

BAB II

GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

2.1 Deskripsi Perusahaan

Hadirnya ide bisnis kami berawal dari salah satu dari rekan tim kami yang berpendapat bahwa kegiatan ekspor terutama dalam bidang pangan atau buah- buahan seringkali mendapati kurangnya pasokan buah-buahan dari supplier. Seperti ketika ingin melakukan ekspor untuk memenuhi keinginan client ekportir diminta untuk melakukan pengiriman sebesar 10 tahun, namun setelah melakukan quality control oleh pihak perusahaan eksportir hanya dapat mengirim 8 ton buah saja yang layak untuk dilakukan pengiriman kepada client yang lulus uji kelayakan, tentunya eksportir pasti akan memerlukan 2 ton sisanya dengan cepat dan memiliki syarat kelayakan buah dengan begitu kami FruitXpress akan memenuhi 2 ton tersebut dengan cepat sesuai dengan deadline yang ditentukan oleh pelaku eksportir. Dengan adanya kerja sama dengan para supplier buah-buahan dan melihat permasalahan yang terjadi, penulis dan rekan satu tim setuju untuk membuat usaha atau ide bisnis yang dapat menyelesaikan permasalahan yang baru saja disebutkan dan terciptalah FruitXpress yang mana akan bekerja sebagai penyedia stok buah-buahan untuk para eksportir yang membutuhkan buah-buahan yang memiliki kualitas yang baik serta pengiriman sesuai jadwal yang telah di tentukan serta FruitXpress juga akan dapat melakukan pengiriman langsung pada lokasi pelaku eksportir dengan bekerja sama dengan jasa ekspedisi yang berguna untuk menjaga kualitas buah-buahan agar tetap segar selama proses pengiriman. Perusahaan FruitXpress memiliki visi dan misi sebagai berikut

Visi :

- Menjadi suatu platform yang menawarkan pasokan buah-buahan otentik dengan citarasa kualitas terbaik di Indonesia

Misi :

- Menyediakan pasokan buah-buahan segar dan otentik dengan pemeriksaan kualitas buah yang terstruktur

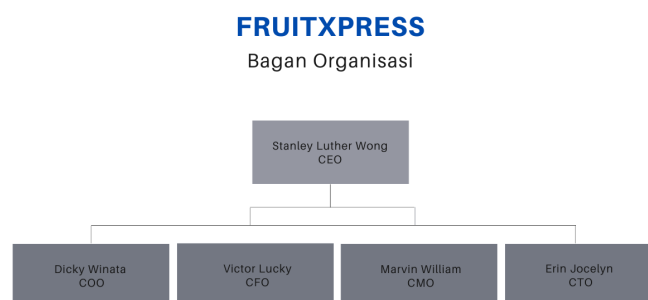
- Membantu penyelesaian masalah para eksportir dalam memenuhi kebutuhan stok pasokan buah-buahan
- Mengoptimalkan proses distribusi untuk memaksimalkan pengiriman tepat waktu dan efisien

Kegiatan perusahaan FruitXpress berada dalam lini bisnis perdagangan yang mana FruitXpress akan melakukan pembelian melalui supplier lalu menjualnya kembali kepada pelaku ekspor atau perusahaan yang menggunakan jasa perusahaan FruitXpress. Berikut merupakan logo perusahaan FruitXpress



Gambar 2. 1 Logo Perusahaan

2.2 Struktur Perusahaan



Gambar 2. 2 Struktur Perusahaan

Struktur perusahaan FruitXpress terbagi menjadi 5 bagian yaitu CEO atau Chief Executive Officer yang di pegang oleh Stanley Luther Wong yang memiliki fungsi mengatur strategi ataupun Langkah yang harus diambil oleh bisnis agar dapat semakin berkembang ke-arrah yang positif dan berdampak baik untuk kelangsungan bisnis yang dijalankan, lalu ada Dicky Winata sebagai Chief Operasional Officer yang memiliki tugas untuk memastikan kelancaran alur operasional perusahaan seperti mencari supplier ataupun jasa ekspedisi yang dapat bekerja sama dengan bisnis sehingga arus operasional tidak terhambat ataupun terganggu sehingga dapat memenuhi kuota permintaan konsumen sesuai yang di harapkan oleh konsumen, Erin Jocelyn sebagai Chief Technology Officer yang memiliki tugas untuk melakukan pemantauan terhadap Website dan Aplikasi yang di miliki oleh Perusahaan FruitXpress, pemantauan tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa website atau aplikasi dapat di pahami atau digunakan oleh konsumen yang ingin menggunakan jasa FruitXpress, Marvin William sebagai Chief Marketing Officer yang memiliki tugas untuk memasarkan produk bisnis agar dapat di lihat ataupun di kenal oleh target pasar sehingga memungkinkan bisnis dapat berjalan dengan baik dengan adanya konsumen yang melirik untuk menggunakan jasa FruitXpress, dan yang terakhir Viktor Lucky sebagai Chief Accountant Officer yang bertugas untuk melakukan pencatatan pengeluaran dan pendapatan ataupun segala transaksi yang terjadi didalam perusahaan yang menggunakan uang kas perusahaan.

2.3 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah singkatan dari Strengths, Weakness, Opportunities, dan Theats, pada dasarnya analisis SWOT merupakan sesuatu yang mengatur ke-4 hal tersebut kedalam daftar yang terorganisi dan biasanya disajikan dalam sebuah kisi- kisi yang sederhana.

Berikut merupakan analisis SWOT berdasarkan yang dimiliki oleh FruitXpress

Strengths :

- Menyediakan pasokan buah-buahan yang berkualitas yang otentik yang berasal dari Indonesia.

- Pasokan buah-buahan yang akan dikirimkan kepada konsumen merupakan buah-buahan yang telah melewati tahapan QC secara ketat dari pihak FruitXpress
- Transaksi dapat dilakukan dengan cepat dan mudah
- Memberikan layanan pengiriman yang tepat waktu agar tetap menjaga kesegaran produk yang dikirimkan

Weakness :

- Tidak menyediakan semua jenis buah-buahan tapi hanya menyediakan beberapa jenis buah otentik yang memiliki tingkat keinginan besar di pasar internasional
- Kualitas buah-buahan dipengaruhi oleh musim yang terjadi sehingga pada musim tertentu tidak dapat memberikan kualitas buah yang maksimal karena terkendala oleh musim tertentu.

Opportunities :

- Adanya peluang untuk menyediakan pasokan buah khususnya pada kebutuhan ekspor
- Menggabungkan antara kebutuhan konsumen dan metode penjualan secara online yang mana jauh lebih efisien

Threats :

- Tidak menutup kemungkinan proses kelancaran berjalannya bisnis FruitXpress akan mengalami gangguan karena permasalahan regulasi atau peraturan ekspor-impor pada suatu negara

2.4 Kondisi umum Lingkungan

Sumber daya yang dimiliki oleh FruitXpress saat ini adalah adanya rekan tim yang memiliki hubungan dengan supplier yang dapat menyediakan sumber daya berupa produk bagi FruitXpress. Sedangkan apabila dalam sisi konsumen terutama pada konsumen yang memiliki usaha di bidang ekspor dan perusahaan.

Disini kami melihat peluang pasar yang jelas yang mana tingkat ekspor di Indonesia sendiri terbilang sangat besar, serta banyaknya perusahaan yang bergerak di dalam bidang usaha pangan yang membutuhkan buah-buahan, sehingga buah- buahan merupakan produk yang banyak di minati dan pasokan buah-buahan pastinya dibutuhkan baik oleh eksportir maupun perusahaan. Sehingga FruitXpress menjadi solusi yang dapat menyelesaikan masalah kurangnya pasokan buah- buahan yang dibutuhkan oleh pelaku ekspor maupun perusahaan yang mmebutuhkan pasokan buah dengan jumlah yang besar.

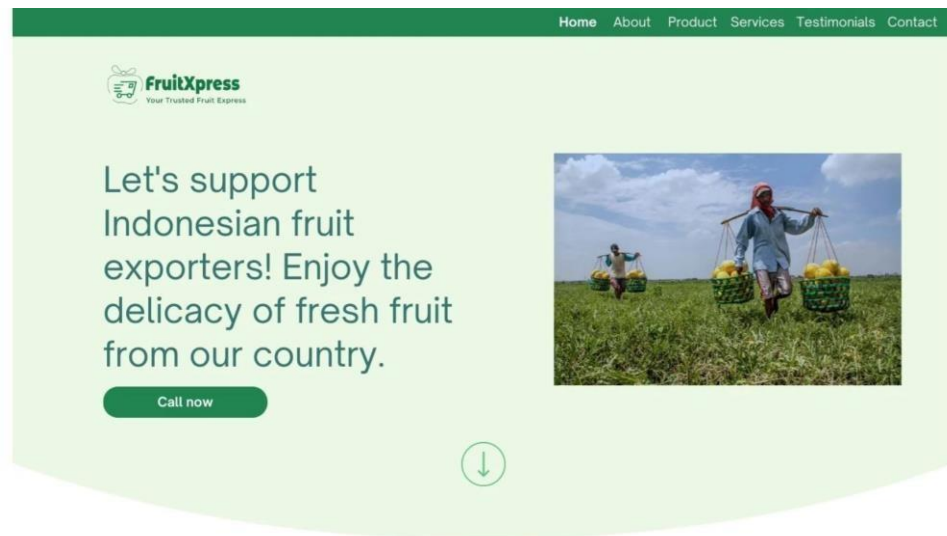
2.5 Gambaran Umum Produk

FruitXpress merupakan perusahaan dagang yang mana perusahaan kami akan berfokus melakukan penjualan buah-buahan kepada para pelaku ekspor maupun perusahaan besar yang membutuhkan pasokan buah-buahan dalam jumlah yang besar, selain itu kelayakan produk merupakan sesuatu hal yang menjadi hal utama bagi perusahaan kami yang mana perusahaan akan memastikan kualitas produk terlebih dahulu dan memastikan kualitas produk dengan cara melakukan quality control secara menyeluruh. Sehingga buah yang dijual sesuai dengan keinginan konsumen.

Dalam pemesanan produk kami, kami telah menyediakan website yang bisa langsung terhubung dengan Chat WhatsApp kami sehingga konsumen dapat dengan langsung melihat produk maupun memesan produk kami melalui WhatsApp yang telah di sediakan.

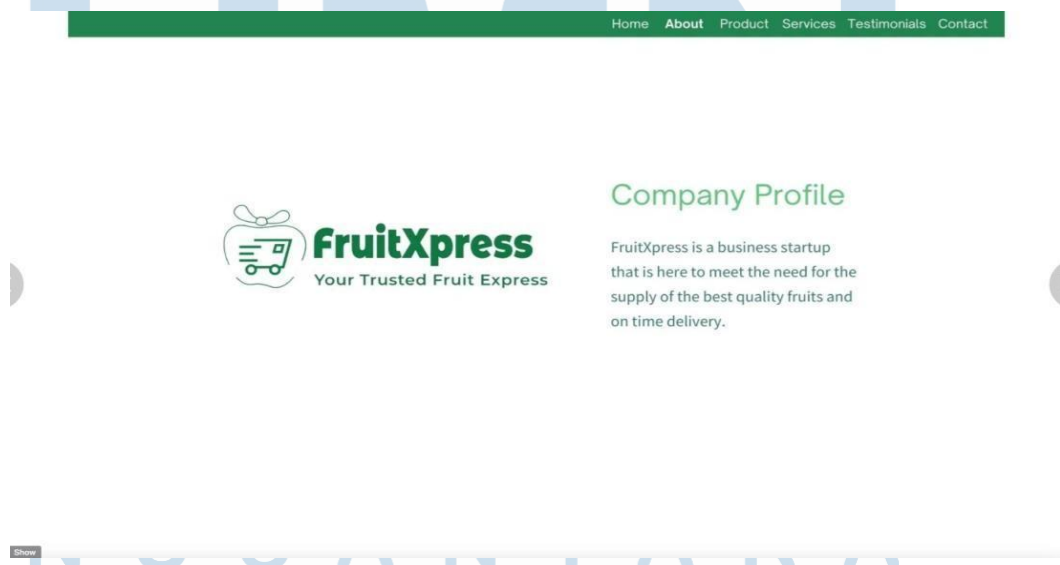
Berikut merupakan gambaran website yang akan kami miliki, mungkin akan ada perubahan pada saat perilisan atau peluncuran website selain itu penulis juga akan menjelaskan cara bagaimana untuk menggunakannya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



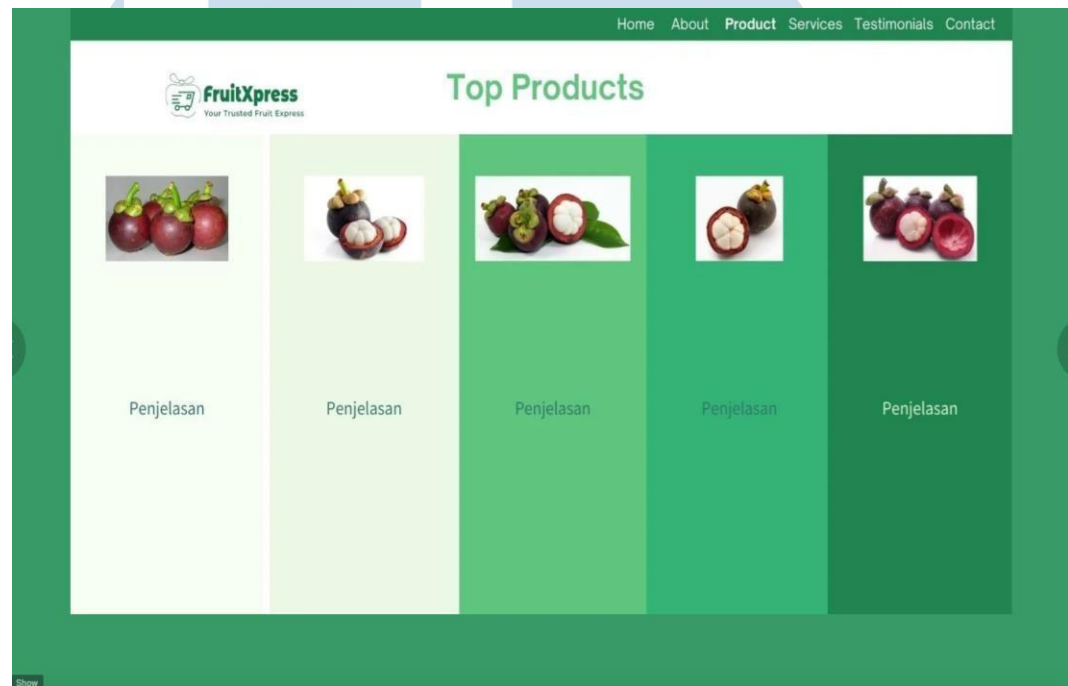
Gambar 2. 3 Homepage

Slide pertama merupakan *Home* atau *Homepage* merupakan gambaran yang berisi tentang gambaran informasi untuk para pengunjung website terkait dengan informasi website tanpa harus menjelajahi setiap halaman website yang ada. Selain itu fungsi *homepage* juga dapat memiliki fungsi seperti mempermudah pengguna dalam mengakses halaman awal sebuah website, ada pula sebagai sebuah identitas atau topik pembahasan utama dari suatu website dan menampilkan berbagai fitur atau menu navigasi dalam sebuah website.



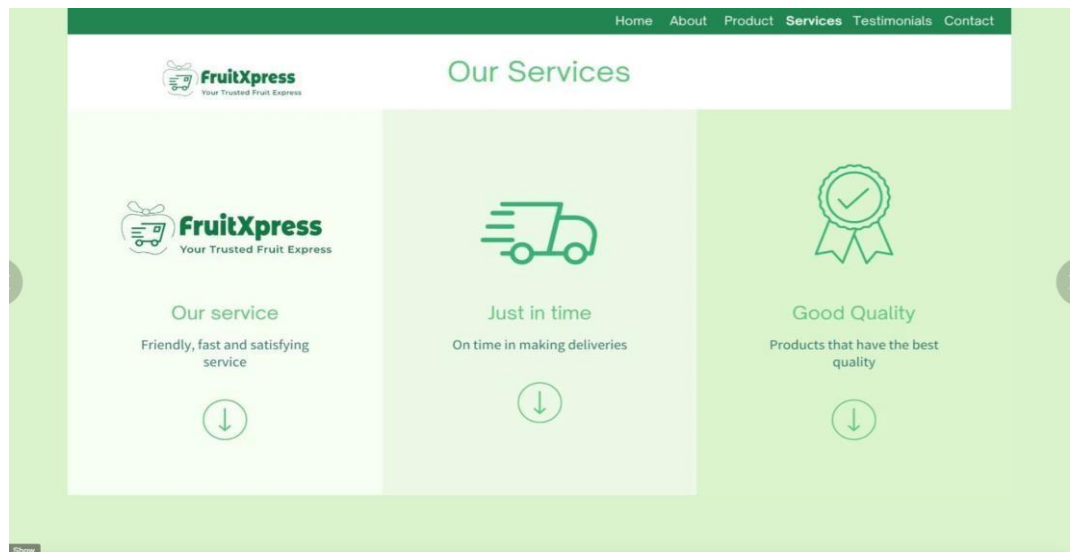
Gambar 2. 4 Company Profile

Selanjutnya adalah *Company Profile*, pada dasarnya merupakan penjelasan singkat yang berkaitan dengan memperkenalkan sebuah perusahaan. Tapi juga *Company Profile* dapat dijadikan sebagai sebuah portofolio sebagai bentuk untuk menarik minat investor.



Gambar 2. 5 Top Product

Pada slide Top Product akan menampilkan 5 buah yang merupakan komoditas terbesar atau terlaris yang akan dimiliki oleh FruitXpress. Selain itu juga akan memiliki penjelasan setiap buahnya.



Gambar 2. 6 Our Service

Slide selanjutnya merupakan bentuk dari jasa yang kami berikan yaitu terdapat 3 point utama yang merupakan alasan mengapa menggunakan jasa FruitXpress. 3 hal tersebut adalah Jasa FruitXpress yang cepat dengan pelayanan yang tanggap dan mudah sehingga akan memberikan kepuasan saat menggunakan jasa FruitXpress, lalu adanya pelayanan Just in Time yaitu pelayanan yang akan melayani pengiriman sesuai dengan tanggal yang ditentukan tanpa adanya keterlambatan saat proses pengiriman, sehingga konsumen yang menggunakan jasa FruitXpress dapat mendapatkan pelayanan yang tepat waktu saat ingin melakukan pengiriman barang, dan yang terakhir adalah kualitas produk terbaik dapat disediakan oleh FruitXpress, dengan melalui Quality Control terlebih dahulu dengan seksama sehingga memastikan bahwa kualitas produk yang dimiliki oleh FruitXpress memuaskan.

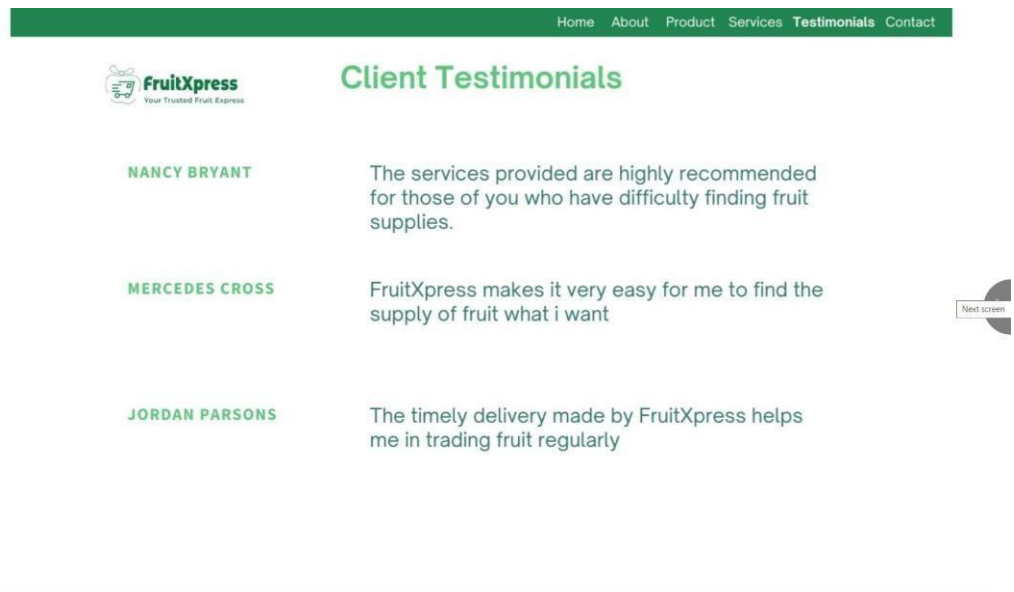
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2. 7 Grade

Lalu ada penjelasan terkait dengan kualitas buah, pada dasarnya kualitas buah terbagi menjadi berbagai jenis, terdapat buah yang memiliki kualitas A yang memiliki kualitas terbaik, namun sangat jarang dijumpai atau sangat jarang di pesan oleh kalangan pelaku ekspor, hal ini dikarenakan kesulitan dalam melakukan pencarian dengan buah kualitas tersebut, lalu ada kualitas B+ dan B yang memiliki kualitas yang hampir sama, namun berbeda ukurannya sehingga B+ merupakan buah-buahan yang memiliki ukuran yang lebih besar dari kualitas B. Kualitas buah B dan B+ merupakan kualitas buah yang sering digunakan oleh para pelaku eksportir untuk dikirim pada pasar internasional. Lalu yang terakhir merupakan kualitas C yang merupakan kualitas yang sering dijumpai oleh konsumen manapun yang berada dipasar-pasar atau pedagang buah seperti yang di kios-kios kecil.

FruitXpress sendiri akan menggunakan buah dengan jenis kualitas B+ dan B sebagai pasar utama, karena mengincar pasar internasional melalui pelaku eksportir, oleh karena itu di halaman website hanya akan menghadirkan 2 jenis grade yang nantinya akan memilikinya tersendiri, tentang seperti apa kualitas buah B+ dan B, sehingga konsumen tidak bingung terkait perbedaan 2 jenis kualitas buah tersebut.



Gambar 2. 8 Client Testimonials

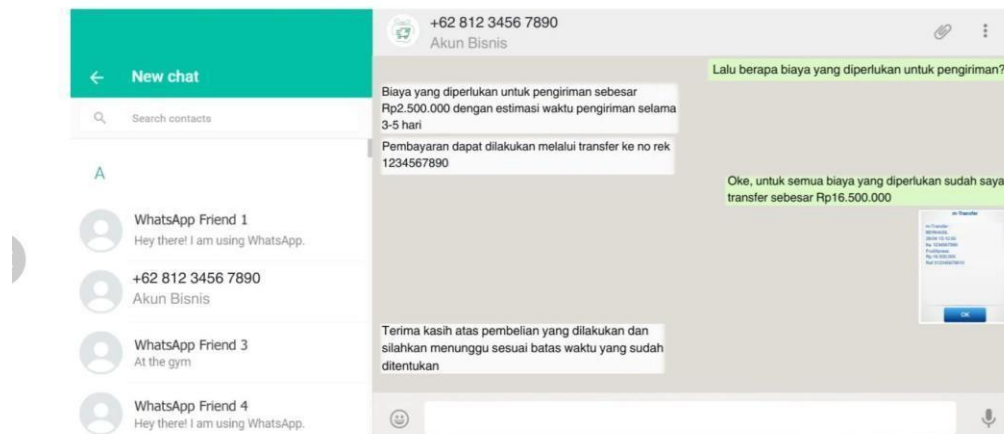
Selanjutnya adalah Client Testimonials, yang bertujuan untuk memberikan bukti testimonials dari para konsumen yang telah melakukan transaksi dengan FruitXpress, sehingga FruitXpress memiliki kepercayaan lebih dari para pelanggan atau konsumen baru yang ingin menggunakan jasa FruitXpress.



Gambar 2. 9 Contact Us

Lalu pada page terakhir akan berisi tentang bagaimana cara untuk melakukan komunikasi atau cara untuk menghubungi perusahaan FruitXpress, untuk

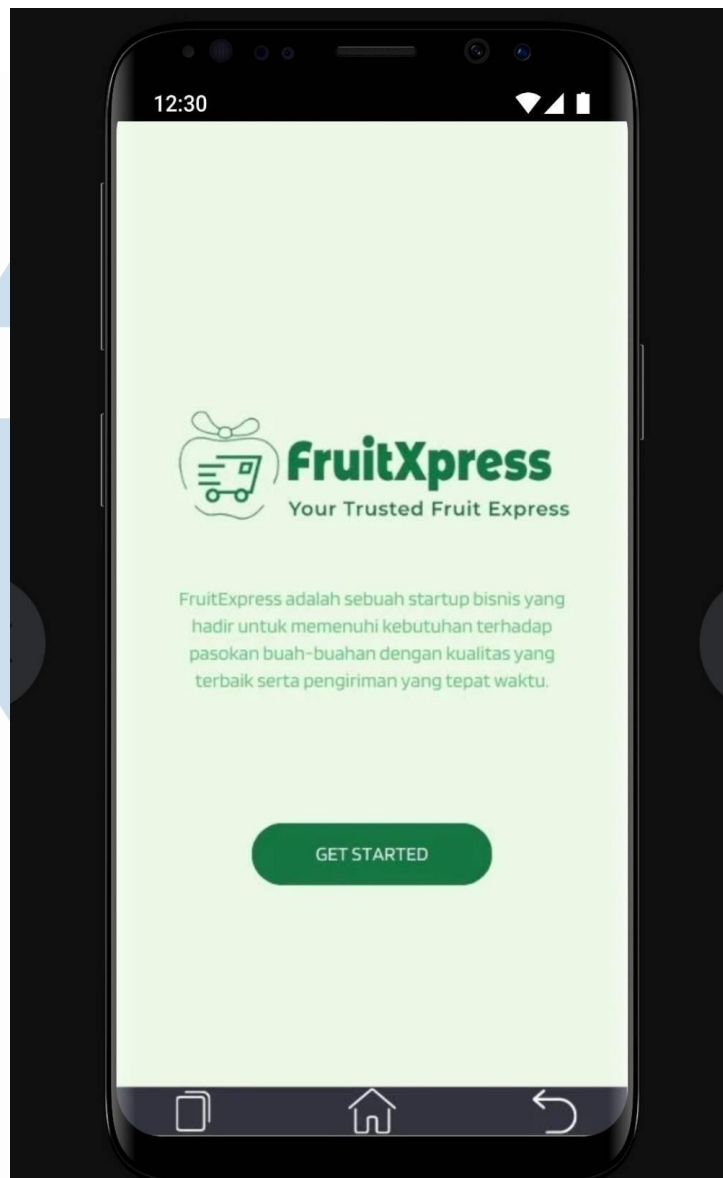
mempermudah konsumen FruitXpress akan menggunakan link yang berupa tanda intagram, WhatApps, dan Facebook untuk mengarahkan FruitXpress langsung ke halaman yang dapat di hubungi oleh client, sehingga client atau konsumen dapat langsung menghubungi FruitXpress.



Gambar 2. 10 Ordering

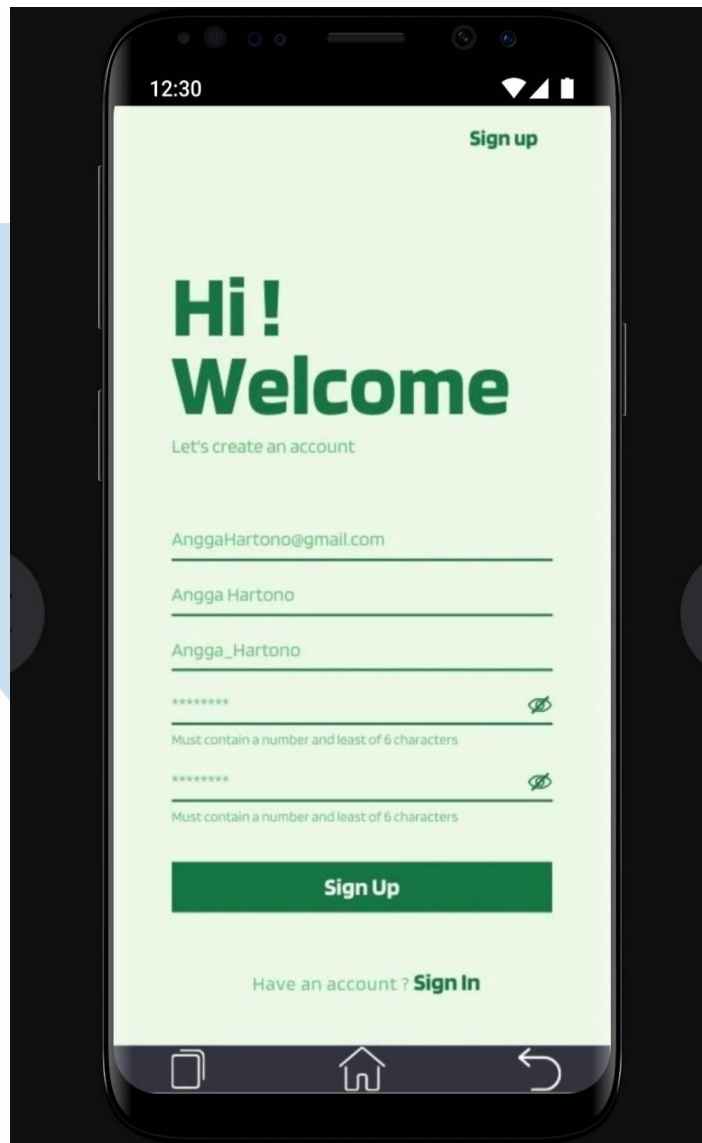
Berikut merupakan salah satu bentuk dari contoh dari bagaimana cara menghubungi serta melakukan transaksi bersama dengan FruitXpress melalui chat via WhatApp, client dapat menghubungi lalu menjelaskan secara rinci buah seperti apa yang diinginkan oleh client, jika sudah client dapat melakukan pembayaran secara penuh atau melakukan pembayaran sebesar 50% terlebih dahulu sebagai bagayaran DP, lalu sisanya akan dibayarkan sebelum produk akan dikirimkan ketempat client/konsumen.

Selain itu FruitXpress juga akan mengeluarkan pemesanan menggunakan aplikasi yang akan diluncurkan pada tahun ke-2, berikut merupakan tampilan aplikasi yang akan diluncurkan pada tahun ke-2.



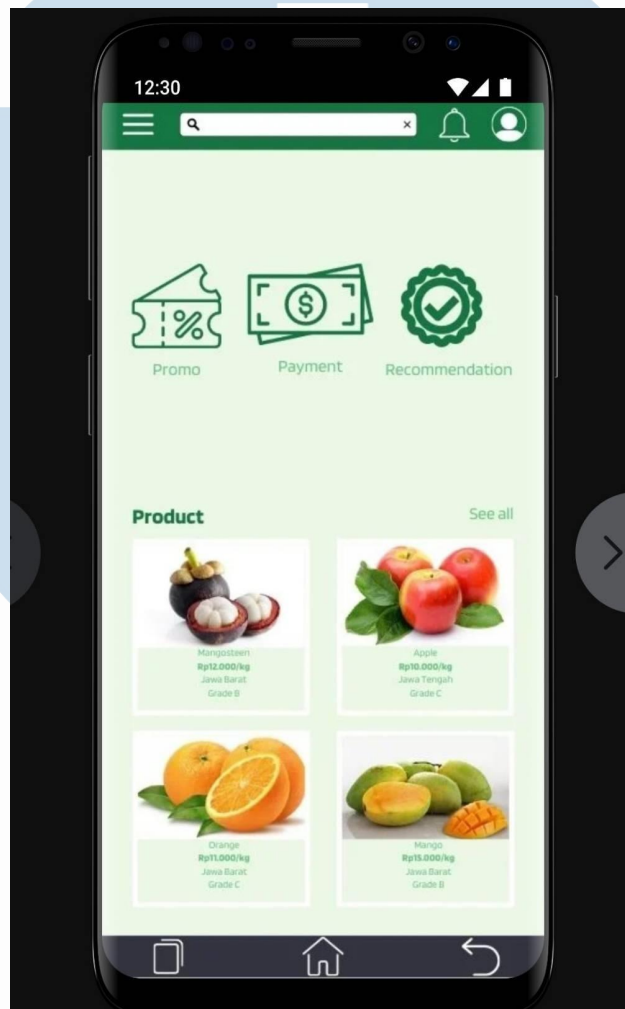
Gambar 2. 11 Welcome Page

Berikut merupakan halaman utama FruitXpress yang mana tampilan ini akan muncul ketika pengguna aplikasi mendownload aplikasi FruitXpress dan mencoba untuk membukanya. Lalu akan diarahkan pada login atau register apabila belum pernah menggunakan aplikasi FruitXpress.



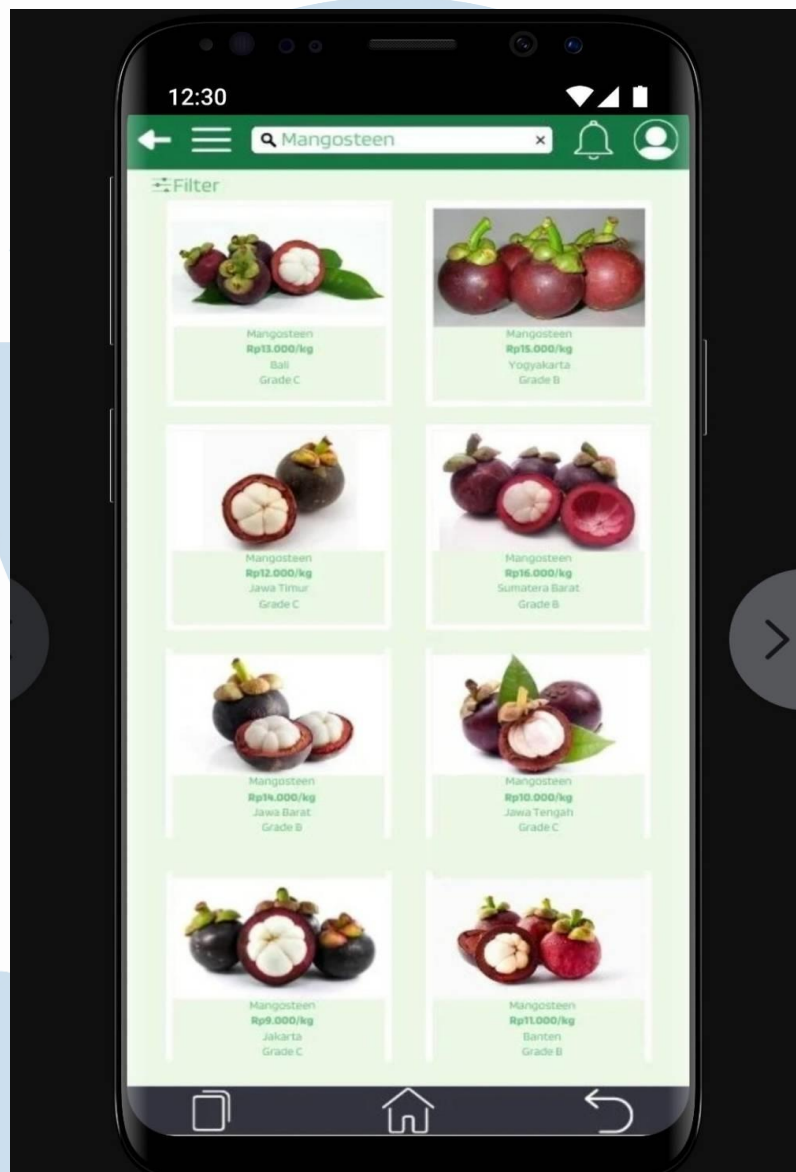
Gambar 2. 12 Register

Selanjutnya merupakan halaman untuk melakukan Register atau login, tentu saja awalnya pasti akan diarahkan untuk melakukan register, oleh karena itu pengguna aplikasi diharuskan melakukan registrasi terlebih dahulu sebelum menggunakan FruitXpress. Pengguna akan diminta untuk mengisi alamat email untuk menerima kode OTP, mengisi nama, dan username, yang terakhir adalah password, setelah itu verifikasi kode OTP, selesai akun FruitXpress dapat digunakan dan dapat menggunakan fitur yang terdapat pada aplikasi FruitXpress



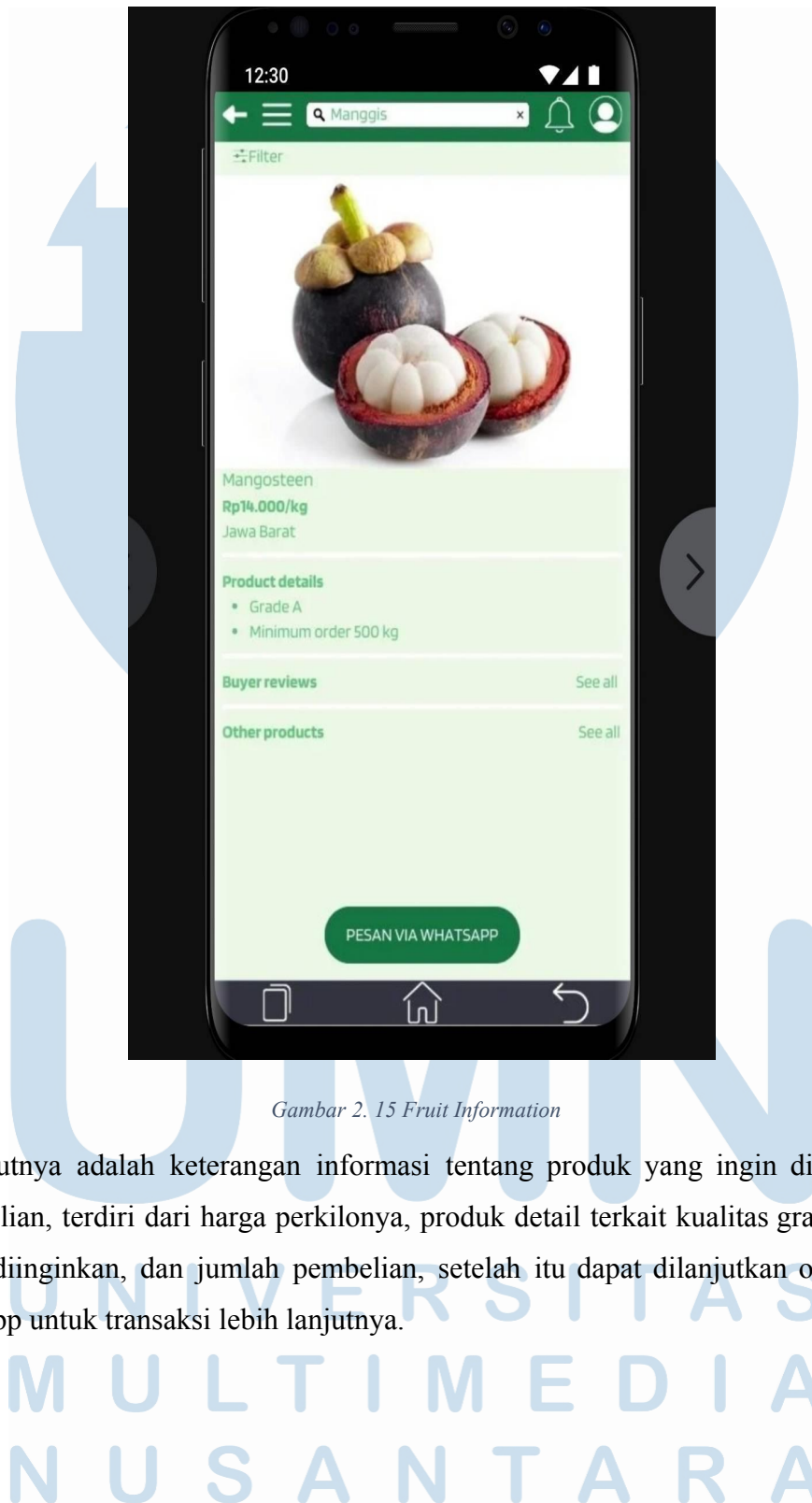
Gambar 2. 13 Homepage Aplikasi

Slide pertama merupakan *Home* atau *Homepage* merupakan gambaran yang berisi tentang gambaran informasi untuk para pengunjung aplikasi terkait dengan informasi aplikasi tanpa harus menjelajahi setiap halaman website yang ada. Selain itu fungsi *homepage* juga dapat memiliki fungsi seperti mempermudah pengguna dalam mengakses halaman awal sebuah aplikasi, ada pula sebagai sebuah identitas atau topik pembahasan utama dari suatu aplikasi dan menampilkan berbagai fitur atau menu navigasi dalam sebuah aplikasi.



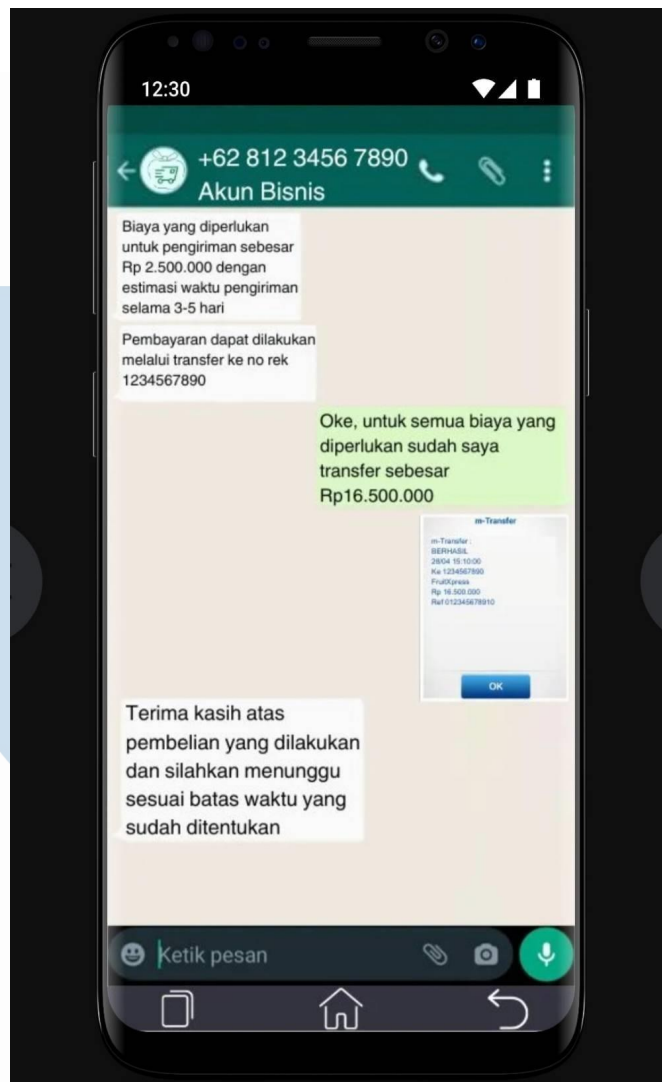
Gambar 2. 14 Searching Fruits

Berikut merupakan cara melakukan searching produk pada aplikasi FruitXpress, yang mana pengguna hanya perlu memasukkan nama produk yang diinginkan pada kotak pencarian, sehingga produk yang diinginkan akan muncul beserta dengan harga dan kualitas buahnya, penjelasan umum terkait produk juga akan muncul tentang kualitas buah tergantung pada Grade apa yang diinginkan. Selain itu harga buah juga akan tertera pada aplikasi, harga buah akan muncul dengan harga perkilogram.



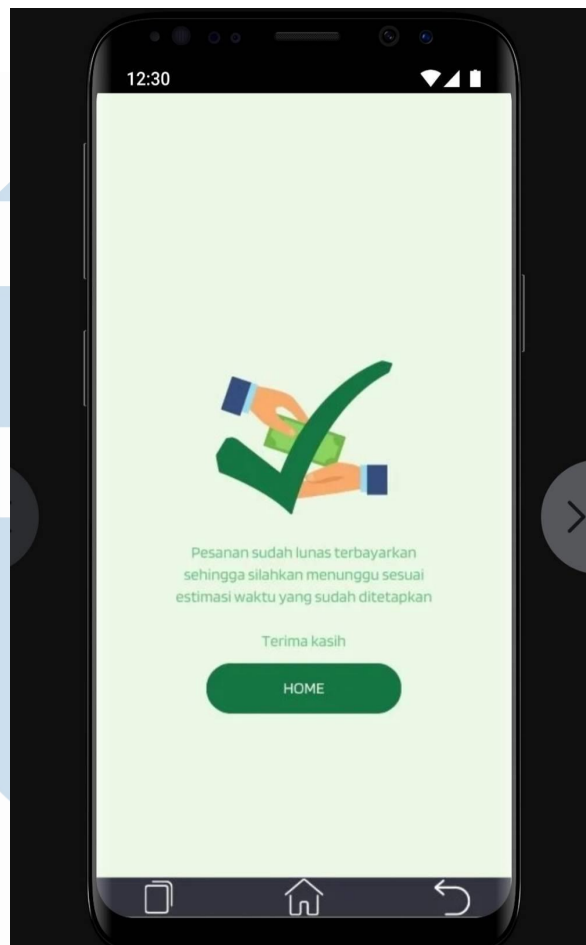
Gambar 2. 15 Fruit Information

Selanjutnya adalah keterangan informasi tentang produk yang ingin dilakukan pembelian, terdiri dari harga perkilonya, produk detail terkait kualitas grade buah yang diinginkan, dan jumlah pembelian, setelah itu dapat dilanjutkan order via whatapp untuk transaksi lebih lanjutnya.



Gambar 2. 16 Ordering

Selanjutnya adalah bagaimana cara menghubungi serta melakukan transaksi bersama dengan FruitXpress melalui chat via WhatsApp, client dapat menghubungi lalu menjelaskan secara rinci buah seperti apa yang diinginkan oleh client, jika sudah client dapat melakukan pembayaran secara penuh atau melakukan pembayaran sebesar 50% terlebih dahulu sebagai bagayaran DP, lalu sisanya akan dibayarkan sebelum produk akan dikirimkan ketempat client/konsumen.



Gambar 2. 17 Done Transaction

Terakhir adalah informasi tentang transaksi yang telah berhasil dilakukan oleh client bersama dengan FruitXrpress.

2.6 Analisis STP

STP atau Segmentation Targeting Positioning adalah salah satu pendekatan atau model yang dapat digunakan untuk mengembangkan pesan dan strategi pemasaran yang sesuai dengan bisnis yang ingin dijalankan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



www.presentationgo.com

Gambar 2. 18 STP

- Segmentation

Pada dasarnya pembeli akan berbeda-beda di dalam ruang lingkup suatu pasar baik itu dalam motif ataupun perilaku/Tindakan dalam kebiasaan pembeli akan menunjukkan ciri khas ataupun sifat pembeli/konsumen. Perbedaan ini menunjukkan bahwa pasar sendiri bukanlah sesuatu yang homogen, tetapi heterogen. Segmentasi sendiri merupakan proses pengelompokan pasar kedalam segmen yang berbeda-beda kedalam kelompok yang lebih kecil sehingga segmentasi pasar merupakan sekelompok pembeli yang sama dan memberikan respon yang sama terhadap aktivitas pemasaran tertentu

Segmentasi menurut Rhenald Kasali (sutisna, 2002) “Segmentasi merupakan suatu proses mengotak-atikkan pasar yang berbeda-beda kedalam potensial konsumen yang memiliki sebuah kesamaan ataupun kebutuhan serta kesamaan karakter dan respons yang sama Ketika menggunakan uangnya”.

Menurut Philip Kotler, (2010:216) “Segmentasi merupakan suatu hal atau cara untuk meningkatkan ketepatan pemasaran dengan cara mengidentifikasinya kedalam sebuah pasar dengan keinginan, geografis, perilaku, daya beli, dan kebiasaan yang serupa”.

Dalam hal penentuannya segmentasi akan menggunakan 3 hal terpenting dalam penentuan segmentasi pasar yaitu antara lain :

1. Tersedianya informasi tentang karakteristik konsumen yang mudah untuk di ukur.
2. Tingkat efektivitas pemusatan usaha pemasaran pada segmen yang digunakan
3. Tingkat keuntungan dan luas sempitnya pasar.

Dengan menggunakan 3 hal diatas akan mempermudah pencarian segmentasi yang ingin digunakan dalam pembuatan segmentasi pasar yang di inginkan. Dalam hal ini FruitXpress membuat Segmentasi pasar dengan memiliki informasi terkait informasi yang bersangkutan melalui BPS yang pertama adalah jumlah ekspor Indonesia keseluruhan mencapai 293 Milliar USD dan juga adanya informasi nilai Indonesia dalam ekspor buah pertahunnya mencapai USD 393 Juta Dollar.

- Targeting

Targeting merupakan suatu proses yang mana kita akan melaksanakan evaluasi terhadap segmen pasar yang telah ditentukan dan memusatkannya pemasaran pada negara, Kawasan ataupun kelompok yang memiliki potensi signifikan untuk beraksi secara positif terhadap stimulus pasar yang dilakukan oleh perusahaan. Proses targeting sendiri mencerminkan kenyataan bahwa perusahaan harus mengidentifikasi pelanggan yang dapat diakses maupun di layani secara efektif dan efisien.

Menurut Philip Kotler (2007, h.301) mendefinisikan sebuah targeting sebagai sebuah proses yang mana mengevaluasi setiap daya tarik segmen pasar dan

menyeleksinya sesuai dengan sesuatu yang telah menjadi incaran atau target yang telah ditentukan. .

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012:150) targeting merupakan suatu proses evaluasi dan memilih satu atau beberapa pasar yang dinilai.

Dalam targeting sendiri FruitXpress lebih menargetkan target pasar yakni pasar local terlebih dahulu yaitu para pelaku eksportir buah-buahan, namun akan berubah pada tahun ke-3 perusahaan FruitXpress akan mencoba untuk menargetkan pasar internasional dengan juga melakukan kegiatan eksport buah secara mandiri dengan mengatasnamakan perusahaan FruitXpress

- Positioning

Positioning adalah suatu Tindakan perubahan, tetapi perubahan tersebut bukanlah yang dilakukan semata-mata terhadap produk, melainkan perubahana yang dilakukan terhadap keseluruhan brand. Maksudnya disini positioning adalah perubahan yang dilakukan terhadap penampilan, citra serta presepsi konsumen terhadap produk yang telah disiapkan. Sehingga konsumen dapat mempresepsikan priduk kita sebagai suatu produk yang berbeda.

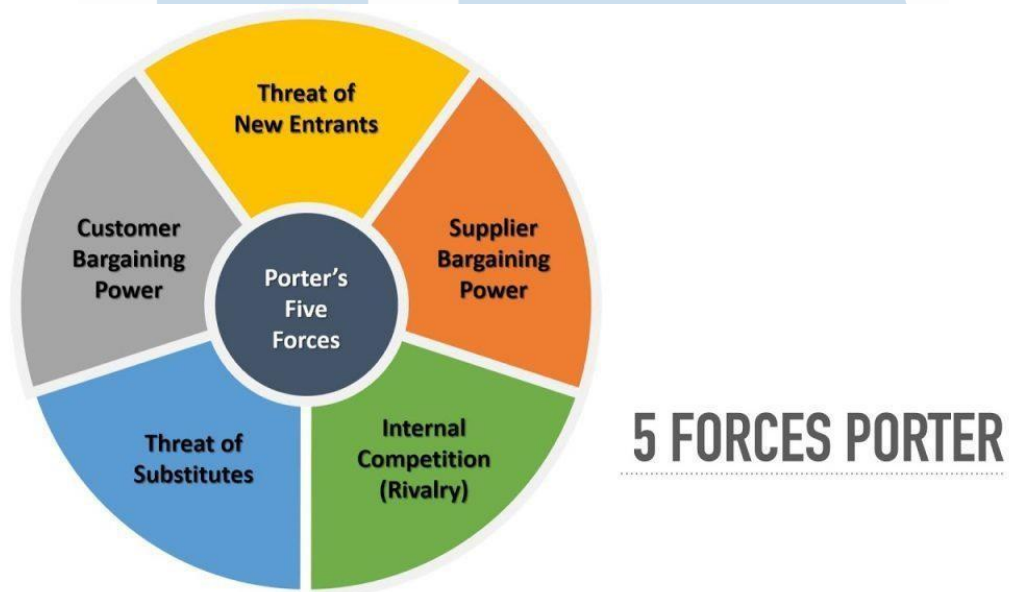
Menurut Philip Kotler merupakan Tindakan dimana suatu perusahaan melakukan rancangan produk, dan bauran pemasaran agar dapat tercipta kesan tertentu di ingatan konsumen. (Wasana, 2008, hal. 408)

Pada FruitXpress sendiri positioning ide bisnis kami adalah dapat melakukan refund produk apabila total kecacatan produk melebihi 10% dari jumlah yang diberikan, sehingga menjadi suatu keistimewaan ataupun pembeda dari supplier lainnya yang mana hanya akan menganggap kecacatan produk sebagai suatu nilai penyusutan produk sehingga tidak dilakukannya refund atau penggantian produk yang gagal atau cacat.

2.7 Analisis Porter Five Forces

Analisa Porter Five Forces merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengetahui kekuatan suatu industrial yang di dasarkan dari eksternal perusahaan.

Teori tersebut didasari dengan adanya pandangan tentang industrial organization yang menjadi pandangan manajemen bahwa perusahaan harus sangat memperhatikan manajemen dalam perusahaan sehingga mendapatkan keunggulan dalam hal untuk bersaing dengan competitor yang telah ada maupun yang akan datang dikemudian hari.



Gambar 2. 19 Porters Analysis

- Threat of New Entrants

Ancaman tidak hanya akan datang dari pesaing-pesaing lama, seiring berkemabangnya zaman akan adanya penantang-penantang baru yang muncul dalam pasar yang bergerak sama dengan bisnis yang telah di jalankan. Oleh karena itu suatu perusahaan tidak boleh hanya diam dan tidak bergerak mengikuti perkembangan zaman yang terus berganti sehingga bermunculan penantang ataupun pesaing yang bergerak pada bidang yang sama.

FruitXpress sendiri tidak akan diam dalam menghadapi setiap penantang baru yang bermunculan dan bergerak dibidang yang sama. Fruixpress akan mengikuti perkembangan zaman yang mana kami terus melakukan perubahan dengan menghadirkan system pemesanan buah-buahan melalui aplikasi yang akan

dihadirkan pada awal tahun ke-dua. Selain itu FruitXpress juga akan mengincar pasar internasional pada tahun ke-tiga. FruitXpress akan terus melakukan inovasi-inovasi baru sehingga tidak tergerus dengan perkembangan panantang baru yang akan datang.

- Threat of Substitutes

Threat of Substitutes merupakan barang atau jasa yang dapat menggantikan produk sejenis. Dengan adanya produk atau jasa pengganti dapat menjadi pembatas jumlah laba yang dapat diperoleh oleh suatu industry. Makin baik alternatif yang ada maka akan mempererat pembatasan laba yang dapat diperoleh dalam suatu industry. Sehingga semakin banyaknya ragam barang atau jasa yang ada maka akan memperngaruhi pendapatan perusahaan. Hal ini berkaitan dengan apakah konsumen memiliki alternatif produk lain yang ada.

Dalam mengatasi hal ini yang penulis bersama dengan rekan-rekan pikirkan adalah bagaimana cara mempertahankan loyalitas konsumen terhadap produk yang kami berikan. Oleh karena itu, kami melakukan wawancara oleh salah satu pelaku ekspor-impor yang mana pelaku ekspor terkadang kesulitan dalam mengatasi produk yang cacat atau tidak layak kirim dari supplier, yang mana jika di kembalikan pada supplier akan memakan biaya yang besar lagi dalam hal ekspedisi. Oleh karena itu FruitXpress memikirkan suatu solusi yang mana dapat mengatasi permasalahan produk yang cacat tersebut dengan menanggung semua biaya produk cacat apabila produk yang cacat melebihi 10% besarnya dari pembelian produk melalui FruitXpress.

- Bargaining Power of Buyers

Tawar-menawar dalam industry berperan penting dalam menekan harga serendah mungkin, serta dapat memberikan penawaran dalam hal peningkatan kualitas layanan, dan membuat competitor saling bersaing satu dengan yang lainnya. Hal tersebut berkaitan dengan kemampuan konsumen agar dapat mempengaruhi harga jual barang sehingga dapat menjadi serendah mungkin.

Dalam kasus ini FruitXpress tentu saja akan memberikan nego harga kepada para konsumen dengan catatan memiliki keterikatan pembelian pada FruitXpress sebelumnya. Karena pada dasarnya buah-buahan yang ada di Indonesia terkadang memiliki harga yang tinggi dan juga kadang sangat rendah. Hal ini dipengaruhi dengan adanya musim buah tersebut yang mempengaruhi harga pasaran terhadap buah yang sedang musimnya dan juga buah yang tidak pada musimnya. Dengan memberikan bargaining terkait harga buah-buahan tentu saja akan meningkatkan kostuemr loyalty terhadap jasa yang kami berikan kepada konsumen.

- Bargaining Power of Suppliers

Pemasok dapat menggunakan kekuatan tawar menawar terhadap pembeli didalam sebuah industry dengan cara menaikkan harga maupun menurunkan kualitas produk atau jasa yang mereka berikan. Perusahaan tentu saja akan berusaha untuk mendapatkan harga semurah mungkin dengan tetap mempertahankan kualitas produk yang tinggi. Jika perusahaan dapat memperoleh supplier demikian maka perusahaan akan mendapatkan kompetisi yang baik dibanding para pesaing yang ada.

Dalam hal ini, FruitXpress akan memiliki tawar-menawar dengan para supplier terkait jumlah yang ingin dibeli oleh FruitXpress melalui para supplier. Tentu saja bisnis penulis memiliki banyak relasi dengan banyak supplier sehingga FruitXpress dapat melakukan tawar menawar terlebih dahulu dengan supplier- supplier yang memiliki relasi dengan kami, terkait harga yang dapat diberikan oleh supplier, FruitXpress tentu saja akan mengambil harga terendah dan juga memiliki kualitas yang baik dengan begitu FruitXpress dapat mendapatkan keuntungan yang jauh lebih besar lagi dari hasil menjual produk atau jasa yang telah kami berikan.

- Rivalry of Competitors

Persaingan antarpesaing dalam suatu industry merupakan sebuah inti dalam kekuatan persaingan. Komeptitor dalam hal ini adalah adalah industry yang mengasilkan serta produk yang memiliki kesamaan, yang bersaing

memperebutkan pasar yang sama. kompetisi ini meliputi dalam hal harga, kualitas produk, layanan, dan berbagai hal yang berkaitan dengan loyalitas konsumen.

Dalam mengatasi Rivalry of Competitors FruitXpress akan menekankan pada pemberian layanan terbaik dengan menghadirkan layanan cepat tanggap, memiliki user interface yang mudah baik itu dalam website maupun aplikasi. Dalam segi harga FruitXpress sendiri hanya akan mendapatkan keuntungan 1500-2000 rupiah setiap kilogram barang yang dibeli, dan kualitas produk yang diberikan juga akan sangat baik karena kami akan melakukan pengecekan kualitas produk sebelum melakukan pengiriman kepada konsumen.

2.8 Analisis Kompetitor

COMPETITIVE LANDSCAPE

PERBEDAAN	PRODUCT QUALITY	CUSTOMER SERVICE	EASY TO USE
FRUITEXPRESS	✓	✓	✓
TRIDGE	✓	✗	✗
GO4WORLD	✓	✗	✓

Gambar 2. 20 Competitors Analysis

Dalam melakukan analisis pada competitor, penulis membuatnya dengan table dengan melakukan pengecekan terhadap kualitas produk, layanan konsumen, dan cara penggunaan produk apakah sulit atau mudah. FruitXpress menemukan 2 saingan yang sekiranya memiliki bidang yang sama dalam proses menjalankan

usahanya penjualan produk atau jasa untuk pemenuhan kebutuhan agrikultur yang mana hal tersebut adalah buah-buahan.

Pertama dengan tridge dalam kualitas produk tridge memiliki kualitas yang baik dan bagus sama halnya dengan FruitXpress yang mana mengutamakan kualitas produk agar dapat memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Lalu Costumer service, dalam hal ini FruitXpress unggul dari Tridge karena Tridge terbilang memiliki layanan konsumen yang terbilang sangat sulit untuk di hubungi sehingga membuat banyak pelanggan melakukan pemerian rating yang buruk karena lambatnya respon dari costumer services, dan yang terakhir adalaah easy ro use yang mana tridge sangat repot dalam melakukan pembuatan akun untuk melakukan pemesanan karena membutuhkan data-data yang tidak dimiliki oleh semua orang seperti nama perusahaan pribadi, credit card, dst.

Ke-2 adalah dengan Go4World dalam kualitas produk Go4World memiliki kualitas yang baik dan sama bagusnya dengan FruitXpress yang mana mengutamakan kuliatas produk sehingga dapat memberikan pelayanan yang baik pada konsumen dan dapat memberikan kepuasan pada pelanggan. Lalu Costumer Service, dalam hal ini FruitXpress unggul dari Go4world karena Go4World terbilang memiliki layanan konsumen yang terbilang sangat sulit untuk di hubungi sehingga membuat banyak pelanggan melakukan pemerian rating yang buruk karena lambatnya respon dari costumer services, dan yang terakhir ada Easy to Use yang mana Go4World dan FruitXpress memiliki kesamaan yang mana terbilang sangat mudah untuk digunakan.

2.9 Analisis Kelayakan Usaha

Cashflow dan BEP

Tahun 2023

Laporan Arus Kas

FruitXpress		
Laporan Arus Kas		
2023		
Arus kas dari kegiatan operasi		
Penerimaan kas dari pelanggan		Rp 86.970.000.000
Dikurangi pembayaran kas untuk beban		
Beban pokok penjualan	Rp 80.340.000.000	
Beban sewa gedung	Rp 15.000.000	
Beban listrik dan air	Rp 6.000.000	
Beban gaji karyawan	Rp 384.000.000	
Beban iklan	Rp 16.896.000	
Beban hak paten	Rp 3.900.000	
Beban pembuatan website	Rp 1.500.000	
Beban maintenance	Rp 600.000	
Kas yang diterima dari kegiatan operasi		Rp 80.767.896.000
Arus kas bersih dari kegiatan operasi		Rp 6.202.104.000
Arus kas dari kegiatan investasi		
Pembelian peralatan	Rp 56.950.000	
Arus kas bersih dari kegiatan investasi		Rp 56.950.000
Arus kas dari kegiatan pendanaan		
Kas yang diterima dari investasi pemilik	Rp 100.000.000	
Arus kas bersih dari kegiatan pendanaan		Rp 100.000.000
Kenaikan bersih kas dan setara kas		Rp 6.245.154.000
Kas dan setara kas awal periode		-
Kas dan setara kas akhir periode		Rp 6.245.154.000

Gambar 2. 21 Cashflow 2023

Berikut merupakan rincian terkait laporan arus kas 2023, sebesar 86.940.000.000 merupakan penerimaan kas dari pelanggan yang melakukan pemesanan produk pada FruitXpress, lalu di kurangi oleh beban selama menjalankan usaha, sebesar 80.340.000.000 yang mana beban ini berasal dari pembelian buah oleh FruitXpress kepada para supplier buah-buahan yang berafiliasi dengan FruitXpress, lalu beban sewa Gedung sebesar 15.000.000 yang berguna sebagai kantor untuk menjalankan bisnis FruitXpress selama setahun, lalu ada beban listrik dan air selama setahun penuh sebesar 6.000.000, beban gaji karyawan sebanyak 8 orang selama setahun sebesar 384.000.000, beban untuk marketing sebesar 16.896.000, beban dalam hak paten sebesar 3.900.000, beban pembuatan website sebesar 1.500.000, dan beban maintenance sebesar 600.000. selain itu juga ada pembelian peralatan sebesar 56.950.000.

Tahun 2023

BEP

2023 - Grade B+					
BEP	FC	/	Price per unit	-	VC
	Rp 469.266.000	/	Rp 37.000	-	Rp 35.000
	Rp 469.266.000	/	Rp 2.000		
=	234.633				
=	235 Ton				
2023 - Grade B					
BEP	FC	/	Price per unit	-	VC
	Rp 469.266.000	/	Rp 36.500	-	Rp 35.000
	Rp 469.266.000	/	Rp 1.500		
=	312.844				
=	313 Ton				

Gambar 2. 22 BEP 2023

Lalu BEP pada tahun 2023 untuk buah dengan kualitas 2023, dengan total FC atau Fixed Cost sebesar 469.266.000 yang mana merupakan biaya yang wajib untuk di keluarkan, jadi total yang harus di penuhi oleh FruitXpress adalah dengan menjual buah-buahan dengan total 235 Ton untuk mencapai nilai yang menutupi pengeluaran pertahunnya.

Pada BEP dengan kualitas buah B dengan total FC atau Fixed Cost sebesar 469.266.000 yang mana merupakan biaya yang wajib untuk di keluarkan, jadi total yang harus di penuhi oleh FruitXpress adalah dengan menjual buah-buahan dengan total 313 Ton untuk mencapai nilai yang menutupi pengeluaran pertahunnya.

Tahun 2024

Laporan Arus Kas

FruitExpress		
Laporan Arus Kas		
2024		
Arus kas dari kegiatan operasi		
Penerimaan kas dari pelanggan		Rp 167.250.000.000
Dikurangi pembayaran kas untuk beban		
Beban pokok penjualan	Rp154.500.000.000	
Beban sewa gedung	Rp 15.000.000	
Beban listrik dan air	Rp 12.000.000	
Beban gaji karyawan	Rp 576.000.000	
Beban iklan	Rp 16.896.000	
Beban pembuatan aplikasi	Rp 50.000.000	
Beban maintenance	Rp 49.388.205	
Kas yang diterima dari kegiatan operasi		Rp 155.219.284.205
Arus kas bersih dari kegiatan operasi		Rp 12.030.715.795
Arus kas dari kegiatan investasi		
Pembelian peralatan	Rp 56.950.000	
Arus kas bersih dari kegiatan investasi		Rp 56.950.000
Arus kas dari kegiatan pendanaan		
Kas yang diterima dari investasi pemilik	Rp 200.000.000	
Kas yang diterima dari kegiatan pendanaan		Rp 200.000.000
Kenaikan bersih kas dan setara kas		Rp 12.173.765.795
Kas dan setara kas awal periode		
Kas dan setara kas akhir periode		Rp 12.173.765.795

Gambar 2. 23 Cashflow 2024

Berikut merupakan rincian terkait laporan arus kas 2023, sebesar 167.250.000.000 merupakan penerimaan kas dari pelanggan yang melakukan pemesanan produk pada FruitXpress, lalu di kurangi oleh beban selama menjalankan usaha, sebesar 154.500.000 yang mana beban ini berasal dari pembelian buah oleh FruitXpress kepada para supplier buah-buahan yang berafiliasi dengan FruitXpress, lalu beban sewa Gedung sebesar 15.000.000 yang berguna sebagai kantor untuk menjalankan bisnis FruitXpress selama setahun, lalu ada beban listrik dan air selama setahun penuh sebesar 12.000.000, beban gaji karyawan sebanyak 12 orang selama setahun sebesar 576.000.000, beban untuk marketing sebesar 16.896.000, beban dalam aplikasi sebesar 50.000.000, beban maintenance aplikasi sebesar 49.388.205.

Tahun 2024

BEP

2024 - Grade B+					
BEP	FC	/	Price per unit	-	VC
	Rp927.479.205	/	Rp 37.000	-	Rp 35.000
	Rp927.479.205	/	Rp 2.000		
=	463.740				
=	464 Ton				
2024 - Grade B					
BEP	FC	/	Price per unit	-	VC
	Rp927.479.205	/	Rp 36.500	-	Rp 35.000
	Rp927.479.205	/	Rp 1.500		
=	618.319				
=	618 Ton				

Gambar 2. 24 BEP 2024

Lalu BEP pada tahun 2024 untuk buah dengan kualitas 2024, dengan total FC atau Fixed Cost sebesar 927.479.205 yang mana merupakan biaya yang wajib untuk di keluarkan, jadi total yang harus di penuhi oleh FruitXpress adalah dengan menjual buah-buahan dengan total 464 Ton pada tahun ke-2.

Pada BEP dengan kualitas buah B dengan total FC atau Fixed Cost sebesar 927.479.205 yang mana merupakan biaya yang wajib untuk di keluarkan, jadi total yang harus di penuhi oleh FruitXpress adalah dengan menjual buah-buahan dengan total 618 Ton pada tahun ke -2.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

FruitExpress		
Laporan Arus Kas		
2025		
Arus kas dari kegiatan operasi		
Penerimaan kas dari pelanggan		Rp 200.700.000.000
Dikurangi pembayaran kas untuk beban		
Beban pokok penjualan	Rp 185.400.000.000	
Beban sewa gedung	Rp 15.000.000	
Beban sewa gudang	Rp 220.000.000	
Beban listrik dan air	Rp 18.000.000	
Beban gaji karyawan	Rp 720.000.000	
Beban iklan	Rp 16.896.000	
Beban maintenance	Rp 49.388.205	
Kas yang diterima dari kegiatan operasi		Rp 186.439.284.205
Arus kas bersih dari kegiatan operasi		Rp 14.260.715.795
Arus kas dari kegiatan investasi		
Pembelian peralatan	Rp 56.950.000	
Arus kas bersih dari kegiatan investasi		Rp 56.950.000
Arus kas dari kegiatan pendanaan		
Kas yang diterima dari investasi pemilik	Rp 300.000.000	
Kas yang diterima dari kegiatan pendanaan		Rp 300.000.000
Kenaikan bersih kas dan setara kas		Rp 14.503.765.795
Kas dan setara kas awal periode		
Kas dan setara kas akhir periode		Rp 14.503.765.795

Gambar 2. 25 Cashflow 2025

Berikut merupakan rincian terkait laporan arus kas 2025, sebesar 200.700.000.000 merupakan penerimaan kas dari pelanggan yang melakukan pemesanan produk pada FruitXpress, lalu di kurangi oleh beban selama menjalankan usaha, sebesar 185.400.000 yang mana beban ini berasal dari pembelian buah oleh FruitXpress kepada para supplier buah-buahan yang berafiliasi dengan FruitXpress, lalu beban sewa Gedung sebesar 15.000.000 yang berguna sebagai kantor untuk menjalankan bisnis FruitXpress selama setahun, lalu ada beban listrik dan air selama setahun penuh sebesar 18.000.000, beban gaji karyawan sebanyak 15 orang selama setahun sebesar 720.000.000, beban untuk marketing sebesar 16.896.000, beban dalam penyewaan gudang sebesar 220.000.000, beban maintenance aplikasi sebesar 49.388.205.

Tahun 2025

BEP

2025 - Grade B+					
BEP	FC	/	Price per unit	-	VC
	Rp 1.118.929.205	/	Rp 37.000	-	Rp 35.000
	Rp 1.118.929.205	/	Rp 2.000		
=	559.465				
=	559 Ton				
2025 - Grade B					
BEP	FC	/	Price per unit	-	VC
	Rp 1.118.929.205	/	Rp 36.500	-	Rp 35.000
	Rp 1.118.929.205	/	Rp 1.500		
=	745.953				
=	746 Ton				

Gambar 2. 26 BEP 2025

Lalu BEP pada tahun 2025 untuk buah dengan kualitas 2025, dengan total FC atau Fixed Cost sebesar 1.118.928.205 yang mana merupakan biaya yang wajib untuk di keluarkan, jadi total yang harus di penuhi oleh FruitXpress adalah dengan menjual buah-buahan dengan total 559 Ton pada tahun ke-3.

Pada BEP dengan kualitas buah B dengan total FC atau Fixed Cost sebesar 1.118.928.205 yang mana merupakan biaya yang wajib untuk di keluarkan, jadi total yang harus di penuhi oleh FruitXpress adalah dengan menjual buah-buahan dengan total 746 Ton pada tahun ke -3.

2.10 Data Ekspor Indonesia

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Negara tujuan	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Berat bersih : Ton										
Malaysia	112 023,0	190 794,9	210 025,4	267 848,8	352 106,3	283 836,2	320 337,9	317 546,8	350 659,6	292 197,9
Vietnam	20 284,8	28 224,8	41 654,4	61 466,5	58 223,8	52 210,7	47 619,3	61 454,1	179 571,6	104 151,5
Tiongkok	32 634,8	23 308,2	158 424,4	206 541,1	204 561,7	268 223,9	188 629,4	200 303,3	284 620,9	397 549,3
Thailand	15 389,4	18 926,3	72 197,0	80 622,7	112 885,6	384 566,2	165 429,3	76 551,2	171 182,3	108 834,0
India	49 832,7	20 842,6	11 642,8	24 544,6	10 130,7	13 123,8	8 822,9	22 225,0	19 985,7	11 206,6
Jepang	74,2	71,4	71,2	3 240,7	7 377,4	4 919,7	4 675,1	4 773,9	3 734,8	3 322,7
Hongkong	10 128,8	2 102,1	1 671,9	7 251,3	5 926,8	1 596,0	3 620,9	12 153,1	25 907,1	8 003,6
Uni Emirat arab	2 272,2	1 977,4	4 238,0	5 514,4	4 133,0	4 044,7	10 377,6	14 377,3	4 231,8	4 092,1
Singapura	9 456,1	8 757,7	6 820,8	6 004,0	4 481,4	5 449,7	6 193,5	5 912,8	5 642,4	7 564,7
Nigeria	0,4	0,6	1,1	2,5	8,7	1,6	2,7	2,6	0,0	1,3
Lainnya	39 440,5	10 906,0	9 757,4	11 503,4	6 285,8	16 148,3	35 965,3	38 041,3	27 807,1	13 500,8
Jumlah	291 536,9	305 912,0	516 704,4	674 540,0	766 121,2	1 034 120,8	791 673,9	753 341,4	1 073 343,3	950 424,5

Gambar 2. 27 Data BPS peminat ekspor buah Indonesia

Berdasarkan gambar diatas merupakan data ekspor Indonesia dari tahun ketahun, terdapat 10 negara yang menjadi tujuan ekspor utama Indonesia yaitu antara lain, Malaysia, Vietnam, Tiongkok, Thailand, India, Jepang, Hongkong, UAE, Singapura, Nigeria, dll. melalui data ekspor buah Indonesia dari tahun ketahun penulis dapat melihat bahwa pertumbuhan ekspor buah Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, terkecuali pada masa Covid-19 hal ini dikarenakan sulitnya melakukan ekspor selama masa pandemi. hal ini juga yang mendukung ide bisnis penulis bahwa ekspor buah-buahan merupakan bisnis yang memiliki sustainability yang tinggi sehingga dapat menjadi sebuah bisnis yang dapat berkembang.

2.11 Analisis Buah Musiman Indonesia

FruitXpress merupakan sebuah bisnis yang berjalan pada bidang logistik lebih tepatnya adalah buah-buahan, oleh karena itu FruitXpress memerlukan data terkait buah apa saja yang dapat di panen pada bulan atau musim-musim tertentu, pada dasarnya musim buah Indonesia terbagi menjadi 4 antara lain

- Januari-Maret

Pada Quarter pertama awal tahun yaitu pada bulan Januari hingga Maret buah-buahan yang dapat dipanen adalah durian, rambutan, alpukat, manggis, sawo, kedondong, salak, jambu biji, jeruk nipis, duku, dan jeruk bali. Maret juga merupakan awal dari musim buah sirsak yang dapat di panen terus-menerus hingga quarter akhir atau hingga bulan desember.

- April-Juni

Pada quarter ke-2 yaitu pada bulan april hingga juni buah-buahan yang dapat dipanen adalah hanya buah kesemek dan jeruk manis berbuah pada periode ini. Buah lainnya seperti salak, jeruk nipis, duku, dan jeruk Bali. Beberapa ada yang tetap dipanen, tapi berbuah sedikit

seperti kedondong, jambu biji, jeruk Bali, dan jambu air.

- Juli-September

Pada quarter ke-3 yaitu pada bulan juli hingga september buah-buahan yang dapat dipanen adalah kesemek, jeruk manis, belimbing, melon, jambu mete, jambu bol, dan mangga. Hingga Desember, jambu air, jeruk bali, jambu biji, dan kedondong masih terus berbuah, meski hanya sedikit.

- Oktober-Desember

Pada quarter terakhir yaitu pada bulan oktober hingga desember buah-buahan yang dapat dipanen adalah buah durian sudah memasuki musim panen dan kuantitas serta kualitas durian yang dihasilkan sedang pada titik terbaik. Selain durian, jenis buah lain yang akan terus berbuah hingga periode awal, antara lain manggis, rambutan, alpukat, sawo, dan jeruk Bali