

Studi Kelayakan Bisnis *Show Room* Sepeda Motor Bekas

Heri Wibowo

Jurusan Teknik Industri Universitas Malahayati
Jl. Pramuka No 27 Kemiling Bandar Lampung 35153 Indonesia
Email : heriwibowo_ti@yahoo.co.id

Abstract. Motorcycle showroom is a business that can generate high profits. With the development of various businesses in the district of Tulang Bawang Barat, the Tumijajar is one area where demand is high motorcycle. Plus the nature of a consumer society in which they always want things quickly. The first stage in the evaluation of the feasibility of a motorcycle showroom business is by way of collecting data is data the total population, the number of motorcycles and operating revenues followed by the business feasibility of processing methods Payback Period, Net Present Value and Internal Rate of Return and further by analyzing strengths, weaknesses, opportunities and threats through a SWOT analysis. The results showed that an investment of Rp 250.000.000 which is running on a motorcycle showroom victorious run properly primed with payback period of 1 year 4 months Present Net Value of Rp 565.491.999, and the value of Internal Rate of Return of 83% and the concept of the marketing mix of the company has several factors that affect the strength, weaknesses, opportunities and threats. Where the company's position in the Progressive position or positions that signifies a strong organization and opportunity. In other words, the organization in good shape and steady so it is possible to continue to expand, increase growth and achieve maximum progress. The Company has the right concept marketing mix but still need to fix some weaknesses of the company and to avoid or defend against the threat of the company by developing the concept of the existing mix.

Keywords: *Payback Period, NPV, IRR, SWOT analysis*

1. Pendahuluan

Keberadaan sarana transportasi terutama sepeda motor, merupakan kebutuhan yang telah dapat dikelompokkan ke dalam kebutuhan primer. Manfaat langsung yang dirasakan ialah mempermudah dan mempercepat setiap kegiatan, sehingga lebih efisien baik dari segi waktu, tenaga dan biaya. Kepemilikan sepeda motor bukan lagi barang yang mewah sehingga setiap orang dirasa perlu memiliki. Akan tetapi, bila tingkat ekonominya baik tidak akan menjadi persoalan, sebaliknya bagi yang tingkat ekonominya terbatas, alternatif yang dapat ditempuh dengan memilih sepeda motor bekas dengan pertimbangan-pertimbangan sebelumnya. Keberadaan sepeda motor menjadi bagian yang sangat membantu bagi masyarakat, terutama masyarakat menengah ke bawah, sehingga mereka bisa memperoleh sepeda motor bekas tetapi kondisinya masih sangat baik. Dalam merencanakan usaha *showroom* sepeda motor bekas, hal yang paling penting untuk memiliki usaha ini ialah modal atau keuangan. Kebanyakan orang enggan berinvestasi karena takut mengalami kerugian, itulah sebabnya mengapa penelitian ini lebih menekankan pada aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen serta aspek keuangan agar pihak investor mengetahui bahwa mendirikan *showroom* sepeda motor bekas merupakan usaha yang mampu menghasilkan keuntungan yang tinggi.

2. Kajian Pustaka

Menurut Suad Husnan dan Suwarsono (2007 : 4), studi kelayakan adalah penelitian awal yang harus dilakukan dengan penuh perhitungan dan perencanaan yang matang untuk menilai investasi yang ditanamkan dalam proyek tertentu. Disini dapat diketahui apakah proyek tersebut layak atau tidak untuk dilaksanakan. Tujuan diadakannya studi kelayakan adalah untuk menghindari keterlanjuran

penanaman modal yang terlalu besar untuk kegiatan yang ternyata tidak menguntungkan (Suad Husnan dan Suwarsono: 2007 : 6). Pada umumnya sebelum mengambil keputusan investasi ada banyak unsur tahapan yang perlu dipersiapkan. Unsur-unsur tersebut terdiri dari 3 tahapan, dimana tiap tahapan merupakan rangkaian yang harus ditunjang dengan sejumlah analisis sehingga dapat diperoleh sejumlah data sebagai dasar pengambilan keputusan apakah suatu proyek jadi dilaksanakan atau tidak.

1. Tahap Pengenalan

Dalam tahap pengenalan akan ditentukan tujuan utama dari investasi yang ditanamkan, antara lain apakah memperbesar kapasitas produksi, diversifikasi produksi dan memproduksi barang yang baru.

2. Tahap Seleksi Pendahuluan

Setelah mengetahui tujuan dari tahap pengenalan di atas, langkah selanjutnya melakukan seleksi pendahuluan untuk memberi jawaban hal-hal apakah yang menghambat rencana investasi sehingga tidak bisa dilanjutkan atau sebaliknya, misalnya : dimana letak sumber bahan baku diperoleh, masalah transportasi, apakah perlu ahli khusus dan sejauh mana proyek yang akan dikerjakan mempunyai kemungkinan berkembang.

3. Tahap Pengujian

Dalam tahap pengujian ini studi kelayakan ditentukan pada aspek-aspek yang memerlukan analisis yang lebih mendalam, aspek-aspek tersebut antara lain adalah aspek pemasaran, aspek manajemen, aspek teknis dan aspek keuangan.

Dalam aspek keuangan, terdapat beberapa metode yang dipergunakan untuk mengukur kelayakan bisnis, diantaranya :

1. Metode *Payback Period*

Payback Period adalah suatu periode yang diperlukan untuk dapat menutup kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan “*proceed*” atau aliran kas netto. Dengan demikian *payback period* dari suatu investasi menggambarkan panjangnya waktu yang diperlukan agar dana yang tertanam pada suatu investasi dapat diperoleh kembali seluruhnya (Riyanto : 2006 :116).

$$\text{Payback period (dalam tahun)} = \frac{\text{investasi}}{\text{Proceed tahunan}}$$

2. Metode *Net Present Value*

Metode ini menghitung selisih antara nilai investasi sekarang dengan nilai penerimaan-penerimaan kas bersih (operasional maupun *terminal cash flow*) di masa yang akan datang. Untuk menghitung nilai sekarang tersebut perlu ditentukan terlebih dahulu tingkat bunga yang dianggap sesuai. Pada dasarnya tingkat bunga tersebut adalah tingkat bunga pada saat dianggap keputusan investasi masih terpisah dari keputusan pembelanjaan maupun ataupun waktu dikaitkannya keputusan investasi dengan keputusan pembelanjaan. Keterkaitan hanya dipengaruhi tingkat bunga bukan aliran kas, apabila nilai sekarang penerimaan kas bersih dimasa yang akan datang lebih besar pada nilai sekarang investasi, maka perusahaan dikatakan menguntungkan. Secara formal metode ini bisa dinyatakan dalam bentuk sebagai berikut :

$$NPV = -A_0 + \sum_{t=1}^n \frac{A_t}{(1+r)^t}$$

- A_0 = Pengeluaran investasi pada tahun ke -0

A_t = Aliran kas masuk bersih pada tahun ke-t

r = Tingkat keuntungan yang diisyaratkan

n = Jumlah tahun (usia ekonomis) proyek.

(Suad Husnan dan Suwarsono: 2007 :232).

3. Metode *Internal Rate of Return (IRR)*

Pengertian metode *internal rate of return* dapat didefinisikan sebagai tingkat bunga yang menjadikan jumlah nilai sekarang yang diharapkan akan diterima (*p.v. of future proceed*) sama dengan jumlah nilai sekarang dari pengeluaran modal (*p. v. of capital outlay*). Pada dasarnya

internal rate of return harus dicari dengan cara *trial and error* dengan serba coba-coba. Pertama-tama menghitung p.v dari *proceed* dari suatu investasi dengan tingkat bunga yang kita pilih sekehendak kita. Kemudian hasil perhitungan dibandingkan dengan jumlah p.v. dari *outlay*-nya. Bila p.v. dari *proceed* > p.v. dari investasi atau *outlay*, maka harus menggunakan tingkat bunga yang lebih tinggi. Sebaliknya bila p.v. dari *proceed* < dari p.v. *outlays* harus menggunakan tingkat bunga yang lebih rendah. Secara matematik rumus *internal rate of return* dapat ditulis sebagai berikut (Riyanto : 2006 : 124) :

$$\sum_{t=0}^n \frac{At}{(1+r)^t} = 0$$

Dimana :

At = Aliran kas (*Cash flow*) untuk periode -t

n = Periode terakhir aliran kas yang diharapkan

r = Tingkat bunga dari investasi (*capital outlay*)

Analisis SWOT adalah analisis kondisi internal maupun eksternal suatu organisasi yang selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi dan program kerja. Analisis internal meliputi penilaian terhadap faktor kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). Sementara, analisis eksternal mencakup faktor peluang (*opportunity*) dan tantangan (*threath*). Dalam buku Manajemen Strategis. Buku 2. Edisi ke-10/John A. Pearce, Richard B. Robinson, ada dua macam pendekatan dalam analisis SWOT (daps.bps.go.id), yaitu :

1. Pendekatan Kualitatif

Tabel 1. Analisis SWOT dengan Pendekatan Kualitatif

KSTERNAL INTERNAL	OPPORTUNITY	TREATHS
STRENGTH	<i>Comparative Advantage</i>	<i>Mobilization</i>
WEAKNESS	<i>Divestment/Investment</i>	<i>Damage Control</i>

2. Pendekatan Kuantitatif

Tabel 2. Analisis SWOT dengan Pendekatan Kuantitatif

No	STRENGTH	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.				
2.	Dst			
	Total Kekuatan			
No.	WEAKNESS	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.				
2.				
	Total			
Selisih Total Kekuatan – Total Kelemahan = S – W = x				
No,	OPPORTUNIT	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.				
2.	Dst			
	Total Peluang			
No.	TREATH	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.				
2.	Dst			
	Total			
Selisih Total Peluang – Total Tantangan = O – T = y				

3. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan yang dilakukan adalah metode survei. Untuk metodologi penelitian sendiri adalah dengan pengumpulan data, yang meliputi data jumlah penduduk, jumlah sepeda motor, data biaya-biaya dan kuesioner terhadap responden. Selanjutnya dilakukan pengolahan data, yang meliputi peramalan jumlah penduduk dan jumlah sepeda motor, data-data biaya untuk menentukan payback period, NPV dan IRR. Selanjutnya dilakukan analisis SWOT berdasarkan rekapitulasi kuesioner untuk menentukan kondisi dan keadaan organisasi atas kelayakan bisnisnya.

4. Hasil dan Pembahasan

Tabel 3. Jumlah Penduduk dan Populasi Sepeda Motor Kecamatan Tumijajar Tahun 2007-2011

Tahun	Jumlah Penduduk (Orang)	Jumlah Sepeda Motor (Unit)
2007	31.877	11.303
2008	32.098	11.361
2009	33.949	11.947
2010	34.092	11.989
2011	36.074	12.323

Sumber : Kecamatan Tumijajar Dalam Angka Badan Pusat Statistika Kabupaten Tulang Bawang Barat Tahun 2012

Tabel 4. Perhitungan Jumlah Penduduk Kecamatan Tumijajar Tahun 2007-2011

Tahun	Jumlah Penduduk (Orang)	t	t ²	t.dt
2007	31.877	1	1	31.877
2008	32.098	2	4	64.196
2009	33.949	3	9	101.847
2010	34.092	4	16	136.368
2011	36.074	5	25	180.370
Jumlah	168.090	15	55	514.658

Dengan menggunakan perhitungan *Regresi Linier* akan diperoleh hasil perhitungan:

$$dt' = a + bx$$

Dimana :

$$a = \frac{\sum dt \times \sum t^2 - \sum t \times \sum tdt}{n \times \sum t^2 - (\sum t)^2} = \frac{168.090 \times 55 - 15 \times 514.658}{5 \times 55 - 255} = 30.501,6$$

$$b = \frac{n \sum tdt - \sum t \sum dt}{n \times \sum t^2 - (\sum t)^2} = \frac{5 \times 514.658 - 15 \times 168.090}{5 \times 55 - 255} = 1.038,8$$

Jadi: $dt' = a + bx = 30.501,6 + (1.038,8 \times 6) = 36.734,4$ dibulatkan menjadi 36.734 orang. Maka perkiraan jumlah penduduk Tahun 2012–2016 terproyeksi seperti pada Tabel 6.

Tabel 5. Perhitungan Jumlah Sepeda Motor Kecamatan Tumijajar Tahun 2007- 2011

Tahun	Jumlah Sepeda Motor (Unit)	t	t ²	t.dt
2007	11.303	1	1	11.303
2008	11.361	2	4	22.722
2009	11.947	3	9	35.841
2010	11.989	4	16	47.956
2011	12.323	5	25	61.615
Jumlah	58.923	15	55	179.437

Dengan menggunakan perhitungan *regresi linier* akan diperoleh perhitungan :

$$dt' = a + bx$$

Dimana :

$$a = \frac{\sum dt \times \sum t^2 - \sum t \times \sum tdt}{n \times \sum t^2 - (\sum t)^2} = \frac{58.923 \times 55 - 15 \times 179.437}{5 \times 55 - 255} = .10.984,2$$

$$b = \frac{n \sum tdt - \sum t \sum dt}{n \times \sum t^2 - (\sum t)^2} = \frac{5 \times 179.437 - 15 \times 58.923}{5 \times 55 - 255} = 266,8$$

Jadi: $dt' = a + bx = 1.984,2 + (266,8 \times 6) = 12.585$ Sepeda motor, maka perkiraan jumlah sepeda motor Tahun 2012–2016 terproyeksi pada Tabel 6.

Tabel 6. Perkiraan Jumlah Penduduk dan Populasi Sepeda Motor Kecamatan Tumijajar Tahun 2012-2016

Tahun	Jumlah Penduduk (Orang)	Jumlah Sepeda Motor (Unit)
2012	36.734	12.585
2013	37.773	12.852
2014	38.812	13.119
2015	39.851	13.385
2016	40.890	13.652

Tabel 7. Perkiraan Biaya Tahun 2012 – 2016

No	Biaya Operasional	Tahun (Dalam Rupiah)				
		2012	2013	2014	2015	2016
1	SepedaMotor	112.000.000	112.000.000	112.000.000	112.000.000	112.000.000
2	Tenaga Kerja	7.920.000	8.712.000	9.583.200	10.541.520	11.595.672
3	Listrik	1.914.000	2.105.400	2.315.940	2.547.534	2.802.287
4	Telepon	4.290.000	4.719.000	5.190.900	5.709.990	6.280.989
5	Administrasi	1.320.000	1.452.000	1.597.200	1.756.920	1.932.612
6	Pemeliharaan	28.800.000	28.800.000	28.800.000	28.800.000	28.800.000
7	Lain-lain	19.800.000	21.780.000	23.958.000	26.353.800	28.989.187
	Total	176.044.000	179.568.400	183.467.240	187.709.764	192.400.740

Dari peramalan yang telah dilakukan dapat diperkirakan jumlah pendapatan yang akan datang :

Tabel 8. Perhitungan Jumlah Pendapatan Untuk Tahun 2012-2016

Tahun	Jumlah Pendapatan (dt)	t	t ²	t.dt
2012	408.515.350	1	1	408.515.350
2013	491.726.990	2	4	983.453.980
2014	574.938.500	3	9	1.724.815.500
2015	658.150.220	4	16	2.632.600.880
2016	741.361.380	5	25	3.706.806.900
Jumlah	2.874.692.440	15	55	9.456.192.610

Tabel 9. Aliran Kas Tahun 2012-2016

No	Keterangan Biaya	Tahun (Dalam Rupiah)				
		2012	2013	2014	2015	2016
1	Pendapatan	408.515.430	491.726.959	574.938.488	658.150.017	741.361.546
2	Biaya Operasional	176.044.000	179.568.400	183.467.240	187.709.764	192.400.740
3	Penyusutan	17.092.500	17.092.500	17.092.500	17.092.500	17.092.500
4	Laba Sebelum Pajak	215.378.930	295.066.059	374.378.748	453.347.753	531.868.306
5	Pajak	64.613.679	88.519.818	112.313.624	136.004.326	159.560.492
6	Laba Setelah Pajak	150.765.251	206.546.241	262.065.124	317.343.427	372.307.814
7	Penyusutan	17.092.500	17.092.500	17.092.500	17.092.500	17.092.500
8	Proceeds	167.857.751	223.638.741	279.157.624	334.435.927	389.400.314

Untuk mengetahui lama waktu yang diperlukan agar investasi dapat kembali seluruhnya, perhitungannya adalah :

$$\begin{aligned} \text{Jumlah Investasi} &= \text{Rp. 250.000.000,-} \\ \text{Proceed Tahun I} &= \frac{\text{Rp. 167.857.751,-}}{\text{Rp. 82.142.249,-}} \end{aligned}$$

Proceed tahun kedua adalah Rp. 223.638.741,-, sedangkan dana yang dibutuhkan untuk menutupi kekurangan investasi hanya sebesar Rp. 82.142.249,-. Jadi waktu yang diperlukan untuk memperoleh dana sebesar tersebut dalam tahun ke-2 adalah :

$$= \frac{82.142.249}{223.638.741} \times 12 = 4,4 \text{ bulan} \approx 4 \text{ bulan}$$

Dengan demikian *payback period* atas investasi untuk bisnis tersebut adalah 1 tahun 4 bulan. Dari hasil perhitungan yang menunjukkan bahwa *payback* investasi lebih kecil dari *payback* pembanding yaitu 5 tahun, maka investasi bisnis dapat diterima.

Tabel 10. Perhitungan Nilai NPV dengan *Discount Factor* (DF) 18%

Tahun	Proceeds	DF 18 %	PV of Proceed
2012	167.857.751	0.847	142.175.515
2013	223.638.741	0.718	160.572.616
2014	279.157.624	0.609	170.006.993
2015	334.435.927	0.516	172.568.938
2016	389.400.314	0.437	170.167.937
PV. of Proceeds		815.491.999	
PV Out Lay		250.000.000	
NPV		565.491.999	

Dari perhitungan di atas menunjukkan NPV positif yaitu sebesar Rp. 565.491.999,-. Oleh karena itu proyek tersebut dapat diterima.

Tabel 11. Perhitungan Nilai IRR dengan *Discount Factor* (DF) 60%

Tahun	Proceeds	DF 18 %	PV of Proceed
2012	167.857.751	0.625	104.911.094
2013	223.638.741	0.391	87.442.748
2014	279.157.624	0.244	68.114.460
2015	334.435.927	0.153	51.168.696
2016	389.400.314	0.095	36.993.030
PV. of Proceeds		348.630.029	
PV Out Lay		250.000.000	
NPV		98.630.029	

Tabel 12. Perhitungan Nilai IRR dengan *Discount Factor* (DF) 80%

Tahun	Proceeds	DF 18 %	PV of Proceed
2012	167.857.751	0.556	93.328.910
2013	223.638.741	0.309	69.104.371
2014	279.157.624	0.171	47.735.954
2015	334.435.927	0.095	31.771.413
2016	389.400.314	0.053	20.638.217
PV. of Proceeds		262.578.864	
PV Out Lay		250.000.000	
NPV		12.578.864	

Besarnya IRR :

$$60\% - 98.630.029 \frac{80\% - 60\%}{12.578.864 - 98.630.029}$$

$$60\% - 98.630.029 \frac{20\%}{12.578.864 - 98.630.029}$$

$$60\% - \frac{19.726.006}{-86.051.165}$$

$$60\% - (-0,23)$$

$$0,83 = 83\%$$

Dengan demikian diketahui taksiran *rate of return* nya adalah 83%. Ini berarti lebih besar dari tingkat biaya modal yang diisyaratkan sebesar 60% dan MARR (18%), maka proyek dinyatakan layak.

Tabel 13. Matriks analisis SWOT Sepeda Motor Bekas Secara Kualitatif

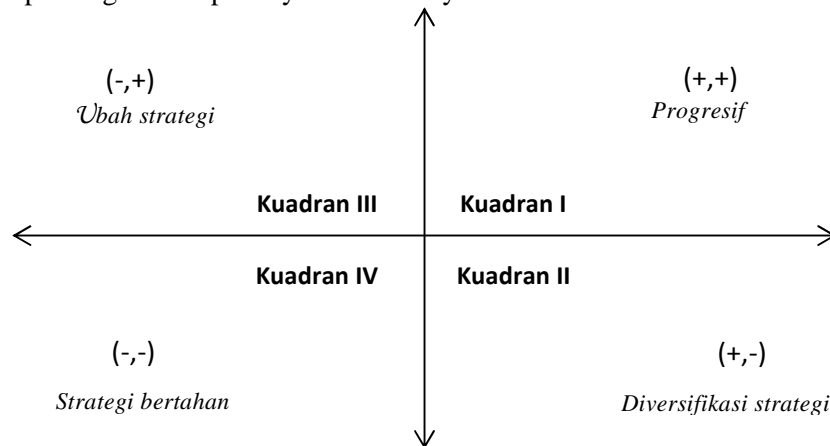
Eksternal Faktor		Opportunity (Peluang)						Threats (Ancaman)						
		Kondisi Persaingan sepeda motor sejenis antar Show Room	Pangsa pasar yang luas	Pesaing hanya menyediakan merek tertentu dan sepeda motor baru	Tingkat kebutuhan / penyerapan di tiap daerah	Bantuan kegiatan promosi dari karawan	Antusiasme karyawan terhadap sepeda motor bekas	Adanya kegiatan sepeda penyeleweangan motor di daerah	Persaingan harga dengan produk sepeda motor baru	Berpotensi melakukan ekspansi	Adanya Show Room sepeda motor bekas yang baru	Tingkat masalah yang muncul dalam pelaksanaan pemasaran	Kenaikan BBM	Produk sepeda motor bekas sebagian besar dibeli pada saat panen
Internal Faktor		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	7
Strength (Kekuatan)		STRATEGI SO						STRATEGI ST						
Wujud fisik sepeda motor yang diterapkan	1	<p>a) Wujud fisik sepeda motor yang berupa kondisi bodi dan mesin, sepeda motor yang memiliki kualitas terbaik, merek sepeda motor yang digunakan adalah merek sepeda motor jepang serta dengan sistem pembayaran yang beragam dibandingkan pesaing dan harga jual yang murah, ditambah lagi adanya kegiatan pemberian hadiah serta lokasi yang strategis dan adanya penggantian kerusakan barang pada saat pengiriman merupakan kekuatan untuk menangkap peluang pesaing pangsa pasar yang luas, antusiasme karyawan terhadap sepeda motor bekas serta dapat membantu kegiatan promosi bagi Show Room. Dan meningkatkan tingkat penyerapan di tiap daerah serta mampu bersaing pada persaingan produk sejenis antar show room.(S1,2,3,4,6,7,9 ; O2,4,5,6).</p> <p>b) Dengan memiliki TIM ekstra, serta adanya informasi dari Show Room jika terjadi perubahan kebijakan merupakan kekuatan untuk menangkap peluang kondisi pesaing sepeda motor sejenis antar Show Room, serta pesaing hanya menyediakan merek tertentu dan sepeda motor baru (S5,8 ; O1,3)</p>						<p>a) Wujud fisik sepeda motor yang berupa kondisi bodi dan mesin, sepeda motor yang memiliki kualitas terbaik, merk sepeda motor yang digunakan adalah merk sepeda motor jepang serta dengan sistem pembayaran yang beragam dibandingkan pesaing dan harga jual yang murah, ditambah lagi adanya kegiatan pemberian hadiah serta lokasi yang strategis dan adanya penggantian kerusakan barang pada saat pengiriman merupakan kekuatan untuk memperkecil ancaman, seperti persaingan harga dengan produk sepeda motor baru, berpotensi melakukan ekspansi, dan adanya Show Room sepeda motor bekas yang baru (S1,2,3,4,6,7,9 ; T2,3,4,).</p> <p>b) Memiliki TIM ekstra yang terampil dan adanya informasi dari Show Room jika terjadi perubahan kebijakan merupakan kekuatan untuk memperkecil ancaman tingkat masalah yang muncul dalam pelaksanaan pemasarannya, perbaikan keadaan kendaraan yang boros BBM, sepeda motor banyak di beli ketika panen tiba serta mengurangi adanya kegiatan penyeleweangan produk di daerah. (S5,8 ; T1,5,6,7)</p>						
Sepeda motor yang memiliki kualitas terbaik	2													
Merek yang digunakan	3													
Sistem Pembayaran	4													
Memiliki TIM ekstra	5													
Adanya kegiatan pemberian hadiah yang dilaksanakan show room	6													
Lokasi Show Room yang strategis	7													
Adanya informasi dari Show Room jika terjadi perubahan kebijakan	8													
Adanya penggantian kerusakan barang pada saat pengiriman	9													
Weakness (Kelemahan)		STRATEGI WO						STRATEGI WT						
Model kurang mengikuti trend pasar	1	<p>a) Meningkatkan model yang mengikuti trend, harga jual yang diberikan Show Room, harga sepeda motor yang relatif stabil, kegiatan promosi yang kurang optimal, karyawan kurang disiplin, pembagian tugas kerja yang tidak teratur, dan loyalitas karyawan yang rendah untuk menumbuhkan antusiasme karyawan terhadap sepeda motor bekas serta dapat membantu kegiatan promosi bagi Show Room. Dan meningkatkan tingkat penyerapan di tiap daerah serta mampu bersaing pada persaingan produk sejenis antar Show Room.(W1,2,3,4,5,6 ; O2,4,5,6).</p>						<p>a) Meningkatkan model sepeda motor yang terbaru dengan mengikuti trend, dengan harga jual yang murah dan relatif stabil guna memperkecil ancaman persaingan harga dengan produk sepeda motor baru, berpotensi melakukan ekspansi, dan adanya Show Room sepeda motor bekas yang baru (W1,2,3 ; T2,3,4,).</p> <p>b) Memperbanyak kegiatan promosi, melatih karyawan agar disiplin, dan mempunyai loyalitas yang tinggi serta pembagian tugas kerja yang teratur untuk memperkecil ancaman tingkat masalah yang muncul dalam pelaksanaan pemasarannya, perbaikan keadaan kendaraan yang boros BBM, sepeda motor banyak di beli ketika panen tiba serta mengurangi adanya kegiatan penyeleweangan produk di daerah. (S4,5,6 ; T1,5,6,7)</p>						
Harga jual yang diberikan Show Room	2													
Harga sepeda motor yang relatif stabil	3													
Kegiatan promosi yang belum optimal	4													
Karyawan kurang disiplin	5													
Pembagian tugas kerja yang tidak teratur	6													
Loyalitas karyawan yang rendah	7													

Berdasarkan analisis SWOT secara kualitatif, selanjutnya dikembangkan/diolah secara kuantitatif melalui perhitungan bobot dan skor agar diketahui secara pasti posisi organisasi yang sesungguhnya.

Tabel 14. Perhitungan Analisis SWOT Sepeda Motor Bekas Secara Kualitatif

No	STRENGTH	SKOR	BOBO T	TOTA L
1	Wujud fisik sepeda motor yang diterapkan	5	4	20
2	Sepeda motor yang memiliki kualitas terbaik	5	4	20
3	Merek yang digunakan	4	4	16
4	Sistem Pembayaran	4	3	12
5	Memiliki TIM ekstra	4	4	16
6	Adanya kegiatan pemberian hadiah yang dilakukan Show Room	5	4	20
7	Lokasi Show Room yang strategis	5	5	25
8	Adanya informasi dari Show Room jika terjadi perubahan kebijakan	4	4	16
9	Adanya penggantian kerusakan barang pada saat pengiriman	4	3	12
Total Kekuatan				157
No	WEAKNESS	SKOR	BOBO T	TOTA L
1	Model kurang mengikuti trend pasar	3	4	12
2	Harga jual yang diberikan Show Room	3	5	15
3	Harga sepeda motor yang relatif stabil	2	5	10
4	Kegiatan promosi yang belum optimal	3	4	12
5	Karyawan kurang disiplin	2	5	10
6	Pembagian tugas kerja yang tidak teratur	3	5	15
7	Loyalitas karyawan yang rendah	3	5	15
Total Kelemahan				86
Selisih Total Kekuatan – Total Kelemahan = 157 – 86 = 71(x)				
No	OPPORTUNITY	SKOR	BOBO T	TOTA L
1	Kondisi Persaingan sepeda motor sejenis antar Show Room	5	5	25
2	Pangsa pasar yang luas	4	5	20
3	Pesaing hanya menyediakan merek tertentu dan sepeda motor baru	5	3	15
4	Tingkat kebutuhan / penyerapan di tiap daerah	4	4	16
5	Bantuan kegiatan promosi dari karyawan	4	5	20
6	Antusiasme karyawan terhadap sepeda motor bekas	5	4	20
Total Peluang				116
No.	TREATH	SKOR	BOB0T	TOTA L
1	Adanya kegiatan penyelewengan sepeda motor di daerah	3	5	15
2	Persaingan harga dengan produk sepeda motor baru	3	5	15
3	Berpotensi melakukan ekspansi	3	4	12
4	Adanya Show Room sepeda motor bekas yang baru	3	5	15
5	Tingkat masalah yang muncul dalam pelaksanaan pemasaran	2	5	10
6	Kenaikan BBM	3	5	15
7	Produk sepeda motor bekas sebagian besar dibeli pada saat panen	3	4	12
Total Tantangan				94
Selisih Total Peluang – Total Tantangan = 116 – 94 = 22(y)				

Jika dilihat dari hasil perhitungan yang didapat nilai (x,y) memiliki nilai (+,+) dengan demikian posisi pemasaran sepeda motor bekas ada pada kuadran I, dimana posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat dan berpotensi terhadap kelayakan bisnisnya.



Gambar 2. Posisi Perusahaan Pada Kuadran I Berdasarkan Analisis SWOT

5. Simpulan dan Saran

Simpulan

Dari pembahasan yang sudah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Berdasarkan hasil peramalan dari jumlah sepeda motor dengan menggunakan metode regresi linier dapat disimpulkan bahwa hasil peramalannya dari tahun 2012-2016 selalu meningkat.
2. Berdasarkan hasil perhitungan kelayakan bisnis menggunakan metode *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), dan *Internal Rate of Return* (IRR), maka dapat diketahui bahwa investasi tersebut layak, dan bisnis yang sudah berjalan tersebut memang benar-benar menguntungkan bagi pihak perusahaan.
3. Faktor-faktor yang terdapat pada tabel analisis SWOT menunjukkan bahwa organisasi telah berada pada posisi strategis yang tepat dimana organisasi berada pada posisi kuadran 1 yang menandakan sebuah organisasi yang kuat dan berpotensi terhadap kelayakan bisnisnya.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, diberikan beberapa saran antara lain :

1. Sebelum melakukan investasi sebaiknya pihak perusahaan (investor) harus mengetahui apakah bisnis yang akan atau sudah berjalan masih layak atau tidak dengan cara menghitung kelayakan bisnis.
2. Dalam pelaksanaan konsep bauran pemasaran sepeda motor bekas, perusahaan utamanya Tim Pemasaran harus lebih dapat memanfaatkan dan mengembangkan faktor-faktor kekuatan yang ada guna menangkap peluang-peluang yang ada serta memperkecil ancaman-ancaman yang muncul.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistika Kabupaten Tulang Bawang Barat. Tahun 2012.
- Bernard W. 2005. *Sain Manajemen Edisi Delapan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Djamin, Zulkarnain. 2005. *Perencanaan dan Analisa Proyek Edisi Kedua*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Gray, Clive dkk. 2002. *Pengantar Evaluasi Proyek Edisi Kedua*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- http://daps.bps.go.id/file_artikel/66/Analisis%20SWOT.pdf .diakses pada tanggal 08 November 2012.
- Husnan, Suad dan Suwarsono. 2007. *Studi Kelayakan Proyek Edisi Ketiga*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Ibrahim, H.M. Yacob. 2009. *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prehallindo.
- Pearce, J.A. dan Richard B. Robinson. *Manajemen Strategis*. Buku 2. Edisi ke-10. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.