PROPOSAL BISNIS

TUGAS MATA KULIAH STUDI KELAYAKAN BISNIS

BY : ILFATUL HANIA - 1716000031

HOME KOST ILFA

JL. GENTENG IJO, JAKARTA SELATAN

DAFTAR ISI

DAFTAR IS.....2

LOGO.....3

BAB I PEMBUKAAN

1.1 Pendahuluan.....6
1.2 Tujuan Membuat Laporan Studi Kelayakan Bisnis Syariah.....7

1.3 Kunci Kesuksesan Usaha.....8

BAB II ANALISIS MAKRO EKONOMI

2.1 Analisis Ekonomi.....10
2.2 Analisis Demografis.....11
2.3 Analisis Sosial Budaya.....12

2.4 Analisis Hukum dan politik.....12

2.5 Analisis Teknologi.....12

BAB III ANALISIS SWOT

3.1 Strengths/ Kekuatan.....13
3.2 Weakness/ Kelemahan.....13

3.3 Opportunities / Peluang:.....13

3.4 Threats/ Ancaman:.....13

BAB IV SUMBER DAYA MANUSIA

4.1 Kemampuan pemilik.....14

4.2 Jumlah tenaga kerja dan gaji.....14

4.3 Spesifikasi pekerjaan.....14

4.4 Uraian Pekerjaan.....16

BAB V PRODUKSI/OPERASIONAL

5.1 Lokasi Usaha.....18

5.2 Proses Produksi/Operasional.....18

5.3 Kualitas Produk/Jasa.....19

5.4 Penggunaan Teknologi.....19

BAB VI PEMASARAN

6.1 Segmentasi.....20

6.2 Targeting.....21

6.3 Positioning.....21

6.4 Potensi Pasar.....22

6.5 Proyeksi Penjualan.....22

6.6 Bauran Pemasaran.....24

BAB VII KEUANGAN

7.1 Investasi Awl.....26

7.2 Biaya-Biaya Pengeluaran Pertahun.....27

7.3 Modal Kerja.....27

7.4 Analisis Cashflow.....31

7.5 Payback Period (PP).....31

7.6 Net Present Value (NPV).....32

7.7 Profitability Index (PI).....32

7.8 Internal Rate Of Return.....32

BAB VIII PENUTUP

8.1 Kesimpulan.....34

LOGO BISNIS

DIPERSEMBAHKAN

UNTUK

Tugas Mata Kuliah

Studi Kelayakan Bisnis

BAB I
PEMBUKAAN

1.1 Pendahuluan

Rumah kos atau sering disebut dengan kos-kosan merupakan salah satu kebutuhan utama bagi para mahasiswa dan pegawai kantor yang sedang merantau. Pada umumnya mahasiswa dan pekerja yang memiliki prekonomian menengah ke atas akan tinggal di sebuah apartemen atau *guest house.* Namun, bagi mahasiswa dan pekerja yang memiliki kondisi perekonomian menengah ke bawah, biasanya akan tinggal di sebuh kamar tinggal yang disebut dengan rumah kos atau sering juga disebut dengan kos-kosan. Dari berbagai sudut pandang, sebagai hunian yang biasanya menjadi objek perjanjian sewa-menyewa, rumah kos memiliki beberapa perbedaan dengan rumah kontrak.

Perbedaan pertama dapat terlihat dari sistem pembayarannya. Rumah kos atau kos-kosan biasanya akan melakukan pembayaran dalam jangka bulanan sedangkan rumah kontrak jangka pembayarannya tahunan. Kedua, perbedaan jangka waktu sewa. Jangka waktu sewa rumah kos terbilang pendek karena hanya terpaut bulanan, sedangkan rumah kontrakan jangka waktu sewannya tahunan. Selain itu, rumah kontrakan dapat menggunakan sistem oper kontrak dengan pihak lain. Sistem ini dapat diberlakukan jika penyewa rumah ingin segera pindah dari kontrakan tersebut, namun batas sewa kontrakannya masih panjang. Ketiga, penggunaan lahan parkir. Lahan parkir rumah kos atau kos-kosan digunakan bersama-sama oleh para penghuni kos, sedangkan rumah kontrak memiliki lahan parkir khusus pribadi. Keempat, penggunaan listrik dan air. Biasanya, penggunaan listrik dan air di rumah kos akan dilakuka bersama-sama, sedangkan rumah kontrakan digunakan secara pribadi. Kelima, pihak pengawas. Pengawasan rumah kos atau kos-kosan dilakukan oleh ibu dan bapak kos secara langsung. Sedangkan rumah kontrak sudah seperti milik sendiri, jadi langsung berhubungan dengan RT atau perangkat desa setempat. Keenam, kondisi bangunan. Dalam hal ini, rata-rata kondisi bangunan rumah kos menyatu dengan rumah pemilik atau setidaknya dekat dengan rumah pengelola kos, hal ini guna mempermudah dalam mengawasi para penghuni kos. Ssedangkan, rumah kontrak berdiri sendiri. Ketujuh, penggunaan dapur. Dapur di rumah kos atau kos-kosan digunakan oleh penghuni kos secara

bersama-sama, tetapi dapur di rumah kontrakan digunaan secara pribadi, seperti rumah pada umumnya. Kedelapan, jam bertamu dan lokasi penjamuan. Kebebasan jam berkunjung dan lokasi penerimaan tamu di rumah kos dibatasi dengan peraturan kos-kosan. Sedangkan jam bertamu dan lokasi penerimaan tamu di rumah kontrak bebas, asalkan masih mematuhi norma agama dan adat setempat. Terakhir, yaitu kondisi penyewa rumahkos atau kos-kosan sangat cocok untuk para pelajar, mahasiswa, atau para pekerja yang tinggal di luar daerah. Sedangkan rumah kontrak lebih cocok dengan pasangan suami istri atau sebuah keluarga. Sudut pandang yang berbeda antara rumah kontrak dan rumah kos ini juga akan berdampak pada penerapan hukum dalam keduanya. Penerapan hukum di rumah kontrak tidak sebegitu kompleks dibandingkan dengan di rumah kos.

Penghuni kos memiliki keterkaitan dengan pemilik kos. Oleh sebab itu, interaksi yang dilakukan antara pemilik kos dengan penghuni kos merupakan bentuk interaksi timbal balik yang saling menguntungkan. Pemilik kos sebagai pengelola, harus senantiasa memberikan pelayanan jasa, seperti bersih-bersih dan penjagaan keamanan. Dalam kenyataannya, kita akan menemukan berbagai bentuk perjanjian yang dilakukan oleh pemilik kos dan penghuni kos. Perjanjian seperti ini merupakan perjanjian campuran yang didalamnya memuat beberapa aspek perjanjian yang sulit dikualifikasikan. Perjanjian sewa-menyewa rumah kos merupakan salah satu contoh perjanjian kontrak yang timbul dari asas kebebasan berkontrak yang sering kita jumpai. Namun biasanya perjanjian sewa-menyewa rumah kos ini dilakukan secara lisan. Perjanjian secara lisan yang dilakukan memang dianggap sah secara hukum karena jika dilihat dari aturan hukum yang diatur dalam Undang-Undang Hukum Perdata, tidak ditentukan secara tegas tentang bentuk perjanjian sewa-menyewa yang dibuat oleh pihak terkait. Hal yang perlu dipahami adalah bahwa perjanjian lisan ini biasanya memiliki risiko yang sering timbul di kemudian hari karena biasanya pemilik rumah kos dan calon penghuni kos hanya menyepakati mengenai berapa jumlah besaran uang yang harus dibayar serta jangka waktu perjanjian sewa-menyewa rumah kos, dan tidak menyepakati beberapa aturan lainnya.

1.2 Tujuan Membuat Laporan Studi Kelayakan Bisnis Syariah

Tujuan utama dalam membuat laporan studi kelayakan bisnis syariah dari bisnis kos-an ini adalah untuk menganalisis kondisi eksisting, sehingga pada akhirnya dapat

memutuskan apakah bisnis ini dapat dilanjutkan atau tidak. Sedangkan tujuan khususnya adalah

a. Ikhtiar untuk Kesuksesan Usaha

   Studi kelayakan bisnis berkonsep syariah mempunyai tujuan utama sebagai bukti ikhtiar kepada Allah agar usaha yang akan didirikan mendapat kesuksesan dan ridha dari Allah.

b. Memudahkan Perencanaan

   Studi kelayakan bisnis syariah ini dapat digunakan untuk menentukan jumlah dana yang dibutuhkan, lokasi yang akan dijadikan tempat usaha, siapa saja yang akan menjalankan usaha, strategi atau cara menjalankan usaha, dan besar keuntungan usaha.

c. Meminimalisasikan risiko kegagalan dalam berbisnis

d. Menganalisis kondisi makro ekonomi dan SWOT dari usaha rumah kos

1.3 Kunci Kesuksesan Usaha

a. Lokasi yang strategis

   Rumah kosan ini terletak di Jakarta Selatan dan mudah dijangkau dengan menggunakan kendaran umum seperti ojek online, trasnjakarta, dan angkutan umum. Selain itu, lokasi rumah kosan ini berdekatan dengan beberapa sekolahan, kampus, perkantoran, dan pusat perbelanjaan.

b. Design kamar minimalis

   Ruang kamar rumah kosan ini di-*design* sedemikian rupa agar terlihat lebih minimalis. Cat dindingnya menggunakan cat unggulan anti-jamur dan anti-kelupas. Selain itu, pencahayaan di dalam kamar disesuaikan untuk aktivitas belajar, menonton televisi, ataupun aktivitas lainnya yang biasa dilakukan sehari-hari.

c. Penyediaan fasilitas primer kamar

   Selain design kamkar yang dibuat menarik, kos-an ini juga menyediakan fasilitas kamar seperti tempat tidur, lemari, meja belajar, kursi, jemuran, dan kamar mandi dalam. Selain itu, kos-an ini juga dilengkapi dengan lampu tidur gantung.

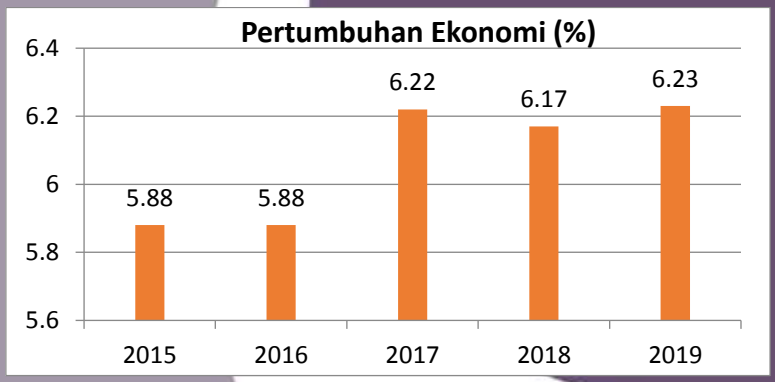
d. Penyediaan fasilitas dapur, ruang tamu, dan garasi

   Kos-an ini memiliki fasilitas dapur yang dapat digunakan bersama-sama, serta satu buah kulkas yang dapat digunakan secara bebas oleh penghuni sebagai tempat

penyimpanan makanan atau minuman. Selain itu, kos-an ini juga memiliki garasi atau lahan parkir yang dapat menampung lebih dari 10 motor. Sehingga para penghuni tidak perlu khawatir terkait kendaraannya. Kos-an ini juga dilengkapi dengan ruang tamu yang di-*design* semenarik mungkin agar para penghuni nyaman.

BAB II
ANALISIS MAKRO EKONOMI

2.1 Analisis Ekonomi



3

4 Sumber : Badan Pusat statistik DKI Jakarta

Hasil Data Badan Pusat Statistik (BPS) pada pertumbuhan ekonomi 2015 sampai dengan 2019 mengalami fluktuasi dilihat pada tahun 2015 pertumbuhan ekonomi menunjukkan 5,88% sedangkan pada tahun 2016 masih berada pada 5,88% sedangkan pada tahun 2017 menunjukan peningkatan yang jauh lebih tinggi pada 6,22% maka semakin tinggi pertumbuhan ekonomi akan meningkatkan pendapatan masyarakat. Kemudian, pendapatan masyarakat yang meningkat tentu akan mendorong daya beli mereka menjadi lebih tinggi. Pada tahun 2018 mengalami penurun 6,17% peningkatan kembali terjadi pada tahun 2019 berada pada 6,23% pertumbuhan ekonomi yang tinggi akan meningkatkan peluang bisnis dan meningkatkan penjualan. sehingga bisa dipastikan pertumbuhan ekonomi Indonesia akan tetap tumbuh dan di level kondusif. Oleh karena itu, memanfaatkan sebaik mungkin untuk mendirikan bisnis selama daya beli masyarakat masih tinggi, maka kemungkinan bisnis untuk berkembang juga ikut semakin besar.

Bisa dipastikan pertumbuhan ekonomi pada tahun 2020 akan berada pada kisaran 6,3% salah satu penyebabnya adalah karena struktur perekonomian Indonesia yang jauh lebih kuat dan berkualitas. Menjalankan bisnis dibidang fashion akan menduduki posisi yang atas dengan memanfaatkan teknologi karena semakin banyak pengguna internet, sehingga bisa dilakukan dari mana dan kapan saja.

2.2 Analisis Demografis

Tahun	Jumlah Penduduk	Pertumbuhan (%)
2015	10.177.900	-
2016	10.277.600	0,98
2017	10.374.200	0,94
2018	10.467.600	0,90
2019	10.557.800	0,86

Sumber : Databoks dan Badan Pusat Statistik DKI Jakarta

Data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2015 sampai 2019 mengalami fluktuasi pada jumlah penduduk dan pertumbuhan. Pada 2015 menunjukan sebanyak 10.177.900 orang dimana peningkatan terjadi pada tahun 2016 menunjukan sebanyak 10.277.600 orang dengan jumlah pertumbuhan 0,98% yang signifikan pada tahun 2017 menunjukan sebanyak 10.374.200 orang dengan jumlah pertumbuhan 0,94% dimana mengalami kenaikan yang cukup tinggi sehingga pertumbuhannya mengalami penurunan pada tahun 2018 menunjukan sebanyak 10.467.600 orang hal tersebut masih mengalami peningkatan dengan jumlah pertumbuhan 0,90 % walaupun perbedaan tipis pada tahun 2018 dengan 2019 yang terus menurus mengalami peningkatan menunjukan 10.557.800 orang dengan pertumbuhan 0,86% tetapi perbedaan tersebut setiap tahun semakin banyak jumlah penduduk sehingga menunjukan pertumbahan yang semakin kecil.

Pertumbuhan penduduk di provinsi DKI Jakarta masih relatif tinggi karena banyaknya pendatang dari luar kota dan salah satu kota bisnis tertinggi di Indonesia. Sehingga, keterlibatan pertumbuhan penduduk dalam pembangunan perekonomia menjadi penting dengan jumlah penduduk yang besar dapat dijadikan peluang usaha bisnis karena keinginan dan pemenuhan kebutuhan masyarakat yang samakin lama semakin banyak, maka kemungkinan bisnis untuk berkembang juga ikut semakin besar.

2.3 Analisis Sosial Budaya

Pandangan sosial bisa di lihat dari masyarakat Jakarta yang hampir rata-rata semua pekerja membutuhkan adanya tempat tinggal yang disebut kosan. hampir semua masyarakat dari berbagai daerah yang merantau ke Jakarta sangat mecari untu tempat tinggal mereka. sehingga untuk kalangan yang ekonominya rendah sangat penting, untuk dia hidup di Jakarta.

2.4 Analisis Hukum dan politik

Kosan ini didirikan oleh seorang anak muda *enterpreuner* yang mempunyai keinginan untuk berbisnis di bidang properti dengan memanfaatkan SDM lokal ataupun perajin daerah. Adapun perizinan yang harusdipenuhi oleh pemilik dalam menjalankan usahanya:

a. Surat Izin Tempat Usaha (SITU)
b. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
c. Surat Keterangan Domisili Usaha (SKDU)
d. Nomor PokokWajib Pajak (NPWP)

2.5 Analisis Teknologi

Kosan menggunakan teknologi modern sehingga mempermudah masyarakat untuk mencari keberadaan kosan tersebut. Teknologi yang kita gunakan adalah media sosial. Seperti *Instagram, Facebook,* iklan tv, dan *endors*. Dengan adanya teknologi tersebut, masyarakat semakin penasaran dan mencari tau keberadaan lokasi kosan kami.

BAB III
ANALISIS SWOT

3.1 Strengths/ Kekuatan:

a. Lokasi ini sangat strategis berdekatan dengan pusat perbelanjaan, perkantoran,sekolah, dan kampus.
b. Design kamar yang minimalis
c. Fasilitas primer kamar yang lengkap
d. Terdapat dapur dan tempat penerima tamu yang nyaman
e. Terdapat lahan parkir yang luas

3.2 Weakness/ Kelemahan:

- Lokasi yang berdekatan dengan jalan raya kemungkinan tempat akan bising oleh suara kendaraan yang lewat.
- Tidak tersedia fasilitas penunjang, seperti televisi, AC/kipas angin, dan WIFI

3.3 Opportunities / Peluang:

Mengingat tingginya permintaan kos kosan di sana, maka kos kosan akan terus ada yang membutuhkan.

3.4 Threats/ Ancaman:

Tingginya permintaan kos kosan maka akan banyak pesaingnya.

BAB IV

SUMBER DAYA MANUSIA

4.1 Kemampuan pemilik

Pemilik usaha memiliki latarbelakang pengalaman bekerja pada dunia usaha yang sama yakni usaha dalam bidang property yaitu KOST PAK ASMAWI , pemilik berkerja di perusahaan tersebut selama 6 tahun , dan dimulai bekerja dari divisi paling bawah setelah SMA, kemudian diangkat menjadi bendahara selama 2 tahun, kemudian mendapatkan kepercayaan menjadi sekertaris. Selama bekerja pemilik usaha mempelajari banyak hal , dimulai dari penanganan dan pelayanan dalam marketing dengan baik , hingga pelayanan prima. Makadari itu HOME KOST ILFA memiliki potensi untuk berkembang dan menjadi KOST yang dapat bersaing dengan usaha bisnis di levelnya yakni bidang property.

4.2 Jumlah tenaga kerja dan gaji

Pada bisnis "HOME KOST ILFA" jumlah tenaga kerja yang di butuhkan adalah 8 (delapan) orang tenaga kerja , dengan rincian jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan beserta

gaji sebagai berikut.

Jabatan	Jumlah	Gaji
Pembantu 1	1	3.500.000
Pembantu 2	1	3.500.00
Pembantu 3	1	3.500.000
Pembantu 4	1	3.500.000
Security 1	1	3.500.000
Security 2	1	3.500.000
Supporting staf	1	3.500.000
Pembantu 5	1	3.500.000

4.3 Spesifikasi pekerjaan

a. Pembantu 1
   - Memiliki integritas (Jujur, bertanggung jawab, disiplin)

- Cekatan (Terampil dan bekerja cepat)
- Cakap dalam berkomunikasi
- Memiliki pengalaman dibidang yang sama (Bidang pembantu)
- Mampu memberikan pelayanan terbaik kepada customer

b. Pembantu 2
- Memiliki Integritas (Jujur, bertanggung jawab, disiplin)
- Cekatan (Terampil dan bekerja cepat)
- Cakap dalam berkomunikasi
- Memiliki pengalaman dibidang yang sama (Bidang pembantu)
- Mampu memberikan pelayanan terbaik kepada customer

c. Pembantu 3
- Memiliki Integritas (Jujur, bertanggung jawab, disiplin)
- Cekatan (Terampil dan bekerja cepat)Cakap dalam berkomunikasi
- Memiliki pengalaman dibidang yang sama (Bidang pembantu)
- Mampu memberikan pelayanan terbaik kepada customer

d. Pembantu 4
- Mampu memberikan pelayanan terbaik kepada customer
- Memiliki Integritas (Jujur, bertanggung jawab, disiplin)
- Cekatan (Terampil dan bekerja cepat)
- Cakap dalam berkomunikasi
- Memiliki pengalaman dibidang yang sama (Bidang pembantu)

e. Pembantu 5
- Mampu memberikan pelayanan terbaik kepada customer
- Memiliki Integritas (Jujur, bertanggung jawab, disiplin)
- Cekatan (Terampil dan bekerja cepat)
- Cakap dalam berkomunikasi
- Memiliki pengalaman dibidang yang sama (Bidang pembantu)

f. Supporting staf
- Mampu memberikan pelayanan terbaik kepada customer

- Memiliki Integritas (Jujur, bertanggung jawab, disiplin)
- Cekatan (Terampil dan bekerja cepat)
- Cakap dalam berkomunikasi
- Memiliki pengalaman dibidang yang sama (Bidang Supporting Staf)
- Memiliki ketelitian

g. Security 1
   - Mampu memberikan pelayanan terbaik kepada customer
   - Memiliki Integritas (Jujur, bertanggung jawab, disiplin)
   - Cekatan (Terampil dan bekerja cepat)
   - Cakap dalam berkomunikasi
   - Memiliki pengalaman dibidang yang sama (Bidang security)
   - Melakukan pengamanan secara maksimal
   - Melakukan tindakan pencegahan dari hal-hal yang tidak diinginkan

h. Security 2
   - Mampu memberikan pelayanan terbaik kepada customer
   - Memiliki Integritas (Jujur, bertanggung jawab, disiplin)
   - Cekatan (Terampil dan bekerja cepat)
   - Cakap dalam berkomunikasi
   - Memiliki pengalaman dibidang yang sama (Bidang security)
   - Melakukan pengamanan secara maksimal
   - Melakukan tindakan pencegahan dari hal-hal yang tidak diinginkan

4.4 Uraian Pekerjaan

a. Pembantu 1
   - Memberikan pelayanan ramah kepada customer
   - Membersihkan fasilitas yang ada didalam kost ilfa
   - Mengerjakan sesuai jobnya yaitu membersihkan ruangan khusus tamu

b. Pembantu 2
   - Memberikan pelayanan ramah kepada customer
   - Membersihkan fasilitas yang ada didalam kost ilfa

- Mengerjakan sesuai jobnya yaitu membersihkan ruangan kamar dan mengganti sarung bantal, Sprey,Dll.

c. Pembantu 3
   - Memberikan pelayanan ramah kepada customer
   - Membersihkan fasilitas yang ada didalam kost ilfa
   - Mengerjakan sesuai jobnya yaitu membersihkan ruangan gym dan mengatur tata letak alat yang rapi.

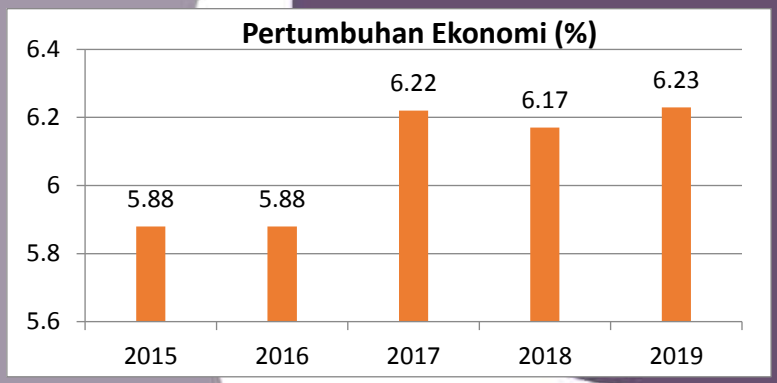
d. Pembantu 4
   - Memberikan pelayanan ramah kepada customer
   - Membersihkan fasilitas yang ada didalam kost ilfa
   - Mengerjakan sesuai jobnya yaitu membersihkan rooftop dan membersihkan taman depan dan belakang.

e. Production
   - Bertugas mempersiapkan bahan dasar produk yang terbaik setiap hari ,
   - Mengawasi kualitas produk dan memastikan produk sampai kepada customer adalah produk dalam kondisi terbaik

BAB V

PRODUKSI / OPRASIONAL

5.1 Lokasi Usaha



Sumber : Badan Pusat statistik DKI Jakarta

Lokasi usaha yang akan di rencanakan akan bertempat di Jakarta Selatan Jl genteng ijo Jakarta selatan, Dengan alasan , Pada lokasi tersebut terdapat sekolah, perkantoran, Universitas, dan dekat dari Mall, dan Jalan genteng ijo merupakan jalan ramai karena merupakan akses jalan yang sering di lalui untuk menuju berbagai lokasi. Keuntungan lokasi tersebut adalah dekat Mall dan Universitas yaitu kemudahan dalam mendapatkan target untuk mengekos di HOME KOST ILFA . Dan didaerah genteng ijo Jakarta selatan ini juga peluang sangat bagus untuk berbisnis propert seperti saya. hal tersebut merupakan keuntungan bagi bisnis ini untuk mendapatkan target dan peluang kuat untuk bisnis property saya. Berdasarkan data tersebut , wilayah oprasional akan bertempat di jl.genteng ijo Jakarta selatan .dikarenakan , luas wilayah, Jumlah kepadatan penduduk. Yakni jumlah penduduk genteng ijo pada tahun 2015 berjumlah5.88, dan pada tahun2016 5.88, 2017 6.22, 2018 6.17 ,2019 6.23 dengan pertumbuhan %. Dimana lokasi ini memiliki potensi dimasa yang akan datang.

5.2 Proses Produksi / Oprasional

Pertama, mempersiapkan bahan baku untuk produksi, dengan memperhatikan aspek bersih,aman dan nyaman. bahan baku property terdiri dari :

- genteng tujuan utama dalam bangunan ini
- semen tujuan utama dalam memperkokoh bangunin ini juga

- batu bata tujuan paling penting untuk memperkuat bangunan ini

tinggal menunggu proses pembuatan dari bahan baku yang telah disediakan diestimasi untuk mempromosikannya selama 12 hari , dengan proses Ketiga, Proses pembangunan, pemakaian AC dan Wife.

- Pada proses pembangunan
  kost ilfa pda proses pembangunan, akan dibentuk dan disesuaikan sesuai prosedur dari pemilik dan arsitek. Home Kost Ilfa pembangunan ini menggunakan dengan pilihan bahan baku yang sangat berkualitas seperti, semen, batu, genteng semuanya kami pilih yang berkualitas dan awet

dan untuk bahan bakunya kami memilih yang hargnya mahal dan berkualitas karna untuk pengkokohan bangunan home kost ilfa ini, Pada saat akhir, home kost ilfa siang meluncurkan berbagai promosi untuk penginapan dan tempat tinggal yang nyaman, aman, terpercaya. dengan tujuan mencari target untuk yang mencari tempat penginapan dan tempat tinggal.

5.3 Kualitas Produk / Jasa

- Kualias
  HOME KOST ILFA mengutamakan kualitas terbaik, dengan strategi dalam pembuatan produk terbaik yaitu menyediakan bahan baku dengan harga yang mahal, berkualitas dan membelinya dengan bahan baku terbaik sehingga kualitas akan tetap terjaga. Pada bisnis ini kualitas di jaga dari pemilihan bahan baku , bahan baku yang digunakan harus menggunakan bahan baku terbaik dan pada bisnis ini akan bekerja sama dengan berbagi media social seperti *INSTAGRAM,FACEBOOK,WEBSITE,BROSUR*

5.4 Penggunaan teknologi

Teknologi yang akan digunakan adalah teknologi modern , seperti media social yaitu tempat mempromosikan berbagai bisnis. Penggunaan instagram, untuk mempermudah pencarian kosan tersebut. Menggunakan facebook ,website, dan brosur sama halnya dengan Instagram yaitu mempermudah pencraian dan memberitahu keadaan home kost ilfa tersebut.

BAB VI

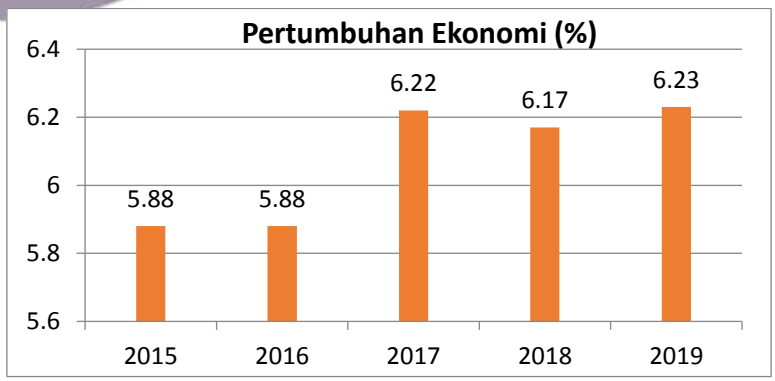
PEMASARAN

6.1 Segmentasi

Segmentasi adalah tindakan membagi pasar menjadi kelompok pembeli berbeda dengan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku berbeda yang mungkin memerlukan produk atau bauran pemasaran terpisah, tidak ada cara tunggal untuk melakukan segmentasi pasar, karena itu, pemasar mencoba berbagai variabel untuk melihat variabel mana yang memberikan peluang segmentasi terbaik, Segmentasi utama adalah unsur :

- Geografis
- Demografis
- Psikografis
- Perilaku

Dalam segmentasi "HOME KOST ILFA" berdasarkan geografis, bisnis ini akan beroprasional di DKI Jakarta, kota madya Jakarta Selatan , karena memperhatikan aspek wilayah yang strategis, dan padat penduduk, serta status sosial yang beraneka ragam.



Sumber : Badan Pusat statistik DKI Jakarta

Berdasarkan data tersebut , wilayah oprasional akan bertempat di genteng ijo Jakarta selatan dikarenakan , luas wilayah, Jumlah kepadatan penduduk. Yakni jumlah penduduk pada tahun 2015 berjumlah5.88, dan pada tahun 2016berjumlah5.88 , 2017 6.22, 2018 6.17, 2019 6.23 dengan pertumbuhan %. Dimana lokasi ini memiliki

potensi dimasa yang akan datang. Berdasarkan demografis segmentasi pada bisnis "HOME KOST ILFA" adalah Analisis demografi berdasarkan :

- Jenis kelamin : Laki-laki ,perempuan
- Pendapatan : > Rp20.000.000.000, Rp ke atas 25.000.000.000
- Usia : < 16 tahun , 17 tahun - > 65 tahun

Dalam segmentasi psikografis, pada bisnis "HOME KOST ILFA" pasar dibagi menjadi kelompok berbeda berdasarkan:

Kelas Sosial Low	Low – Hing Class
Gaya Hidup	Consumtif
Karakteristik Kepribadian	Customer Loyalty

Berdasarkan segmentasi perilaku pada bisnis "HOME KOST ILFA" dibagi menjadi kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, dan respons konsumen terhadap produk "HOME KOST ILFA".dengan cara promosi pada sosial media.

6.2 Targeting

Pada binis "HOME KOST ILFA" target customer yakni, anak anak , remaja , pria dan wanita yang sedang membutuhkan tempat tinggal.

6.3 Positioning

Pada bisnis ini , Segmentasi berdasarkan positioning yaitu,

- tempat yang aman,nyaman,bersih, dan strategis.
- memiliki fasilitas yang lengkap
- pelayanan yang ramah dan baik kepada customer.

6.4 Potensi Pasar

Tahun	Jumlah Penduduk	Pertumbuhan (%)
2015	10.177.900	-
2016	10.277.600	0,98
2017	10.374.200	0,94
2018	10.467.600	0,90
2019	10.557.800	0,86

Berdasarkan data tersebut , wilayah oprasional akan bertempat di genteng ijo Jakarta selatan dikarenakan , luas wilayah, Jumlah kepadatan penduduk. Yakni jumlah penduduk pada tahun 2015 berjumlah5.88, dan pada tahun 2016berjumlah5.88 , 2017 6.22, 2018 6.17, 2019 6.23 dengan pertumbuhan %. Dimana lokasi ini memiliki potensi dimasa yang akan datang.

6.5 Proyeksi Penjualan

URAIAN	2021	2022	2023	2024	2025	KETERANGAN
PENERIMAAN						
JUMLAH PENJUALAN						
HARGA KOSAN KAMAR BER-AC	5,000	5,500	6,050	6,655	7,392	
HARGA KOSAN KAMAR MANDI DALAM	5,000	5,500	6,050	6,655	7,392	
HARGA PERKAMAR	5,000	5,500	6,050	6,655	7,392	

YANG MEMAKAI WIFI						
TOTAL PENJUALAN	15,000	16,500	18,150	19,965	22,176	
HARGA JUAL						
HARGA KOSAN KAMAR BER-AC	Rp 1,500,000.0	Rp 2,500,000.0	Rp 3,500,000.0	Rp 4,500,000.0	Rp 5,500,000.0	
HARGA KOSAN KAMAR MANDI DALAM	Rp 2,000,000.0	Rp 3,000,000.0	Rp 4,000,000.0	Rp 5,000,000.0	Rp 600,000.0	
HARGA PERKAMAR YANG MEMAKAI WIFI	Rp 500,000.0	Rp 600,000.0	Rp 700,000.0	Rp 800,000.0	Rp 900,000.0	
JUMLAH PENERIMAAN						
KOSAN KAMAR BER-AC	Rp 7,500,000,000.0	Rp 13,750,000,000.0	Rp 21,175,000,000.0	Rp 29,947,500,000.0	Rp 40,656,000,000.0	
KOSAN KAMAR MANDI DALAM	Rp 10,000,000,000.0	Rp 16,500,000,000.0	Rp 24,200,000,000.0	Rp 33,275,000,000.0	Rp 4,435,200,000.0	
PERKAMAR YANG MEMAKAI WIFI	Rp 2,500,000,000.0	Rp 3,300,000,000.0	Rp 4,235,000,000.0	Rp 5,324,000,000.0	Rp 6,652,800,000.0	
TOTAL PENERIMAAN	Rp 20,000,000,000.0	Rp 33,550,000,000.0	Rp 49,610,000,000.0	Rp 68,546,500,000.0	Rp 51,744,000,000.0	

6.6 Bauran Pemasaran

Pada table diatas merupakan proyeksi penjualan selama 5 tahun , pada tahun 2021 (Tahun pertama) memiliki proyeksi penjualan pertahun yakni sebanyak 15000 unit terjual, dengan jumlah penerimaan sebesar Rp20.000.000.000. Pada proyeksi penjualan , harga jual ditargetkan akan mengalami kenaikan sebesar 5% pertahun, dengan asumsi akan mengahadapi terjadinya inflasi yang mengakibatkan harga bahan dasar produksi naik. Dalam kegiatan pemasaran dibutuhkan alat untuk mendukung segala bentu program kegiatannya demi memperoleh respon dari pasar sasaran.

Alat ini yang kemudian disebut dengan bauran pemasaran atau yang lebih di kenal dengan marketing mix adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan kombinasi taktik (marketing tools) yang digunakan pada konteks bisnis untuk mencapai tujuannya dalam rangka memasarkan produk atau jasa secara efektif kepada kelompok pelanggan sasaran (Kotler,2000; The Chartered Institute of Marketing, 2009:2). Marketing mix asli terdiri dari 12 elemen yaitu perencanaan product, pricing, branding, distribution channels , personal selling, advertising, promotions, packaging, display, servicing, physical handling, dan finding fact analysis. (Kotler, 2000; Borden, 1984).

McCarthy (dalam Kotler, 2000; Goi, 2009) meringkas hasil sintesis yang dikemukakan Borden's (1984) dengan menjadi generic marketing mix yang digunakan untuk memenuhi target market dari 12 elemen menjadi 4 elemen (4P), product, price, promotion dan place. Dalam bisnis "HOME KOST ILFA" bauran pemasaran (Marketing mix) yakni :

PRODUCT:

KOSAN KAMAR BER-AC

PERKAMAR YANG MEMAKAI WIFI

HARGA KOSAN KAMAR MANDI DALAM

PRICE

START FROM 4.500.00-7.000.000

PROMOTION

SOCIAL MEDIA

BROSUR

ENDORSEMENT

PLACE

JL.GENTENG IJO JAKARTA SELATAN

BAB 7

KEUANGAN

7.1 Investasi Awal

1. INVESTASI AWAL

No	Nama Aset	Harga Satuan (Rp)	Unit	Satuan	Total Harga (Rp)
1.	Lahan	200.000.000	meter	meter	200.000.000.000
2.	Batu fondasi	200.000	per meter kubik	Karung	600.000.000
3.	Semen	300.000	40kg	zak	600.000.000
4.	Pasir	350.000	per meter kubik	Semobil asbak	350.000.000
5.	Baja	250.000	1000	batangan/ mm	300.000.000
6.	Kayu	150.000	15000	(8.12 meter)	500.000.000
7.	Batu ringan	450.000	per meter kubik	ukuran 60x20x7,5cm	500.000.000
8.	Bata tanah liat/batako/bata ringan	500.000	500	Per buah	400.000.000
9.	Genteng	400.000	1000	Per buah	40.000.000
10.	keramik	1.000.000	Per pak	per meter persegi	800.000.000
11.	Triplek tebal ukuran 3M	200.000	20	Per/lembar	12.815000.000
12.	Atas asbes ukuran 150.105	250.000	20	Per asbes	35.000.000.
	Total				466.815.000.000

Rincian , Asumsi Nilai Ekonomis , Nilai Sisa , Dan Nilai penyusutan

NO.	Nama Aset	Nilai Aktiva	Umur Ekonomis (Tahun)	Nilai Sisa	Penyusutan per tahun
1.	Lahan	100.000.000	5	250.000.000	200.000.000
2.	Batu fondasi	227.500	5	100.000	50.000
3.	Semen	55.500	5	15.000	10.000
4.	Pasir	276.000	5	100.000	50.000
5.	Baja	350.000	5	120.000	55.000
6.	Kayu	37.500	5	20.000	15.000
7.	Batu ringan	750.000	5	200.000	100.000
8.	Bata tanah liat/batako/bata ringan	87.500	5	35.000	10.000
9.	Genteng	700.000	5	20.000	15.000
10.	keramik	500.000	5	150.000	50.000
11.	Triplek tebal ukuran 3M	950.000	5	300.000	140.000
12.	Atas asbes ukuran 150.105	920.000	5	450.000	200.000
	TOTAL			1,510.000	695,000

7.2 Biaya – biaya Biaya pengeluaran pertahun

No .	**Jenis pengeluaran**	**Biaya per bulan**	**Unit/bulan**	**Pengeluaran per bulan**	**Unit/tahun**	**Pengeluaran per tahun**
1	**Gaji karyawan**	**4.000.000**	**1**	**4.000.000**	**12**	**48.000.000**
2	**Biaya listrik**	**2.000.000**	**1**	**2.000.000**	**2**	**4.000.000**
3	**Biaya air**	**2.000.000**	**1**	**2.000.000**	**2**	**4.000.000**
4	**Biaya perawatan AC**	**1.500.000**	**1**	**1.500.000**	**2**	**3.000.000**
5	**Biaya isi ulang gas**	**1.000.000**	**1**	**1.000.000**	**2**	**2.000.000**
6	**Biaya wifi**	**400.000**	**1**	**400.000**	**2**	**800.000**
7	**Biaya tambahan kulkas,dll**	**250.000.000**	**1**	**250.000.000**	**2**	**500.000**
		11.150.000		**11.150.000**		**14.348.000**

7.3 Modal Kerja

	BIAYA BAHAN BAKU				
NO	NAMA BAHAN BAKU	HARGA SATUAN	UNIT	SATUAN	TOTAL HARGA (Rp)

1	lahan	Rp 200.000.000.000	bidang	meter	Rp 200.000.000.000
2	batu fondasi	Rp 200.000	per meter kubik	karung	Rp 600.000.000
3	semen	Rp 300.000	40 KG	zak	Rp 6.000.000.000
4	pasir	Rp 350.000	Per meter kubik	batangan	Rp 600.000.000
5	baja	Rp 150.000	5	meter	Rp 350.000.000
6	kayu	Rp 450.000	5	meter	Rp 300.000.000
7	batu ringan	Rp 500.000	per meter kubik	meter	Rp500.000.000
8	bata tanah liat/batako/bata ringan	Rp	25	per buah	Rp 500.000.000
9	genteng	Rp 400.000	200	per buah	Rp 400.000.000
10	keramik	Rp 1000.000	per biji	per meter persegi	Rp 800.000.000
11	triplek tebel ukuran 3M	Rp 200.000	20	per lembar	Rp 12.815000.000
12	atas asbes ukuran 150.105	Rp 250.000	20	per asbes	Rp 35.000.000.000

	TOTAL BIAYA BAHAN BAKU				Rp 466.81500.000

Biaya administrasi umum:

	BIAYA ADMINISTRASI UMUM				
NO	NAMA BIAYA	BIAYA (Rp)	UNIT	PERIODE	TOTAL HARGA (Rp)
1	Gaji karyawan	Rp 4,000,000.00	12	1 tahun	Rp 48,000,000.00
2	biaya listrik	Rp 2,000,000.00	2	1 tahun	Rp 4,000,000.00
3	biaya air	Rp 2,000,000.00	2	1 tahun	Rp 4,000,000.00
4	biaya perawatan AC	Rp 1,500,000.00	2	1 tahun	Rp 3,000,000.00
5	biaya isi ulang gas	Rp 1,000,000.00	2	1 tahun	Rp 2,000,000.00
6	biaya wifi	Rp 400,000.00	2	1 tahun	Rp 800,000.00
7	biaya tambahan kulkas,dll	Rp 250,000.00	2	1 tahun	Rp 500,000.00
	TOTAL BIAYA ADMINISTRASI UMUM				Rp 14,348,000.00

PERPUTARAN MODAL KERJA	6
KEBUTUHAN MODAL KERJA PERTAHUN	Rp 3,282,916,666.67
TOTAL INVESTASI AWAL	Rp 4,983,500,000.00

JUMLAH KEBUTUHAN DANA	Rp 8,266,416,666.67

NO	URAIAN	HARI	KETERANGAN
1	proses beli bahan baku asbes dll	3	
2	proses penggecekan bahan baku asbes	2	
3	proses penataan barang baku asbes,dll	3	
4	proses pemasaran kosan semua kamar	5	
	TOTAL HARI YANG DIBUTUHKAN	18 HARI	
1	TOTAL KAMAR YANG TERISI	2 BULAN	30
2	**TOTAL KAMAR YANG MEMAKAI AC**	**2 BULAN**	**25**
3	**TOTAL KAMAR YANG MEMAKAI WIFI**	**2 BULAN**	**30**
	TOTAL PRODUK YANG TERJUAL SELAMA 2 BULAN		**85**
	TOTAL PRODUK YANG TERJUAL PERHARI		**17**
	PERPUTARAN MODAL KERJA		6
	PERIODE PERPUTARAN MODAL KERJA		2 BULAN
	PENJUALAN KAMAR BER-AC	2 BULAN	Rp 15,000,000.00
	PENJUALAN KOSAN KAMAR MANDI DALAM	2 BULAN	Rp 13,750,000.00
	PENJUALAN KMAR YANG MEMAKAI WIFI	2 BULAN	Rp 16,200,000.00
	TOTAL PENDAPATAN PENJUALAN SELAMA 2 BULAN		Rp 44,950,000.00

7.4 Analisis Cashflow

LABA SEBELUM PAJAK	Rp 19,500,338,000.00	Rp 33,001,621,700.00	Rp 49,008,033,770.00	Rp 67,820,745,651.70	Rp 51,018,245,651.70
PAJAK 15%	Rp 2,925,050,700.00	Rp 4,950,243,255.00	Rp 7,351,205,065.50	Rp 10,173,111,847.76	Rp 7,652,736,847.76
LABA SETELAH PAJAK	Rp 16,575,287,300.00	Rp 28,051,378,445.00	**Rp 41,656,828,704.50**	**Rp 57,647,633,803.95**	**Rp 43,365,508,803.95**
CASH FLOW	Rp 16,587,786,300.00	Rp 28,063,877,445.00	Rp 41,669,327,704.50	Rp 57,660,132,803.95	Rp 43,378,007,803.95

7.5 Payback Period (PP)

PAYBACK PERIODE				
2021	2022	2023	2024	2025
Rp 30,000,000,000.00				
Rp 16,587,786,300.00	Rp 28,063,877,445.00	Rp 41,669,327,704.00	Rp 57,660,328,039.00	Rp 43,378,007,403.00
	2 TAHUN 4 BULAN 22 HARI			

	PENDEKATAN TABLE MANUAL				
DISCOUNT RATE		20%			
INVESTASI AWAL	Rp 30,000,000,000.00				
PERIODE -N	ARUS KAS	DF(20%)	PRESENT VALUE (PV)		
1	Rp 165,877,863.00	833333333	Rp 13,823,155,250.00		
2	Rp 28,063,877,445.00	694444444	Rp 1,948,880,378,125.00		
3	Rp 41,669,327,704.00	578703704	Rp 4,166,932,770,342.00		
4	Rp 57,660,328,039.00	482253086	Rp 5,766,032,803,852.00		
5	Rp 43,378,007,403.00	401877572	Rp 433,780,074,026.00		
TOTAL	Rp 170,937,418,454.00				
	JUMLAH PV ARUS KAS		Rp 17,601,962,217,579.00		

INVESTASI AWAL	Rp 30,000,000,000.00
NPV	Rp 14,601,962,217,579.00
	LAYAK

7.6 Net Present Value (NPV)

7.7 Profitability Index (PI)

			PROFITABLITY INDEX
PERIODE-N			
1	Rp 16,587,786,300.00	833333333	Rp 13,823,155,250.00
2	Rp 28,063,877,445.00	694444444	Rp 1,948,880,378,125.00
3	Rp 41,669,327,704.00	578703704	Rp 4,166,932,770,342.00
4	Rp 57,660,328,039.00	482253086	Rp 5,766,032,803,852.00
5	Rp 43,378,007,403.00	401877572	Rp 433,780,074,026.00
	JUMLAH PV ARUS KAS		Rp 17,601,962,217,579.00
	JUMLAH INVESTASI		Rp 30,000,000,000.00
	PI		Rp 17,571,962,217,579.00
			LAYAK DILAKUKAN

7.8 Internal Rate Of Return

	INTERNAL RATE OF RETURN				
PERIODE-N	ARUS KAS	DF(20%)	PRESENT VALUE (PV)	DF90%	PRESENT VALUE
1	Rp 16,587,786,300.00	0.833333333	Rp 13,823,155,250.00	0.526315789	Rp 8,730,413,842.11
2	Rp 28,063,877,445.00	0.694444444	Rp 19,488,803,781.25	0.27700831	Rp 7,773,927,270.08
3	Rp 41,669,327,704.00	0.578703704	Rp 41,669,327,703.42	0.145793847	Rp 6,075,131,608.69
4	Rp 57,660,328,039.00	0.482253086	Rp 57,660,328,038.52	0.076733604	Rp 4,424,484,775.21
5	Rp 43,378,007,403.00	0.401877572	Rp 43,378,007,402.60	0.040386107	Rp 1,751,868,863.20

JUMLAH PV ARUS KAS	Rp 176,019,622,175.79	1.066237659	Rp 28,755,826,359.29
JUMLAH INVSTASI	Rp 30,000,000,000.00		Rp 30,000,000,000.00
NPV	Rp 146,019,622,175.79		Rp (1,244,173,640.71)
IRR	89.41%		

Bab 8

Kesimpulan

Penilaian investasi dalam prespektif konvesional dengan tingkat biaya modal sebesar 90% dapat menghasilkan NPV bernilai positif yaitu sebesar Rp. 146,019,622,175.79. (NPV> Investasi) yang artinya usaha kost ilfa layak untuk dilakukan pengunaan metode PI menghasilkan nilai positif sebesar 17,571,962,217,579.00.artinya nila PI>1 yitu 17,571,962,217,579.00. maka usaha kost ilfa layak dilakukan pada penguna metode IRR diperoleh 89,41%. Karena mempunyai nilai yang lebih tinggi dan biaya modal atau bunga sebesar 90%,sehingga usaha kost ilfa layak dilakukan pada metode payback periode pada bisnis ini terjadi pada 2 tahun 3 buln 7 hari.