

Business plant : usaha jasa pengeboran air tanah cv kansa amanda servico

Susan Farianto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20461024&lokasi=lokal>

Abstrak

1. Pendahuluan

Kegunaan perencanaan usaha ini adalah memberi gambaran menyeluruh kepada pembaca tentang CV. Kansa Amanda Servico dan rencana pengembangannya dalam bidang jasa pengeboran air tanah. Usaha ini merupakan awal pengembangan pada bidang jasa yang masih memiliki hubungan dengan kegiatan eksplorasi. Misi yang ditetapkan adalah terpenuhinya kebutuhan pelanggan dengan baik, perusahaan mendapat laba dan karyawan memperoleh kesejahteraan.

Keunikan pelayanan CV. Kansa Amanda ini adalah pelayanan lebih cepat dan bersih dibanding usaha perorangan lainnya, harga yang cukup jauh dibawah pengeboran skala besar. Dengan demikian harga yang ditawarkan dapat terjangkau perusahaan pengembang perumahan, bahkan penghuni rumah.

Peluang usaha dalam jasa pengeboran ini dipengaruhi oleh situasi makroekonomi yang terus tumbuh. Pemerintah memiliki kebijakan untuk merangsang pertumbuhan industri properti, dengan mengucurkan dana-dana jangka panjang. Bergeraknya sektor properti, merupakan gerakan lokomotif perekonomian yang melibatkan lebih dari 100 industri terkait termasuk dalam hal ini adalah jasa yang ditawarkan CV. Kansa Amanda Servico.

2. Potensi Pasar

Pasar di industri ini dicirikan oleh rendahnya tingkat persaingan, rendahnya tingkat hambatan masuknya pemain baru, posisi tawar supplier relatif rendah, posisi tawar pembeli relatif rendah sampai menengah, serta ancaman substitusi yang cukup tinggi.

Kekuatan CV. Kansa Amanda terletak pada peralatan yang lebih lengkap dibanding usaha perorangan yang lebih banyak mengandalkan peralatan manual, serta gerakan operasi lebih lincah dibanding perusahaan besar yang harus beroperasi dengan skala kedalaman lebih besar. Demi menjaga pelayanan dan citranya, maka harga yang ditawarkan menjadi relatif lebih tinggi dibanding usaha perorangan dengan pelayanan seadanya. Kelemahan lain adalah kapasitas kedalaman yang mampu dicapai terbatas pada sumur-sumur dangkal. Kelemahan ini menjadi pertimbangan untuk memilih segmen pasar tertentu saja.

Kesempatan yang muncul dalam usaha ini adalah kebutuhan pengadaan sumber air tanah dari pengembang perumahan yang harus menyesuaikan aliran dananya dengan kemajuan penjualan unit-unit rumah. Sedangkan ancaman yang muncul adalah jika ada pesaing berskala besar yang mampu memodifikasi peralatannya untuk masuk ke pasar ini. Ancaman lain adalah munculnya jaringan pipa air minum di berbagai wilayah perumahan.

Potensi pasar yang tersedia di sektor perumahan kelas menengah- mewah adalah 120.000 unit. Tim pemasaran ditargetkan memperoleh order minimal 300 titik di tahun pertama, dan 900 titik di tahun kedua sampai tahun ke lima. Strategi bisnis yang digunakan adalah fokus pada produk jasa pemboran air tanah sumur dangkal sistem jet pump, dengan segmen pasar perusahaan pengembang perumahan.

3. Sumber Daya Manusia

Perkembangan jumlah sumber daya manusia terdiri dari dua tahap, yakni tahap pertama yang akan meletakkan dasar-dasar bagi penambahan kekuatan unit ketja di tahun-tahun berikutnya, serta tahap kedua yang melaksanakan operasi dengan kekuatan unit ketja tiga kali lebih banyak dari tahun pertama. Tahap pertama terdiri dari 5 pegawai tetap yang tidak langsung mempengaruhi biaya operasi dan 4 pegawai tidak tetap yang langsung mempengaruhi biaya operasi. Tahap kedua terdiri dari 9 pegawai tetap dan 12 pegawai tidak tetap.

Pengadaan tenaga kerja dimulai dari proses perekrutan dan beberapa pelatihan yang diadakan diharapkan membentuk tim yang kompak dan memiliki persepsi yang sama tentang tujuan perusahaan. Pada tahun kedua, diharapkan sudah terbentuk budaya perusahaan yang diinginkan.

4. Operasi

Operasi didasarkan pada job order, dengan kapasitas pengeboran 1 titik per hari untuk kedalaman rata-rata 20 meter. Kemajuan target operasi dikoordinasikan dengan divisi pemasaran yang berupaya mendapatkan order. Peningkatan kapasitas pelayanan operasi di tahun kedua juga diiringi peningkatan perolehan order divisi pemasaran, yaitu 900 titik di tahun kedua dari semula 300 titik di tahun pertama.

5. Financial objectives

Modal awal yang dibutuhkan untuk membangun bisnis ini adalah sebesar Rp 80.827.850,-. Pada tahun kedua ada penambahan investasi alaf lagi sebesar Rp43.827.700,- dan modal kerja Rp 28.714.000,-. Peningkatan revenue yang cukup besar terjadi pada tahun yaitu dari Rp 390.000.000, menjadi Rp1.170.000.000,-. Sedangkan kumulatif kas pada tahun kelima yang dapat diharapkan dari unit usaha jasa pengeboran ini dapat mencapai Rp 685.817.661,- di tahun ke 5. Net present value sampai di tahun ke 5 menunjukkan positif, IRR mencapai tingkat 67,8 %. payback period dicapai dalam waktu 1 tahun 3 bulan. Gross Profit Margin tahun pertama hanya sebesar 1%, di tahun kedua naik 16 % sampai 17 %. Tingkat pengembalian investasi tahun pertama mencapai 3 %, di tahun kedua mencapai 182 %.