

The page features a decorative graphic on the right side consisting of three blue circles of varying sizes, each with a lighter blue ring around it. Two thin blue lines intersect at the top left, forming a large 'V' shape that frames the circles. The circles are positioned at the top right, middle right, and bottom right of the page.

Dropship Marmer Business

CONTOH BISNIS PLAN SEDERHANA UNTUK
MAHASISWA

2020

**BY : FARICHATUL CHUSNA
9/5/2020**

1. Latar Belakang

Marmer adalah salah satu bentuk batuan kapur yang banyak ditemukan diselatan pulau Jawa terutama di kabupaten Tulungagung Provinsi Jawa Timur. Di daerah ini penambangan dan produksi kerajinan marmer sudah dilakukan bahkan sejak jaman Hindia Belanda. Serelah ditambang dan dipahat, marmer marmer ini kemudian tidak hanya dijual untuk konsumen didalam negeri melainkan juga diekspor keluar negeri. Industri ini sempat mengalami musim pasang di dekade 90an tetapi hingga kini pasar industri ini di Tulungagung sedang mengalami surut akibat dari minimnya bantuan pemerintah serta minimnya inovasi dari perajin itu sendiri mengakibatkan hanya beberapa perajin yang masih bertahan hingga kini.

Untuk itulah National Marmer hadir sebagai solusi bagi produsen marmer yang kesulitan memasarkan produknya. National Marmer adalah badan usaha dalam bentuk *drop ship* yang memasarkan marmer Tulungagung ke jejaring marketplace nasional dan internasional. Pemberian nama Marmer National ditujukan sebagai strategi *branding* baik didalam negeri maupun branding di luar negeri.

2. Visi dan Misi Marmer National National Marmer

Visi:

Memajukan Industri marmer Tulungagung

Misi:

- Membantu pemasaran marmer Tulungagung menggunakan marketplace nasional dan Internasional
 - Menyediakan kerajinan marmer dan batu kali terbaik dari Tulungagung
- Menjadi pemasok marmer Tulungagung di marketplace nasional maupun Internasional
 - Memberikan pelayanan terbaik untuk customer, mitra dan vendor
 - Memberikan pelatihan kepada mitra mengenai teknik pemasaran terbaru

3. Profil Manajemen Perusahaan

Nama	Jabatan	Job desk
Karina Anindya Putri	Chief Exceutives Officer	Memastikan semua proses operasi berjalan lancar mulai dari proses produksi hingga customer service
Nadiya Safira Fauzia	Chief Financial Officer	Mengelola keuangan perusahaan mulai dari pembayaran dari customer, penyaluran uang ke mitra dan pembayaran hak vendor

Shafa Niyala Darmawan	Chief Operating Officer	Mengurus semua proses operasi mulai dari pengecekan produk, packaging hingga distribusi
Deswinta Indah Sahila	Chief Marketing Officer	Mengelola sosial media, marketplace dan customer service

4. Produk yang ditawarkan:

- i. Produk Cinderamata seperti Fandel, gantungan kunci
- ii. Produk Furnitur seperti washtafel, asbak, pot bunga dan bak mandi
- iii. Produk Preorder seperti lantai
- iv. Produk khusus seperti patung dan lain lain

5. Industry Analysis

a. SWOT Analysis

- i. Strength (Keunggulan)
 - Staff National Marmer adalah pemuda pemudi milenial yang mempunyai daya juang dan kreativitas tinggi dan menguasai bahasa Inggris dengan baik
 - Staff National Marmer merupakan individu yang melek teknologi digital yang tidak hanya menguasai *digital marketing*, tetapi juga menguasai soft skill komplemen dari *digital marketing* seperti desain grafis, *Internet of things*, *Social Media Marketing* dan fotografi produk
 - Staff National Marmer juga memiliki skill presentasi (*Public Speaking*) yang dapat diandalkan
 - Owner dari National Marmer memiliki koneksi baik dari sisi produsen marmer dan batu kali, penyedia jasa ekspedisi, serta memiliki koneksi terhadap jasa angkut barang
 - Masing masing staff Marmer National memiliki gadget pribadi berupa laptop dan handphone yang dapat digunakan sebagai alat produksi awal
- ii. Weakness (Kelemahan)
 - National Marmer belum memiliki koneksi vendor penyedia bahan packaging seperti *wrapping plastics* dan sterofoam
 - Produk Marmer akan mudah pecah jika dikirim ke luar Jawa dengan tanpa sterofoam
 - National Marmer masih belum memiliki mobil pick up sendiri untuk mengangkut barang pesanan dari mitra yang berbeda
 - Marmer adalah batu dengan ukuran yang besar yang bisa jadi antara satu komoditas sejenis sama akan memiliki berat masa yang berbeda

iii. Opportunity (Peluang)

- Belum ada produsen marmer yang memasuki marketplace nasional maupun Internasional
- National Marmer bisa memasarkan produk marmer dengan ukuran kecil terlebih dahulu seperti patung burung, gantungan kunci dan lain lain
- National Marmer juga bisa menerima pesanan barang yang tidak dapat dikirim melalui ekspedisi biasa seperti lantai.
- Banyak produsen kerajinan marmer yang beroperasi di desa Campurdarat Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung yaitu lokasi yang sama dengan tempat operasi National Marmer
- Model bisnis dropship adalah model bisnis yang mengandalkan jaringan dan menggunakan lebih sedikit modal

iv. Threat (Ancaman)

- Pola bisnis Drop Ship adalah pola bisnis yang mudah ditiru karena minim penggunaan modal
- Italia adalah negara pemasok marmer terbesar didunia. Tidak menutup kemungkinan, marketer dari Italia menggunakan moda bisnis yang sama untuk beroperasi
- Terdapat ancaman dari produsen marmer besar seperti PT. Gunung Marmer Raya, Fargetti dan lain lain.
- Krisis yang nampaknya harus dihadapi oleh bangsa Indonesia pasca pandemi covid19 melemahkan industri marmer baik dari segi permintaan maupun penawaran.

b. CANVA Analysis

Mitra Utama	Aktivitas Utama	Nilai Nilai yang ditawarkan
1. Produsen Marmer dari Desa Campurdarat Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung 2. Pemilik vendor bahan bahan packaging 3. Pemilik jasa ekspedisi	1. Memasarkan marmer melalui digital market 2. Membantu dan mengawasi proses packaging dan pengiriman 3. Berhubungan dengan konsumen selama proses terjadi hingga selesai	1. National Marmer sebagai Mitra terpercaya bagi produsen marmer 2.National Marmer menawarkan solusi pemasaran digital bagi mitra.3. National Marmer sebagai distributor marmer berntegritas bagi konsumen
	Sumberdaya Utama	

<p>1. Sumberdaya Manusia yang berkualitas 2. Sumberdaya alam yang berupa batu marmer dan batu kali (sungai)</p>	
<p>Rincian Biaya</p>	
<p>1. Gaji Pegawai= Rp 4000.000 2. Biaya Kuota,=Rp.300.000.,00 3. Biaya bensin,Rp.200.000., pengiriman dari mitra ke lokasi ekspedisi,Rp. 200.000., 4. biaya packaging produk Rp., 200.000.,00 5. Biaya iklan pengenalan Rp., 500.000.,00</p>	
<p>Hubungan dengan pelanggan</p>	<p>Segmen Pelanggan</p>
<p>1. Promo free ongkir untuk kerajinan dengan ukuran tertentu dan konsumen dari daerah tertentu 2. Guarantee fee jika marmer datang dalam kondisi pecah 3. free diskusi tentang produk</p>	<p>1. Remaja (untuk produk fandel), 2. Toko Furnitur (Untuk lantai, lampu dan lain lain) 3. Konsumen individu 4. Konsumen dari luar negeri</p>
<p>Jalur Pemasaran</p>	<p>Aliran Pendapatan</p>
<p>1. Marketplace nasional seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee 2. Marketplace Internasional seperti ebay, alibaba dan Amazon</p>	<p>1. Fandel dan cinderamata ukursan kecil untuk komunitas 2. Furnitur rumah seperti washtafel dan bak mandi 3. Pre order items seperti lantai</p>

6. Strategi Pemasaran

6.1 Strategi penetapan harga

Harga adalah faktor yang sensitif untuk komoditas yang berklasifikasi sebagai “barang tersier” atau barang mewah termasuk produk marmer. Dengan ini kita memberlakukan strategi diskriminasi harga yaitu strategi pembedaan harga untuk barang yang sama di marketplace yang berbeda. Kami mengambil strategi ini sebab terdapat sebuah hal yang

umum diketahui bahwa bahkan untuk marketplace nasionalpun terdapat perbedaan tipe konsumen. Diketahui bahwasanya konsumen bukalapak cenderung tidak masalah untuk mengeluarkan biaya lebih banyak sementara konsumen shopee cenderung cari harga termurah. Dengan ini kami akan mematok harga paling tinggi di bukalapak.com, dan harga paling rendah di shopee sementara di Tokopedia kami patok diantara keduanya. Sedangkan untuk sementara ini diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai penggolongan jenis konsumen untuk marketplace Internasional.

6.2 Strategi pengenalan produk

Sebagai strategi pengenalan produk diawal awal operasi, National Marmer akan melakukan beberapa strategi pemasaran yaitu menggunakan facebook ads, facebook marketplace, facebook group marketing, Insta ads, aktivasi Google Maps dan Google Bisnisku serta menggunakan Google Ads. Selain menggunakan fitur fitur media sosial tersebut, khusus untuk produk fandel dan cinderamata, kami akan menggunakan strategi pemasaran paid promote mahasiswa.

7. Target penjualan bulanan

Tabel 2 dan tabel 3 dibawah adalah tabel yang menunjukkan target penjualan dan perkiraan pendapatan perusahaan setelah dikurangi harga barang dari mitra. Karena bisnis ini bersistem dropship, perusahaan tidak perlu membeli barang dari mitra melainkan menawarkan kontrak kerjasama pemasaran untuk jangka beberapa tahun. Perkiraan pendapatan tersebut belum mencakup strategi pemasaran yang baru akan kami diskusikan kemudian seperti promo diskon ongkos kirim, promo lebaran, promo pembelian dalam jumlah banyak dan lain lain.

Dengan perkiraan biaya modal awal sebesar Rp. 5.100.000, maka *break event point* atau titik dimana pendapatan sama dengan biaya akan tercapai pada bulan kedua. Setelah bulan kedua, perusahaan akan mulai menuai laba. Namun demikian apabila trend penjualan diasumsikan konstan, selisih antara laba perusahaan pada bulan kelima dan keempat akan lebih kecil daripada peningkatan pendapatan dari bulan ketiga menuju bulan keempat. Oleh karena itu disamping membutuhkan evaluasi target, dibutuhkan juga peningkatan etos kerja karyawan sehingga target dapat terpenuhi atau bahkan terlampaui setiap

bulan. Oleh karena itu perusahaan menetapkan target jangka menengah dan jangka panjang untuk menjaga agar karyawan perusahaan National Marmer tetap fokus dan produktif. Target target tersebut tertulis dalam poin 8 dibawah.

Nama Produk	Harga Produsen	Harga Konsumen	Laba	Target Penjualan					
				Bulan Pertama	Bulan Kedua	Bulan Ketiga	Bulan Keempat	Bulan Kelima	Bulan Keenam
Fandel	IDR 22,000.00	IDR 30,000.00	IDR 8,000.00	100	125	150	175	200	225
Gantungan Kunci 1 biji	IDR 2,500.00	IDR 5,000.00	IDR 2,500.00	300	325	350	375	400	425
Patung Wisuda Marmer 1 biji	IDR 25,000.00	IDR 35,000.00	IDR 10,000.00	30	50	75	100	125	150
Tatakan Piala Kecil	IDR 10,000.00	IDR 15,000.00	IDR 5,000.00	50	75	100	125	150	175
Tatakan Piala Sedang	IDR 15,000.00	IDR 20,000.00	IDR 5,000.00	40	65	90	115	140	165
Tatakan Piala Besar	IDR 35,000.00	IDR 50,000.00	IDR 15,000.00	30	55	80	105	130	155
Washtafel Marmer	IDR 225,000.00	IDR 250,000.00	IDR 25,000.00	5	10	15	20	25	30
Bak Mandi Marmer	IDR 700,000.00	IDR 750,000.00	IDR 50,000.00	5	10	15	20	25	30
Lantai per m2	IDR 200,000.00	IDR 250,000.00	IDR 50,000.00	10	15	20	25	30	35
			Total Penjualan	570	730	895	1060	1225	1390

Tabel 2 : Target Penjualan Bulan Pertama Hingga Bulan Keenam

Perkiraan Pendapatan					
Bulan Pertama	Bulan Kedua	Bulan Ketiga	Bulan Keempat	Bulan Kelima	Bulan Keenam
IDR 800,000.00	IDR 1,000,000.00	IDR 1,200,000.00	IDR 1,400,000.00	IDR 1,600,000.00	IDR 1,800,000.00
IDR 750,000.00	IDR 812,500.00	IDR 875,000.00	IDR 937,500.00	IDR 1,000,000.00	IDR 1,062,500.00
IDR 300,000.00	IDR 500,000.00	IDR 750,000.00	IDR 1,000,000.00	IDR 1,250,000.00	IDR 1,500,000.00
IDR 250,000.00	IDR 375,000.00	IDR 500,000.00	IDR 625,000.00	IDR 750,000.00	IDR 875,000.00
IDR 200,000.00	IDR 325,000.00	IDR 450,000.00	IDR 575,000.00	IDR 700,000.00	IDR 825,000.00
IDR 450,000.00	IDR 825,000.00	IDR 1,200,000.00	IDR 1,575,000.00	IDR 1,950,000.00	IDR 2,325,000.00
IDR 125,000.00	IDR 250,000.00	IDR 375,000.00	IDR 500,000.00	IDR 625,000.00	IDR 750,000.00
IDR 250,000.00	IDR 500,000.00	IDR 750,000.00	IDR 1,000,000.00	IDR 1,250,000.00	IDR 1,500,000.00
IDR 500,000.00	IDR 750,000.00	IDR 1,000,000.00	IDR 1,250,000.00	IDR 1,500,000.00	IDR 1,750,000.00
IDR 3,625,000.00	IDR 5,337,500.00	IDR 7,100,000.00	IDR 8,862,500.00	IDR 10,625,000.00	IDR 12,387,500.00

Tabel 3: Perkiraan Pendapatan Bulan Pertama Hingga Bulan Keenam

8. Rencana jangka Menengah dan jangka panjang Perusahaan

8.1 Rencana jangka menengah (Satu Tahun)

- a. Membeli perlengkapan kantor seperti handphone dan laptop kantor
- b. Mengembangkan diversifikasi produk seperti menambah asbak, lampu, patung dan lain lain
- c. Menyewa kantor untuk keperluan manajerial seperti pengelolaan keuangan, rekrutmen tenaga kerja baru, pengelolaan komplain dari pelanggan dan vendor
- d. Membuat Website tersendiri

8.2 Rencana jangka panjang (Lebih dari satu tahun)

- a. Memutuskan pembelian atau penyewaan mobil pick up
- b. Mengembangkan bisnis menggunakan Youtube ads sehingga dibutuhkan konten Youtube secara terus menerus
- c. Menambah tenaga kerja dibidang konten planning
- d. Mengikuti bazar didalam maupun diluar negeri
- e. Mengajukan kredit perbankan
- f. Menyelenggarakan pelatihan pemasaran digital dan pengelolaan keuangan perusahaan untuk mitra dan masyarakat Campurdarat secara umum sebagai bentuk CSR (*Corporate Social Responsibility*) dari perusahaan National Marmer.

9. Kesimpulan

Bisnis dropship batu marmer dan batu sungai (kali) adalah bisnis yang menguntungkan dalam jangka panjang. Sebab tidak hanya terhitung minim permodalan, peluang pemasaran bisnis ini melalui marketplace masih terbuka lebar baik marketplace skala nasional seperti shopee, bukalapak atau tokopedia maupun marketplace internasional seperti ebay, alibaba dan lain lain. Diperkirakan bisnis ini akan mencapai *break event point* pada bulan kedua operasi dengan estimasi biaya modal diawal sebesar Rp. 5.100.000.,00. Namun demikian bisnis ini juga memiliki resiko seperti resiko barang yang mudah pecah saat dikirim sampai resiko pesaing. Resiko pesaing ini dapat datang dari dalam maupun luar negeri. Karena bisnis dropship adalah bisnis yang terbuka lebar untuk pemain baru berdatangan.