

MODUL MATERI 11

TUJUH SEKTOR PROFIL BISNIS UMKM

Sektor Perdagangan

Setelah menyelesaikan modul ini, peserta diharapkan dapat memahami Profil Bisnis UMKM dari tujuh sektor yaitu:

1. Sektor Perdagangan
2. Sektor Jasa
3. Sektor Pertanian
4. Sektor Perkebunan
5. Sektor Peternakan
6. Sektor Perikanan
7. Sektor Industri Pengolahan

A. Profil Bisnis UMKM Sektor Perdagangan

Setelah menyelesaikan modul ini, diharapkan peserta dapat:

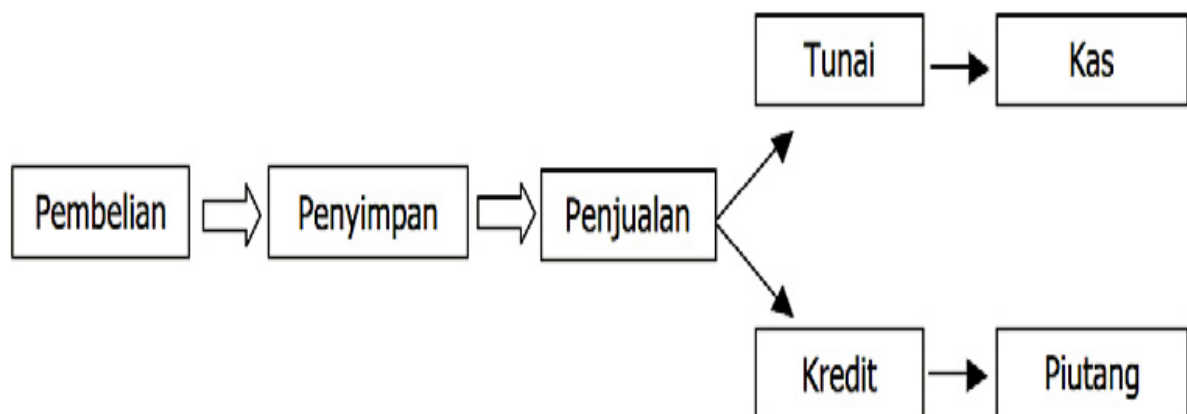
1. Memahami bisnis sektor perdagangan;
2. Memahami potensi dan hal-hal yang perlu diperhatikan dalam bisnis sektor perdagangan;
3. Memahami rantai bisnis sektor perdagangan;
4. Memahami prospek bisnis sektor perdagangan;
5. Memahami profil finansial bisnis sektor perdagangan.

B. Gambaran Umum Bisnis Sektor Perdagangan

Perdagangan adalah kegiatan penjualan kembali (tanpa perubahan teknis) barang baru maupun bekas. Perdagangan merupakan urat nadi perekonomian seluruh bangsa. Negara yang berhasil menguasai perdagangan saat ini merupakan negara-negara yang memiliki perekonomian kuat, contohnya adalah negara Singapura.

Rangkaian aktivitas bisnis perdagangan dapat dikatakan cukup sederhana, hanya terdiri dari pembelian, penyimpanan dan penjualan, yang secara skematis dapat digambarkan sebagaimana diagram di bawah ini :

Gambar 1. Rangkaian Aktivitas Bisnis Perdagangan



Dari skema di atas, masing-masing aktivitas perlu mendapatkan perhatian. Misalnya:

- Dalam pembelian barang harus dibuatkan kalkulasi mengenai harga pokok pembeliannya, karena akan menentukan harga penjualan barang dan margin yang diharapkan serta daya saing barang tersebut di pasar.
- Aktifitas penyimpanan perlu diperhitungkan besarnya biaya penyimpanan dan persediaan barang dagangan, karena akan menentukan efisiensi penggunaan modal kerja dalam persediaan Untuk itu kualitas fasilitas dan kapasitas pergudangan harus mendapatkan perhatian.
- Aktifitas penjualan menuntut strategi dan taktik pemasaran yang baik. Khusus untuk sistem penjualan kredit dituntut *collection* yang baik, karena akan menentukan efisiensi penggunaan modal kerja dalam piutang.

Perdagangan secara umum terbagi menjadi dua yaitu perdagangan umum dan bisnis penyalur/distributor.

a. Perdagangan Umum



Sesuai barang yang diperdagangkan, jenis kegiatan usaha perdagangan umum antara lain meliputi :

- Perdagangan sembilan bahan pokok
- Perdagangan klontong / *pracangan*
- Perdagangan bahan bangunan
- Perdagangan peralatan elektronika/listrik
- Perdagangan hasil bumi, dll.

b. Bisnis Penyalur/Distributor



Jenis kegiatan usaha bisnis penyalur/distributor adalah melakukan penjualan secara tunai/kredit suatu produk tertentu secara grosir (dalam jumlah besar). Biasanya satu perusahaan distributor menangani satu atau lebih produk dari beberapa pabrik pemegang merk dengan wilayah kerja distribusi yang telah ditentukan.

Misalnya distributor sepeda motor merk Yamaha untuk wilayah Jabodetabek atau distributor produk keluaran Unilever untuk daerah Indonesia Bagian Timur.

C. Potensi Bisnis Sektor Perdagangan

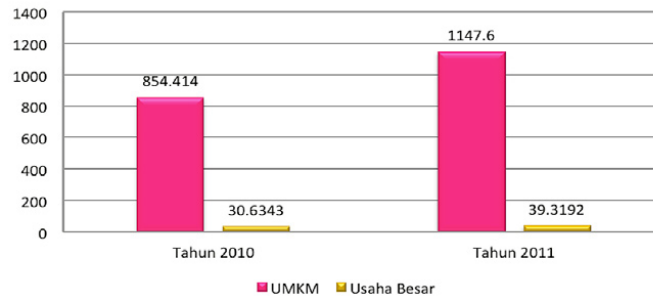
Sektor perdagangan merupakan salah satu sektor yang penting dalam kegiatan perekonomian dan pengaruhnya sangat kuat terhadap perkembangan dan pertumbuhan perekonomian suatu wilayah. Kontribusi sektor perdagangan terhadap PDB merupakan kontribusi yang paling besar dibanding sektor lainnya.

Kontribusi UMKM sektor perdagangan terhadap PDB atas dasar harga berlaku terlihat pada tabel 1, menunjukkan tahun 2011 sebesar Rp1.147,6 triliun tumbuh sebesar 35,74% dari tahun 2010 sebesar Rp854,414 triliun.

**Grafik 1. Produk Domestik Bruto (PDB)
Sektor Perdagangan Atas Dasar Harga Berlaku**

**Tahun 2010 –
2011 (triliun
rupiah)**

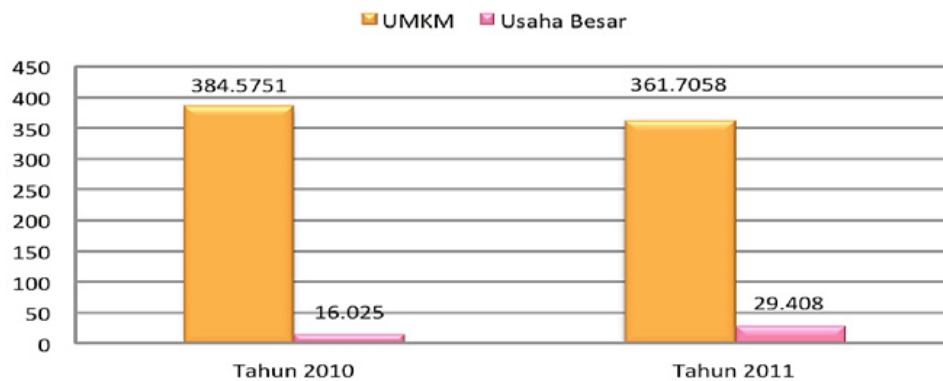
Sumber:
Kementerian
Koperasi dan
UMKM,2012



(diolah)

Sedangkan kontribusi UMKM sektor perdagangan terhadap PDB atas dasar harga konstan terlihat pada tabel 2, tahun 2010 sebesar Rp384,575 triliun dan tahun 2011 sebesar Rp361,706 triliun menurun sebesar 5,95%.

**Grafik 2. Produk Domestik Bruto (PDB)
Sektor Perdagangan Atas Dasar Harga Konstan
Tahun 2010 – 2011 (triliun rupiah)**



Sumber: Kementerian Koperasi dan UMKM,2012 (diolah)

Walaupun terjadi penurunan kontribusi UMKM sektor perdagangan atas dasar harga konstan terhadap PDB (tabel 1), namun sektor perdagangan tetap memberikan kontribusi nomor dua terhadap PDB yaitu 28,83% (grafik 2). Begitu juga bila dilihat dari 17 sektor penyaluran kredit UMKM yang diklasifikasikan oleh Bank Indonesia, sektor yang mayoritas banyak menerima kucuran kredit UMKM perbankan adalah sektor perdagangan besar dan eceran dengan *outstanding* kredit sebesar Rp361,743 triliun per Maret 2015.

Pada sektor ini pertumbuhan kreditnya mencapai 10% secara tahunan dari Rp327,825 triliun pada bulan Maret 2014. Banyaknya jumlah pedagang, terutama di kota-kota besar di Indonesia, menjadi alasan utama besarnya kucuran kredit ke sektor perdagangan.

D. Hal-hal yang Perlu Diperhatikan Pada Bisnis Sektor Perdagangan

a. Perdagangan Umum

Beberapa aspek kritis yang perlu diperhatikan antara lain meliputi:

1. Struktur permodalan dan kebutuhan permodalan.
2. Sifat produk/barang dagangan, apakah mudah rusak, mudah terbakar, dll sehingga memerlukan penanganan khusus.
3. Sumber pengadaan barang dagangan, pedagang mendapatkan barang dari:
 - Langsung dari produsen;
 - Distributor;
 - Sub distributor;
 - Agen;
 - *Dealer*;
 - Lain-lain.

Hal tersebut akan menentukan tingkat harga yang akan dijual oleh pedagang dan tingkat persaingan yang akan dimasukinya.

4. Kontinuitas pengadaan barang dagangan.
5. Cara pembayaran pengadaan barang, apakah pedagang/nasabah melakukan pembayaran secara tunai, atau secara hutang dagang. Jika hutang dagang perlu diteliti rata-rata umur hutang dagang.
6. Fasilitas gudang/ruang penyimpanan barang yang dimiliki pedagang, hal ini akan mempengaruhi kualitas barang yang belum sempat terjual.
7. Strategi pemasaran dan layanan antara lain:
 - Harga yang bersaing dari kompetitor lain.
 - Diskon atau potongan harga.
 - Tenaga penjual atau media penjualan yang berkembang antara lain media *online*.
 - Layanan purna jual.
8. Bentuk penjualan, apakah semuanya dalam bentuk tunai atau kredit 8. (piutang dagang). Jika ada piutang dagang perlu diteliti rata-rata umur piutang dagang, dan bagaimana penanganannya terhadap piutang yang tidak tertagih. Khusus untuk perdagangan hasil pertanian (hasil bumi), faktor yang harus diperhatikan adalah :
 - Faktor musim, karena sangat berpengaruh dalam pengadaan produk hasil pertanian.
 - Kemampuan dalam *grading* atau pemilihan kualitas produk.
 - Untuk produk yang mudah rusak (*perishable goods*) harus didukung fasilitas *cold storage* yang memenuhi syarat kualitas maupun kapasitas.
 - Peraturan atau kebijakan pemerintah.

b. Usaha Distributor

Beberapa aspek kritis yang perlu diperhatikan dalam bisnis ini adalah:

1. Bentuk persediaan, terutama untuk distributor wilayah Indonesia Bagian Timur dimana sebagian besar barang diperoleh dari pulau Jawa, maka dalam neraca pos yang mendominasi ialah pos persediaan, hutang dagang dan piutang dagang (apabila distributor kemudian melakukan penjualan secara kredit kepada pelanggannya).
2. Prinsipal pemegang merk biasanya juga meminta Bank Garansi (BG) Keagenan guna menjamin pembayaran dan kontinuitas pengiriman barang. BG yang diberikan tidak menunda pembayaran, beberapa waktu setelah barang yang dipesan sampai, maka harus segera dibayar, sehingga fungsi BG disini menambah kebutuhan modal kerja dan hanya sebagai jaminan kepastian kontinuitas pengiriman barang.
3. Mengingat tujuan kebutuhan kredit modal kerja ditujukan untuk membiayai piutang dan persediaan, maka kenaikan penjualan hanya didasarkan pada kenaikan persediaan akibat penambahan pelanggan baru atau adanya kenaikan piutang akibat ada penambahan nilai piutang, akibat bertambahnya jumlah pelanggan yang melakukan pembayaran dengan cara kredit atau dapat juga terjadi karena terjadinya kemunduran pembayaran piutang.

E. Rantai Nilai Bisnis Sektor Perdagangan

Rantai nilai bisnis menggambarkan tahapan aktivitas produksi dari awal sampai ketangan konsumen akhir. Rantai nilai bisnis sektor perdagangan terdiri atas beberapa unsur, yaitu:

- Produsen/pemasok
- Distributor

Distributor adalah seseorang/perusahaan yang membeli produk dari produsen yang memproduksinya langsung dan menjual kembali kepada pengecer. Distributor diperbolehkan untuk mengambil produk-produk dari beberapa produsen untuk dijual kembali kepada pengecer.

- Agen

Agen adalah seseorang/perusahaan yang menjual barang dari distributor ke *retailer* (pengecer). Terkadang agen juga bisa bersifat sebagai perantara antara distributor dan *retailer*. Pendapatan agen adalah komisi penjualan dari distributor atau selisih harga jual dari harga *retailer*.

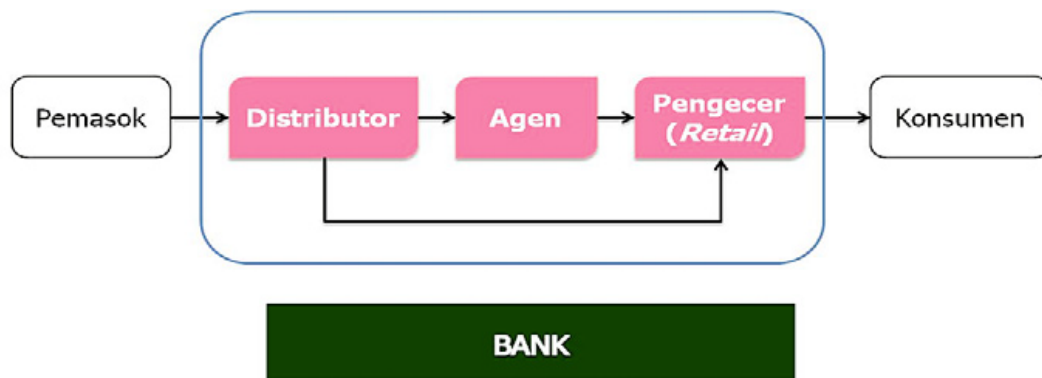
- *Retailer* (Pengecer)

Dalam hal kebutuhan untuk adanya pemasok barang tersebut maka perlu adanya keyakinan dari pengecer untuk bekerjasama dengan agen/distributor yang dapat diandalkan.

- Konsumen

Adapun mekanisme dari keseluruhan proses rantai bisnis sektor perdagangan dapat dilihat pada gambar 2. di bawah ini:

Gambar 2. Skema Rantai Nilai Bisnis Sektor Perdagangan



F. Prospek Bisnis Sektor Perdagangan – bisnis eceran

Banyak pelaku usaha yang baru mulai untuk menjalankan usaha, memilih untuk menjalankan bisnis ini, selain rangkaian aktivitas bisnis perdagangan yang ringkas yaitu dari pembelian, penyimpanan dan langsung ke penjualan, bisnis ini juga merupakan salah satu sektor yang kuat pengaruhnya dalam perkembangan dan pertumbuhan ekonomi suatu wilayah, namun margin usaha langsung diperoleh pelaku usaha dan memiliki margin yang tipis, oleh karena itu banyak strategi dari pelaku usaha untuk menambah volume usaha agar margin usaha bertambah.

Untuk memulai bisnis eceran (pengecer), ada beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain:

1. Pemilihan lokasi yang strategis

Untuk tempat usaha, pilih wilayah strategis, yang mudah diakses oleh pembeli dari berbagai penjuru tempat dan yang banyak dilalui oleh para pengguna jalan.

2. Pengadaan barang dagangan dari distributor

Meliputi strategi memilih barang dagangan yang berkualitas, dan distributor yang dapat diandalkan. Untuk mendapatkan barang yang berkualitas dapat dengan membeli sendiri ke distributor untuk memastikan kualitas dari barang dagangan.

3. Sistem pengiriman barang dari distributor

Umumnya pengiriman barang dari distributor biasanya datang pada 1 minggu sekali (rokok, makanan/minuman sabun, dll), 10 hari sekali (galon, elpiji, dll), dan atau 14 hari sekali (es krim).

4. Pengembalian barang ke distributor

Perlu diperhatikan kemudahan dalam pengembalian barang dagangan yang tidak laku terjual khususnya barang-barang yang tidak tahan lama seperti makanan/minuman.

5. Sistem pembayaran ke distributor

Pelaku usaha juga perlu memperhatikan lunaknya mekanisme pembayaran barang dagangan, dikarenakan *cash flow* harus diputar dengan cepat.

6. Pemasaran yang optimal.

7. Layanan prima (*service excellence*)

Memberikan layanan lebih seperti mau mengantar barang yang dibeli konsumen kerumah konsumen.

8. Harga jual yang bersaing

9. Diskon atau potongan harga

10. Pencatatan penjualan yang sederhana

Kurangnya pengetahuan teknik pencatatan penjualan ataupun kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang pentingnya melakukan pencatatan penjualan secara berkelanjutan. Hal tersebut merupakan tantangan untuk dapat membuat laporan keuangan sederhana dari bisnis tersebut.

11. Arus kas tidak terencana

Pembukuan usaha dan keluarga sering kali tidak dipisahkan (digabung) sehingga seringkali modal usaha tersedot untuk memenuhi kebutuhan konsumsi keluarga.

G. Profil Finansial Usaha Sektor Perdagangan

Profil Finansial dalam bisnis perdagangan yang perlu diketahui antara lain aset, perputaran usaha, arus kas, serta struktur biaya dan pendapatan usaha.

1. Aset

Aset dalam bisnis sektor perdagangan secara umum terbagi menjadi aset tetap dan aset tidak tetap. Aset tetap yang utama adalah tempat usaha. Tempat usaha bisa milik sendiri atau sewa. Jika tempat usaha milik sendiri, maka bisa bernilai sangat tinggi apabila lokasinya strategis. Namun jika menyewa tempat, nilai aset adalah sebesar nilai sewa tempat tersebut sesuai periode sewa/kontrak.

Pemilihan tempat usaha selain mudah dijumpai oleh pembeli, banyak dilalui kendaraan/pejalan kaki, juga perlu mempertimbangkan tempat usaha yang mudah terjangkau oleh pemasok barang dagangan.

Aset tetap lainnya berupa kendaraan seperti motor, dan peralatan seperti etalase/rak, timbangan, stempel, papan nama tempat usaha, kalkulator, meja dan kursi kasir dan peralatan lainnya, yang nilainya sesuai harga pembelian. Sedangkan aset tidak tetapnya berupa persediaan barang dagangan seperti bahan sembako, keperluan rumah tangga, alat-alat kebersihan dan lainnya serta piutang usaha. Besaran aset tersebut tergantung besaran cakupan usaha perdagangan yang dijalankan, semakin besar usaha perdagangan yang dijalankan, maka besaran aset tidak lancar juga akan semakin besar.

2. Perputaran Usaha

Usaha perdagangan merupakan usaha yang banyak dilakukan oleh pelaku usaha yang baru untuk memulai wirausaha dan perputaran usahanya sangat tergantung dari jenis barang dagangan yang diperdagangkan dan tipe penjualannya, sehingga perlu memperhatikan *cash flow* dan distribusinya dengan cara memperhatikan barang-barang dagangan mana saja yang lakunya cepat dan lambat.

Sebagai contoh untuk bisnis eceran, untuk barang dagangan yang laku terjualnya cepat, stok barang dapat ditambah. Sebaliknya, jika laku terjualnya lambat dikurangi stok barangnya dengan belanja secara eceran ke distributor/agen.

Perputaran usaha bisnis ini dilakukan secara harian, mingguan atau bulanan hal tersebut tergantung dari jenis barang yang diperdagangkan. Begitu pula untuk usaha perdagangan lainnya seperti bisnis penyalur hampir sama perputaran usahanya.

Hal yang perlu diperhatikan adalah perlu mencari informasi terlebih dahulu ke pihak agen/distributor apakah barang tersebut laku karena jika di agen/di distributor barang tersebut cepat habis berarti barang tersebut banyak dicari pembeli dan dapat pula dengan melihat iklan di televisi atau dapat pula ditanyakan kepada pembeli apakah sudah pernah mencoba barang tersebut.

3. Arus Kas

Usaha perdagangan memiliki pola arus kas yang sederhana yang dimulai dari pembelian barang dagangan dari distributor secara langsung atau melalui agen, dan biaya operasional usaha.

Pada saat awal usaha, arus kas keluar dipergunakan untuk kebutuhan investasi dan modal kerja, dana tersebut bisa berasal dari modal sendiri atau meminjam dari bank. Sedangkan arus kas masuk diperoleh dari penjualan barang dagangan.

Dalam mengelola arus kas sangat tergantung pada berapa jumlah/jenis barang yang dijual dan jumlah pembeli. Seiring dengan bertambahnya pelanggan dan jumlah barang yang dijual lama kelamaan omset makin bertambah dan semakin cepat perputaran modalnya.

Pelaku usaha harus cermat menentukan mana barang yang didahulukan untuk dibeli atau yang dapat dibeli di lain hari, dan diutamakan bertansaksi secara tunai. Hindari menjual barang secara kredit kecuali pada pembeli tetap yang sudah teruji tingkat loyalitasnya, serta sisihkan sebagian omset usaha yang digunakan untuk mengembangkan usaha atau diputar lagi sehingga usaha semakin berkembang karena terdapat pilihan barang yang dapat dijual.

4. Struktur Biaya dan Pendapatan

Biaya-biaya yang dikeluarkan adalah biaya investasi dan biaya modal kerja. Biaya investasi berupa sewa tempat usaha (bila tidak memiliki tempat usaha sendiri), peralatan (seperti etalase/rak, timbangan, stempel, papan nama, kalkulator, meja dan kursi kasir), kendaraan dan biaya penyusutan. Sedangkan biaya modal kerja terdiri dari biaya operasional berupa biaya pembelian barang dagangan dari distributor atau agen, biaya tenaga kerja langsung (karyawan), biaya pemasaran, biaya listrik dan biaya telekomunikasi.

Sementara untuk pendapatan usaha berasal dari penjualan barang dagangan langsung ke konsumen. Pendapatan lainnya bisa berasal dari menjadi semi agen artinya juga menjual barang secara partai/grosir untuk dijual kembali, sasaran utama adalah warung-warung kecil yang ada di gang kecil.

Selain itu juga dapat menambah usaha jasa dan memperbanyak titipan barang. Menambah jasa disini misalnya menerima jasa *laundry* dengan menjalin kemitraan dengan sistem persentase misalnya 70:30 dengan mitra, ditempat usaha cukup ditambahkan papan nama "laundry". Sedangkan memperbanyak titipan barang berupa makanan atau baju atau produk rumahan lainnya, pelaku usaha tidak perlu menanggung risiko apabila tidak laku, hanya perlu menjualnya saja. Dengan tidak perlu mengeluarkan modal, omset keuntungan akan semakin besar.

H. Rangkuman

Perdagangan adalah kegiatan penjualan kembali (tanpa perubahan teknis) barang baru maupun bekas. Perdagangan merupakan urat nadi perekonomian seluruh bangsa. Negara memiliki perekonomian yang kuat dan berhasil menguasai perdagangan saat ini adalah Singapura.

Rangkaian aktivitas bisnis perdagangan cukup sederhana, hanya terdiri dari pembelian, penyimpanan dan penjualan. Dalam aktifitas pembelian, perlu dibuatkan harga pokok penjualan guna menentukan harga jual barang, margin yang diharapkan dan daya saing barang dipasar. Pada aktifitas penyimpanan, perlu memperhitungkan biaya penyimpanan dan persediaan barang dagangan dan pergudangan guna menentukan efisiensi penggunaan modal kerja dalam persediaan. Sedangkan pada aktifitas penjualan, perlu mempergunakan strategi dan taktik pemasaran yang baik.

Secara umum, rantai nilai bisnis sektor perdagangan terbagi dari lima rantai hubungan bisnis yaitu produsen/pemasok, distributor, agen, pengecer dan konsumen.

Perdagangan secara umum terbagi menjadi dua yaitu perdagangan umum dan bisnis distributor. Contoh kegiatan usaha perdagangan umum yaitu perdagangan sembilan bahan pokok, perdagangan toko kelontong, perdagangan bahan bangunan, dan perdagangan peralatan elektronik. Sedangkan kegiatan usaha bisnis distributor yaitu melakukan penjualan secara tunai/kredit suatu produk tertentu dalam jumlah besar.

Beberapa aspek kritis yang perlu diperhatikan di perdagangan umum antara lain yaitu permodalan (struktur dan kebutuhan permodalan), sifat barang dagangan (mudah rusak atau mudah terbakar), sumber pengadaan barang dagangan, kontinuitas pengadaan barang dagangan, cara pembayaran pengadaan barang, gudang penyimpanan barang, strategi pemasaran, layanan dan bentuk penjualan. Sedangkan untuk usaha distributor, beberapa aspek kritis yang perlu diperhatikan yaitu kebutuhan modal kerja, merk, dan persediaan.

Sektor Jasa

PROFIL BISNIS UMKM SEKTOR USAHA JASA

Setelah menyelesaikan modul ini, diharapkan peserta dapat:

- Memahami bisnis sektor jasa;
- Memahami potensi dan hal-hal yang perlu diperhatikan dalam bisnis sektor jasa;
- Memahami rantai bisnis sektor jasa;
- Memahami prospek bisnis jasa;
- Memahami profil finansial bisnis jasa.

A. Gambaran Umum Bisnis Jasa

Usaha jasa merupakan alternatif bagi wirausaha pemula (*start up*) yang ingin terjun ke dunia wirausaha. Karena dalam usaha bidang jasa pelaku usaha tidak direpotkan menyediakan berbagai macam peralatan atau dituntut memiliki tempat usaha yang strategis, dan modal keuangan yang memadai. Cukup memiliki keterampilan atau keahlian yang sedang dibutuhkan konsumen.

Bagi yang memiliki keahlian di bidang IT, kita bisa menjalankan usaha jasa pembuatan *website* perusahaan, *website marketing*, dan atau jasa SEO yang sekarang sedang menjadi *trend* dan *booming*, termasuk jasa pembuatan aplikasi. Selain itu bagi yang ahli di bidang desain, bisa membuka jasa desain pernak-pernik perusahaan, seperti kaos, topi, atau cinderamata lainnya.

Usaha jasa yang disebutkan di atas, untuk pebisnis pemula tidak membutuhkan tempat yang besar. Semuanya bisa dilakukan dimana pun, selama memiliki akses terhadap internet. Harus diakui, kemajuan teknologi di bidang internet telah merevolusi bisnis. Bisnis bisa dilakukan oleh siapa pun dan kapan pun.

Usaha di bidang jasa semakin berkembang dewasa ini seiring dengan perkembangan gaya hidup dan inovasi dalam bisnis. Kebutuhan hidup manusia yang mengarah kepada kebutuhan yang praktis dan serba cepat, membuat bisnis usaha jasa semakin berkembang dan inovatif. Misalnya kebutuhan untuk mendapatkan informasi dengan cepat membuat bisnis penyedia layanan internet semakin tumbuh. Kebutuhan untuk pengiriman barang yang cepat dan praktis, membuat bisnis jasa pengiriman barang semakin berkembang pesat, dan jenis perusahaan jasa yang cukup berkembang pesat saat ini yaitu bisnis jasa transportasi yang dikombinasikan dengan layanan internet seperti Go-Ojek, Grab Taxi, Uber Taxi, dan lain-lain. Karakteristik usaha jasa secara garis besar dibagi dua, yaitu usaha jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dan usaha jasa untuk memenuhi kebutuhan usaha.

B. Karakteristik Usaha Jasa untuk Memenuhi Kebutuhan Konsumsi

Usaha jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumsi banyak menasar konsumen dari masyarakat pada umumnya. Usaha ini banyak terdapat di tengah-tengah lingkungan masyarakat. Usaha-usaha jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat dipengaruhi oleh gaya hidup masyarakat yang semakin menyesuaikan dengan gaya hidup global. Beberapa usaha jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumsi individu, seperti:

- Usaha kuliner
- Usaha pengiriman barang
- Usaha transportasi
- Usaha perawatan tubuh
- Usaha pemotongan rambut
- Usaha penyedia layanan internet dan telekomunikasi, dll

Karakteristik dari jasa ini adalah perusahaan melakukan investasi untuk penyediaan infrastruktur usaha, merekrut karyawan dan melakukan pemasaran terkait keberadaan usaha dan pelayanan yang dapat diberikan.

C. Karakteristik Usaha Jasa untuk Memenuhi Kebutuhan Usaha Lainnya

Usaha jasa selain diperuntukan bagi pemenuhan kebutuhan individu, perusahaan jasa juga diciptakan untuk membantu usaha lain untuk berkembang dan menjalankan usahanya. Keberadaan perusahaan jasa ini sangat membantu perusahaan sehingga perusahaan dapat menjalankan aktivitasnya dengan baik. Beberapa jenis perusahaan jasa yang dapat membantu perusahaan atau institusi lainnya adalah:

- Jasa Keuangan (Bank, Asuransi, Pasar Modal)
- Jasa penyedia karyawan *outsorce*
- Jasa penyedia layanan internet dan telekomunikasi
- Jasa layanan pengiriman barang
- Jasa penyewaan peralatan atau kebutuhan kantor
- Jasa pelatihan/training ke karyawan kantor
- Jasa lainnya

Perusahaan jasa yang membantu perusahaan lainnya untuk menjalankan kegiatan usahanya memerlukan investasi yang cukup besar dan jaringan yang baik dengan perusahaan klien. Keberadaan perusahaan jasa ini terbukti dapat membuat perusahaan lain dapat menjalankan bisnis tanpa mengeluarkan investasi yang besar namun hanya mengeluarkan biaya untuk membayar jasa kepada perusahaan jasa.

D. Potensi dan Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam Bisnis Usaha Jasa

Potensi bisnis usaha jasa semakin berkembang seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat. Karena masyarakat sadar, mereka memiliki keterbatasan dan tidak mungkin mampu memenuhi seluruh kebutuhan sendiri. Biasanya keterbatasan waktu dan kemampuan. Ada yang mampu, namun tidak bisa mengerjakannya karena keterbatasan waktu. Ada yang memiliki kelonggaran waktu, namun tidak memiliki kemampuan. Jarak antara waktu dan kemampuan itulah yang menciptakan munculnya usaha-usaha jasa. Peluang usaha jasa bisa dilihat dari beberapa faktor berikut ini:

- Pertumbuhan masyarakat
- Perkembangan Teknologi dan Informasi
- Tingkat pendidikan.
- Meningkatnya investasi.
- Pertumbuhan Ekonomi.

Hal-hal yang perlu diperhatikan adalah:

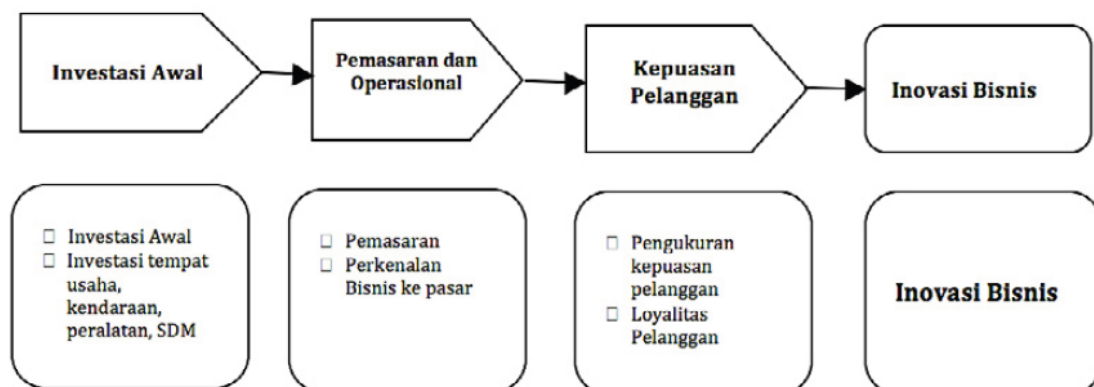
- Perlambatan pertumbuhan ekonomi.
- Kebutuhan modal pada awal usaha.
- Persaingan yang semakin ketat.
- Minimnya inovasi.
- Status kepemilikan tempat usaha; apakah milik sendiri atau kontrak.
- Kelengkapan dan masa berlakunya perizinan.
- Jumlah tenaga ahli, tenaga kerja dan peralatan yang dimiliki.
- Kelengkapan dan kualitas prasarana dan sarana penunjang.
- Manajemen dan sistem pengelolaan
- Lokasi tempat usaha; daerah strategis atau tidak.
- Umur mesin dan peralatan dlll.

Melihat peluang yang masih terbuka lebar dan pasar yang luas dan besar di Indonesia, usaha jasa menjanjikan besaran margin yang cukup baik dan belum banyak masyarakat yang tahu serta belum semua perbankan di Indonesia yang sudah menjalin kerjasama dengan bisnis UMKM sektor jasa-jasa ini, sehingga peluang dan potensi untuk mengembangkan usaha di sektor jasa ini masih terbuka luas dan menjanjikan.

E. Rantai Nilai Bisnis Usaha Jasa

Dalam bisnis usaha jasa, pengguna dan pelaku usaha jasa melakukan interaksi. Pengguna menawarkan kebutuhan, dan pelaku usaha mencoba memenuhinya. Dengan demikian, pelaku usaha jasa pun dituntut memiliki keterampilan tidak hanya yang terkait dengan kemampuan *hard skill* tapi ia juga harus mampu berkomunikasi dengan baik (*soft skill*), sehingga ketika pengguna menawarkan kebutuhannya untuk pertama kalinya, yakin bahwa ia datang di tempat yang tepat, dan pelaku usaha yang berusaha memenuhi kebutuhannya itu memang mempunyai pengalaman dan kemampuan yang memadai. Bila hal itu sudah terbangun, maka pengguna tersebut akan kembali menggunakan jasa (*repeat order*) dan akhirnya menjadi pelanggan (*customer*).

Adapun rantai nilai bisnis usaha jasa dapat dilihat dari empat rantai hubungan bisnis, seperti gambar dibawah ini, yaitu terdiri atas:



- Pemasaran Bisnis Jasa ke Pasar
- Kepuasan Pelanggan. Pelanggan yang puas dan setia akan melakukan pembelian ulang atau pengulangan dalam menggunakan jasa dari perusahaan jasa dan akan memberitahukan kepuasannya pada pelanggan lain.
- Inovasi Produk dan Pelayanan Pelanggan

Rantai nilai bisnis usaha jasa dimulai dari tujuan memiliki usaha jasa. Kemudian agar tujuan atau ide terlaksana, dirumuskanlah beberapa persiapan. Yang pertama terkait dengan investasi tempat dan peralatan, seperti tempat usaha, kendaraan operasional, mesin dan peralatan pendukung serta investasi tenaga kerja/karyawan. Kualitas jasa dari sisi internal perusahaan dapat dilihat dari pemilihan karyawan yang bagus, pelatihan yang mencukupi, lingkungan kerja yang berkualitas, dan dukungan kuat bagi karyawan yang berurusan dengan pelanggan. Karyawan jasa yang puas dan produktif akan menghasilkan pekerjaan yang berkualitas baik dan produktif juga. Nilai jasa yang lebih besar akan berdampak pada penciptaan nilai pelanggan yang besar dan membawa jasa yang lebih efektif dan efisien.

Namun demikian, hal itu sifatnya tidak mutlak, disesuaikan dengan kebutuhan yang ada. Dan perlu diingat, bila keterbatasan modal, lebih baik terlebih dahulu membuat skala prioritas.

Tahap selanjutnya adalah proses pengenalan usaha ke pasar (*market*). Tahap yang disebut juga sebagai pemasaran awal ini penting dilakukan supaya calon pengguna mengetahui tentang keberadaan usaha jasa kita. Pada fase ini, pelaku usaha harus mampu menginformasikan keunggulan usaha jasa miliknya dan perbedaan dengan usaha jasa sejenis yang lain. Diharapkan, masyarakat yang mengetahui sudah langsung bisa menilai dan membedakannya. Bila pelaku usaha kreatif, tahap ini bisa dilakukan tanpa mengeluarkan biaya sepeser pun, yakni dengan memanfaatkan jaringan sosial media, seperti Facebook, Twitter, Youtube, Instragram, dan Path. Semua sosial media dapat digunakan sebagai media pemasaran, baik untuk usaha baru maupun untuk usaha yang sudah berjalan.

Dari daya jangkau, sosial media mempunyai daya jangkau yang sangat luas bila dibandingkan dengan pemasaran konvensional, seperti pemasangan spanduk, penyebaran pamphlet atau yang lainnya. Dari sisi biaya, jelas lebih murah. Apalagi sekarang hampir semua orang terhubung dengan internet.

Setelah berjalannya bisnis, tahap selanjutnya adalah pengukuran kepuasan pelanggan. Untuk usaha jasa yang ruang lingkupnya masih sederhana, indikator pengukuran kepuasan pelanggan sangat mudah, yaitu seberapa sering pelanggan menggunakan jasa kita. Semakin sering mereka menggunakan jasa kita, berarti tingkat kepercayaan pelanggan terhadap usaha kita sudah baik. Apalagi bila secara kuantitas, *order* yang diberikan semakin lama semakin banyak. Artinya, pelanggan ini sudah nyaman dan puas dengan apa yang kita berikan serta sudah menaruh kepercayaan yang tinggi terhadap kita. Bila ada istilah *Customer is the King*, memang begitu adanya. Tanda bahwa pelanggan puas adalah mereka kembali menggunakan jasa kita.

Kepuasan pelanggan itu disebabkan bermacam-macam, bisa karena harga yang ditawarkan kompetitif atau pelayanannya cepat dan prima. Karena karakter pelanggan itu memang berbeda-beda. Ada pelanggan yang mementingkan pelayanan, sehingga tidak terlalu memperhatikan selisih harga. Ada juga pelanggan yang tidak memperhatikan pelayanan, tapi sangat mementingkan selisih harga. Oleh karena itu pelaku usaha harus memahami karakter pengguna jasanya dengan cermat. Bila mereka sudah nyaman, maka mereka akan segera menjadi pelanggan. Kita perlu memperhatikan kepuasan pelanggan karena akan berdampak pada laba dan pertumbuhan usaha yang sehat.

Bila sudah tercipta hubungan yang seperti ini. Pelaku usaha mesti menjaga kepercayaan pelanggan dengan baik. Agar pelanggan tidak menoleh ke tempat lain dan terus menerus memberikan *order*, maka pelaku usaha perlu melakukan inovasi, baik dari sisi pelayanan, kualitas produk, maupun harga.

F. Prospek Bisnis Sektor Usaha Jasa - Pengiriman Barang

Jasa pengiriman barang merupakan salah satu bisnis yang prospektif dan masih potensial saat ini. Dalam perspektif konsep waralaba, *International Franchise Association* mengategorikan jasa pengiriman dan kargo sebagai satu dari sepuluh usaha unggulan sampai 20 tahun ke depan. Ini artinya, bisnis jasa pengiriman masih mempunyai prospek yang cerah. Mengapa demikian ? Karena sampai sekarang belum ada teknologi yang mampu memindahkan atau mengirimkan suatu benda ke tempat lain secara elektronik tanpa bantuan alat transportasi seperti motor, mobil, kereta api, pesawat terbang, atau kapal laut.

Data Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Express, Pos, dan Logistik Indonesia (Asperindo) menyebutkan, pasar logistik Indonesia tahun 2015 akan menembus angka Rp2.100 triliun atau tumbuh 14 – 14,7% dibandingkan tahun lalu. Pasar logistik Indonesia adalah yang terbesar di kawasan Asia Tenggara. Pertumbuhan bisnis pengiriman seiring dengan semakin pesatnya pertumbuhan bisnis *online*.

Untuk memulai bisnis jasa pengiriman barang, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan:

a. Tentukan Wilayah dan Jenis Transportasi

Untuk tempat usaha, pilih wilayah strategis, yang mudah diakses dari berbagai penjuru tempat. Kemudian tentukan alat transportasi yang akan digunakan. Baik motor dan mobil mempunyai kelebihan masing-masing dan sebaiknya mempunyai keduanya.

b. Beragam Layanan

Peluang bisnis jasa pengiriman barang semakin berpeluang mendatangkan keuntungan lebih besar bila mampu melayani berbagai macam jenis barang yang dapat dikirimkan. Kapasitas penyimpanan barang juga perlu disesuaikan. Bila menangani surat-surat, paket kecil, dan dokumen rahasia, maka dibutuhkan tempat penyimpanan yang kedap air dan tahan api.

c. Legalitas Perusahaan

Untuk mempermudah operasional usaha, maka perusahaan jasa pengiriman barang perlu membuat perusahaan resmi dan sah secara hukum. Perusahaan yang resmi dapat dengan leluasa memasarkan usahanya. Izin perusahaan yang resmi juga dapat meminimalisir risiko perusahaan dihentikan usahanya oleh Pemerintah.

d. Pemasaran dan Perluasan Jaringan

Untuk dapat sukses dalam usaha pengiriman barang, maka perusahaan harus secara aktif memperkenalkan diri kepada masyarakat dengan berbagai media promosi. Perusahaan juga perlu menggandeng perusahaan yang berpotensi menggunakan jasa yang kita tawarkan



G. Profil Finansial Bisnis Jasa

Profil Finansial dalam bisnis Jasa, yang perlu diketahui antara lain aset, perputaran usaha, arus kas, serta struktur biaya dan pendapatan usaha.

1. Aset

Aset dalam bisnis Jasa secara umum terbagi menjadi aset tetap dan aset tidak tetap. Aset tetap yang utama adalah tempat usaha, kendaraan operasional, dan peralatan kantor. Jika tempat usaha merupakan milik sendiri, maka bisa bernilai sangat tinggi. Namun jika menyewa tempat, nilai aset adalah sebesar nilai sewa tempat tersebut sesuai periode sewa/kontrak.

Sementara aset tidak lancar umumnya berupa piutang usaha, besaran aset tersebut tergantung besaran cakupan usaha jasa yang dijalankan, semakin besar nilai usaha jasa, maka besaran aset tidak lancar secara umum akan semakin besar juga.

2. Perputaran Usaha

Usaha Jasa, merupakan usaha jangka pendek dan menarik, dan perputaran usahanya sangat tergantung dari jenis usaha jasa yang dijalankan. Sebagai contoh untuk jasa pengiriman barang, maka perputaran usaha bisa harian, mingguan mau pun bulanan, tergantung jenis barang yang dikirimkan, demikian juga untuk usaha jasa lain, seperti jasa pengetikan, jasa penitipan anak, dll, hampir semuanya memiliki perputaran usaha yang singkat, dari sejak investasi awal, sampai dengan menghasilkan pendapatan, hampir semuanya kurang dari 3 bulan.

3. Arus Kas

Usaha Jasa memiliki pola arus kas yang spesifik. Secara umum arus keluar memiliki periode yang cepat, yaitu mulai dari investasi awal sampai dengan usaha jasa berjalan dan memperoleh pendapatan awal. Sementara arus kas masuk semuanya didapatkan dari pembayaran atas jasa yang diberikan kepada pelanggan, dan seberapa cepat perputaran arus kas ini, sangat tergantung kepada jenis jasa yang dijalankan dan model pembayaran yang dilakukan oleh pelanggannya.

Seperti misalnya, jasa potong rambut, pendapatan akan langsung diterima saat pemotongan rambut sudah selesai dilaksanakan, demikian juga dengan usaha jasa yang lain, biasanya pelanggan langsung melakukan pembayaran setelah jasa tersebut selesai dilaksanakan atau pada saat perusahaan menerima order jasa.

4. Struktur Biaya dan Pendapatan

Pengeluaran usaha sektor Jasa memiliki struktur biaya yang bervariasi, tergantung dari jenis usaha dan kompleksitas jasa yang ditawarkan, namun secara umum, biaya yang timbul dari usaha jasa meliputi biaya tenaga kerja, listrik, telekomunikasi, tenaga kerja dan biaya pemasaran/promosi.

Selanjutnya biaya lain yang mungkin muncul dari usaha jasa, karena tuntutan pasar dan besaran usaha jasa tersebut, misalnya, biaya pajak, biaya inovasi produk dan upaya menjalankan program loyalitas pelanggan, karena usaha jasa sangat tergantung dari loyalitas pelanggan untuk mempertahankan pendapatan dan laba usaha, sedangkan pendapatan dari usaha sektor Jasa hampir 100% berasal dari hasil penjualan jasa yang dilaksanakan dan dimanfaatkan oleh pelanggan mereka.

H. Rangkuman

Usaha jasa salah satu alternatif usaha yang masih layak untuk dibidik bagi pengusaha pemula. Dalam skala mikro, bisnis ini tidak terlampau membutuhkan modal yang besar, bahkan untuk beberapa usaha tidak membutuhkan modal sama sekali. Namun, keterampilan dan kemampuan yang bersifat *hard skill* maupun *soft skill* tetap dibutuhkan.

Bila bisnis terus tumbuh dan akhirnya masuk ke dalam usaha skala menengah, maka investasi yang harus dipersiapkan pun semakin besar dan jaringan yang harus dikembangkan juga mesti semakin luas. Biaya investasi akan diarahkan untuk membuka kantor untuk agen-agen baru di wilayah-wilayah tertentu dan pembelian alat transportasi.