

*Business Plan*

# Smart Saving Energy

---

29 Juni 2021



## TeamLekhar

1. **HARIS RISKI RAKHMAN** (18523113)
2. **ANDHIKA RIZKY ARYASTA** (18523073)
3. **AHMAD RAIHAN AKHDANI** (18523216)

18523113@students.uii.ac.id  
Gemastik XIV Cabang Bisnis TIK  
Universitas Islam Indonesia - Yogyakarta  
2021

## Daftar Isi

<b>I. Executive Summary</b>	<b>3</b>
RINGKASAN PERUSAHAAN	3
DESKRIPSI BUSINESS MODEL	3
ANALISIS PASAR DAN KOMPETITOR	3
STRATEGI BISNIS	4
<b>II. Company Description</b>	<b>5</b>
<b>III. Products &amp; Services</b>	<b>6</b>
<b>IV. Marketing Plan</b>	<b>7</b>
SWOT Analysis	7
Competitor Data Collection Plan	8
Competitive Analysis Worksheet	9
<i>Marketing Expenses Strategy Chart</i>	<i>10</i>
<i>Pricing Strategy Worksheet</i>	<i>10</i>
Distribution Channel Assessment Worksheet	10
<b>V. Operational Plan</b>	<b>11</b>
Production	11
Quality control	11
Location	11
Legal environment	11
Personnel	11
Inventory	11
Suppliers	12
Credit policies	12
<b>VI. Management &amp; Organization</b>	<b>12</b>
Management Worksheet	12
<b>VII. Startup Expenses &amp; Capitalization</b>	<b>13</b>

## I. Executive Summary

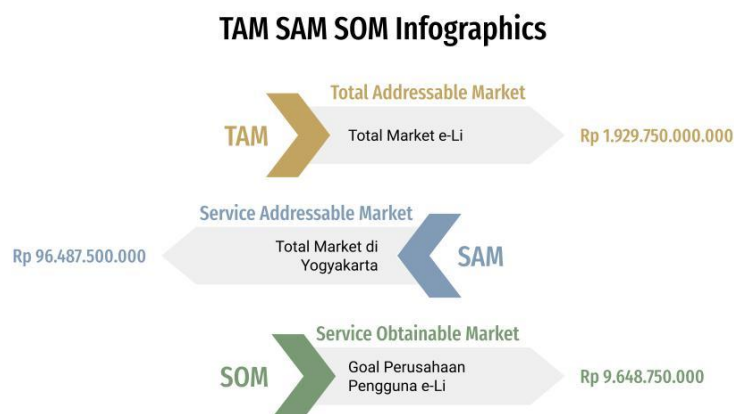
### RINGKASAN PERUSAHAAN

PT. Harli Indonesia merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang listrik. Produk e-Li memiliki sasaran pelanggan berupa masyarakat umum seperti rumah tangga, dan berbagai perusahaan. Tujuannya untuk penghematan listrik serta mempermudah dalam mengelola penggunaan listrik. Perusahaan ini sangat menjanjikan, karena saat pandemi terjadi peningkatan penggunaan berbagai macam peralatan elektronik.

### DESKRIPSI BUSINESS MODEL

Terdapat 2 model bisnis utama, yaitu Manufaktur dan *Business to Consumer* (B2C). Dimana, produk kami akan dipasarkan melalui *official store* ataupun *e-commerce*, sehingga masyarakat menjadi lebih mudah dalam membeli produk kami. Produk yang serupa dengan perusahaan kami adalah produk-produk *smart home*, yang memudahkan penggunanya untuk mengontrol perangkat dari jarak jauh. Pengguna cukup membeli alat-alat rumah tangga yang “pintar” untuk dapat menggunakan *smart home* tersebut. Berbeda dengan produk kami, pengguna hanya membutuhkan satu alat saja yang dihubungkan pada MCB listrik untuk mengontrol seluruh aliran listrik yang terhubung. Alat tersebut terintegrasi dengan *smartphone*, sehingga akan menampilkan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh pengguna.

### ANALISIS PASAR DAN KOMPETITOR



Mengutip berita ekonomi.bisnis.com, Indonesia memiliki penduduk sebanyak 270 juta dengan pengguna listrik sebanyak kurang lebih 77.2 juta dari jumlah penduduk di Indonesia. Dari pengguna listrik tersebut sebanyak 5% atau 3.8 juta menggunakan e-Li. Perusahaan kami hanya menargetkan pasar sebanyak 5% atau 192 ribu dengan harga per item Rp 500.000, maka didapatkan sebanyak 9.6 miliar rupiah dalam setahun.

Kebutuhan pengguna e-Li adalah penggunaan listrik menjadi lebih hemat, biaya listrik bisa diminimalisir, dan dapat memonitor statistik barang elektronik dengan melihat daya listrik.

Komparasi value proposition dari alat-alat Smart Home yang sudah ada, yaitu: a) Harus memiliki beberapa perangkat “pintar” yang saling terhubung, b) Biaya untuk membeli keseluruhan perangkat tinggi, sedangkan *value proposition* dari e-Li memiliki perbedaan,

yaitu: a) Hanya membutuhkan 1 produk e-Li, b) Biaya yang cukup terjangkau.

## STRATEGI BISNIS

Ide bisnis yang kami tawarkan adalah produk untuk penghematan listrik. Adanya e-Li, pengguna dapat melihat statistik arus listrik, dan perangkat elektronik yang terhubung listrik kemudian informasi tersebut akan dikirim melalui Aplikasi *Mobile* yang telah terintegrasi dengan produk e-Li.



*Business Model Canvas* tersebut menjelaskan bahwa produk e-Li ditujukan kepada masyarakat umum, baik di bidang rumah tangga maupun industri. Selain itu, e-Li juga menawarkan beberapa keunggulan diantaranya mengontrol arus listrik sehingga dapat menghemat penggunaan listrik.

## II. Company Description

<b>Business Name</b>	Smart Saving Energy											
<b>Company Mission Statement</b>	e-Li adalah produk untuk penghemat listrik yang membantu pengguna dalam mengelola pemakaian listrik melalui Aplikasi yang telah terintegrasi dengan e-Li. Misi kami adalah mewujudkan dan mengembangkan produk penghemat energi listrik yang ramah lingkungan. Selain itu juga memberikan pelayanan dan produk yang berkualitas demi kepuasan pelanggan.											
<b>Company Philosophy/ Values</b>	Nilai-nilai perusahaan kami membentuk budaya dan cara kami dalam menjalankan bisnis. Nilai-nilai sangat berperan penting dalam memandu kami di setiap aspek. Maka dari itu kami selalu mengedepankan nilai-nilai kedisiplinan, inovasi terbaru, dan integritas tinggi untuk menunjang filosofi bisnis kedepannya.											
<b>Company Vision</b>	Visi kami adalah menjadi perusahaan manufaktur alat penghemat listrik yang terkemuka dan terpercaya di Indonesia.											
<b>Goals &amp; Milestones</b>	<table><tr><td>No</td><td>Goal</td><td>Milestone</td></tr><tr><td>1</td><td>Mencapai jumlah penjualan sebanyak 500 unit</td><td>1 tahun</td></tr><tr><td>2</td><td>Membuka cabang kantor di kota lain</td><td>2 tahun</td></tr></table>			No	Goal	Milestone	1	Mencapai jumlah penjualan sebanyak 500 unit	1 tahun	2	Membuka cabang kantor di kota lain	2 tahun
No	Goal	Milestone										
1	Mencapai jumlah penjualan sebanyak 500 unit	1 tahun										
2	Membuka cabang kantor di kota lain	2 tahun										
<b>Target Market</b>	1. Perkantoran 2. Hotel 3. Rumah Makan 4. Rumah Tangga 5. Sekolah											
<b>Industry/ Competitors</b>	Berdasarkan data <i>Handbook of Energy and Economic Statistics of Indonesia</i> (Pusdatin ESDM). Energi listrik di Indonesia saat ini merupakan jenis energi yang paling banyak dikonsumsi, yaitu mencapai sekitar 78% dengan kecenderungan semakin meningkat setiap tahunnya seiring dengan pertumbuhan penduduk yang meningkat pesat serta perkembangan teknologi yang semakin maju. Dengan semakin meningkatnya penggunaan energi yang sejalan dengan perkembangan perekonomian/industri, maka penghematan energi merupakan prospek jangka panjang yang cukup menjanjikan. Masih sedikit kompetitor yang telah terjun di industri ini, karena itulah kami akan membuat beberapa terobosan baru untuk penghematan listrik secara berkala agar dapat bersaing dengan kompetitor lain.											

<b>Legal Structure/ Ownership</b>	Bisnis kami merupakan kepemilikan perseorangan karena memiliki fleksibilitas dalam memberikan keputusan. Selain itu, perusahaan menerima segala bentuk risiko yang diberikan.
-----------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### III. Products & Services

<b>Business Name</b>	<i>Smart Saving Energy</i>
<b>Product/ Service Idea</b>	<i>IoT system</i>
<b>Special Benefits</b>	Mempunyai kerjasama dengan Arduino
<b>Unique Features</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fitur grafik penggunaan listrik, pengguna dapat melihat pemakaian listrik sesuai dengan tanggal yang ada.</li> <li>2. Fitur peringatan daya, sistem akan mengirimkan notifikasi peringatan ketika daya yang digunakan terlalu tinggi.</li> <li>3. Fitur mengatur arus listrik, pengguna dapat menonaktifkan/mengaktifkan arus listrik melalui aplikasi yang terintegrasi dengan e-Li.</li> </ol>
<b>Production and Delivery</b>	<p>Produksi:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bahan baku dibeli melalui perusahaan elektronik</li> <li>2. Kemudian dilakukan perakitan oleh teknisi</li> </ol> <p>Delivery:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melalui pihak ekspedisi yang telah bekerja sama</li> </ol>
<b>Suppliers</b>	Perusahaan yang menjual bahan elektronik.
<b>Intellectual Property Special Permits</b>	e-Li bukan merupakan cabang dari perusahaan manapun. Oleh karena itu, kami tidak memiliki kesepakatan dengan orang lain. Namun, kami memiliki hak cipta agar orang lain tidak menggunakan nama dan logo kami.
<b>Product/ Service Description</b>	e-Li merupakan produk untuk menghemat energi listrik yang dapat mempermudah pengguna dalam mengontrol arus listrik. Produk tersebut mengirimkan informasi melalui aplikasi <i>mobile</i> yang telah terintegrasi.

#### IV. Marketing Plan

##### SWOT Analysis

	Strengths	Weaknesses	Opportunities	Threats
<b>Product/Service Offering</b>	e-Li adalah perangkat yang berfungsi untuk penghematan listrik di sebuah rumah, kantor, rumah makan, dll dan kaya akan fitur.	Semakin banyaknya alat elektronik yang memiliki daya listrik tinggi akan semakin lemah perangkat e-Li.	Dengan banyaknya fitur yang dihadirkan maka pelanggan akan sangat terbantu dengan kehadiran perangkat ini.	Sistem mudah diretas oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.
<b>Brand/Marketing</b>	Bisnis yang diterapkan e-Li ini sangat bermanfaat, mengingat penggunaan listrik semakin meningkat.	Pengeluaran biaya yang terjadi akan cukup tinggi terutama dalam masalah promosi.	Dengan melihat manfaat dari sistem, pelanggan akan lebih tertarik.	Strategi pemasaran dari perusahaan lain yang lebih baik.
<b>Staff/HR</b>	Proses pembuatan dan penjualan perangkat didukung oleh <i>engineer</i> dan marketer yang berpengalaman.	Terjadinya masalah yang diluar dugaan membuat teknisi dan <i>marketer</i> membutuhkan waktu lama untuk memperbaiki sistem.	<i>Engineer</i> muda cenderung lebih tertarik terhadap teknologi terbaru sehingga lebih kreatif dalam pengembangan.	Ancaman dari perusahaan lain yang dapat membuat karyawan tertarik untuk menjadi bagian dari mereka.
<b>Finance</b>	Fitur yang dihasilkan e-Li sebanding dengan harga yang dipasarkan.	Semakin banyaknya alat elektronik yang memiliki daya listrik tinggi akan semakin mahal perangkat yang digunakan.	Perangkat ini bisa menjadi bisnis yang menguntungkan bagi perusahaan.	Perusahaan kompetitor menawarkan harga yang lebih murah.
<b>Operations/Management</b>	Teknologi yang diterapkan menggunakan sistem IoT serta menerapkan strategi manajemen	Memonitoring secara bertahap agar tidak menimbulkan resiko yang dapat merugikan pihak terkait.	Banyak perusahaan atau teknologi yang mendukung bisnis e-Li sehingga mencari perangkat dengan mudah.	Kurangnya keterampilan dan instrumen yang memadai dalam manajemen resiko.

	operasional yang tepat.			
<b>Market</b>	Sasaran bisnis kami yaitu tempat yang memiliki pemakaian daya listrik yang boros.	Perangkat ini belum bisa dipakai pada tempat yang memiliki aliran listrik tinggi seperti gedung, mall dll.	Produk e-Li memiliki fitur yang lengkap, sehingga dapat bersaing dengan produk lain.	Perubahan strategi pesaing dapat mengancam posisi kami di <i>market</i>
<b>Can any of your strengths help with improving your weaknesses or combating your threats? If so, please describe how below.</b>				
Iya, karena Produk dan layanan yang kami tawarkan sangat berguna dan berkualitas sehingga membantu kami untuk dapat bersaing dengan kompetitor serta untuk memberi kami keunggulan kompetitif. Selain itu, teknik pemasaran kami akan membantu dalam mengatasi salah satu kelemahan kami yang cukup besar yaitu “masih baru di bisnis ini”.				
<b>Based on the information above, what are your immediate goals/next steps?</b>				
Langkah selanjutnya pada bisnis kami: 1. Mengembangkan fitur atau memperbaiki fitur yang terdapat masalah secara bertahap.				
<b>Based on the information above, what are your long-term goals/next steps?</b>				
1. Memperluas pemasaran. 2. Melakukan pembaruan teknologi secara bertahap.				

### ***Competitor Data Collection Plan***

<b>Product</b>	<b>e-Li</b>	<b>Smart Home</b>
<b>Price</b>	Produk e-Li dipasaran sebesar Rp. 500.000 per unit.	Produk <i>Smart home</i> dipasarkan sebesar Rp. 1.500.000.
<b>Benefits/Feature</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fitur grafik penggunaan listrik, pengguna dapat melihat pemakaian listrik sesuai dengan tanggal yang ada.</li> <li>2. Fitur peringatan daya, sistem akan mengirimkan notifikasi peringatan ketika daya yang digunakan terlalu tinggi.</li> <li>3. Fitur mengatur arus listrik, pengguna dapat menonaktifkan/mengaktifkan arus</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fitur controlling, pengguna dapat mengatur semua perangkat “pintar” yang terhubung.</li> <li>2. Fitur mengelola aktivitas pengguna, memantau jadwal, pengingat daftar tugas.</li> </ol>



	listrik melalui aplikasi yang terintegrasi dengan e-Li.	
<b>Market Strategy</b>	Menyasar pasar rumah tangga, perkantoran, restoran.	Menyasar rumah tangga, dan perkantoran.

### *Competitive Analysis Worksheet*

<b>FACTOR</b>	<b>Me (e-Li)</b>	<b>Competitor A (Smart Home)</b>	<b>Competitor B</b>	<b>Competitor C</b>	<b>Importance to Customer</b>
<b>Products</b>	S	S	-	-	1
<b>Price</b>	S	W	-	-	1
<b>Quality</b>	S	S	-	-	1
<b>Selection</b>	W	W	-	-	3
<b>Service</b>	S	S	-	-	2
<b>Reliability</b>	S	S	-	-	3
<b>Stability</b>	S	S	-	-	3
<b>Expertise</b>	S	S	-	-	3
<b>Company Reputation</b>	S	W	-	-	2
<b>Location</b>	W	W	-	-	4
<b>Appearance</b>	S	S	-	-	3
<b>Sales Method</b>	W	S	-	-	4
<b>Credit Policies</b>	W	S	-	-	2
<b>Advertising</b>	W	S	-	-	1
<b>Image</b>	W	S	-	-	1

### Marketing Expenses Strategy Chart

	Target Market 1	Target Market 2
<b>One-Time Expenses</b>	Rp 500.000 untuk harga toko.	Rp 485.000 untuk harga melalui <i>official store</i> .
<b>Labor Costs</b>	Gaji staf.	Gaji admin.

### Pricing Strategy Worksheet

<b>Business Name</b>	e-Li	
<b>Which of the following pricing strategies will you employ? Circle one.</b>		
<b>Cost Plus</b>	<b>Value Based</b>	<b>Other:</b>
<p>Kami menggunakan strategi <i>cost-plus</i>, dimana bisnis tidak fokus pada kualitas, melainkan hanya ingin mencari keuntungan. Produk e-Li dijual dengan harga Rp 500.000 dengan keuntungan sebesar Rp 185.000 - 200.000. Produk dijual dengan harga Rp 500.000 untuk pembelian langsung melalui toko resmi, tetapi ketika konsumen ingin membeli melalui <i>website/e-commerce</i> sedikit berbeda dengan harga menjadi Rp 485.000.</p>		

### Distribution Channel Assessment Worksheet

	Distribution Channel 1 (Retail)	Distribution Channel 2 (e-Commerce)
<b>Ease of Entry</b>	Mudah	Mudah
<b>Geographic Proximity</b>	Dekat	Penjualan melalui website
<b>Costs</b>	Pajak dan biaya operasional	Komisi sebesar 2% dari harga produk
<b>Competitors' Positions</b>	Mempengaruhi	Mempengaruhi
<b>Management Experience</b>	Berpengalaman	Berpengalaman
<b>Staffing Capabilities</b>	Bagus	Bagus

<b>Marketing Needs</b>	Sangat dibutuhkan	Sangat dibutuhkan
------------------------	-------------------	-------------------

## V. Operational Plan

### 1. Production

Perangkat akan diproduksi oleh pabrik secara cepat dan efektif dengan bantuan teknisi yang berpengalaman di bidangnya.

### 2. Quality control

Produk yang telah selesai dirakit oleh teknisi kemudian dilakukan pengontrolan melalui teknologi, tujuannya untuk memastikan barang telah sesuai dengan standar yang telah ditentukan.

### 3. Location

Bisnis kami terletak di kawasan industri di kota Yogyakarta dengan skala bisnis nasional.

### 4. Legal environment

- Bisnis kami beroperasi di Indonesia, oleh karena itu kami harus mengikuti prosedur hukum negara ini.
- Kami membutuhkan Lisensi atau izin dari pemerintah terkait yaitu dinas perindustrian dan bisnis kami belum memilikinya.
- Kami sedang dalam proses pengajuan merek dagang, hak cipta, atau paten.
- Asuransi produk kami berupa garansi pada perangkat selama dua bulan penggunaan.
- Bisnis kami memiliki target penjualan di beberapa tempat seperti restaurant, sekolah, kantor, dll yang membutuhkan penghematan listrik.
- Peraturan yang terdapat pada bisnis kami yaitu karyawan memiliki tanggung jawab di bidangnya masing-masing dan memiliki kedisiplinan tinggi.

### 5. Personnel

Detail personel yang kami miliki adalah sebagai berikut:

Kami membutuhkan karyawan setidaknya memiliki gelar Sarjana/S1 Jurusan Teknik Informatika, Teknik Elektro, Teknik Industri, dan Ekonomi. Ini adalah salah satu persyaratan kami agar mudah dididik dan tahu bagaimana berperilaku dengan pelanggan. Selain itu kami memerlukan sekitar 20 karyawan. Kami membutuhkan pekerja di bidang Teknisi, Pemasaran/Marketing, dan *Human Resources*. Cara kami dalam menemukan karyawan adalah dengan menawarkan melalui surat kabar/internet, serta mencari mahasiswa-mahasiswa *Fresh Graduate*.

### 6. Inventory

Dibawah ini adalah barang-barang yang kami siapkan sebagai *inventory*:

- Kami menyimpan beberapa jenis *inventory* yaitu bahan mentah, persediaan, produk jadi.
- Kami akan menginvestasikan sekitar 30 juta rata-rata setiap bulan pada inventaris yang akan menjadi bagian dari seluruh biaya produksi.
- Tingkat perputaran persediaan pabrik diharapkan mencapai 23% dengan rata-rata perputaran industri sebesar 18%.

- Perusahaan kami membutuhkan waktu selama kurang lebih seminggu untuk memproduksi.

## 7. Suppliers

Supplier kami adalah:

- Jogjarobotika

Jogjarobotika adalah perusahaan pemasok barang elektronik khususnya arduino uno. Memiliki alamat di Jl. Cemp. No.256, Perumnas Condong Catur, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

## 8. Credit policies

Kami tidak berencana untuk menjual kepada pelanggan secara kredit karena sifat bisnis kami yang tidak mendukung hal tersebut.

## VI. Management & Organization

### *Management Worksheet*

<b>Bio/s</b>	Tim Lekhar : 1. HARIS RISKI RAKHMAN (18523113) 2. ANDHIKA RIZKY ARYASTA (18523073) 3. AHMAD RAIHAN AKHDANI (18523216)
<b>Gaps in Management or Experience</b>	- Pengalaman dalam memasarkan produk - Manajemen Perusahaan - Manajemen Keuangan
<b>Advisors</b>	Pembimbing : 1. Kholid Haryono Anggota Tim: 1. Haris Riski Rakhman 2. Andhika Rizky Aryasta 3. Ahmad Raihan Akhdani

## VII. Startup Expenses & Capitalization

### a. Break Even Point (BEP)

#### Biaya tetap

Keterangan	Harga/bulan
Gaji Karyawan	32.000.000
Marketing	8.000.000
Biaya operasional	10.000.000
Biaya perawatan	6.000.000
<b>Total</b>	<b>56.000.000</b>

#### Biaya variabel

Rp 300.000

#### Harga jual

Rp 500.000

**Rumus BEP = Biaya tetap / (Harga jual - Biaya variabel)**

$$= 56.000.000 / (500.000 - 300.000)$$

$$= 56.000.000 / (200.000)$$

$$= 280 \text{ unit}$$

Artinya perusahaan harus menjual 280 unit agar tidak mengalami kerugian. Tetapi jika perusahaan menginginkan keuntungan sebesar Rp 114.000.000, maka perusahaan perlu menjual 780 unit.

### b. Return on Investment (ROI)

Jika kami mendapatkan investasi sebesar Rp 100.000.000, maka akan menghasilkan penjualan sebesar Rp 166.500.000. Artinya perusahaan memperoleh laba sebesar Rp 66.500.000. Secara sederhana rumus perhitungan ROI adalah sebagai berikut:

**Rumus ROI = (Total Penjualan – Nilai Investasi) / Investasi x 100%**

$$= (166.500.000 - 100.000.000) / 100.000.000 \times 100\%$$

$$= 66.500.000 / 100.000.000 \times 100\%$$

$$= 0.665 \times 100\%$$

$$= 66.5\%$$