

APPLE SERVICE CENTER DI SURABAYA

Budi Hartono

Magister Manajemen

budzciamik@hotmail.com

Abstrak

iRepair merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa yaitu jasa service produk Apple. Dalam kegiatan pemasaran, telah ditetapkan STP (*segmentation, targeting, positioning*), 7P (*product, price, place, promotion, people, Proses, Physical Evidance*), dan pertumbuhan pasar. Potensial pasar yang dimiliki adalah 3.708 unit gadget Apple di Surabaya. Pada perencanaan operasional juga telah membahas mengenai lokasi, *layout*, kapasitas produk, dan berbagai prosedur operasional iRepair. Struktur organisasi, jabatan, deskripsi kerja, kompensasi, dan tunjangan yang diberikan kepada sumber daya manusia yang bekerja iRepair juga telah ditetapkan. Pada perencanaan keuangan, modal awal yang disetorkan adalah Rp.1.000.000.000,- dengan *cost of capital* sebesar 18,1%. Hasil yang diperoleh sudah cukup baik dimana nilai NPV dan IRR secara berturut-turut adalah Rp.5.595.767.438,- dan 127% dalam periode 5 tahun, serta *payback period* sebesar 1,38 tahun.

Kata Kunci : Business Plan, Service Center Apple, Jasa Service, Komunitas Apple.

Abstrak - *iRepair* merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa yaitu jasa service produk Apple. Dalam kegiatan pemasaran, telah ditetapkan STP (*segmentation, targeting, positioning*), 7P (*product, price, place, promotion, people, Proses, Physical Evidance*), dan pertumbuhan pasar. Potensial pasar yang dimiliki adalah 3.708 unit gadget Apple di Surabaya. Pada perencanaan operasional juga telah membahas mengenai lokasi, *layout*, kapasitas produk, dan berbagai prosedur operasional *iRepair*. Struktur organisasi, jabatan, deskripsi kerja, kompensasi, dan tunjangan yang diberikan kepada sumber daya manusia yang bekerja *iRepair* juga telah ditetapkan. Pada perencanaan keuangan, modal awal yang disetorkan adalah Rp.1.000.000.000,- dengan *cost of capital* sebesar 18,1%. Hasil yang diperoleh sudah cukup baik dimana nilai NPV dan IRR secara berturut-turut adalah Rp.5.595.767.438,- dan 127% dalam periode 5 tahun, serta *payback period* sebesar 1,38 tahun.

Kata Kunci : Business Plan, Service Center Apple, Jasa Service, Komunitas Apple.

PENDAHULUAN

iRepair merupakan perusahaan yang akan dibangun bergerak dibidang jasa (*Apple Service Center*) dan menjual produk-produk yang berkaitan dengan produk Apple. Perusahaan ini akan didirikan di Surabaya bagian barat. Pemilihan Lokasi Surabaya Barat disebabkan oleh target pasar yang sesuai dengan produk yang ditawarkan.

iRepair memiliki visi yaitu, “*be the best Apple freak community*”. Sedangkan misi dari perusahaan ini adalah sebagai berikut.

1. Memberi Kenyamanan setiap pemilik produk Apple untuk memperbaiki, berkonsultasi, *upgrade software*, pengisian aplikasi, dan layanan-layanan yang terkait dengan produk Apple.
2. Membangun loyalitas pelanggan dengan memberikan fasilitas lounge dan menciptakan lingkungan yang bernuansa Apple.
3. Memberikan pelayanan dan produk terbaik secara profesional dan berkualitas untuk menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan.
4. Memanfaatkan setiap teknologi informasi sebagai peluang dalam peningkatan layanan kepada konsumen dan kinerja karyawan.
5. Memaksimalkan *profit* untuk dapat menjamin kesejahteraan dari karyawan dan pemilik, serta untuk menunjang pertumbuhan karyawan kearah yang lebih baik.

Tujuan dari perusahaan ini adalah mendapatkan *profit* dan kesejahteraan bagi para *stakeholder*. Bentuk bisnis dari badan usaha ini adalah perseorangan (*sole proprietorship*). *Contact person* yang ditunjuk adalah Budi Hartono dengan alamat email yaitu, im.budi.89@gmail.com selaku CEO perusahaan.

Perkembangan teknologi yang sangat cepat di dunia, memicu produsen-produsen *smartphone* untuk mengeluarkan produk-produk yang semakin canggih. Hal ini akhirnya turut mempercepat perkembangan perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbaikan maupun penyediaan produk asesoris-asesoris *smartphone*.

Ada beberapa permasalahan yang timbul dari pengamatan yang dilakukan penulis.

1. Sulitnya pelanggan menemukan tempat yang representative dan nyaman sesuai dengan tingkat ekonomi kustomer.
2. Tenaga ahli yang dapat memperbaiki produk-produk Apple sangat sulit didapatkan.
3. Peralatan yang dibutuhkan untuk memperbaiki produk-produk Apple sangat mahal.
4. *Spare part* produk Apple sangat sulit dicari.

METODE PENELITIAN

Business Model

Di dalam model bisnis di atas terdapat 9 blok bangunan yang menjadi faktor kunci didalam sebuah perusahaan, yaitu *customer segments*, *value proporsition*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, dan *cost structure*. Dibawah merupakan analisis masing-masing blok untuk perusahaan jasa *service* Apple iRepair di Surabaya.

Customer Segments (CS)

Pada blok bangunan ini segmen pelanggan menggambarkan sekelompok orang atau organisasi yang ingin dijangkau oleh perusahaan, dalam perusahaan iRepair segmen utama yang ingin dijangkau adalah

pengguna produk Apple. Pengguna produk Apple dapat langsung datang pada lokasi iRepair dengan nuansa Apple, selain itu pelanggan akan diberikan kenyamanan pelayanan dan kenyamanan tempat.

Value Proporsition (VP)

Value proporsition merupakan sesuatu alasan yang membuat pelanggan tidak beralih ke perusahaan lain. iRepair memberikan *Apple Ambiance* bagi pelanggan, hal ini disebabkan pasar yang dituju oleh Apple adalah pasar premium. Perusahaan ini juga menyediakan *delivery service* bagi toko-toko yang menjadi partner.

Channels (CH)

Channels merupakan proporsisi nilai sampai ke pelanggan melalui komunikasi, distribusi dan saluran penjualan, dalam perusahaan iRepair *channels* yang dimiliki adalah toko/jasa penerima *service*.

Customer Relationship (CR)

Hubungan ingin ditetapkan dan dikelola bersama masing-masing segmen pelanggan, dimana pada iRepair hubungan tersebut dijalin melalui *love mark* dan *ambiance* dalam perusahaan tersebut sehingga pelanggan merasa ada didalam suatu komunitas pecinta Apple demikian halnya dengan yang telah dilakukan Apple dengan membuat beberapa forum, antara lain forum Mac Rumour.

Revenue Streams (R\$)

Revenue Stream merupakan arus pendapatan yang dihasilkan dari proporsisi nilai yang sukses ditawarkan kepada pelanggan, dan arus pendapatan tersebut melalui jasa penerima *service*, penjualan berbagai produk misalnya penjualan asesoris, penjualan *spare part*, dan penjualan makanan dan minuman sebagai pendukung kenyamanan.

Key Resources (KR)

Sumber daya utama adalah aset-aset yang diperlukan untuk menawarkan dan memberikan semua elemen. Dalam konteks perusahaan ini sumber daya utama yang dimiliki meliputi SDM, *brand*, *spare part*, *equipment*, konten dan kesepakatan, Apple.

Key Activities (KA)

Aktifitas kunci yang dilakukan oleh perusahaan ini adalah service, pemasaran, dan penjualan.

Key Partnerships (KP)

Key partnership merupakan sumber daya yang diperoleh dari luar perusahaan dan dapat juga diperoleh melalui outsource, iRepair memiliki partner berupa supplier *spare part* dan supplier asesoris.

Cost Structure (C\$)

Dalam sebuah perusahaan terdapat biaya yang berpengaruh pada elemen-elemen model bisnis, biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan meliputi biaya sumber daya manusia, biaya-biaya yang berhubungan dengan gedung, biaya pemasaran dan biaya penjualan dan *service*.

Tabel 1. TOWS Matrix iRepair

TWOS	<p><u>Strengths :</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Layanan <i>Delivery Service</i> 2. Lokasi yang mudah diakses pelanggan 3. Pelayanan yang baik 	<p><u>Weaknesses</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Brand image</i> belum kuat 2. Keamanan perusahaan harus ekstra 3. Keterbatasan Modal
<p><u>Opportunities :</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah pesaing tidak terlalu banyak 2. Jumlah tempat <i>service</i> yang cukup banyak di Surabaya 3. Memiliki banyak pencinta merk Apple 	<p><u>Strategi SO :</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kerja sama dengan toko-toko <i>Service</i> (S1, S3, O2) 1. Menyediakan Lounge untuk para member (S2, S3, O3) 	<p><u>Strategi WO :</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan Lounge untuk para member (W1, O3)
<p><u>Threats</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak produk baru yang bermunculan 2. Bergantung pada naik turunnya penjualan produk Apple 3. Apple membuka <i>service center</i> terutama di Surabaya 4. SDM pindah ke perusahaan lain 	<p><u>Strategi ST :</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjamin Ketepatan waktu <i>service</i> (S3, T3) 	<p><u>Strategi WT :</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengadakan promosi yang menarik (W1, T1, T2)

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran dibentuk berdasarkan *segmentation, targeting, positioning* (STP). Perusahaan menemukan kelompok dan kebutuhan yang berbeda di pasar, membuat target kelompok dan kebutuhan, kemudian mengatur posisi sehingga target pasar mengenali gambaran dan penawaran perusahaan yang membedakannya dengan perusahaan lain (Kotler *et al.*, 2009).

STP

Segmentation, Dalam suatu segmen pasar terdapat sekelompok pelanggan yang memiliki kebutuhan dan keinginan yang serupa. Penentuan segmen dalam pemasaran akan memberikan keuntungan bagi perusahaan untuk menyediakan produk atau jasa yang dapat menarik target pasar. Secara umum, terdapat 4 variabel yang digunakan dalam segmentasi pasar (Kotler *et al.*, 2009), Segmentasi Geografis, Surabaya, Jawa Timur, di mana memiliki jumlah penduduk sebanyak 2.765.487 orang. Segmentasi Demografis, Pria dan wanita, dengan tingkat ekonomi menengah keatas. (*Majalah Marketeers*, Edisi Agustus 2013).

Targeting, Ketika perusahaan telah mengidentifikasi peluang segmen pasar, maka target perusahaan dapat dilakukan. Target dari iRepair adalah pria dan wanita yang berada di Surabaya, Jawa Timur dengan tingkat ekonomi menengah keatas, yang memiliki masalah dengan produk Apple yang dimiliki.

Positioning, merupakan seni untuk mendesain gambaran dan penawaran perusahaan agar dapat memperoleh tempat dalam pikiran target pasar (Kotler *et al.*, 2009). *Positioning* yang dilakukan oleh iRepair yaitu memberikan pelayanan dan produk yang terbaik secara profesional dan berkualitas.

Dalam mencari strategi pemasaran yang terbaik perlu dilakukan analisis terhadap elemen-elemen penting yang berpengaruh pada pemasaran perusahaan. Untuk menentukan strategi pemasaran, iRepair menggunakan *marketing mix* yang terdiri dari 7P.

Pertumbuhan Pasar

Pada bagian ini, akan dijelaskan proyeksi penjualan tablet. Dibawah ini ditunjukkan 3 peringkat tertinggi penjualan tablet di Indonesia antara lain Samsung, Apple, dan Imo.



Gambar 1. 3 Peringkat tertinggi penjualan Tablet di Indonesia

Pada tabel 11 menunjukkan penjualan Apple dari tahun ke tahun mulai dari tahun 2010 sampai 2012.

Tabel 2. Pertumbuhan penjualan tablet di Indonesia

Tahun	Total Penjualan Tablet (unit)	Penjualan Apple (unit)
2010	398.828	79.765,60
2011	799.256	159.851,20
2012	1.598.513	319.702,60

Dengan bertumbuhnya penjualan gadget terutama tablet di Indonesia setiap tahunnya, menunjukkan bahwa pasar yang ada di Indonesia terutama di Surabaya cukup besar. Tablet merupakan pergeseran gaya hidup masyarakat yang semakin tinggi menggunakan internet.

(<http://tekno.kompas.com/read/2012/02/13/10022062/Penjualan.Tablet.di.Indonesia.Bakal.Booming.di.2012>)

Ukuran Pasar

Potensi pasar iRepair dapat dilihat dari jumlah gadget Apple yang beredar di Surabaya. (Majalah Marketeers, Edisi Mei 2012) “Secara volume pelanggan Apple di Indonesia sudah signifikan. Bahkan, konon katanya pihak Apple akan menaikkan ratingnya di pasar Indonesia.”

Perhitungan Potensial Pasar

$$\frac{\text{Jumlah penduduk Surabaya}}{\text{Jumlah penduduk Indonesia}} \times 100\%$$

$$\frac{2,765,487}{237,641,326} \times 100\% = 1.16\%$$

$$\begin{aligned} \text{Potensial Pasar} &= \text{Total penjualan Apple Tahun 2012} \times 1,16\% \\ &= 319.702 \times 1,16\% \\ &= \mathbf{3.708 \text{ Unit}} \end{aligned}$$

Jadi pasar potensial yang dimiliki adalah 3.708 unit Gadget Apple di Surabaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa Rasio Keuangan

Perhitungan dan analisis rasio keuangan diperlukan dalam setiap perencanaan keuangan. Hal ini bermanfaat untuk menilai kinerja keuangan suatu perusahaan atau badan usaha yang bersangkutan.

Tabel 3. Rasio Keuangan Normal iRepair

	2014	2015	2016	2017	2018
ROA	69,46%	91,42%	86,26%	78,23%	69,31%
ROE	69,46%	91,42%	86,26%	78,23%	69,31%

Sumber Pendanaan dan WACC

Perhitungan WACC dilakukan dengan menggunakan presentasi dari *return on investment* alternatif investasi lainnya yang dipilih oleh iRepair memiliki dana lebih. Berdasarkan perhitungan *return* tertimbang iRepair yang dilakukan diperoleh nilai return sebesar 18,1%. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka WACC yang digunakan dalam perencanaan keuangan sebesar 18,1% yang kemudian akan digunakan untuk melakukan *Net Present Value*.

Tabel 4. Perhitungan WACC iRepair

Jenis Investasi	Komposisi	Return/Tahun	Return Tertimbang
Deposito	40%	6,25%	2,5%
Emas	60%	20%	12,0%
Premium Risk			3,6%
Total			18,1%

NPV, IRR, dan DPP

NPV (*Net Present Value*) merupakan selisih antara pengeluaran dan pemasukan yang telah didiskon dengan menggunakan *social opportunity cost of capital* sebagai diskon faktor. Untuk menghitung NPV diperlukan data tentang perkiraan biaya investasi, biaya operasi, dan pemeliharaan serta perkiraan manfaat/benefit dari proyek yang direncanakan. Untuk menghitung NPV digunakan rumus,

$$NPV = \frac{R_t}{(1+t)^i}$$

Dimana : R_t = Arus kas bersih dalam waktu t
 t = Waktu arus kas
 i = Suku bunga diskonto yang digunakan

Tabel 5. NPV Normal iRepair

	Payback periode		
	Tahun	Cash Flow	Kumulatif Cash Flow
0	2013	(1.000.000.000)	(1.000.000.000)
1	2014	722.037.688	(277.962.312)
2	2015	1.481.700.501	1.203.738.189
3	2016	2.334.722.998	3.538.461.188
4	2017	3.237.016.448	6.775.477.635
5	2018	4.371.160.389	11.146.638.025
NPV			6.595.767.438

Berdasarkan perhitungan diperoleh nilai NPV normal dari iRepair dengan menggunakan *cost of equity* sebesar 18,1%. memiliki nilai yang positif yaitu sebesar Rp 6.595.767.438,-.

IRR (*Internal Rate of Return*) merupakan indikator tingkat efisiensi dari suatu investasi. Kegunaan IRR adalah sebagai acuan suatu investasi layak untuk dilakukan. Untuk menilai suatu bisnis layak, IRR harus lebih tinggi dari laju pengembalian minimum dari suatu investasi yang berani dilakukan oleh seorang investor. ($IRR > \text{Minimum acceptable rate of return}$). Untuk menghitung IRR, menggunakan Rumus,

$$IRR = r^2 + \frac{NPV 2}{NPV 1 - NPV 2} (r^2 - r^1)$$

Dimana :

r^2 : Bunga rendah

r^1 : Bunga Tinggi

NPV 2 : NPV pada bunga rendah

NPV 1 : NPV pada bunga tinggi

Berikut ini merupakan tabel hasil perhitungan IRR iRepair dari tahun ke tahun.

Tabel 6. IRR Normal iRepair

	Payback periode		
	Tahun	Cash Flow	Kumulatif Cash Flow
0	2013	(1.000.000.000)	(1.000.000.000)
1	2014	722.037.688	(277.962.312)
2	2015	1.481.700.501	1.203.738.189
3	2016	2.334.722.998	3.538.461.188
4	2017	3.237.016.448	6.775.477.635
5	2018	4.371.160.389	11.146.638.025
IRR			126%

Dari hasil perhitungan IRR, diketahui IRR jauh lebih besar daripada *cost of equity*. Dimana nilai IRR sebesar 126% dan *cost of equity* sebesar 18,1%.. kesimpulan pada perhitungan IRR ini yaitu bisnis layak.

Tabel 7. DPP Normal iRepair

	NPV				
	Tahun	Cash Flow	PVIF 13.25%	PV CF	Kum PV CF
0	2013	(1.000.000.000)	1	(1.000.000.000,00)	(1.000.000.000,00)
1	2014	722.037.688	0,921658986	665.472.523,67	(334.527.476,33)
2	2015	1.481.700.501	0,849455287	1.258.638.324,16	924.110.847,83
3	2016	2.334.722.998	0,782908098	1.827.873.542,88	2.751.984.390,71
4	2017	3.237.016.448	0,721574284	2.335.747.826,41	5.087.732.217,11
5	2018	4.371.160.389	0,665045423	2.907.020.211,37	7.994.752.428,49
DPP					1,38

KESIMPULAN

Karya ilmiah berbasis nir-penelitian yang berbentuk *business plan* ini diharapkan dapat membantu pemilik untuk melakukan evaluasi lebih dalam segala aspek dari feasibilitas secara menyeluruh terkait bisnis Jasa Apple service iRepair.

Business plan ini juga membahas mengenai perencanaan pemasaran, operasional, organisasi dan sumber daya manusia. Dalam kegiatan pemasaran, telah ditetapkan STP (*segmentation, targeting, positioning*), 7P (*product, price, place, promotion, people, Proses, Physical Evidance*), dan pertumbuhan pasar. Potensial pasar yang dimiliki adalah 3.708 unit gadget Apple di Surabaya. Pada perencanaan operasional juga telah membahas mengenai lokasi, *layout*, kapasitas produk, dan berbagai prosedur operasional iRepair. Struktur organisasi, jabatan, deskripsi kerja, kompensasi, dan tunjangan yang diberikan kepada sumber daya manusia yang bekerja iRepair juga telah ditetapkan.

Pada perencanaan keuangan, modal awal yang disetorkan adalah Rp.1.000.000.000,- dengan *cost of capital* sebesar 18,1%. Hasil yang diperoleh sudah cukup baik dimana nilai NPV dan IRR secara berturut-turut adalah Rp.5.595.767.438,- dan 127% dalam periode 5 tahun, serta *payback period* sebesar 1,38 tahun. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *business plan* ini layak untuk dijalankan.