

Pertemuan ke : 10

Pemilihan Lokasi dan *Layout*

Tujuan Umum : Mahasiswa memahami pemilihan lokasi sebagai keunggulan kompetitif

Tujuan Khusus : Setelah menyelesaikan bab ini mahasiswa dapat memahami

- Menjelaskan pemilihan lokasi sebagai keunggulan kompetitif
- Menjelaskan pemilihan lokasi untuk pengecer dan produsen
- Menjelaskan keputusan lokasi dan produsen
- Menjelaskan pertimbangan *layout* dan desain

Liputan Bisnis



Sumber gambar : http://images03.olx.co.id/ui/1/88/97/15558197_3.jpg

Strategi Memilih Lokasi Usaha

Dalam strategi pemasaran, adanya pemilihan lokasi usaha yang strategis menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan pemasaran dari sebuah usaha. Semakin strategis lokasi usaha yang dipilih, semakin tinggi pula tingkat penjualan dan berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha. Begitu juga sebaliknya, jika lokasi usaha yang dipilih tidak strategis maka penjualan pun juga tidak akan terlalu bagus.

Untuk itu sebelum Anda memulai sebuah usaha, pilih terlebih dahulu tempat usaha yang paling tepat untuk pemasaran usaha Anda. Lakukan riset dan bandingkan beberapa pilihan tempat sebelum akhirnya Anda menentukan lokasi yang paling strategis bagi usaha Anda. Berikut beberapa faktor yang sebaiknya Anda perhatikan, sebagai bahan pertimbangan strategi memilih lokasi usaha.

1. Tingkat kepadatan penduduk sekitar lokasi

Usahakan memilih lokasi usaha yang memiliki kepadatan penduduk cukup tinggi. Semakin tinggi kepadatan penduduk di suatu lokasi, maka semakin besar pula potensi pasar sebuah usaha. Coba saja bandingkan pendapatan usaha yang lokasinya di daerah pedesaan dengan usaha yang berada di daerah perkotaan, omset yang diperoleh akan sangat jauh berbeda.

2. Besar pendapatan masyarakat sekitar lokasi

Besar pendapatan masyarakat yang ada di sekitar lokasi juga mampu mempengaruhi usaha yang akan Anda bangun. Sebab, tingkat pendapatan masyarakat juga akan berpengaruh terhadap daya beli konsumen. Jika Anda ingin menjalankan usaha dengan produk yang harganya sedikit tinggi, sebaiknya pilih lokasi yang daya belinya cukup tinggi (misalnya di kota – kota besar). Sedangkan bila ingin menawarkan produk dengan harga yang relative murah, tidak akan jadi masalah jika Anda memilih lokasi usaha yang daya beli masyarakatnya kurang.

Karena konsumen di daerah tersebut lebih mementingkan harga murah, dibandingkan memperhatikan kualitas produk yang dijual.

3. Memperhatikan tingkat keramaian lalu lang kendaraan yang lewat

Perhatikan trafik lalu lalang kendaraan atau pejalan kaki yang lewat, karena hal ini juga mempengaruhi jenis usaha yang cocok di daerah tersebut. Untuk daerah yang dilalui pejalan kaki, usaha toko kelontong atau usaha minuman dingin cocok untuk dibangun di daerah tersebut. Sedangkan untuk lokasi yang banyak dilalui kendaraan bermotor, bisa mencoba usaha bengkel yang lebih dibutuhkan. Sesuaikan jenis usaha Anda dengan para konsumen yang lalu lalang di lokasi tersebut.

4. Banyaknya usaha yang mendukung lokasi tersebut

Semakin banyak usaha yang ada di sekitar lokasi, maka konsumen yang datang ke lokasi tersebut juga semakin ramai. Karena di lokasi tersebut terdapat berbagai macam usaha yang menyediakan produk yang berbeda pula, sehingga para konsumen lebih tertarik datang ke lokasi yang terdapat berbagai macam usaha. Misalnya saja lokasi pasar, atau mall yang selalu ramai pengunjung.

5. Sesuaikan dana dengan lokasi usaha yang akan dipilih

Biasanya lokasi usaha yang ada di keramaian seperti mall, atau di pinggir jalan yang strategis harga sewanya lebih mahal dibandingkan lokasi usaha yang kurang strategis. Untuk itu sesuaikan dana yang Anda miliki, dengan lokasi usaha yang di pilih. Jangan memilih lokasi yang harga sewanya mahal, tetapi ternyata tidak ramai pengunjung.

6. Pilih lokasi usaha yang tingkat kompetisinya rendah

Jika di lokasi tersebut sudah banyak usaha yang sejenis dengan usaha Anda, sebaiknya lokasi ini dihindari. Namun jika Anda yakin karena posisinya yang sangat strategis, Anda harus siap bersaing dengan menciptakan inovasi baru yang dapat membedakan usaha Anda dengan usaha lain yang sejenis.

7. Perhatikan pula akses menuju lokasi usaha

Usahakan pilih lokasi yang mudah di akses oleh para konsumen. Jika memungkinkan, pilih lokasi usaha yang dilalui transportasi umum. Agar konsumen yang tidak memiliki kendaraan pribadi juga bisa menjangkau lokasi usaha Anda.

8. Tingkat keamanan yang mendukung Lokasi usaha yang aman juga menambah kenyamanan para konsumen. Mereka tidak akan ragu meninggalkan kendaraan mereka di tempat parkir, dan bisa menikmati pelayanan usaha Anda dengan merasa nyaman. Dengan lingkungan yang aman, Anda bisa mengurangi resiko pencurian maupun kerusakan yang bisa terjadi pada usaha yang ada di lokasi kurang aman.

9. Dan yang ke-9 adalah,

perhatikan kebersihan lokasi usaha

Konsumen tidak akan mengunjungi sebuah toko, warung ataupun sebuah outlet yang berada di lingkungan kotor atau kumuh. Mereka akan merasa ragu untuk membeli produk Anda. Untuk itu jaga kebersihan lingkungan sekitar Anda, agar konsumen merasa nyaman berkunjung ke lokasi usaha Anda.

Tips

Sebelum membuka usaha sebaiknya Anda harus mengetahui apakah bangunan yang disewa atau yang Anda dirikan semua perizinannya sudah beres, seperti ijin mengenai analisa dampak lingkungan (AMDAL), ijin mendirikan bangunan (IMB), serta ijin gangguan (HO). Agar tidak terjadi kejadian tidak terduga, yang akan merugikan usaha yang Anda jalankan. Banyaknya peristiwa tempat usaha yang dihancurkan hanya karena tidak memiliki ijin, dapat menjadi pelajaran penting bagi Anda yang sedang mencari lokasi usaha. Salam sukses.

Sumber:

<http://bisnisukm.com/strategi-memilih-lokasi-usaha.html>

Pendahuluan

Lokasi bisnis merupakan salah satu bagian terpenting dari keputusan pendirian suatu bisnis.

Lokasi bisnis merupakan tempat di mana kegiatan fisik terkait dengan usaha tersebut dilakukan. Pemilihan lokasi usaha sangat penting dalam pengelolaan suatu bisnis, karena lokasi yang tepat dapat meminimalkan beban biaya (investasi dan operasional) baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, sehingga dapat menjadi kekuatan daya saing bisnis yang dijalankan.

Kriteria lokasi untuk pengecer dan Jasa

Pemilihan lokasi merupakan faktor penting dalam menentukan kesuksesan bisnis. Lokasi yang tepat akan mendatangkan aliran pelanggan yang stabil, faktor kenyamanan pelanggan juga merupakan salah satu pertimbangan dalam pemilihan lokasi. Berikut pertimbangan lain dalam memilih lokasi:

- x Ukuran daerah perdagangan, menentukan seberapa besar dan luas area yang akan ditargetkan sebagai pasar. Hal ini juga bergantung pada jenis produk, apakah jenis produknya umum atau khusus. Jika jenis barang dagangan khusus maka pelanggan akan tidak mempermasalahkan jarak tempuh mereka dalam memperoleh barang tersebut, namun jika barang umum, maka pelanggan akan cenderung mencarinya di daerah yang paling dekat dengan mereka.

- Kesesuaian ritel, pelanggan akan senang jika pergi ke suatu tempat dimana mereka dapat berbelanja memenuhi kebutuhannya pada satu lokasi, dimana jenis produk dalam lokasi tersebut saling melengkapi.
- Tingkat persaingan, jika dalam suatu lokasi terdapat persaingan yang ketat, maka akan cenderung terjadi kejenuhan pasar. Menurut Zimmerer dan kawan-kawan (2008) hal ini dapat diketahui melalui indeks kejenuhan pasar pada suatu lokasi yakni

$$IRS = (C \times RE) / RE$$

Dimana

C : jumlah pelanggan dalam daerah perdagangan

RE: pengeluaran ritel rata-rata per orang (dalam Rupiah)

RF: fasilitas ritel atau luas total dalam meter persegi

- Jaringan transportasi, kenyamanan dan kemudahan pelanggan untuk mencapai lokasi pebisnis akan sangat mempengaruhi. Contohnya pelanggan akan cenderung mencari lokasi pom bensin yang searah dengan arah mereka berjalan. Arah arus lalu lintas juga berpengaruh, contoh jika hendak ke sebuah toko yang terletak pada arus lalu lintas yang sulit diakses (jalan searah) maka hal ini mempengaruhi.
- Hambatan fisik, rasial, dan emosional. Hambatan fisik berupa, sungai, kolam, taman, dll yang cenderung menghambat akses pelanggan untuk mendatangi peritel. Hambatan rasial seperti kelompok tertentu secara ras berkumpul dalam suatu wilayah, contoh pecinan. Hambatan emosional berkaitan dengan daerah yang memiliki tingkat emosional tinggi, daerah terkenal angker, kriminalitas tinggi, daerah rawan huruhara, rawan pungli, dll.
- Hambatan politis, berkaitan dengan peraturan daerah setempat yang berpotensi menghambat jalannya transaksi.
- Lalu lintas pelanggan, akses yang mudah dengan volume lalu lintas tinggi akan berpotensi bagus bagi peritel
- Ketersediaan parkir, merupakan faktor penting. Pelanggan akan dengan mudah memarkirkan kendaraan akan menjadi daya tarik sendiri dibanding sebuah peritel yang tidak mempunyai tempat parkir yang memadai.

- Ruang untuk ekspansi, hal ini merupakan pertimbangan jika dikemudian hari bisnis menjadi besar dan perlu perluasan area.
- Visibilitas, lokasi yang tersembunyi akan menjadi faktor yang buruk, karena jarang orang yang melihat bahwa di lokasi tersebut terdapat bisnis.

Opsi lokasi untuk ritel dan jasa

Dalam perkembangan tata kota banyak pengembang perkotaan menawarkan tempat-tempat yang sifatnya terpadu dimana akan menjadi sebuah investasi lokasi yang menguntungkan bagi peritel. Antara lain adalah:

- Pusat Bisnis Distrik yang menawarkan daerah terpusat perdagangan, hal ini akan menarik pelanggan dari berbagai penjuru untuk berbelanja.
- Lokasi di sekitar tempat tinggal, berbisnis dengan lokasi dekat rumah tinggal pemilik akan menjadi sebuah pilihan yang nyaman, sehingga kualitas hidup pebisnis akan menjadi lebih baik, biaya operasional yang rendah dan harga sewa yang rendah pula.
- Pusat perbelanjaan Mal, banyak diminati oleh pebisnis, meskipun harga sewa yang cukup mahal, namun dapat menjadi magnet bagi penduduk perkotaan untuk singgah di mal, karena penduduk perkotaan membutuhkan tempat belanja yang nyaman sekaligus mencari hiburan ataupun sebagai tempat bertemu antar anggota keluarga dan teman.
- Dekat pesaing, pemilihan lokasi dekat pesaing harus dipastikan pebisnis memperhitungkan keunggulan bisnisnya dibanding pesaing yang telah berada di situ. Keunggulan antara lain dari segi tata letak, konsep bisnis, harga, kualitas, dll.
- Daerah terpencil tidak disarankan, meskipun beberapa pebisnis mampu menciptakan pasar baru di daerah tersebut dengan berbagai strategi antara lain keunikan produk, produk yang langka namun dicari, produk berkaitan dengan hoby.
- Bisnis rumahan, banyak sekali pebisnis memanfaatkan rumahnya untuk menjalankan bisnis, selain menekan biaya sewa dan operasional, konsep bisnis rumahan mempunyai pelanggan tersendiri terutama dari sisi konsep tradisional dan family bisnis. Namun perlu diingat beberapa perumahan tidak membolehkan area perumahan digunakan untuk berbisnis.

Keputusan lokasi untuk produsen

Pemilihan lokasi untuk produsen sangat berbeda dengan peritel, dimana faktor pelanggan bukanlah berperan penting, namun biaya transportasi, nilai upah pekerja regional, sumber daya manusia, tingkat pendidikan SDM, faktor pajak daerah, akses transportasi, moda transportasi yang tersedia, lokasi dekat dengan perkebunan dan peternakan menjadi pertimbangan bagi produsen yang memproduksi barang-barang hasil ternak dan kebun, faktor suhu udara serta cuaca yang dapat mendukung hasil produksi dan lain sebagainya merupakan pertimbangannya. Beberapa pilihan lokasi bagi produsen adalah :

- kawasan berikat, yang mana daerah tersebut memungkinkan produsen diijinkan dengan bebas dan tanpa cukai memasok bahan baku untuk diolah dan dijual kembali di luar negeri maupun dalam negeri insentif cukai yang menguntungkan.
- Inkubator bisnis, dimana sebuah lokasi lengkap dengan layanan pendukung seperti kantor, komunikasi, internet, fasilitas infrastruktur yang mendukung lainnya dan bahkan karyawan administrasi disediakan, dimana biaya yang timbul dari pengeluaran ini dibebankan secara patungan dari perusahaan-persahaan yang menenpati dan bahkan sebagian lagi disubsidi oleh pemerintah, institusi pendidikan, kelompok investor swasta dll.

Pertimbangan *layout* dan desain

Setelah pemilihan lokasi diambil keputusan, langkah selanjutnya adalah bagaimana tata letak dan desain dari tempat. Hal ini mempengaruhi kenyamanan dan akses dari pelanggan yang berbelanja. Penggunaan bahan baku, warna, desain, tampilan visual, suasana, kenyamanan udara, dan lain sebagainya akan mempengaruhi daya beli dari pelanggan. Berikut faktor – faktor yang memiliki dampak bagi tata letak dan desain:

- Ukuran mempengaruhi operasional dari aliran bisnis, tempat yang sempit akan menyulitkan pelanggan untuk berbelanja, akibatnya akan merasa tidak nyaman. Ukuran yang kecil juga menyulitkan mengatur posisi barang dagangan, penyimpanan, pajangan dan lain sebagainya.
- Konstruksi dan tampilan luar, kekuatan bangunan dan usia bangunan mempengaruhi pebisnis dalam menciptakan citra perusahaannya, tampilan yang baik dari luar

gedung akan menampilkan citra yang lebih dipercaya, konstruksi bangunan yang tua dan terlihat kurang kokoh akan mengurungkan niat pelanggan untuk berbelanja.

- Pintu masuk merupakan area penting dalam akses pelanggan untuk masuk ke perusahaan, hendaknya pintu masuk tidak menyulitkan pelanggan untuk mengaksesnya, seperti pintu otomatis, posisi gagang pintu yang terlihat jelas, mekanisme pintu yang baik (tidak rusak) hal ini akan berkesan bahwa pelanggan dipersilakan untuk memasuki tempat bisnis tersebut.
- Papan Nama merupakan salah satu media komunikasi dan petunjuk bagi sebuah bisnis agar pelanggan dengan mudah mencari lokasi atau toko. Papan nama yang mudah dibaca, dan mudah dilihat meskipun calon pelanggan sedang berada di dalam kendaraan. Mampu dibaca baik siang hari maupun malam hari, desain yang menarik, unik, adalah syarat-syarat yang harus dipenuhi.
- Interior bangunan, faktor terpenting dalam bisnis ritel terutama bisnis yang berhubungan langsung dengan kenyamanan pelanggan seperti butik, restoran, kafe, dll. Interior bangunan akan membentuk sebuah citra bagi perusahaan, sehingga akan menaikkan nilai jual dari produk yang dipasarkan. Membubuhkan faktor ergonomi dalam desain interior akan sangat bermanfaat terhadap akses pelanggan sehingga pelanggan merasa nyaman berkunjung.
- Pencahayaan dan peralatan merupakan hal yang terlihat sepele namun mempunyai peran memberikan kesan tersendiri bagi tempat pebisnis. Sistem pencahayaan dan peralatan dapat meningkatkan rangsangan daya beli pelanggan. Contohnya tempat yang terkesan romantis akibat dari pencahayaan dan bebauan dapat diciptakan pada tempat bisnis berjenis kafe atau hotel.

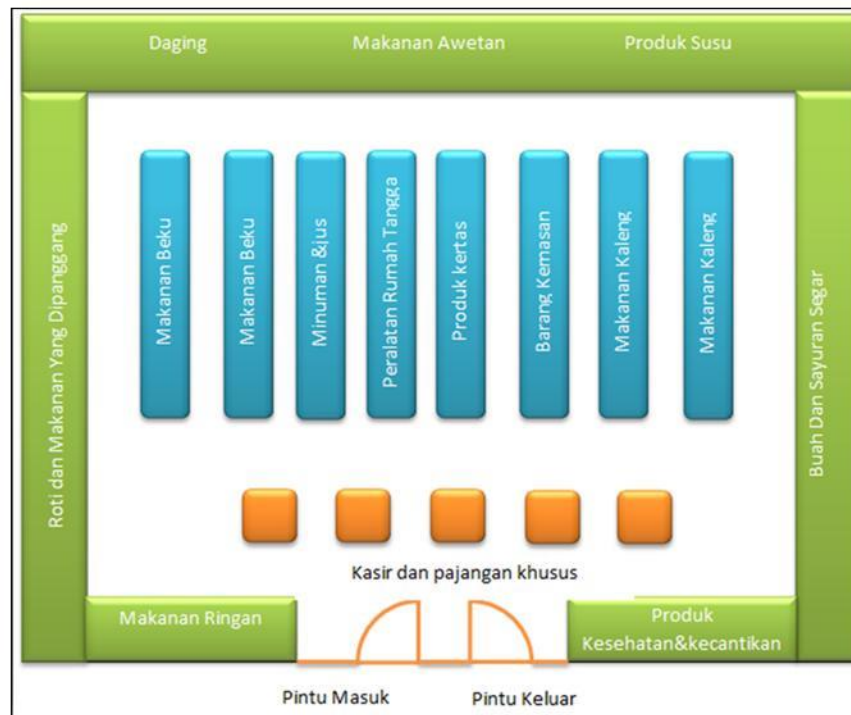
Tata Letak untuk meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya dan memaksimalkan pendapatan

Tata letak sebuah bangunan bergantung pada jenis bisnis, strategi keunggulan kompetitif, untuk memaksimalkan efisiensi dan produktifitas.

Berikut beberapa contoh tata letak berbagai jenis usaha:

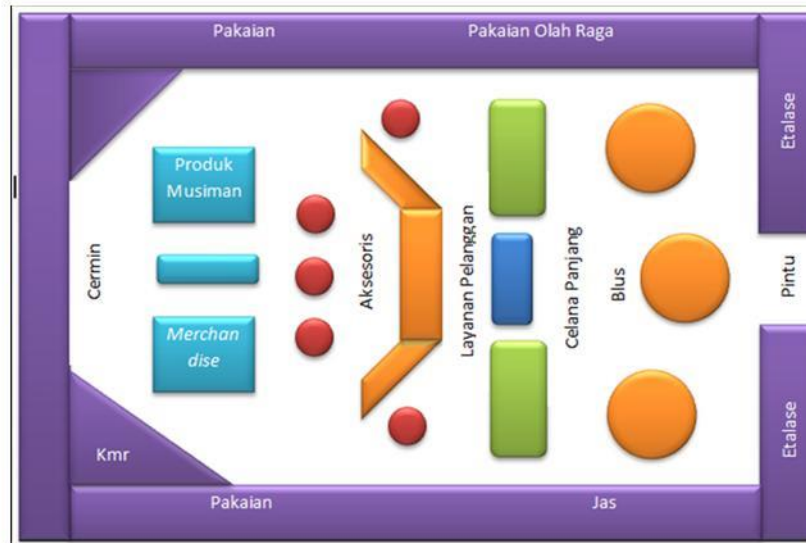
Pengecer

Tata ruang untuk pengecer banyak dijumpai seperti mini market hingga hipermarket dimana seluruh barang-barang yang dipasarkan dipajang di setiap rak maupun etalase toko. Metode pemajangan seperti ini memungkinkan pengunjung untuk melihat langsung, memilih, dan membeli barang-barang dengan leluasa. Hal ini akan mendorong calon pembeli leluasa dengan produk yang hendak dibelinya sehingga menstimulasi pelanggan untuk membeli barang-barang yang mungkin bukan kebutuhannya, melainkan keinginannya karena tergiur dengan kemasan produknya. Pada pembeli yang praktis hal ini biasanya harus disiasati berbagai barang yang dipajang di ujung lorong atau tempat-tempat yang dekat dengan pintu masuk dan keluar, sehingga tipe orang praktis biasanya tidak ingin bersusah-susah berjalan sepanjang lorong untuk memilih barang – barang yang dibutuhkan. Biasanya barang-barang kebutuhan sehari-hari, barang – barang yang memiliki peringkat yang tinggi diletakkan pada bagian ini. Barang-barang yang secara fungsional dan kebutuhan berhubungan, diletakkan secara berdampingan atau dikelompokkan. Pengecer memiliki tiga buah jenis pola tata letak yakni : tipe kisi-kisi, tipe bentuk bebas, dan tipe butik. Dibawah ini contoh gambar tata letak untuk pengecer tipe kisi-kisi:



Gambar tata letak tipe kisi-kisi

Pada bentuk tipe bebas fokus yang dituju adalah berkonsep santai dengan bebas memajang berbagai jenis dan bentuk pajangan. Biasanya pelanggan dapat merasa santai dan nyaman sehingga pelanggan mempunyai potensi yang besar untuk berbelanja. Dibawah ini adalah tata letak jenis bebas:



Gambar Tata letak tipe bebas

Bentuk tata letak ketiga yakni bertipe butik, konsep nya adalah membagi toko dengan berbagai konsep tematik, biasanya pelanggan akan merasa adanya keunikan tersendiri ketika berbelanja. Dibawa ini adalah tata letak berjenis tema:



Gambar Tata letak berjenis Butik

Setiap bagian dalam sebuah toko mempunyai nilai yang berbeda-beda, tergantung area tersebut apakah dekat dengan pintu masuk utama, tempat yang bertingkat pada tingkat pertama menyumbang lebih besar penjualan dari pada pada lantai atasnya. Semakin jauh area tersebut dengan pintu masuk akan semakin rendah nilainya, maka pengaturan barang-barang dagangan yang cermat harus dilakukan, semisal barang-barang yang sedang naik daun, atau barang-barang baru biasanya diletakkan pada daerah utama. Etalase depan berfungsi untuk menarik orang yang lewat di depan toko agar dapat berkunjung. Untuk itu pemilihan barang dagangan yang ditempatkan di etalase harus bersifat yang menarik, bagus, glamor, dan lain sebagainya. Etalase jendela depan juga harus dilakukan penggantian barang yang dipamerkan di etalase setiap periode secara rutin, pergantian dapat juga berdasarkan tematik. Dibawah ini adalah perbandingan prosentase nilai dalam setiap area di dalam toko:



Pojok Inspirasi



Sumber gambar : www.kompas.com

Bisnis Pos yang Cocok Menjadi Usaha Sampingan Kamis, 20 September 2012 | 16:06 WIB

KOMPAS.com - Mungkin Anda memiliki lokasi usaha strategis yang menganggur atau sudah memiliki usaha di lokasi strategis? Mungkin keagenan jasa pengiriman barang bisa menjadi usaha pendamping Anda. Usaha ini tidak butuh keahlian dan investasi tidak besar.

Kue bisnis jasa pengiriman barang ataupun dokumen masih manis untuk dicicipi. Pemain swasta di bisnis jasa satu ini terus bertambah. Bahkan untuk menghadapi persaingan serta peningkatan pendapatan, para pengusaha jasa ini membuka aneka tawaran kerjasama bagi masyarakat umum yang berminat.

Yang terbaru adalah PT Pos Indonesia yang sejak dua tahun lalu menawarkan kemitraan bertajuk Agenpos. Hingga saat ini, Pos Indonesia sudah memiliki 54 Agenpos. Humas dan Protokoler PT Pos Indonesia (Posindo) divisi regional IV, Atjep Juanda bilang, selain ingin berbagi kue bisnis dengan masyarakat luas, Agenpos merupakan strategi Posindo memperluas jaringan dan pelayanan tanpa membangun kantor cabang. Sebagai gambaran, pada tahun 2011, nilai kiriman surat dan paket perusahaan pelat merah ini menyumbang 54 persen dari total pendapatan sebesar Rp 3 triliun.

Bukan hanya Pos Indonesia yang menawarkan kerjasama, perusahaan jasa pengiriman swasta jauh sebelumnya juga banyak yang menawarkan kerjasama antara lain PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) dan RPX Group. Hal itu menunjukkan kue bisnis pengiriman yang masih besar dengan pasar yang terus meningkat. "Saat ini, kemitraan Authorized Ship Center atau ASC sudah ada 129 mitra," kata Maria Natalia, Senior Manager Marketing RPX Group.

Sasaran usaha ini tidak hanya orang perorangan, tetapi juga instansi pemerintah, industri percetakan, perusahaan swasta, bahkan booming toko online di Indonesia juga bahan bakar menghidupi bisnis ini. Hal inilah mendorong JNE untuk mematok target omzet sebesar Rp 1 triliun dari sebesar Rp 750 miliar pada tahun lalu.

Sharing fee 15 persen-27 persen

Dalam menjalankan usaha ini, sharing fee atau incensive fee yang didapat oleh mitra beragam. Hal itu sangat tergantung pada jenis layanan yang dilakukan oleh mitra. Contohnya untuk layanan pengiriman dokumen kilat khusus, Posindo memberikan fee 15 persen-20 persen. Begitu pula dengan layanan paket.

Bagi Agenpos pemula dan hanya fokus pada pelayanan pengiriman, Posindo memperkirakan omzet bulanan yang didapat sekitar Rp 2,4 juta hingga Rp 21,6 juta.

Namun, bila sudah berjalan, tidak tertutup kemungkinan pendapatan agen bisa sebesar Agenpos Sinar Terang yang dikelola Syawalish Thalib dan Ramadanti di Jalan Dewi Sartika, Jakarta Timur. Syawalish bilang, pihaknya sekarang mampu mencatat transaksi pengiriman dokumen sebanyak 7.000 sampai 9.000 transaksi per bulan senilai Rp 80 juta. Sedangkan omzet keseluruhan jasa layanan pengiriman mencapai Rp 165 juta per bulan.

Bagian yang diperoleh Syawalish mencapai 20 persen dari total transaksi. Syawalish lebih banyak melakukan pengiriman dokumen dan paket seperti mengantarkan surat undangan, majalah, hingga pakaian.

Agenpos bisa menambah pendapatan dengan membuka pelayanan kantor pos seperti penjualan benda pos, pembayaran billing serta pengiriman dan pembayaran weselpos instan. Ramadanti bilang, setiap bulan, dia bisa menjual 27.000 keping - 30.000 keping materai dengan keuntungan Rp 50 per keping. Sementara pendapatan dari pembayaran billing telepon, listrik, cicilan kredit yang mencapai 150 transaksi per bulan. Bagian yang didapat dari layanan ini Rp 1.000 per transaksi.

Lain lagi dengan RPX. Maria menjelaskan, incentive fee yang diperoleh mitra juga beragam, tapi kurang lebih sekitar 20 persen. Pendapatan kotor yang diperoleh setiap ASC rata-rata mencapai Rp 20 juta per bulan. "Pendapatan tentu berbeda-beda, tergantung lokasi masing-masing ASC," katanya. ASC merupakan layanan pengiriman RPX yang hanya berfungsi sebagai drop off counter.

Sementara itu, komisi yang ditawarkan JNE untuk keagenan cash counter berkisar antara 22 persen-27 persen, asalkan penjualan mencapai lebih dari Rp 5 juta per bulan.

Terbuka bagi siapa saja

Tawaran bisnis ini terbuka bagi semua kalangan tanpa membutuhkan keahlian khusus. "Siapa saja asalkan memenuhi persyaratan yang kami tawarkan," kata Maria. Calon mitra nantinya akan mendapat pelatihan tentang teknis pelayanan bisnis ini dan akan menggenggam sertifikat.

Persyaratan umum lainnya adalah, Anda harus melampirkan surat keterangan domisili usaha, surat izin usaha perdagangan (SIUP), NPWP, akta pendirian, tanda daftar perusahaan, denah calon lokasi, identitas diri pimpinan, keterangan status lokasi denah, dan izin lingkungan saat mengajukan permohonan secara tertulis.

Bila persyaratan sudah dipenuhi, selanjutnya perusahaan pengiriman akan melakukan survei lokasi untuk meneliti kelayakan permohonan calon mitra. Jika hasil survei dinyatakan layak, tahap berikutnya adalah penandatanganan kerjasama. "Di JNE, ada masa percobaan kerjasama selama tiga bulan. Selama itu, omzet mitra minimal Rp 5 juta. Kalau tidak memenuhi, kami akan meninjau kembali kerjasama tersebut," kata Direktur Marketing JNE, Mohamad Feriadi atau akrab disapa Feri ini.

Terkait dengan lokasi usaha, biasanya perusahaan pengiriman mensyaratkan lokasi strategis. Misalnya area perkantoran dan berada di pinggir jalan utama atau tidak di jalan utama tetapi trafiknyanya ramai. "Kami biasanya akan memberikan konsultasi pada calon mitra mengenai titik-titik lokasi mana saja yang layak dijadikan tempat usaha," kata Maria.

Usaha ini cocok untuk mendampingi usaha Anda yang sedang berjalan. Misalnya bila Anda sudah memiliki usaha di bidang agen perjalanan dan masih memiliki area kosong, tidak ada salahnya membuka layanan jasa pengiriman barang semacam ini. "Ini tentu akan menghemat biaya operasional Anda setiap bulan," jelas Maria.

Nah, apabila Anda bukan orang yang sibuk atau tidak memiliki pekerjaan lain, Anda bisa terjun sendiri ke bisnis ini sehingga tidak perlu merekrut karyawan terlalu banyak.

Anda ingin menjajal usaha ini? Yuk kita lihat penawaran masing-masing perusahaan.

- **Agenpos**

Ada tiga jenis paket Agenpos yang ditawarkan PT Pos, yaitu Agenpos Standar dengan modal minimum Rp 11,5 juta, Agenpos Optima dengan modal minimal Rp 30 juta, dan Agenpos Premier dengan modal Rp 100 juta. Modal itu harus ditunjukkan pada pihak PT Pos sebagai bukti kemampuan modal. Uang itu akan digunakan untuk membeli inventaris atau perlengkapan gerai-gerai Agenpos.

Selain menunjukkan kemampuan modal, mitra harus membeli media identitas gerai ke PT Pos. Agenpos Standard harus membeli stiker senilai Rp 20.000, Agenpos Optima harus membeli sign board senilai Rp 1,25 juta, dan Agenpos Premier harus membeli neon sign senilai Rp 8 juta.

Dari sisi pendapatan, hasil menjadi mitra Agenpos cukup lumayan. Contohnya adalah Agenpos Optima. Di paket ini, setiap bulan rata-rata mitra akan mendapatkan sharing fee sebesar Rp 7,2 juta dengan asumsi omzet Rp 36 juta. Adapun pengeluaran rutin bulanan yang kudu ditanggung antara lain untuk membayar gaji karyawan, listrik, telepon, internet, dan menyewa tempat.

- **ASC RPX**

Untuk menjadi mitra ASC RPX, modal yang harus Anda siapkan sekitar Rp 30 juta. Rinciannya, Rp 5 juta sebagai deposit atau jaminan ke pihak RPX yang berlaku selama tiga tahun. “Bila di tengah jalan mitra mengundurkan diri, deposit ini akan dikembalikan,” kata Maria. Sisanya sebesar Rp 25 juta disebut sebagai joining fee.

Maria bilang joining fee ini sepenuhnya akan kembali ke mitra. Sebab uang tersebut digunakan untuk biaya membeli perlengkapan seperti backdrop, counter desk, banner, sign board, seragam, timbangan, lisensi, dan marketing fee. Oh, iya, Anda juga perlu menyiapkan satu perangkat komputer, telepon, dan mesin faks.

Sementara itu, lokasi usaha yang harus Anda miliki minimal 3 meter (m) x 3 m. “Memang kecil. Sebab, para ASC ini hanya sebagai tempat layanan. Sedangkan operasionalnya langsung di kami,” kata Maria.

Setiap bulan, biaya operasional yang Anda keluarkan tidak besar yakni hanya untuk membayar listrik, telepon, internet, gaji satu karyawan. “Kalau sudah ada tempat usaha, Anda tidak perlu keluarkan uang sewa,” jelas Maria. Bila dalam sebulan Anda bisa mendapatkan omzet Rp 20 juta dengan incentive fee 20 persen, pendapatan kotor yang Anda peroleh Rp 4 juta.

- **Cash Counter JNE**

Untuk menjadi mitra JNE, Anda harus mengeluarkan dana untuk biaya keagenan Rp 3 juta dan jaminan keagenan senilai Rp 5 juta. Adapun dana yang dikeluarkan untuk membeli peralatan kerja seperti komputer, printer, AC, dan meja kerja sebesar Rp 20 juta. “Pada awal berdiri pendapatan saya sekitar Rp 35 juta,” kata cash counter JNE Ekawati Gozali yang membuka gerai di Perumahan Citra Garden Jakarta Barat ini. Dengan omzet sebesar itu, hak Ekawati sebesar 27 persen atau sekitar Rp 9,45 juta.

Menurut Ekawati, pengeluarannya per bulan hanya 20% dari hak yang diperolehnya. “Hanya untuk gaji karyawan dan membayar tagihan rutin seperti listrik, telepon, internet dan air,” katanya. (Surtan PH Siahaan, Fransiska Firlana/Kontan)

Sumber : www.kompas.com

INTISARI

- Lokasi bisnis merupakan salah satu bagian terpenting dari keputusan pendirian suatu bisnis.
- Lokasi yang tepat dapat meminimalkan beban biaya (investasi dan operasional) baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, sehingga dapat menjadi kekuatan daya saing bisnis yang dijalankan.
- Pertimbangan dalam menentukan lokasi untuk bisnis eceran dan jasa adalah :
 - o Ukuran daerah perdagangan
 - o Kesesuaian eceran
 - o Tingkat persainganDimana
 - o Jaringan transportasi
 - o Hambatan fisik, rasial, dan emosional.
 - o Lalu-lintas pelanggan
 - o Ketersediaan parkir
 - o Ruang untuk ekspansi
 - o Visibilitas

Pemilihan lokasi untuk produsen sangat berbeda dengan pengecer, dimana faktor pelanggan bukanlah berperan penting.

- Faktor-faktor penting pemilihan lokasi untuk produsen adalah :
 - o biaya transportasi
 - o nilai upah pekerja regional
 - o sumber daya manusia
 - o tingkat pendidikan SDM
 - o faktor pajak daerah
 - o akses transportasi
 - o moda transportasi yang tersedia
 - o lokasi dekat dengan perkebunan dan peternakan

- o faktor suhu udara serta cuaca

Pertimbangan *layout* dan desain meliputi :

- o Ukuran mempengaruhi operasional dari aliran bisnis.
- o Konstruksi dan tampilan luar.
- o Pintu masuk sebagai area penting dalam akses pelanggan untuk masuk ke perusahaan.
- o Papan Nama sebagai salah satu media komunikasi dan petunjuk bagi sebuah bisnis agar pelanggan dengan mudah mencari lokasi atau toko.
- o Interior bangunan.
- o Pencahayaan dan peralatan.

TUGAS

Kunjungilah beberapa bisnis yang ada di sekitar Anda! Buatlah analisis mengenai pemilihan lokasi dan *layout* bisnis yang diterapkan oleh para pengusaha bisnis tersebut! Berikan pendapat Anda, apakah penentuan lokasi dan *layout* bisnis yang dilakukan oleh pengusaha-pengusaha tersebut telah tepat atau belum berdasarkan pembahasan pada bab ini!

