

PERANCANGAN BUSINESS PLAN WEBSITE JUAL BELI PROPERTI

Desta Saifurrahman Prabowo¹, Farda Hasun², Maria Dellarosawati³

¹Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

Abstrak

Industri internet saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat beberapa tahun terakhir ini. Industri pemasaran internet menjadi primadona dalam melakukan segala aktivitas jual beli yang dilakukan oleh industri di Indonesia. Telah berkembangnya website jual beli di Indonesia semakin mendorong persaingan untuk menjadi website jual beli nomer satu di Indonesia. AR Properti selaku bentuk usaha agen penjualan Properti juga terjun pada bisnis website jual beli khusus sektor properti dengan merek dagang Indonesianproperti.com. Namun, dalam membangun sebuah bisnis baru perlu dibuat rencana bisnis agar bisnis menjadi terarah dan menjadi acuan dalam pengambilan keputusan dimasa yang akan datang. Penentuan rencana pemasaran ditempuh melalui observasi pada media internet, alat penelitian berupa google keyword tools guna mengetahui berapa pasar potensial, pasar tersedia dan pasar sasaran dari produk Indonesianproperti.com serta peramalan data sekunder dari produk Indonesianproperti.com. Untuk menentukan rencana teknis dan financial digunakan data teknis dan keuangan yang diperoleh dari AR Properti dan dari berbagai sumber lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bagaimana rencana bisnis yang akan digunakan dalam menjalankan bisnis website jual beli properti Indonesianproperti.com. Rencana pemasaran menunjukkan positioning dan tagline yang digunakan oleh perusahaan, serta bagai mana metode pemasaran yang digunakan dalam mencapai tujuan perusahaan. Rencana teknis dan operasi menunjukkan kebutuhan aplikasi, kebutuhan pegawai, serta kebutuhan kantor yang akan digunakan sesuai visi misi perusahaan. Hasil perhitungan rencana keuangan menunjukkan nilai NPV untuk periode 2014 - 2018 adalah Rp 104.169.328,95, nilai MARR 14%, nilai IRR 17,60%, nilai PBP 4,003, Nilai NPV > 0, dan IRR > MARR (14%)

Kata Kunci : Indonesianproperti.com, Rencana bisnis, rencana pemasaran, rencana teknis, rencana keuangan

Abstract

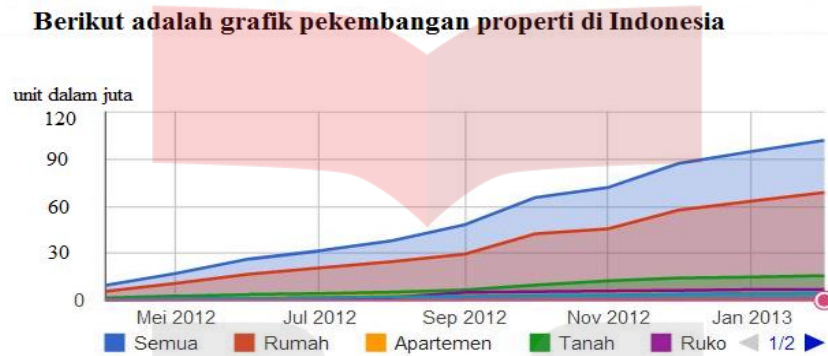
Industry internet now has the development of very rapidly the last few years. Industry marketing internet become favorite in do all activity sales - and - done by industry in indonesia. Has a flourishing website sales - and - in indonesia foster competition to be website sales - and - number one in indonesia. A RProperti as establishment sales agents property also plunge on website business sales - and - special sector property with trademark Indon esianproperti. c o m b ut in building a new business needs to get business plan to business be directed and be included in decision - making in the future. Determination plan marketing traveled through observation in the press the internet, research instrument in form of google keyword tools to know how a potential market, available market and target market of products I ndonesianproperti.com and forecasting data secondary of products Indonesianp roperti. c om t o determine the technical plan and financial used tech nical data and finance obtained from ar of property and of various other sources. The results of research shows how is business plan to be used in running a busines s websites sales - and - property I ndonesianproperti.com. The marketing plan showed positionin g and used by a company, a tagline and how the metho d employed in accomplishing a goal marketing company. Technical plan and operation of application, showed the need for the needs of employees and the needs of the office to be used in accordance the visio n of the company. The result of reckoning financial plan for the period indicated value of NPV 2014 - 2 018 Rp 104.169.328,95, MARR 14%, the value of IRR 17,6 0%, the value of PBP 4,003, the value of NPV > 0, and IRR > MARR (14%)

Keywords : ndonesianproperti.Com, Business Plan, marketing plan, technical plan, operational plan, financial plans

BAB I PENDAHULUAN

I.1 LATAR BELAKANG

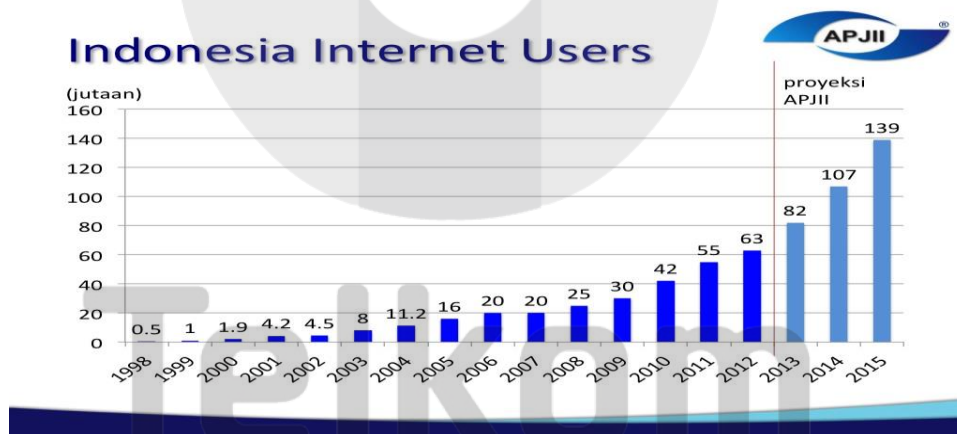
Grafik Properti



Gambar I.1 Perkembangan properti di Indonesia (Kompas, Februari 2013)

Perkembangan properti di Indonesia sangatlah pesat. Menurut perhitungan *Area Analytics* berdasarkan data *UrbanIndo.com*, sejak Bulan Agustus 2012 hingga Februari 2013 pemasaran properti di Indonesia selalu mengalami peningkatan setiap bulannya, di akhir bulan Februari 2013 total properti yang dipasarkan mencapai 101 juta properti yang terjual di Indonesia (Kompas, Februari 2013). Hal tersebut merupakan nilai yang cukup besar dan akan terus berkembang setiap tahunnya. Ar- rahman Properti (AR Properti), sebagai salah satu bentuk usaha bidang properti yang didirikan sejak tahun 2005 juga terus mengembangkan usahanya. Pada awal pendiriannya AR Properti hanya fokus pada sektor kontraktor bangunan rumah untuk properti menengah ke bawah. Namun AR Properti tidak berkembang sesuai yang diinginkan. Seiring berjalannya waktu, Dalam perkembangannya juga AR Properti ingin bergerak di bidang agen jual beli properti untuk wilayah Jabodetabek dan baru pada tahun 2012 AR properti menjadi agen jual beli properti. Sebagai agen jual beli properti AR Properti sangat membutuhkan data dan informasi selengkap-lengkapny tentang properti yang sedang dijual dan juga sedang diminati oleh pelaku industri properti.

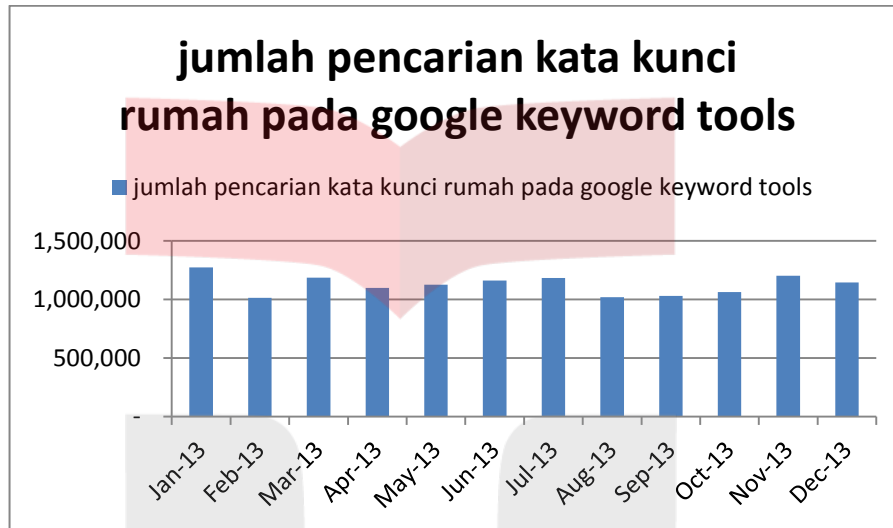
Kemajuan di bidang teknologi, komputer, dan telekomunikasi mendukung perkembangan teknologi internet. dengan internet pelaku bisnis tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun, untuk menunjang aktivitas bisnisnya, bahkan sekarang cenderung dapat diperoleh berbagai macam informasi, sehingga informasi harus disaring untuk mendapatkan informasi yang tepat dan relevan. Penggunaan internet khususnya *website* jual beli dalam bisnis berubah dari fungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi alat untuk aplikasi strategi bisnis, seperti pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan. Pemasaran di internet cenderung menembus berbagai rintangan, batas bangsa, dan tanpa aturan-aturan yang baku. sedangkan pemasaran konvensional, barang mengalir dalam partai-partai besar, melalui pelabuhan laut seperti kontainer, distributor, lembaga penjamin, importir, dan lembaga bank. Pemasaran konvensional lebih banyak yang terlibat dibandingkan pemasaran lewat internet. Pemasaran di internet sama dengan *direct marketing*, konsumen dapat berhubungan langsung dengan penjual, walaupun penjualnya berada di luar negeri.



Gambar I.2 Pengguna Internet di Indonesia (APJII, 2013)

Sebuah survei yang diselenggarakan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2012 mencapai 63 juta orang atau 24,23 persen dari total populasi negara ini. Tahun berikutnya, angka itu diprediksi naik sekitar 30 persen menjadi 82 juta pengguna dan terus tumbuh menjadi 107 juta pada 2014 dan 139 juta atau 50 persen total populasi pada 2015 (Kompas, 12 Januari 2013).

Dalam perkembangan bisnis, bisnis *online* menjadi primadona baru dalam melakukan kegiatan jual beli barang maupun jasa yang diinginkan. Begitupun juga pada bisnis properti. Pelaku bisnis properti cenderung lebih memilih media *website* untuk melakukan aktifitas jual beli properti.



Gambar I.3 Jumlah pencarian kata kunci pada google keyword tools

Berdasarkan penelusuran di mesin pencari *google*, jumlah pencarian kata kunci rumah pada *google keyword tools* selalu berubah-ubah, namun dari data yang diperoleh jumlah pencariannya cukup stabil yaitu selalu diatas 1.000.000 pencarian tiap bulannya. Hal tersebut yang mendorong untuk menciptakan suatu bisnis *website* jual beli properti baru karena jumlah tersebut merupakan pasar internet yang baik untuk menjalankan sebuah bisnis *online* untuk bidang jual beli properti.

I.2 RUMUSAN MASALAH

Hal utama yang harus dilakukan sebelum memulai usaha adalah membuat perencanaan bisnis (*business plan*) guna meminimalisasi resiko atau kerugian yang mungkin terjadi. Penyusunan bisnis ini dibuat secara sistematis yang akan menganalisa perencanaan strategi, perencanaan fungsional atau teknis, dan perencanaan keuangan. Dalam hal ini masalah yang diangkat adalah:

1. Bagaimana rencana pemasaran yang digunakan dalam menjalankan bisnis *website* jual beli properti ini?

2. Bagaimana rencana teknis atau operasi layanan yang digunakan dalam menjalankan bisnis *website* jual beli properti ini?
3. Bagaimana rencana manajemen dan organisasi yang digunakan dalam menjalankan bisnis *website* jual beli properti ini?
4. Bagaimana rencana keuangan yang digunakan dalam menjalankan bisnis *website* jual beli properti ini?

I.3 TUJUAN PENELITIAN

1. Mendeskripsikan bagaimana rencana pemasaran yang digunakan dalam menjalankan bisnis *website* jual beli properti ini.
2. Mendeskripsikan bagaimana rencana teknis atau operasi layanan yang digunakan dalam menjalankan bisnis *website* jual beli properti ini.
3. Mendeskripsikan bagaimana rencana struktur organisasi dan sumber daya manusia yang digunakan dalam menjalankan bisnis *website* jual beli properti ini.
4. Mendeskripsikan bagaimana rencana keuangan yang digunakan dalam menjalankan bisnis *website* jual beli properti ini.

I.4 MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi perusahaan
 - 1) Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam upaya perusahaan dalam mengelola sumber daya yang efektif, menyusun strategi pemasaran dan keuangan untuk mendukung pencapaian visi, misi, dan tujuan perusahaan.
 - 2) Dapat memberikan masukan pengambilan keputusan tindakan nyata dalam perencanaan bisnis ini dan menentukan kebijakan perusahaan dimasa yang akan datang mengenai strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan reputasi perusahaan
2. Bagi Investor
 - 1) Sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan investasi di *website* jual beli properti

I.5 BATASAN MASALAH

Untuk mendapatkan suatu hasil seperti yang diharapkan, lebih terarah dan tidak menyimpang dari tujuan penelitian maka perlu dilakukan pembatasan dalam penelitian ini yaitu,

1. Penelitian hanya menitik beratkan pada rencana bisnis, untuk internet marketing dan pengembangan *website* tidak dibahas secara terperinci
2. Pada perencanaan keuangan tidak dilakukan pembagian profit pada pemegang saham
3. Pada perencanaan teknis, kantor yang digunakan merupakan *virtual office*



BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

VI.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Rencana bisnis usaha *website* jual beli pada AR Properti, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Rencana pemasaran terdiri dari *tagline* and *positioning*, dan juga metode pemasaran dan langkah-langkah pemasaran yang dilakukan dalam memasarkan produk *Indonesianproperti.com*. *Tagline* perusahaan berupa “cara lain jual beli properti anda” yang memiliki makna, pembeli yang sudah terbiasa melakukan aktifitas jual beli properti melalui informasi foto atau gambar, kini akan menemukan cara lain dalam melakukan aktifitas jual beli propertinya, karena *website* menyediakan fasilitas video yang menyajikan gambaran keseluruhan mengenai properti dalam bentuk video dan video akan menggambarkan keadaan properti sedetail mungkin sehingga pembeli tidak harus melihat ke lokasi langsung. Sedangkan metode dan langkah-langkah pemasaran yang dilakukan dalam menjalankan dilakukan merupakan langkah-langkah yang sudah banyak dipakai oleh para pelaku bisnis internet marketing. hal ini memungkinkan *website Indonesianproperti.com* akan cepat dikenal oleh pelaku pasar industri properti di Indonesia sesuai dengan visi atau tujuan dari perusahaan.
2. Rencana Teknis dari produk *Indonesianproperti.com* terdiri dari rencana terhadap kebutuhan teknis dan operasi seperti kebutuhan aplikasi, konfigurasi produk, kebutuhan kantor, dan juga kebutuhan pegawai. Rencana tersebut telah disesuaikan dengan tujuan perusahaan, sehingga rencana teknis sudah cukup baik untuk menjalankan bisnis ini. Dan juga estimasi biaya yang akan dikeluarkan oleh AR Properti untuk menjalankan produk ini telah disesuaikan dengan jumlah demand yang ada. Sehingga tidak memberatkan perusahaan dalam menjalankan usaha ini.
3. Rencana manajemen dan organisasi menggambarkan rencana perusahaan terhadap kebutuhan pegawai dan juga struktur organisasi yang dipakai dalam menjalankan bisnis *Indonesianproperti.com*. untuk bentuk perusahaan *startup*

seperti ini struktur organisasi struktural merupakan struktur organisasi yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan dalam menjalankan bisnis ini.

4. Rencana keuangan dari produk *Indonesianproperty.com* menggambarkan estimasi-estimasi biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menghitung laporan keuangan seperti laporan laba rugi, *cash flow* dan juga neraca. Serta untuk melihat nilai investasi dari bisnis ini. Adapun parameter investasi yang dihasilkan adalah:

| | | |
|-----|---|--|
| NPV | : | Rp 104.169.328,95 untuk periode 2014-2018 (5 tahun awal usaha berjalan) dan nilai MARR 14% |
| IRR | : | 17,60% |
| PBP | : | 4,003 tahun |

VI.2 Saran

Dari penelitian ini, saran bagi perusahaan sebagai penyelenggara Produk dan layanan *Indonesianproperty.com* adalah :

1. Perlunya riset pasar yang akurat dalam pengembangan bisnis kedepannya untuk menyesuaikan dengan kondisi pasar yang diinginkan
2. Perlu menciptakan inovasi-inovasi pada *website* dan pemasaran agar pengunjung *Indonesianproperty.com* semakin hari semakin bertambah dan pendapatan dari *pay per klick* dan juga iklan mandiri akan semakin meningkat
3. AR Properti harus lebih memperhatikan pesaing-pesaing yang sudah ada untuk layanan *website* jual properti di Indonesia.

Sedangkan saran untuk penelitian selanjutnya adalah :

1. Perlu diteliti lagi sektor pasar yang akan dimasuki agar perusahaan dapat berkembang secara nasional dan dapat memberi nilai tambah bagi perusahaan.
2. Perlu dipertimbangkan untuk mencari data-data yang lebih banyak sebagai bahan perbandingan dalam melakukan kajian. Terutama untuk merumuskan asumsi yang akan digunakan untuk melakukan perhitungan keuangan.
3. Perlu dilakukan penelitian tentang *web development* untuk mengetahui *future-future* apa saja yang disukai pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, Dave; et al.(2000). *Internet Marketing*. Pearson Education limited. England.
- Eisenmann, Thomas R; (2002). *Internet Business Models-Text And Cases*. International Edition, Mc Graw-Hill.
- Henry Chesbrough & Richard S. Rosenbloom, 2002. "*The role of the business model in capturing value from innovation: evidence from Xerox Corporation's technology spin-off companies*," Industrial and Corporate Change, Oxford University Press, vol. 11.
- Kotler, philips (2005) , *manajemen pemasaran edisi terjemahan oleh Benyamin Molan dan Bambang Sarwiji*. Jilid 1 edisi 11, PT Indeks, Jakarta.
- Megginson, Leon C. (2003). *Personal Management A Human resources Approach Homewood*. Richard D Irwin, Inc.
- Mohammed, Rafi A; et al. (2003). *Internet Marketing: Building Advantage In A Network Economy*. 2nd Edition. Prestice Hall.
- Querton, Rodney (2002), *business planning made simple*. Ina Publikatama, 2002.
- Robert C. Kyle & Floyd M. Baird, RPA/SMA (1991). *Property Management*. Fourth Edition. Dearborn Financial Publishing, Inc.
- Sidik, Ignas G. (2013), "*Bisnis sukses: Menyusun rencana bisnis lengkap-terpadu*", kompas gramedia, jakarta
- Soemintro, Rochmat (1992), "*Pengantar Singkat Hukum Pajak*", PT. Eresco Bandung
- Brotohadihardjo, Santoso R (1991), "*Pengantar ilmu Hukum pajak*", PT. Eresco Bandung