

## BAB V PENGEMBANGAN BISNIS

### 5.1 Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah upaya untuk meningkatkan kapasitas, skala, dan kinerja bisnis agar suatu usaha dapat bertumbuh. Hal tersebut dapat dilakukan dengan melakukan perluasan pasar, penambahan produk, peningkatan kualitas, dan menguatkan manajemen. Dengan tujuan utama adalah mendorong pertumbuhan agar dapat menjadi usaha yang berkelanjutan dan dapat bersaing dengan kompetitor yang ada. Menurut Scarborough (2008) pengembangan usaha bertujuan memperkuat keunggulan kompetitif melalui inovasi, diferensiasi, dan peningkatan efisiensi agar usaha dapat tumbuh secara berkelanjutan.

|                    | Last 4 Weeks (Real)                                | 2026                   | 2027                        | 2028                     |
|--------------------|--|------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| Target Pendapatan  | Rp 9.195.000                                       | Rp 138.000.000         | Rp 166.200.000              | Rp 207.750.000           |
| Target Pelanggan   | Eo dan UMKM  | Eo dan UMKM            | Eo dan UMKM                 | Eo dan UMKM              |
| Market Size        | Kota dan Kabupaten Tangerang dan Tangerang Selatan | JaBoDeTaBek            | Pulau Jawa                  | Pulau Bali               |
| Strategi Marketing | Pengembangan Strategi Approaching yang Tepat       | Membangun Relationship | Perluasan Jangkauan Pasar   | Peluncuran Fitur Premium |
| Strategi Finansial | Penentuan Nilai Kerjasama dengan UMKM yang Didanai | Pengontrolan Arus Kas  | Penguatan Margin Keuntungan | Pendapatan Premium       |

|                      |                                      |                        |                                   |                               |
|----------------------|--------------------------------------|------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|
| Strategi Operasional | Menemukan Supplier Rental yang Tepat | Memperkuat Operasional | Peningkatan Kapasitas Operasional | Optimalisasi Platform Digital |
|----------------------|--------------------------------------|------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|

Tabel 5.1 Program Pengembangan BAZZARKU 3 Tahun Kedepan

Dalam empat minggu terakhir, BAZZARKU Pendapatan yang tercatat sebesar Rp9.195.000 menjadi dasar evaluasi dalam upaya memperluas target pelanggan yang berfokus pada Event Organizer (EO) serta UMKM di wilayah Kota Tangerang, Kabupaten Tangerang, dan Tangerang Selatan sebagai market size utama. Untuk mencapai peningkatan kinerja bisnis, strategi pemasaran diarahkan pada pengembangan pendekatan yang tepat dan efektif agar mampu membangun kepercayaan dan menarik minat pengguna. Pada aspek finansial, penetapan nilai kerja sama dengan UMKM yang didanai menjadi langkah penting untuk menciptakan skema pembiayaan yang seimbang dan menguntungkan kedua pihak. Sementara itu, strategi operasional menitikberatkan pada pemilihan supplier rental yang tepat guna memastikan efisiensi biaya, kualitas peralatan, serta kelancaran layanan bagi seluruh mitra bisnis.

BAZZARKU telah menetapkan proyeksi pertumbuhan sebesar **15–25 persen** dalam tiga tahun ke depan. Target ini dipandang realistis karena berada dalam kisaran rata-rata pertumbuhan perusahaan rintisan (startup) di Indonesia, yakni sekitar **10–30 persen** per tahun. Dengan memanfaatkan tren pertumbuhan industri digital dan meningkatnya minat UMKM terhadap partisipasi dalam kegiatan bazar, BAZZARKU menilai potensi ekspansi pasar masih sangat terbuka. Selain itu, peningkatan kapasitas operasional dan penguatan sistem internal diharapkan mampu mendukung pencapaian target pertumbuhan tersebut secara konsisten.

Pada tahun 2026,2027,2028 BAZZARKU akan memfokuskan strategi pada penguatan kemitraan dengan event organizer (EO) dan UMKM pada segmen

menengah ke bawah. Segmen ini dinilai memiliki prospek besar karena sebagian besar UMKM di wilayah perkotaan, khususnya di Jabodetabek, masih berada pada tahap pengembangan awal dan membutuhkan akses terhadap wadah pemasaran yang terjangkau. Melalui pendekatan berbasis hubungan serta pemberian nilai tambah berupa kemudahan akses informasi bazaar, BAZZARKU berupaya membangun fondasi pasar yang kuat untuk pertumbuhan jangka panjang.

Memasuki tahun berikutnya, BAZZARKU akan mulai memperluas target pasar dengan menyasar EO dan UMKM pada segmen menengah ke atas. Upaya ini dilakukan untuk meningkatkan keberagaman mitra serta memperluas potensi pendapatan dari penyelenggara acara dengan skala lebih besar. Dalam aspek pengembangan pasar, BAZZARKU akan memperluas cakupan wilayah operasional. Jika pada tahun sebelumnya layanan hanya berfokus di Kota Tangerang dan Jakarta, maka pada 2026 BAZZARKU menargetkan perluasan ke seluruh wilayah Jabodetabek.

Apabila ekspansi ini berhasil dicapai, langkah selanjutnya adalah memperluas area layanan ke seluruh Pulau Jawa, kemudian ke Pulau Bali sebagai pusat aktivitas bazar dan pariwisata. Ekspansi geografis ini diharapkan dapat membuka peluang kolaborasi lebih luas serta meningkatkan jumlah pengguna secara signifikan, sehingga mendukung pencapaian target pertumbuhan tahunan yang telah ditetapkan.

Untuk strategi pemasaran BAZZARKU pada tahun 2026 fokus pemasaran diarahkan untuk memperluas jaringan dengan menambah kerjasama baru dengan UMKM atau EO baru. Dapat dilakukan melalui pertemuan tatap muka dan workshop kecil dengan tujuan membangun kredibilitas dan memastikan lebih banyak EO atau UMKM yang menggunakan BAZZARKU.

Pada tahun 2027, melakukan perluasan pasar ke area yang lebih besar daripada tahun sebelumnya. Kemudian, pada tahun 2028 jika sudah memiliki basis pemakai yang sudah besar. BAZZARKU akan mulai meluncurkan fitur

premium yang menawarkan manfaat lebih untuk EO dan UMKM yang memakainya.

Untuk strategi finansial BAZZARKU pada tahun 2026, pengontrolan arus kas untuk memastikan setiap kegiatan bazaar memiliki proyeksi keuntungan yang jelas. Pada tahun 2027, BAZZARKU akan melakukan pengoptimalan pendapatan dari semua kerjasama dengan menetapkan struktur biaya yang lebih kompetitif. Dan pengetatan kontrol biaya operasional yang diperketat agar margin keuntungan lebih stabil. Pada tahun 2028, BAZZARKU akan mulai melakukan bundling layanan premium untuk mendapatkan prioritas pendaftaran, rekomendasi lokasi bazaar, dan didukung dengan promosi marketing.

Untuk strategi operasional BAZZARKU pada tahun 2026, Kerja sama dengan supplier peralatan yang lebih profesional akan diperkuat demi menjaga kualitas layanan dan mengurangi risiko keterlambatan maupun kerusakan barang. Pada tahun 2027, peningkatan sistem operasional dengan menggunakan sistem digital. Khususnya dalam pendaftaran tenant dan pendataan serta pengadaan inventory. Kerja sama dengan beberapa supplier cadangan disiapkan agar setiap kebutuhan peralatan dapat dipenuhi tanpa gangguan. Pada tahun 2028, BAZZARKU akan melakukan peningkatan kapasitas platform digital, termasuk kestabilan website dan sistem registrasi. Evaluasi supplier dilakukan agar kualitas layanan tetap konsisten meski volume kegiatan semakin besar. Standar kerja tim juga diperbarui untuk memastikan pelayanan tetap cepat dan profesional meskipun beban kerja meningkat.

## 5.2 Pengembangan CFO dalam Tiga Tahun

| Tahun | Target Pendapatan | Kenaikan | Keterangan                          |
|-------|-------------------|----------|-------------------------------------|
| 2026  | Rp 138.000.000    | 15%      | Memperkuat Arus kas                 |
| 2027  | Rp 165.600.000    | 20%      | Memperkuat Margin keuntungan        |
| 2028  | Rp 207.750.000    | 25%      | Membuat dan Memulai Layanan Premium |

Tabel 5.2 Proyeksi Keuangan BAZZARKU 3 Tahun Kedepan

Strategi finansial BAZZARKU dalam tiga tahun ke depan berfokus pada penciptaan struktur keuangan yang stabil, berkelanjutan, serta mampu mendukung ekspansi bisnis yang direncanakan. Pada tahun 2026, prioritas utama BAZZARKU adalah meningkatkan efisiensi operasional dan menekan biaya tetap yang tidak esensial agar struktur keuangan perusahaan tetap terkendali. Upaya ini penting dilakukan karena perusahaan masih berada pada tahap awal pengembangan sehingga setiap pengeluaran yang dikeluarkan harus mampu memberikan nilai tambah bagi keberlanjutan operasional. Proyeksi keuangan BAZZARKU dari tahun 2026 hingga 2028 disusun berdasarkan asumsi pertumbuhan bisnis yang realistis serta ekspansi layanan yang dilakukan secara bertahap. Pada tahun 2026, perusahaan menargetkan pendapatan sebesar Rp138.000.000 dengan proyeksi kenaikan 15%, yang didorong oleh upaya memperkuat arus kas melalui peningkatan penyewaan aset internal, optimalisasi kerja sama pembiayaan tenant, serta perluasan jaringan event organizer. Namun, penulis sebagai CFO lebih menyarankan untuk berfokus kepada penyewaan rental. Hal ini sudah terbukti dari empat minggu yang BAZZARKU lakukan rental memiliki sumbangsih terbesar terhadap pemasukan BAZZARKU. untuk penyewaan rental BAZZARKU masih menggunakan barang-barang pribadi anggota, sambil mulai mempertimbangkan untuk membeli barang-barang sendiri. Beban perusahaan diproyeksikan sebesar Rp55.000.000. Biaya itu digunakan untuk menutupi semua kebutuhan yang dibutuhkan oleh BAZZARKU dalam menjalankan kegiatan perusahaan.

Kemudian, biaya marketing perusahaan sebesar Rp8.000.000 digunakan untuk menutupi seluruh kegiatan marketing dengan hasil akan memperbanyak relasi BAZZARKU di daerah JaBoDeTaBek. Selain itu, biaya operasional sebesar Rp15.000.000 digunakan untuk memperkuat operasional BAZZARKU untuk memastikan semua kebutuhan BAZZARKU dapat dipenuhi. Dengan semua kegiatan tersebut penulis berharap dapat tetap menjaga profit yang tetap dapat mencapai Rp60.000.000. Pada tahun ini juga, penulis berencana menggunakan bantuan untuk melakukan pencatatan laporan keuangan di dalam Zoho Books atau Mekari Jurnal.

| FORECAST BAZZARKU TAHUN 2026 |             |
|------------------------------|-------------|
| KET                          |             |
| PENDAPATAN                   | 138.000.000 |
| BEBAN                        |             |
| PEMBAYARAN RENTAL            | 15.000.000  |
| PEMBELIAN RENTAL             | 10.000.000  |
| PEMBIAYAAN UMKM              | 30.000.000  |
| BIAYA MARKETING              | 8.000.000   |
| BIAYA OPERASIONAL            | 15.000.000  |
| TOTAL BEBAN                  | 78.000.000  |
|                              |             |
| LABA BERSIH                  | 60.000.000  |
| MARGIN                       | 44%         |

Gambar 5.1 Forecast BAZZARKU tahun 2026

Pada tahun 2027, strategi keuangan BAZZARKU diperkirakan akan menghasilkan margin keuntungan yang lebih kuat melalui struktur biaya yang semakin efisien dan proses operasional yang semakin terdigitalisasi. Efisiensi ini memungkinkan penulis untuk menekan beban operasional, meningkatkan produktivitas, serta dapat memperbesar keuntungan bersih dari setiap layanan yang BAZZARKU miliki. Untuk memperbesar margin keuntungan yang didapat

penulis melakukan penekanan biaya dari yang tahun sebelumnya Rp55.000.000 menjadi Rp48.600.000. Penekanan biaya ini dilakukan dengan asumsi BAZZARKU sudah memiliki barang-barang sendiri untuk rental.

Kemudian, biaya marketing yang diproyeksikan adalah sebesar Rp29.000.000. Semua biaya marketing akan digunakan untuk membuka jalan baru bagi BAZZARKU dengan perluasan pasar ke seluruh pulau Jawa. Untuk operasional biaya yang diproyeksikan adalah Rp20.000.000 yang digunakan untuk meningkatkan operasional dalam BAZZARKU. Digitalisasi dan otomatisasi juga akan memperbaiki layanan pengguna sehingga memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan pasar.

Selain itu, penyusunan layanan dengan margin tinggi serta penghapusan layanan yang tidak produktif akan menghasilkan komposisi pendapatan yang lebih menguntungkan. Langkah ini diproyeksikan membuat kinerja keuangan lebih stabil dan berkelanjutan, sehingga target pendapatan sebesar Rp165.600.000 dengan profit Rp73.100.000 pada tahun 2027 berpotensi besar untuk dicapai. Hal tersebut juga masih belum bisa meningkatkan margin BAZZARKU dengan signifikan.

| FORECAST BAZZARKU TAHUN 2027 |             |
|------------------------------|-------------|
| KET                          |             |
| PENDAPATAN                   | 165.600.000 |
| BEBAN                        |             |
| PEMBAYARAN RENTAL            | 7.500.000   |
| PEMBELIAN RENTAL             | 5.000.000   |
| PEMBIAYAAN UMKM              | 31.000.000  |
| BIAYA MARKETING              | 29.000.000  |
| BIAYA OPERASIONAL            | 20.000.000  |
| TOTAL BEBAN                  | 92.500.000  |
|                              |             |
| LABA BERSIH                  | 73.100.000  |
| MARGIN                       | 45%         |

Gambar 5.2 Forecast BAZZARKU Tahun 2027



Pada tahun 2028, strategi pengembangan layanan premium diperkirakan akan menghasilkan peningkatan bagi BAZZARKU. Melalui penyediaan layanan dengan kualitas lebih tinggi, paket eksklusif, serta peningkatan standar operasional, BAZZARKU memiliki potensi untuk memperoleh pendapatan yang lebih besar dibandingkan tahun sebelumnya. Kehadiran layanan premium juga akan memperkuat citra BAZZARKU sebagai penyedia jasa bazaar yang profesional, sehingga meningkatkan daya tarik bagi segmen klien menengah ke atas. Hal tersebut juga akan menambah sumber pemasukan BAZZARKU. Namun, hal tersebut akan menambah beban keseluruhan BAZZARKU menjadi Rp62.000.000.

Kemudian, biaya marketing sebesar Rp33.000.000 akan lebih berfokus pada ekspansi pasar ke seluruh Pulau Jawa dan Bali akan memperluas kemitraan serta peningkatan jumlah klien yang lebih konsisten. Pembukaan pasar baru ini diperkirakan akan memberikan kontribusi signifikan terhadap kenaikan pendapatan tahunan BAZZARKU. Selain itu, ada Rp30.000.000 untuk melakukan evaluasi dan penambahan tim operasional. Hal tersebut membuat target Rp207.750.000 dengan profit sebesar Rp82.750.000 pada tahun 2028 sangat mungkin dicapai.

Selain itu, penulis akan menerapkan pengelolaan risiko finansial yang lebih terstruktur. Evaluasi rutin terhadap rasio keuangan dan tingkat pengembalian investasi akan menjadi bagian penting pengambilan keputusan. Dengan penerapan strategi finansial yang disiplin dan terukur, penulis harap BAZZARKU dapat mencapai target pertumbuhan pendapatan 15–25% per tahun serta memperkuat fondasi bisnis yang mampu bertahan dalam jangka panjang.



| FORECAST BAZZARKU TAHUN 2028 |             |
|------------------------------|-------------|
| KET                          |             |
| PENDAPATAN                   | 207.750.000 |
| BEBAN                        |             |
| PEMBELIAN RENTAL             | 5.000.000   |
| PEMBIAYAAN UMKM              | 55.000.000  |
| PEMELIHARAAN WEBSITE         | 2.000.000   |
| BIAYA MARKETING              | 33.000.000  |
| BIAYA OPERASIONAL            | 30.000.000  |
| TOTAL BEBAN                  | 125.000.000 |
|                              |             |
| LABA BERSIH                  | 82.750.000  |
| MARGIN                       | 40%         |

Gambar 5.3 Forecast BAZZARKU Tahun 2028

| PROYEKSI LABA RUGI TIGA TAHUN KEDEPAN |                |                |                |
|---------------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Tahun                                 | 2026           | 2027           | 2028           |
| Pendapatan                            | Rp 138.000.000 | Rp 165.600.000 | Rp 207.750.000 |
| Beban                                 | Rp 55.000.000  | Rp 48.600.000  | Rp 62.000.000  |
| Biaya Marketing                       | Rp 8.000.000   | Rp 29.000.000  | Rp 33.000.000  |
| Biaya Operasional                     | Rp 15.000.000  | Rp 20.000.000  | Rp 30.000.000  |
| Profit                                | Rp 60.000.000  | Rp 73.100.000  | Rp 82.750.000  |

Tabel 5.3 Proyeksi Laba Bersih BAZZARKU 3 Tahun Kedepan