

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan dunia perdagangan di Indonesia berpengaruh pula pada bertambahnya jumlah importir yang masuk dengan menawarkan berbagai macam makanan hewan peliharaan non ternak (anjing, kucing, kelinci dan hamster) baik dari merek hingga komposisi bahan yang berbeda. Hal ini menyebabkan banyak distributor membutuhkan pengecer yang lebih banyak daripada sebelumnya. Dalam kurun waktu tiga tahun ini saja perkembangan *pet shop*, yakni toko atau pengecer yang menyediakan perlengkapan hewan peliharaan non ternak dan pakannya, meningkat dengan cepat dari tiga *pet shop* menjadi lebih dari lima *pet shop* yang berada di Yogyakarta ini.

Salah satunya adalah Ratu Jaya *pet shop & hobbies* yang memelopori penyediaan pakan hewan peliharaan dalam kantong-kantong kecil yang dikemas oleh toko sendiri dengan berat satu kilogram per kantong. Ratu Jaya *pet shop & hobbies*, berdiri 15 Mei 2003 dengan berfokus pada pakan hewan peliharaan dengan tujuan agar konsumen lebih leluasa menentukan pakan mana yang akan dipilih, dengan menyediakan berbagai merek namun tidak lebih dari sepuluh merek. Pembatasan jumlah merek yang ditawarkan dari setiap produk bertujuan agar konsumen tidak kebingungan pada saat membeli, terutama bagi konsumen yang baru pertama kali mempunyai hewan peliharaan atau konsumen yang baru pertama kali memakai pakan hewan peliharaan *import*.

Dengan persaingan yang semakin ketat, strategi bisnis yang dilakukan oleh Ratu Jaya *pet shop & hobbies* antara lain dilakukan dengan memberikan layanan antar (*delivery service*), promosi melalui media cetak seperti melalui surat kabar atau buletin para penyayang binatang yang terbit setiap sebulan sekali. Strategi pemasaran lain yang dilakukan oleh Ratu Jaya *pet shop & hobbies* yaitu menawarkan harga pakan hewan yang lebih murah dibanding dengan kompetitor, tanpa mengurangi mutu produk, menyediakan pakan hewan peliharaan baik dalam bentuk kemasan pabrik hingga kemasan kecil satu kilogram dari berbagai merek serta mencantumkan tanggal kadaluwarsa produk tersebut.

Strategi yang dilakukan oleh Ratu Jaya *pet shop & hobbies* ini membawa dampak yang sangat bagus. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pembeli yang menjadi pelanggan tetap di Ratu Jaya *pet shop & hobbies*, banyaknya para pelanggan kompetitor yang beralih ke Ratu Jaya *pet shop & hobbies* dan juga komentar-komentar pelanggan yang sebagian besar positif, baik mengenai harga maupun kemampuan toko untuk menjaga mutu produk. Sehingga dalam perkembangannya toko ini merencanakan membuka gerai atau cabang baru yang masih masuk dalam wilayah Yogyakarta, dengan pertimbangan pemilihan lokasi toko atau daerah yang belum ada *pet shop* sama sekali. Pemilihan lokasi tersebut adalah sebagai berikut :

1. Jalan Glagah Sari.

Pemilihan jalan ini karena sepanjang jalan Kusuma Negara belum terdapat toko yang menyediakan kebutuhan dan perlengkapan hewan peliharaan.

2. Jalan Kaliurang

Karena sepanjang jalan ini hingga *ring road* banyak sekali perumahan-perumahan baik kelas menengah maupun elit.

3. Jalan Godean

Karena menurut informasi baik melalui buletin maupun surat kabar dan daftar layan antar toko, banyak penghobi yang beralih menjadi peternak hewan kesayangan pada daerah ini. Sedangkan daerah ini belum terjamah oleh kompetitor.

Setelah peneliti menentukan salah satu dari tiga pilihan lokasi yang ada, maka untuk mendapatkan hasil yang lebih detail dan cermat, analisis itu dapat dimulai dari :

1. Analisis pasar dalam usaha untuk menentukan besarnya penerimaan dan biaya yang dibutuhkan untuk memasarkan produk atau jasa yang sudah direncanakan sebelumnya.
2. Analisis teknis dan manajemen ditujukan untuk menentukan mesin dan peralatan, bahan baku, sumber daya manusia, prosedur produksi, dan sebagainya yang kesemuanya harus tertuang lengkap ke dalam kebutuhan dana yang diperlukan untuk dapat memproduksi barang atau jasa sesuai rencana.
3. Analisis lingkungan. Tujuan yang ingin dicapai dari analisis lingkungan adalah untuk memastikan dampak apa yang terjadi jika produksi atau usaha jasa yang sudah direncanakan itu terlaksana, baik mengenai dampak positif maupun negatif terhadap lingkungan usaha yang direncanakan ini. Jika

dampak itu sudah jelas maka analisis harus memperhitungkan apakah ada tambahan penerimaan atau sebaliknya justru tambahan biaya yang diperlukan untuk menanggulangi kemungkinan adanya polusi atau limbah dari usaha yang sudah direncanakan.

4. Analisis finansial. Analisis ini merupakan analisis terakhir yang harus dilakukan dalam studi kelayakan bisnis dan sekaligus sebagai fokus dari keseluruhan kegiatan perencanaan proyek, karena itu jika data atau informasi yang diberikan sebagai hasil analisis pada tahap ini kurang dapat dipercaya atau kurang lengkap maka hasil yang akan dicapai pada tahap ini juga akan menjadi tidak optimal. Dengan kata lain, baik buruknya hasil analisis finansial sangat tergantung pada tahap-tahap sebelumnya. (Sofyan, Iban, 2003:12)

1.2. RUMUSAN MASALAH

Permasalahan yang akan diteliti adalah menguji kelayakan atau prospek pendirian gerai cabang dari Ratu Jaya *pet shop & hobbies*, baik ditinjau dari aspek pemasaran, aspek operasional, aspek sumber daya manusia, serta aspek keuangan.

Adapun perumusan masalah ini adalah :

1. Aspek pemasaran.
 - a. Apakah tersedia pasar potensial bagi cabang dari Ratu Jaya *pet shop & hobbies*?
 - b. Produk seperti apakah yang akan dijual?
 - c. Apakah strategi pemasaran gerai utama dapat diterapkan pada gerai cabang dari Ratu Jaya *pet shop & hobbies*?

- d. Pelayanan yang bagaimanakah yang diharapkan konsumen?
2. Aspek Operasional.
 - a. Apakah lokasi yang telah diterapkan strategis atau tepat?
 - b. Pada rentang waktu kapankah sebaiknya pembukaan cabang dari Ratu Jaya *pet shop & hobbies*?
 - c. Peralatan dan perlengkapan apa sajakah yang dibutuhkan?
 3. Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia.
 - a. Jenis – jenis pekerjaan seperti apakah yang dibutuhkan?
 - b. Kriteria – kriteria apakah yang harus ada dalam perekrutan tenaga kerja?
 4. Aspek Keuangan.
 - a. Berapa biaya investasi yang harus dikeluarkan?
 - b. Berdasarkan analisis keuangan bagaimanakah prospek cabang dari Ratu Jaya *pet shop & hobbies* untuk jangka waktu lima tahun ke depan, dapat dikatakan layak atau tidak?

1.3. BATASAN MASALAH

1. Studi lingkungan usaha merupakan suatu langkah yang penting dilakukan dengan tujuan untuk menemukan apakah lingkungan dimana usaha itu akan berdiri nantinya tidak akan menimbulkan ancaman atau bahkan dapat memberi peluang diluar dari usaha yang utama.
2. Studi lokasi dalam analisis teknis dan manajemen.
3. Strategi pemasaran gerai utama pada gerai baru dengan lokasi yang berbeda.
4. Asumsi-asumsi.

Asumsi- asumsi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah :

- a. Untuk segala pembayaran baik itu merupakan pembelian ataupun penjualan transaksi pembayaran dilakukan secara tunai.
- b. Pembulatan rupiah ke atas dengan angka terkecilnya berupa ratusan.
- c. Dalam 1 tahun terdiri dari 12 bulan dan 1 bulan terdiri dari 30 hari.
- d. Tidak pernah ada hari libur.
- e. Suku bunga deposito sebesar 6%.
- f. Prosentase pertambahan penduduk tiap tahun dianggap tetap.
- g. Harga peralatan dan perlengkapan dianggap tetap.
- h. Biaya utilitas setiap tahunnya diperkirakan akan naik 5%.
- i. Biaya pemeliharaan setiap tahunnya diperkirakan akan naik 10%.
- j. Biaya gaji pegawai setiap tahunnya diperkirakan akan naik 10%.
- k. Harga perlengkapan habis pakai diperkirakan akan naik 5% tiap tahun.
- l. Harga jual produk diperkirakan akan naik 10% tiap tahun.
- m. Ketetapan tentang PPh dianggap tidak mengalami perubahan.

1.4. TUJUAN PENELITIAN

Penulis melakukan penelitian ini dengan tujuan sebagai berikut :

1. Menilai tingkat kelayakan suatu lokasi mengingat belum pernah ada pelaku usaha yang membuka usaha pada bidang yang sama.
2. Memberikan dasar bagi pengambil keputusan, sehingga mampu menentukan apakah strategi pemasaran pada gerai utama dapat diterapkan pada gerai baru

atau tidak, atau strategi pemasaran manakah yang tepat diterapkan pada gerai baru.

3. Untuk mengetahui seberapa besar nilai NPV dan IRR dalam jangka waktu berapa lama *payback period* akan terjadi terhadap kelayakan usaha pendirian cabang dari Ratu Jaya *pet shop & hobbies*.

1.5. MANFAAT PENELITIAN

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu :

1. Bagi Ratu Jaya *pet shop & hobbies*

Dapat menjadi bahan pertimbangan dan evaluasi bagi pemilik usaha dalam rencana ekspansi usahanya.

2. Bagi penulis.

Penelitian ini dilakukan untuk memperdalam pengetahuan, menambah pengalaman dan menerapkan teori-teori yang telah diperoleh semasa kuliah.

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan, sumbangan pemikiran bagi semua pihak dan dapat memetik manfaat dari penelitian ini sebagai referensi yang berguna di masa yang akan datang.

1.6. HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis adalah jawaban sementara suatu masalah penelitian, dirumuskan dalam pernyataan yang dapat diuji dan menjelaskan hubungan antara dua peubah

atau lebih. Dengan demikian hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban sementara yang mungkin benar atau salah (Wasito,1986:4)

Dalam penelitian ini penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut :

1. Aspek Pemasaran.

- a. Tersedianya pasar potensial bagi cabang dari Ratu Jaya *pet shop & hobbies* di daerah Glagah Sari karena daerah terdekat dengan lokasi cabang belum ada *competitor*, serta adanya dokter hewan yang banyak membuka praktek di sekitar lokasi, sebagai contoh dokter hewan Kayu Manis yang terletak di Jalan Gambiran.
- b. Produk yang akan dijual adalah produk makanan hewan baik dalam bentuk kering, maupun dalam bentuk basah, dengan kemasan kaleng.
- c. Strategi pemasaran gerai utama dapat diterapkan pada gerai cabang dari Ratu Jaya *pet shop & hobbies*, karena melihat banyaknya konsumen atau pelanggan eceran di sekitar lokasi.
- d. Pelayanan yang diharapkan konsumen adalah pelayanan eksklusif, karena kemungkinan dengan pelayanan ini konsumen bisa mendapatkan informasi lebih banyak dari suatu produk, baik pengetahuan tentang takaran untuk sekali makan ataupun asupan gizi yang terdapat pada produk makanan tertentu.

2. Aspek Operasional.

- a. Lokasi yang dipilih strategis dan tepat. Strategis karena daerah sekitar belum terdapat competitor dan dekat dengan gerai utama, sehingga diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan perluasan pasar. Tepat karena dari segi finansial, harga sewa gedung lebih rendah dibandingkan dengan lokasi lainnya, sehingga diharapkan mampu mendukung penekanan pada harga produk – produk yang dijual.
- b. Sebaiknya manajemen segera merealisasikan rencana pembukaan cabang dari Ratu Jaya *pet shop & hobbie*.
- c. Peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan adalah rak display untuk produk, plastik kemasan, peralatan *packing*, dan lain - lain.

3. Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia

- a. Jenis – jenis pekerja yang dibutuhkan adalah manajer dan karyawan.
- b. Kriteria – kriteria yang harus ada dalam perekrutan tenaga kerja dibahas dalam bab 4.

4. Aspek Keuangan

- a. Perkiraan biaya investasi yang harus dikeluarkan Rp 60.000.000,-
- b. Berdasarkan analisis keuangan prospek cabang dari Ratu Jaya *pet shop & hobbies* untuk jangka waktu lima tahun ke depan, dapat dikatakan layak.

1.7. METODOLOGI PENELITIAN

1.7.1. Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tiga lokasi, yaitu :

1. Jalan Glagah Sari
2. Jalan Kaliurang
3. Jalan Godean

I.7.2. Populasi dan Metode Penentuan Sampel

Populasi menurut Sugiyono (2000:73) adalah kumpulan dari objek yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penduduk di ketiga daerah (jalan Glagah Sari, Jalan Magelang, Jalan Godean) yang memiliki binatang peliharaan.

Sampel menurut Sugiyono (2000:73) adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik penentuan sampel yang dilakukan pada penelitian ini bersifat tidak acak (*non-random sampling*) dimana anggota populasi tidak diberi peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Jenis penentuan sampel tidak acak yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling*, yaitu sebuah sampel yang diambil sedemikian rupa dimana anggota sampel dipilih karena mereka mudah dijangkau. Menurut Sugiyono (2000:73), sampel konvenien disebut juga sampel mudah. Sampel konvenien merupakan metode sampling nonprobabilitas (*nonprobability sampling*), dimana setiap unit dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel penelitian. Karena keterbatasan yang dimiliki penulis maka penulis membatasi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 orang responden.

I.7.3. Data Yang Digunakan

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari wawancara langsung dengan pemilik usaha Ratu Jaya *pet shop & hobbies*. Data ini mengenai rencana ekspansi perusahaan, latar belakang dan operasional perusahaan.

2. Data sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh dari literatur – literatur tentang perkembangan pet shop, baik lewat buku-buku maupun lewat internet.

I.7.4. Metode Pengumpulan Data

1. Metode wawancara

Metode wawancara adalah pengumpulan informasi dengan tanya jawab secara bertatap muka dengan respon (Soeratno dan Arsyad, 1993). Untuk mengumpulkan informasi dengan metode wawancara ini penulis mengadakan wawancara langsung baik dengan pihak manajemen Ratu Jaya *pet shop & hobbies* maupun *supplier*.

2. Metode Kuesioner

Metode kuesioner adalah pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi (Soeratno dan Arsyad, 1993). Setelah mengadakan observasi dan wawancara secara langsung diharapkan dapat menentukan variable-variabel yang dapat digunakan untuk menyusun kuesioner.

I.7.5. Metode Pengambilan Data Sampel

Karena adanya keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga, maka dalam penelitian ini penulis hanya mengambil sebagian saja dari populasi yang ada. Sebagian dari populasi yang diambil itu disebut sampel. Dalam menentukan sampel tersebut penulis menggunakan metode *convenience sampling* atau pengambilan sampel berdasarkan kemudahan. Dalam tehnik sampel ini, yang diambil sebagai anggota sampel adalah orang-orang atau elemen–elemen yang mudah ditemui atau yang berada pada waktu yang tepat, mudah ditemui dan dijangkau. Sampel diambil biasanya karena mereka diharapkan berada pada waktu dan tempat yang tepat. (Widayat, 2000)

I.7.6. Metode Pengolahan Data

Metode yang digunakan dalam rangka melakukan studi kelayakan usaha adalah :

1. Studi Lapangan

a. Pengumpulan data sekunder.

Data ini bersumber dari instansi pemerintah maupun swasta, yang berkaitan dengan kegiatan usaha.

b. Data Survei

Pelaku studi melakukan survey langsung ke lapangan, mencatat seluruh keperluan data yang diharapkan diperoleh dari pasar

sehingga akan diperoleh gambaran yang lengkap mengenai pasar sasaran.

c. Wawancara

Pelaku studi menyiapkan dan melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang berkaitan langsung dengan rencana usaha.

2. Studi Pustaka

Mencari literatur-literatur untuk memperoleh landasan teori yang akan digunakan sebagai dasar pedoman dalam penelitian.

1.7.7. Data Yang Diperlukan

1. Data biaya investasi pembelian awal produk makanan hewan.
2. Data pendapatan atau penghasilan tiap akhir bulan
3. Data lain yang diperlukan yang berhubungan dengan perencanaan masalah yang diteliti yang diisyaratkan perusahaan untuk kepentingan analisis.

1.8. METODE ANALISIS DATA

Untuk memperbaiki penilaian investasi agar dapat menentukan hasil dan memilih diantara berbagai alternatif dengan menghitung biaya dan manfaat yang diharapkan perlu adanya suatu analisis terhadap aspek-aspek yang mempengaruhinya. Aspek-aspek studi kelayakan ini dijabarkan sebagai berikut :

1. Aspek Pemasaran

Lingkup aspek ini meliputi posisi permintaan berupa perkembangan permintaan terhadap produk atau jasa yang akan ditawarkan di masa yang

akan datang, posisi penawaran selama ini serta prospeknya di masa yang akan datang. Kegiatan-kegiatan pemasaran yang diperlukan : menentukan produk, harga, promosi dan pendistribusian serta program pemasaran.

2. Aspek Teknis dan Operasi

Lingkup aspek ini melingkupi dua hal pokok yaitu masalah yang menyangkut pengembangan dan rencana pengoperasian. Rencana pengembangan meliputi : jadwal pelaksanaan, prasarana dan sarana yang tersedia, seperti fasilitas, alat-alat pendukung usaha, tenaga ahli dan tenaga kerja, dan berbagai bahan yang diperlukan. Rencana pengoperasian meliputi : bahan baku, biaya perawatan, biaya modal kerja, dan lain-lain.

3. Aspek Sumber Daya Manusia

Lingkup aspek ini melingkupi tugas yang harus dilakukan baik oleh pimpinan maupun karyawan, wewenang pimpinan maupun karyawan dalam menentukan kebijakan yang harus diambil untuk memajukan perusahaan, serta tanggungjawab dari pimpinan maupun karyawan atas tugas serta wewenang yang dimilikinya terutama mengenai maju atau mundurnya perusahaan.

4. Aspek Keuangan

Lingkup aspek ini meliputi berbagai implikasi keuangan dari berbagai kegiatan yang membutuhkan dana, seperti kebutuhan dana investasi, kebutuhan dana modal kerja, rencana pembelanjaan dan sumber-sumbernya, proyeksi rugi-laba yang meliputi proyeksi pendapatan dan proyeksi biaya, proyeksi arus kas serta kemampuan melunasi kredit dan perhitungan

kelayakan usaha yang ditunjukkan oleh nilai-nilai *payback period*, *net present value* (NPV), *internal rate of return* (IRR). (Sofyan, Iban, 2003:169)

1. Metode *Payback Period*

Adalah suatu periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi (*initial cash investment*) dengan menggunakan aliran kas. Dengan kata lain *payback period* merupakan rasio antara *initial cash investment* dan *cash inflow* yang hasilnya merupakan satuan waktu. Selanjutnya nilai ratio dibandingkan dengan *maximum payback* yang dapat diterima.

2. Metode *Net Present Value* (NPV)

Rumus :

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Nilai investasi}}{\text{Kas masuk bersih}} \times 1 \text{ tahun}$$

Net Present Value (NPV) adalah selisih antara *present value* dari investasi awal dengan nilai sekarang dari penerimaan-penerimaan kas bersih (aliran kas operasional maupun aliran kas terminal) di masa yang akan datang. Untuk menghitung nilai sekarang perlu ditentukan tingkat bunga yang relevan.

Rumus :

$$\text{NPV} = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+K)^t} - I_0$$

Dimana : CF_t = aliran kas per bulan pada periode t

I_0 = investasi awal pada tahun 0

K = suku bunga (*discount rate*)

Kriteria penilaian keputusan analisis NPV dapat dilihat dari hasilnya adalah sebagai berikut : (Husein, Umar, 1997:201).

- Jika $NPV > 0$, usulan proyek diterima
- Jika $NPV < 0$, usulan proyek ditolak
- Jika $NPV = 0$, nilai perusahaan tetap walau usulan proyek diterima ataupun ditolak.

1.9. SISTEMATIKA PENULISAN

Dalam skripsi ini peneliti menyusun sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, hipotesis penelitian, metodologi penelitian, metode analisis data, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Memuat tentang berbagai uraian teori yang memiliki kaitan dan mendukung penelitian ini yaitu pengertian pemasaran, pengertian manajemen pemasaran, konsep pemasaran, strategi pemasaran dan studi kelayakan bisnis.

BAB III : PROFIL PERUSAHAAN

Bab ini menjabarkan tentang sejarah perusahaan, lokasi usaha, struktur organisasi, personalia, sistem upah, pemasaran, anggaran modal awal dan strategi penetapan harga.

BAB IV : ANALISIS PROYEK

Bab ini membahas mengenai analisis pemasaran, analisis teknis dan operasi, dan analisis keuangan.

BAB V : PENUTUP : Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil analisis data yang telah ada dan penulis mencoba memberikan saran-saran yang diharapkan dapat berguna dalam mengambil keputusan dan menentukan strategi yang akan dilakukan untuk tetap bertahan bahkan berkembang dalam persaingan.