

TB RAHARJO

PROYEK KEWIRAUSAHAAN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

Ali Dewa Saputra

2119 30927

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
TAHUN 2024**

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis dipanjatkan kepada kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkah dan rahmat Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir Proyek Kewirausahaan TB Raharjo di STIE YKPN Yogyakarta. Laporan ini disusun berdasarkan praktik langsung membuka usaha TB Raharjo.

Dalam menyelesaikan tugas akhir ini penulis dibantu dan diarahkan oleh beberapa pihak yang mendukung terselesaikannya tugas ini. Atas dukungan, bimbingan, serta bantuan yang diberikan izinkanlah penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Miswanto Dr., M.Si. selaku dosen pembimbing yang sudah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis selama menyelesaikan penyusunan laporan kewirausahaan ini.
2. Orang tua dan saudara kandung yang selalu memberikan motivasi serta bantuan berupa materi, doa, serta emosional sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini.
3. Teman-teman yang selalu memberikan nasihat serta saran dalam penyusunan laporan ini hingga dapat diselesaikan dengan baik.
4. Herlita Yosepasari yang selalu menjadi motivasi dan mendampingi untuk menyelesaikan laporan ini.

Saya berharap karya ini dapat menjadi sumber referensi yang bermanfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, Juni 2023

Penulis,

Ali Dewa Saputra

ABSTRAK

Laporan kewirausahaan ini menjelaskan mengenai sebuah usaha toko bangunan supaya berjalan sesuai yang diinginkan. Di dalam abstrak ini, penulis akan membahas apa saja inovasi dan mengapa inovasi penting pada bidang toko bangunan ini. Inovasi dalam jenis produk penjualan, kualitas produk penjualan, harga penjualan, dan cara pembayaran merupakan inovasi untuk menarik minat pelanggan baru dan membedakan usaha toko bangunan dari pesaing. Secara keseluruhan, inovasi mempunyai peran penting dalam memperluas penjualan dan meningkatkan keberhasilan usaha toko bangunan. Dalam berinovasi dengan memperbanyak jenis produk, menaikkan kualitas produk, harga, cara pembayaran, dan mengadaptasi tren pasar supaya tetap relevan, menarik minat pelanggan dan mempertahankan posisi yang kompetitif di pasar yang dinamis.

Kata kunci: Usaha toko bangunan, kewirausahaan, inovasi produk, industri konstruksi.

ABSTRACT

This entrepreneurship report explains the process of building shop business so that it runs as desired. In this abstract, the author will discuss what innovation is and why innovation is important in the building shop sector. Innovations in types of sales products, quality of sales products, sales prices and payment methods are innovations to attract new customers and differentiate building shop businesses from competitors. Overall, innovations plays an important role in expanding sales and increasing the success of building shop businesses. Inovating by increasing product types, increasing product quality, prices, payment, methods, and adapting market trends to remain relevant, attract customer interest and maintain a competitive position in dynamic market.

Keywords: *Building, shop business, entrepreneurship, product innovation, construction industry.*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Proyek Kewirausahaan.....	5
1.4 Kontribusi Proyek Kewirausahaan	5
BAB 2 BAHASAN UMUM DAN ANALISIS SWOT	7
2.1 Produk	7
2.1.1 Semen.....	7
2.1.2 Pasir dan Koral.....	8
2.1.3 Bata Ringan.....	8
2.1.4 Besi Beton	9
2.1.5 Alat Pertukangan.....	10
2.2 Analisis SWOT.....	11
BAB 3 METODOLOGI PENGEMBANGAN PRODUK DAN MANAJEMEN USAHA	14
3.1 Eksplorasi Kreativitas.....	14
3.2 Manajemen Pemasaran	14
3.3 Manajemen Operasi.....	17
3.4 Manajemen Sumber Daya Manusia	17
3.5 Manajemen Keuangan	18
3.6 Manajemen Perubahan dan Inovasi.....	19
3.7 <i>Bussiness Model Canvas</i>	19
BAB 4 PEMBAHASAN MANAJEMEN USAHA	22
4.1 Inovasi Produk.....	22
4.2 Manajemen Pemasaran	23
4.3 Manajemen Produksi	24

4.4	Manajemen Sumber Daya Manusia	25
4.5	Manajemen Keuangan	26
4.5.1	Modal	26
4.5.2	<i>Cashflow</i> TB Raharjo	26
4.6	Manajemen Perubahan dan Inovasi	28
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		30
5.1	KESIMPULAN	30
5.2	SARAN	31
DAFTAR PUSTAKA		33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pertumbuhan Industri Konstruksi	1
Gambar 1. 2 Data Jumlah UMKM di Grobogan	3
Gambar 2. 1 Semen	7
Gambar 2. 2 Pasir	8
Gambar 2. 3 Batu Koral	8
Gambar 2. 4 Bata Ringan	9
Gambar 2. 5 Besi Beton	10
Gambar 2. 6 Peralatan Pertukangan	10
Gambar 2. 7 Analisis SWOT	11
Gambar 3. 1 Business Model Canvas	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 1 Promosi Melalui Whatsapp	23
Gambar 4. 2 Alur produksi TB Raharjo	24

DAFTAR TABEL

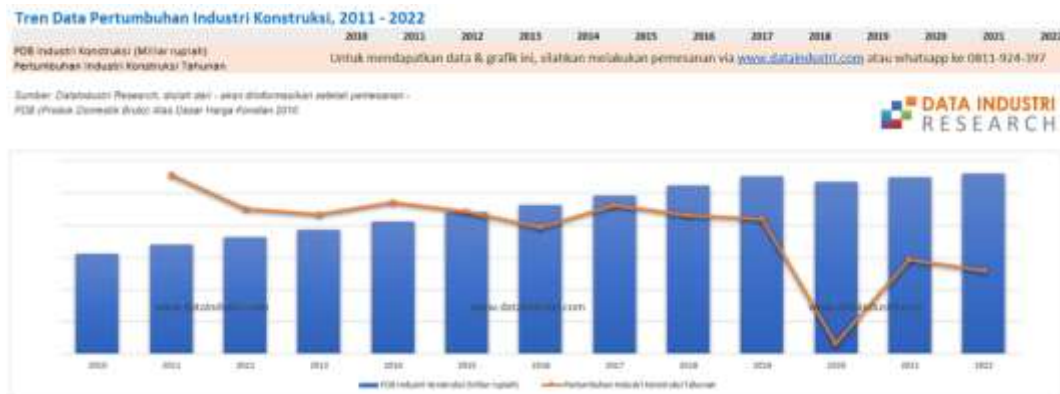
Tabel 2. 1 Matrix SWOT	13
Tabel 4. 1 Modal TB Raharjo	26
Tabel 4. 2 Laporan L/R Maret.....	27
Tabel 4. 3 Laporan L/R April	27
Tabel 4. 4 Laporan L/R Mei.....	28

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis toko bangunan (industri konstruksi) Di Indonesia akhir-akhir ini mengalami kenaikan, dikarenakan banyak masyarakat mulai membangun tempat tinggalnya sendiri khususnya di daerah saya. Di tahun 2024 memang perkembangan industri konstruksi mengalami sedikit penurunan dibandingkan tahun 2023, akan tetapi dibandingkan pada masa pandemi mengalami peningkatan yang signifikan. Industri konstruksi adalah sektor yang sangat vital, yang berperan pada pembangunan infrastruktur, perumahan, dan bangunan komersial. Contohnya di negara maju, pertumbuhan ekonomi yang stabil selalu diiringi dengan peningkatan signifikan pada industri konstruksinya.



Sumber: dataindustri.com

Gambar 1. 1 Grafik Pertumbuhan Industri Konstruksi

Dapat dilihat pada gambar grafik di atas bahwa pertumbuhan industri relatif positif walaupun sempat anjlok pada 2020 dikarenakan pandemi saat itu yang mengharuskan orang di rumah jadi tidak ada proyek pembangunan yang berjalan. Bisa dilihat dari grafik diatas setelah pandemi selesai industri konstruksi mengalami kenaikan yang sangat signifikan dan kembali normal kembali.

Toko bangunan memegang peran yang krusial pada rantai pasok konstruksi. Toko bangunan adalah sumber utama untuk menyediakan berbagai material, peralatan, dan perlengkapan yang dibutuhkan oleh kontraktor, pengembang, dan konsumen akhir. Toko bangunan memastikan ketersediaan produk yang di perlukan oleh pelanggan. Selain itu, toko bangunan juga bisa memberikan saran tentang penggunaan material dan peralatan yang tepat untuk proyek tertentu. Dengan demikian, keberadaan dan kinerja toko bangunan memiliki dampak langsung pada kelancaran dan efisiensi proyek konstruksi.

Pasar bahan bangunan terus berkembang seiring dengan perkembangan industri konstruksi. Kebutuhan akan bahan bangunan yang berkualitas dan inovatif meningkat seiring dengan permintaan akan bangunan yang lebih efisiensi secara energi, ramah lingkungan, dan tahan gempa. Toko bangunan harus menyediakan beragam produk dengan harga kompetitif dan layanan berkualitas menjadi nilai lebih di mata konsumen.

Grobogan adalah daerah yang sedang gencar melakukan pembangunan dikarenakan daerah Grobogan terhitung menjadi daerah yang tertinggal dibandingkan dengan daerah sekitar Grobogan seperti Semarang, Kudus, dan

Solo. Dengan itu, saya berani membuka usaha toko bangunan ini karena di Grobogan khususnya di desa Nampu, Kecamatan Karangrayung sedang gencar-gencarnya melakukan pembangunan, entah pembangunan jalan, pembangunan jembatan, kantor, maupun rumah pribadi.

Perkembangan kewirausahaan di Grobogan mengalami pertumbuhan yang sangat positif dalam beberapa tahun terakhir. Pada pertengahan tahun 2023 lalu kemenprin menggelar seminar dan pelatihan di Grobogan, dan saya di utus kepala desa untuk mewakili daerah dalam menghadiri seminar dan pelatihan tersebut. Grobogan sedang mengalami pertumbuhan ekonomi yang baik dan ini menjadi peluang yang bagus bagi calon wirausahawan. Sebagai pelaku UMKM harus bisa beradaptasi dengan perkembangan zaman, seperti mengadopsi teknologi dan digitalisasi untuk mempromosikan produk yang dimiliki. Perkembangan kewirausahaan di Grobogan menjadi kontribusi dalam penciptaan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan penggerak ekonomi di daerah Grobogan.

No	Skala Usaha	Jumlah Usaha	Prosen-tase	Jumlah Tenaga Kerja	Prosen-tase
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Industri Mikro Kecil	20,942	99.79	47,674	92.66
2	Industri Menengah Besar	45	0.21	3,775	7.34
Jumlah		20,987	100.00	51,449	100.00

Sumber: Bappeda daerah Grobogan

Gambar 1. 2 Data Jumlah UMKM di Grobogan

Terlihat pada data diatas, Grobogan memiliki UMKM yang tergolong sedikit dibandingkan dengan penduduknya yang ada 2 juta jiwa lebih. Pemerintah Grobogan menyokong perkembangan UMKM dengan memberikan seminar dan pelatihan wirausaha secara gratis tiap tahunnya. Pada 15 november 2021 dipasarkan merk semen baru dari daerah Grobogan yaitu Semen Grobogan, dengan begini usaha toko bangunan setempat diberi dapat membantu menaikkan ekonomi pemerintah daerah juga.

Berbicara tentang industri konstruksi, toko bangunan di Grobogan tepatnya di desa Nampu, Kecamatan Karangrayung, memiliki persaingan yang cukup ketat dari toko bangunan yang lain, fluktuasi harga, dan regulasi yang cukup kompleks yang harus dihadapi. Dalam mengembangkan usaha bisnis di bidang ini harus memahami permintaan pasar, idetifikasi kebutuhan konsumen, dan penelitian tentang strategi pemasaran dan manajemen yang efektif.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Apakah usaha toko bangunan dapat bersaing dengan jenis usaha yang serupa di Grobogan.
2. Apakah usaha toko bangunan dapat membangun inovasi pada bisnis usaha toko bangunan untuk tetap bersaing di pasar yang semakin kesini semakin komeptitif?

1.3 Tujuan Proyek Kewirausahaan

Tujuan yang dilakukan pada kegiatan kewirausahaan ini yaitu sebagai berikut ini:

1. Mengembangkan usaha toko bangunan supaya bisa bersaing dan tumbuh besar.
2. Memperdalam pengalaman pada dunia bisnis, khususnya pada bidang industri konstruksi.
3. Mengimplementasikan ilmu yang dipelajari di dunia perkuliahan untuk mengembangkan bisnis.
4. Memenuhi prasyarat lulu strata satu prodi manajemen STIE YKPN.

1.4 Kontribusi Proyek Kewirausahaan

Proyek kewirausahaan ini memiliki kontribusi terhadap masyarakat sekitar, seperti:

1. Menumbuhkan perekonomian, usaha toko bangunan ini dapat menjadi kontribusi terhadap perekonomian sekitar. Masyarakat yang membuka usaha toko bangunan akan membeli produk dan bahan baku dari distributor dan perusahaan sekitar, sehingga mampu membantu meningkatkan daya beli dan pendapatan bagi semua pihak.
2. Memberikan nilai tambah pada produk yang dijual dan menjadikan produk semakin bervariasi yang bisa menarik minat para konsumen terhadap produk baru yang berkualitas secara luas. Kemudian hal ini dapat

membantu meningkatkan daya saing usaha toko bangunan di pasar yang luas.

3. Secara keseluruhan usaha toko bangunan ini memberi kontribusi yang positif masyarakat di Grobogan dengan menyediakan bahan bangunan yang berkualitas, menawarkan jam kerja yang fleksibel, memberikan pengetahuan bahwa produk SNI (standar nasional Indonesia) itu penting, kemudian hal yang terpentingnya adalah menjadi kontribusi terhadap lapangan pekerjaan pada masyarakat sekitar.

BAB 2

BAHASAN UMUM DAN ANALISIS SWOT

2.1 Produk

2.1.1 Semen

Menurut Bonardo Pangaribuan (2013) “Semen adalah bahan perekat atau lem, yang bisa merekatkan bahan-bahan material lain seperti batu bata dan batu koral hingga bisa membentuk sebuah bangunan”. Semen merupakan bahan pembuatan bangunan yang paling penting untuk konstruksi saat ini. Persediaan semen dikirim langsung dari pabrik Semen Grobogan yang datang ke toko.



Gambar 2. 1 Semen

2.1.2 Pasir dan Koral

Pasir dan Koral merupakan bahan bangunan yang banyak dipergunakan dari struktur paling bawah hingga paling atas dalam bangunan. Pasir bisa digunakan sebagai pasir urug, sedangkan pasir dan koral bisa digunakan sebagai adukan hingga campuran beton, seperti buat pengecoran.



Gambar 2. 2 Pasir



Gambar 2. 3 Batu Koral

2.1.3 Bata Ringan

Menurut Ngabdurochman (2009) “Bata ringan adalah bata berpori yang memiliki berat jenis (*density*) lebih ringan daripada bata pada umumnya”. Bata ringan atau yang biasanya dikenal dengan sebutan hebel adalah suatu inovasi terbaru dari dunia konstruksi modern. Penggunaan bata ringan ini tentunya memiliki berbagai alasan, salah satu alasannya yaitu lebih ringan dibandingkan bata merah, lebih efisien dan ramah lingkungan.



Gambar 2. 4 Bata Ringan

2.1.4 Besi Beton

Besi beton merupakan salah satu material yang berbentuk baja tulangan berpenampang bulat atau pembentuk beton yang berstruktur. Ada dua jenis besi beton yaitu besi beton polos dan beton besi ulir. Beton besi polos mempunyai diameter 10 milimeter sampai dengan ukuran diameter 25 milimeter, sedangkan besi ulir diameternya mencapai 10 milimeter hingga 32 milimeter. Secara umum di Indonesia Panjang besi beton polos maupun besi ulir memiliki Panjang 12 meter.



Gambar 2. 5 Besi Beton

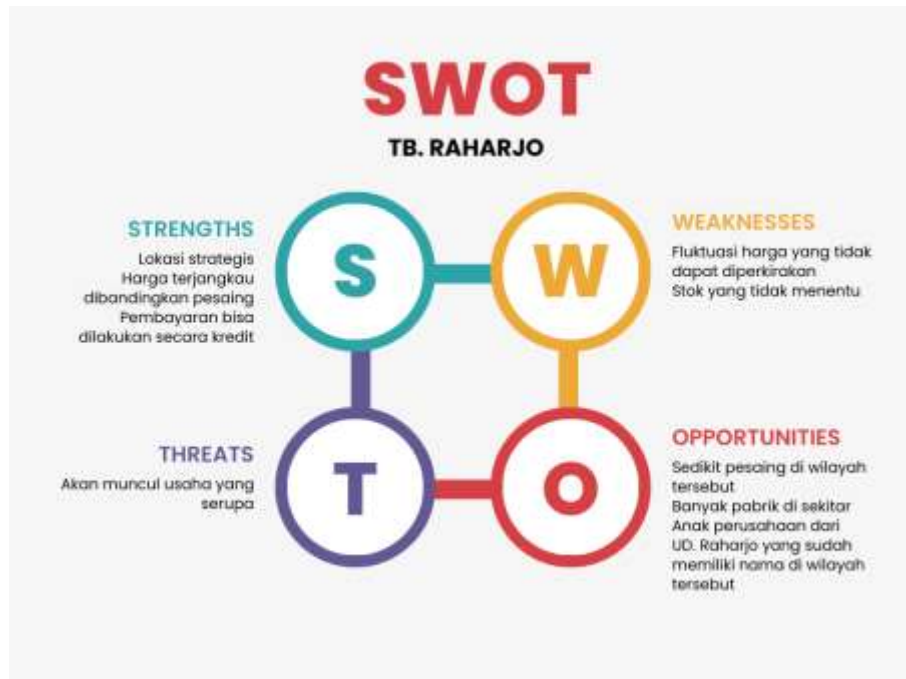
2.1.5 Alat Pertukangan

Alat pertukangan biasanya digunakan para tukang bangunan, namun biasanya dirumah-rumah sering dijumpai karena sangat membantu untuk memperbaiki perabotan rumah. Contoh-contoh perabotan rumah antara lain seperti palu, obeng, tang, kunci inggris dan lain-lain.



Gambar 2. 6 Peralatan Pertukangan

2.2 Analisis SWOT



Gambar 2. 7 Analisis SWOT

Ancaman yang ada merupakan faktor dari luar seperti contohnya kompetitor bisnis yang sama. Namun hal tersebut dapat diatasi dengan produk-produk bangunan yang lebih lengkap, kualitas yang lebih bagus, harga yang lebih terjangkau, bahkan harganya jauh lebih murah dari para pesaing. Pada saat ini kompetitor kami hanya toko bangunan yang lebih kecil sehingga menambah nilai usaha yang dijalankan, letak usaha juga sangat mempengaruhi peluang usaha ini.

Sedikitnya kompetitor di wilayah ini menjadi faktor yang sangat penting untuk menjadi peluang usaha. Menjadi toko bangunan satu-satunya yang langsung menjadi dropshiper dari pabrik merek Semen Grobogan menjadikan penarik konsumen karena sudah dipastikan memiliki harga semen termurah di wilayah ini. Usaha ini adalah anak usaha dari UD. Raharjo yang sudah memiliki nama di wilayah ini, hal ini mempermudah usaha karena sudah memiliki nama yang besar

di wilayah ini. UD. Raharjo sendiri merupakan usaha keluarga yang sudah dikenal sejak tahun 2000 awal, usaha tersebut adalah usaha milik orang tua penulis.

Kenaikan harga yang tidak bisa diperkirakan dan stok yang tidak menentu menjadi kelemahan dari toko bangunan yang lumayan berdampak pada usaha toko bangunan ini, untuk menangani hal tersebut kami melakukan hal serupa yang dilakukan induk perusahaan yaitu jika melakukan pemesanan dalam jumlah besar diharapkan untuk *pre-order* terlebih dahulu supaya pembeli mengetahui harga dan kami bisa memenuhi jumlah barang yang diminta oleh pembeli. Untuk pembayaran kita bisa melakukan kredit jika jumlah pembelian memenuhi minimum pembelian yang kami tentukan.

INTERNAL EKSTERNAL	Strengths	Weaknesses
Opportunities	Mimiliki harga yang murah dan bisa melakukan pembayaran secara kredit, lokasi yang strategis, nama induk usaha yang besar membuat usaha ini dapat menjadi peluang untuk	Kelemahan usaha toko bangunan adalah pada fluktuasi harga yang tidak dapat diperkirakan dan stok tidak menentu, namun sedikitnya pesaing dan banyaknya pabrik itu dapat

	menarik konsumen di daerah Desa Nampu dan sekitarnya.	menutup kelemahan dari perusahaan kami.
Threats	Kekuatan dari usaha kami yaitu memiliki harga yang murah, lokasi yang strategis, menggunakan sistem pembayaran kredit dapat menjadi penutup ancaman yang kami miliki.	Strategi dari perusahaan kami untuk menutupi kelemahan adalah tetap mempertahankan kualitas produk dan pelayanan kami, menjaga harga yang terjangkau biasanya induk usaha melakukan pembagian hadiah seminggu sebelum lebaran kepada pelanggan tetap.

Tabel 2. 1 Matrix SWOT

BAB 3
METODOLOGI PENGEMBANGAN PRODUK DAN MANAJEMEN
USAHA

3.1 Eksplorasi Kreativitas

Dalam dunia kewirausahaan kreativitas sangat dibutuhkan untuk membuat hal baru seperti pembuatan ide ataupun gagasan supaya para wirausahawan dapat mengubah permainan, memimpin tren, dan menciptakan nilai tambah ke pelanggan. Agar wirausahawan memiliki suatu kreativitas tentu harus ada beberapa hal harus diamati sebelumnya, seperti cara pandang terhadap masalah, menggunakan teknologi sebagai sumber inspirasi, dan memperluas relasi.

Berdasarkan hasil riset dari tim kami dapat disimpulkan bahwa toko bangunan yang ada di wilayah sekitar belum ada yang menggunakan sistem kredit, melakukan promosi lewat sosial media, dan bekerja sama dengan pabrik Semen Grobogan dan distributor bata ringan Blesscon Grobogan. TB Raharjo memanfaatkan sistem kredit untuk menarik minat para konsumen, perusahaan kami juga memberikan hadiah setiap perayaan Idul Fitri kepada pelanggan yang telah loyal terhadap perusahaan kami. Bekerja sama dengan pabrik semen dan distributor bata ringan menjadi kekuatan bagi perusahaan untuk bersaing dengan kompetitor dalam segi harga.

3.2 Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2017) “Manajemen pemasaran merupakan pasar sasaran untuk menarik, mempertahankan, dan meningkatkan konsumen dengan

menciptakan dan memberikan kualitas penjualan yang baik”. Manajemen pemasaran pada perusahaan kami dilakukan dalam bentuk tim kecil, yang berisi saudara penulis. Pada pelaksanaan usaha, kami menggabungkan ide-ide yang ada sehingga mendapatkan strategi pemasaran yang cocok untuk TB Raharjo. Dalam bukunya “Prinsip-prinsip Pemasaran”. Philip Kotler dan Gary Armstrong menguraikan secara keseluruhan tentang manajemen pemasaran. Mereka menegaskan pentingnya memahami target pasar, mensegmentasi pasar, menentukan keunikan dari produk, dan mengembangkan strategi pemasaran dengan tepat. Mereka juga menekankan pentingnya membangun serta memelihara hubungan yang kuat dengan para pelanggan melalui strategi pemasaran.

Pada dasarnya perusahaan kami menjalankan strategi 5P, yaitu *product, price, place, promotion, and people*. Strategi TB Raharjo antara lain meliputi :

1. *Product*

Produk merupakan salah satu hal terpenting dalam pengembangan usaha, dalam bentuk barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen. TB Raharjo menjaga kualitas produk dengan menggunakan produk yang memenuhi Standar Nasional Indonesia karena akan berimbas pada keamanan dan keselamatan, mengingat hal ini berkaitan dengan kekuatan dan ketahanan bangunan. TB Raharjo melakukan pengecekan kualitas terhadap produk yang akan dijual, sehingga konsumen akan mendapatkan produk yang sesuai dengan standar.

2. *Price*

Penetapan harga melibatkan penentuan harga yang sesuai bagi konsumen berdasarkan pada analisis biaya, permintaan pasar, dan tujuan keuntungan

perusahaan. Penetapan harga yang tepat dapat menciptakan permintaan yang optimal pada produk yang perusahaan miliki. Menjual produk dengan harga yang terjangkau dan lebih murah dari kompetitor lain menjadi salah satu strategi dari TB Raharjo.

3. *Place*

Menurut Suryana (2013) “tempat yang menarik bagi konsumen adalah tempat yang paling strategis, menyenangkan, dan efisien”. TB Raharjo terletak pada lokasi yang strategis, mudah diakses, dan ramai dilalui orang-orang. Perusahaan kami juga memanfaatkan teknologi sebagai sarana untuk menjual produk kami, contohnya melakukan pemesanan produk melalui *whatsapp*. Hal ini dapat mempermudah konsumen dalam pembelian produk.

4. *Promotion*

Promosi merupakan salah satu strategi pengenalan produk kepada konsumen yang dapat mempengaruhi permintaan produk. TB Raharjo menggunakan aplikasi *Whatsapp* sebagai sarana promosi yang dilakukan dengan membagikan foto-foto produk. Hal ini memberikan dampak positif, dengan hadirnya teknologi mempermudah melakukan kegiatan promosi yang diharapkan mampu membuka kesempatan menuju pasar yang lebih besar.

5. *People*

People (Sumber Daya Manusia) adalah strategi pemasaran 5P yang terakhir. Perencanaan sumber daya manusia adalah Langkah-langkah tertentu yang diambil oleh manajemen guna menjamin bahwa bagi organisasi tersedia tenaga kerja yang tepat untuk menduduki berbagai kedudukan, jabatan dan

pekerjaan yang tepat pada waktu yang tepat. Kesemuanya itu dalam rangka mencapai tujuan dan berbagai sasaran yang telah dan akan ditetapkan (Faustinus, 2003: 53).

3.3 Manajemen Operasi

(Jay Heizer, 2010) Heizer & Render (2010) “manajemen operasi ialah merupakan bentuk dari pengelolaan yang menyeluruh secara optimal dari tenaga kerja, barang-barang (bahan mentah, peralatan dan mesin), atau dari berbagai faktor produksi yang lain agar dapat menjadi bentuk produk barang dan jasa yang dapat diperjualbelikan secara umum”. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa manajemen operasional merupakan pengelolaan dan pengoptimalan sumber daya dari suatu perusahaan dalam bentuk barang maupun jasa. Oleh karena itu, manajemen operasional memerlukan struktur manajemen yang dibentuk dan dilaksanakan sesuai fungsinya masing masing.

Salah satu landasan teori yang ada pada manajemen operasi ialah efisiensi dan efektivitas. Efisiensi dan efektivitas mencakup tentang pencapaian tujuan operasional perusahaan dan kepuasan para pelanggan. Efisiensi dan efektivitas melibatkan penggunaan sumber daya secara optimal seperti tenaga kerja, waktu dan bahan mentah untuk menghasilkan *output* yang maksimal.

Secara keseluruhan, manajemen operasi merupakan kunci penting keberhasilan bisnis. Pengoptimalan proses operasional perusahaan dapat mempengaruhi efisiensi, efektivitas, kualitas, kepuasan pelanggan, dan daya saing yang lebih baik.

3.4 Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Gary Dessler (2015) “Manajemen Sumber Daya Manusia merupakan proses perolehan, pelatihan, penilaian, dan pemberian kompensasi kepada karyawan, serta memperhatikan hubungan ketenagakerjaan, Kesehatan, dan keselamatan, dan masalah keadilan”. Penerapan praktik-praktik manajemen SDM berkaitan dengan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian dari pengadaan, pengembangan kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan, dan pemberhentian karyawan, dengan maksud terwujudnya tujuan suatu perusahaan, karyawan, dan masyarakat. Tujuan dari MSDM yaitu untuk menciptakan lingkungan kerja yang produktif dengan memberdayakan karyawan dan memastikan kebutuhan organisasi dan karyawan yang seimbang. Tingkat keberhasilan suatu organisasi ataupun lembaga ditentukan dengan keefektivitasan dalam pelaksanaan manajemen sumber daya manusia.

3.5 Manajemen Keuangan

Menurut Sonny, S. (2003) “manajemen keuangan merupakan sebuah aktivitas suatu organisasi, perusahaan, atau lembaga dalam mengelola dana. Manajemen dana ini dapat berarti bertujuan untuk memperoleh, menggunakan, serta mengelola aset untuk untuk mencapai tujuan usaha”. Dengan demikian, manajemen keuangan berkaitan dengan perolehan, pembiayaan, dan pengelolaan aset dengan tujuan tertentu. Fungsi dari manajemen keuangan dapat dibagi menjadi tiga area utama, yaitu, dengan keputusan investasi, pembiayaan, dan pengelolaan aset untuk mencapai efisiensi, efektivitas, dan kelangsungan keuangan perusahaan. Penerapan manajemen keuangan yang baik, perusahaan dapat memaksimalkan penggunaan sumber daya keuangan, meningkatkan profitabilitas, mengelola resiko dengan baik, dan dapat membuat keputusan investasi yang tepat. Manajemen keuangan yang

efektif akan menentukan tingkat keberhasilan dan pertumbuhan yang berkelanjutan bagi organisasi di dalam bidang lingkungan bisnis yang dinamis.

3.6 Manajemen Perubahan dan Inovasi

Manajemen perubahan dan inovasi adalah proses pendekatan yang digunakan oleh organisasi maupun suatu lembaga untuk mengelola dan memfasilitasi perubahan guna mencapai hasil yang lebih baik dan mendorong inovasi. manajemen perubahan adalah tentang mengidentifikasi kebutuhan akan perubahan, mengembangkan strategi perubahan, berkomunikasi secara efektif, melibatkan karyawan dalam proses perubahan, dan memastikan keberhasilan implementasi. Sedangkan manajemen inovasi bertujuan untuk dapat merangsang ide-ide yang baru, mengembangkan proses inovasi itu sendiri, mendorong kolaborasi dan kreativitas, dan untuk menerapkan secara efektif

3.7 Business Model Canvas



Gambar 3. 1 Business Model Canvas

- TB Raharjo bekerja sama dengan pemasok bahan bangunan, distributor alat-alat bangunan, kontraktor dan tukang bangunan lokal, dan perusahaan logistik untuk pengiriman barang.
- Aktivitas yang dilakukan oleh TB Raharjo yaitu dengan pembelian dan pengelolaan stok, penjualan langsung ditoko dan *online*, layanan konsultasi untuk pelanggan mengenai produk, dan pengiriman barang kepada pelanggan.
- Sumber daya utama yang dimiliki oleh TB Raharjo adalah memiliki lokasi toko yang strategis, stok barang yang berkualitas, dan tenaga kerja yang terampil.
- TB Raharjo menyediakan berbagai macam bahan bangunan berkualitas dengan harga yang terjangkau, memberikan layanan konsultasi gratis untuk membantu pelanggan memilih produk yang tepat, dan memberikan konsep bayar nanti atau kredit.
- TB Raharjo melakukan hubungan pelanggan melalui pelayanan yang ramah kepada pelanggan, memberikan penawaran khusus atau diskon untuk pelanggan setia, dan memberikan layanan purna jual seperti pengembalian barang dan klaim garansi.
- Segmentasi konsumen TB Raharjo adalah masyarakat sekitar yang membutuhkan bahan bangunan, masyarakat yang ingin merenovasi atau membangun bangunan, dan kontraktor serta tukang bangunan.
- TB Raharjo menyalurkan produknya melalui Toko fisik dan penjualan secara *online* melalui media sosial (*Whatsapp*).

- Biaya yang dikeluarkan adalah untuk biaya pembelian stok barang, gaji karyawan, biaya logistik dan pengiriman, dan biaya operasional.
- TB Raharjo memiliki pendapatan dari hasil penjualan langsung bahan dan alat-alat bangunan serta dari piutang dagang.

BAB 4

PEMBAHASAN MANAJEMEN USAHA

4.1 Inovasi Produk

Industri ritel adalah lingkungan ekonomi yang sangat dinamis dan kompetitif. Di sini para pelaku bisnis menghadapi tantangan yang harus dihadapi untuk terus berkembang dengan seiring perubahan perilaku konsumen, perkembangan teknologi, dan persaingan yang semakin ketat. Semua hal itu yang mendorong para pelaku bisnis ritel untuk terus melakukan inovasi dalam pengembangan produk yang dimiliki para pelaku bisnis ritel tersebut. Inovasi produk merupakan hal yang sangat penting dan menjadi kunci utama untuk memenangkan persaingan, karena konsumen di zaman sekarang semakin cerdas dan selektif dalam pemilihan produk yang akan mereka beli. Penerapan inovasi dalam berbagai aspek seperti desain, fitur, dan strategi pemasaran, akan membuat perusahaan ritel tidak hanya akan bertahan di pasar yang kompetitif namun juga dapat memenuhi permintaan yang terus berkembang. Pada konteks ini kemampuan perusahaan untuk mengantisipasi sebuah perubahan dalam perilaku konsumen, merespon dengan cepat terhadap perkembangan teknologi, serta menciptakan produk yang memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen merupakan kunci dalam mencapai kesuksesan dalam bisnis ritel pada era yang dinamis ini.

Inovasi yang dilakukan oleh TB Raharjo yaitu dengan memberikan layanan konsultasi gratis kepada pelanggan untuk memilih produk yang tepat dan sesuai kebutuhan, menggunakan konsep bayar nanti atau kredit, serta melakukan promosi melalui media sosial (*Whatsapp*). Pada adopsi inovasi yang dilakukan, TB Raharjo

bertekad untuk memberikan pelayanan yang optimal serta akan melakukan inovasi secara terus menerus agar mengikuti perkembangan pasar.

4.2 Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran di industri bisnis ritel mempunyai peranan yang penting untuk meningkatkan keberhasilan operasional dan daya saing. Proses manajemen pemasaran melibatkan perencanaan, pengimplementasian (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir), serta pengawasan atau pengendalian kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar dapat mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. TB Raharjo menjalankan konsep *omnichannel*, dengan menerapkan konsep *omnichannel marketing* kami menempatkan pelanggan di pusat strategi pemasaran, dengan fokus terhadap pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan bagi para pelanggan.



Gambar 4. 1 Promosi Melalui *Whatsapp*

TB Raharjo melakukan pemasaran lewat media sosial *Whatsapp*. Hal tersebut merupakan cara yang paling efektif dan efisien di era digital seperti pada zaman sekarang ini. Kami gencar melakukan promosi melalui media sosial dengan menyajikan konten terhadap produk yang kami jual dan memberi tahu tentang persediaan apa saja yang ada di toko. TB Raharjo juga menerima kritik maupun saran dari pelanggan melalui media sosial (*Whatsapp*), dengan itu kami dapat lebih efektif untuk pengevaluasian terhadap kekurangan perusahaan, agar dapat meningkatkan keunggulan perusahaan terhadap kompetitor.

4.3 Manajemen Produksi



Gambar 4. 2 Alur produksi TB Raharjo

Gambar diatas merupakan ilustrasi alur produksi TB Raharjo dari pengadaan produk hingga penjualan. Ilustrasi diatas merupakan bentuk sederhananya. Trnsaksi lengkapnya yaitu, pengadaan barang memiliki dua opsi yaitu dikirim dari vendor langsung untuk barang seperti semen, bata ringan, besi, dan alat pertukangan, kemudian pembelian langsung ke penambang pasir Merapi yang menyediakan pasir dan koral. Tahap keduanya yaitu penerimaan barang dari vendor yang melakukan tansaksi langsung pada pihak perusahaan. Kemudian pada tahap ketiga pihak perusahaan melakukan penataan barang untuk di *display* agar memudahkan pelanggan mencari produk yang di cari. Selanjutnya pada tahap keempat melakukan pelayanan terhadap pelanggan untuk memilih produk dan memberikan informasi dan rekomendasi produk yang pelanggan butuhkan. Yang terakhir yaitu tahap penjualan dan pembayaran, setelah pelanggan memilih produk kemudian pihak toko melakukan proses transaksi penjualan dan menerima pembayaran.

4.4 Manajemen Sumber Daya Manusia

TB Raharjo memiliki total 2 sumber daya manusia yang memiliki tugasnya masing masing. Pada kondisi bisnis yang sekarang kami rasa dua orang cukup untuk menjalankan kegiatan jual beli untuk setiap harinya. Pergantian akan dilakukan jika karyawan meminta cuti. Dua karyawan ini memiliki tugasnya masing-masing, karyawan satu bertugas untuk melakukan pengecekan barang atau *quality control*, kemudian karyawan dua memiliki tugas untuk menyambut dan melayani pelanggan, menjaga kebersihan dan kerapihan toko, dan melakukan tugas administratif.

Peningkatan manajemen sumber daya manusia perlu dilakukan supaya para karyawan dapat berkomunikasi dengan baik terhadap pelanggan. Karyawan juga diharapkan untuk dapat memecahkan masalah jika nanti ada kesalahan menyangkut pelanggan. Hal tersebut dapat menunjang ulasan positif dari pelanggan dengan adanya pelayanan yang ramah dan cekatan.

4.5 Manajemen Keuangan

4.5.1 Modal

Nama Barang	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan	Total
Rak	3	pcs	Rp 5,000,000	Rp 15,000,000
Meja Kasir	1	pcs	Rp 1,750,000	Rp 1,750,000
Peralatan Gudang	1	set	Rp 1,200,000	Rp 1,200,000
Palet Kayu	15	pcs	Rp 135,000	Rp 2,025,000
Stok Barang	1	pack	Rp 36,050,000	Rp 36,050,000
Truk	1	unit	Hibah	
TOTAL				Rp 56,025,000

Tabel 4. 1 Modal TB Raharjo

Keterangan:

- Modal yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis TB Raharjo diawal sejumlah Rp56.025.000 (stok barang untuk 1 minggu).

4.5.2 *Cashflow* TB Raharjo

Cashflow TB Raharjo dicatat setiap hari dan direkap setiap minggunya. Hal ini dilakukan karena toko bangunan merupakan bisnis ritel yang pencatatannya bisa dilakukan setiap hari. Barang yang cacat tidak menjadi kerugian bagi

perusahaan karena setiap produk memiliki garansi, kecuali kemasan semen yang sobek akan ditanggung perusahaan.

Laporan laba/rugi 25 Maret - 31 Maret 2024

Hari/Tanggal	Penjualan	Pengeluaran Belanja	Pengeluaran Lainnya	Saldo Tambahan	Saldo Sementara
Senin, 25 Maret	Rp2.742.000			Rp2.742.000	Rp2.742.000
Selasa	Rp4.320.000			Rp4.320.000	Rp7.062.000
Rabu	Rp800.000			Rp800.000	Rp7.862.000
Kamis	Rp6.655.000			Rp6.655.000	Rp14.517.000
Jumat	Rp8.440.000			Rp8.440.000	Rp22.957.000
Sabtu	Rp3.370.000			Rp3.370.000	Rp26.327.000
Minggu, 31 Maret		Rp20.200.000		-Rp20.200.000	Rp6.127.000

Tabel 4. 2 Laporan L/R Maret

Keterangan:

- Pada pencatatan diminggu terakhir pada bulan Maret tercatat laba sementara berada di angka Rp 6.127.000

laporan laba/rugi per 24 April – 31 April 2024

Hari/Tanggal	Penjualan	Pengeluaran Belanja	Pengeluaran Lainnya	Saldo Tambahan	Saldo Sementara
Rabu, 24 April	Rp1.735.000			Rp1.735.000	Rp1.735.000
Kamis	Rp1.628.000			Rp1.628.000	Rp3.363.000
Jumat	Rp420.000		Rp350.000	Rp70.000	Rp3.433.000
Sabtu	Rp5.760.000			Rp5.760.000	Rp9.193.000
Minggu		Rp22.850.000		-Rp22.850.000	-Rp13.657.000
Senin	Rp17.455.000			Rp17.455.000	Rp3.798.000
Selasa, 30 April	Rp4.395.000			Rp4.395.000	Rp8.193.000

Tabel 4. 3 Laporan L/R April

Keterangan:

- Pada pencatatan diminggu terakhir pada bulan April tercatat laba sementara berada di angka Rp 8.193.000

Laporan laba/rugi 25 Mei – 31 Mei

Hari/Tanggal	Penjualan	Pengeluaran Belanja	Pengeluaran Lainnya	Saldo Tambahan	Saldo Sementara
Sabtu, 25 Mei	Rp757.000			Rp757.000	Rp757.000
Minggu		Rp11.500.000		-Rp11.500.000	-Rp10.743.000
Senin	Rp1.463.000			Rp1.463.000	-Rp9.280.000
Selasa	Rp968.000			Rp968.000	-Rp8.312.000
Rabu	Rp7.170.000			Rp7.170.000	-Rp1.142.000
Kamis	Rp2.630.000		Rp135.000	Rp2.495.000	Rp1.353.000
Jumat, 31 Mei	Rp4.790.000			Rp4.790.000	Rp6.143.000

Tabel 4. 4 Laporan L/R Mei

Keterangan:

- Pada pencatatan diminggu terakhir pada bulan Mei tercatat laba sementara berada di angka Rp 6.143.000

4.6 Manajemen Perubahan dan Inovasi

Pada masa yang akan datang manajemen TB Raharjo akan terus berupaya untuk melakukan inovasi dengan tujuan agar tidak tertinggal dari kompetitor lain, baik dari segi penjualan produk maupun kualitas pelayanan. Perubahan dan inovasi ini juga menjadi faktor penting dalam mendukung bisnis yang berkelanjutan. Pelanggan tidak akan pernah puas dengan apa yang ada, sehingga memotivasi kami sebagai pelaku bisnis untuk siap memenuhi kebutuhan para konsumen dan akan terus beradaptasi dengan gaya hidup kedepannya.

Inovasi pada bisnis ritel dapat berupa penambahan variasi pada jenis produk penjualan dan cara penjualan. Hal ini dapat menjadi salah satu cara untuk mengatasi kebosanan para pelanggan, jika tidak ada perubahan dalam bisnis. Dengan menghasilkan penjualan melalui berbagai *platform* menjadikan TB Raharjo memiliki nilai tambah dan berkembang secara inovatif terutama dengan adanya

metode pembayaran yang semakin canggih, sistem bayar nanti, dan sistem *pre-order*.

Penerapan inovasi TB Raharjo dapat memperluas pasar dan menjadi peluang pertumbuhan, meningkatkan daya saing, dan dapat memenuhi kebutuhan pasar. Inovasi merupakan salah satu upaya untuk menarik pelanggan, memperkuat citra merek perusahaan, dan meningkatkan kinerja secara keseluruhan. Dalam industri yang dinamis seperti bisnis ritel, inovasi di berbagai sektor sangat penting untuk menjaga kelincahan dan kesuksesan jangka panjang.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Proyek kewirausahaan yang dijalankan saat ini merupakan bisnis ritel, yaitu toko bangunan. Beberapa tahun ini saya melihat hanya ada satu toko bangunan kecil dan tidak lengkap yang ada di wilayah Nampu Kecamatan Karangrayung, yang mendorong penulis untuk mendirikan toko bangunan yang lebih lengkap dikarenakan penulis sudah memiliki lahan atau tempat berjualan yang dimiliki oleh orang tua yang berada di lokasi yang strategis.

Pada pengembangan bisnis ini ada beberapa aspek-aspek antara lain, pada aspek inovasi, manajemen pemasaran, sumber daya manusia, manajemen keuangan, dan adaptasi terhadap hal baru yang sangat penting untuk di perhatikan. Inovasi menggunakan sistem bayar nanti atau kredit merupakan hal yang kami unggulkan dikarenakan hanya toko kami yang berani untuk menggunakan sistem tersebut, sedangkan manajemen pemasaran yang efektif dan efisien melibatkan promosi melalui *Whatsapp* merupakan strategi utama untuk menarik minat para pelanggan. Memiliki karyawan yang punya integritas, profesionalisme, dan kejujuran merupakan faktor penting karena mereka yang berkaitan langsung dengan pelanggan. Manajemen keuangan yang baik dengan pencatatan arus kas yang teratur dan jelas akan menjadi dasar keberlanjutan bisnis agar bisa melakukan ekspansi.

TB Raharjo mulai buka dari jam 08.00 WIB hingga tutup pada jam 21.00 WIB, kami libur pada hari minggu di akhir bulan untuk melakukan rekap bulanan dalam hal evaluasi terhadap karyawan maupun perusahaan. Berbelanja setiap minggunya dikarenakan vendor hanya bersedia melakukan pengiriman barang

setiap hari minggu. TB Raharjo aktif melakukan promosi melalui *Whatsapp* untuk menginformasikan mengenai stok, harga, maupun promo yang sedang berlangsung.

Menurut saya bisnis ritel yang khususnya di bidang industri konstruksi tidak akan pernah mati karena manusia berlomba-lomba untuk memiliki bangunan dan infrastruktur yang semakin bagus, bangunan dan infrastruktur memerlukan perawatan dan renovasi secara berkala. Keberlanjutan bisnis ritel di bidang industri konstruksi didorong oleh inovasi yang dapat menyesuaikan perkembangan zaman agar dapat bersaing dengan para kompetitor di kemudian hari.

5.2 SARAN

Proyek kewirausahaan ditujukan bagi mahasiswa tingkat akhir yang akan menyelesaikan studinya. Proyek ini juga dapat dijadikan sebagai sarana menerapkan teori yang diajarkan di kelas menjadi sesuatu yang lebih nyata. Bagi para pembaca yang ingin menjadi pengusaha, proyek ini dapat menjadi referensi sebelum melanjutkan ke tahap yang lebih profesional.

Kegiatan berwirausaha juga dapat didukung oleh manajemen yang baik di belakang layar. Pengelolaan yang baik terkait keuangan, pemasaran, sumber daya manusia, dan inovasi akan sangat menunjang kinerja bisnis. Selain itu penulis menemukan saran lainnya antara lain:

1. Peningkatan Sistem: Memperhatikan perkembangan teknologi dan mempertimbangan penggunaan sistem yang lebih canggih dengan mengadopsi perangkat kasir elektronik yang terintegrasi dengan sistem manajemen toko, penggunaan SAP untuk pemesanan barang dengan jumlah yang besar.

2. Promosi dan Pemasaran: Mengoptimalkan pemasaran melalui berbagai saluran, termasuk memperbanyak penggunaan sosial media untuk mencapai pasar yang lebih luas. Menyediakan katalog produk lengkap dengan deskripsi, gambar, dan harga untuk memudahkan pelanggan dalam memilih produk.
3. Fleksibilitas terhadap Perubahan: Responsif terhadap perubahan pasar dan teknologi yang begitu cepat, serta siap melakukan inovasi yang lebih lanjut.
4. Kepuasan Pelanggan menjadi Fokus: *feedback* pelanggan dan peningkatan pelayanan menjadi poin penting untuk mempertahankan serta menarik konsumen.

Dengan memperhatikan dan menerapkan saran tersebut, diharapkan TB Raharjo dapat memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik bagi pelanggan sehingga mampu meningkatkan daya saing serta mengembangkan bisnis dan menjamin keberlanjutan bisnis ritel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Dessler, G. (2015). *Human Resource Management* (16th ed ed.). New York: Pearson International.
- Jay Heizer, B. R. (2010). *Manajemen Operasi* (7 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Ngabdurrochman. (2009). Teknologi Beton Ringan. *Makalah Tugas Mata Kuliah Teknologi Beton*.
- Pangaribuan, B. (2013). Cement manufacturing process Holcim Indonesia.
- Philip Kotler, K. L. (2017). *Marketing Management* (15th Edition New ed.). Boston: Pearson Education.
- Sonny, S. (2003). *Ekonomi Manajemen Sumber Daya Manusia dan Ketenagakerjaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Maju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.

LAMPIRAN

A. Lampiran Surat Keterangan Usaha



PEMERINTAH KABUPATEN GROBOGAN
KECAMATAN KARANGRAYUNG
DESA NAMPU
Jl. Raya Telawah KM 02 Kode Pos 58163

SURAT KETERANGAN USAHA Nomor : 500/013/3315022001/VI/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Desa Nampu, Kecamatan Karangrayung, Kabupaten Grobogan, Provinsi Jawa Tengah menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

- | | |
|----------------------------|--|
| 1. Nama Lengkap | : ALI DEWA SAPUTRA |
| 2. NIK / No. KTP | : 3315021006010001 |
| 3. No. KK | : 3315021807070355 |
| 4. Kepala Keluarga | : Ladiyo abu mansyur |
| 5. Tempat / Tanggal Lahir | : Grobogan/10 Juni 2001 |
| 6. Jenis Kelamin | : Laki-laki |
| 7. Alamat / Tempat Tinggal | : NAMPU RT 005 / RW 001 Dusun NAMPU Desa Nampu, Kecamatan Karangrayung, Kabupaten Grobogan |
| 8. Agama | : Islam |
| 9. Status | : Belum kawin |
| 10. Pendidikan | : Tidak / belum sekolah |
| 11. Pekerjaan | : Belum/tidak Bekerja |
| 12. Kewarganegaraan | : WNI |
| 13. Keperluan | : Untuk keperluan kuliah |
| 14. Berlaku | : 26-06-2024 sampai dengan 26-07-2024 |

Orang tersebut adalah benar-benar warga Desa Nampu dengan data seperti di atas, yang memiliki usaha Tb raharjo.

Pemegang Surat

ALI DEWA SAPUTRA

