

BAB I

EXECUTIVE SUMMARY

1.1. Pendahuluan

Industri Alat Listrik merupakan salah satu industri yang sangat prospektif di daerah Kabupaten Ketapang. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pemakaian listrik yang ada di Ketapang selalu mengalami peningkatan sebesar 8% per Tahunnya (BPS, 2017). Seperti yang dapat dilihat, mulai dari Tahun 2015, pemakaian listrik di Ketapang berada pada angka 169.732 MWh (Megawatt – Hour). Kemudian di Tahun 2016 meningkat menjadi 188.945 MWh, dan pada Tahun 2017 naik menjadi 198.669 MWh. (BPS, 2017). Peningkatan pemakaian listrik ini disebabkan oleh naiknya pertumbuhan penduduk di Ketapang yang terus mengalami peningkatan dari Tahun 2010 ke Tahun 2017 sebesar 2,97% dari tahun 2010 – 2017 (BPS, 2017). Hal ini berpengaruh langsung terhadap jalannya sektor penunjang tenaga listrik karena pada setiap pembangunan rumah atau ruko baru akan membutuhkan instalasi listrik agar bisa beroperasi dengan normal.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Ketapang pada Tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 6,71% dikarenakan pandemi COVID – 19. Namun, hal ini tidak membawa dampak yang begitu besar terhadap jalannya operasional toko alat listrik, karena di sisi lain mayoritas pelanggan alat listrik adalah instalatir listrik yang sangat memerlukan peralatan listrik

untuk melakukan pemasangan / instalasi listrik. Melihat peluang ini, Toko Kalimas sebagai bisnis toko alat listrik yang sudah memiliki pengalaman menjalankan bisnis alat listrik selama 19 Tahun ingin berfokus dalam meningkatkan pangsa pasarnya dengan menjangkau pasar baru di daerah lain. Toko Kalimas juga berharap bahwa dengan menjalankan industri alat listrik ini, maka toko dapat memenuhi kebutuhan alat listrik yang ada di Ketapang, Kalimantan Barat.

1.2. Visi, Misi, dan Tujuan Strategis

Visi yang dimiliki oleh Toko Kalimas adalah untuk menjadi distributor alat listrik yang terbesar dan terlengkap di Ketapang, Kalimantan Barat. Dalam rangka mencapai hal tersebut, diperlukanlah misi yang jelas dan realistis. Dengan begitu, misi yang dimiliki oleh Toko Kalimas adalah sebagai berikut; Memberikan kontribusi terhadap kebutuhan alat listrik masyarakat Ketapang; Memberikan pelayanan alat listrik yang dapat memudahkan konsumen untuk mencari produk alat listrik, dan terakhir; Menciptakan lapangan kerja untuk mengurangi angka pengangguran. Agar semua misi diatas ini dapat tercapai, maka Toko Kalimas harus menyusun sebuah tujuan strategis untuk mewujudkan misi-misi tersebut. Dengan begitu, tujuan strategis yang dimiliki oleh Toko Kalimas adalah dengan meningkatkan jangkauan pasar, meningkatkan operasional toko, dan menyerap tenaga kerja.

1.3. Inisiatif Utama untuk Mencapai Tujuan Strategis

Dalam rangka mencapai tujuan strategisnya, Toko Kalimas berencana menjalin kerjasama dengan ekspedisi dalam rangka mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan barang dari rumah. Setelah itu, toko juga ingin menjadi agen supplier resmi untuk produk kabel agar bisa mendatangkan barang dari supplier tangan pertama (*first hand*) di Jakarta. Untuk kedepannya, Toko Kalimas berencana untuk mendirikan cabang toko untuk menjangkau pasar baru, dan toko juga akan merekrut dan melatih karyawan baru agar bisa menjadi tenaga kerja yang handal di cabang toko tersebut. Selain itu, Toko Kalimas juga akan menggunakan sistem *POS* dalam rangka mempermudah pencatatan inventory / persediaan yang ada di cabang toko. Kemudian, pada bagian ini juga akan dijelaskan mengenai PESTEL analisis untuk menilai faktor eksternal yang mempengaruhi operasional Toko Kalimas.

1.4. Peta Strategi

Pada bagian *Strategic Map* ini akan dijelaskan mengenai penggambaran langkah – langkah objektif yang akan ditempuh terlebih dahulu untuk bisa mencapai tujuan strategis perusahaan. Berdasarkan penggambaran peta strategi, Toko Kalimas pertama – tama akan menganalisa mulai dari menjalin kerjasama dengan ekspedisi sampai dengan membuka cabang toko barunya yang akan dijelaskan secara bertahap.

1.5. Analisis SWOT, Matriks IFE & EFE

Pada bagian *SWOT Analysis* akan dijelaskan mengenai faktor internal, seperti kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Selain itu, *SWOT Analysis* juga akan menjelaskan mengenai peluang dan ancaman dari faktor eksternal yang ada di Ketapang, Kalimantan Barat. Nantinya *SWOT Analysis* ini akan dikembangkan menjadi *Grand Strategy matrix* untuk menilai bagaimana kelanjutan dari faktor internal dan eksternal yang ada. Kemudian, *IFE & EFE Matrix* juga akan dilakukan dengan menghitung jumlah, bobot, *rating*, dan *Weighted Score* yang ada pada masing – masing faktor internal dan eksternal.

1.6. Bisnis Model Kanvas & Porter's Five Forces

Pada bagian *Business Model Canvas* akan dijelaskan faktor – faktor yang mempengaruhi jalannya Toko Kalimas sehari – hari. Faktor – faktor ini terdiri dari *Key Partners*, *Key Activities*, *Value Proposition*, *Customer Relationship*, *Customer Segmentation*, *Cost Structure*, *Key Resource*, *Revenue Stream*, dan terakhir *Customer Channel*. *Business Model Canvas* ini dibuat untuk menggambarkan value / nilai yang dimiliki bisnis tersebut. Selanjutnya, analisa *Porter's Five Forces* akan menilai faktor – faktor yang menjadi hambatan dalam menjalankan bisnis. Kelima faktor ini terdiri dari *Threat of New Entrants*, *Threat of Substitutes*, *Bargaining Power of Supplies*, *Bargaining Power of Buyers*, dan terakhir *Rivalry Among Existing Firms*. *Porter's Five Forces* menganalisis kelima jenis indikator ini untuk menilai apakah bisnis dapat bertahan dengan baik meskipun dengan adanya hambatan – hambatan ini.

1.7. Analisis Kompetitor

Pada bagian analisis kompetitor akan dijelaskan mengenai pesaing – pesaing yang sedang dihadapi oleh Toko Kalimas. Mulai dari pesaing langsung, pesaing tidak langsung dan juga pesaing masa depan akan dianalisa sehingga Toko Kalimas dapat mengetahui keunggulan dan kelemahan yang dimiliki oleh pesaing – pesaing tersebut.

1.8. Peta Jalan Strategi

Bagian ini merupakan kelanjutan dari peta strategi dimana Toko Kalimas akan menjadwalkan pengerjaan strategi ini berdasarkan waktu yang diestimasi oleh pemilik dengan memperkirakan lama berjalannya suatu strategi. Peta Jalan Strategi ini akan dimulai dari Bulan Agustus 2021 sampai dengan Juni Tahun 2022.

1.9. Laporan Inventory

Pada bagian Laporan Inventory / Pembukuan, penulis akan menampilkan keseluruhan dari produk alat listrik yang dijual Toko Kalimas. Dari total jumlah barang keseluruhan ada sekitar 600 item yang sudah disortir oleh pemilik.