

**RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS PADA TOKO
SEMBAKO MUTIARA SARI KP. CIKEAS NAGRAK
RT03 RW01 GUNUNG PUTRI-BOGOR**

RENCANA BISNIS

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



Oleh :
Siti Mutia Khanza
NIM : 2016511135

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

2020

SURAT PERNYATAAN

Bersama ini,

Nama : Siti Mutia Khanza

NIM : 2016511135

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa rencana 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.

Jakarta, 06Agustus 2020

Siti Mutia KhanzaNIM: 2016511135

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

TANDA PERSETUJUANRENCANA BISNIS

Nama Mahasiswa : Siti Mutia Khanza

NIM : 2016511135

Judul Proposal : Rencana Pengembangan Bisnis pada Toko
Sembako Mutiara Sari di Kp. Cikeas Nagrak Rt/Rw
03/01 Gunung Putri Kabupaten Bogor

Jakarta, 06 Agustus 2020

Dosen Pembimbing

Yoyo Indah Gunawan, SE., MM

**RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS PADA TOKO
SEMBAKO MUTIARA SARI KP. CIKEAS NAGRAK RT03
RW01 GUNUNG PUTRI-BOGOR**



SITI MUTIA KHANZA
NIM : 2016511135

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada hari Jumat tanggal 21 bulan Agustus 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai Rencana Bisnis Program Sarjana Manajemen – Program Studi Manajemen

1. **Dr.Susanti Widhiastuti, SE., MM** *.td tangan*
Ketua _____
Tanggal :21 Agustus 2020

2. **Muh. Ali Maskuri, SE., MM** *.td tangan*
Anggota _____
Tanggal : 21 Agustus 2020

3. **YI. Gunawan, SE., MM** *.td tangan*
Anggota _____
Tanggal : 21 Agustus 2020

Menyetujui,
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta
Program Sarjana – Program Studi Manajemen
Ketua Program,

Dr. Susanti Widhiastuti, SE., MM
Tanggal : 21 Agustus 2020

RINGKASAN EKSEKUTIF

Toko sembako Mutiara Sari merupakan usaha kecil yang menyediakan kebutuhan pangan pokok bagi manusia seperti beras, telur, gula, minyak dan bahan makan lainnya. Toko sembako merupakan peluang usaha yang cukup banyak dijalankan pengusaha kecil saat ini, karena toko sembako menjual kebutuhan pokok yang mana setiap orang selalu membutuhkan dan mencarinya. Lokasi usaha ini berada di Kp. Cikeas Nagrak Rt 03 Rw 02 No. 21 Kecamatan Gunung Putri Kabupaten Bogor.

Permintaan akan produk sembako di daerah Cikeas dengan jumlah 4.445 penduduk terdiri dari 889 Kepala Keluarga (KK). Pembelian sembako setiap bulannya rata-rata sebesar Rp. 2.000.000. Sedangkan jumlah penawaran terhadap produk sembako di Cikeas terdapat 25 toko sembako. Keunggulan dari usaha ini adalah melayani dengan cepat serta menerapkan 3S, sedangkan kelemahannya adalah keterbatasan dalam modal.

Toko sembako diminati oleh banyak orang sehingga akan banyak pesaing baru yang membangun usaha ini dikemudian hari, oleh karena itu disarankan untuk selalu berinovasi dan meningkatkan kualitas dalam pelayanan. Berdasarkan beberapa metode penilaian investasi yang digunakan untuk mengukur kelayakan suatu usahahasil tersebut menunjukkan bahwa Toko sembako Mutiara Sari layak untuk dilanjutkan dan dikembangkan.

Kata kunci :

Pengembangan Bisnis Usaha Sembako

SUMMARY OF EXECUTIVE

Mutiara Sari grocery store is a small business that provides basic food for humans such as rice, eggs, sugar, olive oil, and other foodstuffs. The grocery store is a considerable business opportunity for small entrepreneurs nowadays, as the grocery stores sell the bare necessities for which everyone needs and seeks them. The location of this business is in the Kp. Cikeas Nagrak Rt 03 Rw 01 No. 21 Kecamatan Gunung Putri Kabupaten Bogor.

The demand for municipal products in the Cikeas area for 4.445 population of 889 head of family. The average monthly purchase of 2 million rupiah. While, the supply of products the are 25 groceries store at Cikeas. The advantage of this business is serving the customer quickly and using 3S to serve them, while the weakness is limited in funding.

The grocery store is so popular, so many people want to build this business in the future, so there will be the new competitor soon. Otherwise, keep on innovate and improve the quality of service. Based on several methods of investment assessments used to measure the worth of a business, Mutiara Sari store is worth to continue and develop the business.

Keyword :

Business Development of Grocery

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur penulis Panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal dengan judul “RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS TERHADAP TOKO SEMBAKO MUTIARA SARI” ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Selain daripada itu, penyelesaian proposal ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Yoyo Indah Gunawan SE., MM selaku dosen pembimbing proposal yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis.
2. Dr. Susanti Widhiastuti, SE., MM selaku Ketua Program Studi S1
3. Dr. Suyanto, SE., MM., M.Ak selaku Ketua STIE IPWIJA.
4. Civitas Akademik STIE IPWIJA.
5. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
6. Rekan-rekan mahasiswa Program Sarjana S1 kelas D7

Semoga bantuan yang bapak, ibu, dan rekan-rekan berikan mendapat imbalan dari Allah SWT dan penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, pelaku bisnis, dan pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Jakarta, 06 Agustus 2020

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Orisinalitas	i
Halaman Persetujuan Dosen Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan Rencana Bisnis.....	iii
Ringkasan Eksekutif	iv
<i>Summary of Executive</i>	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Lampiranxi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang 1	
1.2.Rumusan Masalah Rencana Bisnis	3
1.3.Tujuan Rencana Bisnis.....	4
1.4.Kegunaan Rencana Bisinis.....	4
1.5.Sistematika Penulisan	5
BAB 2 PROFIL PERUSAHAAN DAN GAMBARAN PRODUK	7
2.1.Profil Perusahaan 7	
2.1.1.Identitas Perusahaan.....	7
2.1.2.Struktur Organisasi	8

2.1.3.Rencana Pelaksanaan Pengembangan Usaha.....	9
2.2.Gambaran Produk.....	10
2.2.1.Analisis Situasi	10
2.2.2.Profil Konsumen	12
2.2.3.Potensi Pasar	12
2.2.4.Permintaan	13
2.2.5.Penawaran	14
2.2.6.Pangsa Pasar	16
2.2.7.Gambaran Produk.....	17
2.2.8.Keunggulan Produk	18
2.2.9 Harga Produk.....	18
BAB 3 SURVEI DAN EVALUASI	20
3.1.Survei	20
3.1.1.Pesaing Utama	20
3.1.2.Posisi Bisnis	20
3.1.3.Potensi Persaingan	20
3.2.Target Pasar.....	24
BAB 4 HASIL ANALISIS BISNIS	
4.1. Analisa Pemasaran.....	25

4.2. Analisa Produksi	29
4.3 Analisa SDM	29
4.4. Analisa Keuangan	31
4.4.1 Modal Usaha	31
4.4.2 Perhitungan Penilaian Invesatsi	34
4.5 Analisis Dampak dan Risiko Usaha.....	38
4.6. Analisa SWOT dan Matriks SWOT.....	39
 BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	43
5.2. Saran	44
 DAFTAR PUSTAKA	 25

DAFTAR TABEL

Struktur Organisasi	8
Tabel 2.2.4. Jumlah Permintaan	13
Tabel 2.2.5 Jumlah Penawaran	14
Tabel 2.2.6 Peluang Pasar Rata-rata per Bulan	17
Tabel 2.2.9 Daftar Harga Sembako	18
Tabel 4.1 Daftar Harga Sembako	27
Tabel 4.2 Investasi pada Toko Sembako Mutiara Sari	31
Tabel 4.3 Taksiran Pendapatan per Bulan	32
Tabel 4.4 Taksiran Laba Rugi	33
Tabel 4.5 Perkiraan Perhitungan Proceeds	34
Tabel 4.6 Net Present Value	35
Tabel 4.7 Perhitungan IRR	36
Tabel 4.8 Hasil Penelitian	38
Tabel 4.9 Matriks SWOT	41

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Tabel Rencana Pengembangan Bisnis
- Lampiran 2 : Gambar Toko serta Produk-produk
- Lampiran 3 : Daftar Riwayat Hidup

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Sembako adalah singkatan dari Sembilan Bahan Pokok. Istilah sembako sangat akrab di telinga masyarakat Indonesia. Tentu saja karena hal tersebut sangat dekat dengan kebutuhan masyarakat. Secara luas sembako adalah hal yang dibutuhkan manusia dalam kegiatan pemenuhan kebutuhannya atas pangan. Secara khusus istilah sembako ini memang hanya akrab di lingkungan masyarakat Indonesia. Karena istilah ini memang diciptakan oleh Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Industri dan perdagangan pada tahun 1998 lalu. Kesembilan bahan pangan yang termasuk dalam kategori pokok tersebut sudah dipatenkan oleh pemerintah dalam sebuah keputusan. Keputusan tersebut dikeluarkan oleh Kementerian Industri dan Perdagangan dengan Nomor Peraturan 15/MPP/Kep/2/1998 pada 27 Februari 1998. Sembako yang terdiri atas berbagai bahan-bahan makanan dan minuman yang secara umum sangat dibutuhkan masyarakat Indonesia. Di bawah ini adalah daftar bahanbahan pokok sembako sesuai dengan keputusan Menteri Industri dan Perdagangan No. 15/MPP/Kep/2/1998 tanggal 27 Februari 1988 yaitu sebagai berikut:

1. Beras dan Sagu
2. Jagung
3. Sayur-sayuran dan buah-buahan
4. Daging
5. Susu
6. Gula pasir
7. Garam yang mengandung Yodium
8. Minyak goreng dan margarin
9. Minyak tanah atau gas elpiji.

Toko sembako merupakan usaha kecil yang menyediakan kebutuhan pangan pokok bagi manusia seperti beras, telur, gula, minyak dan bahan makan lainnya. Toko sembako merupakan peluang usaha yang cukup banyak dijalankan pengusaha kecil saat ini, karena toko sembako menjual kebutuhan pokok yang mana setiap orang selalu membutuhkan dan mencarinya. Dan usaha toko sembako ini tidak mengenal hari dan cuaca bahkan bukan usaha musiman, karena semua orang membutuhkan produk-produk ini hampir setiap hari. Oleh karena itu, peluang dari usaha ini sangatlah besar dan menguntungkan apabila kita mampu bersaing dengan para kompetitor.

Usaha ini memiliki kelebihan dibandingkan usaha lain, seperti cakupan pasar yang cukup luas karena mencakup dari berbagai kalangan, tidak perlu proses yang rumit karena tidak ada produk yang harus diolah. Selain itu, dari segi waktu tergolong fleksibel karena toko sembako yang

dibuka di rumah, bisa dijalankan sambil mengurus keperluan rumah atau kegiatan lain.

Selain memiliki kelebihan, menjalankan usaha toko sembako ini memiliki kekurangan yang mana harus dihadapi. Akan tetapi kekurangan ini janganlah dijadikan sebagai penghalang dalam menjalankan usaha ini. Beberapa tantangan yang sering dihadapi seperti harga sembako seringkali mengalami pasang surut (naik turun) sehingga harus jeli dan sering melakukan survei harga di pasaran. Terkadang saat terjadi lonjakan harga pada suatu produk sembako, seringkali barang tersebut menjadi langka (Ilawati Pristiani, 2016).

Dengan pertumbuhan penduduk yang pesat di wilayah Cikeas Nagrak dan minimnya toko sembako serta minimarket pada saat itu yang membuat keluarga saya berinisiatif untuk membuka toko sembako. Selain itu, didirikan toko sembako ini bertujuan agar masyarakat di sekitar wilayah Cikeas dapat memenuhi kebutuhan pangannya dengan mudah tanpa harus memerlukan waktu yang lama untuk mendapatkannya dan bisa mendapatkan bahan pangan dengan harga yang terjangkau. Selain itu usaha ini didirikan untuk menambah *income* dan meningkatkan perekonomian keluarga.

1.2. Rumusan Masalah Rencana Bisnis

Rumusan masalah dari rencana bisnis adalah sebagai berikut:

1.2.1. Apakah usaha ini layak untuk dikembangkan?

- 1.2.2. Strategi apa yang akan digunakan untuk mengembangkan usaha ini?

1.3.Tujuan Rencana Bisnis

Tujuan dari rencana bisnis adalah:

- 1.3.1. Untuk mengetahui rencana atau hal-hal yang harus dilakukan dalam mengembangkan usaha ini agar mudah dalam mengimplementasikannya. Selain tujuan dari rencana bisnis ini adalah untuk mempermudah dalam mengevaluasi kegiatan usaha ini dikemudian hari.
- 1.3.2. Untuk mengetahui strategi yang digunakan dalam mengembangkan usaha ini dan untuk mengetahui layak atau tidaknya usaha ini dikembangkan.

1.4.Kegunaan Rencana Bisinis

Kegunaan dari rencana bisnis bagi penulis adalah sebagai pedoman dan acuan dalam menjalankan usaha terutama dalam mengembangkan usaha Toko Sembako.Selain itu, untuk mengimplementasikan teori-teori yang telah dipelajari selama di bangku perkuliahan dan mengamati seberapa besar pengaruh teori yang telah dipelajari dalam menjalankan usaha di dunia bisnis sesungguhnya.

Sedangkan bagi pelaku bisnis dapat melakukan perencanaan bisnis semaksimal mungkin untuk mengurangi risiko yang terjadi dalam

melakukan bisnis serta mengestimasi biaya yang akan di gunakan untuk membuka usaha toko sembako.

Dan bagi pembaca diharapkan dapat memberikan pandangan dan pembelajaran tentang perencanaan bisnis toko sembako, sehingga diharapkan dapat menjadikan sebuah refrensi dalam melakukan usaha toko sembako atau usaha lainnya.

1.5.Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Seminar Proposal konsentrasi bisini ini terdiri dari tiga bab yang menunjukkan urutan sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas.

Bab 1 : PENDAHULUAN.

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah renvana bisnis, tujuan rencana bisnis, kegunaan rencana bisnis, dan sistematika penulisan.

Bab 2 : PROFIL USAHA DAN GAMBARAN PRODUK

Pada bab ini berisi tentang profil perusahaan yang memuat informasi mengenai gambaran umum perusahaan, antara lain identitas perusahaan, visi misi perusahaan, struktur organisasi dan rencana pelaksanaan usaha, analisis situasi, gambaran produk, keunggulan produk dan harga produk.

Bab 3 : SURVEY DAN EVALUASI PASAR

Bab ini berisi tentang gambaran kecenderungan pasar terkait dengan bisnis yang ditawarkan, pesaing utama, posisi bisnis dalam

persaingan dan poyensi persaingan, serta gambaran tentang target pasar dan pangsa pasar.

Bab 4 : HASIL ANALISIS BISNIS

Bab ini berisi tentang analisa beberapa aspek dalam menjalankan bisnis seperti analisa pemasaran, analisis sumber daya manusia, analisis produksi dan analisa keuangan serta berisi hasil dari analisis bisnis menggunakan metode penilaian kelayakan suatu investasi atau usaha.

Bab 5 : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari rencana bisnis yang telah di jelaskan serta saran yang diberikan kepada pemegang usaha untuk mengembangkan usaha tersebut.

BAB 2

PROFIL PERUSAHAAN DAN GAMBARAN PRODUK

2.1. Profil Perusahaan

Toko Mutiara Sari merupakan sebuah bisnis yang menjual perlengkapan pangan rumah tangga atau yang biasa disebut dengan sembako. Toko sembako Mutiara Sari berdiri sejak tahun 2006. Usaha ini didirikan oleh seorang ibu rumah tangga yang ingin memiliki penghasilan tambahan tanpa harus keluar rumah bermodalkan dengan lahan kosong yang terdapat di halaman rumah dan modal usaha ini didapatkan dari hasil tabungan yang disisihkan dari uang belanja sehari-hari.

2.1.1. Identitas Perusahaan

Nama Perusahaan : Toko Mutiara Sari
Bidang Usaha : Sembako
Alamat : Kp. Cikeas Nagrak Rt/Rw 03/01No
21 Kecamatan Gunung Putri
Kabupaten Bogor.

Visi-Misi Perusahaan

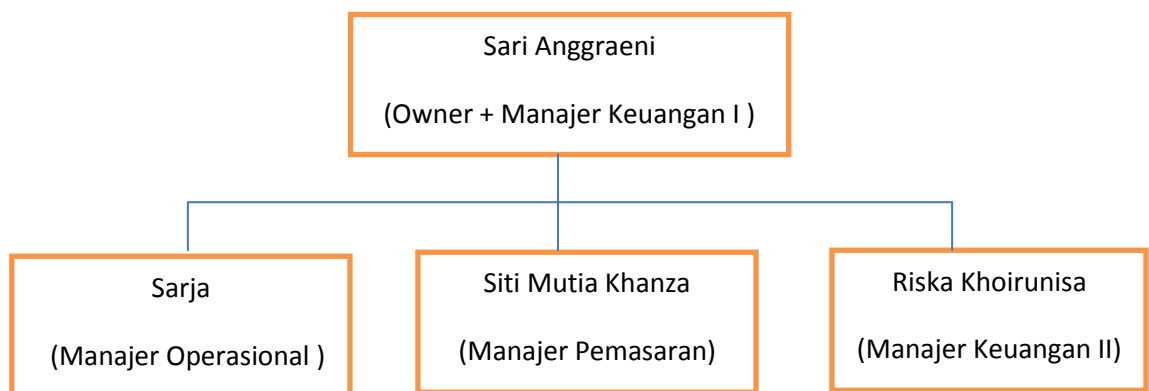
– Visi

MENJADI AGEN SEMBAKO YANG
MERAKYAT DAN TERLARIS DI DESA
NAGRAK KECAMATAN GUNUNG PUTRI
KABUPATEN BOGOR

– Misi

- Melayani konsumen dengan penuh suka cita
- Meningkatkan kualitas pelayanan
- Mendapatkan kepuasan dari konsumen.

2.1.2. Struktur Organisasi



Job Description Divisi

- Owner + Manajer Keuangan I
Menyusun dan mengkonsep usaha toko sembako Mutiara Sari dan mengelola keuangan dari modal usaha yang di dapatkan hingga profit dari hasil penjualan.
- Manajer Keuangan II
Membantu mengelola jalan keluar masuknya keuangan di toko sembako Mutiara Sari
- Manajer Operasional
Memenuhi segala kebutuhan toko sembako Mutiara Sari (*supply* barang) dan mengatur keberlangsungannya usaha ini untuk dijalankan.
- Manajer Pemasaran
Memasarkan dan menawarkan produk-produk yang ada di dalam toko sembako Mutiara Sari secara langsung kepada warga sekitar, melalui sosial media (*Whatsapp* dan *Facebook*), dan memasang spanduk.

2.1.3. Rencana Pelaksanaan Pengembangan Usaha

Rencana pelaksanaan usaha toko sembako ini berlokasi di Kp. Cikeas Nagrak Rt/Rw 03/01 No 21 Kecamatan Gunung Putri Kabupaten Bogor. Sedangkan

waktu perencanaan pengembangan usaha ini diperkirakan akan dilaksanakan dalam waktu 11 bulan kedepan, seperti perkiraan pada tabel yang terlampir.

2.2.Gambaran Produk

Produk yang dijual oleh toko Mutiara Sari adalah bahan pangan pokok seperti beras, gula, minyak sayur, tepung serta bahan pangan lainnya yang dibutuhkan oleh setiap orang yang mana bisa didapatkan oleh konsumen dengan mudah.

2.2.1. Analisis Situasi

Situasi pasar pada usaha toko sembako dari tahun ke tahun terus meningkat, diiringi dengan pertumbuhan penduduk yang setiap tahunnya terus bertambah dan mereka selalu memiliki kebutuhan pangan yang harus dipenuhi setiap harinya.

Terdapat beberapa kompetitor yang membuka usaha toko sembako di lingkungan toko sembako Mutiara Sari. Dengan demikian, toko sembako Mutiara Sari akan melakukan inovasi dalam pengembangan dari segi produk, pelayanan, dan teknologi. Seperti mengadakan promo akhir tahun, hari raya atau *event-event* tertentu. Dan di era sekarang semua orang memiliki kendaraan pribadi baik itu kendaraan beroda dua atau beroda empat yang membutuhkan bahan bakar untuk mengoperasikan kendaraannya tersebut maka toko Mutiara Sari akan menjual produk penghemat

bahan bakar yang dijamin kualitasnya. Dengan demikian toko Mutiara Sari akan melakukan kerja sama dengan perusahaan yang memproduksi penghemat bahan bakar kendaraan tersebut.

Kemudian dari segi pelayanan, toko Mutiara Sari akan melayani konsumen dengan cepat tanggap sehingga konsumen tidak perlu menunggu terlalu lama untuk mendapatkan produk yang mereka beli. Selain itu, dengan perkembangan teknologi masa kini toko Mutiara Sari melayani konsumen via sosial media seperti melalui aplikasi *whatsapp* dan *facebook* sehingga konsumen diluar daerah Cikeas bisa memesan produk yang mereka inginkan. Dan kami akan mengirimkan pesanan kepada konsumen secara langsung dengan mendatangi rumah konsumen sekitar Cikeas, dan akan mengirimkan pesanan via jasa pengiriman barang satu hari (*same day*) seperti *GoSend* atau *GrabExpress* di luar daerah Cikeas.

Dan dari segi teknologi kebanyakan orang di zaman sekarang menggunakan aplikasi untuk membayar produk yang mereka beli, dengan demikian toko Mutiara Sari menerima pembayaran secara non-tunai (*cashless*) bagi konsumen yang datang langsung ke toko dan bagi konsumen yang memesan via online maka toko Mutiara Sari menerima pembayaran via transfer.

2.2.2. Profil Konsumen

Konsumen yang menjadi target usaha kami adalah semua kalangan yang berlokasi di sekitar Cikeas yang membutuhkan bahan pangan untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka.

2.2.3. Potensi Pasar

Usaha toko sembako memiliki potensi pasar yang cukup besar melihat semakin tingginya kebutuhan pangan yang dibutuhkan oleh semua orang.

1. Segmentasi Pasar

Toko Mutiara Sari memfokuskan pada bisnis skala menengah dan kecil. Dan target utamanya adalah penduduk yang ada di sekitar Cikeas Nagrak.

2. Strategi Segmentasi

Strategi yang dilakukan untuk bisa bersaing dengan kompetitor adalah dengan melakukan promosi secara berkala, mengadakan promo-promo sembako dan melengkapi produk yang diinginkan dan dibutuhkan oleh masyarakat.

3. Kebutuhan Pasar

Semakin tinggi dan beragam permintaan konsumen terhadap produk yang mereka inginkan, maka toko

Mutiara Sari akan memenuhi kebutuhan konsumen tersebut.

2.2.4. Permintaan

Menurut Gilarso (2007) dalam ilmu ekonomi permintaan mempunyai arti tertentu, yaitu selalu menunjuk pada suatu hubungan tertentu antara jumlah suatu barang yang akan dibeli orang dan harga barang tersebut. Permintaan adalah jumlah dari suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga selama jangka waktu tertentu dengan anggapan hal-hal lain tetap sama.

Permintaan akan produk sembako di daerah Cikeas dengan jumlah 4.445 penduduk terdiri dari 889 Kepala Keluarga (KK). Pembelian sembako setiap bulannya rata-rata sebesar Rp. 2.000.000

Tabel 2.2.4 Jumlah Permintaan

Jumlah Kepala Keluarga (a)	Pembelian Sembako Per Bulan/KK (b)	Jumlah Permintaan (Rp) (a x b)
889	Rp. 2.000.000	Rp. 1.778.000.000

Sumber : Data Olahan

2.2.5. Penawaran

Menurut Hanafie (2010) penawaran adalah dalam ilmu ekonomi istilah penawaran mempunyai arti jumlah dari suatu barang tertentu yang mau dijual pada berbagai kemungkinan harga, dalam jangka waktu tertentu. Penawaran adalah hal yang dilakukan oleh perusahaan terhadap jumlah suatu barang yang mana dipasarkan kepada konsumen.

Jumlah penawaran terhadap produk sembako di Cikeas terdapat 25 toko sembako.

Tabel 2.2.5 Jumlah Penawaran

No	Nama Perusahaan Pesaing	Stock Barang (Rp)
1	Toko Mutiara Sari	Rp. 20.000.000
2	Toko Arjun	Rp. 20.000.000
3	Toko Ani	Rp. 10.000.000
4	Toko Opik	Rp. 50.000.000
5	Kuningan	RP. 30.000.000
6	Toko Saman	Rp. 20.000.000
7	Toko Juju	Rp. 20.000.000

8	Toko Diah	Rp. 10.000.000
9	Toko Sadi	Rp. 10.000.000
10	Toko Emar	Rp. 10.000.000
11	Toko Romih	Rp. 20.000.000
12	Toko Ratih	Rp. 10.000.000
13	Toko Iroh	Rp. 30.000.000
14	Toko Adang	Rp. 20.000.000
15	Toko Herman	Rp. 50.000.000
16	Toko Anis	Rp. 50.000.000
17	Toko Atin	Rp. 30.000.000
18	Toko Sarnani	Rp. 30.000.000
19	Toko Agus	Rp. 20.000.000
20	Toko Mala	Rp. 10.000.000
21	Toko Alya	Rp. 10.000.000
22	Toko Rika	Rp. 10.000.000
23	Toko Ipah	Rp. 15.000.000

24	Toko Lia	Rp. 20.000.000
25	Toko Minah	Rp. 10.000.000
26	Toko Asiah	Rp. 30.000.000
	Jumlah	Rp. 565.000.000

Sumber: Data Olahan

2.2.6. Pangsa Pasar

Pangsa pasar adalah sebuah strategi pemasaran yang mencakup sasaran pasar yang luas menjadi kumpulan dari beberapa bagian kecil diantaranya konsumen, bisnis ataupun negara yang mempunyai kebutuhan umum atau sebagai kepentingan dan memiliki prioritas dan kemudian merancang sebuah strategi untuk menjadikannya sasaran (Pengajarku, 2020).

Berdasarkan dari penjualan lima bulan terakhir Toko sembako Mutiara Sari memperoleh omzet rata-rata sebesar Rp. 30.000.000 perbulan dan akan menaikan target penjualan setiap bulannya sebesar 10%.

Tabel 2.2.6 Peluang Pasar Rata-rata per Bulan

Permintaan (a)	Penawaran (b)	Peluang c = (a-b)	Peluang (%) d = (c/a)	Target Penjualan (e)	Target Penjualan (%) f = (e/c)
Rp. 1.778.000.000	Rp. 565.000.000	Rp. 1.213.000.000	68,2	Rp. 33.000.000	2,7

Sumber: Data Olahan

Melihat tingginya persentasi peluang pasar yang ada yaitu **68,2%** menunjukkan bahwa pangsa pasar bagi usaha toko sembako memiliki pangsa pasar atau peluang yang besar.

2.2.7. Gambaran Produk

Produk yang kami jual merupakan produk yang dibutuhkan bagi setiap orang yaitu sembako. Sembako merupakan kebutuhan pangan yang pokok, yang mana kebutuhan ini harus di penuhi oleh setiap individu setiap harinya. Sembako mencakup beras, minyak, telur, gula, tepung dan bahan pokok lainnya. Selain bahan pangan, kami juga menjual produk penghemat bahan bakar kendaraan roda dua maupun roda empat yang mana kebanyakan orang memiliki kendaraan tersebut.

2.2.8. Keunggulan Produk

Keunggulan dari toko Mutiara Sari adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan sembako yang lengkap

Konsumen dengan mudah mendapatkan produk yang mereka cari karena ketersediaan barang yang sangat lengkap.

2. Pelayanan yang cepat tanggap

Konsumen bisa mendapatkan produk yang mereka beli dengan cepat baik konsumen yang datang langsung ke toko maupun konsumen yang memesan secara online di sekitar Cikeas.

3. Menggunakan teknologi masa kini

Bagi konsumen yang tidak memiliki waktu untuk berbelanja kebutuhan pokok mereka tetapi kebutuhan tersebut harus terpenuhi maka konsumen dapat memesan secara *online* dengan pembayaran secara *online* juga.

2.2.9. Harga Produk

Tabel 2.2.9 Daftar Harga Sembako

No	Nama Produk	Qty	Satuan	Harga Beli	Harga Jual
1	Beras	1	Liter	9.200	9.500
2	Telur	1	Kg	26.000	28.000

3	Minyak Sayur	1	Liter	12.500	13.000
4	Tepung Terigu	1	Kg	8.000	10.000
5	Gula Putih	1	Kg	12.000	14.000
6	Garam	1	Bks	1.100	2.000
7	Gas	1	Tabung (3 Kg)	21.000	22.000
8	Air Minum Aqua	1	Galon	16.500	18.000
9	Air Minum Isi Ulang	1	Galon	4.000	6.000
10	Kopi Kapal Api	1	Sachet	4.500	5.000
11	Kopi Kapal Api Mix	1	Sachet	1.000	2.000
12	Kopi (Cap Oplet)	1	Sachet	2.100	2.500
13	Kopi Luwak	1	Sachet	1.250	1.500
14	Kopi Good Day	1	Sachet	1.250	1.500
15	Kopi Indocafe Mix	1	Sachet	1.250	1.500
16	Energen	1	Sachet	1.250	1.500
17	Gula Merah	1	Kg	14.000	15.000
18	Bihun	1	Bal	21.000	23.000
19	Susu	1	Sachet	1.250	1.500
20	Susu Kaleng 375 gr	1	Kaleng	9.800	11.000
21	Teh Sachet	1	Sachet	1.250	1.500
22	Teh Karton	1	Pack	4.500	5.000
23	Shampo	1	Sachet	833	1.000
24	Sabun Mandi	1	Pcs	2.000	3.000
25	Sabun Cuci Piring	1	Pcs	2.000	2.500
26	Sabun Cuci Baju	1	Sachet	833	1.000
27	Sabun Pel	1	Sachet	437	500
28	Pewangi Pakaian	1	Sachet	833	1.000
29	Amplop	1	Pack	12.500	13.000
30	Rokok	1	Bks	16.100	17.000
31	Bawang Putih	1	Kg	25.000	40.000
32	Bumbu Masak	1	Sachet	1.500	2.000
33	Mie Instan	1	Bks	2.000	2.500
34	Penghemat Bahan Bakar	1	Pcs	4.000	5.000

Sumber: Data Olahan

BAB 3

SURVEI DAN EVALUASI PASAR

3.1.Survei

Kecenderungan pasar terhadap produk bahan pangan pokok atau sembako sangatlah tinggi, karena sembako merupakan kebutuhan sehari-hari yang harus mereka lengkapi setiap harinya. Dengan demikian, memiliki usaha toko sembako ini sangatlah menguntungkan karena akan dicari setiap harinya oleh konsumen, meskipun terdapat banyak kompetitor di sekitar toko sembako yang kami dirikan. Akan tetapi apabila produk yang konsumen cari dan kami selalu dapat memenuhinya maka konsumenpun akan merasa tidak perlu ke toko lain untuk membeli produk yang mereka inginkan.

3.1.1. Pesaing Utama

Pesaing utama dari bisnis sembako ini adalah toko-toko yang menjual produk yang sama yaitu sembako. Dan terdapat salah satu toko sembako yang menjual produknya dengan harga dibawah rata-rata yang membuat kami harus memutar otak mencari cara bagaimana hal ini bisa teratasi.

Selain itu terdapat pesaing terdekat yang cukup signifikan mempengaruhi persaingan bisnis terhadap usaha sembako ini

yaitu terdapat toko waralaba yang mana dari segi produk mereka menyediakan lebih banyak dan lebih lengkap. Dan toko sembako yang menjual produk-produknya tidak sesuai dengan harga pasaran.

Sedangkan untuk pesaing terdekat yang tidak berpengaruh terhadap usaha kami yaitu toko-toko yang menjual bahan konsumsi diluar sembako dan memiliki target pasar yang tidak luas seperti warkop.

3.1.2. Posisi Bisnis

Posisi bisnis toko Mutiara Sari pada saat ini adalah pesaing yang cukup berpengaruh terhadap toko sembako yang lain dikarenakan toko Mutiara Sari memiliki pelanggan tetap dan memiliki relasi yang cukup luas untuk dijadikan partner bisnis.

3.1.3. Potensi Persaingan

Analisis SWOT memiliki fungsi untuk mendapatkan informasi dan analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman). Analisis SWOT dapat digunakan dengan berbagai cara untuk meningkatkan analisis dalam usaha penetapan strategi. Umumnya yang sering digunakan adalah sebagai kerangka atau panduan sistematis

dalam diskusi untuk membahas kondisi alternatif dasar yang mungkin menjadi pertimbangan perusahaan, Riadi (2013).

A. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan (*Strength*) merupakan sumber daya atau kapabilitas yang tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya (Pearce 2014,:157).Berikut merupakan kekuatan dari toko Mutiara Sari:

- Ada program *reward* bagi konsumen.
- Mengadakan promo-promo akhir tahun, hari raya dan *event-event* tertentu
- Promosi secara berkala.

B. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan (*weakness*) merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya atau kapabilitas suatu perusahaan relative terhadap pesaingnya,yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif (Pearce 2014:157).

Berikut ini kelemahan dari toko Mutiara Sari:

- Terbatas dalam pendanaan.

C. Peluang (*Opportunity*)

Peluang (*Opportunity*) merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan (Pearce 2014:156). Berikut ini peluang dari usaha:

- Berkembangnya media sosial sebagaisarana untuk promosi
- Kawasan padat penduduk baik penduduk asli Cikeas dan pendatang (orang yang bermigrasi).
- Sembako sebagai produk kebutuhan utama.

D. Ancaman (*Threat*)

Analisis terhadap unsur ancaman sangat penting karena menentukan apakah bisnis ini dapat bertahan atau tidak di masa depan. Berikut ancaman dari usaha ini adalah:

- Terdapat pesaing dan terus munculnya pesaing baru.
- Cenderung harga produk naik (inflasi).

3.2. Target Pasar

Dalam pencapaian target pasar yang akan kita lakukan adalah mensegmentasi pasar konsumen dengan melihat karakteristik deskriptif antara lain sebagai berikut:

1. Aspek Demografis

Target pasar toko Mutiara Sari adalah penduduk yang sudah berkeluarga dan para pekerja.

2. Aspek Geografi

Secara geografi, target pasar yang kita tuju adalah Cikeas-Cibubur dan Bekasi

3. Aspek Psikografi

Masyarakat yang memiliki tingkat kesadaran yang tinggi akan kebutuhan pangan yang mereka konsumsi bisa didapatkan dengan mudah dan murah.

Target pasar dari toko Mutiara Sari adalah kalangan menengah dan menengah kebawah yaitu masyarakat yang bertempat tinggal di Cikeas dan sekitarnya.

BAB 4

HASIL ANALISIS BISNIS

4.1 Analisa Pemasaran

Kanada Kurniawan (2019) menyatakan bahwa pemasaran adalah aktivitas, serangkaian intitusi, dan proses menciptakan mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum. Pemasaran dilakukan untuk menyebarluaskan suatu informasi yang berkaitan dengan usaha yang kita miliki dengan tujuan agar masyarakat mengetahui akan suatu produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Tercapainya kesuksesan dalam perusahaan atas peningkatan penjualan sebuah produk sangat berkaitan erat dengan kegiatan pemasaran. Sebagai apapun produk yang diluncurkan tidak akan memberikan kontribusi yang positif atas kesuksesan dalam penjualan apabila tidak di barengi dengan strategi yang tepat. Berikut beberapa tugas dari pemasaran:

1. Memperkenalkan produk ke khalayak umum
2. Mencapai target penjualan
3. Memastikan atas kepuasan konsumen
4. Menciptakan strategi lanjutan
5. Bekerja sama dengan pihak mitra
6. Membuat rekapitulasi penjualan.

Tujuan dari analisa pemasaran adalah untuk mempelajari berbagai masalah pasar yang menyangkut lokasi pasar, luas pasar, sifat pasar, dan karakteristik pasar. Dengan begitu, kita bisa mengetahui seberapa besar permintaan terhadap produk yang kita tawarkan, kapan permintaan tersebut memuncak dan kapan permintaan tersebut menurun dari konsumen, yang akan mempermudah saat merencanakan strategi bisnis dan dapat menghasilkan keuntungan yang besar dan optimal.

Dari segi pemasaran, langkah awal yang perlu dilakukan oleh toko sembako Mutiara Sari dalam proses pengembangan yaitu melakukan analisis lebih lanjut mengenai persaingan pasar serta melakukan kegiatan pemasaran seperti melakukan promosi *online* maupun *offline* secara berkala, mengadakan promo di berbagai *event* tertentu serta melengkapi produk yang dibutuhkan oleh konsumen.

Selain itu, toko Mutiara Sari menerapkan strategi pemasaran yang dilakuakn secara bersamaan atau biasa disebut dengan strategi *marketing mix* yang di dalamnya terdapat 5P yaitu:

1. *Product* (Produk) dan *Price* (Harga)

Produk yang ditawarkan oleh toko Mutiara Sari adalah produk yang selalu dibutuhkan oleh setiap orang untuk memenuhi kebutuhan pangan setiap harinya. Selain itu, konsumen bisa mendapatkan produk yang dibutuhkan dengan mudah secara efektif dan efisien.

Dan harga yang ditawarkan oleh toko Mutiara Sari adalah harga yang bisa bersaing di pasaran dengan kondisi ekonomi yang sedang tidak stabil, akan tetapi dalam kondisi ekonomi stabil kami berani memberikan harga di bawah harga pasaran.

Tabel 4.1. Daftar Harga Sembako

No	Nama Produk	Qty	Satuan	Harga Beli	Harga Jual
1	Beras	1	Liter	9.200	9.500
2	Telur	1	Kg	26.000	28.000
3	Minyak Sayur	1	Liter	12.500	13.000
4	Tepung Terigu	1	Kg	8.000	10.000
5	Gula Putih	1	Kg	12.000	14.000
6	Garam	1	Bks	1.100	2.000
7	Gas	1	Tabung (3 Kg)	21.000	22.000
8	Air Minum Aqua	1	Galon	16.500	18.000
9	Air Minum Isi Ulang	1	Galon	4.000	6.000
10	Kopi Kapal Api	1	Sachet	4.500	5.000
11	Kopi Kapal Api Mix	1	Sachet	1.000	2.000
12	Kopi (Cap Oplet)	1	Sachet	2.100	2.500
13	Kopi Luwak	1	Sachet	1.250	1.500
14	Kopi Good Day	1	Sachet	1.250	1.500
15	Kopi Indocafe Mix	1	Sachet	1.250	1.500
16	Energen	1	Sachet	1.250	1.500
17	Gula Merah	1	Kg	14.000	15.000
18	Bihun	1	Bal	21.000	23.000
19	Susu	1	Sachet	1.250	1.500
20	Susu Kaleng 375 gr	1	Kaleng	9.800	11.000
21	Teh Sachet	1	Sachet	1.250	1.500
22	Teh Karton	1	Pack	4.500	5.000
23	Shampo	1	Sachet	833	1.000
24	Sabun Mandi	1	Pcs	2.000	3.000
25	Sabun Cuci Piring	1	Pcs	2.000	2.500
26	Sabun Cuci Baju	1	Sachet	833	1.000

27	Sabun Pel	1	Sachet	437	500
28	Pewangi Pakaian	1	Sachet	833	1.000
29	Amplop	1	Pack	12.500	13.000
30	Rokok	1	Bks	16.100	17.000
31	Bawang Putih	1	Kg	25.000	40.000
32	Bumbu Masak	1	Sachet	1.500	2.000
33	Mie Instan	1	Bks	2.000	2.500
34	Penghemat Bahan Bakar	1	Pcs	4.000	5.000

Sumber : Data Olahan

2. *Place* (Tempat)

Tempat didirikannya toko sembako Mutiara Sari ini sangat strategis dan mudah di jangkau. Usaha ini berdiri di kawasan ramai orang, usaha ini berdekatan dengan Rumah Sakit Patah Tulang haji Sulaiman, perumahan Taman Kenari Nusantara, dan terdapat banyak rumah *kost*.

3. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan hal yang sangat penting dalam usaha, baik itu usaha dengan skala besar maupun usaha dengan skala kecil. Promosi yang dilakukan oleh toko Mutiara Sari yaitu dengan melakukan promosi secara *offline* yaitu dengan cara promosi dari mulut ke mulut, maupun *online* promosi melalui sosial media seperti *Whatsapp* dan *Facebook*.

4. *Person* (SDM)

Dalam menjalankan usaha ini toko Mutiara Sari memperdayakan anggota keluarga sebagai Sumber Daya

Manusia yang mana kami dalam satu keluarga terdapat lima orang dan setiap orang memiliki *job desk* masing-masing, seperti manajer keuangan mengelola keluar masuknya keuangan dalam perusahaan, manajer operasional bertanggungjawab atas keberlangsungannya perusahaan seperti melayani konsumen dan belanja kebutuhan perusahaan dan manajer pemasaran memiliki tugas untuk mempromosikan produk yang dijual oleh perusahaan serta bertanggung jawab atas keberhasilannya perusahaan tersebut, karena dengan kegaitan promosilah yang menentukan sukses atau tidaknya suatu usaha.

4.2 Analisa Produksi

Toko sembako Mutiara Sari membeli kebutuhan produk untuk di jual yaitu di pasar dan agen-agen besar atau grosir. Kebutuhan produk yang di beli sebesar Rp. 3.000.000 per tiga hari atau Rp. 30.000.000 perbulan. Dan ukuran barang yang dijual kepada pelanggan yaitu sachet, *piece*, kilo dan liter.

4.3 Analisa SDM

Toko sembako Mutiara Sari memiliki Sumber Daya Manusia yang berasal dari anggota keluarga yaitu terdiri dari manajer keuangan, manajer operasional dan manajer pemasaran. Dan tugas dari masing manajer tersebut adalah sebagai berikut:

- Manajer Keuangan
 - Mengelola keuangan dalam perusahaan
- Manajer Operasional
 - Menyediakan kebutuhan perusahaan
 - Membeli stock produk yang habis
 - Melayani konsumen secara langsung dan dibantu dengan anggota keluarga lainnya
 - Mengirim pesanan konsumen apabila konsumen berbelanja secara online.
- Manajer Pemasaran
 - Memasarkan produk yang dijual oleh perusahaan secara *online* maupun *offline*
 - Membuat dan menentukan promo di *event-event* tertentu.

4.4 Analisa Keuangan

4.4.1. Modal Usaha

Dalam segi permodalan, modal awal yang digunakan oleh Toko Mutiara Sari untuk memulai usaha adalah sebesar Rp. 48.480.000 yang mana modal tersebut dipergunakan untuk membeli keperluan dalam memulai usaha, seperti pada rincian berikut:

Tabel 4.2. Investasi pada Toko Sembako Mutiara Sari

No	Uraian	Umur Ekonomis	Satuan	Harga Satuan	Total	Nilai Residu	Depresiasi
1	Tanah		9 m	Rp 5.000.000	Rp 45.000.000		
2	Bangunan	10 Tahun	1 Unit	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 300.000	Rp 120.000
3	Ember Beras	10 Tahun	3 Unit	Rp 50.000	Rp 150.000		
4	Kulkas	5 Tahun	1 Unit	Rp 700.000	Rp 700.000	Rp 140.000	Rp 112.000
5	Etalase Rokok	5 Tahun	1 Unit	Rp 350.000	Rp 350.000	Rp 70.000	Rp 140.000
6	Etalase Besar	5 Tahun	1 Unit	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 80.000	Rp 64.000
7	Timbangan	5 Tahun	1 Unit	Rp 80.000	Rp 80.000		
8	Keranjang Plastik	5 Tahun	10 Unit	Rp 30.000	Rp 300.000		
				Rp 8.110.000	Rp 48.480.000	Rp 590.000	Rp 436.000

Sumber : Data Olahan

a. Taksiran Pendapatan

Tabel 4.3. Taksiran Pendapatan per Bulan

No	Penjualan per Bulan	Jumlah per Bulan	Satuan	Harga	Total
1	Beras Ramos Karawang Super	500	Kg	Rp 11.000	Rp 5.500.000
2	Beras Ramos Bagus	500	Kg	Rp 9.500	Rp 4.750.000
3	Beras Ramos Karawang Biasa	350	Kg	Rp 9.000	Rp 3.150.000
4	Telur	120	Kg	Rp 24.000	Rp 2.880.000
5	Minyak Sayur	90	Kg	Rp 13.000	Rp 1.170.000
6	Tepung Terigu	120	Kg	Rp 10.000	Rp 1.200.000
7	Gas	70	Tabung	Rp 24.000	Rp 1.680.000
8	Aqua Galon	75	Galon	Rp 18.000	Rp 1.350.000
9	Galon Isi Ulang	60	Galon	Rp 6.000	Rp 360.000
10	Gula Pasir	105	Kg	Rp 18.000	Rp 1.890.000
11	Garam	80	Pcs	Rp 1.000	Rp 80.000
12	Gula Merah	45	Kg	Rp 15.000	Rp 675.000
13	Rokok	60	Karton	Rp 19.000	Rp 1.140.000
14	Mie Instan	10	Karton	Rp 85.000	Rp 850.000
15	Bihun	6	Bal	Rp 20.000	Rp 120.000
16	Bawang Putih	8	Kg	Rp 25.000	Rp 200.000
17	Sabun Mandi	55	Pcs	Rp 3.000	Rp 165.000
18	Susu Sachet	60	Sachet	Rp 2.500	Rp 150.000
19	Susu Kaleng	30	Kaleng	Rp 9.000	Rp 270.000
20	Shampo	77	Sachet	Rp 1.000	Rp 77.000
21	Sabun Cuci Piring	35	Pcs	Rp 3.000	Rp 105.000
22	Teh Karton	26	Karton	Rp 23.000	Rp 598.000
23	Teh Sachet	30	Pcs	Rp 12.000	Rp 360.000
24	Kopi	200	Sachet	Rp 5.000	Rp 1.000.000
25	Energen	50	Sachet	Rp 2.000	Rp 100.000
26	Pewangi Pakaian	120	Sachet	Rp 1.000	Rp 120.000
27	Sabun Pel	60	Sachet	Rp 1.000	Rp 60.000
	Jumlah Pendapatan per Bulan				Rp 30.000.000

Sumber : Data Olahan

Total Pendapatan

Rp. 30.000.000 x 12 Bulan = Rp. 360.000.000 per Tahun

b. Taksiran Pengeluaran atau Biaya-biaya

1 Biaya Variable

Belanja Sembako = Rp. 25.000.000 per Bulan

Total Biaya Variabel

Rp. 25.000.000 x 12 Bulan = Rp. 300.000.000 per Tahun

2 Biaya Tetap

- Listrik = Rp. 20.000

- Gaji Karyawan = Rp. 1.000.000

- Penyusutan = Rp. 436.000

Total Biaya Tetap = Rp. 1.285.500 per Bulan

Rp. 1.285.500 x 12 Bulan = Rp. 15.426.000 per Tahun

Tabel 4.4. Taksiran Laba Rugi

Keterangan	2021	2022	2023	2024	2025
Pendapatan diperkirakan naik 3%	Rp 360.000.000	Rp 370.800.000	Rp 381.924.000	Rp 393.381.720	Rp 405.183.171
Biaya Variabel diperkirakan naik 3%	Rp 300.000.000	Rp 309.000.000	Rp 318.270.000	Rp 327.818.100	Rp 337.652.643
Biaya Tetap	Rp 15.426.000	Rp 15.426.000	Rp 15.426.000	Rp 15.426.000	Rp 15.426.000
Total Biaya	Rp 315.426.000	Rp 324.426.000	Rp 333.696.000	Rp 343.244.100	Rp 353.078.643
EBT	Rp 44.574.000	Rp 46.374.000	Rp 48.228.000	Rp 50.137.620	Rp 52.104.528
Pajak 10%	Rp 4.457.400	Rp 4.637.400	Rp 4.822.800	Rp 5.013.762	Rp 5.210.453

EAT	Rp 49.031.400	Rp 51.011.400	Rp 53.050.800	Rp 55.151.382	Rp 57.314.981
Penyusutan	Rp 436.000	Rp 436.000	Rp 436.000	Rp 436.000	Rp 436.000
Cashflow	Rp 49.467.400	Rp 51.447.400	Rp 53.486.800	Rp 55.587.382	Rp 57.750.981

Sumber : Data Olahan

Berikut perhitungan proceeds selama 5 tahun mendatang dengan rumus:

$$\text{Proceeds} = \text{EAT} + \text{Depresiasi}$$

Tabel 4.5. Perkiraan Perhitungan Proceeds

Tahun	EAT	Depresiasi	Proceeds
2021	Rp 49.031.400	Rp 436.000	Rp 49.467.400
2022	Rp 51.011.400	Rp 436.000	Rp 51.447.400
2023	Rp 53.050.800	Rp 436.000	Rp 53.486.800
2024	Rp 55.151.382	Rp 436.000	Rp 55.587.382
2025	Rp 57.314.981	Rp 436.000	Rp 57.750.981

Sumber : Data Olahan

4.4.2. Perhitungan Penilaian Investasi

a. *Payback Period* (PP)

Payback Period digunakan untuk mengukur lamanya dana investasi yang ditanamkan kembali seperti semula. Bila *payback period* lebih kecil dibanding dengan waktu maksimum pengembalian investasi maka usaha tersebut dikatakan layak dan sebaliknya apabila *payback period* lebih besar dibanding dengan waktu maksimum maka usaha dinyatakan tidak layak. Rumus *payback period* adalah :

$$PP = \frac{\text{Investasi} \times 1 \text{ Tahun}}{\text{Cashflow}}$$

$$\text{Jumlah Investasi} = \text{Rp } 48.480.000$$

$$\text{Prosestahun } 2021 = \frac{\text{Rp } 48.480.000 \times 12 \text{ Bulan}}{\text{Rp}49.467.400}$$

$$1 = 11,76$$

$$11,76 \times 30 \text{ hari} = 352,8 \text{ Hari}$$

Pada perhitungan diatas investasi atau modal kembali dalam jangka waktu 352 hari atau 11 bulan 18 hari.

b. *Net Present Value* (NPV)

NPV adalah selisih antara nilai sekarang dari arus kas yang masuk dengan nilai sekarang dari arus kas yang keluar pada periode waktu tertentu. NPV bisa digunakan dalam penganggaran modal untuk menganalisis profitabilitas dari sebuah proyek, mengukur kemampuan dan peluang sebuah perusahaan dalam mengelola investasinya hingga beberapa tahun mendatang.

Tabel 4.6. Net Present Value

Tahun	Cashflow	DF 10%	Present Value
2021	49.467.400	0,909	44.965.867
2022	51.447.400	0,826	42.495.552
2023	53.486.800	0,751	40.168.587
2024	55.587.382	0,683	37.966.182

2025	57.750.981	0,621	35.863.359
Total Present Value of Cashflow			201.459.547
Present Value of Invesment			48.480.000
Net Present Value			152.979.547

Sumber : Data Olahan

Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil NPV positif Rp. 152.979.547,- artinya usaha ini layak.

c. *Internal Rate of Return (IRR)*

Internal Rate of Return adalah tingkat *discount rate* yang dapat menyamakan PV of cashflow dengan PV of investment. Rumus IRR :

$$IRR = rr + \frac{NPV_{rr}}{TPV_{rr} - TPV_{rt}} \times (rt - rr)$$

Tabel 4.7. Perhitungan NPV dengan tingkat bunga 173% dan 174%

Tahun	Cashflow	DF 173%	Present Value	DF 174%	Present Value
2021	49.467.400	0,366	18.105.068	0,364	18.006.134
2022	51.447.400	0,25	12.861.850	0,248	12.758.955
2023	53.486.800	0,161	8.611.375	0,159	8.504.401
2024	55.587.382	0,1	5.558.738	0,096	5.336.389
2025	57.750.981	0,06	3.465.059	0,058	3.349.557
Total Present Value of Cashflow			48.602.090		47.955.436
Present Value of Invesment			48.480.000		48.480.000
Net Present Value			122.090		-524.564

Sumber : Data Olahan

Untuk menghitung dengan cara membuat interpolasi, maka

IRR bisa dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{IRR} &= 173\% + \frac{122.090 \times (174\% - 173\%)}{48.602.090 - 47.955.436} \\ &= 173,18\% \end{aligned}$$

Dengan demikian tingkat suku bunga yang diperlukan untuk IRR adalah sebesar 173,18%, karena tingkat keuntungannya lebih besar dari tingkat bunga yang diharapkan, maka usaha ini layak.

d. *Profitability Index* (PI)

Metode *profitability index* (PI) menghitung perbandingan antara *present value* dari penerimaan dengan *present value* dari investasi. Bila *profitability index* lebih besar atau sama dengan Satu (1) maka proyek investasi dianggap layak untuk dijalankan dan sebaliknya, jika nilai *profitability index* lebih kecil dari Satu (1) maka proyek investasi dianggap tidak layak. Rumus PI adalah:

$$\begin{aligned} \text{PI} &= \frac{\text{PV of Cashflow}}{\text{Investasi}} \\ \text{PI} &= \frac{201.459.547}{48.480.000} \\ &= 4,1 \end{aligned}$$

Dari data tersebut nilai *profitability index* lebih dari Satu (1), maka investasi dianggap layak.

Tabel 4.8. Hasil Penelitian

No	Metode Penelitian	Hasil	Keterangan
1	<i>Payback Period</i>	352,8 Hari atau 11 bulan 18 hari	Layak karena modal dapat kembali lebih cepat dari waktu yang diperkirakan
2	<i>Net Present Value</i>	Rp 152.979.547	Hasilnya positif maka layak atau diterima
3	<i>Internal Rate of Return</i>	173,18%	Dinilai layak karena nilai IRR lebih besar dibanding Keuntunganyang disyaratkan
4	<i>Profitability Index</i>	4,1	Layak karena nilai lebih dari 1, maka diterima

4.5 Analisis Dampak dan Risiko Usaha

Dalam setiap usaha pastinya memiliki dampak dan risiko usaha itu sendiri, baik itu usaha dalam jumlah skala yang besar maupun skala kecil.

Berikut dampak dan risiko usaha sembako Toko Mutiara Sari:

- Dampak Usaha Terhadap Lingkungan
 - Masyarakat bisa mendapatkan kebutuhan pangan dengan mudah.
- Risiko Usaha
 - Harga sembako akan naik apabila terjadi inflasi
 - Banyaknya pesaing baru.

4.6 Analisa SWOT dan Matriks SWOT

Analisis SWOT memiliki fungsi untuk mendapatkan informasi dan analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman). Analisis SWOT dapat digunakan dengan berbagai cara untuk meningkatkan analisis dalam usaha penetapan strategi. Umumnya yang sering digunakan adalah sebagai kerangka atau panduan sistematis dalam diskusi untuk membahas kondisi alternatif dasar yang mungkin menjadi pertimbangan perusahaan, Riadi (2013).

A. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan (*Strength*) merupakan sumber daya atau kapabilitas yang tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya (Pearce 2014,:157).Berikut merupakan kekuatan dari toko Mutiara Sari:

- Ada program *reward* bagi konsumen.
- Mengadakan promo-promo akhir tahun, hari raya dan *event-event* tertentu
- Promosi secara berkala.

B. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan (*weakness*) merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya atau

kapabilitas suatu perusahaan relative terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif (Pearce 2014:157).

Berikut ini kelemahan dari toko Mutiara Sari:

- Terbatas dalam pendanaan.

C. **Peluang (*Opportunity*)**

Peluang (*Opportunity*) merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan (Pearce 2014:156). Berikut ini peluang dari usaha:

- Berkembangnya media sosial sebagai sarana untuk promosi.
- Kawasan padat penduduk baik penduduk asli Cikeas dan pendatang (orang yang bermigrasi).
- Sembako sebagai produk kebutuhan utama.

D. **Ancaman (*Threat*)**

Analisis terhadap unsur ancaman sangat penting karena menentukan apakah bisnis ini dapat bertahan atau tidak di masa depan. Berikut ancaman dari usaha ini adalah:

- Terdapat pesaing dan terus munculnya pesaing baru.
- Cenderung harga produk naik (inflasi).

Tabel 4.9. Matriks SWOT

<p>SWOT Matriks</p> <p>Toko Sembako Mutiara Sari</p>	<p>Strengths-S</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ada program reward bagi konsumen. 2. Mengadakan promo-promo akhir tahun, hari raya dan event-event tertentu 3. Promosi secara berkala. 	<p>Weakness-W</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terbatas Dalam Pendanaan
<p>Opportunities-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Berkembangnya media sosial sebagai sarana untuk promosi 2. Kawasan padat penduduk baik penduduk asli Cikeas dan pendatang (orang yang bermigrasi). 3. Sembako sebagai produk kebutuhan utama. 	<p>Kuadran I</p> <p>Strategi SO</p> <p>Mengadakan promo dalam event-event tertentu dan secara berkala serta memberikan reward kepada pelanggan.</p>	<p>Kuadran III</p> <p>Strategi WO</p> <p>Mencari pinjaman modal kepada lembaga keuangan.</p>
<p>Threats-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat pesaing dan terus munculnya pesaing baru. 2. Cenderung harga produk naik (inflasi). 	<p>Kuadran II</p> <p>Strategi ST</p> <p>Tampil beda dalam pelayanan seperti melayani dengan cepat, menerapkan 3S (Senyum, Sopan, dan Santun) dan membuat paket sembako.</p>	<p>Kuadran IV</p> <p>Strategi WT</p> <p>Bermitra dengan agen.</p>

Sumber : Data Olahan

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

5.1.1. Dalam mengembangkan usaha, toko sembako Mutiara Sari melakukan beberapa metode kelayakan yang mana hasil dari metode tersebut dijadikan sebagai acuan layak atau tidaknya usaha ini. Melihat dari beberapa metode analisa kelayakan suatu usaha, Toko sembako Mutiara Sari dapat dijalankan karena melihat hasil dari *Payback Period* atau kembalinya modal lebih cepat dari yang diperkirakan yaitu 352,8 hari atau 11 bulan 18 hari. Memiliki hasil dari *Net Present Value* yang positif yaitu sebesar Rp. 152.979.547 yang mana hasil tersebut dinyatakan layak atau diterima, dengan IRR 173,18% dinilai layak karena hasil perhitungan IRR lebih besar dari bunga deviden sebesar 173% dan nilai dari *Profitability Index* (PI) sebesar 4 dinyatakan layak karena nilai tersebut lebih dari 1.

5.1.2. Strategi yang digunakan untuk mengembangkan usaha ini ialah menggunakan :

- Strategi SO, mengadakan promo dalam event-event tertentu dan secara berkala serta memberikan reward kepada pelanggan.

- Strategi WO, mencari pinjaman modal kepada lembaga keuangan.
- Strategi ST, tampil beda dalam pelayanan seperti melayani dengan cepat, menerapkan 3S (Senyum, Sopan, dan Santun) dan membuat paket sembako
- Strategi WT, bermitra dengan agen.

5.2.Saran

1. Dikarenakan usaha ini memiliki banyak peminatnya dan siapapun bisa mendirikan usaha ini, oleh karena itu lebih ditingkatkan lagi dalam pelayanannya dan selalu melakukan inovasi agar bisa bersaing dengan para pesaing.
2. Usaha ini layak untuk dilanjutkan dan dikembangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ilawati Pristiani, (2016), *Peluang Usaha Rumahan Toko Sembako dan Tips Suksesnya*, <http://www.ilawati-apt.com/html>, diakses pada 18-12-2019
- M. Lukman,(2017), *Kajian Teori*,
<http://repository.uinbanten.ac.id/1195/4/BAB/pdf>,diakses pada 5-1-2020
- Rahayu, (2016), *Permintaan dan Penawaran*, <http://rahayusanchi.blogspot.com>
diakses pada 24-1-2020
- Pengajarku, (2020), *Pangsa Pasar*, <https://pengajar.co.id/pengertian-pangsa-pasar-segmentasi-tujuan-contoh-dan-strateginya>, diakses pada 22-02-2020
- Kanada Kurniawan (2020), *Pengertian Pemasaran*, <https://projasaweb.com>
diakses pada 23- 03- 2020
- Pebisnis, (2018), *Analisi Pasar*,
[https://www.gilabisnis.com/analisis-pasar-pengertian-tujuan-keuntungan//](https://www.gilabisnis.com/analisis-pasar-pengertian-tujuan-keuntungan/)
diakses pada 24 - 03- 2020
- Evy Sriganti (2019), *Pemasaran Produk*,
[www.scribd.com/pemasaran-produk//](http://www.scribd.com/pemasaran-produk) diakses pada 27- 03-2020
- Sutrisno (2012), *Manajemen Keuangan Teori Konsep dan Aplikasi (Keputusan investasi)*. EKONISIA, Yogyakarta
- Anggun Cavallera, *Perkiraan Perhitungan Proceeds*, <https://www.academia.edu>,
diakses pada 21- 07- 2020