

Rencana Bisnis Usaha Mebel Matagohuk

(E-BISNIS klas-R)

Supangat,M.Kom,ITIL,COBIT.



Oleh

Desideria Tokan

(1211900223)

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2021

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa. Karena atas berkat dan penyertaan-Nya saya dapat menyelesaikan karya ilmiah saya yang berjudul "Rencana Bisnis Usaha Mebel Matagohuk" tepat pada waktunya.

Tidak lupa juga saya mengucapkan banyak terimakasih kepada Bapak dosen Supangat, M.Kom, ITIL, COBIT selaku dosen yang mengampuh mata kuliah E-Business yang telah membimbing dan membantu saya dalam mengerjakan karya ilmiah ini.

Penulisan karya ilmiah ini bertujuan untuk memenuhi syarat mengikuti EAS, menambah pengetahuan penulis dan serta semoga bermanfaat dan dapat memberikan pengetahuan bagi yang membaca karya ilmiah saya ini.

Saya menyadari bahwa ada banyak sekali kekurangan dalam karya ilmiah saya ini. Oleh sebab itu saran dan kritik senantiasa diharapkan demi perbaikan karya saya.

Surabaya, 22 Desember 2021

= Desideria Tokan =

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Industri mebel di Indonesia berkembang dengan baik setiap tahunnya, permintaan untuk produksi mebel atau furnitur meningkat sesuai kebutuhan pasar. Pertumbuhan industri mebel juga tidak terlepas dari perusahaan-perusahaan yang terus berkembang dalam memajukan kualitas industri mebel agar dapat bersaing dengan produk import. Dalam industri mebel, sebuah perusahaan harus memiliki fondasi yang kuat, dan juga harus memiliki fokus dalam mempertahankan dan mengembangkan perusahaan dengan baik. Ada banyak perusahaan mebel yang bersaing dalam mempertahankan posisinya di pasar, tidak hanya dari usaha promosi dan peningkatan kualitas produk barang tapi juga kecerdasan dalam proses negosiasi dengan mitra bisnis yang terus mendukung perusahaan sehingga mendapat pemasok tetap dalam produksi barang. (Supangat & Amna, 2019)

Mebel Matagohuk yang terletak di Adonara, Provinsi Nusa Tenggara Timur selama beberapa tahun telah menjadi sebuah perusahaan mebel dan memasarkan serta menjual hasil produk perusahaan di dalam maupun di luar Provinsi Nusa Tenggara Timur. Mebel Matagohuk telah melalui banyak hal sejak berdirinya perusahaan tersebut termasuk pembukuan laba yang menurun atau kerugian perusahaan yang belum lama ini terjadi. Selama 2 tahun terakhir hasil pembukuan laba menurun dari hasil penjualan sofa Rp.3.000.000 pada tahun 2020, mengalami penurunan menjadi Rp.2.700.000 dan pada tahun ini di 2021 telah menurun menjadi Rp.2.500.000. sehingga perusahaan terpaksa harus mampu bertahan meski dalam kondisi sulit seperti itu.

Untuk dapat bertahan dalam suatu industri maka perusahaan harus mempunyai strategi yang baik untuk bertahan melawan pesaing lainnya. Jika strategi yang dilakukan baik maka akan mendongkrak perusahaan untuk tetap bisa bersaing dengan perusahaan lainnya meski dalam kondisi yang kurang menguntungkan. Perkembangan sebuah perusahaan dapat kita tinjau dari inovasi

-inovasi produk yang selalu dihadapkan dalam suatu persaingan yang terjadi di pasar. Kondisi ini seperti perusahaan memperebutkan peringkat penjualan tertinggi dengan rating penjualan terbaik serta banyaknya apresiasi pelanggan terhadap kepuasan produk yang digunakan atau dibeli.

Menurut Mohammad, Walidi and Supangat (2021) 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. (Supangat & ..., 2021)

Menurut Pride dan Ferrel (1995), "mengatakan segmentasi pasar adalah suatu proses membagi pasar dalam segmen-segmen pelanggan potensial dengan kesamaan karakteristik yang menunjukkan adanya kesamaan perilaku pembeli dan sebagai suatu proses pembagian pasar keseluruhan menjadi kelompok-kelompok pasar yang terdiri dari orang-orang yang secara relatif memiliki kebutuhan produk yang serupa".

B. SASARAN

Salah satu tujuan dari pembuatan produk dalam usaha kami adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu target penjualan produk kami ditujukan kepada masyarakat umum.

C. KELAYAKAN BISNIS.

Dilihat dari perkembangan saat ini banyak masyarakat yang gencar mencari dan mulai tertarik menggunakan produk furnitur berbahan dasar

kayu. Dari problem ini mulai banyak muncullah pembisnis meuble yang memanfaatkan peluang untuk mencari keuntungan.

Disamping memberikan keuntungan bagi para pembisnis, usaha meubel juga memberikan banyak keuntungan bagi masyarakat, salah satu contohnya adalah prodak furnitur memiliki sifat yang kuat dan tahan lama sehingga dapat dipergunakan dalam waktu yang lama dan tentunya juga untuk mencegah pengeluaran untuk membeli dan mengganti prodak yang baru dalam jangka waktu yang lama.

BAB II

PEMBAHASAN

A. DESKRIPSI PERUSAHAN

Nama Usaha : **MEBEL MATAGOHUK**

Meubel Matagohuk merupakan salah satu bisnis furnitur yang memproduksi perlengkapan rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Adapun **visi dan Misi usaha Meubel Matagohuk** adalah:

Visi : Menjadi perusahaan furnitur yang terkemuka

Misi :

1. Menghasilkan produk furnitur yang dapat bersaing dengan produk impor
2. Menerapkan penggunaan bahan yang berkualitas untuk menghasilkan produk terbaik
3. Menggunakan teknologi terbaik dalam proses pengerjaan
4. Menjalin kerja sama dengan mitra bisnis untuk menghasilkan keuntungan
5. Berinovasi menghasilkan layanan jual terbaik

Tujuan Didirikannya Usaha Mebel Matagohuk ini adalah: untuk mensejahterahkan anggota kelompok, untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, menambah pengalaman dalam mengembangkan usaha dan tentunya mendapatkan keuntungan yang menggiurkan.

Kepemilikan : Usaha Mebel Matagohuk ini di dirikan dengan modal dari kelompok atau modal yang berasal dari beberapa orang.

B. BARANG / JASA YANG DIPRODUKSI

Usaha Mebel Matagohuk menawarkan berbagai barang kebutuhan rumah tangga di antaranya: meja,kursi,lemari,tempat tidur,pintu,jendela,dll.

Alasan mengapa konsumen memilih membeli produk dari perusahaan kami,mungkin karena desain yang menarik serta kualitas barang yang kami produksi cukup memuaskan pelanggan.

C. ANALISIS ASPEK PASAR

1. PELUANG BISNIS DAN PROSPEKNYA

 Seperti yang kita ketahui bahwa meja,kursi dan lemari menjadi kebutuhan yang wajib disetiap rumah.

 Produk bisnis usaha mebel semakin hari semakin banyak peminatnya. Dilihat dari kondisi sekarang seiring dengan perkembangan zaman,orang-orang lebih suka kursi dari mebel kayu daripada sofa.

 Hal ini tentunya dijadikan peluang usaha dengan prospek yang menjanjikan.Selain laris dipasar lokal atau domestik,mebel berbahan dasar kayu juga diminati di pasar luar negri.pelemahan rupiah adalah berkah bagi pemain mebel yang mengekspor keluar negri. Ini disebabkan mebel kita terasa semakin murah dipasaran luar sana.

2. KONDISI PERSAINGAN

 Keberadaan Market challenger (penentang pasar) menjadi ancaman dan tantangan bagi perusahaan kami.Munculnya prodak

furnitur dari perusahaan lain dengan motif yang beragam membuat perusahaan mebel kami sedikit was-was. Oleh karenanya perusahaan kami selalu dituntut untuk berusaha dan berinovasi menciptakan produk terbaru dan bervariasi yang mengikuti perkembangan zaman sehingga pelanggan kami tidak beralih ke penjual yang lain.

3. POSISI PERUSAHAN DALAM PASAR

Posisi pasar adalah citra unik suatu produk atau layanan dalam benak konsumen. Posisi biasanya dikaitkan dengan indikator seperti jumlah pelanggan, pendapatan dan pangsa pasar.

Sebuah perusahaan dengan pangsa pasar yang meningkat mengindikasikan peningkatan posisi pasar dalam lanskap pesaing industri.

Jumlah pendapatan tergantung dari berapa banyak jumlah produk yang dijual, sedangkan jumlah pelanggan bisa diperoleh tergantung dari kualitas produk dan harga yang ditawarkan oleh perusahaan.

4. STRATEGI PEMASARAN

a. PRODUCT

Perusahaan kami menawarkan produk yang unik yang mengikuti tren, serta memastikan produk yang dijual benar-benar berguna dan dibutuhkan oleh konsumen.

b. PRICE

Harga merupakan salah satu faktor terbesar pembelian produk.

Perusahaan kami menawarkan produk dengan harga yang terjangkau dan berbagai macam promosi menarik untuk pembelian khusus melalui aplikasi online serta diskon untuk

minimal pembelian tertentu

c. PLACE

Lokasi tempat pembuatan mebel yang strategis dan mudah dijangkau

d. PROMOTION

Promosi produk kami melalui media sosial (seperti instagram,facebook,twitter,dll),testimoni pengguna,serta iklan biliboard.

Cara yang termudah adalah upload foto produk mebel,beri keterangan,tqag teman,agar mendapat calon konsumen online

D. ANALISIS ASPEK TEKNIS

1. LOKASI

Lokasi yang strategis merupakan salah satu faktor utama dari kelancaran usaha yang dibuat. Lokasi Usaha Mebel Matagohuk terletak di lingkungan yang mendukung usaha serta mudah dan dapat di akses konsumen dengan tempat parkir yang memadai.Pemilihan lokasi Usaha Mebel Matagohuk telah mempertimbangkan regulasi pemerintah,serta jenis proses produksi yang berhubungan dengan tenaga kerja,pengangkutan dan lain-lain.

2. LAYOUT

Tata ruang kantor atau layout berguna untuk memberikan kenyamanan dan mempercepat proses pengerjaan.Dengan mempertimbangkan sifat produk,jenis proses produksai,jenis barang serta volume produksi yang dihasilkan.

3. SKALA PRODUKSI

Dalam memproduksi produk yang akan di jual, perusahaan harus bisa memprediksi dan pandai melihat peluang, sehingga kecil kemungkinan akan adanya barang yang tidak terjual atau tidak laku.

4. PEMILIHAN MESIN ATAU TEKNOLOGI YANG DIGUNAKAN

Usaha Mebel Matagohuk menggunakan mesin dan teknologi dengan skala besar karena melihat dan mempertimbangkan dari pesanan masuk yang makin hari makin banyak.

Mesin yang digunakan adalah mesin dengan kualitas baik dengan harga yang mungkin terbilang tidak murah, namun telah terjamin ketahanannya untuk penggunaan dalam waktu yang lama.

E. ANALISIS ASPEK MANAJEMEN

1. MASA PEMBANGUNAN

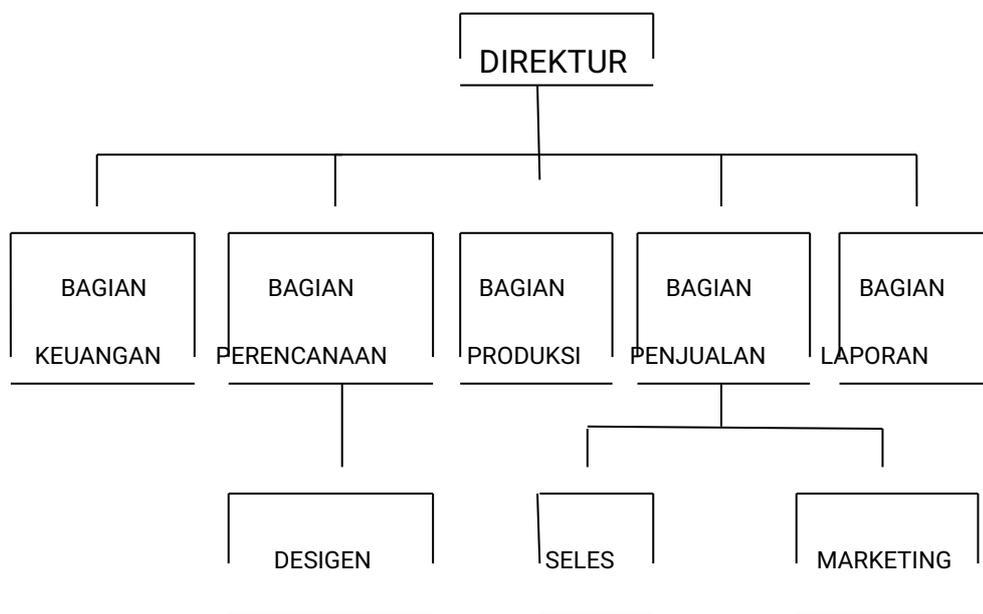
Waktu yang dibutuhkan untuk penyiapan proyek serta pembangunan Usaha Meubel Matagohuk di perkirakan 1 tahun sampai proyek siap beroperasi

2. SUDAH BEROPRASI

a. Bentuk Bisnis

Bentuk usaha dari Mebel Matagohuk ini adalah PT (perseroan terbatas)

b. Struktur Organisasi



c. Jumlah Karyawan : 50 orang

d. Persyaratan Karyawan :

- 1) Untuk jabatan bagian keuangan minimal pendidikan adalah S1 akuntansi

- 2) Untuk bagian perencanaan atau desain minimal adalah orang yang mengerti akan seni, atau sekolah khusus seni
- 3) Untuk bagian yang lainnya diutamakan bagi yang sudah berpengalaman, minimal 1 tahun.

e. Proses rekrutmennya

Tahap-tahap seleksi tenaga kerja yang dilakukan PT, Mebel Matagohuk adalah:

- Penerimaan Pendahuluan
- Tes penerimaan

Terdiri dari: tes kecerdasan, tes bakat dan tes minat serta tes performa.

- Wawancara seleksi

F. ASPEK ANALISIS FINANSIAL

a. Modal

Merujuk pada UU Nomor 40 thn 2007, modal pendirian PT (perseroan terbatas) adalah diterapkan sebesar Rp.50 juta

b. Laporan Arus Kas

AKTIVA

AKTIVA LANCAR

a) Kas : Rp.7.000.000

- b) Piutang : Rp.5.000.000
- c) Peralatan : Rp. 2.000.000
- d) Perlengkapan : Rp. 2.000.000
- e) Penyusutan : Rp. 1.000.000

JUMLUAH AKTIVA LANCAR : Rp.17.000.000

AKTIVA TETAP

- a) Tanah : Rp.1.200.000
- b) Bangunan : Rp.1.200.000
- c) Modal penyertaan anggaran : Rp.4.000.000

JUMLAH AKTIVA TETAP : Rp.4.400.000

TOTAL AKTIVA : Rp.17.000.000 + Rp.4.400.000 = Rp. 21.400.000

KEWAJIBAN JANGKA PENDEK

- a) Hutang dagang : Rp.1.150.000
- b) Hutang biaya : Rp.1.200.000

JUMLAH KEWAJIBAN JANGKA PENDEK :Rp.2.350.000

KEWAJIBAN JANGKA PANJANG

- a) Hutang Bank : Rp.3.000.000

JUMLAH KEWAJIBAN JANGKA PANJANG : Rp.3.000.000

EKUITAS

- a) Simpanan pokok : Rp.2.000.000
- b) Simpanan waji : Rp.1.500.000
- c) Modal sumbangan : Rp.1.000.000

JUMLAH EKUITAS : Rp.4.500.000

BAB III

KESIMPULAN

Berdasarkan semua penjelasan mengenai suatu industri mebel kayu yang dipaparkan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

Kesuksesan dan keberhasilah usaha terutama usaha furnitur kaya dapat di tentukan dari kualitas dan model produk yang di hasilkan. karena semakin banyaknya pembisnis yang bergerak dalam usaha furnitur mebel kayu, maka masyarakat juga mempunyai lebih banyak pilihan, oleh karena itu jika ingin bisnis furnitur anda sukses anda harus lebih berusaha keras, berinovasi dan menciptakan produk yang menariki sesuai dengan perkembangan zaman, untuk bisa menarik pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Mohammad, Walidi and Supangat, Supangat (2021) *STRATEGI MARKETING DIGITAL CONTENT (UPWORK)*. *STRATEGI MARKETING DIGITAL CONTENT (UPWORK)*.

(Supangat & Amna, 2019) 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>

Supangat, S., & ... (2021). Artikel Ilmiah Efektivitas Marketing Digital Di Masa Pandemi. ... *Marketing Digital Di ...*, 1151700200. <http://repository.untag-sby.ac.id/7424/>

(Supangat & ..., 2021)