

## **BAB IV**

### **Analisis Implementasi Bisnis**

#### **4.1 Laporan Kegiatan**

Sesuai dengan perencanaan yang sudah dibuat di Bab 3, penulis menjalankan proyek ini selama 6 bulan dimulai dari pembuatan konsep hingga penutupan toko. Sama seperti yang dilampirkan di Bab 3, Markette mengikuti setiap perencanaan yang telah dibuat. Berikut adalah aktifitas yang saya kerjakan dengan tim selama 6 bulan untuk merealisasikan bisnis tersebut.

##### **Juli 2017**

Pada bulan Juli awal tim Markette mulai berbincang dengan setiap tim di kantor konsep besar yang akan dibawa didalam toko Markette. Dalam bulan itu tim mulai mengumpulkan data kembali dari setiap kota – kota yang pernah dikunjungi dan setiap mall yang ada didalam kota tersebut. Setelah membuat keputusan untuk membuat toko di Mall Centre Point Medan pada bulan Oktober hingga Desember 2017, tim dari Jakarta melakukan survei lokasi beberapa kali untuk mengukur maupun berbicara dengan beberapa kontraktor di Medan yang akan membantu dalam pembangunan toko. Berbarengan dengan hal itupun tim Markette juga mulai membuat perencanaan keuangan yang sudah dijabarkan di Bab 3 dan mulai mengumpulkan database calon calon karyawan yang tertarik untuk bergabung didalam toko Markette di Medan selama 3 bulan.

Markette mulai merevisi beberapa SOP (Standard of Operation) dari toko Markette sebelumnya di Makassar. Tim Markette menambahkan beberapa poin – poin penting seperti:

- Revisi sistem barcoding

Pada toko sebelumnya setiap tenant hanya mengirimkan produk mereka ke gudang tim Markette dan dari situ tim yang akan menempelkan setiap label barcoding. Setelah melakukan evaluasi, dikarenakan memakan banyak waktu untuk melakukan penempelan label dan terjadi beberapa kesalahan dikarenakan SKU yang dibawa tenant bisa melebihi 1000 item. Maka sekarang hanya mengirimkan label barcode sesuai dengan Tenant

dan setiap tenant yang bertanggung jawab untuk menempelkan barcode tersebut.

- Revisi sistem pengembalian uang tenant

Dikarenakan penempelan barcoding yang salah pada toko sebelumnya maka terjadi hambatan didalam pengembalian uang tenant. Karena ada beberapa label harga yang salah terpasang, dengan hal itu dilakukan merevisi sistem pengembalian uang tenant dengan cara memberikan setiap tenant akses secara penuh untuk melihat penjualan mereka secara online 24/7, supaya tenant juga bisa memastikan stok yang terjual benar. Dengan begitu sistem pengembalian uang menjadi lebih cepat yaitu 2 minggu setelah transaksi itu terjadi.

- Revisi Jam kerja dan penampilan setiap karyawan di Medan

Melihat kembali dari toko sebelumnya di Makassar, dilakukan sedikit revisi dari jam kerja karyawan dan juga penampilan yang harus digunakan oleh setiap karyawan. Karena pada toko sebelumnya dikarenakan tidak dibuatnya standar pakaian yang harus digunakan, maka sering terjadi dimana karyawan hanya menggunakan pakaian seadanya dan tidak layak saat bekerja.

- Revisi pengiriman barang dari tenant termasuk cara setiap tenant membungkus produk mereka yang akan dibawa kedalam toko.

Revisi dari segi pengiriman barang maupun penggunaan bahan untuk membungkus produk tenant seperti harus menggunakan box yang sesuai dengan ukuran yang disarankan, dan cara melakukan penguncian dalam pengiriman barang adalah salah satu revisi yang dapat dikatakan memainkan peran yang sangat penting.

### **Agustus 2017**

Aktifitas yang dilakukan pada bulan Agustus adalah mulai membuat desain proposal yang akan disebarakan kepada setiap tenant, sponsor dan media partner untuk toko Markette. Selain itu sudah mulai untuk melakukan pembuatan desain interior dimana dalam proses tersebut memakan waktu yang cukup panjang dimulai dari pembuatan desain Sketch up, desain 3D, pemilihan bahan untuk konstruksi hingga kontraktor yang akan digunakan saat melakukan konstruksi.

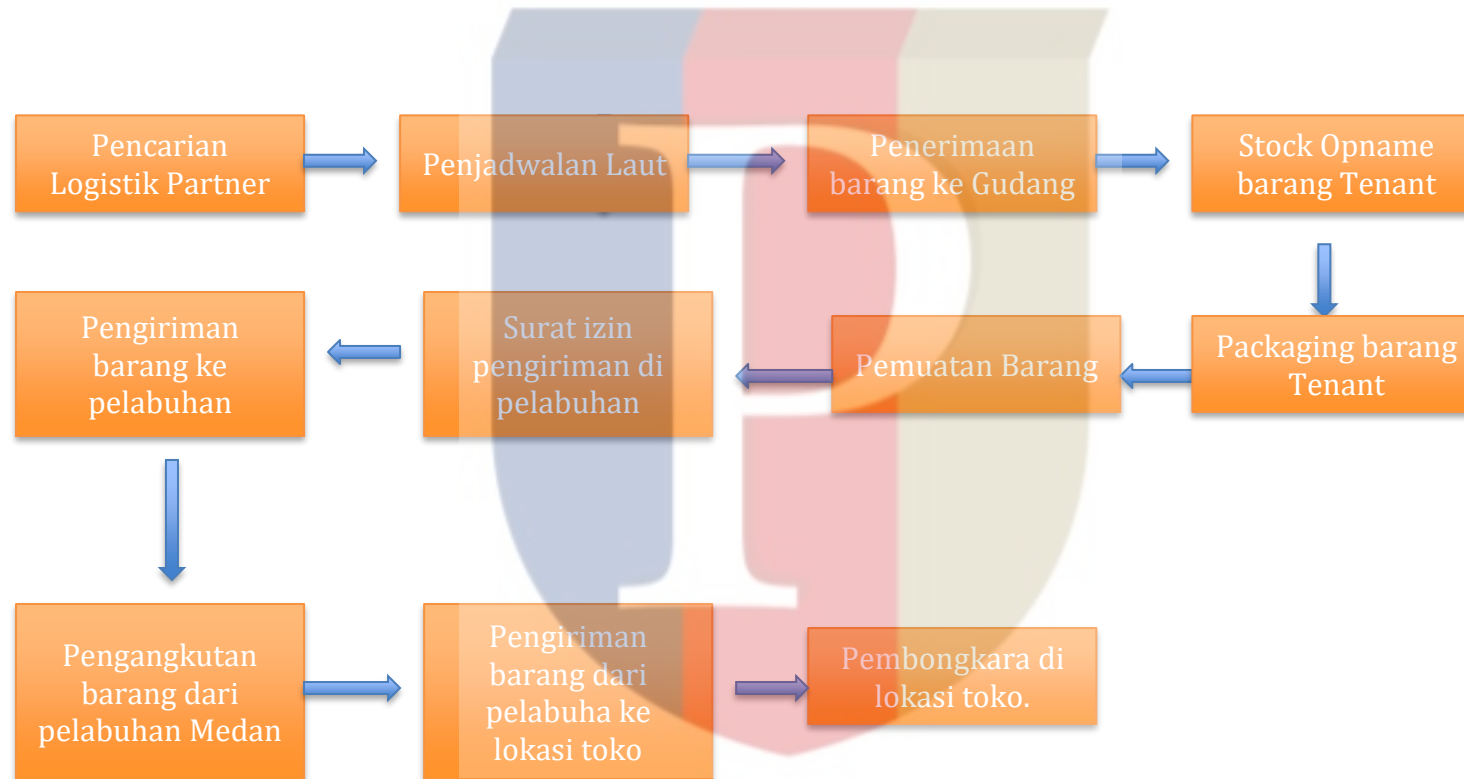
Disamping melakukan dari segi desain, tim Markette pun sudah mulai meminta tim tenant dari Markette untuk menjual lokasi didalam area toko. Aktifitas penjualan lokasi terhadap tenant mulai dengan cara menggunakan data tenant yang sudah dimiliki dan mengirimkan email secara serentak mengenai Markette. Setelah ada respon yang positif dari setiap tenant baru dimulai untuk melakukan *follow up* melalui digital seperti Whatsapp, Line, Instagram maupun dengan bertemu setiap tenant yang tertarik untuk menyewa area lokasi.

### **September 2017**

Aktifitas pada bulan September bisa dikatakan adalah waktu dimana terjadi paling banyak aktifitas. Tim pemasaran sudah mulai menentukan titik – titik mana saja yang akan digunakan untuk pemasangan umbul – umbul maupun baliho untuk toko. Tidak hanya itu tim pemasaran juga mulai untuk memikirkan dan menyiapkan setiap promo – promo yang akan diadakan saat toko dibuka mulai dari promo artis hingga hadiah gratis yang diberikan kepada setiap pelanggan.

Kedua pada bulan September konstruksi pembangunan untuk toko sudah mulai dijalankan juga sehingga tim Markette melakukan beberapa kali survey untuk memastikan setiap konstruksi sudah berjalan dengan baik. Hal yang terakhir dikerjakan didalam bulan September adalah mulai mengirimkan barang dari Jakarta ke Medan menggunakan partner logistik. Berikut adalah proses dari pengiriman barang:

Tabel 4.1. Proses pengiriman barang Markette



## **Oktober - Desember 2017**

Aktifitas pada bulan Oktober adalah menyiapkan pembukaan toko dari mulai pengundangan artis didalam acara hingga menyiapkan serangkaian promosi didalamnya. Setelah acara pembukaan tim Markette hanya melakukan supervisi dari segi penjualan dan pemasukan barang – barang baru setiap bulannya dan memastikan setiap perencanaan pemasaran sudah dijalani.

Pada bulan tersebut rutinitas yang dilakukan seperti supervise karyawan di Medan, rekapan transaksi penjualan setiap hari, pengiriman stok baru dari Jakarta – Medan, stok opname produk setiap tenant, dan pengembalian uang penjualan tenant. Saat dua minggu sebelum penutupan toko pada akhir bulan Desember, tim Markette mulai untuk melakukan penjadwalan pengiriman barang kembali dari Medan – Jakarta dan pembongkaran toko.

### **4.2 Analisis Gap Rencana dan Realisasi**

Setelah membuka toko dari Markette dari bulan Oktober hingga Desember 2017 terjadi sedikit perubahan antara rencana dan realisasi saat membuat toko tersebut.

#### 4.2.1 Pemasaran

Tabel IV.2. Markette Marketing Plan Timeline

| Marketing Plan Timeline |                               |   |   |   |                  |   |   |   |                  |   |   |   |
|-------------------------|-------------------------------|---|---|---|------------------|---|---|---|------------------|---|---|---|
| Subject                 | Okt- 18/minggu                |   |   |   | Nov – 18/ minggu |   |   |   | Des – 18/ minggu |   |   |   |
|                         | 1                             | 2 | 3 | 4 | 1                | 2 | 3 | 4 | 1                | 2 | 3 | 4 |
| Kode Promo bagi Artis   |                               |   |   |   |                  |   |   |   |                  |   |   |   |
| Promosi Tradisional     |                               |   |   |   |                  |   |   |   |                  |   |   |   |
| Hadiah bagi Artis       |                               |   |   |   |                  |   |   |   |                  |   |   |   |
| Acara untuk pelanggan   |                               |   |   |   |                  |   |   |   |                  |   |   |   |
| Diskon Harga            |                               |   |   |   |                  |   |   |   |                  |   |   |   |
| Produk Baru             |                               |   |   |   |                  |   |   |   |                  |   |   |   |
| Hadiah bagi pelanggan   |                               |   |   |   |                  |   |   |   |                  |   |   |   |
|                         | Rencana Awal                  |   |   |   |                  |   |   |   |                  |   |   |   |
|                         | Tambahan Program Pemasaran    |   |   |   |                  |   |   |   |                  |   |   |   |
|                         | Penghapusan Program Pemasaran |   |   |   |                  |   |   |   |                  |   |   |   |

Table diatas menunjukkan beberapa perubahan dari segi perencanaan awal yang sudah saya buat dikarenakan beberapa hal yang terjadi. Perbedaan pertama terjadi didalam kode promo bagi artis, dimana pada rencana awal tim Markette ingin memberikan pelanggan untuk menggunakan kode promo dari artis dari bulan Oktober hingga bulan Desember. Akan tetapi pada awal rencana, Markette hanya menyediakan kuota promosi sebesar Rp. 10.000.000 akan tetapi dikarenakan antusias pelanggan yang tinggi dan kuota budget yang sudah melewati dari rencana, tim Markette harus menghilangkan promo tersebut dibulan Desember 2017.

Kedua, terdapat penambahan program pemasaran yaitu hadiah bagi artis yang bekerjasama dengan Markette pada bulan Desember minggu ke – 3. Melihat karena pengaruh terhadap artis di Medan cukup tinggi dan juga pada saat itu sudah mau memasuki hari Natal maka Markette memberikan hadiah terhadap artis dengan harapan artis tersebut akan mempromosikan toko.

Ketiga, acara bulanan yang diadakan bagi pelanggan harus dibatalkan dikarenakan kurangnya persiapan yang terjadi karena waktu yang cukup padat sehingga membuat acara tidak berjalan dengan baik. Dikarenakan hal tersebut terjadi pembatalan acara tersebut.

Keempat, pada bulan Desember minggu ke-2 tim Markette juga membatalkan promo diskon bagi setiap tenant dikarenakan setelah dilakukan diskusi dengan tim, Markette ingin mengalihkan dana dari promosi tersebut pada bulan Desember minggu ke -2 dan ke-3 supaya promo diskon yang bisa diberikan lebih besar.

### 4.2.2 Operasional

Tabel 4.3. Gap dan realisasi *Timeline* Opearsi Markette

| Subject               | Timeline Operasi  |   |   |   |                |   |   |   |                  |   |   |   |                |   |   |   |
|-----------------------|-------------------|---|---|---|----------------|---|---|---|------------------|---|---|---|----------------|---|---|---|
|                       | Juli/minggu       |   |   |   | Agustus/minggu |   |   |   | September/minggu |   |   |   | Oktober/minggu |   |   |   |
|                       | 1                 | 2 | 3 | 4 | 1              | 2 | 3 | 4 | 1                | 2 | 3 | 4 | 1              | 2 | 3 | 4 |
| Konsep Pop up Store   |                   |   |   |   |                |   |   |   |                  |   |   |   |                |   |   |   |
| Survei Lokasi         |                   |   |   |   |                |   |   |   |                  |   |   |   |                |   |   |   |
| Perencanaan Keuangan  |                   |   |   |   |                |   |   |   |                  |   |   |   |                |   |   |   |
| Perencanaan Pemasaran |                   |   |   |   |                |   |   |   |                  |   |   |   |                |   |   |   |
| Perencanaan Operasi   |                   |   |   |   |                |   |   |   |                  |   |   |   |                |   |   |   |
| Design Proposal       |                   |   |   |   |                |   |   |   |                  |   |   |   |                |   |   |   |
| Penjualan Tenant      |                   |   |   |   |                |   |   |   |                  |   |   |   |                |   |   |   |
| Interior Design       |                   |   |   |   |                |   |   |   |                  |   |   |   |                |   |   |   |
| Pengiriman Barang     |                   |   |   |   |                |   |   |   |                  |   |   |   |                |   |   |   |
| Manajemen Waktu       |                   |   |   |   |                |   |   |   |                  |   |   |   |                |   |   |   |
|                       | Rencana Awal      |   |   |   |                |   |   |   |                  |   |   |   |                |   |   |   |
|                       | Penambahan Waktu  |   |   |   |                |   |   |   |                  |   |   |   |                |   |   |   |
|                       | Pengurangan Waktu |   |   |   |                |   |   |   |                  |   |   |   |                |   |   |   |

Perubahan pertama dalam sisi operasional adalah waktu perencanaan pemasaran, didalam table diatas waktu yang disiapkan untuk perencanaan pemasaran adalah 1 bulan 1 minggu akan tetapi dikarenakan strategi pemasaran Markette yang tidak cukup sulit maka tim hanya memakan waktu 1 bulan dari total waktu yang sudah direncanakan.

Perubahan waktu yang terjadi selanjutnya adalah waktu pembuatan desain proposal dimana dibutuhkan waktu yang lebih lama dari yang sudah direncanakan. Penambahan waktu tersebut terjadi dikarenakan terdapat koreksi dari segi konsep yang dibawakan, koreksi dari harga jual, dan yang terakhir koreksi dari penempatan lokasi area tenant yang menyebabkan terjadi revisi tambahan dari segi desain proposal.

Ketiga, penambahan waktu dari segi penjualan tenant juga terjadi sekitar 1 minggu yang disebabkan oleh keterlambatan desain proposal final. Dikarenakan terjadi keterlambatan dari desain proposal maka tim tenant pun harus mengundurkan waktu beberapa hari untuk pencarian tenant dan membuat masalah administrasi dari penjualan tenant terlambat selama 1 minggu.

Keempat, kembali lagi terjadi penambahan waktu dari segi desain interior untuk toko yang juga disebabkan adanya sedikit perubahan konsep toko yang ingin dibawa. Karena dalam pembuatan desain interior dibutuhkan waktu yang cukup lama dalam melakukan revisi desain 3D maupun sketch up melalui designer.

### 4.2.3 Keuangan

Tabel 4.4. Perencanaan Proyeksi Alirasn Kas Markette

| Proyeksi Aliran Kas (2018) |            |            |            |            |            |            |             |
|----------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|
| Operations                 | Juli       | Agustus    | September  | Oktober    | November   | Desember   | Total       |
| <b>Arus kas masuk</b>      |            |            |            |            |            |            |             |
| Tenant                     | 38.000.000 | 54.400.000 | 65.500.000 | 42.500.000 | 54.360.000 |            | 254.760.000 |
| Pelanggan                  |            |            |            | 43.250.000 | 44.350.000 | 40.200.000 | 127.800.000 |
| <b>Arus kas keluar</b>     |            |            |            |            |            |            |             |
| Sewa Tempat                |            |            | 50.000.000 | 30.000.000 | 25.000.000 |            | 105.000.000 |
| Dekorasi                   | 25.000.000 | 10.000.000 | 10.000.000 | 30.000.000 |            |            | 75.000.000  |
| Gaji                       |            |            |            | 10.000.000 | 10.000.000 | 10.000.000 | 30.000.000  |
| Promosi                    |            |            |            | 15.000.000 | 5.000.000  | 10.000.000 | 30.000.000  |
| Utilitas                   |            |            |            | 5.000.000  | 5.000.000  | 2.500.000  | 12.500.000  |
| Transportasi               |            |            |            | 5.000.000  | 5.000.000  | 5.000.000  | 15.000.000  |

Tabel 4.5. Realisasi Aliran Kas Markette 2018

| Realisasi Aliran Kas (2018) |            |            |            |            |            |            |             |
|-----------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|
| Operations                  | Juli       | Agustus    | September  | Oktober    | November   | Desember   | Total       |
| <b>Arus kas masuk</b>       |            |            |            |            |            |            |             |
| Tenant                      | 37.500.000 | 59.500.000 | 64.300.000 | 41.500.000 | 53.750.000 |            | 256.550.000 |
| Pelanggan                   |            |            |            | 41,500,000 | 46,000,000 | 42,000,000 | 129,500,000 |
| <b>Arus kas keluar</b>      |            |            |            |            |            |            |             |
| Sewa Tempat                 |            |            | 50,000,000 | 30,000,000 | 25,000,000 |            | 105,000,000 |
| Dekorasi                    | 25.000.000 | 10.000.000 | 10.000.000 | 33.500.000 |            |            | 78.500.000  |
| Gaji                        |            |            |            | 10.000.000 | 10.000.000 | 11.500.000 | 31.500.000  |
| Promosi                     |            |            |            | 13.500.000 | 4.750.000  | 11.250.000 | 29.500.000  |
| Utilitas                    |            |            |            | 3.750.000  | 4.325.000  | 3.000.000  | 11.075.000  |
| Transportasi                |            |            |            | 7.500.000  | 8.000.000  | 9.250.000  | 24.750.000  |

Tabel 4.6. Proyeksi dan realisasi Laba Rugi Markette

| Proyeksi dan Realisasi Laba Rugi            |                    |                    |
|---------------------------------------------|--------------------|--------------------|
| Subjek                                      | Proyeksi           | Realisasi          |
| Pendapatan penyewaan Area Tenant            | 169.104.000        | 166.705.000        |
| Pendapatan Konsinyasi dari penjualan Tenant | 213.456.000        | 219.345.000        |
| <b>Total Pendapatan</b>                     | 382.560.000        | 386.050.000        |
| HPP                                         | 0                  | 0                  |
| <b>Laba Kotor</b>                           | <b>382.560.000</b> | <b>386.050.000</b> |
| Biaya Sewa Tempat                           | 105.000.000        | 105.000.000        |
| Biaya Dekorasi                              | 75.000.000         | 78.500.000         |
| Biaya Utilitas                              | 30.000.000         | 31.500.000         |
| Biaya Gaji                                  | 30.000.000         | 29.500.000         |
| Biaya Promosi                               | 12.500.000         | 11.075.000         |
| Biaya Transportasi                          | 15.000.000         | 24.750.000         |
| <b>Total Pengeluaran</b>                    | 267.500.000        | 280.325.000        |
| <b>Laba Bersih</b>                          | 115.060.000        | 105.725.000        |

Hal yang sama terjadi dalam perencanaan keuangan, terjadi kembali gap antara proyeksi dengan realisasi selama 3 bulan di toko Markette. Perbedaan yang paling besar terlihat dari pengeluaran dalam hal transportasi atau ekspedisi barang dari Jakarta – Medan – Jakarta. Hal ini terjadi dikarenakan harga dari ekspedisi tidak menentu setiap bulannya dan harga pasti pengiriman biasanya baru bisa diberikan dari pihak logistik 1 – 2 minggu sebelum pengiriman barang. Harga yang ditetapkan oleh pihak logistic pun tidak menentu bergantung terhadap kepadatan dalam pelabuhan dan ketersediaan kapal dan juga truk yang dibutuhkan untuk mengangkut kontainer.

#### **4.2.4 KPI**

##### **KPI Pendapatan**

Dalam hal mengenai pendapatan, bisa disimpulkan bahwa terjadi peningkatan sedikit dari proyeksi yang telah dibuat. Terjadi peningkatan sebesar Rp. 3.490.000 dari proyeksi pendapatan yang telah dibuat dikarenakan tidak semua promo untuk tenant yang terpakai saat tenant mendaftar untuk acara, dan juga terjadi sedikit peningkatan dalam transaksi penjualan didalam toko yang berpengaruh terhadap pendapatan konsiyasi.

##### **KPI Kesetiaan Pelanggan**

Total pelanggan yang memiliki kartu member kam “Future card” sebanyak 1328 (seribu tiga ratus dua puluh delapan) pelanggan. Dari total pelanggan tersebut 13% atau sebanyak 172 (seratus tujuh puluh dua) pelanggan berkunjung hampir setiap bulannya untuk berbelanja kembali didalam toko, dan pelanggan yang memiliki kartu member sisanya berbelanja rutin hanya 2 kali dalam 3 bulan saat dibukanya toko. 13% bisa dikatakan angka yang cukup rendah akan tetapi bisa disimpulkan bahwa angka tersebut cukup baik dikarenakan Markette hanya berjalan selama 3 bulan. Karena untuk menentukan kesetiaan dari pelanggan membutuhkan jangka waktu yang lebih lama. Salah satu hal lainnya yang dimana saya katakan angka 13% bukan lah angka yang terlalu jelek juga dikarenakan Markette menjual produk fesyen, dan bukan bergerak di toko bidang makanan dan minuman dimana akan sering terjadi pembelian ber ulang ulang.

Karena Markette bergerak di bidang fesyen dimana pelanggan tidak mungkin berbelanja tiap hari untuk produk fesyen.

