

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Salah satu kunci sukses memulai usaha adalah adanya kemampuan menuangkan ide-ide atau gagasan cemerlang yang kreatif dan inovatif dan mempunyai nilai ekonomi/komersial tinggi ke dalam sebuah *Business Plan* atau perencanaan bisnis yang matang dan realistis. Apapun jenis usaha yang akan kita jalankan. Lebih-lebih jika ditindak lanjuti dengan menuangkan ide-ide tersebut dalam tulisan sehingga dapat dikomunikasikan kepada pihak-pihak lain.

Perencanaan bisnis (*Business Plan*) adalah rencana-rencana tentang apa yang dikerjakan dalam suatu bisnis ke depan meliputi alokasi dan sumberdaya, perhatian pada faktor-faktor kunci dan mengolah permasalahan-permasalahan dan peluang yang ada (Suliyanto, 2010). Secara garis besar isi suatu perencanaan bisnis dimulai dari Ringkasan, Statemen Misi, Faktor-faktor kunci, Analisis Pasar, Produksi, Manajemen dan Analisis Finansial seperti analisis *Break Event* dan lain-lainnya. Dengan kata lain bahwa *business plan* adalah sebuah dokumen hasil dari perencanaan manajemen dan melibatkan seluruh organisasi. Struktur *business plan* yang baik akan mengarahkan kepada tindakan dan program yang spesifik untuk mencapai tujuan dan sasaran dari sebuah perusahaan.

Pentingnya *business plan* perlu dipersiapkan di dalam memulai bisnis baru antara lain menyediakan persiapan yang dapat digunakan untuk mengembangkan dan mengoperasikan bisnis sehingga langkah yang diambil dapat sejalan dengan tujuan yang telah ditentukan. Sebagai alat untuk mendapatkan modal dari calon investor atau bank. Sebagai alat komunikasi yang efektif dalam mencapai kesepakatan dengan *stakeholders* yaitu pemasok, pelanggan, pemilik, karyawan dan pihak lainnya yang terkait. Sebagai alat untuk membantu pemilik bisnis mengenal kondisi persaingan, kesempatan promosi dan situasi-situasi lainnya (Ardianto, 2017).

yang dapat menguntungkan atau merugikan bagi bisnisnya dan Sebagai acuan dalam kegiatan operasional.

Kebutuhan akan sebuah perencanaan bisnis menjadi mutlak jika kita akan menjalankan suatu bisnis, karena perencanaan bisnis sendiri ibarat sebuah peta dan kompas untuk menjalankan bisnis. Dengan sebuah perencanaan kita dapat menetapkan tujuan utama bisnis kita, skala prioritas, dan menetapkan *cash flow*. Sementara dengan perencanaan bisnis yang baik akan menjadikan peluang sukses bisnis kita semakin tinggi. Perencanaan bisnis yang baik sendiri adalah sebuah proses, bukan hanya sekedar perencanaan. Perencanaan bisnis yang baik indikatornya antara lain: Sederhana (mengandung kemudahan dan kepraktisan) untuk dilaksanakan; Spesifik (konkret, terukur, spesifik dalam waktu, personalianya dan anggarannya); Realistik (realistik dalam tujuan, anggaran maupun target pencapaian waktunya) dan komplit atau lengkap semua elemennya (Nurseto, 2004).

Salah satu bisnis yang saat ini berkembang pesat adalah bisnis bahan bangunan, dimana bisnis bahan bangunan memiliki prospek pasar yang cukup besar, seperti pembangunan rumah, kantor, sekolah, serta gedung lainnya. Bisnis yang mempunyai prospek besar pada bahan bangunan adalah bisnis *Shellac* (politur). Shellac merupakan bahan finishing yang sangat populer dan banyak dipakai pada abad 19 sampai pada awal abad 20 ketika mulai digantikan oleh nitrocellulose dan bahan-bahan finishing yang lain. Shellac dibuat dari bahan resin alam yang dihasilkan dari suatu jenis serangga yang hidup dari tumbuhan yang ada di India. Shellac bisa menghasilkan lapisan film yang bisa berfungsi untuk melindungi permukaan kayu dibawahnya.

Di Indonesia politur merupakan bahan yang sangat populer sebelum pada akhirnya mulai digantikan dengan bahan finishing modern berupa cat (*coating*). Pada jaman dulu shellac ini merupakan satu-satunya bahan finishing yang bisa digunakan untuk proses finishing pada kayu yang bisa menghasilkan finishing dengan warna transparan yang bisa menampilkan keindahan warna dan serat kayu. Bahkan sekarang finishing dengan warna transparan masih disebut sebagai warna politur.

Menyusun perencanaan bisnis politurini dapat diketahui dengan melakukan pra survai di daerah sekitar untuk mengetahui peluang usaha kota Semarang pada bulan Maret 2019 sebagai berikut :

Tabel 1.1  
Data Pra Survei Mengenai Peluang Usaha Politurdi Kota Semarang  
Bulan Maret 2019

No.	Pertanyaan	Jawaban					Jumlah Responden
		Sangat Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	
1	Konsumen dengan mudah memperoleh Politur di Pasaran	2 (6,7%)	9 (30,0%)	19 (63,3%)			30 (100%)
2	Konsumen mempunyai banyak pilihan kualitas Politur di Pasaran	5 (16,7%)	10 (33,3%)	15 (50,0)			30 (100%)
3	Konsumen mempunyai banyak pilihan harga politur di pasaran	1 (3,3%)	7 (23,3%)	4 (13,3%)	18 (60,0%)		30 (100%)
4	Konsumen mempunyai banyak pilihan warna politur di pasaran	3 (10,0%)	5 (16,7%)	16 (53,3%)	6 (20,0%)		30 (100%)
5	Konsumen mempunyai banyak pilihan politur dengan kemasan besar dan kemasan kecil di pasaran	1 (3,3%)	4 (13,3%)	7 (23,3%)	18 (60,0%)		30 (100%)

Sumber : Data primer yang diolah,2019

Kemudahan memperoleh politur, kualitas, pilihan harga, pilihan warna dan pengemasan yang lebih fleksibel merupakan bagian dari produk yang akan ditawarkan pada konsumen, dimana kualitas produk merupakan salah satu faktor

yang paling penting bagi para konsumen untuk pemilihan terhadap suatu produk terutama di lingkungan pasar dimana tingkat kompetisi intens dan persaingan. Oleh karena itu, sangat sulit untuk memenuhi harapan para konsumen pada kualitas produk karena pemahaman mereka berbeda-beda dan tidak konsisten.

Untuk mengetahui peluang bisnis politur, dilakukan pra survei pada pengerajin sangkar burung dan penjual sangkar burung, sebanyak 30 responden di sekitar perusahaan Politur Gazebo yaitu kawasan Genuk Indah Kota Semarang. Berdasarkan data hasil pra survei diperoleh hasil yang ditunjukkan pada tabel 1.1. sebagai berikut :

1. Pertanyaan pada konsumen mengenai mudah memperoleh politur di pasaran, hasil jawaban responden yang terbesar adalah cukup setuju sebanyak 19 orang (63,3 %). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen masih cukup mudah memperoleh politur di wilayah sekitar Genuk Indah. Berdasarkan peluang dari cara memperoleh politur masih ada peluang untuk menciptakan usaha di bidang politur.
2. Pertanyaan pada konsumen mengenai pilihan kualitas politur di pasaran, hasil jawaban responden yang terbesar adalah cukup setuju sebanyak 15 orang (50,0 %). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen masih merasa cukup banyak pilihan kualitas politur di wilayah sekitar Genuk Indah. Berdasarkan peluang dari segi kualitas politur masih ada peluang untuk menciptakan usaha di bidang politur.
3. Pertanyaan pada responden mengenai pilihan harga politur di pasaran, hasil jawaban responden yang terbesar adalah tidak setuju sebanyak 18 orang (60,0 %). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen masih merasa kurang banyak pilihan harga politur di wilayah sekitar Genuk Indah. Berdasarkan peluang dari segi harga politur masih ada peluang untuk menciptakan usaha di bidang politur
4. Pertanyaan pada konsumen mengenai pilihan warna politur di pasaran, hasil jawaban responden yang terbesar adalah cukup setuju sebanyak 16 orang (53,3 %). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen masih merasa cukup banyak pilihan warna politur di wilayah sekitar Genuk Indah. Berdasarkan

peluang dari pilihan warna politur masih ada peluang untuk menciptakan usaha di bidang politur

5. Pertanyaan pada konsumen mengenai kemasan besar dan kemasan kecil politur di pasaran, hasil jawaban responden yang terbesar adalah tidak setuju sebanyak 18 orang (60,0 %). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen belum menemukan pengemasan politur ukuran lebih kecil di wilayah sekitar Genuk Indah. Berdasarkan peluang dari segi kemasan politur yang kecil masih ada peluang untuk menciptakan usaha di bidang politur

Hasil pra survei di atas menunjukan bahwa masih ada peluang usaha politur di Kota Semarang. Sebagian besar responden belum menemukan kemasan politur dengan ukuran yang lebih kecil dan harga yang ekonomis. Hal ini dapat dilihat pangsa pasarnya di mana politur Gazebo masih dapat bersaing dari segi kualitas, harga, pilihan warna dan tak kalah pentingnya yaitu kemasan politur. Di pasaran kebanyakan kemasan dalam bentuk ukuran yang besar rata-rata kemasan 500 ml, dan 1 liter, di mana merek yang terkenal antara lain politur merek “Boyo” produk dari PT. Avian di mana 1 liter dengan harga Rp 67.000 di retail dan Rp 57.500 untuk toko sedangkan kemasan 500 ml adalah 38.500 untuk retail dan Rp 32.500 untuk toko. merek lain adalah Indian produk dari PT. Altex di mana mengeluarkan kemasan 1 liter dengan harga Rp. 61.000 untuk retail dan Rp 54.000 untuk toko, sedangkan kemasan 500 ml adalah Rp 36.500 untuk retail dan Rp 31.000 untuk toko. Politur boyo produk politur yang sering di cari oleh konsumen dan merek boyo sangat populer di Indonesia. Dari segi kualitas politur Boyo yang sangat bagus dibandingkan pesaing lainnya.



Gambar 1.1.

Kemasan Politur Merek Boyo 1 lt

Konsep bisnis dari Politur Gazebo adalah home industry dengan pemasaran produk politurnya bukan secara retail atau konsumen akhir namun ke toko seperti toko besi, toko bahan bangunan dan toko yang menjual sangkar burung. Konsumen akhir yang dituju dari produk ini adalah konsumen dengan penggunaan politur yang tidak terlalu banyak untuk mempolitur bidang yang kecil.

Saat ini politur yang sudah ada di pasaran dijual dengan kemasan besar yaitu 1 liter dan 500 ml, permasalahannya tidak semua orang menggunakan politur dengan kebutuhan yang besar, ada juga konsumen yang membutuhkan politur dalam jumlah kecil untuk kebutuhan rumah tangga seperti 1 daun jendela maupun satu sangkar burung. Visi dari Politur Gazebo adalah menyediakan kebutuhan politur bagi konsumen yang membutuhkan politur dengan jumlah kecil saja. Kemasan politur Gazebo dikemas dalam ukuran lebih kecil, yaitu 250 ml. Politur ukuran tersebut dapat digunakan untuk misalnya mempolitur satu buah sangkar burung dengan dua kali lapisan. Sehingga customer tidak perlu membeli politur yang berukuran 1 liter yang akan tersisa jika hanya digunakan untuk mempolitur sebuah sangkar burung saja.

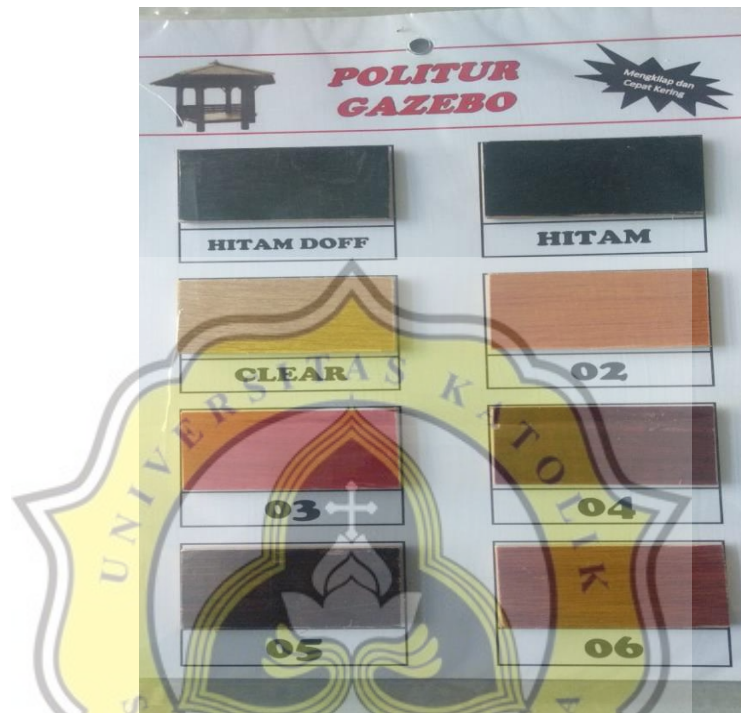
Berikut rencana kemasan politur Gazebo kemasan 250 ml :



Gambar 1.2

Rencana Kemasan Politur Merek Gazebo 250 ml

Disamping dapat bersaing dalam segi kemasan, POLITUR GAZEBO juga dapat bersaing dari segi pilihan warna, yaitu hitam doff, hitam, clear, 02 (kuning), 03 (merah), 04 (copy brown), 05 (coklat), 06 (salak). Berikut rencana kartu warna yang disajikan oleh POLITUR GAZEBO :



Gambar 1.3

Rencana Pilihan Warna Politur Merek Gazebo 250 ml

Kondisi pasar dapat dilihat dari kompetitor-kompetitor yang bergerak dibidang usaha yang sama, memang sudah cukup banyak. Politur gazebo menyiasatinya dengan inovasi berbeda dari produk-produk yang sudah ada yaitu, dengan inovasi ukuran botol yang kecil dan variasi warna yang beragam. Produk diharapkan mampu bersaing dan laku dipasaran.

Adapun rencana pemasaran perusahaan POLITUR GAZEBO yang berupa politur dan vernis yang sudah memiliki pelanggan tetap, akan menambah strategi pemasarannya dengan membuat brosur untuk mencari agen yang mau menjualnya, sehingga akan ada banyak yang membantu untuk mengembangkan usaha ini.

Perencanaan bisnis politur dilakukan pada perusahaan politur yang bernama “POLITUR GAZEBO”. Perusahaan POLITUR GAZEBO beroperasi di Jl.Kapas Utara III Blok I / 167 Genuk Indah ( Kode Pos 50114 ). POLITUR GAZEBO merupakan perusahaan (*home industry*) yang bergerak dalam bidang politur kayu ( cat pelapis kayu ).

Ide nama “POLITUR GAZEBO” tidak terlepas dari manfaat atau kegunaan politur yaitu sebagai pelapis kayu agar kayu tidak mudah lapuk dan terlihat lebih menarik dengan berbagai pilihan warna yang sesuai dengan selera pemilik sangkar burung tersebut. Logo gazebo ini diambil untuk menimbulkan suasana yang santai penuh kebersamaan sambil melihat peliharaan burung yang berada didalam sangkar burung, munculah ide nama usaha “POLITUR GAZEBO”. Berikut rencana gambar logo usaha “POLITUR GAZEBO” :



Gambar 1.4

Rencana Logo Politur Gazebo

Lingkungan usaha yang akan dilakukan oleh perusahaan POLITUR GAZEBO adalah didaerah Semarang, dimana jenis usaha di bidang Politur masih belum terlalu banyak, sehingga sangat menjajikan. Salah satu pangsa pasarnya adalah industri mebel dan pecinta burung. Banyak pecinta burung yang gemar memakai sangkar burung yang terbuat dari kayu. Dilihat dari peluang usaha ini, mengembangkan usaha dibidang politur sangat baik.



Berdasarkan uraian diatas, akan dilakukan perencanaan bisnis lebih lanjut dalam bentuk skripsi dengan judul : **“PERENCANAAN BISNIS POLITUR PADA PERUSAHAAN POLITUR GAZEBO SEMARANG”**

## **1.2 Rumusan masalah**

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas dapat dibuat suatu perumusan permasalahan yaitu :

“Bagaimana Perencanaan Bisnis Politur Pada Perusahaan Politur Gazebo Semarang dilihat dari aspek hukum, aspek pemasaran, aspek operasi, aspek sumber daya manusia dan aspek keuangan ?”.

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perencanaan bisnis politur pada perusahaan Politur Gazebo Semarang dilihat dari aspek hukum, aspek pemasaran, aspek operasi, aspek sumber daya manusia dan aspek keuangan.

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Sedangkan manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis dapat dijadikan wawasan untuk melihat bagaimana pengembangan bisnis politur khususnya pada perencanaan pendirian usaha politur
2. Bagi pengusaha politur sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang berhubungan dengan investasi yang akan dilakukan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai salah satu bentuk pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat juga digunakan sebagai literatur untuk penelitian selanjutnya.