

# **RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK PENJUALAN *SAFETY APPAREL* SEPEDA MOTOR**

## **SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana  
dalam bidang ilmu Teknik Industri

**Disusun Oleh :**

**Nama : Lukas Wahyu Kurnia**  
**NPM : 2012610082**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG  
2017**



**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG**



Nama : Lukas Wahyu Kurnia  
NPM : 2012610082  
Program Studi : Teknik Industri  
Judul Skripsi : RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK PENJUALAN  
SAFETY APPAREL SEPEDA MOTOR

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, Januari 2017

**Ketua Program Studi Teknik  
Industri**

(Dr. Carles Sitompul)

**Pembimbing Pertama**

(Catharina B. Nawangpalupi, Ph.D.)

**Pembimbing Kedua**

24/01/17  
(Paulina K. Ariningsih, S.T., M.Sc)



## **Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat**

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Lukas Wahyu Kurnia

NPM : 2012610082

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

### **“RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK PENJUALAN SAFETY APPAREL SEPEDA MOTOR”**

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 24 Januari 2017

Lukas Wahyu Kurnia  
2012610082

## ABSTRAK

Peningkatan jumlah sepeda motor akan memberikan dampak yang baik bagi usaha yang berhubungan dengan sepeda motor. Toko X merupakan toko yang menjual aksesoris serta *aftermarket parts* untuk sepeda motor yang terletak di Kota Bandung. Setelah menjalankan bisnis selama lima belas tahun, pemilik Toko X berniat untuk mengembangkan bisnisnya di bidang *safety apparel* untuk berkendara dengan sepeda motor (helm, jaket, sarung tangan, celana, dan sepatu). Oleh karena itu, diperlukan analisis kelayakan bisnis serta perancangan strategi bisnis untuk pengembangan bisnis di bidang *safety apparel* untuk berkendara dengan sepeda motor.

Analisis kelayakan bisnis yang dilakukan meliputi aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen dan sumber daya manusia, dan aspek keuangan. Analisis kelayakan usaha untuk penilaian aspek keuangan menggunakan metode *Payback Period*, *Net Present Value*, dan *Internal Rate of Return*. Berdasarkan hasil penelitian, pengembangan bisnis Toko X di bidang *safety apparel* untuk seluruh aspek layak untuk dilakukan. Pada aspek finansial saat kondisi *pessimistic*, didapatkan *Payback Period* selama dua tahun sembilan bulan, *Net Present Value* sebesar Rp306.855.000, dan *Internal Rate of Return* sebesar 35,70%. Perancangan strategi bisnis untuk pengembangan Toko X dibuat dengan menggunakan *Business Model Canvas*. Pada *Business Model Canvas* ditetapkan bahwa *value proposition* yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan *customer segment* yang dituju adalah toko *safety apparel* yang memiliki toko fisik dan toko *online* dengan harga yang bersaing.

## **ABSTRACT**

*The increase in the number of motorcycles gives good impact on businesses related to motorcycles. Store X is a store that sells accessories and aftermarket parts for motorcycles which is located in Bandung. After running the business for fifteen years, the owner of Store X intends to develop its business to sell safety apparel for riding motorcycles (helmets, jackets, gloves, pants, and shoes). Therefore, feasibility analysis and design of business strategies is required for the development of Store X.*

*Feasibility study was conducted on the market and marketing aspects, technical aspects, management and human resources, and financial aspects. Feasibility study for the assessment of financial aspects of using Payback Period, Net Present Value and Internal Rate of Return. Based on the results of research, business development Store X in the field of safety apparel for all aspects feasible. In the pessimistic conditions, Payback Periods is obtained for two years and nine months, Net Present Value is valued Rp306.855.000 and Internal Rate of Return value is 35,70%. Business strategies for the development of Store X created using Business Model Canvas. Value proposition that offered on the Business Model Canvas is safety apparel stores that have a physical store and an online store at competitive price.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, karunia, dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “Rencana Pengembangan Bisnis untuk Penjualan *Safety Apparel* Sepeda Motor” dengan baik.

Terdapat beberapa kendala yang dihadapi penulis selama pembuatan skripsi ini. Akan tetapi berkat bantuan, bimbingan, serta kerja sama dari berbagai pihak, kendala yang dihadapi tersebut dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih untuk dukungan serta doa yang telah diberikan oleh semua pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Secara khusus, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Kedua Orang Tua dan Saudara-saudara penulis yang selalu memberi semangat, dukungan, dan doa baik secara material maupun secara moral.
2. Catharina Badra Nawangpalupi, S.T., M.Eng.Sc., MTD.,Ph.D. dan Paulina Kus Ariningsih, S.T., M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ide, masukan, dan arahan dari awal pembuatan skripsi sampai dengan akhir pembuatan skripsi ini.
3. Pemilik Toko X yang selalu membantu serta memberi masukan bagi penulis dalam proses pembuatan skripsi ini.
4. Kedua Dosen Penguji yang menyediakan waktu untuk menguji dan memberi masukan yang membangun bagi penulis.
5. Eric, Wilson, dan Ivan selaku teman penulis yang telah banyak memberi masukan serta membantu penulis untuk menyebarkan kuesioner untuk skripsi ini.
6. Grup Shell 05.20 yang selalu memberikan dukungan serta memberikan pengetahuan mengenai produk-produk *safety apparel* untuk berkendara dengan sepeda motor.
7. Anggota Komunitas Helmet Lovers yang telah memberikan masukan serta menyediakan waktunya untuk mengisi kuesioner untuk skripsi ini.

8. Pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam upaya pembuatan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Penulis mengucapkan terima kasih.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis meminta maaf atas kekurangan yang ada dalam skripsi ini. . Penulis juga menerima kritik dan saran yang membangun untuk dapat menjadi lebih baik lagi. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan terhadap seluruh pihak yang terkait.

Bandung, Januari 2016

Penulis,

Lukas Wahyu Kurnia

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>I-1</b>
I.1 Latar Belakang Masalah.....	I-1
I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	I-5
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi .....	I-8
I.4 Tujuan Penelitian .....	I-9
I.5 Manfaat Penelitian .....	I-9
I.6 Metodologi Penelitian.....	I-9
I.7 Sistematika Penulisan .....	I-13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>II-1</b>
II.1 Pengertian Bisnis .....	II-1
II.2 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	II-1
II.3 Uji Validitas, Reliabilitas, dan Korelasi.....	II-3
II.4 Analisis Lima Kekuatan Porter .....	II-3
II.5 Analisis SWOT .....	II-6
II.6 Studi Kelayakan Bisnis.....	II-6
II.7 Segementasi Pasar, Pasar Sasaran, dan Posisi Pasar .....	II-7
II.8 Strategi Bauran Pemasaran .....	II-8
II.7 <i>Business Model Canvas</i> .....	II-8
<b>BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA .....</b>	<b>III-1</b>
III.1 Deskripsi Singkat Toko X .....	III-1
III.2 Pengertian <i>Safety Apparel</i> .....	III-2
III.2.1 Helm .....	III-2

III.2.2	Jaket .....	III-3
III.2.3	Sarung Tangan .....	III-4
III.2.4	Celana.....	III-5
III.2.5	Sepatu.....	III-6
III.3	Kuesioner Penelitian .....	III-7
III.3.1	Uji Validitas .....	III-7
III.3.2	Uji Reliabilitas.....	III-9
III.4	Analisis Lima Kekuatan Porter.....	III-9
III.5	Analisis SWOT .....	III-15
III.6	Aspek Pasar dan Pemasaran.....	III-19
III.6.1	Segmenting, Targeting, and Positioning .....	III-19
III.6.1.1	Segmentasi Pasar.....	III-19
III.6.1.2	Penetapan Target Pasar .....	III-22
III.6.1.3	Penentuan Posisi Pasar.....	III-26
III.6.2	Bauran Pemasaran .....	III-28
III.6.2.1	Produk .....	III-28
III.6.2.2	Harga.....	III-28
III.6.2.3	Tempat .....	III-30
III.6.2.4	Promosi.....	III-30
III.7	Aspek Teknis.....	III-31
III.7.1	Penentuan Lokasi Usaha .....	III-32
III.7.2	Tata Letak Pengembangan Usaha Toko X.....	III-32
III.7.3	Peralatan dan Renovasi Toko <i>Safety Apparel</i> .....	III-34
III.8	Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia.....	III-36
III.8.1	Sruktur Organisasi dan Deskripsi Jabatan.....	III-36
III.8.2	Spesifikasi Pekerjaan .....	III-37
III.8.3	Rekrutment dan Seleksi Pekerja .....	III-37
III.9	Aspek Keuangan.....	III-38
III.9.1	Estimasi Perbandingan dan Permintaan Pasar .....	III-38
III.9.2	Perhitungan Investasi Awal dan Depresiasi.....	III-40
III.9.3	Biaya Tenaga Kerja.....	III-41
III.9.4	Biaya Utilitas .....	III-42
III.9.5	Biaya Pembelian Stok di Awal Pengembangan Bisnis..	III-42
III.9.6	Perhitungan Arus Kas .....	III-44

III.9.7 Penilaian Keuangan .....	III-47
III.10 <i>Business Model Canvas</i> .....	III-49
<b>BAB IV ANALISIS DAN REKOMENDASI BISNIS .....</b>	<b>IV-1</b>
IV.1 Analisis dan Rekomendasi Aspek Pasar dan Pemasaran.....	IV-1
IV.2 Analisis dan Rekomendasi Aspek Teknis.....	IV-3
IV.3 Analisis dan Rekomendasi Aspek Manajemen dan SDM.....	IV-4
IV.4 Analisis dan Rekomendasi Aspek Keuangan.....	IV-5
IV.5 Analisis Business Model Canvas .....	IV-7
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>V-1</b>
V.1 Kesimpulan.....	V-1
V.2 Saran.....	V-2

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Produksi dan Penjualan Sepeda Motor di Indonesia.....	I-2
Tabel II.1	Kekuatan Hubungan Koefisien Korelasi.....	II-3
Tabel III.1	Penggolongan Brand Helm.....	III-3
Tabel III.2	Penggolongan Brand Jaket Motor.....	III-4
Tabel III.3	Penggolongan Brand Sarung Tangan Motor.....	III-5
Tabel III.4	Penggolongan Brand Celana Motor.....	III-6
Tabel III.5	Penggolongan Brand Sepatu Motor.....	III-7
Tabel III.6	Uji Validitas Pengaruh Atribut yang Berpengaruh Saat Membeli <i>Safety Apparel</i> .....	III-8
Tabel III.7	Uji Validitas Minat untuk Membeli <i>Safety Apparel</i> di Toko X .....	III-9
Tabel III.8	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	III-9
Tabel III.9	Kompetitor untuk Bisnis <i>Safety apparel</i> Sepeda Motor .....	III-13
Tabel III.10	Penjualan Sepeda Motor di Indonesia.....	III-18
Tabel III.11	Hasil Kuesioner Survei Pasar .....	III-20
Tabel III.12	Hasil Perhitungan Uji Chi-Square .....	III-24
Tabel III.13	Nilai Korelasi antar Kriteria .....	III-25
Tabel III.14	Penilaian Atribut untuk Pembelian <i>Safety Apparel</i> .....	III-27
Tabel III.15	Jenis Produk yang Akan Dijual oleh Toko X .....	III-31
Tabel III.16	Daftar Peralatan dan Renovasi Pengembangan Toko X.....	III-35
Tabel III.17	Omset Perbulan Toko Pesaing .....	III-38
Tabel III.18	Perbandingan Jumlah Penjualan <i>Safety apparel</i> .....	III-40
Tabel III.19	Omset perbulan Toko X untuk Penjualan <i>Safety Apparel</i> .....	III-41
Tabel III.20	Perlengkapan Usaha yang Mengalami Depresiasi .....	III-42
Tabel III.21	Perhitungan Depresiasi dalam Rupiah.....	III-42
Tabel III.22	Kebutuhan Biaya Tenaga Kerja .....	III-43
Tabel III.23	Biaya Stok <i>Safety apparel</i> di Awal Pengembangan Bisnis.....	III-44
Tabel III.24	Arus Kas Kondisi Pessimistic dalam Ribuan Rupiah.....	III-45
Tabel III.25	Arus Kas Kondisi Most Likely dalam Ribuan Rupiah.....	III-46
Tabel III.26	Arus Kas Kondisi Optimistic dalam Ribuan Rupiah .....	III-47
Tabel III.27	Perhitungan Payback Period (PP dalam tahun) .....	III-49

Tabel III.28 Tabel Perhitungan NPV dalam Ribuan Rupiah.....	III-49
Tabel III.29 Perhitungan Kebutuhan Data IRR dalam Ribuan Rupiah .....	III-50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Jumlah Kendaraan Bermotor di Indonesia .....	I-1
Gambar I.2	Sepuluh Provinsi Penjualan Motor Terbesar .....	I-3
Gambar I.3	Lokasi Toko X di Jalan Pungkur.....	I-5
Gambar I.4	<i>Layout</i> Lantai 2 Toko X .....	I-6
Gambar I.5	Kegiatan Berkendara Masyarakat Bandung Sebagai Hobi.....	I-7
Gambar I.6	Metodologi Penelitian.....	I-12
Gambar II.1	<i>The Five Competitive Forces</i> .....	II-5
Gambar II.2	<i>The Business Model Canvas</i> .....	II-10
Gambar III.1	Beberapa Produk yang Dijual oleh Toko X.....	III-1
Gambar III.2	Helm .....	III-2
Gambar III.3	Jaket untuk Berkendara dengan Sepeda Motor .....	III-3
Gambar III.4	Sarung Tangan untuk Berkendara dengan Sepeda Motor .....	III-4
Gambar III.5	Celana untuk Berkendara dengan Sepeda Motor.....	III-5
Gambar III.6	Sepatu untuk Berkendara dengan Sepeda Motor.....	III-6
Gambar III.7	Letak Toko Pesaing .....	III-14
Gambar III.8	Diagram Analisis Porter Bisnis Safety Apparel .....	III-15
Gambar III.9	Diagram <i>Scatter</i> Penggunaan Sepeda motor dan Harga <i>Safety apparel</i> .....	III-26
Gambar III.10	Kecenderungan Penggunaan Sepeda Motor Konsumen Toko X .....	III-26
Gambar III.11	Lantai 2 Toko X.....	III-34
Gambar III.12	Tata letak Toko <i>Safety apparel</i> .....	III-35
Gambar III.13	Desain Interior dan Tata Letak Toko Pesaing .....	III-36
Gambar III.14	Struktur Organisasi .....	III-37
Gambar III.15	Bisnis Model Kanvas Toko Safety apparel .....	III-51

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A PERATURAN PEMERINTAH RI NO. 46 TAHUN 2013 .....	A-1
LAMPIRAN B KUESIONER PENELITIAN SURVEI PASAR .....	B-1
LAMPIRAN C PERATURAN MK RI NO. 96/PMK.03/2009.....	C-1

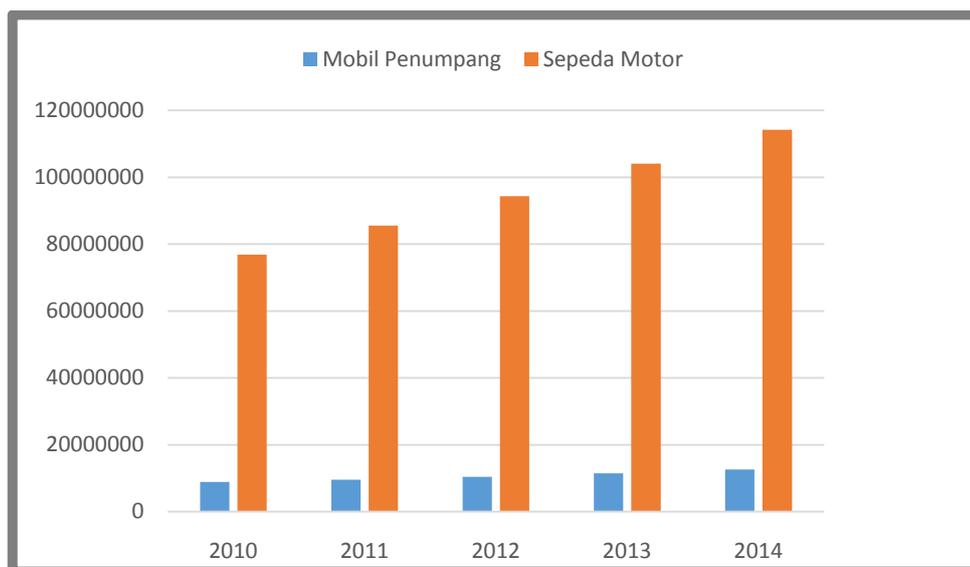
# BAB I

## PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang serta identifikasi dan perumusan masalah dari permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini. Selain itu pada bab ini juga berisi penjelasan mengenai batasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini.

### I.1 Latar Belakang Masalah

Industri kendaraan bermotor baik kendaraan roda dua maupun kendaraan roda empat merupakan salah satu industri yang sedang berkembang pesat di Indonesia. Indonesia merupakan salah satu target utama pasar dari para produsen kendaraan bermotor. Hal ini dapat dilihat dari keseriusan produsen kendaraan bermotor dengan membangun pabrik pembuatan serta perakitan produk-produknya di Indonesia. Beberapa contoh produsen yang membangun pabriknya di Indonesia adalah Toyota, Honda, Daihatsu, Mitsubishi, Kawasaki, Suzuki, dan Yamaha.



Gambar I.1 Jumlah Kendaraan Bermotor di Indonesia  
(Sumber : BPS, 2015)

Berdasarkan Gambar I.1 dapat dilihat bahwa jumlah kendaraan bermotor dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang cukup pesat. Jumlah kendaraan bermotor di Indonesia meningkat 10% dari tahun ke tahun. Meningkatnya jumlah kendaraan bermotor tersebut disebabkan oleh kebutuhan mobilitas masyarakat yang Indonesia cukup tinggi khususnya di kota-kota besar seperti Jakarta dan Bandung. Seiring dengan meningkatnya jumlah kendaraan bermotor di Indonesia, maka kebutuhan produk-produk yang berhubungan dengan kendaraan bermotor juga semakin bertambah. Peningkatan jumlah kebutuhan akan produk-produk yang berhubungan dengan kendaraan bermotor dapat dijadikan sebagai peluang usaha bagi masyarakat Indonesia.

Gambar I.1 menunjukkan bahwa jumlah sepeda motor lebih banyak dan mengalami peningkatan yang lebih signifikan jika dibandingkan dengan kendaraan roda empat khususnya mobil penumpang. Berdasarkan Gambar I.1 dapat dilihat bahwa perbandingan jumlah sepeda motor dan mobil penumpang berkisar sekitar 80% dan 20%. Pada tahun 2010 adalah 61 juta unit dan terus meningkat setiap tahunnya hingga pada tahun 2014 mencapai 92 juta unit. Dari data tersebut dapat diperkirakan bahwa jumlah sepeda motor meningkat sekitar 11% per tahun. Peningkatan jumlah sepeda motor tersebut lebih banyak jika dibandingkan dengan peningkatan jumlah mobil penumpang yang hanya 9% per tahun.

Tabel I.1 Produksi dan Penjualan Sepeda Motor di Indonesia (unit)

Tahun	Produksi	Penjualan
2010	7,395,390	7,369,249
2011	8,006,293	8,012,540
2012	7,079,721	7,064,457
2013	7,736,295	7,743,879
2014	7,926,104	7,867,195

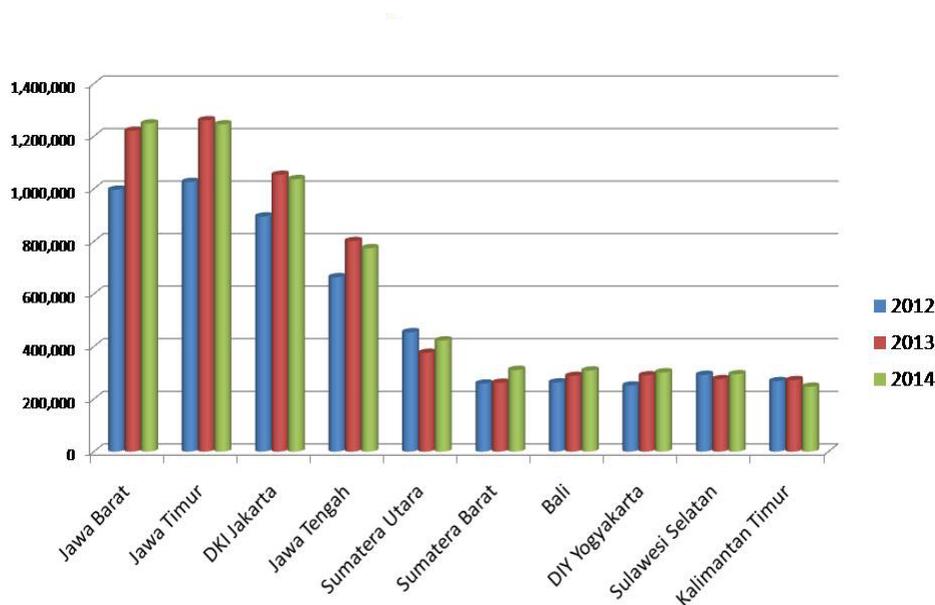
(Sumber: AISI, 2016)

Tabel I.1 menunjukkan jumlah produksi dan penjualan sepeda motor di Indonesia. Data tersebut merupakan data gabungan dari beberapa produsen sepeda motor yang cukup dominan menguasai pasar di Indonesia seperti Honda, Kanzen, Kawasaki, Suzuki, TVS dan Yamaha. Data Tabel 1

menunjukkan bahwa jumlah produksi kendaraan sepeda motor di Indonesia pada tahun 2010 sampai tahun 2014 berkisar pada angka 7 juta hingga 8 juta unit per tahun. Jumlah produksi sepeda motor diperkirakan akan terus meningkat karena kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi yang praktis seperti sepeda motor.

Selain digunakan untuk sarana transportasi, tidak sedikit yang membeli sepeda motor sebagai gaya hidup serta untuk kebutuhan hobi. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya komunitas sepeda motor yang ada di Indonesia. Komunitas-komunitas sepeda motor di Indonesia ada yang didirikan resmi oleh produsen sepeda motor seperti Kawasaki Ninja Club, Yamaha R25 Owners Indonesia, dan Honda *Community*. Selain itu ada juga komunitas-komunitas sepeda motor yang didirikan secara mandiri oleh para pencinta dunia otomotif seperti *Mix Moge Indonesia*, *Cornering Indonesia*, dan *Woman on Wheels*.

Jumlah komunitas pencinta otomotif khususnya roda dua yang cukup banyak tersebut menunjukkan bahwa sepeda motor tidak hanya digunakan untuk sarana transportasi melainkan untuk gaya hidup dan hobi. Oleh karena itu, bisnis yang berhubungan dengan dunia otomotif khususnya sepeda motor merupakan bisnis yang terbilang cukup menjanjikan. Bisnis yang berhubungan dengan sepeda motor tersebut meliputi bengkel, modifikasi, dan *safety apparel* untuk sepeda motor. Sebagian besar bisnis yang bergerak sebagai penyedia kebutuhan yang berhubungan dengan sepeda motor merupakan UKM (Usaha Kecil Menengah) yang membutuhkan modal yang tidak terlalu besar.



Gambar I.2 Sepuluh Provinsi Penjualan Motor Terbesar  
(Sumber : AISI, 2014)

Berdasarkan Gambar I.2 dapat dilihat bahwa Provinsi Jawa Barat termasuk ke dalam 10 besar provinsi dengan tingkat penjualan sepeda motor terbanyak di Indonesia. Gambar 2 menunjukkan bahwa 3 provinsi dengan tingkat penjualan sepeda motor terbanyak pada tahun 2012 sampai 2014 adalah Jawa Barat, Jawa Timur, dan DKI Jakarta. Pada tahun 2012 dan 2013, jumlah penjualan sepeda motor di Jawa Barat lebih sedikit dari Jawa Timur. Akan tetapi pada tahun 2014 penjualan sepeda motor di Jawa Barat menyamai Jawa Timur. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan sepeda motor di Jawa Barat semakin pesat sehingga peluang bisnis yang berhubungan dengan sepeda motor di Jawa Barat semakin baik dan menjanjikan.

Usaha kecil menengah atau yang sering disebut UKM di Indonesia sedang mengalami peningkatan yang cukup pesat. UKM merupakan salah satu jenis usaha yang paling dominan di Indonesia. Oleh karena itu, UKM memiliki peranan yang sangat besar untuk meningkatkan perkembangan ekonomi di Indonesia. Keberadaan UKM juga turut memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat di Indonesia. Perkembangan dan dominasi UKM membuat pemerintah memberikan fasilitas serta kemudahan akses izin usaha dan pinjaman modal bagi pelaku UKM.

Salah satu kemudahan yang diberikan pemerintah adalah memudahkan proses pembayaran pajak bagi para pelaku bisnis UKM. Pemerintah

mengeluarkan PP 46/2013 (Lampiran A) yang memudahkan pengusaha karena pembayaran pajak hanya 1% dari jumlah hasil penjualan per bulan. Selain itu, proses pembayaran pajak dapat dilakukan melalui ATM yang dapat dilakukan setiap saat. Kemudahan serta fasilitas yang diberikan oleh pemerintah tersebut membuka peluang usaha bagi masyarakat Indonesia yang ingin membuka usaha.

Toko X merupakan salah satu contoh bisnis UKM yang bergerak dalam bidang sepeda motor yang berlokasi di Bandung Jawa Barat. Toko X berfokus menjual aksesoris-aksesoris untuk sepeda motor baik skutik, bebek, dan sport. Beberapa konsumen yang datang ke Toko X sering berminat untuk membeli *safety apparel* seperti helm, sarung tangan, dan jaket. Akan tetapi, Toko X tidak menyediakan *safety apparel* tersebut sehingga pemilik toko X melihat peluang usaha untuk mengembangkan tokonya dengan menyediakan *safety apparel* untuk sepeda motor.

Pemilik Toko X berencana akan mengembangkan usahanya untuk menyediakan kebutuhan pengendara sepeda motor khususnya *safety apparel*. Rencana pengembangan usaha tersebut memerlukan strategi yang dilihat dari berbagai aspek. Seluruh aspek yang membangun strategi bisnis tersebut perlu diperhatikan oleh pemilik Toko X agar pengembangan bisnis yang akan dilakukan dapat terlaksana dengan baik dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

## **I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah**

Toko X merupakan toko yang menjual aksesoris serta *aftermarket parts* untuk sepeda motor seperti knalpot, *cover body*, ban, dan *stoplamp*. Toko X terletak di Jalan Pungkur Bandung. Lokasi Toko X ini terbilang strategis karena sudah dikenal oleh masyarakat Jawa Barat khususnya Bandung sebagai pusat aksesoris dan perlengkapan sepeda motor di Bandung. Oleh karena itu, hampir setiap hari Jalan Pungkur ramai dikunjungi oleh para konsumen yang akan membeli barang-barang yang berhubungan dengan sepeda motor.



Gambar I.3 Lokasi Toko X di Jalan Pungkur

Lokasi Toko X yang berada di Jalan Pungkur Bandung dianggap sebagai lokasi yang strategis sehingga menjadi pertimbangan pemilik Toko X untuk mengembangkan bisnisnya. Selain itu, terdapat ruang kosong di lantai 2 yang tidak terpakai pada Toko X yang dapat dijadikan lokasi untuk pengembangan bisnis Toko X. Gambar I.3 menunjukkan lokasi serta foto dari Toko X yang berada di Jalan Pungkur Bandung. Berdasarkan Gambar 3 dapat dilihat pula bahwa Toko X diapit oleh toko *spare parts* serta bengkel motor yang menunjukkan bahwa sepanjang Jalan Pungkur merupakan pusat dari aksesoris dan perlengkapan sepeda motor di Bandung. Lokasi Toko X di pusat perlengkapan dan aksesoris sepeda motor di Bandung ini sangat menguntungkan karena hampir setiap orang yang menyukai sepeda motor di Jawa Barat akan datang ke Jalan Pungkur untuk mencari serta membeli barang-barang yang berhubungan dengan sepeda motor. Gambar I.4 berikut menunjukkan layout lantai 2 Toko X yang akan digunakan sebagai tempat untuk pengembangan bisnis Toko X.

Gambar I.4 *Layout* Lantai 2 Toko X

Produk yang dijual oleh Toko X untuk saat ini hanya terbatas pada aksesoris dan *aftermarket parts* untuk sepeda motor. Keterbatasan produk yang dijual oleh Toko X ini dianggap belum maksimal untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang datang ke Toko X. Berdasarkan wawancara dengan pemilik Toko X, diketahui bahwa tidak jarang konsumen yang datang ke Toko X berniat untuk membeli produk-produk *safety apparel* seperti helm, sarung tangan, jaket, celana, dan sepatu untuk berkendara.

Permintaan akan produk-produk *safety apparel* tersebut tidak terlepas dari mulai meningkatnya kesadaran para pengendara sepeda motor akan keselamatan dan pentingnya penggunaan *safety apparel* saat berkendara. Selain itu, beberapa tahun terakhir semakin banyak Masyarakat Bandung yang memiliki hobi untuk berkendara dengan sepeda motor yang memerlukan *safety apparel* untuk meminimalisir cedera saat terjadi kecelakaan. Gambar I.5 menunjukkan kegiatan Masyarakat Bandung yang memiliki hobi untuk berkendara dengan sepeda motor yang diambil pada hari Minggu tanggal 5 Juni 2016 di Ciater Highland Resort atau yang lebih dikenal dengan nama Riung Rangga.



Gambar I.5 Kegiatan Berkendara Masyarakat Bandung Sebagai Hobi

Berdasarkan wawancara terhadap 18 anggota dari beberapa komunitas sepeda motor di Bandung dan 5 orang pelanggan Toko X, didapatkan informasi bahwa kegiatan berkendara dengan sepeda motor tersebut tidak akan terlepas dari produk-produk *safety apparel* untuk meminimalisir cedera yang ditimbulkan saat terjadi kecelakaan. Berdasarkan wawancara tersebut juga didapatkan informasi bahwa 16 responden dari total 23 responden menyatakan bahwa masih cukup sulit untuk mendapatkan produk *safety apparel* yang berkualitas di Bandung. Berdasarkan alasan-alasan tersebut, niat pemilik Toko X semakin kuat untuk mengembangkan bisnisnya dengan menjual produk-produk *safety apparel*. Pemilik Toko X akan fokus pada produk-produk *safety apparel* seperti helm, sarung tangan, jaket, dan celana.

Saat akan mengembangkan suatu bisnis, maka akan timbul beberapa permasalahan yang akan dihadapi oleh Toko X. Salah satu contoh permasalahan tersebut adalah Toko X perlu mengetahui kelayakan pengembangan bisnisnya di bidang *safety apparel* untuk sepeda motor dilihat dari berbagai aspek seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen dan sumber daya manusia, dan aspek keuangan. Jika analisis kelayakan yang dilakukan terhadap pengembangan bisnis Toko X dinyatakan layak, maka diperlukan perencanaan strategi bisnis yang tepat. Strategi bisnis yang tepat tersebut perlu diperhatikan

oleh Toko X agar dapat bersaing dengan toko lain yang menjual produk sejenis serta mampu memenuhi kebutuhan konsumen Toko X secara tepat.

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah kelayakan dari pengembangan bisnis Toko X jika dilihat dari aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen dan sumber daya manusia, dan aspek keuangan?
2. Bagaimanakah strategi bisnis yang direkomendasikan untuk pengembangan toko X di bidang *safety apparel* dengan menggunakan metode *Business Model Canvas*?

### **I.3 Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian**

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa hal yang menjadi batasan masalah dan asumsi penelitian yang bertujuan agar penelitian tidak menyimpang serta lebih terfokus pada penyelesaian masalah yang ada. Berikut adalah batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Analisis kelayakan usaha ini dilakukan dalam jangka waktu 5 tahun.
2. Aspek kelayakan usaha yang dibahas dalam penelitian adalah aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen dan sumber daya manusia, dan aspek keuangan.
3. Strategi bisnis yang direkomendasikan jika pengembangan usaha dinyatakan layak adalah strategi bisnis untuk jangka waktu 5 tahun.

Selain batasan masalah tersebut, terdapat asumsi yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Kondisi ekonomi dan sosial di Indonesia tidak mengalami perubahan yang signifikan dari tahun ke tahun.
2. Suku bunga pinjaman dan deposito dianggap stabil setiap tahunnya.
3. Keuntungan dari penjualan *safety apparel* adalah dua puluh persen.

### **I.4 Tujuan Penelitian**

Terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai dengan dilakukannya penelitian ini sehingga permasalahan yang ada dapat terselesaikan. Tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Mengetahui kelayakan dari pengembangan bisnis Toko X jika dilihat dari aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen dan sumber daya manusia, dan aspek keuangan.
2. Memberikan rekomendasi strategi bisnis untuk pengembangan toko X di bidang *safety apparel* berdasarkan Metode *Business Model Canvas*.

### **I.5 Manfaat Penelitian**

Terdapat beberapa manfaat yang didapatkan dengan dilakukannya penelitian ini. Manfaat yang didapatkan antara lain:

- a. Manfaat penelitian untuk peneliti
  1. Menambah kemampuan peneliti untuk menganalisis suatu masalah dan cara penyelesaian masalah tersebut.
  2. Mengetahui penerapan ilmu perkuliahan dalam dunia nyata dalam bidang bisnis UKM.
  3. Menambah wawasan dan pengetahuan peneliti terhadap permasalahan mengenai bisnis yang diteliti.
- b. Manfaat penelitian untuk pemilik Toko X
  1. Mengetahui kelayakan bisnis pengembangan Toko X pada bidang *safety apparel*.
  2. Mengetahui strategi bisnis yang tepat jika pengembangan Toko X pada bidang *safety apparel* dinyatakan layak.
- c. Manfaat penelitian untuk pembaca

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan bagi pembaca serta menjadi referensi untuk penelitian yang berkaitan dengan analisis kelayakan usaha dan strategi bisnis.

### **I.6 Metodologi Penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat beberapa tahapan yang dilakukan dari awal hingga akhir penelitian untuk menjawab rumusan masalah yang dibuat dalam diagram alir metodologi penelitian pada Gambar 8.

1. Penentuan Topik

Tahap awal dari penelitian ini adalah menentukan topik yang akan diteliti. Penentuan topik ini didasarkan oleh permasalahan yang sedang dihadapi oleh pemilik Toko X terhadap usahanya.

2. Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan dilakukan dengan melakukan observasi secara langsung terhadap lingkungan bisnis Toko X dan melakukan wawancara terhadap konsumen Toko X dan beberapa anggota sepeda motor dari berbagai komunitas sepeda motor di Bandung.

3. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Dalam tahap kedua ini, dilakukan identifikasi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh Toko X. Selain itu, identifikasi juga dilakukan terhadap studi pendahuluan yang telah dilakukan. Setelah melakukan identifikasi masalah, maka akan didapatkan masalah-masalah yang menjadi permasalahan utama dan dirumuskan dalam rumusan masalah.

4. Pengumpulan Data

Terdapat tiga jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut adalah tiga jenis sumber data, antara lain:

- a. Data primer, yaitu data yang secara langsung dikumpulkan oleh peneliti yang berasal dari sumber-sumber pertama. Data primer ini berupa wawancara terhadap pemilik toko X, anggota sepeda motor dari berbagai komunitas sepeda motor di Bandung, dan observasi secara langsung terhadap lingkungan bisnis Toko X.
- b. Data sekunder, yaitu data yang didapatkan oleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Data sekunder ini berupa data-data statistik yang didapatkan dari AISI dan BPS untuk melengkapi kebutuhan penelitian.
- c. Studi Literatur, yaitu sumber data yang didapatkan dari teori-teori serta penelitian pendahulu yang relevan dengan penelitian.

5. Analisis Porter's *Five Forces*

Analisis Porter's *Five Forces* dilakukan untuk mengetahui bagaimana kondisi bisnis yang akan diteliti dilihat dari *threat of new entrants*, *bargaining power of suppliers*, *bargaining power of customers*, *threat of substitutes*, dan *competitive rivalry within the industry*.

6. Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk memahami lingkungan bisnis Toko X dengan melihat peluang, ancaman, kekuatan serta kelemahan yang ada pada Toko X.

7. Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis dilakukan untuk mengetahui kelayakan dari pengembangan bisnis Toko X di bidang *safety apparel* sepeda motor. Studi kelayakan bisnis yang dilakukan dilihat dari aspek-aspek berikut:

a. Aspek Pasar dan Pemasaran

Analisis ini dilakukan dengan mengetahui bagaimana kelayakan pengembangan bisnis Toko X dilihat dari kemampuan untuk menyediakan barang yang diinginkan konsumen, kemampuan untuk menentukan harga yang tepat, dan kemampuan untuk melakukan promosi yang lebih efektif dibandingkan para pesaing.

b. Aspek Teknis

Pada aspek teknis dan teknologi akan dilihat kelayakan bisnis Toko X dari sisi teknis dan teknologi seperti kondisi rencana lokasi bisnis dan penyusunan *layout* tempat usaha, ketersediaan peralatan yang diperlukan untuk pengembangan bisnis Toko X.

c. Aspek Manajemen dan SDM

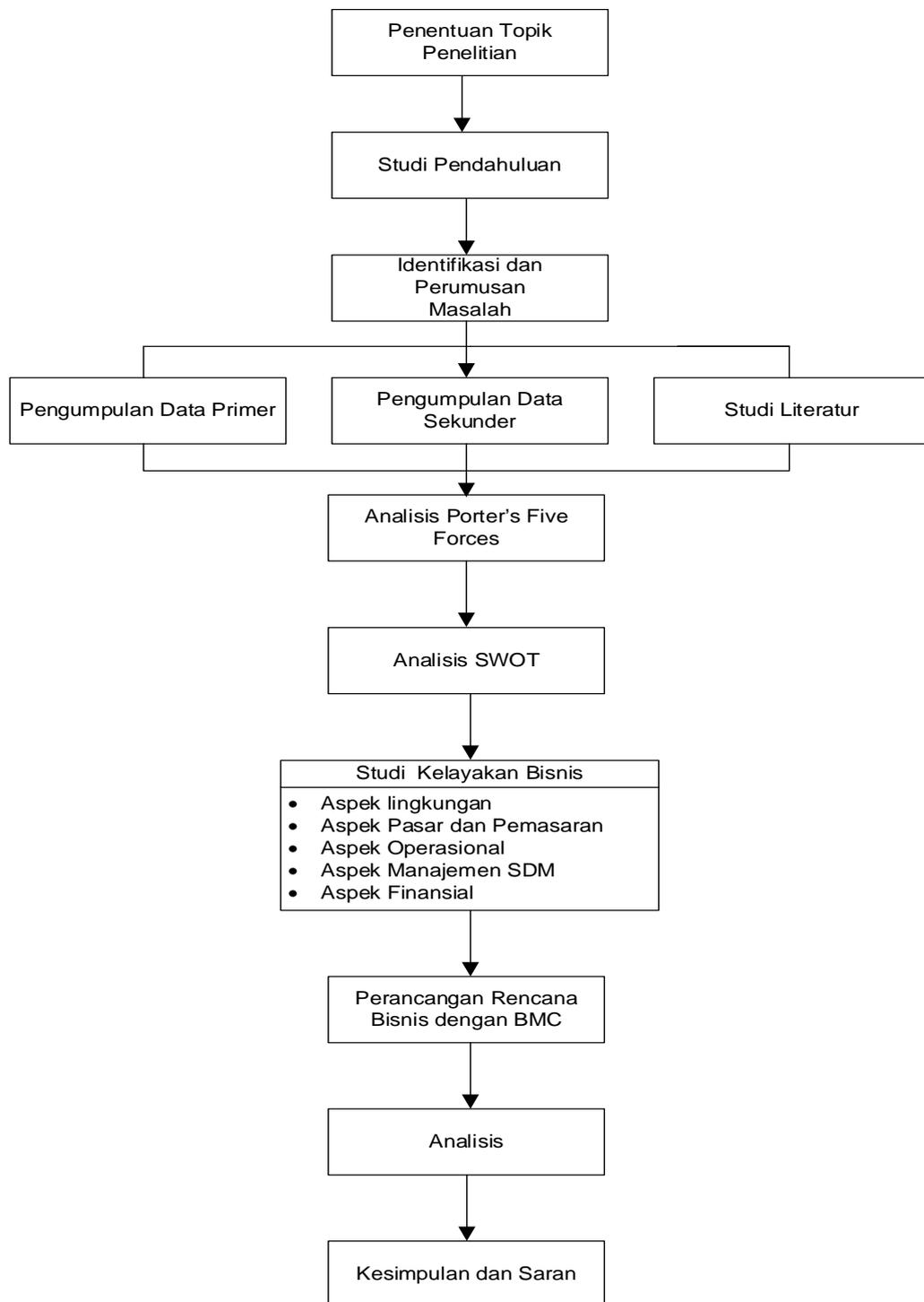
Pada Aspek SDM akan dilihat kelayakan bisnis Toko X dari ketersediaan sumber daya manusia yang diperlukan berdasarkan kemampuan yang harus dimiliki oleh sumber daya manusia.

d. Aspek Keuangan

Pada aspek keuangan ini akan dilihat kelayakan pengembangan Toko X dari sisi keuangan seperti kemampuan untuk memenuhi jumlah investasi yang diperlukan dan kemampuan bisnis untuk mencapai tingkat pengembalian investasi yang diinginkan.

8. Perancangan Rencana Bisnis dengan *Business Model Canvas*

Pada tahap ini, akan dilakukan perancangan rencana bisnis dengan metode *Business Model Canvas*. Pemilihan metode ini didasari oleh alasan pembuatan rencana bisnis yang dibuat dengan *Business Model Canvas* akan lebih cepat dan simpel untuk dibuat jika dibandingkan dengan membuat rencana bisnis biasa. Selain itu, jika terjadi kesalahan akan lebih mudah ditemukan karena rencana bisnis yang dibuat dengan *Business Model Canvas* dibagi menjadi 9 blok. Gambar 8 berikut menunjukkan metodologi penelitian secara keseluruhan dalam bentuk diagram alir.



Gambar I.6 Metodologi Penelitian

9. Analisis

Pada tahap analisis akan dilakukan analisis mengenai studi kelayakan usaha, pemilihan *Business Model Canvas* untuk membuat rencana bisnis, dan analisis mengenai rencana bisnis yang telah dibuat.

#### 10. Kesimpulan dan Saran

Tahap terakhir dari penelitian ini adalah membuat kesimpulan dan saran yang didasarkan dari hasil pengolahan data serta analisis yang telah dilakukan. Kesimpulan yang didapatkan diharapkan mampu menjawab permasalahan-permasalahan yang ada pada identifikasi dan rumusan masalah yang ada pada penelitian ini. Saran yang dibuat adalah saran yang diberikan terhadap pemilik Toko X untuk pengembangan bisnisnya di bidang *safety apparel*.

### **I.7 Sistematika Penulisan**

Penulisan skripsi ini menggunakan sistematika penulisan laporan yang terbagi menjadi lima bab. Berikut adalah penjelasan mengenai isi dari masing-masing bab, antara lain:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab pertama ini berisi mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, batasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan laporan. Latar belakang dan identifikasi masalah yang ada pada bab 1 ini merupakan dasar dari dilakukannya penelitian. Rumusan masalah dibuat agar penelitian lebih fokus untuk menjawab permasalahan yang akan diteliti. Batasan masalah dan asumsi penelitian juga dibuat agar penelitian lebih fokus terhadap permasalahan utama pada penelitian ini.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab dua merupakan bab yang berisi mengenai dasar-dasar teori serta ilmu yang digunakan dalam penelitian ini. Dasar teori dan ilmu tersebut digunakan untuk menjawab permasalahan yang dihadapi dalam penelitian. selain itu juga akan dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian ini.

#### **BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Bab tiga berisi mengenai data-rata yang dikumpulkan selama penelitian dan diolah untuk mengetahui kelayakan bisnis. Setelah pengolahan data untuk mengetahui kelayakan bisnis dilakukan, rencana bisnis akan dibuat dengan menggunakan metode *Business Model Canvas*.

#### BAB IV ANALISIS

Bab empat berisi mengenai analisis alasan penggunaan metode-metode yang dipakai dalam penelitian. Selain itu, analisis juga dilakukan untuk hasil pengolahan data yang dilakukan pada bab tiga berupa studi kelayakan bisnis dan perancangan rencana bisnis.

#### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab lima berisi merupakan bab akhir pada penelitian ini yang berisi kesimpulan yang didapatkan selama melakukan kegiatan penelitian dari pengolahan data sampai hasil akhir yang didapatkan dari penelitian ini. Selain itu, pada bab lima ini diberikan saran untuk Toko X serta untuk penelitian selanjutnya.