

RENCANA BISNIS: *DREAM WHEELS*

Ronald Kusuma

Abstrak

DREAM BIKE CUSTOM merupakan bengkel modifikasi kendaraan roda dua yang berdiri sejak tahun 2007. Saat ini mencoba untuk membuat suatu konsep baru melalui toko spesialis pelek motor yang diberi nama *DREAM WHEELS*. Ini diyakini akan menjadi toko pertama di Indonesia yang khusus menjual pelek motor. Pertumbuhan kendaraan roda dua terus mengalami peningkatan menjadi pasar yang begitu potensial. Disamping itu, ada minat masyarakat yang cukup tinggi akan modifikasi kendaraannya. Adapun keunggulan dari *DREAM WHEELS* adalah produk pelek motor yang dapat dipesan sesuai keinginan konsumennya, baik dalam hal bentuk, ukuran dan *finishing* sehingga eksklusif dan dapat menjadi kebanggaan bagi konsumen yang menggunakannya.

Kata kunci: toko spesialis, pelek motor, modifikasi

Abstract

DREAM BIKE CUSTOM is a motorcycle modification workshop established since 2007. Now is trying to create a new concept through a specialist motorcycle rim store called *DREAM WHEELS*. This is believed to be the first store in Indonesia that specifically sells motorcycle rims. The growth of motorcycles continues to increase becomes a potential market. In addition, there is a high interest/demand that customers will modify their vehicle. The advantages of *DREAM WHEELS* is a motorcycle rim that can be ordered according to customer will, in terms of shape, size and *finishing* so that it is so exclusive and can bring a pride for consumers who use it.

Keywords: specialty store, motorcycle rims, modification

PENDAHULUAN

Latar Belakang Usaha

Perkembangan dan pertumbuhan bisnis dalam dunia otomotif terlihat begitu pesat, hal ini ditandai dengan tingginya angka penjualan kendaraan bermotor, khususnya kendaraan roda dua. Dewasa ini, di kota-kota besar di tanah air, masyarakat membeli sepeda motor sudah bukan hanya sebagai kebutuhan semata, namun lebih sebagai sebuah gaya hidup seperti yang dikutip dalam www.motormobile.com. Data Korps Lalu Lintas Kepolisian Negara Republik Indonesia mencatat populasi terbanyak kendaraan masih diberikan oleh sepeda motor dengan jumlah 86,253 juta unit di seluruh Indonesia urai Kepala Korps Lalu Lintas Kepolisian Negara Republik Indonesia Inspektur Jenderal (Pol) Pudji Hartanto kepada *KOMPAS.COM* di Sunter, Jakarta Utara, Selasa (15/4/2014).

Di Indonesia sendiri, kendaraan roda dua tersebut dapat dibagi menjadi 3 kelas yaitu motor kelas menengah kebawah seperti motor *matic* berkapasitas mesin dibawah 250cc, motor kategori menengah keatas dengan kapasitas 250cc hingga 400cc dan kelas terakhir merupakan kelas *premium* yaitu motor dengan kapasitas mesin 400cc keatas yang lebih akrab disebut *moge* (motor gede).

Modifikasi kendaraan roda dua sangat bervariasi, hampir seluruh bagian dari kendaraan tersebut dapat diubah. Mulai perubahan di sektor kemudi yang meliputi stang, indikator kecepatan, spion, *master rem*, hingga perubahan di sektor kaki-kaki yang meliputi penggantian pelek, komponen pengereman, saluran pembuangan (knalpot), dan lain sebagainya. Pada umumnya, tahap awal dalam memodifikasi motor dimulai dari penggantian aksesoris seputar kaki-kaki kendaraan yaitu pelek motor, karena dengan mengubah sektor kaki-kaki tersebut akan terlihat perbedaan yang cukup mencolok dibandingkan dengan penambahan aksesoris di sektor lain.

Saat ini penulis sedang menjalankan bisnis bengkel modifikasi *DREAM BIKE CUSTOM* yang sudah berdiri sejak 7 Juli 2007, bertempat awal di Komplek POLRI Cipinang, Jakarta timur dan sampai saat ini masih beroperasi di JL. Cipinang Pulo Maja no 1A, Cipinang Besar Utara, Jakarta Timur. Dalam operasionalnya, *DREAM BIKE CUSTOM* mengerjakan segala bentuk modifikasi kendaraan roda dua seperti pengecatan, modifikasi rangka, tangki, dan penambahan aksesoris kendaraan salah satunya pelek motor. Kegemaran penulis dalam memodifikasi kendaraan menjadi dasar awal untuk menjalankan bisnis ini.

Untuk dapat terus bertahan dalam persaingan industri modifikasi di tanah air, penulis berencana untuk melakukan pengembangan usahanya melalui produk pelek motor berlabel *DREAM WHEELS*. Produk *DREAM WHEELS* berbentuk pelek motor *handmade* dengan jenis jari-jari dan *monoblock* yang dapat digunakan untuk semua jenis motor dengan ukuran dan bentuk yang dapat dipesan sesuai kebutuhan konsumen.

Visi, Misi dan Inti Bisnis Perusahaan

Visi

DREAM WHEELS berupaya untuk menjadi *pioneer* produsen dan distributor pelek motor terkemuka di Indonesia yang memiliki keunggulan dalam hal desain produk yang inovatif sehingga dapat menjadi kebanggaan tersendiri bagi konsumen yang menggunakannya.

Misi

1. Membuka toko khusus pelek motor pertama di Indonesia yang terintegrasi dengan bengkel modifikasi *DREAM BIKE CUSTOM*
2. Berupaya untuk terus menciptakan produk yang eksklusif dan mengikuti perkembangan tren untuk setiap desain pelek yang diciptakan.
3. Berupaya memenuhi kebutuhan pasar aksesoris otomotif roda dua di Indonesia khususnya dalam produk pelek motor.

Inti Bisnis

Produk *DREAM WHEELS* merupakan aksesoris sepeda motor berjenis pelek yang dapat diaplikasikan untuk semua jenis motor, mulai dari motor *matic* dengan kapasitas mesin *110cc*, motor laki dengan kapasitas mesin *150cc-250cc* sampai motor gede seperti *Harley Davidson* yang berkapasitas *1500cc*. Desain pelek *DREAM WHEELS* sendiri terbagi menjadi 2 jenis yaitu pelek jari-jari (*spokes wheels*) dan pelek *monoblock* berbahan dasar besi ataupun aluminium yang akan selalu mengikuti perkembangan tren desain terbaru dari negara Amerika dan benua Eropa.

Dalam beroperasinya, *DREAM WHEELS* diproduksi masih mengandalkan jasa pihak ketiga yaitu bengkel bubut rekanan di daerah Tangerang dan Bandung untuk memproduksi lingkaran pelek (*rims*) dan teromol serta bengkel bubut daerah Tegal untuk memproduksi baut pengunci jari-jari (*nipples*). Sedangkan untuk masalah *finishing chrome* juga mengandalkan jasa bengkel *chrome* rekanan di daerah Tangerang. Untuk proses *finishing* berjenis cat dan perakitan serta penyetingan pelek direncanakan akan dikerjakan di toko *DREAM WHEELS*.

ANALISIS EKSTERNAL

Analisis Pasar

Berdasarkan data tahun 2010-2013 Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) menyebutkan tiap jam terjual 866 sepeda motor atau sekitar 12% populasi sepeda motor bertambah. Data dari www.motor.otomotifnet.com mengatakan angka penjualan motor berdasarkan merek tahun 2014 di Indonesia masih didominasi oleh merk *Honda* dengan kontribusi sebesar 4.679.247 unit dan angka penjualan motor berdasarkan segmen masih didominasi oleh jenis motor *scooter* dengan kontribusi sebesar 66,78 %.

Di Indonesia sendiri terdapat pameran otomotif yang digelar secara rutin setiap tahunnya, yang lebih dikenal dengan nama *Indonesia International*

Motorshow (IIMS), berikut penulis lampirkan data pertumbuhan angka jumlah pengunjung, jumlah *stand*, luas area dan *volume* transaksi pameran tersebut dari tahun 2011 sampai 2013 pada tabel 1. Terlihat bahwa adanya peningkatan jumlah pengunjung dan *volume* transaksi dari tahun ke tahun yang secara langsung membuktikan bahwa minat masyarakat terhadap pameran otomotif ini terus meningkat.

Tabel 1
Data Pameran Indonesia International Motorshow

Tahun	Jumlah Pengunjung (orang)	Jumlah Stand	Luas Area (m ²)	Volume Transaksi (Rp)
2011	282.000	256	63.654	3,2 triliun
2012	360.000	275	73.000	4,5 triliun
2013	373.661	275	75.101	4,9 triliun

Sumber: www.otomotiftempo.com dan www.indonesiamotorshow.com

Selain memiliki potensi karena pertumbuhan angka penjualan kendaraan bermotor, industri kendaraan bermotor juga memiliki ancaman yang disebabkan oleh perubahan atas Perda Nomor 8 Tahun 2010 tentang Pajak Kendaraan Bermotor, mengenai perubahan jumlah tarif pajak *progresif* kendaraan bermotor. Dengan aturan ini, para pemilik kendaraan yang memiliki kendaraan lebih dari satu akan dikenakan pajak yang lebih besar daripada sebelumnya. Dengan diberlakukannya perda ini bisa menekan angka kepemilikan kendaraan bermotor yang secara langsung akan berdampak pada bisnis yang penulis hendak jalankan.

Penulis melakukan survei pasar mengukur seberapa besar minat masyarakat terhadap modifikasi kendaraan roda dua melalui kuesioner. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Kemudian dipilih *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel yang dipilih

secara sengaja sesuai dengan persyaratan pengumpulan data. Responden diberikan 10 pertanyaan berdasarkan teori perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller (2012:173). Perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.

Penyebaran kuesioner penulis lakukan secara *online* yaitu melalui aplikasi *Google Forms* kepada 34 responden yang merupakan konsumen dan calon konsumen bengkel *DREAM BIKE CUSTOM*. Penyebaran kuesioner dimulai pada tanggal 26 Oktober 2015 sampai dengan 29 Oktober 2015 mulai pukul 13.00-19.00.

Untuk pertanyaan mengenai modifikasi motor, 85 % responden bersedia memodifikasi motornya, 59 % responden suka mendatangi pameran modifikasi motor, 65 % responden gemar mengikuti perkembangan tren modifikasi otomotif, dan 44 % responden menyatakan mereka adalah “*penggila*” modifikasi motor. Selanjutnya untuk pertanyaan mengenai faktor-faktor apa saja yang menjadi dasar dalam memilih bengkel modifikasi mayoritas responden menetapkan faktor kualitas menjadi alasan utama mereka, diikuti harga, lokasi, serta waktu pengerjaan. Perihal frekuensi responden dalam mengunjungi bengkel modifikasi motor dalam 3 bulan terakhir, 24 % responden tidak pernah mengunjungi bengkel modifikasi dalam 3 bulan terakhir, sebanyak 26 % hanya mengunjungi 1 kali, dan yang menjawab 2 s/d 3 kali memiliki presentase terbanyak yaitu 29 % dan responden yang mengunjungi bengkel diatas 3 kali yaitu sebesar 21 %.

Untuk pertanyaan seputar jumlah uang yang rela dikeluarkan responden untuk memodifikasi sebuah motor dalam satu kali modif sebanyak 29 % responden hanya rela mengeluarkan uang dibawah Rp.1.000.000,-, sedangkan mayoritas

responden yaitu sebesar 62 %, rela mengeluarkan uang diantara Rp.1.000.000,- s/d Rp.15.000.000,- untuk memodifikasi motornya. Lalu sisanya yaitu 9 % responden rela mengeluarkan uang diatas Rp.15.000.000,- untuk memodifikasi motornya dalam satu kali modif.

Dari survei yang dilakukan penulis, mayoritas responden memilih pelek atau kaki-kaki sebagai bagian motor yang akan diubah, karena menurut mereka dengan mengubah kaki-kaki kendaraannya secara langsung akan mengubah tampilan motornya secara keseluruhan. Alasan responden memodifikasi sebuah motor adalah karena mereka ingin tampil beda, ingin menyalurkan hobinya dan beberapa karena ingin meningkatkan kinerja dan tampilan motor.

Peluang (*opportunities*):

- Pertumbuhan kendaraan yang meningkat tiap tahunnya khususnya untuk segmen kendaraan roda dua (motor) menjadikannya peluang besar bagi penulis untuk menjalankan bisnis ini.
- Besarnya minat masyarakat terhadap modifikasi motor.
- Meningkatnya jumlah pengunjung serta *volume* transaksi pertahun dari pameran otomotif membuat penulis yakin bahwa hal ini menjadi peluang yang potensial untuk penulis terjun di bisnis ini.

Ancaman (*threat*):

Kebijakan pemerintah mengenai pajak progresif kendaraan bermotor yang dapat menekan angka kepemilikan kendaraan bermotor yang membuat penjualan sepeda motor menurun dan secara langsung akan berdampak pada pasar pelek *DREAM WHEELS*.

Untuk pesaing, di Jakarta sendiri terdapat banyak bengkel modifikasi motor yang terkenal, beberapa diantaranya mampu membuat produk *handmade* seperti yang penulis lakukan, salah satunya yaitu *Studio Motor Custom Bike* di daerah Bintaro-Jakarta Selatan.

Kekuatan Studio Motor Custom Bike:

- Bengkel modifikasi *Studio Motor Custom Bike* sudah terkenal dan sering menjuarai berbagai macam kontes modifikasi motor sehingga hasil karyanya dipercaya banyak orang.
- Pemilik Bengkel modifikasi *Studio Motor Custom Bike* memiliki kedekatan dengan komunitas motor, khususnya komunitas motor gede seperti *Harley Davidson Club Indonesia (HDCI)*, *Ikatan Motor Indonesia (IMI)*, *Motor Besar Club (MBC)* yang membuat pemasaran produk mereka menjadi lebih mudah.

Kelemahan Studio Motor Custom Bike:

- Dari pantauan penulis, sebagian konsumen *Studio Motor Custom Bike* mengeluhkan bahwa *Studio Motor* selalu terlambat untuk mengerjakan sebuah pesanan, dari waktu yang telah dijanjikan sebelumnya.
- Mereka bukan spesialisasi dalam hal pembuatan pelek motor custom, dan hanya fokus pada modifikasi saja.

ANALISIS INTERNAL

Kekuatan (*strength*):

- Spesifikasi produk yang dapat dipesan sesuai keinginan.
Pelek motor *DREAM WHEELS* banyak dicari orang karena spesifikasi produk yang dapat dibuat sesuai keinginan pemiliknya.
- Desain produk mengikuti perkembangan tren.
Produk yang diciptakan akan selalu mengikuti perkembangan tren desain pelek terbaru, *DREAM WHEELS* tidak akan ketinggalan zaman.
- Pemasaran produk
DREAM WHEELS akan lebih mudah dikenal karena terintegrasi dengan bengkel modifikasi *DREAM BIKE CUSTOM* yang sudah punya nama di masyarakat.

Kelemahan (*weakness*):

- Merk Produk
Merk produk yang belum berlisensi Standar Nasional Indonesia (*SNI*)

membuat masyarakat belum sepenuhnya percaya terhadap produk *DREAM WHEELS*.

- Kapasitas produksi
Proses pembuatan produk yang masih handmade membuat *DREAM WHEELS* memiliki keterbatasan kapasitas produksi karena setiap proses produksi dibuat dengan cara manual tanpa melalui proses fabrikasi.

Keunggulan Kompetitif

Faktor utama yang menjadikan keunggulan kompetitif toko pelek *DREAM WHEELS* yaitu dalam hal spesifikasi produk yang dapat dipesan sesuai keinginan konsumennya dan desain produk yang selalu mengikuti perkembangan tren terbaru. Selain itu, *DREAM WHEELS* sebagai toko pertama di Indonesia yang membuka gerai khusus pelek motor dan hasil produk yang berkualitas membuat *DREAM WHEELS* dapat menjadi produsen dan distributor aksesoris kendaraan roda dua yang diperhitungkan di Indonesia.

RENCANA PEMASARAN

Segmentation, Targeting, Positioning

DREAM WHEELS akan membagi segmen pasarnya berdasarkan segmentasi demografis dan psikografis.

1. Segmentasi demografis

Berdasarkan usia

Menurut Elizabeth B. Hurlock (2006), dalam bukunya yang berjudul "*Psikologi*

Perkembangan" merumuskan

periodisasi umur secara lengkap, dari periode dalam kandungan sampai dengan periode tua. Pembagian usia tersebut yaitu sebagai berikut:

- Masa prenatal, saat terjadinya konsepsi sampai lahir.
- Masa neonatus, mulai lahir sampai minggu kedua.
- Masa bayi, akhir minggu kedua sampai akhir tahun kedua.
- Masa kanak-kanak awal, umur 2 tahun sampai 6 tahun.

- Masa kanak-kanak akhir, umur 6 tahun sampai 10 atau 11 tahun.
 - Masa pubertas/preadolescence, umur 10 atau 11 sampai 13 atau 14.
 - Masa remaja awal, umur 13 atau 14 tahun sampai 17 tahun.
 - Masa remaja akhir, umur 17 tahun sampai 21 tahun.
 - Masa dewasa awal, umur 21 tahun sampai 40 tahun.
 - Masa setengah baya, umur 40 tahun sampai 60 tahun.
 - Masa tua, umur 60 tahun sampai meninggal dunia.
2. Segmentasi psikografis
- Segmentasi psikografis yang penulis gunakan yaitu berdasarkan gaya hidup yang modern dan mengikuti perkembangan zaman. Gaya hidup mencakup sesuatu yang melebihi kelas sosial seseorang atau kepribadiannya. Dalam faktor yang mempengaruhi gaya hidup, penulis mengambil faktor kelas sosial. Menurut Kotler dan Armstrong (2013, p. 163) kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif bertahan lama dalam sebuah masyarakat, dimana setiap anggotanya memiliki kesamaan nilai, minat, dan perilaku. Kelas sosial tidak hanya ditentukan oleh faktor tunggal misalnya pendapatan, tetapi ditentukan oleh kombinasi dari beberapa faktor seperti pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan dan faktor lainnya. Kelas sosial bisa diklasifikasikan sebagai kelas atas, kelas menengah, kelas pekerja dan kelas bawah.

Berdasarkan segmentasi pasar yang penulis tentukan, maka target pasar dari *DREAM WHEELS* yaitu seseorang dengan masa dewasa awal berusia 21 sampai 40 tahun yang masuk dalam kelas sosial menengah. Merk *DREAM WHEELS* sendiri memiliki *tagline* “*Custom Your Bike, Custom Your Wheels*” atau jika ingin memodifikasi motor, memodifikasi pelek adalah hal yang utama.

Strategi Bauran Pemasaran

Produk (*product*)

Produk *DREAM WHEELS* sendiri dibagi menjadi 3 kategori yaitu:

1. Pelek motor *matic*

Untuk jenis pelek motor *matic* dapat digunakan untuk seluruh jenis motor bertransmisi *automatic* yang beredar di pasaran Indonesia. Produk ini memiliki ukuran dengan diameter ring R12, R13, dan R14 yang memiliki ukuran lebar mulai dari 1.85 inch, sampai 10 inch. Jenis pelek ini memiliki 2 bentuk dasar yaitu jenis pertama dengan bentuk jari-jari (*spokes wheels*) dan jenis kedua dengan bentuk *monoblock wheels* dengan material berbahan dasar besi ataupun aluminium.

2. Pelek motor laki

Jenis pelek ini dapat digunakan untuk seluruh jenis motor laki (istilah yang biasa digunakan untuk menyebut motor ber *cc* sedang dengan transmisi *manual* yang mempergunakan kopling). Produk ini memiliki ukuran mulai dari R15 sampai R21 dengan ukuran lebar pelek mulai dari 2.15 inch sampai 10 inch. Pelek ini memiliki bentuk dasar jari-jari dengan diameter jari jari 5mm, 6mm, dan 8mm untuk setiap batang jari-jarinya. Material yang digunakan berbahan dasar *full* besi.

3. Pelek motor gede (*moge*)

Untuk jenis pelek ini biasa dipergunakan oleh konsumen pemilik motor gede yang memiliki mesin berkapasitas besar yaitu diatas 400cc. Jenis pelek *moge* ini terbagi menjadi dua yaitu pelek *Big Spokes* (pelek jari-jari dengan diameter jari jari 5mm, 6mm, dan 8mm) serta pelek berjenis *monoblock* dengan material *full* aluminium.

Harga (*price*)

Harga produk pelek *DREAM WHEELS* untuk satu set peleknya yaitu:

- Pelek motor *matic* : Rp.2.500.000,- sampai Rp.6.000.000,-
- Pelek motor laki : Rp.8.000.000,- sampai Rp.10.000.000,-

- Pelek motor gede : Rp.11.000.000,- sampai Rp.23.000.000,-

Semua harga pelek motor bergantung dari ukuran diameter pelek, lebar pelek, desain pelek dan *finishing* yang diinginkan konsumen.

Tempat (*place*)

Lokasi yang penulis pilih sebagai toko pelek *DREAM WHEELS* yaitu di daerah Kemang Timur karena penulis anggap merupakan daerah yang *elite*, dan memiliki harga sewa yang relatif lebih murah dibandingkan daerah kemang yang lain.

Promosi (*promotion*)

Dalam mempromosikan bisnisnya, *DREAM WHEELS* menggunakan beberapa cara diantaranya:

1. Membuka *stand* di pameran otomotif *DREAM WHEELS* akan membuka *stand* di beberapa pameran otomotif besar yang diadakan rutin setiap tahun seperti *otobursa*, *tumplekblek*, *kustom festival*, dan obsesi besar kami yaitu kami ingin membuka stand di Pekan Raya Jakarta nantinya.
2. Pemasaran dari mulut ke mulut
Teknik pemasaran yang penulis gunakan selanjutnya yaitu pemasaran dari mulut ke mulut dimana konsumen yang telah puas terhadap pelayanan dan produk *DREAM WHEELS* akan dengan sendirinya mereferensikan produk penulis kepada rekan rekannya dan konsumen tersebut akan mendapatkan *benefit* berupa tambahan diskon 5 % untuk transaksi berikutnya.
3. Promosi secara *online* berbasis *website* *DREAM WHEELS* mempromosikan bisnisnya melalui *website* sebagai “rumah utama“ untuk menampilkan produk yang ditawarkan ke konsumen.

RENCANA OPERASIONAL

Dalam beroperasinya, toko pelek motor *DREAM WHEELS* berencana akan ditempatkan di daerah Kemang Timur dengan mempergunakan sebuah bangunan berupa ruko tingkat 2 dengan ukuran bangunan $7 \times 11 \text{ m}^2 = 77 \text{ m}^2$. Direncanakan lantai pertama akan dipergunakan sebagai area *display* produk pelek motor *DREAM WHEELS* yang serupa dengan toko pelek mobil serta *display* beberapa jenis motor hasil modifikasi *DREAM BIKE CUSTOM* yang mempergunakan produk *DREAM WHEELS* pada sektor kaki-kakinya, tempat instalasi produk yang dibeli konsumen, serta ruang tunggu *Full AC* untuk kenyamanan konsumen selama proses instalasi pelek motornya sedang dikerjakan. Sedangkan lantai kedua akan dipergunakan untuk gudang penyimpanan barang serta tempat tinggal karyawan.

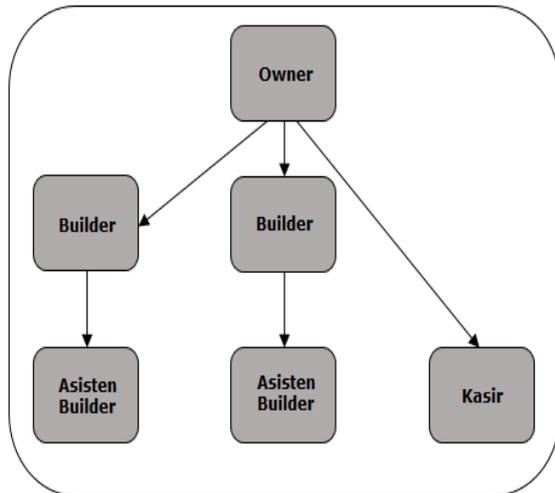
Toko pelek *DREAM WHEELS* akan mempergunakan peralatan dan perlengkapan seperti: rak *display* pelek (3 buah), etalase kaca (2 buah), *tyre Changer* / alat pasang ban motor otomatis (2 buah), dongkrak *motor gede* (2 buah), kompresor angin (2 buah), gerinda duduk (1 buah) dan gerinda tangan (2 buah), bor tangan (2 buah), mesin las listrik, *toolkit* berupa kunci-kunci bengkel (2 set), lainnya (sofa, meja kasir, lemari kayu, komputer dan printer).

Dalam kegiatan operasionalnya, *DREAM WHEELS* melalui beberapa tahapan mulai dari proses konsultasi produk yang diinginkan konsumen (pelayanan sebelum penjualan), proses produksi, waktu operasional, sampai produk tersebut siap dijual ke konsumen serta pelayanan setelah penjualan (panduan instalasi dan garansi produk) dan kegiatan rutin pemasaran tambahan yang dilakukan oleh jasa *webmaster* yang dipercayakan oleh penulis.

RENCANA SUMBER DAYA MANUSIA

Berikut adalah struktur organisasi *DREAM WHEELS* :

Gambar 1
Struktur Organisasi *DREAM WHEELS*



Dalam menjalankan bisnisnya, *DREAM WHEELS* membutuhkan beberapa tenaga kerja, diantaranya: *builder* sebanyak 2 orang, asisten *builder* sebanyak 2 orang dan kasir yang merangkap admin *website DREAM BIKE CUSTOM* sebanyak 1 orang. Berikut tugas dari masing-masing:

1. *Owner*

Sebagai pemilik *DREAM WHEELS* akan ikut terjun langsung membantu dalam kegiatan operasional toko seperti memberikan penjelasan teknis seputar produk kepada konsumen yang meliputi spesifikasi produk, panduan instalasi, ataupun informasi lain yang mungkin dibutuhkan seputar produk *DREAM WHEELS*.

2. Staf ahli / *builder*

Builder atau modifikator harus memiliki kemampuan yang baik dalam mengaplikasikan pelek *DREAM WHEELS* ke motor konsumen. Kemudian perlu kemampuan mengoperasikan mesin las, gerinda, bor dan kunci kunci yang diperlukan dalam proses instalasi. Di sisi lain, *builder* harus terampil dalam

melakukan proses pengecatan produk serta melakukan pengecekan sebelum produk tersebut siap dijual ke konsumen. Mereka juga harus memahami spesifikasi teknis dari jenis jenis motor yang datang ke toko *DREAM WHEELS*.

3. Staf pembantu / asisten *builder*

Berperan dalam membantu *builder* dalam menyelesaikan sebuah pekerjaan di toko, seperti membeli bahan pembuatan pelek, mengirim bahan tersebut ke tempat pembubutan, mengantar pelek ke tempat *chrome* ataupun mengirimkan produk yang telah dipesan konsumen.

4. Kasir / admin

Kasir haruslah memahami laporan keuangan toko, disamping itu kasir harus mampu mengelola *website DREAM BIKE CUSTOM* dan menjawab berbagai pertanyaan konsumen baik itu secara *online* melalui telpon ataupun di forum jual beli tempat produk *DREAM WHEELS* dipasarkan.

Untuk dapat menjalankan bisnisnya, penulis menetapkan beberapa kriteria dalam melakukan seleksi dan perekrutan. Berikut adalah kriteria karyawan *DREAM WHEELS* :

1. Staf ahli toko / *builder*. Pria dengan usia maksimum 40 tahun, memiliki pengalaman di bidang modifikasi motor minimal 3 tahun.

2. Staf pembantu / asisten *builder*. Pria usia maksimum 25 tahun, memiliki pengalaman di bidang modifikasi motor minimal 1 tahun.

3. Kasir / admin. Wanita dengan usia maksimum 25 tahun, memiliki pengalaman minimal 1 tahun sebagai kasir, memiliki pengetahuan di bidang keuangan.

Setiap karyawan yang bekerja di toko *DREAM WHEELS* akan mendapatkan kompensasi berupa sistem gaji dan bonus jika mencapai target tertentu. Besarnya nilai kompensasi yang diberikan berbeda beda tiap posisi, tergantung dari keahlian yang mereka miliki dan pemberian bonus dimaksudkan agar karyawan lebih termotivasi dalam bekerja sehingga kinerja organisasi dapat terus meningkat. Dalam hal ini gaji setiap karyawan *DREAM WHEELS* terdiri dari gaji pokok dan uang makan. Sementara bonus bulanan yaitu sebesar total 3% dari omset penjualan yang dihasilkan dibagi dengan jumlah karyawan (tidak termasuk owner). Untuk *owner* akan menerima keuntungan bersih sebesar 40% dari omset, dan sisanya sebesar 60% akan dimasukkan ke dalam kas perusahaan sebagai biaya pengembangan usaha. Sedangkan setiap harinya ada jatah makan siang 1 kali per hari bagi para karyawan.

RENCANA INOVASI

DREAM WHEELS berencana untuk melakukan integrasi ke belakang (*backward integration*) yaitu dengan memproduksi sendiri komponen pelek tanpa menggunakan lagi jasa pihak ketiga (bengkel bubut rekanan). Inovasi ini juga akan juga akan membuat biaya produksi pelek *DREAM WHEELS* semakin rendah dan membuat waktu produksi pelek *DREAM WHEELS* menjadi lebih singkat sehingga dapat lebih cepat sampai ke konsumen.

RENCANA KEUANGAN

Investasi awal sebesar Rp.263.260.000. Proyeksi pendapatan per tahun sebesar Rp.1.644.000.000. Dengan estimasi harga pokok produksi sebesar 51% dan perkiraan biaya operasional tetap sebesar Rp.338.400.000 per tahun, maka perkiraan laba operasional sebesar Rp.465.600.000 atau *profit margin* sebesar 28%. Adapun *payback period* diperkirakan tercapai selama 7 bulan.

Untuk titik impas atau *break even point* dicapai pada tingkat penjualan Rp.690.612.245 per tahun atau penjualan 31 unit pelek moge, 16 unit pelek motor laki dan 26 unit pelek motor matic per tahunnya.

KESIMPULAN

Kendati menghadapi berbagai tantangan terkait *Standardisasi Nasional Indonesia (SNI)*, kebijakan pemerintah seputar penggantian SIM C berdasarkan kapasitas mesin motor (Nomor ST/2652/XII/2015) yang sebelumnya hanya satu sim menjadi 3 jenis yaitu SIM C untuk motor berkapasitas mesin dibawah 250 cc, SIM C1 untuk motor berkapasitas mesin 250-500 cc, dan SIM C2 untuk motor berkapasitas mesin diatas 500 cc, serta pertumbuhan transportasi massal yang digerakan pemerintah seperti pembangunan *monorail*, penambahan jumlah bus Transjakarta, dsb yang mana kesemuanya itu akan membuat penurunan jumlah pengendara sepeda motor yang akan langsung berdampak pada penurunan omset bisnis *DREAM WHEELS*. Namun diharapkan *DREAM WHEELS* tetap memiliki potensi karena menjadi toko yang khusus menjual pelek motor pertama di Indonesia yang akan membuatnya menjadi *leader* di bisnis ini. Selain itu mengenai aspek legalitas, penulis akan mempertimbangkan untuk mengurus perizinan untuk menjual produk serta pendaftaran Hak Paten *DREAM WHEELS*.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2013). *Principles of Marketing*. 14th edition. Boston: Pearson Education Limited.

Hurlock, Elizabeth, B. (2006). *Psikologi Perkembangan*. Erlangga, Jakarta.

Sumber Internet :

<http://www.motormobile.net/more.php?id=947> (diakses: 13 Juli 2015).

<http://motor.otomotifnet.com/read/2015/01/23/355585/30/9/Prediksi-Pasar-Sepeda-Motor-2015-Banyak-Tekanan> (diakses: 15 Juli 2015).

<http://www.indonesianmotorshow.com/2015/2-about.php?iims-history> (diakses: 15 Juli 2015).

Kurniawan, Agung (2014). *Populasi Kendaraan Bermotor di Indonesia Tembus 104,2 Juta Unit*.
<http://otomotif.kompas.com/read/2014/04/15/1541211/Populasi.Kendaraan.Bermotor.di.Indonesia.Tembus.104.2.Juta.Unit> ,(diakses : 13 juli 2015)

<http://www.otomotiftempo.com>

<http://www.dreambikecustom.com>