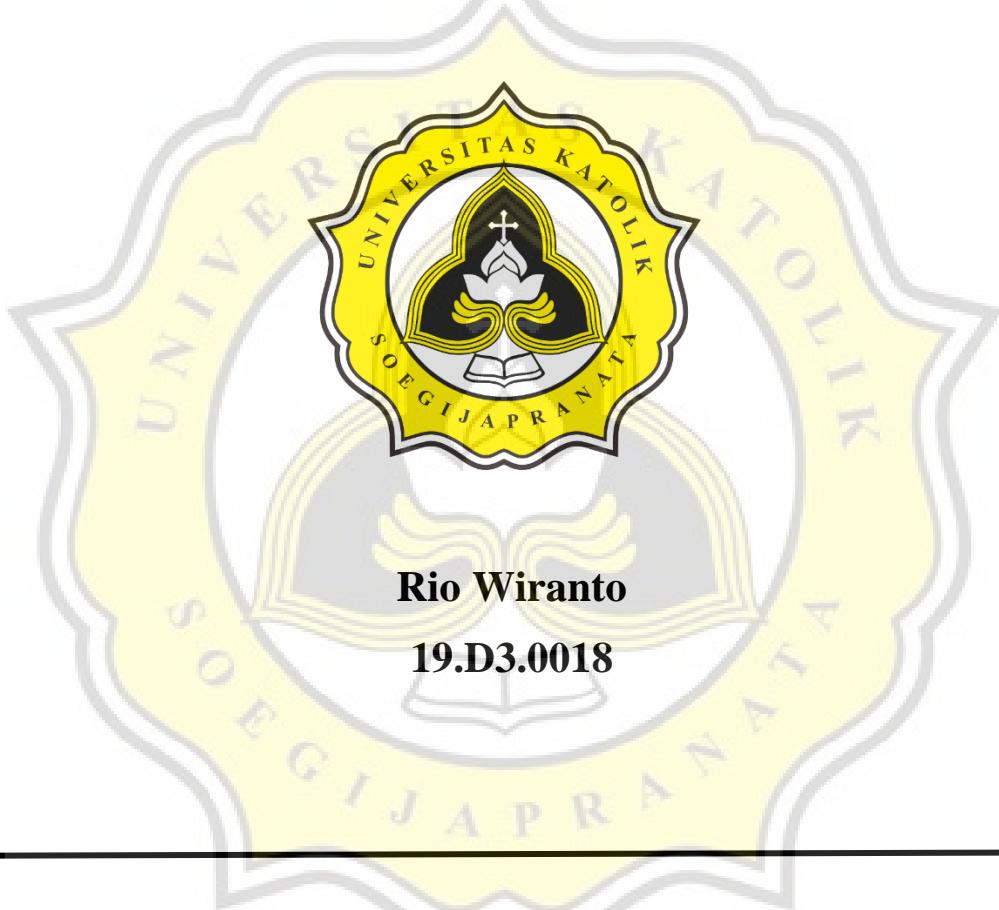


PERENCANAAN USAHA JASTIP PASAR TRADISIONAL BERBASIS WHATSAPP

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rio Wiranto

NIM : 19.D3.0018

Program Studi : Magister Manajemen

Konsentrasi : Technopreneurship

Dengan Judul : PERENCANAAN USAHA JASTIP PASAR TRADISIONAL BERBASIS WHATSAPP

Menyatakan bahwa sesungguhnya Tesis ini merupakan hasil karya saya dengan supervisi dosen pembimbing, dan bukan hasil plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika terdapat ketidakbenaran dari pernyataan ini di kemudian hari oleh pihak program studi Magister Manajemen UNIKA SOEGIJAPRANATA.

Semarang, 11 Februari 2022

Yang Menyatakan,



Rio Wiranto

19.D3.0018

HALAMAN PERSETUJUAN

Nama Penyusun : Rio Wiranto
Nomor Induk Mahasiswa : 19.D3.0018
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis / Magister Manajemen
Judul Tesis : PERENCANAAN USAHA JASTIP PASAR TRADISIONAL
BERBASIS WHATSAPP
Dosen Pembimbing : Prof. Dr. Ridwan Sanjaya, S.E., S.Kom., MS.IEC
Telah diterima dan disetujui dengan baik :

Semarang, 11 Februari 2022

Prof. Dr. Ridwan Sanjaya, S.E., S.Kom., MS.IEC



HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir: : Perencanaan Usaha Jastip Pasar Tradisional berbasis WhatsApp

Diajukan oleh : Rio Wiranto

NIM : 19.D3.0018

Tanggal disetujui : 19 Januari 2022

Telah setujui oleh

Pembimbing 1 : Prof. Dr. Ridwan Sanjaya S.E., S.Kom., MS.IEC.

Pengaji 1 : Dr. Rustina Untari M.Si.

Pengaji 2 : Dr. Retno Yustini Wahyuningdyah M.Si.

Pengaji 3 : Prof. Dr. Ridwan Sanjaya S.E., S.Kom., MS.IEC.

Pengaji 4 : Prof. Dr. Ridwan Sanjaya S.E., S.Kom., MS.IEC.

Ketua Program Studi : Dr. Agatha Ferijani S.E., MS.HRM.

Dekan : Drs. Theodorus Sudimin M.S.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=19.D3.0018

HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rio Wiranto
Program Studi : Magister Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Tesis

Menyetujui untuk memberikan kepada UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG Hak Bebas Royalti Nonekslusif atas karya ilmiah Tesis yang berjudul “PERENCANAAN USAHA JASTIP PASAR TRADISIONAL BERBASIS WHATSAPP”. Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 11 Februari 2022

Yang menyatakan



Rio Wiranto

KATA PENGANTAR

Salam Sejahtera untuk kita semua,

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang oleh karena berkat dan anugerah-Nya telah menuntun saya dalam menyusun Tesis dengan Judul “Perencanaan Usaha Jastip Pasar Tradisional berbasis WhatsApp”. Penulisan Tesis ini ditujukan dalam rangka memenuhi syarat akademisi untuk memperoleh gelar magister manajemen pada Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Selama studi dan penyusunan Tesis ini, saya selaku penulis memperoleh banyak bantuan berupa bimbingan, pengarahan serta dukungan dari banyak pihak. Oleh sebab itu, dengan kerendahan hati, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah Yang Maha Kuasa – Tuhan Yesus Kristus, yang telah menyertai saya di segala aktivitas dan perjalanan hidup saya, termasuk dalam studi, sehingga dapat menyelesaikan Tesis ini. Semoga hal ini menjadi awal yang baik dalam melanjutkan perjalanan hidup saya sesuai kehendak-Nya yang turut serta dalam hidup saya.
2. Orang Tua Saya (Drs. Hermanto dan Dra. Funglina Hendra), terkhusus untuk Ibu (Dra. Funglina Hendra), yang selalu meneguhkan saya dalam keadaan suka maupun duka serta senantiasa mendukung saya dalam menyelesaikan Tesis ini sampai akhir.
3. Bapak Drs. Theodorus Sudimin, M.S selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang saya hormati dan berkontribusi dalam menerangkan filsafat pola pikir ketika saya di program studi manajemen pada strata 1 serta berkontribusi untuk mengesahkan Tesis saya.
4. Ibu Dr. Agatha Ferijani, S.E., MS-HRM selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Unika Soegijapranata yang saya hormati dalam mendukung saya untuk semangat pada saat penyusunan untuk ujian akhir.
5. Bapak Prof. Dr. Ridwan Sanjaya, S.E., S.Kom., MS. IEC selaku Dosen Pembimbing saya yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga dalam memberikan bimbingan, dukungan, serta arahan dalam penyelesaian Tesis yang baik dan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

6. Ibu Dr. Retno Yustini Wahyuningdyah, M.Si selaku Dosen Pengaji serta dosen yang menyemangati saya selama penyusunan perbaikan revisi serta perbaikan kualitas topik Tesis yang saya tulis.
7. Ibu Dr. Rustina Untari, M.Si selaku Dosen Pengaji serta dosen yang menyemangati saya selama penyusunan perbaikan revisi serta perbaikan kualitas topik Tesis yang saya tulis.
8. Kakak-kakak kandung saya (Kevin Kristianto dan Nikodemus Hermanto, B.Ec., M.M.) yang senantiasa menyemangati saya, terlebih untuk Kakak saya yang kedua, (Nikodemus Hermanto, B.Ec., M.M.) yang senantiasa mendengarkan keluh kesah saya.
9. Sahabat-sahabat dan teman-teman saya, Jogi Sianloan ; Excelsius Vincent Harwannanda, S.Ds. ; Sylvester Diavandy S., S.TP. ; Albertus Vio Agusta, S.M. ; Tan, Kevin Hartanto, S.M. ; Thomas Dyas Widi Hananto, S.S. ; Kevin Deslano, S.Akt. yang menemani saya sampai di detik-detik terakhir saya berkuliahan di kota Semarang.
10. Pacar saya (Eunike Imanuela Soehendro, S.Li) yang senantiasa menyemangati saya, dalam suka, maupun duka, dan selalu meyakinkan saya, bahwa saya bisa melewati berbagai hambatan dan tetap berpikir positif dalam menjalani hidup.
11. Serta semua pihak yang telah membantu dalam memberikan dukungan serta doa yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, saya hanya dapat menyampaikan terima kasih banyak dan menyampaikan harapan agar kalian semua sehat selalu dan sukses di masa mendatang, Amin.

Semoga Tuhan senantiasa menyertai kita semua dari saat ini sampai di hari mendatang. Tidak lupa saya memohon maaf sekiranya terdapat banyak kesalahan dalam penyusunan Tesis ini. Saya menyadari bahwa Tesis saya masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, saya mengharapkan kritik dan saran untuk membangun dan menyempurnakan segala kekurangan di dalam Tesis ini. Akhir kata, semoga Tesis ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun pihak-pihak lain yang berkepentingan. Salam sejahtera untuk kita semua.

Semarang, 11 Februari 2022



Rio Wiranto

ABSTRACT

The increasing use of technology, especially since the Covid-19 pandemic in Indonesia, triggering the emergence of various technology-based business models. One of the technology-based business model ideas planned by the researcher is a delivery service business for the traditional markets using the WhatsApp platform. This business plan aims to supply the public's demand for products in the traditional market, especially people in Semarang city. The traditional market chosen in this business plan is based on the results of the pre-survey stage 1 with a percentage of 42,4% namely the Gang Baru market. This business idea is also supported by the high percentage of delivery service usability in the midst of pandemic which is based on the results of the pre-survey stages 1 and 2 with percentages of 83% and 100%. The selection of the WhatsApp platform as the application which used in this business plan is also supported by the results of the pre-survey stages 1 and 2 with percentages of 75,8% and 100%. Based on these data, the researcher made the business formula include marketing, human resources, operational and financial aspect. In order to support the feasibility study of this business plan, the researcher has done the calculation of Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Profitability Index (PI), and Payback Period (PP) aspect with the overall result stating that this business plan with the brand "Pasar Mlayu" is feasible.

Keywords : Business Plan, Delivery Service, Traditional Market, WhatsApp, Feasibility

ABSTRAK

Seiring peningkatan penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari, terlebih sejak masa pandemi Covid-19 di Indonesia, memicu timbulnya berbagai model bisnis berbasis teknologi. Salah satu ide model bisnis berbasis teknologi yang direncanakan oleh peneliti yakni bisnis layanan jasa titip untuk pasar tradisional berbasis WhatsApp. Rencana bisnis ini bertujuan untuk memenuhi permintaan masyarakat terkait produk-produk di pasar tradisional, khususnya masyarakat kota Semarang. Adapun pasar tradisional yang dipilih dalam perencanaan bisnis ini berdasarkan hasil pra survey tahap 1 dengan persentase sebesar 42,4% yakni pasar Gang Baru. Perencanaan ide bisnis ini juga didukung dengan tingginya persentase kebergunaan layanan jasa titip di tengah pandemi, yang didasarkan pada hasil pra survey tahap 1 dan 2 dengan persentase sebesar 83% dan 100%. Pemilihan aplikasi WhatsApp sebagai aplikasi yang digunakan dalam perencanaan bisnis jasa titip ini juga didukung atas hasil pra survey tahap 1 dan 2 sebesar 75,8% dan 100%. Berdasarkan data tersebut, peneliti membuat formulasi rencana bisnis terkait aspek pemasaran, sumber daya manusia, operasional dan keuangan. Dalam mendukung kelayakan usaha yang direncanakan, maka peneliti melakukan perhitungan *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, *Profitability Index (PI)* dan *Payback Period (PP)* dengan hasil keseluruhan menyatakan bahwa perencanaan usaha jasa titip pasar tradisional berbasis WhatsApp dengan merek "Pasar Mlayu" layak untuk diimplementasikan.

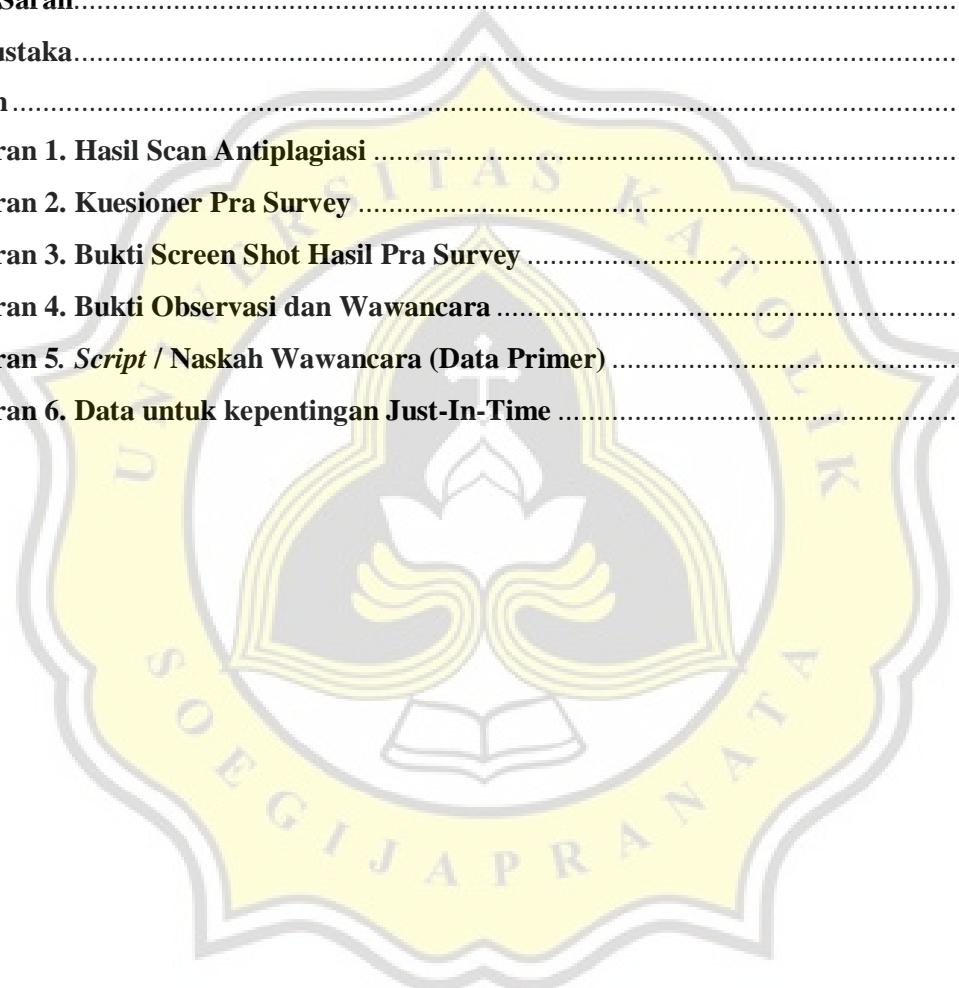
Keywords : Perencanaan Usaha, Jasa Titip, Pasar Tradisional, WhatsApp, Kelayakan Usaha

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah.....	14
1.3. Tujuan Penelitian	15
1.4. Manfaat Penelitian	15
1.4.1. Manfaat Praktis.....	15
1.4.2. Manfaat Akademis	15
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1. Perencanaan Usaha Jastip	16
2.1.1. Aspek Pasar dan Pemasaran.....	17
2.1.2. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia	21
2.1.3. Aspek Teknis dan Produksi (<i>Operational / Operasi</i>)	28
2.1.4. Aspek Keuangan	31
2.2. Jasa Titip	36
2.3. WhatsApp	37
2.4. Analisis SOAR (Strengths, Opportunities, Aspirations, Results)	39
2.5. Penelitian Terdahulu	41
2.6. Kerangka Pikir Penelitian	45
2.7. Definisi Operasional Variabel.....	45
2.7.1. Aspek Pemasaran	46
2.7.2. Aspek Sumber Daya Manusia	48
2.7.3. Aspek Operasional.....	49

2.7.4. Aspek Keuangan	50
BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1. Applied Research / Riset Terapan	52
3.2. Objek Penelitian dan Lokasi Penelitian	52
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	54
3.3.1. Teknik Sampling	54
3.3.2. Jumlah Sampel	55
3.4. Metode Pengumpulan Data	55
3.4.1. Jenis dan Sumber Data	55
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data	56
3.5. Metode Keabsahan Data	58
3.6. Alat Analisis Data	58
3.6.1. Analisis Data Deskriptif Kualitatif	59
3.6.2. Analisis Data Statistik dan Non Statistik (Formulasi Bisnis dan Kelayakan Bisnis)	60
3.6.3. Analisis Aspek Pemasaran	61
3.6.4. Analisis Aspek Sumber Daya Manusia	62
3.6.5. Analisis Aspek Operasi	63
3.6.6. Analisis Aspek Keuangan	63
3.6.7. Analisis Kelayakan Bisnis	64
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	65
4.1. Konsep Bisnis Jasa Titip “Pasar Mlayu”	65
4.1.1. Visi dan Misi Bisnis “Pasar Mlayu”	66
4.1.2. Tujuan Bisnis Jastip “Pasar Mlayu”	67
4.1.3. Logo Bisnis Jastip “Pasar Mlayu”	67
4.2. Analisis Peluang Pasar	68
4.3. Gambaran Umum Responden	69
4.4. Analisis Perencanaan Bisnis	70
4.4.1. Aspek Pemasaran	70
4.4.2. Aspek Sumber Daya Manusia	79
4.4.3. Aspek Operasional “Pasar Mlayu”	87
4.4.4. Aspek Keuangan “Pasar Mlayu”	98
4.5. Analisis Strategi SOAR	110
4.6. Analisis Kelayakan Bisnis (NPV, IRR, PI, PP)	112
4.6.1. Analisis Kelayakan Bisnis berdasarkan <i>Net Present Value</i> (NPV)	112
4.6.2. Analisis Kelayakan Bisnis berdasarkan <i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	113

4.6.3. Analisis Kelayakan Bisnis berdasarkan <i>Profitability Index (PI)</i>	115
4.6.4. Analisis Kelayakan Bisnis berdasarkan <i>Payback Period (PP)</i>	116
4.7. Hasil Penelitian.....	117
4.7.1. Analisis Prospek Pasar	117
4.7.2. Analisis Formulasi Perencanaan Bisnis	118
4.7.3. Analisis Kelayakan Bisnis	124
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	126
5.1. Kesimpulan.....	126
5.2. Saran.....	130
Daftar Pustaka.....	132
Lampiran	140
Lampiran 1. Hasil Scan Antiplagiasi	140
Lampiran 2. Kuesioner Pra Survey	141
Lampiran 3. Bukti Screen Shot Hasil Pra Survey	142
Lampiran 4. Bukti Observasi dan Wawancara	149
Lampiran 5. <i>Script / Naskah Wawancara (Data Primer)</i>	153
Lampiran 6. Data untuk kepentingan Just-In-Time	170



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Hasil Olah Data Wawancara Pra Survey Tahap 2	7
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	41
Tabel 3.1. Kriteria Responden Penelitian	54
Tabel 4.1. Hasil Pra Survey Terkait Peluang Pasar	68
Tabel 4.2. Karakteristik Responden	69
Tabel 4.3. Tarif Layanan Jasa Titip Belanja “Pasar Mlayu”	73
Tabel 4.4. <i>Job Description</i> dan <i>Job Specification</i> “Pasar Mlayu”	80
Tabel 4.5. Perhitungan Modal Awal “Pasar Mlayu”	100
Tabel 4.6. Perhitungan Modal Awal Keanggotaan <i>Rider</i>	101
Tabel 4.7. Perhitungan Biaya Penyusutan Modal Awal.....	102
Tabel 4.8. Perhitungan Biaya Lain-Lain	102
Tabel 4.9. Perhitungan Biaya Operasional	103
Tabel 4.10. Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung	103
Tabel 4.11. Perhitungan Biaya Pemasaran	104
Tabel 4.12. Perhitungan HPP per hari di Tahun Pertama	104
Tabel 4.13. Perhitungan HPP Tahun Pertama – Ketiga (dalam Rupiah)	105
Tabel 4.14. Perhitungan HPP Per Unit Hari Pertama – Bulan Pertama – Tahun Pertama ...	105
Tabel 4.15. Perhitungan HPP / Unit Tahun Pertama – Ketiga (dalam Rupiah)	105
Tabel 4.16. Perhitungan Target Tahun Pertama	106
Tabel 4.17. Perhitungan Target Tahun Kedua.....	106
Tabel 4.18. Perhitungan Target Tahun Ketiga.....	107
Tabel 4.19. Perhitungan Alur Kas Tahun 1 (2022) – Tahun 3 (2024) (Kurs dalam Ribuan Rupiah)	108
Tabel 4.20. Perhitungan <i>Break Even Point</i> (BEP) Bulan Pertama Di Tahun 1 – Tahun 3 ...	109
Tabel 4.21. Analisis Strategi SA, SR, OA dan OR (SOAR)	111
Tabel 4.22. Analisis Kelayakan Bisnis berdasarkan <i>Net Present Value</i> (NPV)	112
Tabel 4.23. Analisis Kelayakan Bisnis berdasarkan <i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	114
Tabel 4.24. Analisis Kelayakan Bisnis berdasarkan <i>Internal Rate of Return</i> (IRR) – Interpolasi Linier.....	114
Tabel 4.25. Analisis Kelayakan Bisnis berdasarkan <i>Profitability Index</i> (PI).....	115
Tabel 4.26. Analisis Kelayakan Bisnis berdasarkan <i>Payback Period</i> (PP).....	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data Media Sosial Yang Digunakan Di Indonesia	1
Gambar 1.2. Contoh Solusi Dalam Menunjang Kebutuhan Pokok Pangan Masyarakat Cirebon Di Tengah Pandemi Dengan Menggunakan Jasa Titip (Pasare Kita).....	2
Gambar 1.3. Contoh Solusi Dalam Menunjang Kebutuhan Pokok Pangan Masyarakat Solo Di Tengah Pandemi Dengan Menggunakan Jasa Titip (Pono)	2
Gambar 1.4. Data Terkait Pengetahuan Akan Bisnis Jasa Titip.....	3
Gambar 1.5. Data Terkait Sumber Pengetahuan Akan Bisnis Jasa Titip	4
Gambar 1.6. Data Terkait Tingkat Kegunaan Jasa Titip di Tengah Pandemi	4
Gambar 1.7. . Data Terkait Rekomendasi Pasar untuk Bisnis Jasa Titip	5
Gambar 1.8. Data Terkait Alasan Pemilihan Rekomendasi Pasar.....	5
Gambar 1.9. Data Terkait Aplikasi yang Cocok untuk Layanan Bisnis Jasa Titip	6
Gambar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian.....	45
Gambar 3.1. Data Terkait Rekomendasi Pasar untuk Bisnis Jasa Titip	53
Gambar 4.1. Logo Bisnis Jastip “Pasar Mlayu”	67
Gambar 4.2. Alur Proses Transaksi Layanan Jasa Titip “Pasar Mlayu”	77
Gambar 4.3. Struktur Organisasi “Pasar Mlayu”	79
Gambar 4.4. Layout Lokasi Usaha	97
Gambar 4.5. Layout Lokasi Pasar Gang Baru	98
Gambar 4.6. Alur Perhitungan Laporan Keuangan	98
Gambar 4.7. Perhitungan Alur Kas.....	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Scan Antiplagiasi	40
Lampiran 2. Kuesioner Pra Survey	41
Lampiran 3. Bukti Screen Shot Hasil Pra Survey	142
Lampiran 4. Bukti Observasi dan Wawancara	149
Lampiran 5. <i>Script</i> / Naskah Wawancara (Data Primer).....	153
Lampiran 6. Data untuk kepentingan Just-In-Time	170

