BUSINESS PLAN

L – MART dan L – My Store

E-BISNIS / R

Supangat, M Kom., ITIL., COBIT.

Oleh:

Elen Anggraini 1211900071

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2021

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL i
DAFTAR ISI ii
BAB 1 PENDAHULUAN
1.1 Ringkasan 1
1. 2 Tujuan dan Manfaat 2
BAB 2 DESKRIPSI PERUSAHAAN
2.1 Profil Singkat 3
2.2 Visi & Misi 4
2.3 Tujuan 4
BAB 3 BARANG/ JASA YANG DIPRODUKSI
3.1 Gambaran Produk & Jasa 5
BAB 4 ANALISIS ASPEK PASAR
4.1 Target Pasar 6
4.2 Potensi Sumber Daya dan Peluang Pasar 6
4.3 Strategi Penjualan dan Pemasaran 7
BAB 5 ANALISIS ASPEK TEKNIK
5.1 Lokasi Usaha & Perencanaan Kapasitas 10
BAB 6 ANALISIS ASPEK MANAJEMEN
6.1 Masa Pembangunan 12
6.2 Sudah Beroprasi 12
BAB 7 ANALISIS ASPEK FINANSIAL
7.1 Kebutuhan dana/Sumber Dana 15
DAFTAR PUSTAKA

BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Ringkasan

E-commerce merupakan model bisnis nonfisik, sistem perdagangannya pun dirancang secara elektronik. Dan salah satu syarat mutlak agar dapat ikut andil dalam bisnis e-commerce adalah adanya informasi yang benar dan akurat dari pihak konsumen dan pihak penjual.Salah satu cara untuk dapat melangsungkan kehidupan manusia memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan manusia memunculkan permintaan dan mengimbanginya terjadilah penawaran. Pertemuan antara permintaan dan penawaran menciptakan suatu kegiatan ekonomi, yaitu aktivitas jual beli. Kegiatan ekonomi berkembang mengikuti perubahan jaman. Perubahan pengetahuan, pengalaman, situasi lingkungan memberi peran dominan bagi perubahan kegiatan ekonomi. Kegiatan ekonomi tidak hanya meliputi aktivitas jual beli sebagai bentuk penawaran memenuhi permintaan, tapi telah menjadi bagian dari gaya hidup.

Bisnis ritel merupakan salah satu aktivitas ekonomi yang mendatangkan keuntungan besar dapat dilakukan perseorangan atau secara masal. Bisnis ritel adalah penjualan barang secara eceran pada berbagai tipe gerai seperti kios, pasar, *departement store*, butik dan lain-lain (termasuk juga penjualan dengan system *delivery service*) yang umumnya untuk dipergunakan langsung oleh pembeli yang bersangkutan. Bisnis ritel di Indonesia dapat dibedakan menjadi 2 kelompok besar, yaitu ritel tradisional dan ritel modern. Ritel modern pada dasarnya merupakan pengembangan dari ritel tradisional. Terdapat banyak *e-commqerce/marketplace* yang ada di Indonesia. Lazada, Tokopedia, Bli-bli, Bukalapak, Matahari Mall, Akulaku, JD.id, merupakan sebagian dari banyaknya *e-commerce* di Indonesia. Banyaknya *e-commerce* di Indonesia membuktikan bahwa bisnis ini sangat menjanjikan. Persaingan yang ketat terjadi antara *e-commerce* satu dengan yang lainnya, Persaingan yang dimaksud dilihat dari jumlah pengunjung dan popularitas di media sosial setiap *ecommerce*. Berikut penulis akan menyajikan data mengenai persaingan sengit beberapa *e-commerce* yang terdapat di Indonesia.

1.2 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dan manfaat dari pembuatan artikel ini adalah untuk mengetahui secara mendalam bagaimana rencana bisinis retail L-Mart dengan menggunakan strategi Delivery service dan digital marketing L-My Store dan mengetahui secara mendalam teknik yang digunakan dalam memasarkan produk agar mudah ditemukan oleh pengunjung atau konsumen. Bisnis ini juga bisa menjadi bisnis yang menjajikan di era masa kini dan masa mendatang

Dari program ini, kami berharap usaha L-Mart ini dapat diterima oleh semua kalangan masayarakat dan menjadi usaha yang banyak dibutuhkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari. Selain itu kami berharap agar usaha yang kami bangun ini dapat menambah wawasan mahasiswa/masyarakat untuk berwirausaha.

BAB II
DESKRIPSI PERUSAHAAN

2.1 Profil Singkat

Di lingkungan masyarakat yang semakin konsumtif, dapat mempermudah kami dalam mendirikan usaha ini. Pada dasarnya usaha ini dapat memenuhi kebutuhan pokok yang sudah banyak dipasarkan. Pertumbuhan pasar dan toko di Indonesia sangat tinggi,bahkan tertinggi di antara negara-negara di Asia Tenggara.Penyebabnya, jumlah penduduk yang besar serta mulai membaiknya pertumbuhan ekonomi dan indeks kepercayaan konsumen. Bisnis ritel adalah bisnis yang tidak akan pernah mati dan bisa dikatakan bisnis yang abadi, karena selama manusia masih hidup mereka pasti butuh makan,bagaimanapun krisis melanda kehidupan,manusia pasti akan berusaha untuk mempertahankan hidupnya. Dari kenyataan ini, maka kami tertarik untuk membuka suatu usaha ritel yang berbeda dari usaha ritel yang ada pada saat ini. Kami memiliki sebuah konsep baru yang revolusioner yang belum pernah ada. Yang mana konsep yang kami tawarkan sangat menguntungkan produsen maupun konsumen. Dalam usaha ini L-Mart bekerja sama dengan sebuah perusahaan,yang akan mensuply barang-barang harian tersebut, perusahaan ini langsung mengambil barang-barang dari pabrik oleh karena itu kami bisa mendapatkan harga yang lebih rendah / murah. Disini kami juga diberi kemudahan karena barang-barang yang kami pesan lansung diantar kealamat dan apabila stock kami habis,kami tinggal telephone dan barang akan langsung diantar ke alamat. Berikut ini kami berikan sebuah Perbandingan cara penyaluran / distribusi barang ritel biasa dengan konsep yang kami tawarkan. L-Mart sendiri dirancang untuk memiliki arti tersendiri Lucky – mart yaitu keberuntungan. L-mart akan dibangun mulai tahun 2022 mendatang

2.2 Visi dan Misi

Visi L-mart :

Untuk menjadipanutan yang dihormati, dicintai, dan dipercaya di industry supermarket Indonesia.

Misi L-mart

1. Usaha kami menawarkan produk makanan berkualitas tinggi dan pelayanan yang memuaskan
2. Kami mempuntyai komitmen untuk menyediakan produk makanan yang segar, sehat serta aman untuk dikonsumsi.
3. Keinginan kami untuk menyediakan kkualitas yang terbaik adalah suatu proses yang melibatkan aktivitas pembelian yang teliti.

2.3 Tujuan

1. Menjual produk makanan berkualitas tinggi
2. Memuaskan dan menyenangkan pelanggan kami
3. Kebahagiaan dan keunggulan dari anggota tim
4. Menciptakan kemakmuran melalui pertumbuhan dan keuntungan

BAB III
BARANG / JASA YANG DIPRODUKSI

3.1 Gambaran Produk dan Jasa

Produk Produk yang kami tawarkan adalah produk yang sudah dikenal baik oleh mansyarakat,karena perusahaan kami sudah bekerja sama dengan beberapa perusahaan besar di Indonesia,seperti Indofood,Unilever,Wings,Nestle dan perusahaan-perusahaan rokok diantaranya Putera Sampoerna. Produk yang kami tawarkan adalah semua kebutuhan pokok seperti beras, minyak, detergen, dan lain-lain termasuk juga buah, sayur, daging, ikan dan tanaman hias. Tidak hanya barang saja yang kami tawarkan kepada konsumen, akan tetapi kami juga menawarkan jasa bagi konsumen, sehingga konsumen akan merasa nyaman saat belanja pada ritel kami, tidak lupa juga kami menawarkan produk-produk yang kami jual dengan promo-promo menarik agar konsumen lebih senang berbelanja di retil L-Mart. Tentunya tidak terlewat juga penawaran produk pada L-My store untuk memudahkan konsumen berbelanja tanpa harus keluar rumah sehingga konsumen merasa belanja pada ritel kami sangat mudah dan praktis.

BAB IV
ANALISIS ASPEK PASAR

4.1 Target Pasar

Estimasi wilayah permintaan Setelah kami melakukan survei diberbagai tempat dillingkungan masyarakat Middle Class, yang membuka usaha seperti konsep yang kami tawarkan memang sudah ada pada ritel lain, maka dari itu kami juga menawarkan Delivery Service yaitu L-My Store dimana customer bisa membeli barang yang kami jual melalui aplikasi e-commerce tersebut sehingga memudahkan customer untuk belanja dirumah dan ini adalah konsep yang benar-benar baru.

Daya beli Dari beberapa survey terhadap konsumen, maka minat akan usaha yang akan dijalankan ini cukup besar sekali,ini sangat wajar sekali karena barang-barang yang kami jual adalah kebutuhan harian, kami bisa menganalogikan kebutuhan mahasiswa akan mie instan, keperluan mandi dan barang-barang kebutuhan harian lainnya sangat tinggi sekali, apa lagi harga yang kami tawarkan sangat murah sekali, konsumen juga diuntungkan karena pembelanjaan mereka diakumulasikan sehinggan nantinya mereka akan mendapatkan bonus dari pembelanjaan mereka sendiri.

4.2 Potensi Sumber Daya dan Peluang Pasar

Banyaknya kompetitor-kompetitor yang bergerak dibidang yang sama dengan kreatifitas dan keunikan masing-masing. Hal itu tidak mengurang semangat kami dalam berkreasi dan berinovasi. Potensi bisnis industri ritel di Indonesia cenderung memiliki prospek cerah terutama di kota yang banyak terdapat masyarakat yang konsumtif. Persaingan Merupakan suatu kegiatan dalam merebut konsumen, baik konsumen yang potensial maupun konsumen yang aktual. Persaingan itu timbul karena cukup banyaknya pengusaha ritel di

Indonesia. Kami sangat yakin sekali akan banyak konsumen yang beralih kepada kami,alasannya adalah :

a) Harga yang kami tawarkan dibawah harga pasaran

b) Kami tidak menganggap konsumen sebagai target pasar,tapi konsumen adalah mitra kerja kami

c) Belanja melalui L-My Store bisa diantar kealamat tanpa minimum pembelanjaan

d) Untuk member pembelanjaan 500.000 di hari sabtu minggu mendapatkan voucher belanja 50.000

e) Adanya pencatatan pembelanjaan konsumen dengan komputerisasi dan pembelanjaan inilah yang akan diakumulasikan

f) Hukum akumulasi tanpa batas waktu

4.3 Strategi Penjualan dan Pemasaran

Strategi marketing ialah keseluruhan rencana bisnis untuk menjangkau orang dan mengubah menjadi pelanggan untuk produk atau layanan yang disediakan. Strategi ini dalam perusahaan berisi nilai – nilai perusahaan, cara memasarkan yang terbaik, informasi tentang sasaran dan hal lain yang berhubungan dengan rencana pemasaran. Strategi marketing berisi rencana yang merupakan rencana untuk menjelaskan jenis dan waktu kegiatan pemasaran. Strategi ini, perusahaan memiliki durasi jangka panjang daripada pemasaran individu, karena strategi ini mempertaruhkan nilai – nilai dan elemen – elemen penting dari produk dalam sebuah perusahaan. Hal ini tidak banyak berubah seiring waktu.(M. ΘΕΟΔΩΡΟΥ et al., 2020)

Definisi e-commerce merupakan satu teknologi guna menghubungkan bisnis perorangan, perusahaan, konsumen, dan masyarakat. E-commece juga merupakan teknologi yang dapat bertransaksi secara elektronik. Empat tahapan evolusi marketplace berdasarkan menurut Warran D. Raisch(Supangat & Amna, 2019)

1.Commodity Exchanges

2.Value-Added Services

3.Knowledge Networks

4.Value Trust Networks

Dengan adanya L-My Store ini merupakan jalan termudah untuk memasarkan produk yang kami tawarkan , bahkan hal ini sangatlah praktis dan nyaman untuk digunakan konsumen dalam berbelanja. Dengan adanya e-commerce ini kami yakin bahwa konsumen akan menyukai program yang kami miliki tersebut

Produk Produk yang kami tawarkan adalah produk yang sudah dikenal baik oleh mansyarakat,karena perusahaan kami sudah bekerja sama dengan beberapa perusahaan besar di Indonesia,seperti Indofood, Unilever, Wings, Nestle dan perusahaan-perusahaan rokok diantaranya Putera Sampoerna.Berikut adalah beberapa cara melakukan strategi pemasaran kami, antara lain:

a) Melakukan promosi produk.

   Kami akan memasarkan produk kami melalui informasi Flyer maupun pamflet dan kita juga memasarkan melalui media online, dan tentunya menawarkan promo-promo menarik pada aplikasi L-My Store

b) Menentukan dan memilih lokasi yang strategis.

   Kami akan memilih lokasi di wilayah masyarakat Middle class, berada di tempat yang ramai, di pinggir jalan, dan kami akan membangun toko baru dengan area yang luas.

c) Membuat website dan media sosial

   Saat ini kita telah memasuki di era digital, memasarkan produk secara online adalah langkah yang sangat tepat dan kini toko online lebih diminati oleh masyarakat.

d) Melakukan penjualan langsung

Cara ini sangatlah efektif, karena disini kami dapat bertemu langsung dengan konsumen sehingga kami bisa langsung mempromosikan produk yang kami jual ke mereka.

e) Memberikan promo

Cara ini juga lumayan efektif untuk menarik konsumen membeli produk kami. Dengan memberikan diskon agar produk kami akan cepat laku dipasaran.

f) Memberikan Hadial Kecil

Cara ini cukup efektif untuk mengenalkan produk yang kami jual ke konsumen, sehingga pembeli merasa istimewa dengan pemberian gift atau hadiah kecil pada tiap pembeliannya. Hal ini bisa menjadi pengganti diskon atau potongan harga.

g) Memperkenalkan Aplikasi E-commerce yang dimiliki L-Mart yaitu L-My store dimana konsumen akan lebih mudah belanja dirumah.

BAB V
ANALISIS ASPEK TEKNIK

5.1 Lokasi Usaha dan Perencanaan Kapasitass

Lokasi Dan Tempat Usaha Lokasi tempat usaha kami ini sangat strategis karena terletak ditengah-tengah masyarakat Middle Class di wilayah Gresik Kota yaitu di Gresik Kota Baru (GKB) ,yang nantinya kami bangun toko yang luas nya 1.500 – 4.400 m2 disana adalah jalan yang ramai,ini adalah aspek pasar yang sangat bagus.

Perencanaan kapasitas Untuk menunjang jalannya usaha ritel ini kami membutuhkan hal-hal sebagai berikut :

• Biaya Pemesanan Barang

• 6 set computer (Untuk divisi Store Manager, Admin toko, Admin Kasir, 2 kasir, dan customer cervice)

• Jaringan telpon

• Empat meja (Untuk divisi Store Manager, Admin Toko, Admin Kasir, Customer Service)

• Empat Buah Kursi

• Dua Buah Meja Kasir

• Rak Gondola

Pemesanan barang pertama kepada perusahaan adalah sebesar Rp 10.000.000,- setelah itu boleh lebih atau kurang,tergantung kepada kebutuhan.Didalam operasional ritel ini kami juga memerlukan 6 Set komputer yang berfungsi sebagai alat pencatat belanja dari pelanggan / konsumen yang akan diakumulasi secara langsung,sebuah meja digunakan untuk meja komputer sekaligus untuk keperluan administrasi.satu kursi untuk operator atau pegawai administrasi.Rak Gondola sebagai tempat barang-barang dagangan.

BAB VI
ANALISIS ASPEK MANAJEMEN

Untuk dapat mengembangkan suatu usaha, maka dapat dilakukan suatu cara pengembangan usaha yaitu melalui diversivikasi usaha. Oleh karena itu, dalam merealisasikan diversifikasi usaha tersebut, maka diperlukan manajemen yang handal dalam melaksanakannny. Proses manajemen proyek bisnis ini akan berakhir sampai bisnis selesai dibangun, selanjutnya akan diganti dengan manajemen implementasi bisnis yang akan bekerja secara rutin sampai berkhirnya bisnis, baik oleh karena disesuaikan dengan jadwal lamanya proyek bisnis, maupun karena sebab lain,misalnya bangkrut. Berdasarkan penjelasan tersebut,maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dari aspek manajemen adalah untuk mengetahui apakah pembangunan dan implementasi bisnis dapat direncanakan, dilaksanakan, dan dikendalikan, sehingga rencana bisnis dapat diyatakan layak, atau sebaliknya. Demi suksesnya kelangsungan usaha ini, diperlukan perencanaan, pengelolaan, dan pengendalian yang baik dari pihak manajemen. Untuk itu, pihak manajemen yang terlibat dalam lembaga ini dibagi atas beberapa bagian:

1. Manajemen pembangunan proyek Pembangunan proyek ini memerlukan seseorang yang siap untuk melakukan pengawasan terhadap pembangunan proyek tersebut. Tanggung jawab dalam tahap ini berupa:

- Pemasangan saluran telepon untuk operasional
- Pengkoordinasian fasilitas penunjang seperti jaringan telepon,dan computer.
- Perekrutan tenaga kerja untuk opersional usaha ini berupa seorang tenaga administrasi yang juga berperan sebagai kasir

2. Manajemen operasional lembaga. Dalam tahap ini pihak manajemen berfungsi sebagai pelaksana serta pengawas jalannya opersi usaha. Tugas-tugas pihak manajemen adalah:

1. Menjaga dan mengawasi penerimaan uang setiap hari.
2. Menekan biaya operasional yang tidak perlu.

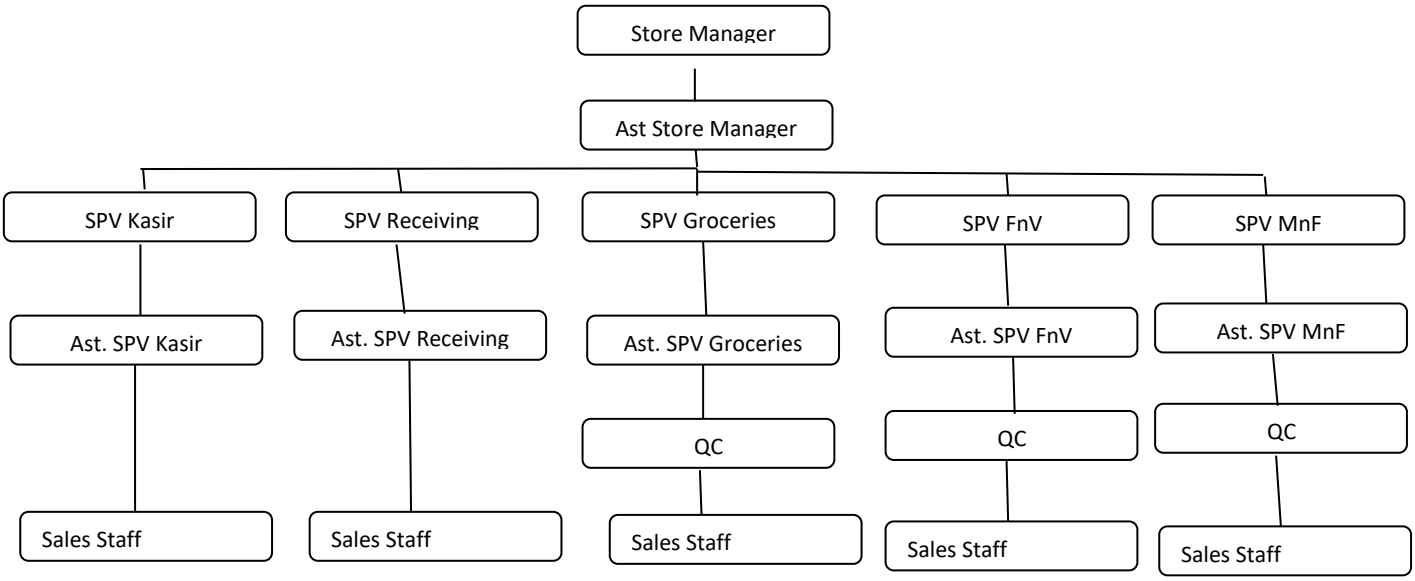
3. Membuat laporan keuangan usaha setiap bulan untuk dilaporkan pada pemilik.
4. Mengawasi pekerjaan administrsi dan teknisi dalam melaksanakan tugasnya.
5. Melakukan kegiatan promosi. Struktur Organisasi.

6. 1 Masa Pembangunan

Dalam masa pembangunan dibutuhkan waktu untuk penyiapan proyek untuk siap beroperasi selama 2thn, dikarenakan kami harus mengurus Kerjasama dengan perusahaan perusahaan yang akan mensupport ritel kami yaitu Indofood,Unilever,Wings,Nestle dan perusahaan-perusahaan rokok diantaranya Putera Sampoerna ataupun Gudang Garam. Dan juga membutuhkan waktu untuk tahap recruitment karyawan yang akan bekerja pada ritel ini.

6.2 Sudah Beroprasi

Usaha L-Mart dan L-My Store ini merupakan usaha ritel yang didukung dengan aplikasi E-Commerce dimana masyarakat dapat berbelanja melalui aplikasi tersebut tanpa harus belanja keluar rumah. Untuk Struktur Organisasinya sendiri adalah berikut ini :



6.2.1 Jumlah Karyawan

Untuk Jumlah Karyawan di L-Mart & L-My Store aka nada sebagai berikut

Posisi Store Manager : 1

Ast Store Manager : 1

Spv Kasir : 1

Ast Spv kasir : 1

Spv Receiving : 1

Ast Spv Receiving : 1

Spv Groceries : 1

Ast Groceries : 1

Spv Fruit & Vege : 1

Ast Spv Fruit & Vege : 1

Spv MnF : 1

Ast Spv MnF : 1

QC : 3

Sales Staff : 5

Total keseluruhan karyawan dibawah store manager ada 19 karyawan.

6.2.2 Persyaratan Karyawan

1.Siap bekerja system Shift

2.Tidak Buta Warna

3.Tinggi dan Berat badan Proporsional

4.Tidak sedang berkuliah

5.Memiliki pengalaman dibidang ritel

6.2.3 Proses Rekruitmen

1.Seleksi berkas

2.Tes Online 1

3.Jika tes online 1 lulus akan diberikan informasi melalui email untuk melakukan Tes Online 2 berupa pengisian form tes

4.Wawancara Online

5.Wawanara offline

6.Pengumuman rekruitmen

7.Pelatihan materi selama 3hr

8.Pelatihan on store 6 bulan

6.2.4 Jenjang Karir

1. Setelah 6 bulan Pelatihan On store akan dilakukan penilaian terhadap kinerjanya, jika memang layak akan diteruskan untuk proses tanda tangan kontrak kerja yang akan berjalan tiap tahunya.
2. Untuk lulusan Sarjanah berpotensi untuk naik jabatan dengan cepat.
3. Untuk lulusan SMA/SMK juga akan mendapatkan kesempatan untuk naik jabatan sesuai dengan kinerjanya.

BAB VII
ANALISIS ASPEK FINANSIAL

Tujuan menganalisis aspek keuangan adalah untuk menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya dan manfaat yang diharapkan, dengan membandingkan antara pengeluaran dan pendapatan, seperti ketersediaan dana, biaya modal, kemampuan proyek untuk membayar kembali dana tersebut dalam waktu yang telah ditetapkan menilai apakah proyek akan dapat berkembang terus.

Mendapatkan pendanaan dengan mengundang investor untuk memodali usaha, atau pendanaan dari lemabaga pengembangan kemitraan. Dana juga bisa diperoleh melalui usaha modal ventura. Dana semacam ini tergolong murah karena tidak ada beban bunga dan kemungkinan perusahaan tumbuh lebih cepat sangat besar. Kekurangannya adalah proses mendapatkannya sangat lama sehingga tidak dapat diandalkan untuk keperluan dana yang sangat mendesak.

Dana didapatkan dengan meminjam langsung ke bank. Kendala terbesar adalah pada prosedur dan persyaratan yang harus dipenuhi oleh pemohon kredit. Pinjaman ini relatif aman karena perjanjiannya jelas dan juga ada pengawasan dari pihak bank. Jumlah pinjaman relatif besar bila dibandingkan dengan sumber pendanaan lainnya.

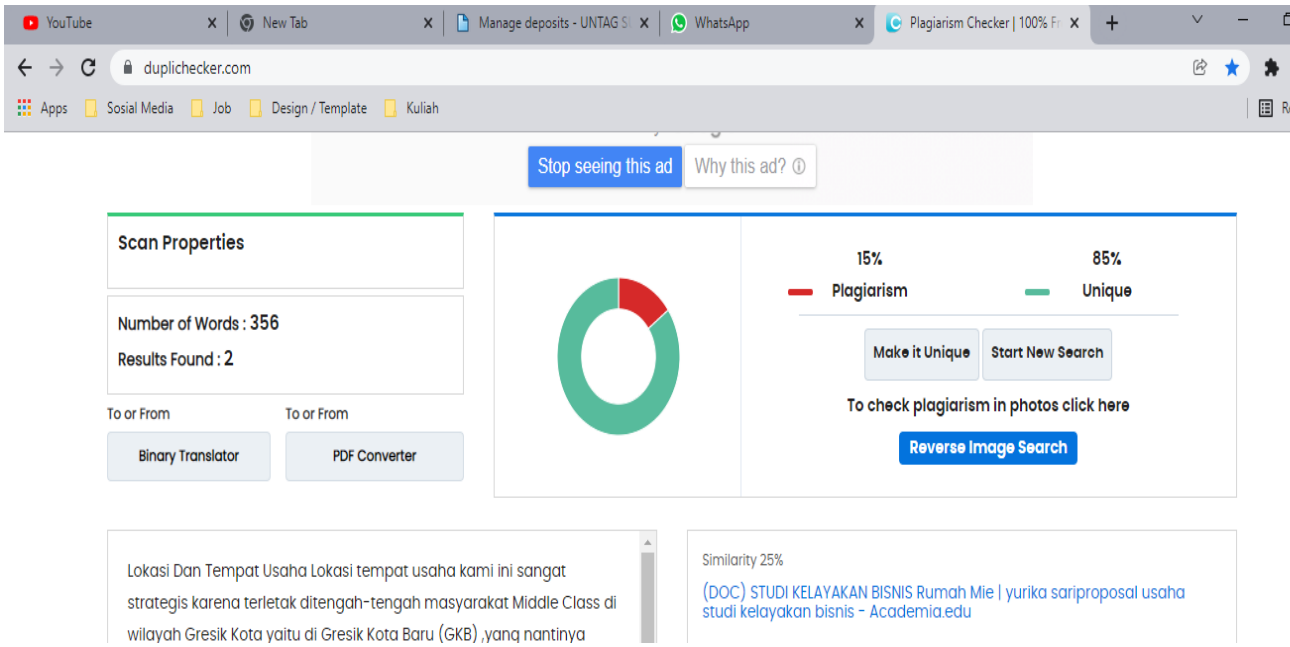
Menerbitkan surat hutang dan ditawarkan ke publik melalui pasar modal. Untuk kebutuhan dana yang sangat besar maka pinjaman ini bisa menjadi salah satu pilihan yang tepat. Namun banyak syarat dan prosedur yang harus terpenuhi terlebih dahulu sebelum pemohon dana layak menerbitkan surat utang ke publik. Selain itu juga perusahaan wajib menampilkan laporan keuangan setiap periode.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Perusahaan URL: https://upperline.id/profile/profile_detail/supra-boga-lestari . Diakses tanggal 21 desember 2021. https://www.ranchmarket.co.id/vision-mission-values. Diakses tanggal 21 desember 2021

Referensi aspek-aspek terkait URL:https://mukhliscaniago.wordpress.com/2009/06/19/proposa-usaha-ritel/. Diakses tanggal 21 desember 2021

Referensi sumber dana usaha URL : http://repository.sb.ipb.ac.id/3477/5/K19063-05-Siregar-Pendahuluan.pdf. Diakses tanggal 21 desember 2021

Supangat, & Amna, A. R. (2019). Pemanfaatan Fitur Analisis Data Menggunakan K-Means Cluster Dalam Point of Sales (POS). *Teknika*, *8*(2), 97–102. https://doi.org/10.34148/teknika.v8i2.157

M. ΘΕΟΔΩΡΟΥ, M. M., Paz, G. B., & Ruíz, A. A. B. (2020). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析 Title*. *3*(2017), 54–67. http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf