

BAB I Pendahuluan

I.1 Latar Belakang

Masyarakat Indonesia semakin akrab dengan dunia teknologi. Salah satunya adalah telepon seluler. Hampir semua orang memiliki setidaknya satu ponsel. Berdasarkan data statistik CIA (*Central Intelligence Agency*) Indonesia pun menempati posisi keempat negara dengan jumlah pengguna ponsel terbanyak di dunia (cia.gov, 2012). Dilihat dari data pengguna telepon seluler di Indonesia tahun 1996-2010 terjadi peningkatan jumlah pengguna telepon seluler yang cukup signifikan setiap tahunnya.



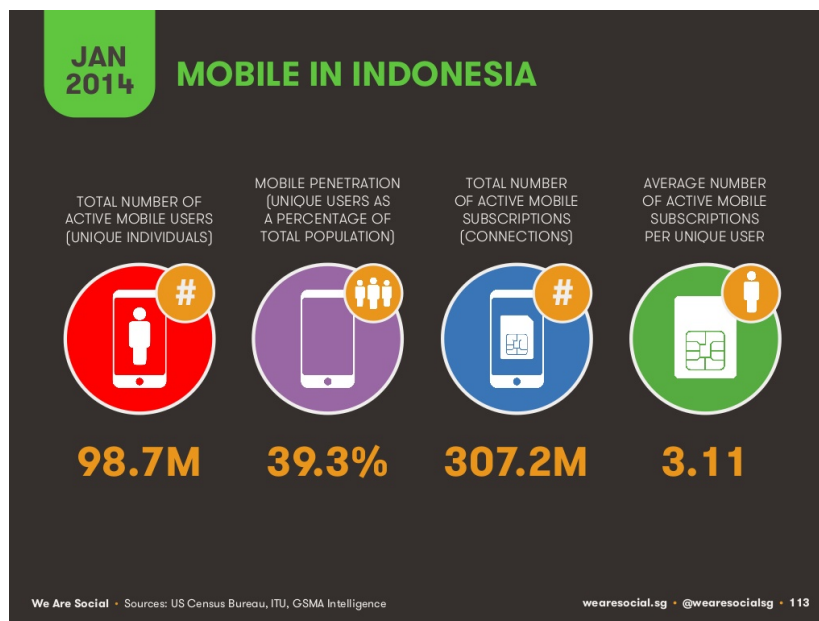
Gambar I.1 Grafik pertumbuhan pelanggan telepon seluler di Indonesia

Menurut survey yang dilakukan oleh US Census Bureau, *InternetWorldStats*, ITU (*International Telecommunication Union*), jumlah penduduk Indonesia pada Januari 2014 sebanyak 251.160.124 jiwa, dengan pengguna *internet* sebanyak 72.700.000 jiwa dan *active mobile subscriptions* sebanyak 281.963.665 jiwa.



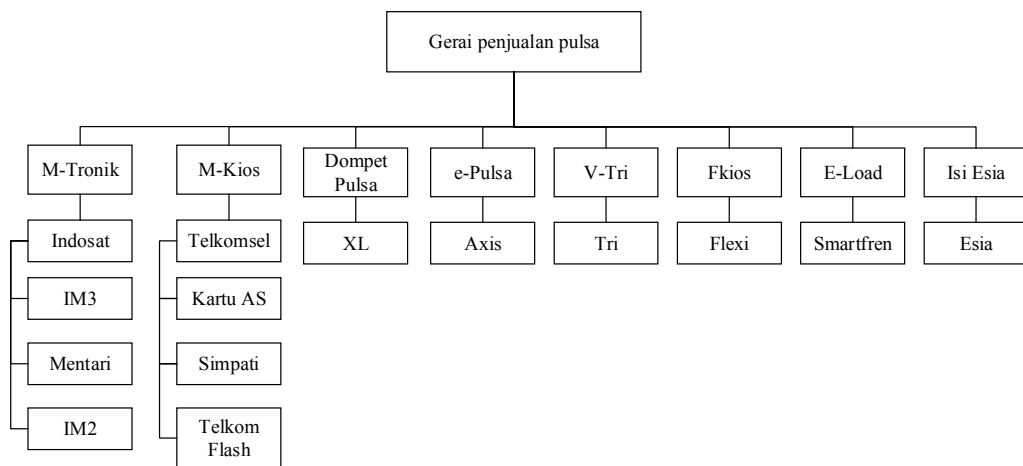
Gambar I.2 Data Populasi & Pelanggan Selular di Indonesia

Kemudian data berikutnya menjelaskan bahwa total pelanggan telepon selular (dihitung berdasarkan tingkat keunikan pelanggan) 98.700.000 jiwa, penetrasi telepon selular 39,3% dari total populasi, total telepon selular yang aktif (pernah melakukan koneksi) 307.200.000 sambungan, dan rata-rata jumlah nomor yang dimiliki oleh pelanggan adalah 3,11 nomor per pelanggan.



Gambar I.3 Data Statistik Mobile Selular di Indonesia

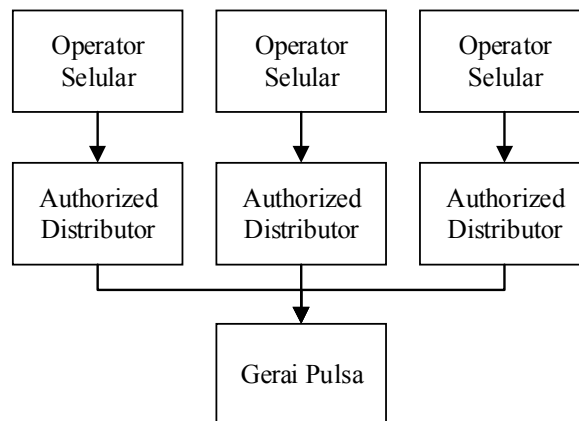
Berdasarkan data yang ada, jumlah pengguna telepon selular lebih banyak daripada populasi penduduk Indonesia, satu orang dapat memiliki lebih dari satu nomor handphone bahkan hingga 3 nomor sekaligus. Peningkatan pengguna handphone tidak lepas dari semakin murah nya tarif jasa layanan yang diberikan oleh operator juga semakin terjangkau nya harga ponsel yang tersedia di pasar. Peningkatan pengguna handphone juga berdampak kepada muncul nya operator baru. Dengan semakin banyak nya jumlah operator telepon selular di Indonesia, gerai penjualan pulsa dituntut untuk menambah permodalannya dikarenakan harus memiliki stok yang mencukupi dari masing-masing operator. Gambar I.4 menunjukkan nama chip yang digunakan untuk melakukan pengisian pulsa pada masing-masing operator



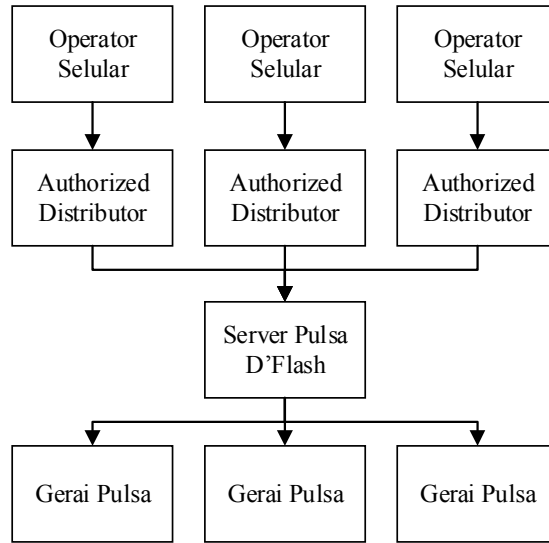
Gambar I.4 Nama chip isi ulang pulsa masing-masing operator

Salah satu contoh pembelanjaan stok pulsa adalah sebagai berikut: untuk penjualan pulsa indosat (Mentari, IM3, IM2), gerai penjualan pulsa harus mempunyai chip M-Tronik. Chip tersebut diisi oleh stok voucher dengan nominal 5.000, 10.000, 12.000, 25.000, 50.000, 100.000. Pemilik gerai penjualan pulsa harus melakukan perhitungan dengan tepat berapa jumlah stok yang harus disediakan setiap nominalnya, agar kebutuhan konsumen dapat terpenuhi dan stok yang disediakan tidak berlebih supaya tidak ada uang yang mengendap. Kemudian ketentuan setiap operator juga berbeda-beda dalam pembelian stok nya. Untuk Telkomsel beberapa dealer memberlakukan penjualan stok sistem paket. Contohnya Akar daya (mitra dealer Telkomsel) menjual paketan dengan perbandingan 1:2:1 yang artinya setiap paket berisi stok 5.000 sebanyak satu unit, 10.000 sebanyak 2 unit dan 20.000

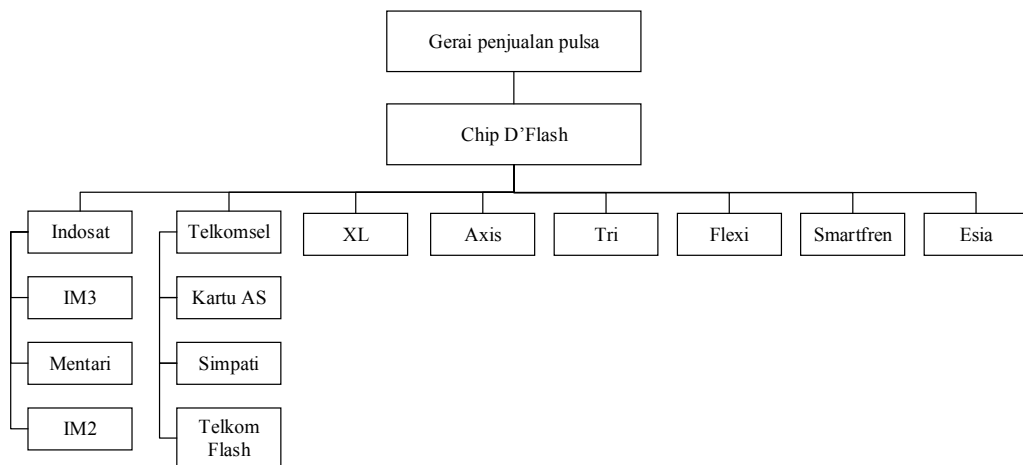
sebanyak satu unit dan untuk nominal lain bebas. Sehingga hampir tidak mungkin untuk gerai yang memiliki modal kecil untuk terus bertahan dalam bisnis ini. Melihat peluang bisnis yang muncul dari permasalahan tersebut akhirnya pemilik perusahaan D'Flash mendirikan kantornya yang pertama yang terletak di Jl. Surya Kencana Ujung Gg. Haji Mida No.56, Serua Sawangan Depok. Bisnis ini berdiri pada tanggal 15 Januari 2010 dan bergerak di bidang perdagangan, yaitu sebagai distributor pulsa semua operator. D'Flash berperan sebagai aggregator dimana D'Flash melakukan pembelian stok pulsa untuk semua nominal dari semua operator prabayar, kemudian stok tersebut di integrasikan kedalam satu akun. Dengan begitu para gerai penjualan pulsa cukup melakukan satu kali pembelian kepada D'Flash untuk dapat menjual pulsa semua operator. Perbedaan alur pembelian stok pulsa melalui distributor resmi dengan melalui D'Flash dapat dilihat pada Gambar I.5 dan Gambar I.6. Produk yang disediakan oleh kantor D'Flash eksisting pada tahun 2012-2013 dapat dilihat pada Gambar I.7.



Gambar I.5 Alur pembelian stok pulsa langsung melalui distributor resmi

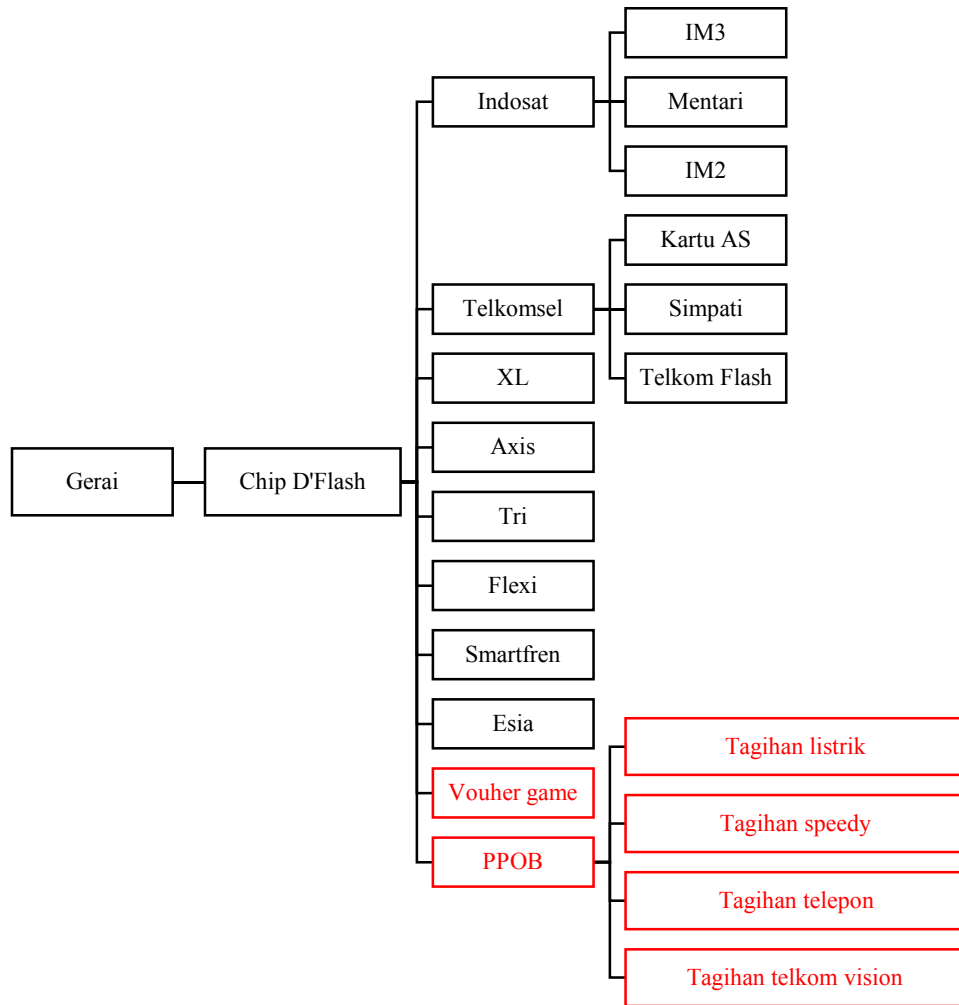


Gambar I.6 Alur pembelian stok pulsa melalui *server* pulsa D'Flash

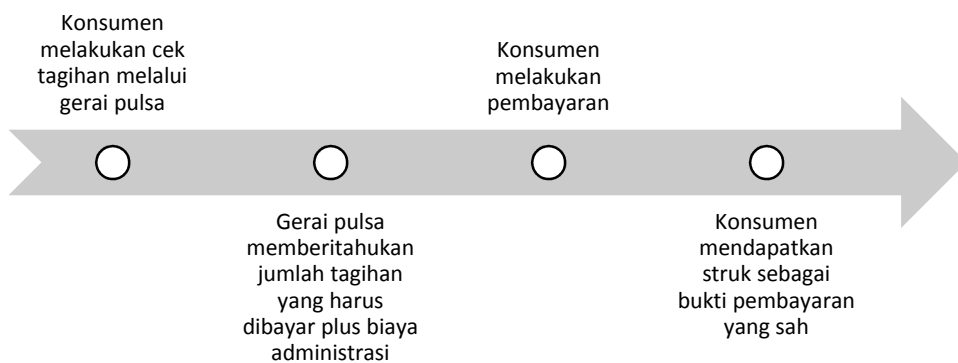


Gambar I.7 Produk yang disediakan oleh D'Flash tahun 2010-2013

Setelah kurang lebih 4 tahun berjalan ternyata bisnis ini mengalami perkembangan. Para distributor pulsa berlomba-lomba untuk memberikan *value added* kedalam produknya kepada konsumen berupa pembelian voucher game, pembelian token PLN dan pembayaran tagihan listrik, telepon hingga *internet*. Sehingga, ketika *retailer* melakukan deposit, mereka tidak hanya bisa menjual pulsa namun mereka juga bisa melayani pembelian *voucher game online*, token PLN hingga PPOB (*Payment Point Online Bank*). Hal ini berdampak positif karena cakupan usaha dan target pasar D'Flash semakin luas. Dengan satu deposit member sudah bisa menjual pulsa sekaligus *voucher game online*, dan pembayaran PPOB.



Gambar I.8 Diagram chip D'Flash pada tahun 2014



Gambar I.9 Alur pembayaran PPOB menggunakan *chip* D'Flash. (Semua transaksi dilakukan menggunakan sms)

Namun di lain pihak, operator telepon selular membuat kebijakan berupa klasterisasi. Dimana *retailer* tidak diperbolehkan mengisi nomor yang bukan

berasal dari daerahnya. Semenjak diterapkannya kebijakan klasterisasi, transaksi dapat dikategorikan menjadi dua bagian yaitu transaksi *inner* dan *outer*. Transaksi *inner* adalah jika nomor yang diisi berasal dari *cluster* yang sama dengan gerai pulsa yang melakukan pengisian pulsa. Contohnya gerai pulsa berdomisili di Kota Depok kemudian melakukan transaksi pengisian pulsa ke nomor salah satu warga Kota Depok, maka hitungannya adalah transaksi *inner*. Transaksi *outer* adalah jika gerai pulsa melakukan pengisian pulsa ke nomor selain *cluster* gerai tersebut berada. Contohnya gerai pulsa berdomisili di Tangerang Selatan, kemudian ada konsumen yang berasal dari Banten sedang bertugas di Tangerang Selatan lalu melakukan pengisian pulsa, maka hitungannya adalah transaksi *outer*. Pada mulanya klasterisasi masih berpatokan pada HLR (*Home Location Register*) nomor yang diisi, sehingga masih dapat dilakukan antisipasi berupa penyaringan nomor-nomor yang dapat dilakukan pengisian pulsa berdasarkan HLR nya. Ketika nomor berada diluar *cluster* maka transaksi bisa dialihkan melalui metode *Host to Host* kepada mitra yang memiliki *cluster* yang sama dengan nomor yang diisi. Namun dewasa ini kebijakan klasterisasi mengalami sedikit perubahan dari yang sebelumnya merujuk kepada HLR menjadi merujuk kepada BTS (*Base Transceiver Station*) tempat konsumen berada. Contoh gerai pulsa berdomisili di Jakarta Selatan, kemudian seorang konsumen yang berasal dari Jakarta Utara melakukan pengisian pulsa di gerai tersebut. Maka dihitung sebagai transaksi *inner* karena walaupun HLR nomor konsumen tersebut menunjukkan asal daerah Jakarta Utara, namun ketika dia melakukan pengisian pulsa deteksi BTS memberikan informasi bahwa dia satu *cluster* dengan gerai pulsa tersebut. Hal ini tidak baik untuk keberlangsungan bisnis server pulsa D'Flash karena walaupun berdomisili di Depok namun D'Flash mempunyai *retailer* yang tersebar di seluruh Indonesia, hal ini sangat berbenturan dengan kebijakan yang dikeluarkan oleh operator. Dealer mendapatkan alokasi pulsa setiap satu minggu. Setiap turunnya alokasi dilakukan evaluasi terhadap semua chip-chip transaksi, termasuk chip transaksi D'Flash (seperti Mtronik, Mkios, dll). Apabila persentase transaksi *outer* sampai pada jumlah tertentu, maka pemilik chip mendapatkan hukuman dengan jumlah alokasi yang dikurangi. Hal ini berdampak pada tidak mampunya D'Flash memenuhi demand transaksi akibat kurangnya stok yang tersedia. Apabila hasil evaluasi tiap

minggunya tidak menunjukkan perubahan yaitu persentase transaksi *outer* tetap tinggi maka dalam jangka panjang *supply* stok pulsa untuk pemilik chip akan di stop dan akibatnya D'Flash tidak bisa melakukan penjualan pulsa.

Pemilik D'Flash ingin mempertahankan *retailer* yang berada diluar *cluster*. Satu-satunya cara untuk menghadapi kebijakan klasterisasi adalah membuka cabang baru di setiap *cluster* dengan tujuan menjangkau pasar yang lebih luas. Pemilik ingin mensiasati klasterisasi dengan cara membuka cabang di setiap daerah *cluster* minimal satu server per *cluster* guna meningkatkan persentase transaksi *inner*. Kantor yang pertama terletak persis di daerah perbatasan antara Depok dengan Tangerang Selatan sehingga pengambilan stok masih mengikuti *cluster* Tangerang Selatan. Pemilik ingin agar daerah sekitar dikuasai terlebih dahulu sebelum melakukan ekspansi ke lokasi yang lebih jauh. Pemilik menginginkan Kota Depok sebagai lokasi pembukaan cabang baru. Alasan Depok dipilih menjadi lokasi pendirian kantor cabang D'Flash adalah sebagai berikut :

1. Pemilik harus mendirikan kantor cabang / *stock point* untuk mengakomodasi kebutuhan stok pulsa beberapa operator karena kuota per *cluster* dibatasi maka cara mengatasinya adalah dengan membuka cabang di *cluster* lain.
2. Perlu adanya kantor secara fisik sebagai tempat untuk menaruh peralatan, menaruh stok chip, ruang kerja dan tempat berkumpulnya karyawan (operator, *marketing*, *admin*) dan pemilik telah memiliki tempat di Kota Depok sehingga bisa menekan biaya investasi.
3. Depok merupakan salah satu kota terpadat di Indonesia dan memiliki pertumbuhan ekonomi yang cukup pesat (berdasarkan *website* resmi pemerintah Kota Depok <http://www.depok.go.id/>).
4. Karyawan yang akan di tempatkan di cabang baru bertempat tinggal di Depok. Karyawan sudah pengalaman di bidangnya dan mempunyai *link* supplier yang cukup vital sehingga menjadi salah satu aset berharga perusahaan yang harus dipertimbangkan.

Dengan membuka cabang baru di wilayah yang memiliki tingkat kepadatan penduduk yang tinggi serta pertumbuhan ekonomi yang positif yaitu Kota Depok, diharapkan tidak membutuhkan waktu lama bagi D'Flash untuk memasarkan produknya.

Untuk mendirikan cabang baru di wilayah Kota Depok, maka perlu dilakukan analisis kelayakan investasi agar dapat diketahui bagaimana kelayakan investasi pembukaan cabang kantor D'Flash. Analisis kelayakan bisnis dilakukan untuk mengetahui apakah pembukaan cabang kantor D'Flash layak untuk di realisasikan jika ditinjau dari aspek pasar, aspek finansial dan aspek teknis. Dalam aspek finansial, pengukuran kelayakan menggunakan indikator *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)* dan *Payback Period (PBP)*. Aspek teknis dilihat dari bagaimana prospek pasar yang ada, lokasi usaha, manajemen pengelolaan dan pemilihan teknologi. Analisis sensitivitas juga perlu dilakukan untuk melihat bagaimana pengaruh kenaikan harga pokok pembelian pulsa, kenaikan biaya operasional atau perubahan jumlah permintaan terhadap kelayakan bisnis.

I.2 Perumusan Masalah

Keuntungan perusahaan mengalami penurunan akibat diterapkannya kebijakan klusterisasi oleh pihak operator. Dengan kondisi demikian pemilik perusahaan D'Flash ingin usahanya kembali menunjukkan grafik peningkatan yang positif dengan cara melakukan pembukaan cabang baru. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka akan dilakukan analisa kelayakan investasi pada perusahaan D'Flash dilihat dari beberapa aspek.

Berdasarkan latar belakang yang ada, terdapat beberapa permasalahan pokok yang akan ditinjau dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana kelayakan bisnis pembukaan cabang D'Flash di Kota Depok dilihat dari aspek pasar?
2. Bagaimana kelayakan bisnis pembukaan cabang D'Flash di Kota Depok dilihat dari aspek teknis?
3. Bagaimana kelayakan bisnis pembukaan cabang D'Flash di Kota Depok dilihat dari aspek finansial?

4. Bagaimana tingkat sensitivitas dan risiko yang ada dalam bisnis pembukaan cabang D'Flash di Kota Depok terhadap perubahan variabel kenaikan biaya investasi, biaya operasi dan penurunan demand?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjabaran perumusan masalah sebelumnya, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Menganalisis kelayakan bisnis pembukaan cabang D'Flash di Kota Depok dilihat dari aspek pasar.
2. Menganalisis kelayakan bisnis pembukaan cabang D'Flash di Kota Depok dilihat dari aspek teknis.
3. Menganalisis kelayakan bisnis pembukaan cabang D'Flash di Kota Depok dilihat dari aspek finansial.
4. Menganalisis tingkat sensitivitas dan risiko bisnis pembukaan cabang D'Flash di Kota Depok terhadap perubahan variabel kenaikan biaya investasi, biaya operasi dan penurunan demand.

I.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan investasi bisnis yang dilakukan perusahaan D'Flash
2. Sebagai bahan masukan untuk pembuatan kebijakan perusahaan D'Flash untuk pengembangan usaha di masa yang akan datang.
3. Sebagai masukan dalam inovasi produk dan pemasaran yang lebih luas

I.5 Batasan Penelitian

Agar hasil penelitian lebih terarah dan tidak menyimpang perlu adanya batasan permasalahan sehingga hasil penelitian dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Beberapa batasan permasalahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Suku bunga, inflasi, pajak, dan faktor ekonomi lainnya dianggap stabil dan normal selama periode analisis.
2. Kebijakan operator terhadap sistem penjualan maupun harga pulsa tetap.

3. *Supply* stok barang selalu stabil dan tidak terjadi kelangkaan stok.
4. Jenis layanan yang dibahas merupakan *voucher* elektrik Prabayar (pulsa Prabayar, Token PLN, *voucher game*)

I.6 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi dasar teori yang berhubungan dengan penelitian analisis kelayakan yang akan dibahas serta berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti.

BAB III Metodologi Penelitian

Pada bab ini dijelaskan langkah-langkah dalam pemecahan masalah yang terdiri dari model konseptual dan sistematika pemecahan masalah yang berfungsi sebagai kerangka utama untuk menjaga penelitian mencapai tujuan yang ditetapkan.

BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab ini dijelaskan cara pengumpulan dan pengolahan data kemudian dilakukan pengolahan berdasarkan data yang sudah didapatkan agar data tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

BAB V Analisis

Bab ini berisi analisa terhadap data yang telah diolah pada bab sebelumnya untuk menyelesaikan perumusan masalah kemudian memberikan solusi atas permasalahan tersebut.

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini ditarik kesimpulan akhir berdasarkan pemaparan dari hasil analisa penelitian juga berisi saran untuk perbaikan dan saran untuk peneliti selanjutnya.