

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Pendahuluan

Pada masa sekarang ini tren untuk membangun usaha sendiri sudah semakin berkembang pesat, banyak orang mulai atau bahkan sudah berpikir untuk mendirikan bisnisnya sendiri ditambah dengan modal yang minimal, orang sudah dapat mendirikan bisnisnya sendiri, selain itu pinjaman modal ke bank yang semakin mudah juga memudahkan orang untuk melakukan pinjaman untuk digunakan sebagai modal bisnisnya. Selama masa pandemi ini banyak orang yang aktifitasnya terhambat dan hanya dirumah saja sehingga pekerjaannya juga menjadi terhambat atau bahkan ada sebagian orang juga yang kehilangan pekerjaannya, hal ini membuat sebagian orang termasuk penulis disini berpikir untuk mendirikan bisnisnya sendiri.

Pada awalnya penulis sudah memiliki rencana untuk mendirikan bisnis sebelum masa pandemi ini. Disini penulis berencana untuk mendirikan 2 bisnis sekaligus yaitu bisnis *consignment store* dan bisnis *coffee shop*. Namun karena pada masa pandemi ini kegiatan orang banyak menjadi terbatas, akhirnya penulis memilih untuk menunda terlebih dahulu bisnis *coffee shop* dan lebih fokus pada bisnis *consignment*. Hal ini dikarenakan butuh modal yang cukup besar untuk membangun bisnis *coffee shop*, sehingga penulis merasa cukup beresiko apabila tetap dijanlankan pada

masa pandemi ini. Di lain sisi penulis memilih menjalankan bisnis consignment karena bisnis ini dapat dimulai dengan modal yang sangat sedikit dan tidak diperlukannya toko fisik.

Dalam bidang otomotif mulai banyak yang melakukan bisnis consignment atau jasa titip jual dengan sistem seperti makelar. Yang diperjual-belikan disini bisa berupa mobil/motornya itu sendiri atau barang-barang modifikasi yang sudah tidak terpakai oleh pemiliknya dan ingin dijual. Dalam kasus ini penulis lebih mengarah pada mobil dan barang-barang modifikasinya. Secara umum bisnis consignment ini dibagi 2 yaitu yang menjual kendaraan dan yang menjual parts modifikasi, namun tidak menutup kemungkinan yang menjual kendaraan sesekali juga menjual parts modifikasi dan yang menjual parts modifikasi sesekali juga menjual kendaraan. Mekanisme dalam bisnis ini pelaku bisnis consignment berlaku sebagai penghubung antara penjual dan pembeli, pemilik consignment melakukan promosi barang yang dititipkan oleh pemilik untuk dijual lalu jika ada pembeli maka consignment akan menginfokan ke pemilik bahwa ada orang yang ingin membeli barangnya, lalu barang akan dikirim dari pemilik langsung ke pembeli, namun uang pembeli ditahan terlebih dahulu di consignment sampai barang sampai ke pembeli baru setelah itu uang diteruskan kepada pemilik barang.

Bisnis ini mulai banyak bermunculan karena banyaknya penawaran yang ada dipasar, biasanya para pemilik barang yang ingin menjual barangnya tidak ingin repot untuk melakukan promosi untuk menjual barangnya atau kendaraannya, mereka ingin cara yang lebih simpel sehingga memilih untuk menjual barang atau kendaraannya melalui consignment karena menurut mereka lebih simpel hanya tinggal menunggu pembeli. Profit yang didapat pun bervariasi sesuai dengan besaran jumlah transaksi yang dilakukan.

1.2 Deskripsi Bisnis

1.5 Garage merupakan usaha yang didirikan oleh Christoforus Adira Pratama, Morgan Salim dan Reynaldi Liwandi pada bulan Maret tahun 2020. 1.5 Garage sendiri bergerak di dalam industri otomotif dengan produk yang berupa jasa titip jual barang modifikasi, pemesanan barang-barang modifikasi, serta barang modifikasi mobil itu sendiri. Dengan adanya 1.5 Garage ini, penulis selaku pemilik bisnis ini ingin ikut serta dalam memajukan pertumbuhan industri otomotif Indonesia dengan memudahkan masyarakat dalam membeli ataupun menjual barang-barang modifikasinya.

1.3 Analisa Industri

1.5 Garage sendiri masuk dalam kategori industri otomotif. Selain alasan hobi, penulis memilih industri otomotif karena penulis melihat industri otomotif Indonesia sedang mengalami perkembangan modifikasi

yang cukup besar sehingga memberikan peluang dan kesempatan yang cukup terbuka bagi siapa saja yang ingin masuk lebih dalam ke industri ini.

1.4 Analisa Pasar

Untuk 1.5 Garage sendiri karena mayoritas penggemar otomotif adalah laki-laki, maka segmentasi kami lebih kepada laki-laki namun tidak menutup kemungkinan bagi perempuan. Selain itu dalam segmentasi demografis ini ada juga pembagian menurut umur, untuk segmentasi menurut umur sendiri, kami memilih kalangan umur 18 tahun keatas karena kami melakukan asumsi bahwa konsumen yang melakukan pembelian di perusahaan kami, sudah dapat mengendarai kendaraan secara resmi atau dengan kata lain sudah memiliki SIM. Selain usia dan jenis kelamin, tingkat ekonomi juga menjadi salah satu pengelompokan dalam segmentasi ini. Untuk segmentasi ini kami memilih orang-orang dengan tingkat ekonomi menengah dan menengah keatas, dimana pada golongan tersebut sudah dapat memenuhi kebutuhan yang bersifat tersier.

1.5 Rencana Pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh 1.5 Garage sendiri untuk saat ini yaitu dengan menggunakan media sosial. Alasan kami memilih untuk menggunakan media sosial karena dengan menggunakan media sosial kami dapat melakukan pemasaran secara luas, cepat dan efektif namun dengan biaya yang jauh lebih sedikit dibandingkan dengan melakukan pemasaran

secara konvensional melalui media baik itu media elektronik maupun media cetak. Pada jaman sekarang ini media sosial merupakan salah satu media yang mudah dan efektif dalam melakukan pemasaran karena memiliki pengaruh yang besar kepada masyarakat, selain itu dikutip dari *kominfo.go.id* dari total keseluruhan pengguna internet, 95% diantaranya menggunakan internet untuk mengakses media sosial. Selain *platform* media sosial, kami juga melakukan pemasaran melalui *platform e-commerce* yaitu Tokopedia. Kami memilih tokopedia karena Tokopedia merupakan salah satu *platform e-commerce* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat luas, selain itu, penggunaan *platform* Tokopedia dimaksudkan agar toko kami memiliki opsi pembayaran selain transfer lain seperti penggunaan kartu debit/kredit, cicilan kartu kredit, dan OVO.

1.6 Tim Manajemen dan Struktur Perusahaan

1.5 Garage didirikan oleh 3 orang yaitu Christoforus Adira Pratama, Morgan Salim, dan Reynaldi Liwandi, masing-masing dari kami memiliki tugas yang berbeda, karena bisnis ini tidak memerlukan banyak bagian atau divisi untuk dapat beroperasi, maka kami membagi tugas menjadi 3 bagian, yaitu Morgan Salim mengerjakan operasional, Reynaldi Liwandi mengerjakan pemasaran dan Christoforus Adira Pratama mengerjakan keuangan. Meskipun sudah dilakukan pembagian tugas, apabila salah satu diantara kami sedang tidak dapat mengerjakan tugasnya karena suatu atau lain hal, maka 2 orang lainnya akan melakukan pekerjaan tersebut karena

kami dituntut untuk dapat memahami setiap bagian agar nantinya dapat saling melengkapi satu sama lain.

Karena skala bisnis kami masih kecil, untuk saat ini, bisnis ini dapat kami jalankan hanya dengan 3 orang saja sesuai dengan pembagian pekerjaan diatas, namun kedepannya apabila skala bisnis sudah berkembang besar, dan kami memiliki toko *offline* (fisik) tentunya akan dipertimbangkan untuk merekrut tenaga kerja tambahan sesuai dengan kemampuan dan standar yang kami tetapkan.

Tim manajemen kami berkomitmen untuk selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang kami berikan dan diharapkan konsumen-konsumen yang merasa puas tersebut akan menjadi konsumen loyal dari 1.5 Garage

1.7 Perencanaan Operasional

Dalam kegiatan operasionalnya, 1.5 Garage membagi kegiatan tersebut menjadi 2 bagian, yaitu *front stage* dan *back stage*. Untuk bagian *front stage* ini memiliki tugas untuk berinteraksi langsung dengan konsumen seperti membalas pertanyaan seputar produk yang ingin dibeli oleh calon konsumen, lalu menerima pesanan dari konsumen sampai dengan meminta umpan balik dari konsumen dan memberikan layanan purna jual kepada mereka. Selain tugas-tugas diatas, pada bagian *front stages* ini juga memiliki tugas untuk melakukan kegiatan promosi di media sosial.

Sementara untuk bagian *back stage* memiliki tugas yang sama pentingnya yaitu melakukan kegiatan operasional seperti melakukan pendataan barang, melakukan pemesanan barang untuk dikirim kepada konsumen, menerima dan mencatat semua transaksi yang terjadi sampai dengan membuat pembukuan atau laporan keuangan.

1.8 Pengembangan Produk dan Jasa

Pengembangan bisnis penting untuk dilakukan terutama bagi bisnis yang tergolong masih muda seperti 1.5 Garage sendiri yang tentunya masih memiliki tujuan dan target yang harus dicapai. Rencana pengembangan bisnis ini kami lakukan agar bisnis ini semakin berkembang dan dapat terus tumbuh menjadi salah satu bisnis yang memiliki skala besar dalam industri otomotif.

Berikut adalah beberapa rencana pengembangan bisnis yang akan kami lakukan kedepannya :

1. Melakukan inovasi terhadap produk dan jasa yang kami miliki agar dapat menjadi pilihan utama dari konsumen dan dapat mengalahkan kompetitor-kompetitor yang kami miliki.
2. Melakukan ekspansi bisnis dengan membuka kesempatan menjadi *reseller* dari bisnis kami, sehingga persebaran produk kami akan semakin luas.
3. Bekerja sama dengan distributor-distributor lokal yang dapat memasukkan barang-barang modifikasi dari luar negeri ke Indonesia

sehingga produk yang kami jual semakin beragam dan memiliki daya tarik bagi konsumen karena menjual barang –barang impor juga.

4. Mendirikan toko fisik agar konsumen dapat langsung memasang barang yang dibeli dari 1.5 Garage.

1.9 Proyeksi Keuangan

Untuk dana yang yang diperlukan dalam mendirikan 1.5 Garage tidaklah banyak, karena bisnis ini sendiri bisa dikatakan bisnis yang hampir tanpa modal, modal yang diperlukan hanyalah perlengkapan berupa *gadget* baik itu *Smartphone* ataupun *Laptop* dengan nilai sebesar Rp. 10.000.000 ditambah dengan kuota internet senilai Rp. 200.000. Setelah dilakukan perhitungan lengkap dan dilakukan analisa terhadap laporan keuangan tersebut, disimpulkan bahwa 1.5 Garage layak untuk dijalankan dan memiliki prospek yang cukup bagus. Untuk data lengkapnya akan terlampir pada bab IV sampai dengan bab X.