

MODEL BISNIS DROPSHIP SHOPEE SEBAGAI SARANA EFISIENSI DAN EFEKTIFITAS DALAM MEMULAI BISNIS

Muhammad Nas'al Nashrallah, Idris¹

Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

Abstrak

Transaksi bisnis pada website perbelanjaan melalui internet disebut aktifitas Electronic Commerce (*E-Commers*). Dalam perkembangannya *E-Commerce* telah berubah menjadi start up unicorn hebat. Banyak strategi bisnis yang dilakukan oleh marketer untuk menjual berbagai produk melalui e-commers salah satunya adalah dropship. Metode pemasaran dimana *marketer* tidak menyimpan barang melainkan langsung menghubungkan antara supplier dan konsumen. Salah toko yang menggunakan teknik dropship adalah Toko Nasalnasstore, yang berfokus pada penjualan produk *Fashion* dengan item sepatu. Sepatu yang dipasarkan merupakan sepatu yang sedang populer baik sepatu olahraga maupun sepatu casual. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif menggunakan pendekatan deskriptif. Mengkaji fenomena yang terjadi dalam Toko Nasalnasstore. Start up bisnis yang efisien dilakukan untuk memulai strategi *low cost budgeting*. Hasil penelitian menunjukkan rasio keuangan pada proyeksi bisnis dropship menguntungkan hal ini ditandai dengan NPV positif sebesar Rp 1.662.969.333, rasio IRR > 5% sebesar 84,5%, BCR >1% sebesar 2,01. Dalam kurun waktu lima tahun, didapatkan profit margin sebesar 25,5%.

Keyword : *Bussiness Plan*, Dropship, E-Commers, Efisiensi dan efektifitas bisnis.

PENDAHULUAN

Pendahuluan

Penggunaan Internet untuk aktivitas bisnis, baik melakukan transaksi jual beli barang, maupun jasa perantara penyedia barang atau jasa disebut dengan Electronic Commerce (*E-Commerce*) Maulana et al. (2015). Penggunaan website untuk E-Commerce menjadi ladang pengembangan usaha bagi pengusaha melakukan aktifitas penjualan, pelayanan konsumen, serta pengenalan produk secara konsisten, Guven (2020). Adapun manfaat adanya E-Commers menurut Commeta (2016) bagi konsumen (1) Pemilihan barang lebih efektif, layanan yang diberikan tidak terbatas selama 24 jam, konsumen dapat melakukan transaksi. (2) Penggunaan jasa kurir lebih efisien dalam mobilitas yang padat, dengan biaya yang jauh lebih hemat dari melakukannya secara mandiri. (3) Konsumen dapat lebih selektif dalam membeli produk tanpa jangkauan wilayah.

Beragam manfaat yang diterima konsumen melalui penggunaan E-Commers membuat banyak pengusaha turut mengambil bagian mengembangkannya. Adapun manfaat penerapan E-Commers bagi para pengusaha, Maulana et al, (2015), pertama pengembangan bisnis tidak terbatas pada wilayah, dan negara. Kedua, biaya operasional, waktu pemrosesan dan resiko kecacatan produk

dapat diantisipasi seminimal mungkin. Ketiga, lebih ramah lingkungan tanpa penggunaan kertas, dalam berbagai aktifitas pelaksanaannya dari mendesain, memproduksi, pengiriman, pendistribusian, hingga marketing. Adanya layanan konstumisasi dimana pembeli dapat menentukan modifikasi sesuai keinginan konsumen. Keempat, bisnis dapat berjalan tanpa terbatas waktu, sebab dapat dijalankan secara online. Kelima, persaingan pasar lebih terbuka dan transparan memungkinkan pengusaha bekerja dengan kreatif.

Maraknya pengusaha yang beralih dari toko offline menjadi toko online, membuka peluang bagi jasa perantara yang dikenal dengan layanan marketing dropship. Kemajemukan pola sistem dalam E-Commers pada bisnis online, membuat pengusaha dropship sangat dibutuhkan. Aktifitas dropship dikenal dengan dropshipping, memungkinkan penjualan barang pada pelanggan hanya bermodalkan foto dari supplier dan menjual kembali dengan harga yang telah ditentukan dropshipper atau berdasarkan kesepakatan harga bersama antara supplier dengan dropshipper.

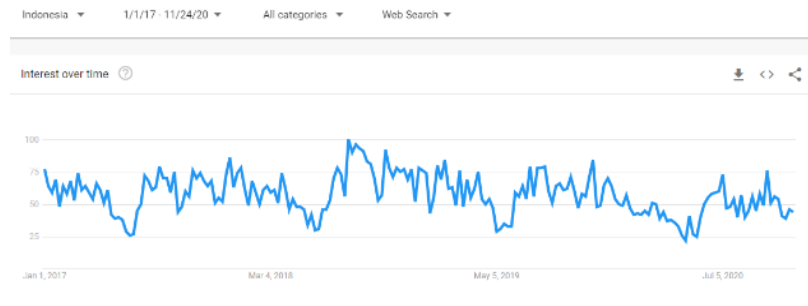
Usaha dropship memiliki kelebihan yang layak untuk dikembangkan, Masyhudi (2021) diantaranya penggunaan modal yang relatif kecil, pengadaan barang relatif lebih efisien, kemudahan dalam pengecekan barang, variasi produk yang ditawarkan lebih banyak, dan tidak terbatas pada lokasi dan waktu kerja, sehingga lebih fleksible. Terjadinya perluasan bisnis yang menguntungkan produsen mempersingkat jalur distribusi ke konsumen. Resiko persaingan seperti kesamaan produk, harga, tampilan produk dan keyword yang dibawa para dropshipper seragam. Sehingga perlu strategi dalam menjalankannya sebab banyaknya kompetitor yang menarik.

Menciptakan pasar potensial, dibutuhkan strategi yang mumpuni. Strategi meriset produk, Sulianta (2014) setiap dropshipper berbeda, skill yang expert, mampu membawa potensi berhasil lebih besar. Skill meriset produk yang benar dan baik, berdampak pada penjualan produk akan cenderung ever green. Seorang expert, dalam Negara (2016) ialah orang yang sudah bisa melampaui 10.000 jam kerja. Para expert, mampu mengelola kata kunci potensial dalam marketplace pada search engine, ini berpengaruh hingga 50% terjadinya penjualan produk. Bisnis ini sangat mudah berubah, maka perlu ketekunan melakukan kalibrasi bisnis setiap waktu.

Penelitian ini dilakukan pada Toko Nasalnasstore sejak akhir tahun 2017. Nasalnasstore, dirintis pada marketplace Shopee yang dapat diakses melalui googleplay disetiap ponsel pintar. Berdasarkan hasil riset pasar, Nasalansstore memilih fokus pada sepatu olahraga. Permintaan sepatu olahraga cenderung stabil, termasuk katagori yang mudah dipelajari, dan telah melalui quality control.

Data Riset yang dilakukan terhadap penjualan sepatu dilansir dari data analisa Kementerian Industri (2020) terjadi kenaikan volume ekspor industri sepatu. Volume ekspor sepatu olahraga mengalami kenaikan sebesar 7,339 (yoy), dan nilai eksportnya naik sebesar 6,614 (yoy). Didukung adanya data dari google trend mengenai volume pencarian sepatu olahraga.

Gambar 1.1 Pencairan Sepatu Olahraga Pencarian Sepatu Olahraga dari Januari 2017 – November 2020



Sumber: <https://trends.google.co.id/trends/explore?q=sepatu%20olahraga&geo=ID>

Toko Nasalnasstore berlokasi di Jakarta Pusat dan beroperasi di lokasi strategis Jakarta. Produk yang dipasarkan oleh Nasalnasstore adalah sepatu menengah dengan kisaran harga Rp150.000–Rp 300.000. Beberapa brand antara lain Eagle, Spotec, dan Connec. Selain online, juga melayani transaksi COD (*Cash On Delivery*). Keunggulan dari Toko ini adalah mampu melayani keinginan pelanggan yang tidak ada dipasaran, seperti ukuran tertentu, warna dan merk tertentu dengan harga yang bersaing.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Business Plan merupakan perencanaan yang memuat tujuan atau goals, yang harus dicapai, bagaimana memastikan tercapainya tujuan serta roadmap jelas mengenai kemungkinan terjadinya tantangan dan rintangan dimasa mendatang, Kotler, et al (2017)

Dropship merupakan suatu metode pemasaran dimana penjual tidak melaksanakan penyimpanan benda buat melaksanakan kegiatan penjualan (Maulana, et. al 2015)

Efektif dan efisien dapat menggunakan sumber daya yang minim dalam mencapai tujuan Kingnort, (2009)

Aspek Pemasaran Nasalnasstore

Pemasaran adalah cara mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Konsep pemasaran mengutamakan pencapaian tujuan organisasional dalam menentukan kebutuhan, keinginan pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara efektif dan efisien dari yang dilakukan oleh pesaing. Aspek pemasaran dibagi menjadi dua yaitu

1. Permintaan

Dimasa covid 19 permintaan pasar dipengaruhi dengan pendapatan dan budaya baru masyarakat dalam memilih barang. Budaya baru masyarakat dalam memilih barang disesuaikan dengan prioritas

kebutuhan hidup. Hal ini sejalan dengan apa yang dilaporkan. Tentu dengan adanya perilaku tersebut membuat jenis barang tertentu mengalami ketidakstabilan dalam hal permintaan. Begitu pula yang terjadi pada Nasalnasstore

Menurut pengamatan yang ada dilapangan produk berjenis *fashion* dengan range harga Rp 150.000,00 per produk kebawah lebih sulit untuk ditawarkan ketimbang produk *fashion* yang mempunyai harga 200-400 ribu per produk. Kejadian ini berlangsung selama 6 bulan terakhir. Sehingga dari pengamatan tersebut Nasalnasstore mulai berpindah segemen dalam memilih konsumen yang mau dan mampu dalam membeli barang *fashion* utamanya sepatu di range 200-400 ribuan per produk. Dimasa yang akan datang Nasalnasstore memproyeksikan akan ada perubahan di bidang permintaan, hal ini disebabkan oleh adanya pola perubahan perilaku masyarakat dimasa pandemi yang sudah satu tahun melanda. Perubahan-perubahan ini tentu mendorong sebuah trend *fashion* baru yang kemungkinan bisa muncul kapan saja.

2. Penawaran

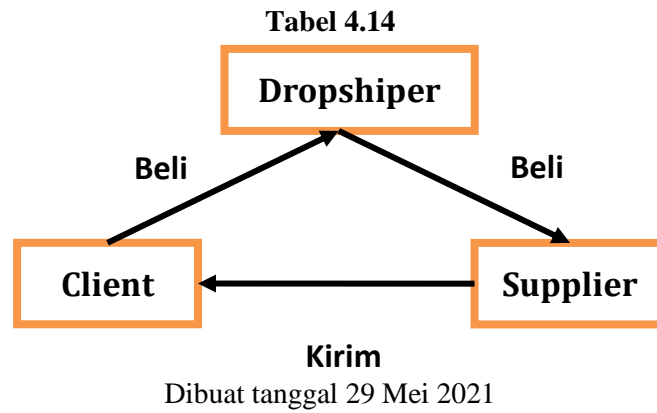
Menurut data dari kemenperin.go.id pada saat covid 19 melanda, investasi dikategori alas kaki nasional justru mengalami peningkatan, melonjak 25,70% menjadi Rp 2,81 triliun sepanjang Januari-September 2020 dibanding periode sama tahun lalu Rp 2,23 triliun. Tentu dengan adanya investasi ini menandakan adanya peningkatan penawaran yang besar pada masa pandemi covid 19.

Penawaran yang dilakukan nasalnasstore sangat bergantung dengan trend permintaan yang ada hal ini karena produk yang dijual oleh nasalnasstore merupakan produk *fashion* yang mana akan sering berganti mengikuti trend *fashion* atau situasi yang ada. Sehingga proses pergantian barang di toko nasalnasstore bisa dibilang cepat setiap 1 bulan nasalnasstore mencoba meriset ulang potensi dari pasar dan mencoba untuk menawarkan barang kepada konsumen sesuai dengan perubahan trend yang ada yang ada. Hal ini kami sebut dengan istilah (*fast fashion*) dimana produk *fashion* yang ada ditoko sengaja diset dengan jumlah yang sedikit dan model yang beragam hal ini dilakukan untuk menyesuaikan dengan kondisi pasar yang beragam dan mengangkat eksklusifitas barang dalam toko, hal ini sesuai dengan strategi yang digunakan ZARA dalam melakukan manajemen penawaran, Sitaro (2020). Hal ini sangatlah menguntungkan bagi nasalnasstore mengingat operasionalnya tidak melakukan stok barang. Sehingga walaupun trend *fashion* berganti setiap bulan nasalnasstore tetap akan bisa menawarkan barang yang uptodate kepada konsumen, karena nasalnasstore tidak mengeluarkan modal untuk melakukan stok update barang-barang baru

Aspek operasional Nasalnasstore

Bisnis dropship yang dikembangkan oleh Nasalnasstore merupakan bisnis yang bergantung pada suplier, adapun barang yang dijual merupakan sepatu *sport fashion* baik untuk kalangan pria ataupun wanita. Adapun barang yang ada di Nasalnasstore 100% berasal dari mitra (*supplier*) dimana posisi Nasalnasstore sebagai makelar. Jika ada penjualan maka barang akan dipesankan langsung dari supplier dan supplier akan mengirimkan langsung barang ke pembeli atas nama toko dropshiper

Adapun gambar yang bisa digunakan untuk menjelaskan pola penjualan Nasalnas store berada pada gambar 4.14.



Aspek Keuangan

Kebutuhan dana untuk melakukan bisnis dropship meliputi biaya investasi awal sebesar Rp 10.000.000 dan biaya modal operasional pertahun Rp 191.499.821 Dana Investasi serta modal kerja tersebut bersumber dari dana milik pribadi 100%. Pembiayaan diatas merupakan pembiayaan yang digunakan oleh pemilik (*owner*) adapun beberapa peralatan seperti komputer, hp dan peralatan karyawan lainnya dibebankan kepada masing-masing karyawan. Adapun sewa tempat yang ada dalam anggaran merupakan rumah kos biasa berkapasitas 1-2 orang. Adapun karyawan bekerja ditempat masing-masing.

Adapun rincian proporsi dana investasi dan modal kerja berjangka waktu 1 tahun pembiayaan untuk investasi selama satu tahun merujuk pada tabel 4.6

Tabel 4.7
Kebutuhan Dana untuk Investasi dan Modal Kerja

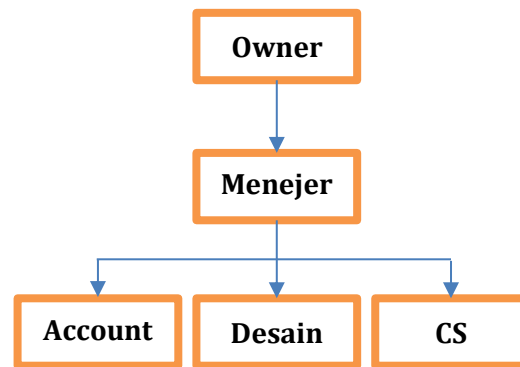
No	Rincian Biaya Proyek	Total Biaya (Rp)
I	Kebutuhan Modal Investasi	
	a. Pembiayaan	0
	b. Dana sendiri	10.000.000
II	Kebutuhan Modal Kerja 1 Tahun	
	a. Modal awal	75.000.000
	b. Kebutuhan operasional	191.499.821
	Jumlah	266.499.821
	Total Biaya proyek pertahun	276.499.821
III	Total dana proyek yang bersumber dari	
	a. Pembiayaan kredit	0
	b. Dana sendiri	

Dibuat pada 31 Mei 2021

Aspek Sumber Daya Manusia Nasalnasstore

Dalam mengembangkan bisnis nasalsstore bisa dikatakan cukup efisien dalam pengelolaan SDM. Hal ini dikarenakan beberapa pekerjaan yang ada, telah dibantu dengan menggunakan *tools* atau *software*. Pekerjaan yang bisa dibantu dengan menggunakan software antara lain : pengadaan produk baru di toko, cek stok barang, pengamatan *bid* iklan, dan riset kata kunci iklan. Sedangkan yang tidak bisa dilakukan secara otomatis dengan *software*, dalam menjalankan aktifitasnya, nasalsstore dibantu oleh pihak ketiga seperti mitra yang sekaligus penyedia barang bagi toko nasalsstore. Sehingga secara organisasional internal nasalsstore dilakukan oleh penulis sebagai pelaku bisnis dibantu oleh 4 orang kedepannya. Adapun 4 orang tersebut memiliki struktur organisasi yang dijelaskan pada gambar dibawah ini:

Gambar 4.17 Rencana pengembangan SDM



Dibuat pada 27 april 2021

Aspek Legalitas Bisnis Nasalsstore

Perdagangan ataupun transaksi elektronik merupakan aspek perjanjian yang seharusnya memiliki payung hukum. Terjadinya transaksi elektronik merupakan hasil dari kesepakatan antara penjual dan pembeli dalam bertransaksi. Dikutip dari Cahyo dan Nashuha (2018), bahwa perjanjian perdata akan legal jika memenuhi ketentuan pasal 1320 KUH Perdata, yaitu Pertama sepakat bagi mereka yang mengikatkan dirinya. Sedangkan dalam pasal 1321 KUH kata sepakat tidak didasarkan atas kemauan bebas atau tidak sempurna bila mengandung kekhilafan, paksaan, dan penipuan. Kedua, kecapan untuk membuat suatu perikatan. Kemudian, pasal 1329 KUH Perdata menyatakan bahwa setiap orang adalah cakap membuat perjanjian kecuali apabila menurut UU dinyatakan tidak cakap.

Legalitas transaksi elektronik, UU No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik atau UUIE. Pasal 1 ayat 2 UUIE menyebutkan, transaksi elektronik merupakan perbuatan hukum yang dilakukan menggunakan komputer, jaringan komputer atau media elektronik lainnya. Maka, usaha dropshipping termasuk transaksi elektronik yang sah dilindungi hukum. Selain itu terdapat aspek pajak transaksi online yang diberlakukan PMK No 210/PMK/010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik. Adapun bagi para dropshiper biasanya pajak dikenakan kepada setiap seller yang dibebankan pada produk yang terjual dan ditulis sebagai biaya administrasi, seringkali diberlakukan pada produk memiliki SNI dan produk import.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dirujuk dari Denzin dan Lincoln (2017), penelitian kualitatif menggunakan latar alamiah dengan menafsirkan fenomena yang terjadi. Lebih lanjut, menurut Anggito dan Setiawan (2018), jenis penelitian berupaya ditemukan dan digambarkan secara naratif mulai dari kegiatan hingga hasil dari kegiatan ini.

Tehnik dari metode-metode tertentu, diterapkan dalam konteks lebih khusus, untuk menentukan dan menafsirkan data, Dunn (2017), Denzin dan Lincoln (2017). Adapun metode yang digunakan, metode dokumentasi, metode observasi, dan metode analisa permasalahan.

Hasil Penelitian

Toko Nasalnasstore telah berupaya menjamin konsumen dengan mengedepankan QC (*Quality Control*). Pada analisa lingkungan didapatkan, kebutuhan masyarakat yang akan sepatu, dengan cara pembelian tanpa mengunjungi gerai. Akibat penyebaran wabah Virus Corona, penjualan menggunakan media sosial sangat dibutuhkan.

Pada Analisa Pasar dan Pemasaran, Permintaan akan item sepatu khususnya produk sport dan fashion, berada di titik stabil cenderung meningkat. Berdasarkan evaluasi selama 6 bulan, penjualan khusus Fashion, di range harga Rp. 150.000 di toko Nasalnasstore, mengalami penurunan penjualan. Tetapi item penjualan meningkat berada di range harga Rp. 200.000- 400.000. Hal tersebut berbanding lurus dengan kualitas dan kenyamanan yang ditawarkan produk. Perubahan perilaku pasar menunjukkan range harga lebih tinggi, dari bulan Mei ke Juni meningkat sebesar 19x penjualan, berlipat pada bulan September 2020 sebanyak 57x. Oleh sebab itu, pihak manajemen Toko Nasalnasstore merubah segmentasi pasar di pangsa pasar lebih tinggi.

Persaingan yang dialami oleh Nasalnasstore merupakan persaingan yang ketat dengan tiga kompetitor yang juga mumpuni. Namun, layanan (*fast respon*) yang diberikan menjadi program unggulan, penggunaan bid iklan, membantu sebagai sarana Scale Up. Pada banyak tehnik yang telah dipaparkan, Nasalnasstore cenderung memilih konsep strategi Blue Ocean, melalui target pangsa yang tepat. Dapat dilihat dari tabel:

Tabel. 1 Persaingan kompetitor

	Nasalnas store	Reiko	Prima sport	Arcadia
Stok	Tidak ada	Ada	Ada	Ada
Fast Respon	Ya	Ya	Tidak	Tidak
Optimasi	Ya	Belum optimal	Belum optimal	Belum optimal

Dibuat pada 27 april 2021

Strategi pemasaran, Nasalnasstore lebih mengutamakan jalur pemasaran B2C, dimana lebih

mengedepankan langsung berinteraksi dengan konsumen (*end user*). Keuntungannya dapat mengetahui respon pembeli secara langsung. Kendala pemasaran yang terjadi, pada beberapa barang tertentu yang tidak mampu disediakan supplier, padahal telah kehilangan modal melakukan branding iklan, optimasi, dan sebagainya. Selain itu, transisi perilaku pasar seringkali berubah membuat riset ulang, dilakukan secara berkala dan cepat.

Toko Nasalnasstore yang terletak di wilayah strtaegis Jakarta, sebagai set toko dropship, sedangkan pengelola bisnis berada di Rembang, Jawa Tengah. Lokasi Jakarta dipilih, karena memudahkan Nasalnasstore mencari supplier sepatu merek tertentu dengan kualitas bagus dan harga terjangkau. Kedepannya, Nasalnasstore akan mengembangkan kantor resmi di Rembang, sebagai pusat dari kantor Dropship Jakarta.

Aktifitas operasional di Nasalnasstore, terdapat empat tahapan proses operasional antara lain : penyiapan fasilitas operasional, melakukan riset produk dan pasar, ketiga melakukan perizinan kepada pemilik barang, keempat melakukan scraping produk guna menempatkan di toko nasalnasstore dan keperluan broading iklan.

Tabel 2 Fasilitas Operasional

No	Nama	Satuan
1.	Laptop Spesifikasi: i3 gen 7, Ram 12 gb, SSD Evo Samsung 1 Tb, 2 gb VGA NVIDIA Geforce 920mx	1 unit
2.	Software Dropshipkit, shopeesy, microsof office dan shope fans	1 tahun
3.	Handphone: Spesifikasi: Snapdron 712, Ram 4 gb	1 Unit
4.	Internet Wifi Id 1 Bulan	/Bulan
5.	Listrik; 450 VA	/Bulan
6.	Tempat: Rumah Pribadi	Unit
7.	Akun shope (Verified)	1 unit

Dibuat pada 27 Juni 2021

Berdasarkan Riset yang terdapat dipasar, salah satu item Nasalnasstore yang menjadi best seller antara lain produk sepatu lari merk Eagle.

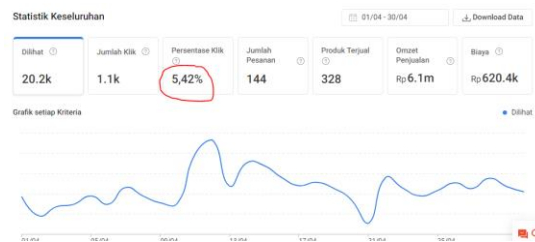
Gambar 1. Best Seller Nasalnasstore



Sumber: <https://shopee.co.id/> (diunduh 21 Juni 2021)

Penggunaan tehnik Scraping yang baik, akan membuat tampilan produk bagus. Tehnik ini langsung berfokus pada bentuk real produk. Setelah itu, manajemen Nasalnasstore mengupload di shopee, setelah satu hari bila iklan berjalan dengan baik, akan muncul tingkat CTR minilam 1%. Bila best Seller, maka akan muncul di pencarian utama shopee. Artinya terjadi penjualan beberapa kali setelah terjadi penanyangan iklan.

Gambar 2. Statistik Keseluruhan 24 Maret 2021



Sumber:

<https://seller.shopee.co.id/portal/marketing/pas/assembly?from=1627750800&to=1630256399&type=all&group=custom&offset=1000> (diunduh 21 July 2021)

Tenaga Kerja yang terlibat pada operasional Nasalnasstore direncanakan sebanyak 4 orang masing-masing sebagai Owner, Kepala Proyek, Costumer Service, Operational SEM, Copy writing dan SEO. Rata-rata gaji 3juta/bulan dengan jam kerja 8 jam per hari. Untuk meningkatkan mutu dan pelayanan, sering diadakan upgrading, seperti pelatihan workshop online dan mengikuti ecours.

Biaya Investasi awal yang diberikan, Rp. 10.000.000,- dengan perincian, modal untuk laptop 64%, Handphone 30%, investasi perlengkapan software sebesar 6%. Biaya operasional untuk tahun pertama sebesar Rp.15.955.000,- dengan perincian, Sewa gedung / bulan sebesar Rp.500.000,-, gaji pegawai sebanyak 4 orang Rp. 12.000.000. Total pembiayaan tetap, Rp. 12.500.000,- Adapun biaya variabel yang dikeluarkan, setiap bulan dengan rincian, (1) wifi id/bulan (Rp. 50.000,-) (2) Listrik 450 VA (Rp. 30.000), (3) Biaya pemasaran per bulan (Rp. 250.000), (4) Biaya administrasi umum per bulan (Rp. 3.125.000), dengan total biaya per-bulan (Rp.15.955.000). Maka secara keseluruhan selama satu tahun, biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 276,499,821.

Proyeksi pendapatan, dengan mengasumsikan penjualan dalam setahun 500 unit, terdiri dari 250 unit sepatu pria, dan 250 unit sepatu wanita bersal dari Makloon. Berdasarkan perhitungan harga jual Rp. 250.000 perpasang, usaha dropship menghasilkan Rp. 125.000.000 perbulan dengan keuntungan bersih Rp. 31.880.000. Jika diproyeksikan selama selama 5 tahun maka bisnis dropship ini akan menghasilkan keuntungan. Rp 4.920.117.963. Berikut disajikan rata-rata pendapatan. Dibawah ini adalah rata-rata proyeksi selama 5 tahun.

Tabel 5. Proyeksi Rata-rata Pendapatan dan Laba Rugi

Uraian	Nilai (Rp)
Laba per tahun (Rp)	1.197.517.245

Profit Margin	44%
BEP Rupiah (Rp)	1.308.735.970
BEP Unit	5235

Dibuat pada 27 april 2021

Pada proyeksi laba rugi usaha dan BEP, dalam jangka waktu lima tahun memiliki profit sales 44 % dari nilai total penjualan. Asumsi yang digunakan dalam rentang januari sampai Desember. Selama 5 tahun diproyeksikan telah terjadi pergeseran jumlah penjualan dan beban operasional.

Aliran kas (*cash flow*), dua arah yaitu *cash inflow* dan *cash outflow* yang diperoleh menghasilkan aset tetap sebesar Rp. 8.450.000 pada tahun pertama dan Rp 0 pada akhir tahun ke lima. Pada aspek rasio keuangannya bisnis dropship ini menggunakan empat rasio keuangan *Payback Periode*, NPV, IRR, BCR serta terdapat analisa sensitivitas. Keseluruhannya dijelaskan sebagai berikut ini:

Payback Periode

$$PBP = \frac{\text{Investasi awal}}{\text{Penerimaan Periode}} \times 1 \text{ tahun}$$

$$PBP = \frac{\text{Rp } 276.499.821}{\text{Rp } 13.394.880.000} \times 1 \text{ tahun}$$

$$PBP = 1 \text{ tahun } 2 \text{ Bulan}$$

Net Present Value (NPV)

$$NPV = \sum_{t=1}^T \frac{C_t}{(1+r)^t} - C_0$$

$$NPV = \sum_{f=1}^1 \frac{\text{Rp } 6.887.283.294}{(1+0,05)^5} - \text{Rp } 276.499.821$$

$$NPV = \text{Rp } 1.662.969.333$$

Jadi dari perhitungan NPV selama lima tahun didapatkan Nasalnasstore bernilai positif, hal ini mengartikan bahwa bisnis dropship layak untuk dilanjutkan.

Internal Rate of Return (IRR)

Perhitungan IRR dari bisnis dropship ini sebesar 84.45%. DF pada bisnis ini adalah 5%. Dari sini bisa diartikan bahwa IRR dari bisnis dropship > 5%. Hal ini menjelaskan bahwa investasi layak untuk dilanjutkan.

Benefit Cost Ratio (BCR)

Ukuran perbandingan antara pendapatan dengan total biaya produksi, jika BCR nilainya >1% maka bisnis tersebut dikatakan layak, demikian sebaliknya. Nasalnasstore selama 5 tahun memiliki nilai BCR 2,01, menjelaskan bisnis Nasalnasstore dikatakan layak untuk dilanjutkan.

Analisis Sensitivitas

Analisis ini digunakan untuk menggambarkan proyeksi jika ada perubahan variabel yang bersifat sensitif. Seperti perubahan nilai dari Payback Period (PBP), NPV, IRR, dan B/C yang terjadi karena pengaruh biaya.

Penggunaan periode proyek selama 5 tahunan dari tahun 2020-2024 dengan asumsi pertama penjualan mengalami penurunan 15%, asumsi ke dua adanya peningkatan biaya operasional 15% dan asumsi ke tiga terjadinya penurunan penjualan 10% dan terjadi kenaikan biaya operasional 8%. Sehingga dengan adanya hal tersebut menyebabkan perubahan perhitungan dari segi PBP, NPV, IRR, dan BCR

Tabel 6. Asumsi Perubahan variabel

Jenis Akun	Normal	Kondisi 1	Kondisi 2	Kondisi 3
PBP	1 Tahun 2 Bulan	1 Tahun 1,7 bulan	1 Tahun 1,8 Bulan	1 tahun 1,77 bulan
NPV	Rp 1,662,969,333	Rp 822,544,510	Rp 1,034,737,621	Rp 850,791,096
IRR	84.45%	46%	48.52%	47.40%
BCR	2.01	1.00	1.04	1.03

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Dari data proyeksi analisis sensitivitas diatas dapat diambil kesimpulan bahwa jika terjadi kondisi pertama yaitu penurunan penjualan sebesar 15%, maka akan terjadi situasi bahwa PBP akan mundur menjadi 1 tahun 1,7 bulan. PBP akan menurun mengalami pemunduran jika terjadi kenaikan biaya operasional sebesar 15% maka PBP bisnis dropship ini akan mengalami perubahan sebesar 1 tahun 1,8 bulan dan apabila terjadi kondisi ke tiga terjadinya penurunan 10% dan kenaikan biaya operasional 8% maka bisnis dropship akan mengalami perubahan PBP menjadi 1 tahun 1,77 bulan.

NPV bisnis dropship nasalsastore pada kondisi normal, sensitivitas 1, sensitivitas 2 dan sensitivitas 3. Terlihat bahwa NPV masih positif diberbagai kondisi hal ini menandakan bahwa bisnis dropship nasalsastore layak. Sedangkan IRR diberbagai kondisi tersebut juga masih menunjukkan masih diatas standar kriteria *diskon factor* yang ditentukan yaitu sebesar 5%. Hal ini terlihat pada ke tiga kondisi baik pada kondisi normal sensitivitas 1, sensitivitas 2, sensitivitas 3

Rasio BCR pada kondisi normal = 2.01, sensitivitas 1= 1, sensitivitas 2=1.04, sensitivitas 3 = 1.03 yang mana hal ini terlihat bahwa BCR diatas dari standart minimum >1. Hal ini mengartikan bahwa bisnis dropship diproyeksikan akan tetap bertahan jika terjadi situasi kondisi tersebut. Kesimpulannya apabila dilihat dari aspek NPV, IRR, BCR dari 3 kondisi yang ditentukan bisa dikatakan layak untuk dijalankan hal ini dikarenakan semua aspek rasio yang ada melebihi standart rasio yang ada.

KESIMPULAN

1. Bisnis dropship Nasalnasstore apabila ditinjau dari aspek pemasaran layak untuk dilanjutkan karena sudah ada ekosistem baik dari ruang lingkup pasar maupun pemasarannya.
2. Bisnis dropship Nasalnasstore apabila ditinjau dari aspek operasional layak untuk dilanjutkan karena sudah ada sistem operasional yang bisa dijalankan.
3. Bisnis dropship Nasalnasstore apabila ditinjau dari aspek keuangan layak untuk dilanjutkan karena telah memenuhi standar kelayakan pada rasio keuangan seperti NPV, IRR, PBP, dan BCR
4. Bisnis dropship Nasalnasstore apabila ditinjau dari aspek sumber daya manusia layak untuk dilanjutkan karena telah ada sistem yang mengatur SDM dalam organisasi.
5. Bisnis dropship Nasalnasstore apabila ditinjau dari aspek legalitas layak untuk dilanjutkan karena telah memenuhi aspek legal yang ada untuk menjalankan bisnis.

REFERENSI

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Arafah, W. (2018). Marketing strategy for renewable energy development in Indonesia context today.
- Aziz, T. A., Maarif, M. S., & Sukmawati, A. (2017). Pengaruh rekrutmen dan seleksi terhadap kinerja. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, 3(2), 246-246.
- Batkovskiy, A. M., Semenova, E. G., Trofimets, V. Y., Trofimets, E. N., & Fomina, A. V. (2017). Statistical simulation of the break-even point in the margin analysis of the company. *Journal of Applied Economic Sciences, Romania: European Research Centre of Managerial Studies in Business Administration*, 12(2), 558.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2021). *Fundamentals of financial management*. Cengage Learning.
- Commeta. (2016). Manfaat dan Keuntungan Menggunakan e-commerce. <http://commeta.co.id/manfaat-dan-keuntungan-menggunakan-e-commerce/>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2017). *The Sage handbook of qualitative research*. Sage publications.
- Dunn, W. N. (2017). *Pengantar analisis kebijakan publik*.
- Elizabeth, E., Hasbi, H., & Tunggal, T. (2021). *Analisis Kebutuhan Alat dan Mesin Pertanian serta Biaya Investasi Guna Meningkatkan Produksi Padi Di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur Provinsi Sumatera Selatan* [Sriwijaya University].
- Fauzia, I. Y. (2015). Akad Wakāf lah Dan Samsarah Sebagai Solusi Atas Klaim Keharaman Dropship Dalam Jual Beli Online. *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman*, 9(2), 323-343.
- Güven, H. (2020). Industry 4.0 and Marketing 4.0: In Perspective of Digitalization and E-Commerce. In *Agile Business Leadership Methods for Industry 4.0*. Emerald Publishing Limited.
- Ivanov, D., Tsipoulanidis, A., & Schönberger, J. (2017). Global supply chain and operations management. *A decision-oriented introduction to the creation of value*, 2.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0. Moving from Traditional to Digital*,

Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, 32.

- Masyhudi, H. (2021). Sistem Dropship Dalam Bisnis On Line Dan Solusinya Dalam Hukum Islam. *MIYAH: Jurnal Studi Islam*, 16(2), 302-317.
- Negara, C. P. (2016). Kekuatan FOKUS!! Hukum 10000 Jam. *successbefore30*.
<https://successbefore30.co.id/kekuatan-fokus-hukum-10000-jam/>
- Nguema, J.-N. B. B., Bi, G., Akenroye, T. O., & El Baz, J. (2021). The effects of supply chain finance on organizational performance: a moderated and mediated model. *Supply Chain Management: an International Journal*.
- Prabowo, B., Priyono, E. A., & Hendrawati, D. (2016). Tanggung Jawab Dropshiper Dalam Transaksi E-Commerce Dengan Cara Dropship Ditinjau Dari Undang–Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Diponegoro Law Journal*, 5(3), 1-14.
- Putra, I. M. (2017). Pengantar Akuntansi. *Yogyakarta: Quadrant*.
- Saleh, K. (2020). Analisis Kelayakan Finansial Pengembangan Usahatani Labu Madu Di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 8(2), 131-141.
- Sholeh, M. (2017). Permintaan dan Penawaran Tenaga Kerja Serta Upah: Teori Serta Beberapa Potretnya di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 4(1).
- Sri, M., & Ahmad, Y. (2017). Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 181-197.
- Statistika, B. P. (2020). *Statistik E-commerce 2020*
<https://www.bps.go.id/publication/2020/12/24/2548417ddc6dab8247553124/statistik-e-commerce-2020.html>
- Zhang, Y., Ren, S., Liu, Y., Sakao, T., & Huisingh, D. (2017). A framework for Big Data driven product lifecycle management. *Journal of Cleaner Production*, 159, 229-240.