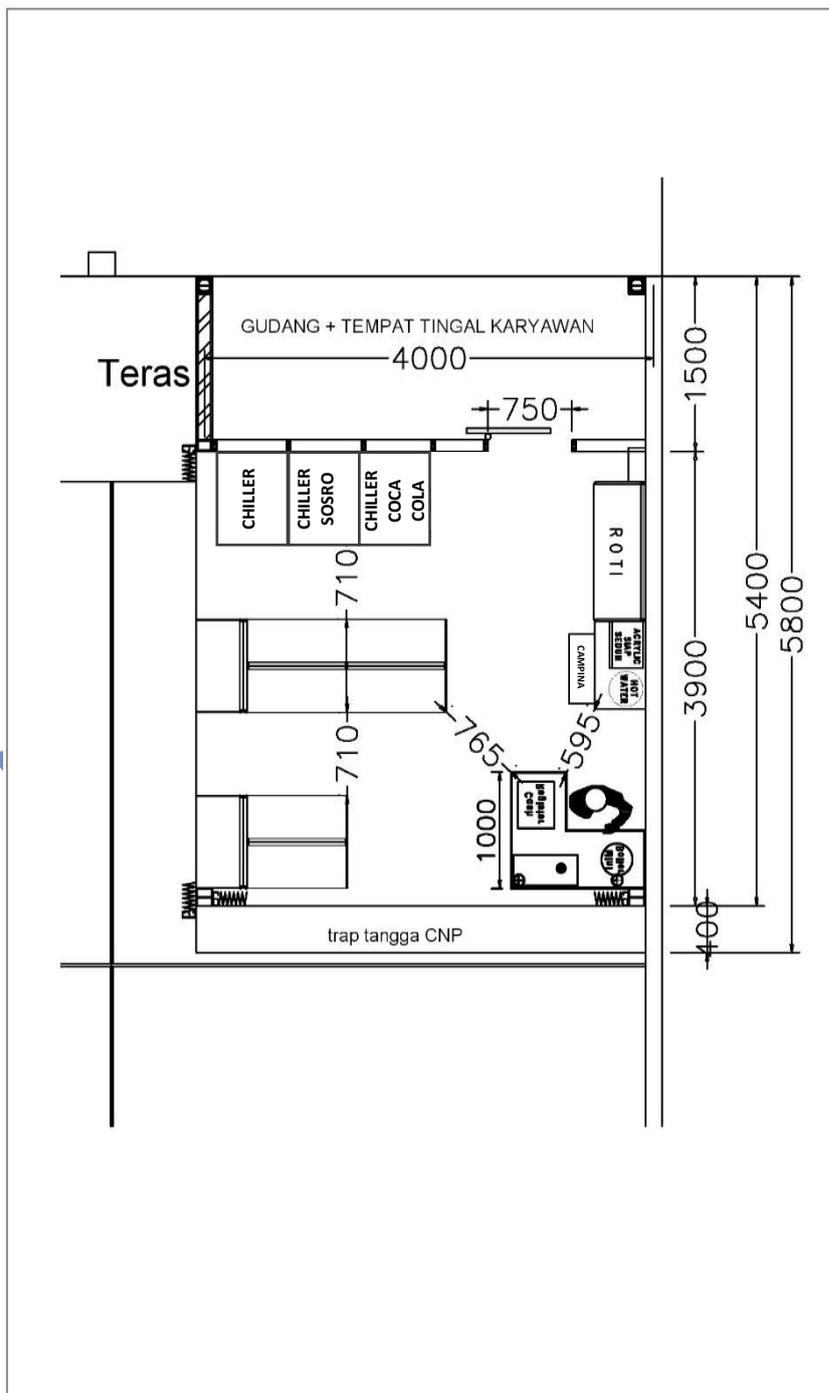
Warung harus mempunyai data akan kebutuhan konsumen mulai dari apa yang dibutuhkan, yang diinginkan, berapa banyak permintaannya dan berapa persediaan yang dimiliki, sehingga kebutuhan dapat terpenuhi.

KEBUTUHAN

KEINGINAN

PERMINTAAN

PERSEDIAAN



Gamabar 4.1 Denah Toko

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Untuk menunjang pemasaran Warung K disetting agar memudahkan konsumen dalam menemukan barang yang dibutuhkan sehingga dalam berbelanja dapat menghemat waktu .

Dari segi segmentasi pasar dapat dijalankan beberapa hal untuk menunjang pemasaran pada Warung K salah satunya memetakan kebutuhan konsumen yaitu sebagai berikut :

NO	USIA KONSUMEN	PRODUK JUAL
1	<10 TH	PERMEN,SNACK,MINUMAN RINGAN
2	10-17	PERMEN,SNACK,MINUMAN RINGAN,PERAWATAN TUBUH
3	>17	PERMEN,SNACK,MINUMAN RINGAN,PERAWATAN TUBUH,SEMBAKO, CIGARET.

Tabel 4.1 Bauran usia dengan item kebutuhan

NO	SEGMENT KONSUMEN	BARANG KEBUTUHAN
1	INDIVIDU/KOST	SNACK,MINUMAN RINGAN,SEMBAKO,ROKOK
2	RUMAH TANGGA	SEMBAKO
3	SISWA SEKOLAH	SNACK,MINUMAN RINGAN,PERMEN,ATK
4	PENGGUNA JALAN	SNACK,MINUMAN RINGAN,ROKOK





© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Tabel 4.2 Bauran segmentasi dengan item kebutuhan

Menurut Kotler dan Amstrong (2003:79) “Promosi artinya aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan berikut sarananya”.

Untuk kegiatan promosi dalam kelas warung maka Warung K melakukan

PT. SUMBER ALFARIA TRJAYA, Tbk
SMALL & MICRO BUSINESS DEPT

KERTAS KERJA SURVEY (KKS)

NO.	URAIAN	KETERANGAN
I GAMBARAN UMUM		
1	<u>Alamat Lengkap Lokasi Usulan</u>	: JL.MANGGA BESAR XI Kel/Desa : TANGKI Kec : TAMAN SARI Kab/Kota : JAKARTA BARAT Kode Pos : 11170
3	<u>Bangunan</u>	
a.	Jenis Bangunan	: <input checked="" type="checkbox"/> Ruko <input type="checkbox"/> Kios/T.Usaha <input type="checkbox"/> R. Tinggal <input type="checkbox"/> Tanah Kosong (BOT) Keterangan :
b.	Jumlah Lantai	: 4
c.	Luas Tanah (P x L)	: 400 m2
	Luas Bangunan (P x L)	: 1200 m2
d.	Kondisi Bangunan	: <input checked="" type="checkbox"/> Baik <input type="checkbox"/> Cukup <input type="checkbox"/> Kurang
e.	Fasilitas yang Disediakan	
	- Listrik (KwH)	: <input checked="" type="checkbox"/> Ada Daya 33000 <input type="checkbox"/> Tidak Ada
	- Air	: <input checked="" type="checkbox"/> PDAM <input checked="" type="checkbox"/> Tanah <input type="checkbox"/> Tidak Ada
	- Telepon	: <input checked="" type="checkbox"/> Ada Line <input type="checkbox"/> Tidak Ada
4	<u>Posisi (menghadap Bangunan)</u>	
a.	Sebelah Kiri	: GEREJA RAHMANI INDONESIA
b.	Sebelah Kanan	: KOS-KOSAN
c.	Sebelah Depan	: KOS-KOSAN
d.	Sebelah Belakang	: RUMAH WARGA
e.	Sebrang	: KOS-KOSAN
5	<u>Karakteristik Lokasi / Daerah</u>	: Hunian / Trafik*
6	<u>Dengan Pasar Terdekat</u>	
a.	Nama Pasar	: 1 _____ 2 _____
b.	Jarak	: _____ Meter _____ Meter
7	<u>Dengan Toko Terdekat</u>	
a.	Nama Toko Reguler/Franchise/TMA	: 1 ALFAMART MANGGA BESAR 2 2 ALFAMART MANGGA BESAR 92
b.	Jarak	: 500 Meter 500 Meter
II POTENSI PASAR		
8	<u>Hunian (Radius 100 Meter dari titik lokasi)</u>	
	- Utara : RUMAH WARGA	: 15 KK 3 orang = 45 orang
	- Selatan : KOS-KOSAN	: 25 KK 2 orang = 50 orang
	- Timur : KOS-KOSAN	: 30 KK 2 orang = 60 orang
	- Barat : RUMAH WARGA	: 20 KK 3 orang = 60 orang
	Total Hunian (jiwa)	215 orang
	Frekuensi Belanja/Bulan (1 - 4)	4
	Sub Total STD (hunian)	28
9	<u>Trafik Depan Lokasi</u>	<input type="checkbox"/> 8 jam <input checked="" type="checkbox"/> 14 jam
	Pengamatan (15 menit) pada jam	: 10.15 s/d 10.35
- Mobil	: 5 Unit	0.25 % = 1 Unit / hari
- Motor	: 18 Unit	1 % = 17 Unit / hari
- Pejalan Kaki	: 30 Orang	1 % = 28 Orang / hari
	Sub Total STD (trafik)	46



© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

10 Faktor Pendukung

LOKASARI	Jarak	100	:	30	Orang	10 %	=	3 Orang
GEREJA	Jarak	SEBELAH	:	20	Orang	10 %	=	2 Orang
KONVEKSI	Jarak	100	:	25	Orang	10 %	=	2 Orang
SEKOLAH SD	Jarak	100	:	100	Orang	10 %	=	10 Orang
	Jarak		:		Orang	%	=	Orang
	Jarak		:		Orang	%	=	Orang
Sub Total STD (faktor pendukung)								17 Orang

11 Tingkat Persaingan / Pesaing Potensi

a. Minimarket / Swalayan	:	2 Qty	ALFAMART
b. P&D / Grosir	:	Qty	
c. Pasar	:	Qty	
d. Warung	:	3 Qty	WARUNG WARGA

12 Pangsa Pasar

- Usulan Lokasi	:	70 %
- Pesaing sejenis	:	30 %
	:	%
	:	%

13 Fasilitas Umum / Sarana

In	Out	In	Out
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14 Status ekonomi lokasi

<input type="checkbox"/>	Upper	<input checked="" type="checkbox"/>	Middle & Lower
--------------------------	-------	-------------------------------------	----------------

15 Karakteristik Lokasi

<input type="checkbox"/>	High Traffic	<input checked="" type="checkbox"/>	Residential
--------------------------	--------------	-------------------------------------	-------------

Sitting

18 Single Pole

<input checked="" type="checkbox"/>	Perlu	<input type="checkbox"/>	Tidak perlu	<input type="checkbox"/>	Lainnya
-------------------------------------	-------	--------------------------	-------------	--------------------------	---------

19 Estimasi Leaflet

:	Lembar
---	--------

20 Estimasi Penjualan

a. STD	:	64
b. APC	:	20,000
c. SPD	:	1,280,000

21 Lampirkan Peta Lokasi

(dilampirkan di belakang form KKS)

22 Rekomendasi/Usulan & Komentar

Diusulkan

Diperiksa

Disetujui

Surveyor

MRM

SMER Mgr & BM / DBM

**) pilih salah satu*

**) (di isi oleh minimal Coord)*

Keterangan :

Out : Fasilitas Umum / Sarana yang berada di luar area lokasi usulan, namun masih berada dalam radius 250 meter area tersebut.

NRA: SAT/FRM/LD/004_Rev:007_270212

Gambar 4.2 Data pendukung estimasi penjualan warung

No.	Plu	ITEM	QTY	12 BULAN	HARGA	TOTAL	GM %	GM Rp	CONT MARGIN
1	262,564	AQUA AIR MINERAL GLN 19L (BKL)	277	3,324	18,000	59,832,000	26%	15,556,320	17.4
2	5,867	AQUA BOTOL 1500ML	509	6,108	5,000	30,540,000	24%	7,329,600	8.2
3	154,870	SAMPOERNA A MILD MRH 16(PB)	265	3,180	21,000	66,780,000	10%	6,678,000	7.5
4	196,009	BEAR BRAND KLG 189ML	190	2,280	8,500	19,380,000	16%	3,062,040	3.4
5	121,554	ALFAMART AIR MINERAL 1500ML	350	4,200	3,500	14,700,000	16%	2,322,600	2.6
6	121	PHILIPS LED 6W	36	432	30,000	12,960,000	17%	2,203,200	2.5
7	165,128	DIARUM SUPER 12 (PB)	77	924	18,000	16,632,000	10%	1,663,200	1.9
8	121,408	MARLBORO ICE BLAST 20	46	552	25,000	13,800,000	10%	1,380,000	1.5
9	100,083	U MILD 16	38	456	18,000	8,208,000	16%	1,313,280	1.5
10	8,658	INDOMIE GORENG 84G	265	3,180	2,500	7,950,000	16%	1,256,100	1.4
11	5,868	AQUA BOTOL 600ML	200	2,400	3,000	7,200,000	16%	1,137,600	1.3
12	121,553	ALFAMART AIR MINERAL 600ML	356	4,272	2,500	10,680,000	10%	1,068,000	1.2
13	111,169	FRESTEA JSM CUP 300ML	260	3,120	2,000	6,240,000	16%	985,920	1.1
14	45	MY ROTI TAWAR	36	432	14,000	6,048,000	16%	955,584	1.1
15	118,269	MM ORANGE CUP 300ML	250	3,000	2,000	6,000,000	16%	948,000	1.1
16	165,129	GG FILTER MERAH 12	41	492	19,000	9,348,000	10%	934,800	1.0
17	990,055	LE MINERALE 600ML	158	1,896	3,000	5,688,000	16%	898,704	1.0
18	110,156	SIDOMUNCUL T.ANGIN&MADU 15ML	154	1,848	3,000	5,544,000	16%	875,952	1.0
19	101,642	NPL AIR MINERAL 600ML	144	1,728	3,000	5,184,000	16%	819,072	0.9
20	234	DJI SAM SOE 234	32	384	20,000	7,680,000	10%	768,000	0.9
21	113,965	GG SURYA PRO MILD 16	33	396	18,000	7,128,000	10%	712,800	0.8
22	120,173	RTD KAPAL API SPC MIX	70	840	5,000	4,200,000	16%	663,600	0.7
23	26,452	RTD GOOD DAY CAPPUCINO 25G	55	660	5,000	3,300,000	16%	521,400	0.6
24	120,333	PUCUK HARUM TEH PET 350ML	89	1,068	3,000	3,204,000	16%	506,232	0.6
25	6,171	ULTRA MILK CHOCO SLIM 250ML	45	540	5,500	2,970,000	16%	469,260	0.5
26	44	MY ROTI ROLL KRIM SSU	48	576	5,000	2,880,000	16%	455,040	0.5
27	234,570	YOU C1000 LEMON BTL 140ML	35	420	6,000	2,520,000	16%	398,160	0.4
28	377	ALPENLIEBE	199	2,388	1,000	2,388,000	15%	358,200	0.4
29	120,169	RTD ABC KOPI SUSU	33	396	5,000	1,980,000	16%	312,840	0.3
30	46	MY ROTI MINI CUSTRAD	32	384	5,000	1,920,000	16%	303,360	0.3
31	48	MY ROTI MINI KRIM KEJU	32	384	5,000	1,920,000	16%	303,360	0.3
32	131,539	LARUTAN CAP KAKI TIGA PET 500ML	32	384	5,000	1,920,000	16%	303,360	0.3
33	156,907	BENG-BENG COKLAT 20G	56	672	2,500	1,680,000	16%	265,440	0.3
34	46,240	CAMPINA HULA-2 KC.HIJAU 50ML	35	420	4,000	1,680,000	16%	265,440	0.3
35	134	YUPI 500 (2PCS)	228	2,736	500	1,368,000	17%	232,560	0.3
36	6,246	ULTRA TEH KOTAK 200ML	30	360	3,500	1,260,000	16%	199,080	0.2
37	394	SUKI R.AYAM 21G	52	624	2,000	1,248,000	16%	197,184	0.2
38	245	CHUBA	50	600	2,000	1,200,000	16%	189,600	0.2
39	300	MILKITA GAGANG	40	480	1,500	720,000	16%	113,760	0.1
40	87	ROKOK BTNG DJ.SUPER 12	33	396	1,500	594,000	16%	93,852	0.1
41	402	TOP CHOCOLATE 9G	48	576	1,000	576,000	16%	91,008	0.1
42	244	KWACI	46	552	1,000	552,000	16%	87,216	0.1
43	302	TOP STRAW 9GR	44	528	1,000	528,000	16%	83,424	0.1
44	270	CHOCOLATOS	43	516	1,000	516,000	16%	81,528	0.1
45	401	TOP BLACK IN WHITE 9G	43	516	1,000	516,000	16%	81,528	0.1
46	770	SOSIS SONICE	38	456	1,000	456,000	16%	72,048	0.1
47	181	JETZ COKELAT 12GR	34	408	1,000	408,000	17%	69,360	0.1
48	198	HIT MAGIC 1000	36	432	1,000	432,000	16%	68,256	0.1
49	278	CHEETOS JAGUNG BAKAR 15G	33	396	1,000	396,000	17%	67,320	0.1
50	807	KOREK KAYU	35	420	1,000	420,000	16%	66,360	0.1
51	*	LAIN LAIN				188,303,000	16%	29,751,874	33.2
830		TOTAL			317,000	559,577,000	16%	89,540,422	100

Gambar 4.2.2 bauran 50 item terlaris warung

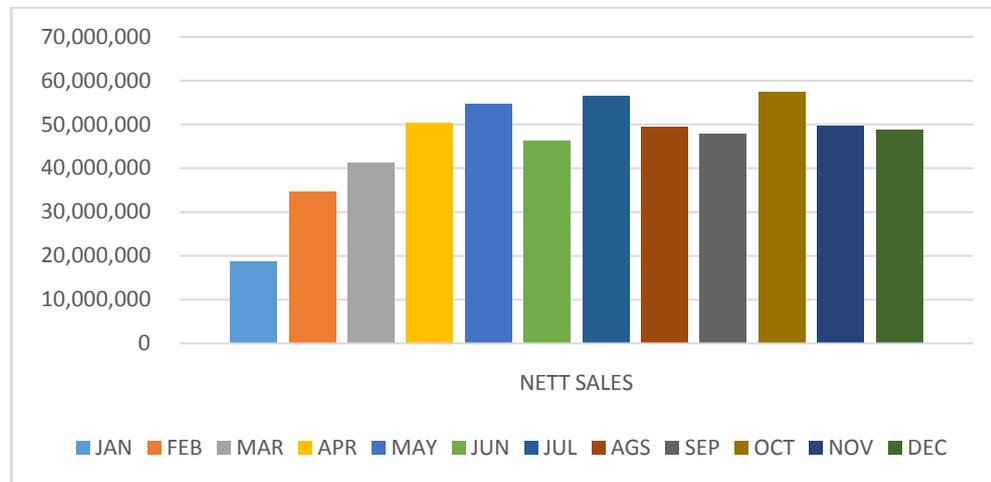
© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



4.2.1 NETT SALES / TOTAL PENJUALAN



Grafik.4.2 1. Perkembangan Net sales Januari s/d Desember 2017

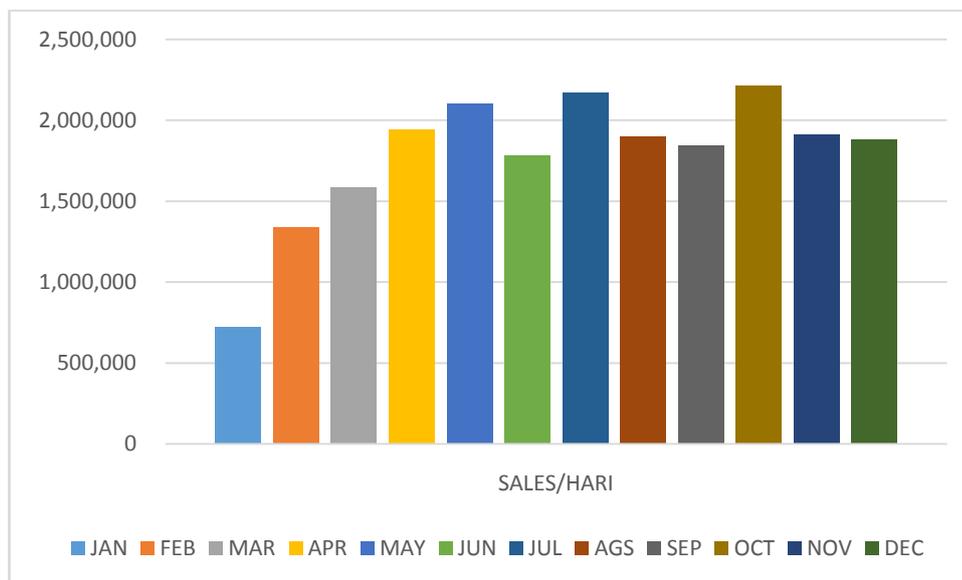
Nett Sales / Total Penjualan adalah total omset dalam satu bulan, diperoleh dari jumlah omset perhari dikalikan jumlah buka warung dalam satu bulan. Dari grafik diatas menggambarkan bahwa kinerja warung mengalami kenaikan dari mulai buka dibulan januari sampai bulan juni, dan samapai akhir desember tend salesnya sudah mulai stabil meskipun ada kenaikan dan penurunan .

Dibutuhkan komitmen dari pengelola untuk dapat menjaga kesetabilan dalam buka warung setiap bulanya agar dapat menjaga kepercayaan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya, apabila warung sering tutup maka konsumenpun enggan untuk datang, dan cenderung memilih ke toko modern dan pastinya hal ini akan mempengaruhi pencapaian omset warung begitu pula sebaliknya.



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

4.2.2 PENJUALAN PER HARI



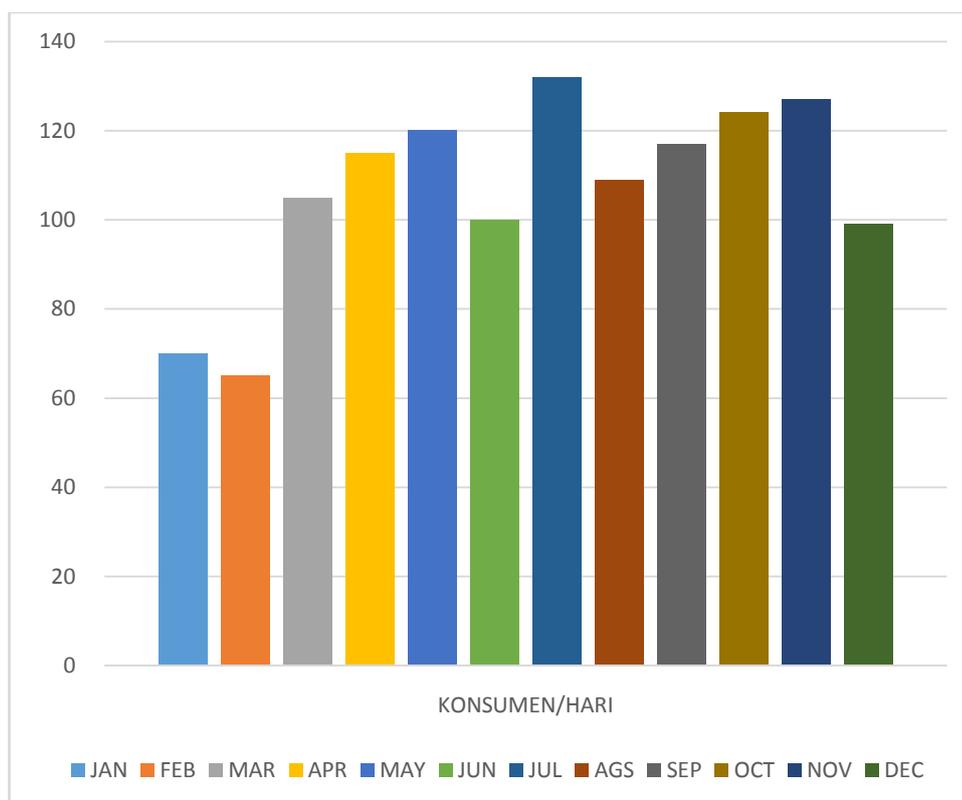
Gambar 4.2.2 PERKEMBANGAN PENJUALAN PER HARI

Dari grafik diatas berbanding lurus dengan grafik nett sales, jika dilihat dari bulan januari s/d juni mengalami kenaikan penjualan per harinya, beberapa hal yang menjadikan kenaikan adalah mengenai tersedianya barang-barang kebutuhan konsumen diwarung tersebut, pengelola juga harus dapat melihat dan membaca apa saja yang dibutuhkan konsumen disekitar warung.

Barang barang yang disediakan pun juga harus terjamin kualitasnya, mulai dari kondisi barang, kadaluarsa dan juga kebersihannya karena mengingat konsumen saat ini lebih mengarah pada kualitas barang dari pada harga, jika

kualitas barang terjamin dan harga tidak teput tinggi maka konsumen juga akan memilih belanja di warung

4.2.3 PERKEMBANGAN KONSUMEN PER HARI



Gambar 4.2.3 PERKEMBANGAN KONSUMEN/HARI

Konsumen adalah kunci utama untuk dapat mencapai target penjualan, dengan makin bertambahnya konsumen yang datang pasatinya akan terjadi kenaikan omset, akan tetapi yang dibutuhkan dalam menarik minat konsumen datang dan berbelanja ke warung salah satunya adalah pelayanan, baik itu pelayanan langsung ataupun tidak langsung.

© Hak Cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Pelayanan dapat dimulai dari kondisi kebersihan dan kerapihan warung dan disertai sikap yang ramah terhadap konsumen, jika konsumen merasa puas dan terpenuhi akan barang dan jasa yang diberikan maka konsumen pun akan kembali lagi dan itu adalah salah satu cara untuk menjadikan konsumen loyal.



Gambar 4.2.4 PERKEMBANGAN GROSS MARGIN

Gross margin atau biasa kita kenal dengan laba kotor ini sangat penting sebab dengan adanya laba kita kan mengetahui warung kita ini untung atau

tidak nantinya setelah dihitung dengan biaya-biaya yang timbul untuk kepentingan operasional warung.

4.3 ANALISA SUMBER DAYA MANUSIA (SDM)

Dalam menunjang operasional Warung K tidak banyak SDM akan dan uniknya bisnis ini adalah dapat memanfaatkan semua unsur SDM dimana biasanya dalam sebuah bisnis dibutuhkan standard minimal pendidikan untuk operasionalnya, akan tetapi dengan pendidikan minimal Sekolah Dasar bisa dimanfaatkan untuk operasionalnya dan berikut adalah analisis SDM untuk Warung K :

NO	TINGKAT PENDIDIKAN	BAGIAN	JUMLAH
1	SD-SLTA	OPERASIONAL	2

SPESIFIKASI
- DAPAT MEMBACA DAN MENULIS
- MAMPU MENGOPERASIKAN KOMPUTER (WORD&EXEL)
- BERPENAMPILAN MENARIK DAN SOPAN

Sastrohadiwiryono (2002) menggunakan istilah manajemen tenaga kerja sebagai pengganti manajemen sumber daya manusia. Menurutnya manajemen



kerja merupakan pendaya gunaan, pembinaan, pengaturan, pengurusan pengembangan unsur tenaga kerja, baik yang berstatus sebagai buruh, karyawan, maupun pegawai dengan segala kegiatannya dalam usaha mencapai hasil guna dan daya guna yang sebesar besarnya sesuai dengan harapan usaha perorangan, badan usaha, perusahaan, lembaga maupun instansi.

Untuk menunjang kompetensi dan juga ketrampilan Warung K Tidak harus mengeluarkan biaya yang cukup besar, karena dalam hal ini warung k sudah menjalin kemitraan dengan Alfamart dimana untuk SDM akan dilakukan Pelatihan dan Pendampingan yang berkelanjutan dalam menjalankan operasional Warung, dari mulai dasar dasar pembukaan usaha ritel, pengelolaan usaha ritel, dan pengembangan usaha ritel sehingga harapannya tidak hanya dapat beroperasi saja akan tetapi mampu berkembang dan bermanfaat bagi semua baik pemilik, pengelola, masyarakat dan pemasok.

No	Jenis Pengembangan	Agenda	Biaya	Tempat
1	Pelatihan	Mengikuti program pelatihan yang diadakan oleh perusahaan Ritel	Gratis, karena merupakan program CSR dari perusahaan Ritel	Kantor cabang / toko Ritel berdiri
2	Pendidikan	Sertifikasi	Program CSR	Kantor ritel

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



			ritel modern	modern
3	Pendampingan	Tenaga ahli yang bertugas dari ritel modern	Program CSR ritel modern	Warung k

4.4 ANALISA KEUANGAN

Berikut adalah analisa keuangan Warung K mulai dari Investasi awal samapai dengan berjalanya operasional Warung.

4.4.1 INVESTASI



© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA Tbk
 LAPORAN REALISASI PENGGUNAAN DANA INVESTASI TMA
 Nama Mitra : Yayasan Marga Kwok
 Nama Toko : Warung K
 Alamat
 Tanggal GO : 12 Jan 2017

REALISASI									
NO	DESCRIPTION		SATUAN	QTY				SUBTOTAL	TOTAL
I	RAK SINGLE Uk. 90 x 30 x 220 Cm - 7 shelves	Tiang kaki single 40 x 170 (Hitam)	Unit	1	148,700	2	297,400	977,000	977,000
		Selving + Bracket 90 x 35 (Hitam)	Unit		106,600	4	426,400		
		Selving + Bracket 90 x 40 (Hitam)	Unit		94,100	1	94,100		
		Backsmesh 90 x 170 (Hitam)	Unit		159,100	1	159,100		
II	RAK DOUBLE Uk. 90 x 60 x 150 cm - 6 shelves	Tiang kaki double 80 x 120 (Hitam)	Unit	3	166,100	5	830,500	5,650,900	5,650,900
		Selving + Bracket 90 x 35 (Hitam)	Unit		109,900	30	3,297,000		
		Selving + Bracket 90 x 40 (Hitam)	Unit		121,800	6	730,800		
		Backsmesh 90 x 120 (Hitam)	Unit		132,100	6	792,600		
III	RAK GONDOLA Uk. 60 x 30 x 150 cm - 5 Shelves	Tiang kaki single 40 x 120 (Hitam)	Unit	2	138,500	4	554,000	1,818,200	1,818,200
		Selving + Bracket 80 x 35 (Hitam)	Unit		100,000	10	1,000,000		
		Selving + Bracket 80 x 40 (Hitam)	Unit		132,100	2	264,200		
		Backsmesh 80 x 120 (Hitam)	Unit						
IV	PAGE HOOK 20 CM		Unit		17		5,300	90,100	90,100
V	COVER STORAGE BOX		Unit		-		-	-	-
VI	MEJA KASIR + KURSI Uk. 120 x 100 x 80 cm		Paket		1		2,400,000	2,400,000	2,400,000
VII	OHID ROKOK Uk. 100 x 14 x 120 cm		Unit		1		1,500,000	1,500,000	1,500,000
VIII	SHOP SIGN LISTPLANG/SHOPSIGN VINIL FLEXY + STIKER + LAMPU + DUDUKAN LA TAMBAHAN 1 UNIT LAMPU + DUDUKAN LAMPU		Meter		5		500,000	2,500,000	2,850,000
			Set		1		350,000	350,000	
IX	SINGLE POLE/POLE SIGN PLAT Uk.300 x 128 x 40 cm		Unit		1		2,500,000	2,500,000	2,500,000
X	ACRYLIC SACHET, OBAT-OBATAN & BUMBU		Paket		1		1,090,000	1,090,000	1,090,000
XI	EQUIPMENT STANDAR 1. DISPLAY COOLER TYPE RSA DIAMOND 2. WATER BOILER - DENPO 5 LT 3. BRANKAS - DAIWA CB 55		Unit		1		2,992,000	2,992,000	2,992,000
			Unit		1		750,000	750,000	750,000
			Unit		1		2,065,500	2,065,500	2,065,500
			Set		1		3,000,000	3,000,000	3,000,000
SUB TOTAL									23,167,200
XII	PERANGKAT KOMPUTER-PROGRAM 1. NOTEBOOK LENOVO IDEAPAD 300 - 80M2003, 32 bit 2. PRINTER EPSON L3310 3. SCANNER MOTOROLA DS 9208 4. PROGRAM APLIKASI POS TMA		Unit		1		3,800,000	3,800,000	3,800,000
			Unit		1		1,450,000	1,450,000	1,450,000
			Unit		1		2,065,500	2,065,500	2,065,500
			Set		1		3,000,000	3,000,000	3,000,000
SUB TOTAL									10,315,500
XIII	BIAYA KEMITRAAN								1,000,000
XIV	BANGUNAN KELISTRIKAN								15,000,000
									5,000,000
SUB TOTAL									20,000,000
TOTAL									54,482,700
PPh 10%									5,448,270
TOTAL - PPh									59,930,970
XV	MODAL KERJA 1. BARANG DAGANGAN								15,000,000
									15,000,000
									74,930,970

Angka-angka diatas merupakan estimasi dan bisa mengalami perubahan sesuai perubahan harga serta menyesuaikan harga pasara di wilayah tersebut

DANA INVESTASI	75,000,000
PENGGUNAAN DANA	74,930,970
SISA DANA	69,030

Gambar 4.4.1 Rincian Investasi Warung K

Gambar 4.4.2 project evaluasi Warung K

Dalam persiapan untuk pembukaan usaha Warung K ini dibutuhkan Dana Investasi sebesar 75juta, dimana sudah termasuk biaya Renovasi, biaya pembelian equipment, serta sudah termasuk modal kerja atau barang dagangan

4.4.2 LAPORAN KEUANGAN

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta

Laporan keuangan ini meliputi beberapa indikator yang mempengaruhi terjadinya laba atau rugi, adapun indikator tersebut adalah:

1. Omset yang merupakan jumlah rupiah penjualan
 - a. Banyaknya konsumen yang datang
 - b. Besarnya rupiah belanja per konsumen
 - c. Margin penjualan
2. Biaya operasional
 - a. Biaya gaji, listrik, atk, perbaikan dan lain lain
3. Gross margin
 - a. Merupakan keuntungan yang diperoleh dari penjualan yang mana belum dikurangi biaya operasional.
4. Harga pembelian ditambahkan estimasi keuntungan
5. Operasional profit
 - a. Laba yang dihitung setelah dikurangi biaya operasional
6. Pendapatan lain-lain diluar omset toko
 - a. Penjualan kardus
 - b. Fee dari penjualan ppob
7. Nett Profit
 - a. Keuntungan yang didapat setelah laba kotor dikurangi biaya dan ditambahkan pendapatan lain lain

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



8. PROJECT EVALUATION

Project Evaluation adalah sebuah perhitungan angka yang didalamnya terdapat indikator seperti: investasi, estimasi penjualan, dan perhitungan jangka pengembalian dari dana yang diinvestasikan.

Dari Project Evaluation tersebut diprediksi bahwa Warung K secara perhitungan akan kembali modal pada kurun waktu 19 bulan, artinya dari perhitungan awal sebuah warung akan kembali modal dalam waktu 36 bulan akan tetapi Warung K dapat mencapainya lebih cepat, maka secara hitungan bisnis tersebut layak untuk dijalankan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebuah bisnis yang kecilpun harus memiliki perhitungan dan pembukuan, sehingga bisnis tersebut juga dapat bertahan dan bersaing dengan para pelaku usaha sejenis yang lebih besar.

Selain report data yang sudah berjaan, dilaporan ini juga disampaikan estimasi untuk penjualan dan laba rugi untuk tahun kedua yang merupakan tahun warung k sudah dapat mengembalikan ivestasi awal.

Poject Evaluation WARUNG K





© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA, Tbk			
PROJECT EVALUATION TMA			
INVESTASI			
Nama Pemilik	: Yayasan Marga Kwok		
Nama Toko	: Warung K		
Alamat Toko	: Jl. Mangga Besar XI No.32, Kel.Tangki, Kec.Taman, Sari, Jakarta Barat		
Tipe	: TMA Tipe-A-2		
Estimasi GO	: 29 Des 16		
Cabang	: CIKOKOL		
Status Pendanaan	: Dana Sendiri		
Bentuk Awal Toko	: Toko Baru		
RINCIAN INVESTASI			
Renovasi Toko	20,000,000		
Equipment (rak)	20,317,200		
Shop Sign	2,850,000		
Komputer	10,315,500		
Biaya Kemitraan	1,000,000		
Barang Dagang & Pelengkap Lain	15,000,000		
	0		
TOTAL	69,482,700		
PPn 10 %	5,448,270		
SUB TOTAL (Inc PPN 10 %)	74,930,970		
PERFORMA LABA/RUGI			
	Penjelasan	Nilai	%
Penjualan per bln		33,280,000	100.00
(-) Harga Pokok Pembelian (termasuk dist fee)		28,268,000	85.00
Laba Kotor (Rugi) / Gross Margin		4,992,000	15.00
Pendapatan partisipasi		2,000,000	
Laba Kotor (Rugi) / Gross Margin		6,992,000	21.01
Biaya Operasional :			
Gaji		2,500,000	7.51
Listrik		500,000	1.50
Kantong Plastik		50,000	0.15
Price Tag & kertas struk		50,000	0.15
Pita printer		50,000	0.15
Depresiasi FA		1,485,631	4.46
Amortisasi Biaya Kemitraan		27,778	0.08
Total Biaya Operasional		4,663,408	14.01
Laba (Rugi) Operasional		2,328,592	7.00
Amortisasi dan Depresiasi		1,513,408	4.55
Laba (Rugi) Kas		3,842,000	11.54
Keterangan		Nilai	
Investasi Awal		74,930,970	
Nilai sekarang dari pengembalian investasi (PV)		92,883,626	
Net Present Value (NPV) = 0		17,952,656	
Tingkat pengembalian investasi (2.33% per bln)		2.33%	
Target Penjualan minimum per hari		1,280,000	
Periode Pengembalian Modal (dIm Bulan)		19.5	
Rekomendasi		OK	
Disclaimer			
Angka-angka diatas merupakan suatu perkiraan, berdasarkan survey dan pengalaman, bukan suatu jaminan, dimungkinkan terjadinya deviasi yang mengakibatkan hal-hal diluar perkiraan / kerugian.			
Dibuat Oleh,	Mengetahui,	Menyetujui,	Disetujui,
(SME Relation)	(MRM)	Tubagus Achmad Malucky SME Relation Manager	Willianto Susilo Small & Micro Business GM (Mitra)

Gambar 4.4.2.1 Report penjualan dan laba rugi kuartal 1 2018

Berikut data laba rugi pada tahun pertama sejak dilakukan opening pada
12 Januari 2017

NO.	DESCRIPTION	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AGS	SEP	OCT	NOV	DEC	YEARLY
1	Total Omset	18,839,000	34,794,000	41,273,000	50,480,000	54,764,000	46,381,000	56,446,000	49,452,000	47,978,000	57,501,000	49,891,000	48,888,000	556,465,000
	- Hari Buka Per Bulan	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	312
	- Omset Per Hari	724,577	1,338,231	1,587,423	1,941,538	2,106,308	1,783,115	2,171,000	1,902,000	1,845,308	2,211,577	1,911,192	1,880,231	1,783,542
	Total Konsumen Per Hari	70	66	105	115	120	100	132	109	117	124	127	99	1,283
	Total Belanja Per Konsumen	10,351	20,588	15,118	16,883	17,553	17,831	16,447	17,450	15,772	17,835	15,049	18,992	16,656
2	Harga Pokok Pembelian	16,311,000	30,264,000	34,523,000	42,140,000	46,122,000	38,571,000	47,341,000	41,467,000	39,858,000	47,941,000	41,552,000	40,836,000	466,826,000
3	Gross Margin (Rp)	2,528,000	4,530,000	6,750,000	8,340,000	8,642,000	7,790,000	9,105,000	7,985,000	8,120,000	9,560,000	8,139,000	8,050,000	89,539,000
	Gross Margin (%)	13.42%	13.02%	16.35%	16.52%	15.76%	16.80%	16.13%	16.15%	16.92%	16.63%	16.38%	16.47%	16.09%
4	Store Expenses	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	30,000,000
	- Salary & Employees Welfare	-	167,000	146,000	306,500	282,000	141,000	270,000	187,500	77,500	251,500	209,000	161,500	2,179,500
	- ATK	-	52,000	52,000	52,000	52,000	52,000	52,000	52,000	52,000	52,000	52,000	52,000	572,000
	- Utilities	560,000	630,000	450,500	455,750	498,070	485,000	509,000	514,500	489,000	550,900	557,000	512,300	6,212,020
	- Listrik	158,100	257,000	235,000	432,000	331,000	421,000	218,000	470,000	220,000	235,000	250,000	200,000	3,427,100
	- Keperluan Lain	1,508,714	1,508,714	1,508,714	1,508,714	1,508,714	1,508,714	1,508,714	1,508,714	1,508,714	1,508,714	1,508,714	1,508,714	18,104,588
	- Penyusutan	4,726,814	5,114,714	4,892,214	5,264,964	5,151,784	5,107,714	5,067,714	5,232,714	4,847,214	5,098,114	5,076,714	4,934,514	60,495,188
	Total (Rp)	25.09%	14.70%	11.85%	10.41%	9.41%	11.02%	8.96%	10.58%	10.10%	8.87%	10.22%	10.09%	10.87%
	Total Expenses (%)	(2,588,814)	(684,714)	1,857,786	3,085,036	3,490,216	2,682,286	4,047,286	2,752,286	3,272,786	4,461,886	3,062,286	3,115,486	29,043,812
5	Lab Operasional													
6	Pendapatan Lain Lain	660,550	1,150,000	1,947,000	2,388,000	2,524,000	1,875,000	2,464,000	2,391,000	1,934,000	2,568,000	2,210,000	2,159,000	24,250,550
	- Fee PPOB	-	20,000	37,000	67,500	104,000	85,000	104,000	90,000	78,000	117,000	79,000	25,000	796,500
	- Kardus													
7	Lab Bersih	(1,538,264)	885,286	3,841,786	5,510,536	6,118,216	4,642,286	6,615,286	5,233,286	5,284,786	7,146,886	5,381,286	5,299,486	54,090,862

Gambar 4.4.2.1 Laporan laba rugi Warung K JAN-DES 2107

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta

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

TREND LABA RUGI STORE
WARUNG K (GO 12 Jan 2017)
Periode : JAN - DES 2017



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

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

ESTIMASI LABA RUGI
WARUNG K (GO 12 Jan 2017)
Periode : 2018

NO.	DESCRIPTION	KUARTAL I			KUARTAL II			KUARTAL III			YEARLY			
		JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AGS	SEP		OCT	NOV	DEC
1	Total Omset Hari Buka Per Bulan Omset Per Hari Total Konsumen Per Hari Total Belanja Per Konsumen	46,000,000 25 1,840,000 132 13,939	45,300,000 25 1,812,000 105 17,257	49,750,000 25 1,990,000 109 18,257	49,500,000 25 1,980,000 115 17,217	51,400,000 25 2,056,000 120 17,133	44,500,000 25 1,780,000 98 18,163	49,000,000 25 1,960,000 132 14,848	51,500,000 25 2,060,000 145 14,207	52,100,000 25 2,084,000 117 17,812	50,600,000 25 2,024,000 124 16,323	50,900,000 25 2,036,000 127 16,031	52,000,000 25 2,080,000 133 15,639	592,550,000 300 1,975,167 1,457 16,402
2	Harga Pokok Pembelian	38,535,000	37,518,000	41,400,000	40,850,000	42,758,000	36,710,000	40,250,000	43,159,000	43,378,100	41,640,000	42,460,000	43,040,000	491,698,100
3	Gross Margin (Rp) Gross Margin (%)	7,465,000 16.23%	7,782,000 17.18%	8,350,000 16.78%	8,650,000 17.47%	8,642,000 16.81%	7,790,000 17.51%	8,750,000 17.86%	8,341,000 16.20%	8,721,900 16.74%	8,960,000 17.71%	8,440,000 16.58%	8,960,000 17.23%	100,851,900 17.02%
4	Store Expenses - Salary & Employees Welfare - ATK - Utilities - Listrik - Keperluan Lain - Penyusutan	2,650,000 - - 500,000 250,000 1,508,714 4,908,714 10.67%	2,650,000 167,000 52,000 500,000 250,000 1,508,714 5,127,714 11.32%	2,650,000 146,000 52,000 500,000 250,000 1,508,714 5,106,714 10.26%	2,650,000 306,500 52,000 500,000 250,000 1,508,714 5,267,214 10.64%	2,650,000 262,000 52,000 500,000 250,000 1,508,714 5,222,714 10.16%	2,650,000 141,000 52,000 500,000 250,000 1,508,714 5,101,714 11.46%	2,500,000 270,000 52,000 509,000 218,000 1,508,714 5,057,714 10.32%	2,500,000 187,500 52,000 514,500 470,000 1,508,714 5,232,714 10.16%	2,500,000 77,500 52,000 489,000 220,000 1,508,714 4,847,214 9.30%	2,500,000 251,500 52,000 550,900 236,000 1,508,714 5,098,114 10.08%	2,500,000 209,000 52,000 557,000 250,000 1,508,714 5,076,714 9.97%	2,500,000 161,500 52,000 512,300 200,000 1,508,714 4,934,514 9.49%	30,900,000 2,179,500 572,000 6,132,700 3,093,000 18,104,568 60,981,768 10.29%
5	Laba Operasional	2,556,286	2,654,286	3,243,286	3,382,786	3,419,286	2,686,286	3,692,286	3,108,286	3,874,686	3,861,886	3,363,286	4,025,486	39,870,132
6	Pendapatan Lain Lain - Fee PPOB - Kardus	2,400,000 68,000	2,100,000 20,000	2,458,000 125,000	2,368,000 80,000	2,924,000 96,000	2,225,000 86,000	2,464,000 104,000	2,391,000 90,000	222,000 78,000	2,568,000 117,000	2,210,000 79,000	2,159,000 25,000	26,089,000 967,000
7	Laba Bersih	5,024,286	4,774,286	5,826,286	5,830,786	6,039,286	4,998,286	6,260,286	5,689,286	4,174,686	6,546,886	5,652,286	6,209,486	66,926,132
TOTAL		21,455,644			22,887,144			22,583,344			66,926,132			

Rincian laporan keuangan Warung K

PENGEMBALIAN MODAL TH 1

NO	URAIAN	BULAN	TAHUN	NOMINAL
1	INVESTASI AWAL	DESEMBER	2016	74,930,970
NO	URAIAN	BULAN	TAHUN	NOMINAL
2	LABA RUGI	JANUARI	2017	(1,538,264)
3	LABA RUGI	FEBRUARI	2017	585,286
4	LABA RUGI	MARET	2017	3,841,786
5	LABA RUGI	APRIL	2017	5,510,536
6	LABA RUGI	MEI	2017	6,118,216
7	LABA RUGI	JUNI	2017	4,642,286
8	LABA RUGI	JULI	2017	6,615,286
9	LABA RUGI	AGUSTUS	2017	5,233,286
10	LABA RUGI	SEPTEMBER	2017	5,284,786
11	LABA RUGI	OKTOBER	2017	7,146,886
12	LABA RUGI	NOVEMBER	2017	5,351,286
13	LABA RUGI	DESEMBER	2017	5,299,486
TOTAL		JAN-DES	2017	54,090,862
PENGURANGAN TH 1				20,840,108

PROYEKSI TH 2 UNTUK BEP

NO	URAIAN	BULAN	TAHUN	NOMINAL
1	LABA RUGI	JANUARI	2018	5,024,286
2	LABA RUGI	FEBRUARI	2018	4,774,286
3	LABA RUGI	MARET	2018	5,826,286
4	LABA RUGI	APRIL	2018	5,830,786
TOTAL				21,455,644
PENGURANGAN TH 2 KUARTAL		JAN-APR	2018	(615,536)

Gambar 4.4.2.2 Rincian penjualan dan laba rugi tahun ke 2 2018

Dari data diatas maka dapat diketahui bahawa dari estimasi pengembalian modal yang seharusnya memakan waktu 19,5 bulan, akan tetapi pada prakteknya yang sudah dijalankan selama 1 tahun sudah menunjukkan hal yang positif yaitu sudah 70% pengembalian, dan diasumsikan dalam waktu 16 bulan Warung K sudah kembali modal, jadi lebih cepat 3,5 bulan dari seharusnya.

4.5 ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA

4.5.1 DAMPAK USAHA

Dampak dari usaha warung k ini ada dua hal yaitu :

- Dampak bagi masyarakat
 - Dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen khususnya warga sekitar warung.
 - Jarak konsumen untuk belanja lebih dekat tanpa harus ke ritel modern.
- Dampak bagi kompetitor
 - Menambah pesaing baru.
 - Memacu untuk berkompetisi secara sehat.

4.5.1 RESIKO USAHA

- RESIKO
 - Karena off line maka tidak bisa mengontrol kenaikan harga
 - Barang rusak dan kadaluarsa
 - Tekanan persaingan usaha
- ANTISIPASI RESIKO
 - Melakukan komunikasi intensif terhadap distributor
 - Selalu melakukan kontrol dan cek barang
 - Pengembangan pelayanan (pesan antar dll)



BAB 5

KESIMPULAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan analisa pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan strategi pemasaran, analisa penjualan, dan SDM Warung K layak untuk tetap beroperasi dikarekan dengan hadirnya warung dengan menggunakan konsep ritel modern ini ternyata dapat diterima di masyarakat meskipun berada dalam jalur gang, konsumen merasa belanja di Warung K juga bisa mendapatkan pelayanan layaknya di toko ritel modern karena Warung K mampu menyediakan barang-barang berkualitas dan pelayanan yang bersahabat.
2. Berdasarkan analisa keuangan Warung K layak untuk dijalankan karena dibuktikan pada trend sales dan laba rugi yang positif dalam perjalannya, meskipun pada bulan pertama mengalami kerugian secara laba rugi, namun pada bulan ke dua dan sampai bulan 12 trend yang ditunjukan selalu positif. Dan dengan estimasi awal pengembalian modalnya akan ditempuh dalam 19.5bulan ,tapi pada bulan ke 12 Warung K sudah memberikan angka 72% pengembalian modal, dan dengan asumsi tersebut jika trend penjualan stabil maka dalam kuartal 1 tahun 2018 yaitu pada bulan april Warung K sudah kembali modal, jadi hanya dalam kurun



waktu 16bulan sudah terkembalikan artinya ini lebih cepat 3bulan dari estimasi awal.

3. Berdasarkan Dampak dan Resiko, bisnis Warung K ini sangat minim dalam dampak dan resiko terhadap masyarakat sekitar, bahkan cenderung memberikan dampak positif bagi masyarakat, karena menjadikan lingkungan menjadi lebih hidup, kebutuhan konsumen dapat terpenuhi dengan barang-barang yang berkawalitas, dan hemat biaya dan waktu karena berada ditengah masyarakat.

5.2 SARAN

Adapun saran yang diberikan untuk para pelaku bisnis dan pengembangan selanjutnya adalah:

1. Bisnis warung adalah bisnis yang sangat banyak dibutuhkan oleh masyarakat, tidak melihat strata ekonomi yang ada adalah hukum permintaan, semakin banyak populasi yang ada pada suatu lokasi semakin banyak pula kebutuhan barang dan jasa dilokasi tersebut, maka semakin banyak pula kesempatan untuk menjalankan bisnis warung.
2. Kualitas pengelolaan dan pelayanan merupakan faktor pendukung untuk eksistensi dari bisnis tersebut, sehingga dibutuhkan kemauan dan komitmen pelaku bisnis warung ini untuk menjaga kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan pelayanan warung.



3. Dalam pengembangan ini ada beberapa faktor yang belum dilakukan pengembangan yakni permasalahan barang rusak dan barang hilang maka dari itu perlu diadakan pengembangan yang lebih lanjut lagi
4. terhadap bisnis warung ini karena masih banyak potensi yang digali dan dikembangkan kearah yang lebih baik lagi.



© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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





DAFTAR PUSTAKA

- Alma, 2000, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alabeta, Bandung.
- Kotler dan Amstrong 2003:79, *Manajemen Pemasaran, Edisi kesembilan*, PT Indeks Gramedia, Jakarta.
- Kasmir dan Jakfar, 2003, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*, Kharisma Putra Utama, Jakarta.
- KotlerP.1999 .*Manajemen Pemasaran. Jilid II*. Jakarta: Prehallindo.
- Sugiarta, I Nyoman 2011, *Strategi Lokasi Retail Consumer Goods*, Expose, Jakarta.
- Swasta, 2000:2011, *Manajemen Pemasaran, Analisa perilaku konsumen*, BPFE UGM, Yogyakarta.
- Sastrohadiwiry, B. Siswanto. 2002. *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia: Pendekatan Administratif dan Operasional*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sastrohadiwiry, B. Siswanto. 2002. *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia: Pendekatan Administratif dan Operasional*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono dan Chandra 2005, *Manajemen Kualitas Jasa*, ANDI, Yogyakarta

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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