

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur perusahaan panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang luar biasa. Sehingga penulisan Tugas Akhir **RENCANA PENGEMBANGAN “PEDAGANG KECIL”** dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya oleh penulis.

Tugas Akhir ini ditulis dalam rangka untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Tangerang serta memberikan pelajaran baik secara teori maupun pengalaman bagi penulis selama proses penulisan. Dari Tugas Akhir yang penulis buat ini, penulis mendapatkan kesempatan untuk mengaplikasikan ilmu yang sudah dipelajari diperkuliahan Universitas Pelita Harapan.

Dalam proses penulisan tugas akhir ini penulis mendapatkan banyak bimbingan, doa serta dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan serta dukungan kepada Penulis selama proses pembuatan Tugas Akhir ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Gracia Shinta S.Ugut, MBA.,Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Ibu Isana S.C. Merangga, S.P.,M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen
3. Bapak Radityo Fajar Arianto, S.E., M.B.A., selaku Ketua Konsentrasi *Entrepreneur* Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen

4. Bapak Zoel Hutabarat, MBA selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan masukan, mengajarkan, serta menjawab pertanyaan penulis dan juga selalu mendukung penulis.
5. Seluruh dosen konsentrasi kewirausahaan yang telah membantu dalam memberikan pendidikan akademis dan saran kepada Penulis selama masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen yang telah mengajar Penulis selama masa perkuliahan di Universitas Pelita Harapan, serta seluruh staf karyawan Tata usaha Fakultas Ekonomi atas bantuan yang telah diberikan dalam mengurus administrasi
7. Keluarga yang terkasih, Papa, Mama, Adik, dan Natasya
8. Teman teman tercinta saya selama kuliah, Solichin Joy, Rheza Candraditya, Brian Try, Marchel Denny, Rido Riyandi, Kevin Suwandi, Kevin Manuel, David Fernando, Anthony Kenny, Marley Bernando
9. Kepada seluruh teman-teman baik dari UPH maupun diluar yang telah membantu, menyemangati dan mendukung Penulis sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Pengembangan Bisnis Pedagang Kecil

Jakarta, 18 November 2020

Christopher Jeremia Simanjuntak

## DAFTAR ISI

### JUDUL

### PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

### PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

### PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I RINGKASAN EKSEKUTIF.....</b>	<b>1</b>
1.1. Pendahuluan .....	1
1.2. Deskripsi Perusahaan .....	1
1.3. Analisis Industri.....	2
1.4. Analisis Pasar .....	2
1.5. Rencana Pemasaran .....	3
1.6. Tim Manajemen dan Struktur Perusahaan .....	3
1.7. Perencanaan Operasional .....	4
1.8. Rencana Pengembangan Produk dan Jasa .....	4
1.9. Proyeksi Keuangan .....	5
<b>BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN.....</b>	<b>6</b>
2.1 Pendahuluan .....	6
2.2 Sejarah Perusahaan .....	7
2.3 Visi dan Misi Perusahaan Visi: .....	8
2.4 Logo dan Tag Line Perusahaan.....	9
2.5 Produk dan Jasa .....	10

2.6 Status masa kini.....	13
2.7 Sumber Dana .....	13
2.8 Status dan Legalitas Kepemilikan .....	13
2.9 Profil Perusahaan.....	14
<b>BAB III ANALISIS INDUSTRI.....</b>	<b>15</b>
3.1 Definisi Industri.....	15
3.2 Skala Industri dan Tingkat Pertumbuhan.....	15
3.3 Stuktur Industri.....	16
- <i>.Threat of Substitute (Medium)</i> .....	16
- <i>.Threat of New Entrants (Low)</i> .....	17
- <i>.Rivalry among Existing Firms (High)</i> .....	18
- <i>.Bargaining Power of buyers (Medium)</i> .....	18
3.4. Faktor Kesuksesan .....	19
3.5.Tren Industri .....	21
3.5.1. Tren yang mendukung industri otomotif khususnya motor matic. ....	22
3.6. Pesaing di Industri .....	24
3.7.Prospek Jangka Panjang.....	25
<b>BAB IV ANALISIS PASAR .....</b>	<b>28</b>
4.1 Segmentasi Pasar .....	28
4.1.1 Segmentasi Geografis .....	28
4.1.2 Segmentasi Demografis.....	29
4.2.Target Pasar.....	31
4.3 Perilaku Konsumen.....	32
4.4.Analisis Pesaing .....	33
4.4.1. Pesaing Langsung .....	33
4.4.2. Pesaing Tidak Langsung .....	34
4.4.3. Pesaing Masa Depan.....	35
4.5. Analisis SWOT.....	35
4.5.1. <i>Strengths</i> .....	36

4.5.2. <i>Weaknesses</i> .....	36
4.5.3. <i>Opportunities</i> .....	38
4.5.4. <i>Threats</i> .....	39
<b>BAB V RENCANA PEMASARAN.....</b>	<b>45</b>
5.1. Positioning.....	46
5.2. Proses Strategi Pemasaran.....	47
5.3 Pembuatan Strategi.....	48
5.3.1. Strategi Harga.....	48
5.3.2. <i>Competitive Positioning</i> .....	50
5.3.3. Price .....	53
5.3.4. Place .....	54
5.3.5. Promotion .....	54
5.5.2 Organisasi.....	56
5.5.3 Control .....	57
5.5.3.2 Physical Evidence .....	57
5.6 Marketing Funnel .....	57
Marketing Funnel .....	58
<b>BAB VI TIM MANAJEMEN DAN STRUKTUR PERUSAHAAN .....</b>	<b>62</b>
6.1 Tim Manajemen.....	62
6.2 Struktur Perusahaan .....	63
6.3 Sistem Penggajian.....	66
6.4 Profesional Lainnya .....	66
<b>BAB VII PERENCANAAN OPERASIONAL .....</b>	<b>68</b>
7.1 Model dan Prosedur Operasi .....	68
7.1.1 Pendekatan Umum Operasional .....	69
7.2 Lokasi Bisnis .....	70
7.3 Fasilitas dan Peralatan .....	70
7.4 Strategi operasional dan perencanaan.....	72
7.4.1 Konsisten terhadap kualitas produk yang ditawarkan .....	73

7.4.3 Melakukan inovasi terhadap garansi dan pilihan produk sebagai nilai tambah.....	73
7.4.4 Memberikan pelayanan yang memuaskan .....	74
<b>BAB VIII PERENCANAAN PENGEMBANGAN PRODUK DAN JASA</b> .....	<b>75</b>
8.1 Status Perkembangan.....	75
8.1.1.Garis Waktu.....	76
8.1.2.Tahap-tahap yang telah dilaksanakan .....	78
8.1.3.Proses Pengembangan Produk.....	79
8.1.3.1.Rencana Pengembangan Bisnis .....	79
8.1.3.2 Bangunan.....	80
8.2.Resiko dan Tantangan.....	80
8.3.Biaya Anggaran .....	82
8.2 Kekayaan Intelektual .....	84
<b>BAB IX LAPORAN DAN PROYEKSI KEUANGAN</b> .....	<b>86</b>
9.1 Kebutuhan Dana .....	87
9.2 Asumsi .....	87
9.3 Proyeksi Penjualan .....	88
9.3.1 Laporan Laba Rugi .....	91
9.4 Laporan Arus Kas (Dalam Jutaan Rupiah) .....	94
9.5 Neraca Keuangan.....	95
9.6 Capital Budgeting Analisis .....	96
9.6.1 Internal Rate Return (IRR).....	98
9.6.2 Payback Period .....	98
9.6.3 Net Present Value .....	98
9.6.4 Analisis Rasio Keuangan .....	98
9.6.5 Rasio Profitabilitas.....	99
9.7.2. <i>Return on Asset</i> .....	99
9.7.3. <i>Return on Equity</i> .....	99

9.7.4. <i>Net Profit Margin</i> .....	99
9.7.5. <i>Gross Profit Margin</i> .....	100
9.7 Kesimpulan .....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>101</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Pedagang Kecil.....	9
Gambar 2.5.1 Yamaha Aerox .....	10
Gambar 2.5.2 Yamaha Nmax .....	11
Gambar 2.5.3 Yamaha Lexi .....	11
Gambar 2.5.4 Honda Scoopy.....	12
Gambar 2.5.5 Honda Beat .....	12
Gambar 3.3 Stuktur Industri .....	16
Gambar 4.1 Produk yang dijual Juraganvespajkt.....	33
Gambar 4.5.3. Data Penjualan Motor tahun 2019.....	39
Gambar 5.1 Racikan dari 7P .....	47
Gambar 5.2 Marketing Funnel.....	52
Gambar 6.1 Struktur Organisasi Pedagang Kecil .....	55



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.5.5 TOWS Matrix.....	40
Tabel 6.1 Kompensasi kepada karyawan dan tim sales .....	57
Tabel 8.1 Garis Waktu Aktivitas Pedagang Kecil.....	68
Tabel 8.3 Biaya Anggaran.....	74
Tabel 8.4 Daftar Perlengkapan .....	74
Tabel 9.1 Kebutuhan Dana .....	79
Tabel 9.3 Proyeksi Penjualan .....	80
Tabel 9.4 Laporan Laba Rugi.....	82
Tabel 9.5 Keterangan Gaji Karyawan.....	84
Tabel 9.6 Cash Flow .....	84
Tabel 9.7 Balance Sheet .....	85
Tabel 9.8 Free Cash Flow .....	87
Tabel 9.9 ROA,ROE,NPM,GPM .....	90