

BISNIS PLAN PENGEMBANGAN USAHA “OPTIKAL” DENGAN BASIS *E-BISNIS*

Nadya Cahya Saputra

Executive Pada CV. Biooptikal, Bogor-Indonesia

E-mail : nadyacahya7@yahoo.com

Imbang Jaya Mangkuto²⁾

Dosen Universitas Bakrie (UB) Jakarta

Email : ijmangkuto@bakrie.ac.id

Naskah diterima : 5 September 2018
Naskah di approval : 25 September 2018

Abstract – *This business development plan aims to identify, analyze, and design strategies in developing Biooptik business which is optical business. This business plan uses the analysis of the external environment and the internal environment of the company to determine the strategies to be realized covering four aspects of management namely operational, human resources, marketing and finance. This business plan explains how Biooptik will expand its business by implementing one of the e-business applications so that the revenue will be increased. In this business development plan, Biooptik is conducted a business feasibility study with the addition of 30% of company revenue on the projection of financial statements. This business plan shows that business development is profitable and feasible to run.*

Keywords – *Business development plan, Biooptik, E-business, Business Feasibility Study*

I. PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Teknologi yang berkembang dengan sangat pesat saat ini menyebabkan strategi bisnis semakin mengarah kepada penguasaan dan penggunaan teknologi. Tidak dapat dipungkiri, peranan teknologi menjadi sangat dominan bagi perkembangan perusahaan. Penerapan teknologi informasi pada bidang bisnis, dikenal dengan sebutan E-Business. Paradigma baru dalam dunia bisnis tersebut dinilai sebagai terobosan baru yang dapat meningkatkan nilai perusahaan, baik dari sisi kolaborasi, sumber daya manusia, operasi, penjualan, keuangan dan akuntansi menjadi lebih efektif dan efisien.

Semakin besarnya persaingan pada usaha optik menuntut untuk adanya perubahan terutama untuk memperkuat posisi perusahaan di pasar. Kompetisi yang dihadapi tidak hanya dalam bentuk harga dan kualitas tetapi juga berbentuk pelayanan dan waktu.

Penerapan sistem informasi juga dianggap sebagai suatu keunggulan kompetitif sehingga perusahaan berlomba-lomba untuk menerapkannya.

Bertumbuhnya jumlah pesaing yang sudah memanfaatkan teknologi di dalam proses bisnisnya, membuat profit Biooptik menjadi stagnan karena Biooptik masih menggunakan sistem konvensional dalam semua proses bisnisnya.

Melihat keadaan tersebut, Biooptik harus dapat melakukan strategi yang tepat agar mampu bersaing dan menguasai pasar karena hanya perusahaan yang memiliki daya saing saja yang mampu berkembang. Salah satu strategi yang digunakan oleh CV Biooptik adalah dengan menerapkan sistem E-Business.

TUJUAN PENYEDIAAN RENCANA USAHA

Menyusun Bisnis Plan Pengembangan Usaha yang dapat dilakukan oleh CV Biooptik melalui penerapan strategi E-Business berdasarkan dengan analisis lingkungan eksternal dan lingkungan internal perusahaan. Juga memberikan contoh tentang rencana

bisnis yang sesuai dengan aplikasi teori yang diterapkan pada perusahaan optikal.

II. KONSEP BISNIS

PROFIL BIOOPTIK

CV Biooptik merupakan perusahaan yang bergerak di industri optikal yaitu, perusahaan yang bergerak di bidang kesehatan yang memberikan pelayanan kesehatan di bidang perkacamata. CV Biooptik didirikan oleh sepasang suami istri bernama Yati Stefhani dan Dedi Hadi Saputra pada tahun 2007 dengan membuka cabang pertama yang berlokasi di Cicurug, Bogor dengan nama “Biooptik”.

Nama Biooptik adalah gabungan dari kata ‘Bio’ yang berasal dari kata latin yang memiliki arti kehidupan dan ‘Optik’ yang merupakan istilah fisika yang berkaitan dengan penglihatan. Nama tersebut berkaitan dengan visi perusahaan yaitu untuk selalu hidup dan menghidupi orang banyak melalui pelayanan kesehatan mata.

PROSES BISNIS

Proses kegiatan bisnis Biooptik diawali dengan membeli barang pada supplier, melakukan penjualan barang disertai dengan pemeriksaan mata ataupun tanpa pemeriksaan mata, lalu audit keuangan.

PRODUK

Produk yang dijual oleh Biooptik hampir sama dengan produk optikal lainnya, seperti: kacamata baca, bingkai kacamata, *sunglasses*, *softlens*, lensa kacamata dan aksesoris.

STRATEGI PERUSAHAAN TAHUN 2007-2017

Strategi yang sudah diterapkan Biooptik diantaranya adalah mengadakan pameran di beberapa perusahaan dan instansi, menjadi provider BPJS Kesehatan, dan slogan “Satu Jam Selesai”.

PERATURAN MENKES TENTANG PENYELENGGARAAN OPTIKAL

Dalam rangka melindungi masyarakat dari pelayanan optikal yang dapat merugikan atau mengganggu kesehatan, Kemenkes RI membuat Peraturan Menteri Kesehatan RI No 1 Tahun 2016 Tentang Penyelenggaraan Optik. Peraturan tersebut harus ditaati oleh semua pelaku usaha optikal untuk memperoleh izin membuka usaha optikal dari pemerintah kabupaten/kota setempat.

PELUANG INDUSTRI

Hasil riset WHO tahun 2010 menunjukkan bahwa penyebab gangguan penglihatan terbanyak di seluruh dunia adalah gangguan refraksi yang tidak terkoreksi, diikuti oleh katarak dan glaukoma. (World Health Organization, 2010)

Saat ini, permintaan akan kacamata semakin bertambah dengan adanya Myopia Boom. Myopia Boom adalah fenomena meningkatnya populasi anak berkacamata pengidap rabun jauh. Dalam satu dekade belakangan, anak-anak cenderung menghabiskan waktu dengan menatap layar monitor terlalu lama.

KOMPETISI INDUSTRI

Kompetisi industri optikal dapat dilihat pada diagram 2.1 dan diagram 2.2. Diagram 2.2 ditentukan berdasarkan jumlah penjualan optik. Jika dilihat berdasarkan presentase pangsa pasar, Biooptik ada pada urutan ke-4.

Presentase Jumlah Optik di Kota dan Kabupaten Bogor

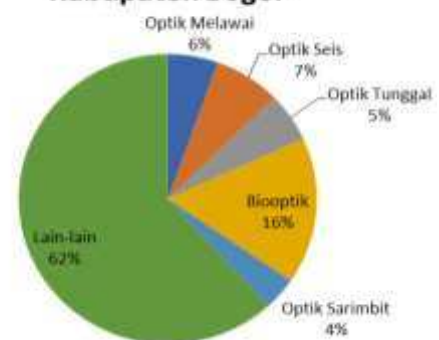


DIAGRAM 2 1 PRESENTASE JUMLAH OPTIK DI KOTA DAN KABUPATEN BOGOR (GAPOPIN, 2017)

Pangsa Pasar 5 Optik Terbesar di Kota dan Kabupaten Bogor



DIAGRAM 2 2 PANGSA PASAR 5 OPTIK TERBESAR DI KOTA DAN KABUPATEN BOGOR (GAPOPIN, 2017)

RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS

Penulis merancang bangun pengembangan bisnis dengan penerapan E-business pada salah satu proses bisnis sesuai dengan analisis lingkungan eksternal dan internal yang telah dilakukan.

III. METODE PERENCANAAN BISNIS

PROSES EVALUASI DAN PENGEMBANGAN BISNIS

Tahap-tahap yang akan dilakukan dalam proses penyusunan rencana bisnis pengembangan Biooptik disajikan dalam Tabel Tahapan Penyusunan Rencana Usaha Pengembangan Usaha Optik ini.

ANALISIS BISNIS

Dalam melakukan analisis bisnis, terbagi menjadi 2, yaitu analisis lingkungan internal dan analisis lingkungan eksternal perusahaan.

■ ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL

Dengan menganalisis kekuatan dan kelemahan dari perusahaan berdasarkan sumber daya (resources) internal yang dimilikinya, akan dapat membantu dalam melakukan analisis internal. Salah satu metode yang bisa digunakan untuk melakukan hal tersebut adalah dengan konsep RBV (*Resource-based View of the Firm*), analisis VRIO dan analisis SWOT.

■ ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL

Menurut Fred R. David (2001, p.124), analisis lingkungan eksternal adalah suatu proses yang digunakan oleh perencana strategi utama untuk mengevaluasi sektor lingkungan dalam menentukan peluang atau ancaman terhadap perusahaan. Terdapat dua metode analisis yang digunakan yaitu analisis PESTLE (*Political, Economic, Social, Technology, Legal, dan Environment*), dan analisis *Porter's Five Forces*.

PENGUMPULAN DATA

Sumber data terdiri dari dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Penulis melakukan pengumpulan data primer dengan studi lapangan yaitu mengamati kondisi optik selama 1 bulan penuh. Selain itu, penulis juga mencari informasi dengan cara menjadi ghost shopper yaitu dengan berkunjung ke beberapa optik yang ada di Bogor. Data tersebut diharapkan dapat menjadi informasi dan bahan evaluasi perusahaan untuk berinovasi. Data sekunder yang menjadi sumber referensi tugas akhir ini adalah data statistik yang dipublikasikan oleh pemerintah atau organisasi lainnya kepada publik dan data literatur berupa buku, e-book, dan jurnal.

IV. ANALISIS DATA

ANALISIS VRIO BERDASARKAN (*RESOURCES BASED VIEW*)

Berdasarkan analisis RBV seperti yang disebutkan sebelumnya, penulis mencoba untuk menginterpretasikan analisis internal dengan menggunakan VRIO analisis untuk mengetahui keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh Biooptik. Analisis VRIO dapat dilihat pada tabel 4.1

Tabel 4.1 Analisis VRIO

Resources	Valuable	Rare	Hard to Imitate	Organize	Competitive Advantage
Stock barang	✓	✓			Temporary
Bangunan Toko	✓	✓			Temporary
Alat-alat	✓	✓			Temporary
Human Capital	✓	✓	✓		Temporary
Brand & Reputation	✓	✓	✓	✓	Sustainable
Network & Partnership	✓	✓	✓	✓	Sustainable

ANALISIS SWOT DAN TWOS MATRIX

TWOS Matrix dapat dilihat pada tabel 4.2.

Tabel 4.2 TWOS Matrix

	External Opportunities (O)	External Threats (T)
	1) Kemajuan Teknologi dan Internet 2) Kebutuhan akan Alat Bantu Pengelihatan Semakin Meningkat 3) Kuota untuk Menjadi Provider BPJS Kesehatan Terbatas	1) Persaingan Industri Sejenis Semakin Ketat 2) Banyak Optik Online Bermunculan 3) Keterbatasan Tenaga Ahli Optometrist dalam dunia Optik
Internal Strengths (S)	(SO)	(ST)
1) Reputasi Perusahaan Baik 2) Koleksi Barang & Alat Lengkap Serta Pelayanan Maksimal 3) Great Partnership	• (S3-O3) Mempertahankan Kerjasama dengan BPJS Kesehatan • (S1,S2-O1) Menerapkan E-wom Marketing • (S2-O2) Mempertahankan Kualitas Barang dan Pelayanan	• (S2-T1,T2) Membuat Promo Diskon Menarik melalui Membership • (S3-T1) Memperbanyak Open Table di Perusahaan • (S1-T3) Memfasilitasi karyawan untuk mendapatkan Surat Izin Refraksionis
Internal Weaknesses (W)	(WO)	(WT)
1) Bad Inventory and Accounting System 2) Offline Marketing 3) Daya Saing karyawan Rendah	• (W1-O1) Layanan POS System • (W2-O1,O2) Membuat Website dan Media Social • (W3-O1) Menggunakan Sistem Absensi Online & CCTV	• (W3-T3) Membuat Rekrutmen Online Via Website • (W1,W3-T1) Melakukan Training Karyawan Secara Berkala • (W2-T2) Endorse Influencer Terkenal

ANALISIS PESTLE

Faktor lingkungan umum yang berhubungan dengan perusahaan antara lain sebagai berikut:

a) Political

Faktor politik bisa berpengaruh melalui ber-bagai aspek yang menunjang pertumbuhan ekonomi, seperti investasi sumber daya manusia dan infrastruktur, perbaikan institusi politik dan hukum. (Petrakos, 2007). Pilkada serentak tahun yang dilaksanakan tahun 2018 di Indonesia secara tidak langsung juga berdampak pada perkembangan ekonomi di Indonesia khususnya Jabar yang merupakan lokasi semua outlet Biooptik. Dampak jangka pendek yaitu peredaran uang akan meningkat. Artinya, akan ada guyuran uang ke daerah yang merupakan belanja politik dan meningkatkan daya beli masyarakat. Sedangkan dampak jangka panjang pilkada 2018 adalah kebijakan kepala daerah terpilih yang akan berpengaruh positif untuk bidang usaha Optik dan para pelakunya.

Salah satu kebijakan pemerintah daerah khususnya daerah Kota dan Kabupaten Bogor adalah tentang pemberian izin pelaksaan Optik. Berdasarkan data (GAPOPIN, 2017), saat ini perbandingan jumlah optik yang tidak berizin dengan optik berizin adalah 3:1.

b) Economic

Grafik 4.1 menunjukkan trend kurs USD terhadap rupiah satu tahun terakhir (kursdollar.net). Pada grafik tersebut menunjukkan rupiah semakin melemah, hingga mencapai angka Rp 14.409/USD.



GAMBAR 4.1 TREND KURS USD TERHADAP RUPIAH SATU TAHUN TERAKHIR

c) Sociocultural

Teknologi menjadi alat yang mampu membantu kebutuhan manusia. Transaksi perdagangan, komunikasi, semuanya digerakkan secara digital. Teknologi digital telah menyatu ke dalam seluruh kehidupan manusia. Tidak saja dalam konteks

kemajuan teknologi secara fisik, tapi juga telah mempengaruhi secara luas cara berkomunikasi, berinteraksi, dan bertransaksi.

d) Technology

Penggunaan teknologi dalam perusahaan dapat memudahkan proses bisnis perusahaan tersebut. Saat ini peranan komputer tidak lagi hanya sebagai alat bantu dalam proses bisnis secara konvensional, akan tetapi sudah beralih ke layanan aplikasi *POS (point of sale)* yang memiliki peranan penting untuk mengoptimalkan fungsi-fungsi yang terkait dalam sistem perusahaan dagang. Seperti, optimalisasi fungsi penjualan, pembelian, penerimaan, gudang, akuntansi dan pengendalian internal merupakan hal yang sangat penting terhadap perusahaan yang ingin meningkatkan usahanya. Bahkan, teknologi informasi diperkirakan akan mengendalikan semua arah dari pola bisnis.

e) Legal

Kacamata adalah salah satu alat bantu kesehatan yang sangat berguna bagi orang-orang yang memiliki kelainan refraksi. Melalui surat edaran Menteri Kesehatan RI nomor HK/MENKES/31/I/2014, BPJS Kesehatan memberikan pelayanan alat bantu kesehatan untuk masyarakat berupa kacamata. Klaim hanya bisa dilakukan di Optik yang sudah menjadi rekan kerja BPJS Kesehatan.

f) Environment

Bahaya sinar UV sama dengan bahaya sinar biru. Salah satu sumber sinar biru yang patut diwaspadai bersumber dari televisi, smartphone, dan gadget lainnya. Anak usia di bawah 10 tahun dan orang diatas 45 tahun adalah kelompok orang yang paling rentan terhadap radiasi sinar biru ini.

Hal tersebut membuat fungsi kacamata bukan hanya sebagai alat bantu kesehatan untuk kelainan refraksi, tetapi juga untuk melindungi mata dari sinar yang membahayakan mata seperti sinar UV dan sinar biru.

ANALISIS PORTER'S FIVE FORCES

Berdasarkan analisis *Five Forces Porter*, penulis mencoba untuk menginterpretasikan analisis industri ritel Optik di Indonesia pada tabel 4.3.

Tabel 4.3 Analisis Five Forces

	Very Low	Low	Medium	High	Very High
Rivalry among competitors				√	
Bargaining position of buyer					√
Bargaining position of supplier		√			
Threat of new entrance				√	
Threat of substitutes			√		

V. RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS

1. RENCANA PEMASARAN DAN PENJUALAN

- Menerapkan E-wom Marketing
- Membuat Promo Diskon Menarik melalui Membership
- Memperbanyak *Open Table* di Perusahaan
- Endorse Influencer Terkenal
- Membuat Website dan Media Social

2. RENCANA SUMBER DAYA MANUSIA

- Memfasilitasi karyawan untuk mendapatkan Surat Izin Refraksionis
- Menggunakan Sistem Absensi Online & CCTV
- Membuat Rekrutmen Online Via Website
- Melakukan Training Karyawan Secara Berkala

3. RENCANA OPERASIONAL

Dalam proses operasional bisnis terdapat beberapa kegiatan operasional di dalamnya yang masih sangat sederhana seperti proses penjualan dan pencatatan stock barang. Proses tersebut akan dibuat dalam bentuk POS System berbasis online. POS System yang akan digunakan oleh Biooptik adalah Pawoon POS.

4. RENCANA KEUANGAN

• Investasi Tambahan

Deskripsi	QTY	Price per Unit (Rp)	Amount
Komputer	2	5.000.000	10.000.000
Hardware POS System (Tablet + Mesin Cetak Struk)	9	3.850.000	34.650.000
Berlangganan POS System	9	2.988.000	26.892.000
Absensi Online	1	108.000.000	108.000.000
CCTV	7	21.000.000	147.000.000
Wifi	9	19.200.000	172.800.000
Website Development	1	8.500.000	8.500.000
Endorse Influencer	3	2.000.000	6.000.000
Training Karyawan	1	5.000.000	5.000.000
		Total	518.842.000

• Kelayakan Bisnis

Dengan penambahan investasi sebesar Rp 518,842,000 untuk pengembangan bisnis, *Payback Period (PP)* yang dibutuhkan oleh CV Biooptik adalah kurang dari setahun yaitu sekitar 11 (sebelas) bulan.

	Year0	Year1	Year2	Year3
Perenerimaan				
Sales	6.780.000.000	7.797.000.000	7.949.550.000	7.972.432.500
Total Penerimaan	6.780.000.000	7.797.000.000	7.949.550.000	7.972.432.500
Pengeluaran				
Pembayaran Investasi Awal	518.842.000	327.192.000	327.192.000	327.192.000
Produk	2.373.000.000	2.728.950.000	2.782.342.500	2.790.351.375
Gaji	1.017.000.000	1.017.000.000	1.017.000.000	1.017.000.000
Third Parity Commision	475.000.000	546.250.000	556.937.500	558.540.625
Building Rent	1.620.000.000	1.620.000.000	1.620.000.000	1.620.000.000
Utilities	203.000.000	203.000.000	203.000.000	203.000.000
Pelayanan	34.000.000	35.700.000	35.785.000	35.789.250
Lain-lain	13.000.000	13.000.000	13.000.000	13.000.000
Total Pengeluaran	6.253.842.000	6.491.092.000	6.555.257.000	6.564.873.250
LABA SEBELUM PAJAK	526.158.000	1.305.908.000	1.394.293.000	1.407.559.250
Pajak Usaha	5.261.580	13.059.080	13.942.930	14.075.593
LABA BERSIH	520.896.420	1.292.848.920	1.380.350.070	1.393.483.658
NPV	3.134.864.314			
IRR	155%			
Payback Period	11 Bulan			

Hasil dari perhitungan *Internal Rate of Return* pun menghasilkan angka yang positif yaitu 155% dan jumlah Net Present Value pada tahun ke-3 adalah Rp 3,134,864,314. Data tersebut menunjukkan bahwa pengembangan bisnis ini dapat dikatakan layak untuk dijalankan.

5. RISIKO

- Risiko Operasional (tingkat risiko : rendah)
- Risiko Pemasaran dan Penjualan (tingkat risiko : sedang)
- Risiko Sumber Daya Manusia (tingkat risiko : tinggi)
- Risiko Keuangan (tingkat risiko : rendah)

DAFTAR PUSTAKA

- Desyana. (2018). Rencana Bisnis Pengembangan Usaha Jasa AKI Kendaraan Berbasis Sistem Informasi. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 1(01), 10–15. Retrieved from <http://jurnal.bakrie.ac.id/index.php/JEMI/article/view/1787>
- GAPOPIN. (2017). Memperkuat Gapopin Dalam Masyarakat ekonomi ASEAN. In *Gapopin Magz*. Jakarta.
- kursdollar.net. (n.d.). *Grafik USD*. Retrieved June 08, 2018, from [kursdollar.net](https://kursdollar.net/grafik/USD/): <https://kursdollar.net/grafik/USD/>
- Petrakos, G. A. (2007). Determinants of Economic Growth: The Experts' View. *Dynamic Regions in a Knowledge-Driven Global Economy Lessons and Policy Implication for the EU*.
- Totanan. (2004). "Peranan Intellectual Capital dalam Penciptaan Nilai untuk Keunggulan Bersaing". *Usahawan*, 27-31.
- World Health Organization. (2010). *Visual Impaiement ad Blindness*. Retrieved 03 20, 2018, from www.who.int: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets>