

**PERANCANGAN BISNIS PENYEDIA LAYANAN SISTEM  
MANAJEMEN INVENTARIS SEBAGAI SOLUSI  
EFISIEN DALAM PENGELOLAAN WARUNG /TOKO**

**Disusun oleh:**



**Anisa Fadilah**

**NIM.20106050006**

**PROGRAM STUDI INFORMATIKA**

**FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2024**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iv</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Proyek.....	3
1.5 Manfaat Proyek .....	3
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	5
2.2 Landasan Teori .....	6
2.2.1 Manajemen.....	6
2.2.2 Inventaris .....	7
2.2.3 Manajemen Inventaris.....	7
2.2.4 Teknologi Informasi.....	8
2.2.5 Analisis Industri .....	9
2.2.6 Analisis Pasar .....	10
2.2.7 Analisis Perekonomian Bisnis .....	10
2.2.8 Analisis Strategi Pemasaran.....	11
2.2.9 Analisis Strategi Desain dan Pengembangan.....	13
2.2.10 Rencana Operasi .....	14

2.2.11 Jadwal Operasi .....	15
2.2.12 Proyeksi Keuangan .....	16
<b>BAB III PERANCANGAN BISNIS .....</b>	<b>17</b>
3.1 Tahap Analisis Industri .....	18
3.2 Tahap Penetapan Deskripsi Perusahaan .....	19
3.3 Tahap Analisis Pasar .....	20
3.4 Tahap Analisis Perekonomian Bisnis .....	21
3.5 Tahap Strategi Pemasaran.....	22
3.6 Tahap Desain dan Pengembangan .....	24
3.7 Tahap Analisis Rencana Operasi .....	25
3.8 Tahap Penetapan Jadwal Keseluruhan.....	26
3.9 Tahap Penetapan Proyeksi Keuangan.....	27
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>29</b>
4.1 Ringkasan Eksekutif.....	29
4.2 Analisis Industri.....	29
4.2.1 Analisis SWOT .....	29
4.2.2 Ukuran Industri, Tingkat Pertumbuhan, dan Proyeksi Penjualan .....	31
4.2.3 Struktur Industri .....	39
4.2.4 Faktor Kunci Keberhasilan .....	46
4.2.5 Tren Industri.....	47
4.2.6 Prospek Jangka Panjang.....	48
4.3 Deskripsi Perusahaan .....	49
4.4 Analisis Pasar .....	52
4.4.1 Segmentasi Pasar dan Pemilihan Target Pasar.....	52
4.4.2 Analisis Perilaku Pembeli .....	54
4.4.3 Analisis Pesaing .....	61
4.5 Analisis Perekonomian Bisnis .....	63
4.5.1 Penggerak Pendapatan dan Margin Keuntungan .....	63
4.5.2 Biaya Tetap dan Variabel .....	65
4.6 Rencana Pemasaran .....	67
4.6.1 Strategi Pemasaran.....	67
4.6.2 Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi .....	69

4.6.3 Siklus Penjualan.....	70
4.6.4 Taktik Penjualan.....	71
4.7 Rencana Desain dan Pengembangan .....	72
4.7.1 Status dan Tugas Pengembangan .....	72
4.7.2 Tantangan dan Resiko .....	75
4.7.3 Proyeksi Biaya Pengembangan.....	76
4.8 Rencana Operasi .....	77
4.8.1 Pendekatan Umum Untuk Operasi .....	77
4.8.2 Fasilitas dan Peralatan .....	78
4.8.3 Flowchart Rencana Operasi .....	79
4.8.4 Analisis PERT untuk rencana operasi .....	80
4.9 Jadwal Keseluruhan.....	82
4.10 Proyeksi Keuangan.....	84
4.10.1 Laporan Sumber dan Penggunaan Dana.....	84
4.10.2 Laporan laba rugi proforma .....	87
4.11 Analisis Kelayakan Bisnis .....	88
4.11.1 Break Event Point(BEP) .....	88
4.11.2 Payback Period(PP) .....	89
4.11.3 Net Present Value .....	89
4.11.4 Internal Rate Return (IRR).....	91
4.12 Perancangan Aplikasi .....	93
4.12.1 Data Flow Diagram.....	93
4.12.2 Use Case Diagram .....	99
4.12.3 User Interface Desktop .....	100
4.12.4 User Interface Mobile .....	111
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>120</b>
5.1 Kesimpulan.....	120
5.2 Saran.....	121
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>122</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>127</b>



## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anisa Fadilah

NIM :20106050006

Program Studi :Teknik Informatika

Fakultas :Sains dan Teknologi

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “PERANCANGAN BISNIS PENYEDIA LAYANAN SISTEM MANAJEMEN INVENTARIS SEBAGAI SOLUSI EFISIEN DALAM PENGELOLAAN TOKO” merupakan hasil penelitian saya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjana di suatu perguruan tinggi, dan bukan plagiasi karya orang lain kecuali yang secara tertulis diaacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 22 Mei 2024

Mahasiswa



METERAI  
TEMPEL  
5000  
168078868

Anisa Fadilah

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
Nim. 20106050006

# HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 540971 Fax. (0274) 519739 Yogyakarta 55281

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-855/Un.02/DST/PP.00.9/06/2024

Tugas Akhir dengan judul : Perancangan Bisnis Penyedia Layanan Sistem Manajemen Inventaris Sebagai Solusi Efisien dalam Pengelolaan Warung/Toko

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ANISA FADILAH  
Nomor Induk Mahasiswa : 20106050006  
Telah diujikan pada : Jumat, 31 Mei 2024  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang  
Muhammad Galih Wonoseto, M.T.  
SIGNED

Valid ID: 665ec31eb0a65



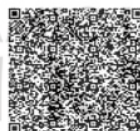
Penguji I  
Dr. Agus Mulyanto, S.Si., M.Kom., ASEAN  
Eng.  
SIGNED

Valid ID: 665eb5d8fc23a



Penguji II  
Eko Hadi Gunawan, M.Eng.  
SIGNED

Valid ID: 665ea8b2ee867



Yogyakarta, 31 Mei 2024  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Sains dan Teknologi  
Prof. Dr. Dra. Hj. Khurul Wardati, M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 665ed38541e42

## SURAT PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Hal : Persetujuan Skripsi

Lamp :

Kepada

Yth Dekan Fakultas Sains dan Teknologi

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Anisa Fadilah

NIM : 20106050006

Judul Skripsi : Perancangan Bisnis Penyedia Layanan Sistem Manajemen Inventaris Sebagai Solusi Efisien Untuk Toko.

Sudah dapat diajukan kembali kepada Program Studi Informatika Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Program Studi Teknik Informatika.

Dengan ini kami berharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut diatas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr,Wb

Yogyakarta, 22 Mei 2024

Pembimbing



**Muhammad Galih Wonoseto, M.T**  
19901113 201903 1 012

## INTISARI

Sektor ritel dan warung/toko merupakan tulang punggung ekonomi lokal dan global. Diketahui bahwa penjualan ritel di Indonesia meningkat sebesar 9,3 persen tahun-ke-tahun pada bulan Maret 2024, meningkat tajam dari kenaikan 6,4 persen pada bulan sebelumnya. Namun, pemilik warung dan toko sering menghadapi tantangan dalam mengelola stok, mencatat penjualan, dan mengatur pembelian secara efisien, di mana proses manual yang digunakan rentan terhadap kesalahan manusia dan dapat menyebabkan kerugian finansial. Sebagai solusi, bisnis penyedia layanan sistem manajemen inventaris muncul untuk membantu pemilik warung dan toko mengelola stok, data penjualan, dan pembelian secara otomatis dengan fitur pelacakan stok *real-time* dan laporan informatif. Proyek ini bertujuan menilai kelayakan pengembangan sistem tersebut dari perspektif industri, pasar, manajemen, dan teknis, serta menganalisis tantangan, risiko, dan peluang yang mungkin muncul. Melalui penerapan sistem berbasis *Progressive Web Apps (PWA)*, diharapkan pemilik warung dan toko dapat meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing bisnis dalam era digital ini. Penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman mendalam tentang perencanaan bisnis penyedia layanan sistem manajemen inventaris dan kontribusi positif terhadap perkembangan ekosistem bisnis di sektor ritel.

Kata Kunci: Ritel , Inventaris, *Progressive Web Apps(PWA)*



## ABSTRAK

*The retail sector and stalls/shops are the backbone of the local and global economy. It is known that retail sales in Indonesia increased by 9.3 percent year-on-year in March 2024, a sharp increase from the 6.4 percent increase in the previous month. However, stall and shop owners often face challenges in managing stock, recording sales and organizing purchases efficiently, where the manual processes used are prone to human error and can cause financial losses. As a solution, inventory management system service provider businesses emerged to help stall and shop owners manage stock, sales data and purchases automatically with real-time stock tracking features and informative reports. This project aims to assess the feasibility of developing such a system from an industrial, market, management and technical perspective, as well as analyzing the challenges, risks and opportunities that may arise. By implementing a Progressive Web Apps (PWA) based system, it is hoped that stall and shop owners can increase operational efficiency and business competitiveness in this digital era. This research is expected to provide an in-depth understanding of the business planning of inventory management system service providers and a positive contribution to the development of the business ecosystem in the retail sector.*

*Keywords: Retail, Inventory, Progressive Web Apps(PWA)*



## HALAMAN MOTTO

"Kesuksesan datang bagi mereka yang fokus pada tujuan, bukan pada penghalang." – Unknown

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri.” – QS Ar Rad 11

*“Keep your eyes on the stars and your feet on the ground.”* – Theodore Roosevelt



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Bisnis Penyedia Layanan Sistem Manajemen Inventaris sebagai Solusi Efisien dalam Pengelolaan Toko”. Tugas Akhir ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Informatika pada Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Selama proses penyusunan tugas akhir ini, penulis telah menerima banyak bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ayah dan Ibu, orang tua terkasih, yang tanpa henti memberikan doa, dukungan, serta kasih sayang. Dukungan kalian adalah fondasi dari segala pencapaian yang Saya raih hingga saat ini.
2. Adik-adik Saya, Alfikri dan Mahira, yang senantiasa mendukung dan mendoakan Saya. Terima kasih atas keceriaan, semangat, dan kebersamaan yang kalian berikan. Kehadiran kalian selalu menjadi penyemangat dan pelipur lara dalam setiap langkah yang saya tempuh.
3. Bapak Muhammad Galih Wonoseto, M.T., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan penuh dedikasi memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi selama proses penyusunan tugas akhir ini.
4. Bapak Eko Hadi Gunawan, M.Eng., selaku dosen pembimbing akademik. Terima kasih atas arahan, nasihat, dan dukungan yang Bapak berikan selama masa studi saya.
5. Ibu Ir. Maria Ulfah Siregar, S. Kom., selaku Ketua Program Studi Informatika Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga serta Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, dan pengalaman berharga selama masa studi.
6. Gallant Naufal Yudhistira, sebagai partner yang telah menguatkan, memotivasi, dan mendukung selama masa perkuliahan ini. Terima kasih atas kebersamaan, kolaborasi, dan dorongan yang selalu diberikan.



7. Sahabat-sahabatku, Selvi dan Rahmadeni, terima kasih atas persahabatan, dukungan, dan semangat yang kalian berikan. Kehadiran kalian dalam hidup saya sangat berarti, menjadi teman berbagi cerita, suka, dan duka selama masa perkuliahan.
8. Teman grup “Dolan”, Ana dan Dipo, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan kerjasama yang telah terjalin selama ini. Kalian adalah teman yang selalu siap membantu dan berbagi dalam setiap situasi.
9. Para Pemilik Warung/Toko, yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini dan memberikan data serta informasi yang diperlukan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan, serta dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya dalam bidang sistem informasi dan manajemen inventaris.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan berharap semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.

Yogyakarta, Mei 2024

Penulis

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



AnisaFadilah

NIM. 20106050006

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iv</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Proyek.....	3
1.5 Manfaat Proyek .....	3
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	5
2.2 Landasan Teori .....	6
2.2.1 Manajemen.....	6
2.2.2 Inventaris .....	7
2.2.3 Manajemen Inventaris.....	7
2.2.4 Teknologi Informasi.....	8
2.2.5 Analisis Industri .....	9
2.2.6 Analisis Pasar .....	10
2.2.7 Analisis Perekonomian Bisnis .....	10
2.2.8 Analisis Strategi Pemasaran.....	11
2.2.9 Analisis Strategi Desain dan Pengembangan.....	13
2.2.10 Rencana Operasi .....	14

2.2.11 Jadwal Operasi .....	15
2.2.12 Proyeksi Keuangan .....	16
<b>BAB III PERANCANGAN BISNIS .....</b>	<b>17</b>
3.1 Tahap Analisis Industri .....	18
3.2 Tahap Penetapan Deskripsi Perusahaan .....	19
3.3 Tahap Analisis Pasar .....	20
3.4 Tahap Analisis Perekonomian Bisnis .....	21
3.5 Tahap Strategi Pemasaran.....	22
3.6 Tahap Desain dan Pengembangan .....	24
3.7 Tahap Analisis Rencana Operasi .....	25
3.8 Tahap Penetapan Jadwal Keseluruhan.....	26
3.9 Tahap Penetapan Proyeksi Keuangan.....	27
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>29</b>
4.1 Ringkasan Eksekutif.....	29
4.2 Analisis Industri.....	29
4.2.1 Analisis SWOT .....	29
4.2.2 Ukuran Industri, Tingkat Pertumbuhan, dan Proyeksi Penjualan .....	31
4.2.3 Struktur Industri .....	39
4.2.4 Faktor Kunci Keberhasilan .....	46
4.2.5 Tren Industri.....	47
4.2.6 Prospek Jangka Panjang.....	48
4.3 Deskripsi Perusahaan .....	49
4.4 Analisis Pasar .....	52
4.4.1 Segmentasi Pasar dan Pemilihan Target Pasar.....	52
4.4.2 Analisis Perilaku Pembeli .....	54
4.4.3 Analisis Pesaing .....	61
4.5 Analisis Perekonomian Bisnis .....	63
4.5.1 Penggerak Pendapatan dan Margin Keuntungan .....	63
4.5.2 Biaya Tetap dan Variabel .....	65
4.6 Rencana Pemasaran .....	67
4.6.1 Strategi Pemasaran.....	67
4.6.2 Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi .....	69

4.6.3 Siklus Penjualan.....	70
4.6.4 Taktik Penjualan.....	71
4.7 Rencana Desain dan Pengembangan .....	72
4.7.1 Status dan Tugas Pengembangan .....	72
4.7.2 Tantangan dan Resiko .....	75
4.7.3 Proyeksi Biaya Pengembangan.....	76
4.8 Rencana Operasi .....	77
4.8.1 Pendekatan Umum Untuk Operasi .....	77
4.8.2 Fasilitas dan Peralatan .....	78
4.8.3 Flowchart Rencana Operasi .....	79
4.8.4 Analisis PERT untuk rencana operasi .....	80
4.9 Jadwal Keseluruhan.....	82
4.10 Proyeksi Keuangan.....	84
4.10.1 Laporan Sumber dan Penggunaan Dana.....	84
4.10.2 Laporan laba rugi proforma .....	87
4.11 Analisis Kelayakan Bisnis .....	88
4.11.1 Break Event Point(BEP) .....	88
4.11.2 Payback Period(PP) .....	89
4.11.3 Net Present Value .....	89
4.11.4 Internal Rate Return (IRR).....	91
4.12 Perancangan Aplikasi .....	93
4.12.1 Data Flow Diagram.....	93
4.12.2 Use Case Diagram .....	99
4.12.3 User Interface Desktop .....	100
4.12.4 User Interface Mobile .....	111
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>120</b>
5.1 Kesimpulan.....	120
5.2 Saran.....	121
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>122</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>127</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Infografis Alur Bisnis .....	17
Gambar 4.1 Penjualan Sektor Ritel di Indonesia .....	32
Gambar 4.2 Tren penggunaan e-commerce .....	33
Gambar 4.3 Logo Perusahaan .....	49
Gambar 4.4 Flowchart Rencana Operasi .....	80
Gambar 4.5 Grafik Pendapatan Bisnis .....	88
Gambar 4.6 DFD Level 0 .....	93
Gambar 4.7 DFD Level 1 .....	94
Gambar 4.8 DFD 2 Register Login .....	95
Gambar 4.9 DFD 2 User .....	95
Gambar 4.10 DFD 2 Suplier .....	96
Gambar 4.11 DFD 2 Data Pembelian .....	96
Gambar 4.12 DFD 2 Data Penjualan .....	97
Gambar 4.13 DFD 2 Data Barang .....	98
Gambar 4.14 DFD 2 Data notifikasi stok .....	98
Gambar 4.15 Use Case Diagram .....	99
Gambar 4.16 Form Registrasi .....	100
Gambar 4.17 User Inteface Login .....	100
Gambar 4.18 User Inteface Profil User .....	101
Gambar 4.19 User Inteface Dashboard .....	102
Gambar 4.20 User Inteface Tabel Manajemen User .....	102
Gambar 4.21 User Interface Form Manajemen Pengguna .....	103
Gambar 4.22 User Inteface Tabel Data Barang .....	104
Gambar 4.23 User Inteface Form Data Barang .....	104
Gambar 4.24 User Inteface Tabel Data Pembelian .....	105
Gambar 4.25 User Interface Form Data Pembelian .....	106
Gambar 4.26 User Inteface Tabel Data Penjualan .....	106
Gambar 4.27 User Inteface Form Data Penjualan .....	107
Gambar 4.28 User Inteface Tabel Data Pemasok .....	108
Gambar 4.29 User Inteface Form Data Pemasok .....	108
Gambar 4.30 User Inteface Laporan dan Analisis .....	109
Gambar 4.31 User Inteface Notifikasi Stok .....	110
Gambar 4.32 User Inteface Form Notifikasi Stok .....	110
Gambar 4.33 UI Registrasi Mobile .....	111
Gambar 4.34 UI Login Mobile .....	111
Gambar 4.35 UI Splash Screen .....	112
Gambar 4.36 UI Home Mobile .....	112
Gambar 4.37 UI Tabel Data Pengguna .....	112
Gambar 4.38 UI Form Data Pengguna .....	112

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iv</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Proyek.....	3
1.5 Manfaat Proyek .....	3
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	5
2.2 Landasan Teori .....	6
2.2.1 Manajemen.....	6
2.2.2 Inventaris .....	7
2.2.3 Manajemen Inventaris.....	7
2.2.4 Teknologi Informasi.....	8
2.2.5 Analisis Industri .....	9
2.2.6 Analisis Pasar .....	10
2.2.7 Analisis Perekonomian Bisnis .....	10
2.2.8 Analisis Strategi Pemasaran.....	11
2.2.9 Analisis Strategi Desain dan Pengembangan.....	13
2.2.10 Rencana Operasi .....	14



2.2.11 Jadwal Operasi .....	15
2.2.12 Proyeksi Keuangan .....	16
<b>BAB III PERANCANGAN BISNIS .....</b>	<b>17</b>
3.1 Tahap Analisis Industri .....	18
3.2 Tahap Penetapan Deskripsi Perusahaan .....	19
3.3 Tahap Analisis Pasar .....	20
3.4 Tahap Analisis Perekonomian Bisnis .....	21
3.5 Tahap Strategi Pemasaran.....	22
3.6 Tahap Desain dan Pengembangan .....	24
3.7 Tahap Analisis Rencana Operasi .....	25
3.8 Tahap Penetapan Jadwal Keseluruhan.....	26
3.9 Tahap Penetapan Proyeksi Keuangan.....	27
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>29</b>
4.1 Ringkasan Eksekutif.....	29
4.2 Analisis Industri.....	29
4.2.1 Analisis SWOT .....	29
4.2.2 Ukuran Industri, Tingkat Pertumbuhan, dan Proyeksi Penjualan .....	31
4.2.3 Struktur Industri .....	39
4.2.4 Faktor Kunci Keberhasilan .....	46
4.2.5 Tren Industri.....	47
4.2.6 Prospek Jangka Panjang.....	48
4.3 Deskripsi Perusahaan .....	49
4.4 Analisis Pasar .....	52
4.4.1 Segmentasi Pasar dan Pemilihan Target Pasar.....	52
4.4.2 Analisis Perilaku Pembeli .....	54
4.4.3 Analisis Pesaing .....	61
4.5 Analisis Perekonomian Bisnis .....	63
4.5.1 Penggerak Pendapatan dan Margin Keuntungan .....	63
4.5.2 Biaya Tetap dan Variabel .....	65
4.6 Rencana Pemasaran .....	67
4.6.1 Strategi Pemasaran.....	67
4.6.2 Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi .....	69



4.6.3 Siklus Penjualan.....	70
4.6.4 Taktik Penjualan.....	71
4.7 Rencana Desain dan Pengembangan .....	72
4.7.1 Status dan Tugas Pengembangan .....	72
4.7.2 Tantangan dan Resiko .....	75
4.7.3 Proyeksi Biaya Pengembangan.....	76
4.8 Rencana Operasi .....	77
4.8.1 Pendekatan Umum Untuk Operasi .....	77
4.8.2 Fasilitas dan Peralatan .....	78
4.8.3 Flowchart Rencana Operasi .....	79
4.8.4 Analisis PERT untuk rencana operasi .....	80
4.9 Jadwal Keseluruhan.....	82
4.10 Proyeksi Keuangan.....	84
4.10.1 Laporan Sumber dan Penggunaan Dana.....	84
4.10.2 Laporan laba rugi proforma .....	87
4.11 Analisis Kelayakan Bisnis .....	88
4.11.1 Break Event Point(BEP) .....	88
4.11.2 Payback Period(PP) .....	89
4.11.3 Net Present Value .....	89
4.11.4 Internal Rate Return (IRR).....	91
4.12 Perancangan Aplikasi .....	93
4.12.1 Data Flow Diagram.....	93
4.12.2 Use Case Diagram .....	99
4.12.3 User Interface Desktop .....	100
4.12.4 User Interface Mobile .....	111
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>120</b>
5.1 Kesimpulan.....	120
5.2 Saran.....	121
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>122</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>127</b>

Gambar 4.39 UI Tabel Data Barang.....	113
Gambar 4.40 UI Form Data Barang.....	113
Gambar 4.41 UI Tabel Data Pembelian .....	114
Gambar 4.42 UI Form Data .....	114
Gambar 4.43 UI Tabel Data Penjualan.....	115
Gambar 4.44 UI Form Data Penjualan.....	115
Gambar 4.45 UI Tabel Data Pemasok.....	116
Gambar 4.46 UI Form Data Pemasok.....	116
Gambar 4.47 UI Notifikasi Stok .....	117
Gambar 4.48 UI Form Notifikasi .....	117
Gambar 4.49 UI Profil Pengguna.....	118
Gambar 4.50 UI Laporan dan Analisis .....	118
Gambar 4.51 UI Detail Lihat Selengkapnya Pembelian .....	119
Gambar 4.52 UI Detail Lihat Selengkapnya Penjualan .....	119

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Proyeksi Pelanggan Tahun 2026 .....	34
Tabel 4.2 Proyeksi Keuangan Tahun 2026 .....	34
Tabel 4.3 Proyeksi Keuangan Tahun 2027 .....	35
Tabel 4.4 Proyeksi Keuangan Tahun 2028 .....	36
Tabel 4.5 Tabel Proyeksi Tahun 2029 .....	36
Tabel 4.6 Tabel Proyeksi Tahun 2030 .....	37
Tabel 4.7 Proyeksi Keuangan Tahun 2031 .....	38
Tabel 4.8 Proyeksi Keuangan Tahun 2032 .....	38
Tabel 4.9 Proyeksi Keuangan 2026-2032 .....	39
Tabel 4.10 Data Pesaing Lokal dan Asing .....	40
Tabel 4.11 Data Diferensiasi Fitur Pesaing .....	41
Tabel 4.12 Data Tabel Data Pesaing 2.....	41
Tabel 4.13 Diferensiasi Harga Pesaing .....	41
Tabel 4.14 Diferensiasi Platform Pesaing .....	42
Tabel 4.15 Jenis Pasar Pesaing .....	45
Tabel 4.16 Data Proyeksi Jangka Panjang .....	48
Tabel 4.17 Fitur Aplikasi Inventa Tech .....	51
Tabel 4.18 Data Sampel Wawancara Warung Offline .....	54
Tabel 4.19 Perilaku Pembeli Warung Offline .....	58
Tabel 4.20 Data Karakteristik Warung Online .....	59
Tabel 4.21 Data Karakteristik Online-Offline.....	60
Tabel 4.22 Data Kelebihan dan Kekurangan Pesaing .....	61
Tabel 4.23 Harga Penjualan InventaSprintTech .....	64
Tabel 4.24 Biaya Tetap Aplikasi .....	66
Tabel 4.25 Biaya Variabel Aplikasi .....	67
Tabel 4.26 Tugas Pengembangan .....	72
Tabel 4.27 Proyeksi Biaya Pengembangan .....	76
Tabel 4.28 Durasi PERT .....	80
Tabel 4.29 Jadwal Keseluruhan Proyek .....	82
Tabel 4.30 Sumber Dana .....	84
Tabel 4.31 Biaya Awal Pengembangan Aplikasi.....	85
Tabel 4.32 Biaya Operasional .....	86
Tabel 4.33 Laporan Laba Rugi Proforma.....	87
Tabel 4.34 Tabel Analisis Kelayakan .....	92

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Sektor ritel dan warung/toko telah menjadi tulang punggung ekonomi lokal dan global selama bertahun-tahun. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), sektor perdagangan besar dan eceran menduduki peringkat kedua dalam kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2023, dengan persentase sebesar 13,84% [1]. Sektor ini memainkan peran krusial dalam menopang ekonomi dan memberikan lapangan kerja bagi jutaan orang di seluruh negeri.

Namun, pemilik warung dan toko menghadapi berbagai tantangan operasional yang signifikan. Salah satu tantangan utama adalah kesulitan melacak stok barang dengan akurat. Selain itu, mereka sering kesulitan dalam memonitor penjualan harian, mingguan, atau bulanan, serta mengelola pembelian dan meramal kebutuhan barang dagangan. Kesalahan manusia dalam pencatatan data sering kali menyebabkan kerugian finansial dan masalah pengelolaan bisnis yang serius. Tantangan-tantangan ini tidak hanya menghambat efisiensi operasional, tetapi juga mengurangi kemampuan bisnis kecil untuk bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif.

Sebagai respons terhadap tantangan ini, konsep bisnis penyedia layanan sistem manajemen inventaris muncul sebagai solusi yang efisien dan relevan. Layanan ini dirancang untuk membantu pemilik warung dan toko mengelola stok barang, data penjualan, dan data pembelian secara otomatis. Dengan fitur pelacakan stok *real-time*, pencatatan penjualan yang mudah,

dan laporan informatif, aplikasi ini membantu pemilik bisnis membuat keputusan yang lebih baik dalam strategi bisnis mereka.

Implementasi teknologi ini memungkinkan pengurangan kesalahan manusia dan peningkatan akurasi data, yang pada akhirnya meningkatkan efisiensi operasional.

Sistem manajemen inventaris ini tidak hanya ditujukan untuk usaha besar, tetapi juga dirancang khusus untuk membantu toko kecil hingga menengah dengan harga yang terjangkau. Dengan kemampuan untuk menganalisis data, pemilik bisnis dapat mengidentifikasi tren penjualan dan meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, aplikasi ini memberikan pemilik warung dan toko kemampuan untuk merespons cepat terhadap perubahan permintaan pasar dan mengoptimalkan pengelolaan persediaan. Melalui penerapan sistem ini, diharapkan para pemilik warung dan toko dapat mengatasi tantangan dalam manajemen inventaris, meningkatkan daya saing bisnis mereka, dan beradaptasi dengan tuntutan era digital.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, permasalahan yang dijadikan objek pada proyek ini adalah:

1. Bagaimana tingkat kelayakan pengembangan Perancangan Bisnis Penyedia Layanan Sistem Manajemen Inventaris Warung/Toko pada apabila ditinjau dari aspek industri, Market/Pasar, Manajemen dan Teknis?

### **1.3 Batasan Masalah**

Dalam proyek ini, operasional bisnis dibatasi dengan ruang lingkup sebagai berikut:

1. Tugas akhir ini akan fokus pada pengelolaan inventaris di warung atau toko, bukan pada skala industri besar. Pengembangan sistem melibatkan berbagai jenis warung/toko seperti makanan, pakaian, atau barang lainnya.

2. Pemahaman terhadap aspek bisnis akan difokuskan pada efisiensi operasional, pengelolaan stok, dan peningkatan produktivitas dalam konteks warung/toko.
3. Rancang bangun sistem manajemen inventaris proyek ini berupa prototipe yang dibuat menggunakan aplikasi Figma.

#### **1.4 Tujuan Proyek**

Tujuan proyek Perancangan Bisnis Penyedia Layanan Sistem Manajemen Inventaris Sebagai Solusi Efisien dalam Pengelolaan Warung/Toko adalah sebagai berikut:

1. Menilai tingkat kelayakan perancangan bisnis penyedia layanan sistem manajemen inventaris sebagai solusi efisien dalam pengelolaan warung/toko dari perspektif industri, pasar, manajemen, dan aspek teknis serta menganalisis dan merumuskan strategi penyelesaian dari tantangan, resiko, dan peluang yang mungkin muncul.

#### **1.5 Manfaat Proyek**

Manfaat penelitian pada proyek ini adalah:

1. Bagi pelaku bisnis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pelaku bisnis melakukan perencanaan secara maksimal untuk mengurangi potensi risiko yang mungkin muncul dan memperkirakan biaya yang diperlukan. Tujuannya adalah mencapai keuntungan yang optimal. Dengan demikian, bisnis yang dijalankan akan menjadi layak dan berkelanjutan.

2. Bagi para pembaca, khususnya pengusaha dan manajer

Untuk para pembaca, khususnya pengusaha dan manajer, proyek ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang perencanaan bisnis untuk penyedia layanan

sistem manajemen inventaris. Proyek ini bertujuan untuk membekali mereka dengan wawasan dan pengetahuan yang relevan. Dengan pemahaman tersebut, diharapkan pembaca dapat menerapkan strategi yang efektif dalam mengelola inventaris.

### 3. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan, terutama di bidang manajemen inventaris dan perencanaan bisnis. Akademisi bisa memanfaatkan temuan ini untuk mengembangkan teori, metode, dan praktik yang lebih efektif. Dengan demikian, penelitian ini dapat memperkaya pengetahuan dan praktik di bidang tersebut.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Tinjauan Pustaka

Penelitian oleh Hania Adiva Perpati dan Rapikah Harnum (2021) mengeksplorasi penggunaan aplikasi Warung Pintar sebagai solusi efisien dalam mengelola Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)[2].

Penelitian ini menemukan bahwa aplikasi Warung Pintar membantu pemilik UMKM untuk:

1. Melacak stok barang secara *real-time*  
Dengan akses langsung ke informasi stok yang terkini, pemilik UMKM dapat merencanakan pembelian dengan lebih efisien, mengoptimalkan persediaan mereka, dan meningkatkan produktivitas bisnis mereka secara keseluruhan.
2. Mencatat penjualan dengan mudah  
Fitur pencatatan penjualan yang mudah membantu pemilik UMKM untuk melacak pendapatan dan pengeluaran mereka dengan lebih akurat. Hal ini membantu mereka untuk membuat keputusan yang lebih baik dalam strategi bisnis mereka.
3. Membuat keputusan yang lebih baik  
Dengan informasi yang akurat tentang stok barang dan penjualan, pemilik UMKM dapat membuat keputusan yang lebih baik dalam strategi bisnis mereka.

Penelitian oleh Hania Adiva Perpati dan Rapikah Harnum (2021) relevan dengan skripsi ini karena:

1. Meneliti penggunaan sistem manajemen inventaris berbasis aplikasi untuk UMKM. Penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi Warung Pintar dapat membantu UMKM mengelola inventaris mereka dengan lebih efisien. Hal ini menunjukkan bahwa sistem manajemen inventaris berbasis aplikasi dapat menjadi solusi yang efektif untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan warung/toko.

2. Menganalisis karakteristik new media dari aplikasi Warung Pintar. Penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi Warung Pintar memenuhi karakteristik *new media*. Hal ini menunjukkan bahwa sistem manajemen inventaris yang dirancang untuk warung/toko harus mudah digunakan dan diakses, seperti aplikasi Warung Pintar.

Penelitian oleh Hania Adiva Perpati dan Rapikah Harnum (2021) menunjukkan bahwa sistem manajemen inventaris berbasis aplikasi dapat menjadi solusi yang efektif untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan warung/toko.

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Manajemen

Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian kegiatan untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien dengan menggunakan sumber daya organisasi[3].

Dalam pengertian ini, manajemen memiliki empat fungsi utama, yaitu:

1. Perencanaan (*planning*) adalah proses menetapkan tujuan dan sasaran organisasi, serta mengembangkan rencana untuk mencapainya.
2. Pengorganisasian (*organizing*) adalah proses mengelompokkan kegiatan-kegiatan dan sumber daya-sumber daya organisasi, serta menetapkan hubungan kerja di antara mereka.
3. Pengarahan (*directing*) adalah proses menggerakkan dan mengarahkan orang-orang untuk bekerja secara efektif dan efisien dalam mencapai tujuan organisasi.
4. Pengendalian (*controlling*) adalah proses mengukur dan mengevaluasi kinerja organisasi, serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk memastikan bahwa kinerja organisasi sesuai dengan rencana.

### 2.2.2 Inventaris

Inventaris adalah suatu kegiatan pencatatan dan pengumpulan data barang-barang yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau organisasi. Inventaris dapat berupa barang-barang yang digunakan untuk operasional perusahaan atau organisasi, seperti peralatan kantor, mesin, kendaraan, dan lain-lain.

Inventarisasi adalah serangkaian kegiatan untuk melakukan pendataan, pencatatan, pelaporan hasil pendataan barang, dan mendokumentasikannya baik barang berwujud maupun barang tidak berwujud pada suatu waktu tertentu[4]. Dengan demikian, daftar inventaris berisi catatan tentang barang-barang yang berada dalam lingkungan satuan kerja. Proses inventarisasi bertujuan untuk memberikan tanda pengenal bagi semua fasilitas di industri atau organisasi.

Inventaris memiliki peran penting dalam pengelolaan barang-barang suatu perusahaan atau organisasi, yaitu untuk:

1. Menjaga keteraturan dan ketertiban barang-barang yang dimiliki.
2. Membantu proses pengelolaan barang-barang, seperti pengadaan, pendistribusian, dan penyusutan.
3. Membantu proses pengawasan dan pengendalian barang-barang.

Dengan adanya inventaris, perusahaan atau organisasi dapat mengetahui secara pasti jumlah dan kondisi barang-barang yang dimiliki. Hal ini dapat membantu perusahaan atau organisasi untuk:

1. Menghindari terjadinya kehilangan atau kerusakan barang-barang.
2. Meminimalkan biaya pengadaan barang-barang baru.
3. Meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional perusahaan atau organisasi.

### 2.2.3 Manajemen Inventaris

Manajemen inventaris adalah proses pengelolaan pengadaan, pencatatan, dan pelaporan barang inventaris[5]. Tujuan manajemen inventaris adalah untuk memastikan bahwa perusahaan memiliki jumlah

barang inventaris yang tepat, pada waktu yang tepat, dan pada biaya yang tepat.

#### 2.2.4 Teknologi Informasi

Teknologi informasi adalah seperangkat alat yang membantu pekerjaan dengan informasi dan melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi[5]. Teknologi Informasi tidak hanya terbatas pada teknologi komputer, tetapi juga mencakup teknologi komunikasi. Dengan kata lain, yang disebut teknologi informasi adalah gabungan antara teknologi komputer dan teknologi komunikasi.

Teknologi informasi memiliki berbagai manfaat, yaitu:

1. Meningkatkan efisiensi dan produktivitas

Penggunaan teknologi informasi memungkinkan otomatisasi proses bisnis yang sebelumnya dilakukan secara manual, sehingga mengurangi waktu dan biaya yang diperlukan serta meningkatkan output.

2. Meningkatkan kualitas informasi

Teknologi informasi memungkinkan pengumpulan, penyimpanan, pengolahan, dan analisis data dengan lebih akurat dan cepat, sehingga menghasilkan informasi yang lebih berkualitas untuk pengambilan keputusan.

3. Meningkatkan akses ke informasi

Dengan teknologi informasi, data dan informasi dapat diakses secara mudah dan cepat oleh siapa saja dan dari mana saja, asalkan memiliki akses ke jaringan.

4. Menciptakan peluang baru

Teknologi informasi membuka peluang baru dalam berbagai bidang, seperti *e-commerce*, *e-learning*, dan layanan digital lainnya, yang sebelumnya tidak mungkin dilakukan tanpa teknologi ini.

### 2.2.5 Analisis Industri

Analisis industri adalah penilaian peluang dan ancaman di lingkungan yang sangat kompetitif dan bisa memberikan dampak pada kesuksesan bisnis. [6]. Analisis industri mengacu pada penerapan alat manajemen strategis untuk industri tertentu dengan tujuan menentukan daya saing dan daya tarik industri. Ini membantu memahami dinamika persaingan di dalam suatu industri, termasuk statistik penawaran dan permintaan, tingkat persaingan, kondisi persaingan dengan industri baru, serta prospek industri di masa depan.

Ada beberapa metode yang digunakan dalam analisis industri, yaitu:

#### 1. *Porter's Five Forces*

Metode ini membantu menganalisis industri dengan mempertimbangkan lima faktor: persaingan, ancaman produk pengganti, kekuatan tawar-menawar pemasok, kekuatan tawar-menawar pembeli, dan ancaman masuknya pesaing baru[7].

#### 2. Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi suatu industri[8].

#### 2. Analisis PESTLE

Analisis PESTLE (*Political, Economic, Social, Technological, Legal, and Environmental*) mengkaji faktor-faktor eksternal yang dapat memengaruhi industri[9].

#### 3. Analisis *Value Chain*

Analisis *Value Chain* (Rantai Nilai) memetakan aktivitas dan proses yang terlibat dalam penciptaan dan pengiriman produk atau layanan industri.

#### 4. *Benchmarking*

*Benchmarking* membandingkan kinerja suatu industri dengan industri lain yang sejenis.

#### 5. Analisis Data

Analisis data yang mendalam dapat membantu industri untuk memahami tren pasar, perilaku konsumen, dan kinerja pesaing.

Adapun metode yang saya gunakan dalam menganalisis industri bisnis penyedia layanan manajemen inventaris untuk warung atau tokoh adalah metode Analisis SWOT.

#### 2.2.6 Analisis Pasar

Analisis pasar adalah proses pengumpulan dan analisis guna memahami kebutuhan pelanggan, tren, dan kondisi pasar yang mempengaruhi bisnis. Dalam melakukan analisis pasar, perusahaan mengumpulkan data mengenai pasar yang ingin dituju, termasuk data demografis, geografis, perilaku konsumen, dan data pesaing. Setelah data terkumpul, langkah berikutnya adalah mengolah data tersebut agar memberikan informasi yang relevan dan bermanfaat.

Berikut merupakan beberapa metode dalam analisis pasar:

1. *Focus Group Discussion* (FGD): Diskusi kelompok yang melibatkan konsumen untuk memahami pandangan mereka tentang produk atau layanan.
2. *Survei Market Research*: Pengumpulan data melalui survei terstruktur.
3. *Field Trial* atau Uji Coba Produk: Pengujian produk di lapangan.
4. *Social Media Engagement*: Analisis data dari interaksi di media sosial.
5. Wawancara Personal: Wawancara langsung dengan konsumen atau ahli.

Pada proyek ini digunakan metode *Survei Market Research*.

#### 2.2.7 Analisis Perekonomian Bisnis

Analisis perekonomian bisnis adalah proses evaluasi yang bertujuan untuk memahami aspek ekonomi yang memengaruhi keberhasilan suatu bisnis. Dalam analisis ini, kita mempertimbangkan faktor-faktor seperti



kondisi pasar, keuangan perusahaan, dan strategi yang diterapkan. Analisis perekonomian bisnis melibatkan penilaian mendalam terhadap faktor-faktor ekonomi yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Ini mencakup aspek lingkungan bisnis, strategi yang dijalankan, kondisi keuangan, dan kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Metode-metode yang digunakan dalam analisis ekonomi, antara lain:

1. Analisis Biaya-Manfaat (*Cost-Benefit Analysis*)

Metode ini membandingkan manfaat yang diperoleh dari sebuah proyek bisnis dengan biaya yang dikeluarkan untuk mewujudkannya[10].

2. Analisis Risiko

Metode analisis risiko mengidentifikasi, mengukur, dan mengelola risiko yang ada. Metode Ini melibatkan memperhitungkan kemungkinan kemunduran atau kerugian dalam skenario terburuk dan menemukan cara untuk mengatasi atau meminimalkan dampaknya.

3. Analisis Sensitivitas

Metode ini mempelajari bagaimana perubahan dalam satu variabel tertentu dapat mempengaruhi hasil bisnis secara keseluruhan.

4. Analisis SWOT

Analisis ini mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan hambatan suatu usaha[8].

5. Analisis Eksternal

Memperhitungkan faktor-faktor eksternal seperti kondisi pasar, regulasi, dan tren industri.

Pada proyek ini analisis perekonomian bisnis menggunakan metode Analisis Biaya-Manfaat (*Cost-Benefit Analysis*)

### 2.2.8 Analisis Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah rencana perusahaan untuk memperkenalkan merek seluas-luasnya kepada pelanggan dan mencapai



penjualan produk. Dalam bisnis, strategi pemasaran berperan penting untuk menarik konsumen, memperkenalkan produk, memastikan pembelian berulang, dan mengukur kinerja anggota tim. Dr. H. Muhammad Yusuf Saleh, S.E., M.Si. dan Dr. Miah Said, S.E. dalam buku “Konsep dan Strategi Pemasaran” mendefinisikan strategi pemasaran sebagai konsep yang membahas tentang pengembangan keunggulan bersaing melalui pasar dan program-program yang melayani pasar sasaran[11].

Dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif, terdapat beberapa metode analisis yang dapat digunakan, yaitu:

1. Analisis SWOT: Mengidentifikasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) yang dihadapi perusahaan[8]. Akronim SWOT sendiri mengacu pada empat komponen utama:
  - a. *Strengths* (kekuatan) adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar[8].
  - b. *Weakness* (kelemahan) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan[8].
  - c. *Opportunities* (peluang) adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan.
  - d. *Threats* (ancaman) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan[8].
2. Analisis Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*): Menganalisis elemen-elemen kunci dalam strategi pemasaran, seperti produk, harga, tempat, dan promosi[12].
3. Analisis STP (Segmentasi, Targeting, dan Positioning): Membagi pasar menjadi segmen yang lebih kecil, memilih target pasar yang sesuai, dan memposisikan produk atau layanan secara tepat[13].

4. Analisis Lima Kekuatan Porter: Memahami struktur persaingan dalam industri dengan menganalisis lima kekuatan utama, yaitu pemasok, pembeli, pesaing baru, produk substitusi, dan intensitas persaingan[14].
5. Analisis PESTLE: Mengidentifikasi faktor-faktor eksternal (politik, ekonomi, sosial, teknologi, hukum, dan lingkungan) yang dapat memengaruhi strategi pemasaran[9].
6. Analisis BCG Matrix: merupakan metode yang digunakan dalam menyusun suatu perencanaan unit bisnis strategi dengan melakukan pengklasifikasian terhadap potensi keuntungan perusahaan. Metode ini membantu perusahaan dalam menentukan strategi portofolio produk berdasarkan pangsa pasar dan tingkat pertumbuhan pasar[15].
7. Analisis GE-McKinsey Matrix: Membantu perusahaan dalam mengevaluasi unit bisnis berdasarkan daya tarik industri dan kekuatan kompetitif perusahaan.

#### 2.2.9 Analisis Strategi Desain dan Pengembangan

Desain adalah proses perancangan dan pembuatan suatu produk atau layanan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pengguna dan mencapai tujuan bisnis. Sedangkan pengembangan adalah proses mewujudkan desain tersebut menjadi kenyataan. Pengembangan dapat melibatkan berbagai kegiatan, seperti manufaktur, konstruksi, atau pemrograman.

Beberapa metode desain dan pengembangan antara lain:

1. Metode *Waterfall*

Metode ini melibatkan tahapan berurutan, mulai dari analisis kebutuhan hingga implementasi dan perawatan[16].

2. Metode *Prototyping*

Metode Prototyping merupakan metode yang digunakan untuk membantu pengembangan perangkat lunak dengan membentuk model perangkat lunak[17].

### 3. Metode Spiral

Pendekatan Metode spiral adalah model proses perangkat lunak evolusioner yang menghubungkan sifat iteratif prototipe melalui aspek kontrol dan sistem dari model hasil linier[18].

### 4. Metode *Agile*

Agile Development adalah serangkaian metode, kerangka kerja, dan praktik yang berfokus pada pengembangan solusi secara berulang melalui peningkatan kecil yang dilakukan oleh tim lintas fungsi yang mengatur dirinya sendiri[19].

### 5. Metode RAD (*Rapid Application Development*)

*Rapid Application Development* (RAD) merupakan model proses pengembangan perangkat lunak secara linear sequential yang menekankan pada siklus pengembangan yang sangat singkat.

### 6. Metode *Incremental*

Dalam metode ini, sistem dikembangkan dalam bagian-bagian kecil (*incremental*). Setiap *incremental* menambahkan fitur baru atau meningkatkan yang sudah ada.

Metode desain dan pengembangan yang digunakan pada proyek ini adalah Metode *Waterfall*.

## 2.2.10 Rencana Operasi

Rencana operasional mendefinisikan kontribusi tim dalam mencapai tujuan perusahaan. Proses ini melibatkan penerapan rencana dan tujuan strategis. Tujuannya adalah untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan perusahaan.

Berikut adalah beberapa metode yang dapat digunakan dalam menetapkan rencana operasi:

1. *Brainstorming*: Metode ini mendorong pemikiran kreatif dengan mengumpulkan ide dari banyak orang dalam sesi informal.
2. Metode Delphi: metode sistematis dalam pengumpulan pendapat dari sekelompok pakar melalui kuesioner[20].
3. *Force Field Analysis*: Metode ini membantu mengidentifikasi kekuatan pendorong dan penahan perubahan[21].
4. *Critical Path Method* (CPM): Metode ini digunakan untuk menghitung waktu minimum yang dibutuhkan untuk menyelesaikan proyek. Dengan mengidentifikasi jalur kritis, tim dapat mengatur prioritas tugas operasional[22].
5. *Program Evaluation and Review Technique* (PERT): Metode ini membantu menentukan waktu dan urutan aktivitas dalam proyek. PERT mempertimbangkan kemungkinan variasi waktu untuk menghasilkan rencana operasional yang lebih akurat[23].

Proyek ini menggunakan metode *Program Evaluation and Review Technique* (PERT) dalam menetapkan rencana operasi.

#### 2.2.11 Jadwal Operasi

Beberapa metode yang digunakan dalam menetapkan jadwal keseluruhan proyek, antara lain:

1. Analisis Jaringan Jadwal (*Network Analysis*): Metode ini melibatkan pembuatan diagram jaringan (seperti *Gantt Chart* atau *Pert Chart*) yang menunjukkan urutan tugas dan ketergantungan antar tugas.
2. Metode Jalur Kritis (*Critical Path Method*, CPM): CPM menghitung waktu minimum yang dibutuhkan untuk menyelesaikan proyek dengan mengidentifikasi jalur kritis (yaitu jalur tugas yang mempengaruhi durasi keseluruhan proyek)[22].
3. Teknik Optimalisasi Sumber Daya: Metode ini mempertimbangkan alokasi sumber daya (seperti tenaga kerja, peralatan, dan bahan) untuk mengoptimalkan jadwal proyek.

4. *Leads and Lags*: Leads mengacu pada mempercepat awal suatu tugas, sedangkan lags mengacu pada penundaan antara tugas. Metode ini dapat digunakan untuk mempercepat atau mengatur ulang jadwal proyek.
5. Penjadwalan Berorientasi Sumber Daya: Fokus pada alokasi sumber daya dan memastikan bahwa ketersediaan sumber daya sesuai dengan jadwal proyek.  
Penentuan jadwal keseluruhan operasi pada proyek ini menggunakan metode *Critical Path Method*.

#### 2.2.12 Proyeksi Keuangan

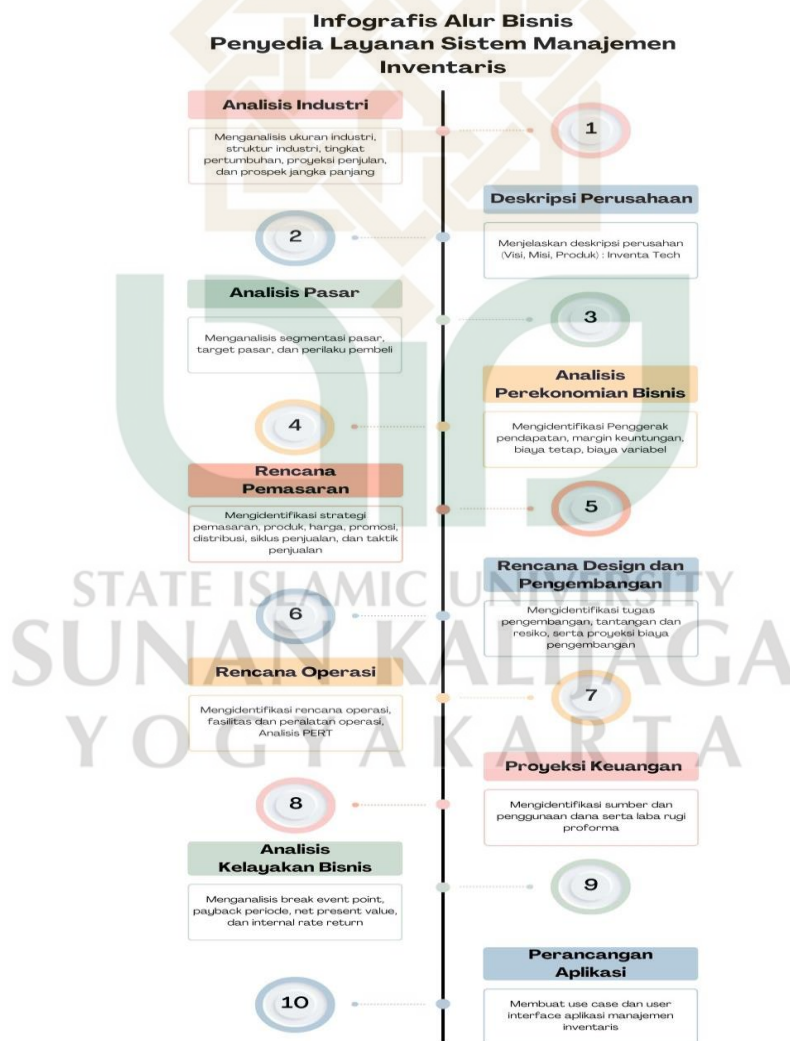
Proyeksi keuangan adalah perkiraan mengenai pendapatan dan pengeluaran bisnis di masa depan. Proyeksi ini membantu dalam merencanakan kondisi keuangan yang akan datang. Selain itu, proyeksi memungkinkan bisnis untuk mengantisipasi situasi finansial di masa depan. Berikut adalah beberapa metode yang digunakan untuk menyusun proyeksi keuangan:

1. Metode *Bottom-Up*: Metode ini dimulai dengan mengumpulkan data terperinci dari berbagai bagian bisnis, seperti penjualan, biaya operasional, dan investasi. Kemudian, data ini digabungkan untuk membuat proyeksi keuangan secara keseluruhan.
2. Proyeksi Jangka Pendek dan Jangka Panjang: Proyeksi jangka pendek biasanya mencakup satu tahun atau perincian bulanan. Proyeksi jangka panjang melibatkan perencanaan 3 hingga 5 tahun ke depan dan sering digunakan untuk menarik investor atau merumuskan rencana strategis.
3. Analisis Komparatif Data Tahun Sebelumnya: Proyeksi keuangan didasarkan pada analisis data tahun sebelumnya. Data historis digunakan untuk memperkirakan kinerja bisnis di masa depan.

### BAB III

## PERANCANGAN BISNIS

Bagian perancangan bisnis ini menjelaskan alur kerja dari perancangan bisnis ini. Alur ini meliputi analisis industri, menetapkan deskripsi perusahaan, analisis pasar, analisis perekonomian bisnis, rencana pemasaran, rencana desain dan pengembangan, rencana operasi, proyeksi keuangan, analisis kelayakan bisnis, dan perancangan aplikasi. Infografis ini bertujuan agar pembaca (investor) lebih mudah dalam memahami alur bisnis. Gambar 3.1 menjelaskan mengenai infografis alur bisnis penyedia sistem manajemen inventaris.



Gambar 3.1 Infografis Alur Bisnis



### 3.1 Tahap Analisis Industri

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi suatu organisasi atau perusahaan [24]. Analisis SWOT telah menjadi hal yang fundamental alat bagi organisasi untuk mengevaluasi posisi mereka di pasar dan digunakan secara luas untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal organisasi[25]. Analisis SWOT membantu organisasi dalam merencanakan strategi dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta secara bersamaan meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Dalam praktiknya, analisis SWOT digunakan untuk:

1. Menilai posisi persaingan suatu perusahaan.
2. Merumuskan rencana strategis.
3. Mengidentifikasi potensi masalah dan peluang di masa depan.

Berikut adalah langkah-langkah untuk melakukan analisis SWOT:

1. Identifikasi Kekuatan (*Strengths*):
  - a. Perusahaan perlu mengenali kekuatan bisnisnya. Apa yang membuat layanan sistem manajemen inventaris ini unik? Apakah ada teknologi canggih yang digunakan?
  - b. Pertimbangkan keunggulan kompetitif yang dimiliki bisnis dalam industri ini.
2. Identifikasi Kelemahan (*Weaknesses*):
  - a. Identifikasi kelemahan dalam layanan sistem manajemen inventaris. Apakah ada aspek yang perlu diperbaiki? Apakah ada keterbatasan dalam sumber daya atau teknologi yang digunakan?
  - b. Pertimbangkan masalah internal yang dapat mempengaruhi kinerja bisnis manajemen inventaris.
3. Temukan Peluang dari bisnis (*Opportunities*):
  - a. Identifikasi peluang di industri ritel. Apakah ada tren yang dapat dimanfaatkan? Apakah ada permintaan yang meningkat untuk layanan sistem manajemen inventaris?

- b. Pertimbangkan perubahan dalam kebutuhan pelanggan atau perubahan regulasi yang dapat menjadi peluang bagi bisnis.
4. Waspadai Ancaman yang Ada (*Threats*):
    - a. Identifikasi ancaman yang mungkin dihadapi bisnis. Apakah ada persaingan ketat? Apakah ada risiko teknologi atau perubahan pasar?
    - b. Pertimbangkan faktor eksternal yang dapat mengancam kesinambungan bisnis.

### 3.2 Tahap Penetapan Deskripsi Perusahaan

Berikut adalah langkah-langkah dalam menetapkan deskripsi perusahaan untuk Bisnis Penyedia Layanan Sistem Manajemen Inventaris dalam Pengelolaan Warung/Toko:

1. Menentukan Target Audiens
 

Langkah pertama adalah menentukan target audiens. Siapa yang ingin Bisnis jangkau dengan deskripsi perusahaan.
2. Mengidentifikasi Keunggulan Utama
 

Apa yang membedakan perusahaan ini dari pesaing? Apa keunggulan utama yang ditawarkan kepada pelanggan? Keunggulan utama harus menjadi fokus deskripsi perusahaan.
3. Menentukan Nada dan Gaya
 

Nada dan gaya deskripsi perusahaan harus sesuai dengan target audiens. Jika menjangkau pemilik warung/toko, Perusahaan mungkin ingin menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami.
4. Menyusun Deskripsi Perusahaan
 

Definisikan bisnis secara singkat. Apa spesialisasi perusahaan? Apakah bisnis fokus pada layanan sistem manajemen inventaris untuk warung, toko, atau keduanya?
5. Visi dan Misi
 

Jelaskan visi jangka panjang perusahaan dan bagaimana perusahaan berencana mencapai visi tersebut.
6. Nilai dan Keunggulan

- a. Apa nilai yang ingin tawarkan kepada pelanggan? Apa yang membedakan layanan sistem manajemen inventaris ini dari pesaing lain?
- b. Fokus pada keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan.

### 3.3 Tahap Analisis Pasar

*Market Research* adalah merupakan suatu pendekatan objektif dan terorganisasi untuk mengumpulkan data pemasaran yang jika di proses, dianalisis, dan diinterpretasi akan membantu mengungkap kesempatan serta untuk memberikan informasi yang lebih baik dan risiko yang lebih rendah dalam keputusan-keputusan pemasaran dan periklanan[26]. Kegiatan ini bertujuan untuk memahami pasar yang terkait dengan produk atau layanan tertentu dan mengetahui reaksi konsumen. Prosesnya melibatkan penyebaran survei, interaksi dengan sekelompok orang sebagai sampel, hingga wawancara.

#### Metode *Market Research*

1. Riset Pasar Primer: Dilakukan oleh perusahaan sendiri atau dengan mempekerjakan pihak ketiga. Metode ini melibatkan wawancara telepon, tatap muka, survei, kuesioner, kunjungan lokasi, dan diskusi kelompok.
2. Riset Pasar Sekunder: Menggunakan informasi dari luar perusahaan, seperti studi yang dilakukan oleh lembaga pemerintah, asosiasi perdagangan, organisasi internasional, dan perusahaan lain dalam industri yang sama.

Pada proyek ini metode yang digunakan adalah Riset Pasar Primer. Adapun langkah-langkah dalam melakukan Riset Pasar Primer meliputi:

1. Tentukan tujuan riset pasar. Dalam proyek ini riset ditujukan untuk memahami preferensi konsumen.
2. Tentukan siapa yang akan menjadi responden riset. Pada proyek ini target audiens ditujukan kepada pemilik warung dan toko.
3. Pilih Metode Pengumpulan Data  
Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, Kami mengajukan pertanyaan langsung kepada responden untuk mendapatkan wawasan lebih mendalam.

Beberapa pertanyaan yang kami ajukan dalam wawancara ini, antara lain:

- a. Bagaimana anda mengelola data stok, data penjualan, dan pembelian anda saat ini?
  - b. Apakah Anda pernah mengalami masalah dengan stok barang, seperti kekurangan atau kelebihan stok?
  - c. Apakah Anda pernah mengalami masalah dengan data penjualan dan pembelian, seperti kesalahan dalam pencatatan kas masuk dan keluar?
  - d. Bagaimana cara anda mengatasi masalah tersebut?
  - e. Apakah Anda menggunakan *software* atau aplikasi untuk membantu manajemen inventaris?
  - f. Jika iya, aplikasi apa yang anda gunakan?
  - g. Apa kelebihan dan kekurangan dari sistem yang anda gunakan saat ini?
  - h. Apa yang Anda harapkan dari software atau aplikasi manajemen inventaris ideal?
4. Kumpulkan Dan Analisis Data
  5. Interpretasi hasil, buat kesimpulan dari data yang dikumpulkan dan mengidentifikasi apakah ada temuan menarik atau perbedaan signifikan.

### 3.4 Tahap Analisis Perekonomian Bisnis

Analisis Biaya-Manfaat (*Cost Benefit Analysis*) adalah metode yang digunakan untuk mengevaluasi proyek atau kebijakan dengan membandingkan manfaat dan biaya yang terkait dengan proyek atau kebijakan tersebut[27]. Metode ini membantu menentukan apakah suatu proyek layak dilaksanakan berdasarkan keuntungan yang diharapkan. Selain itu, analisis ini juga memberikan gambaran mengenai efisiensi penggunaan sumber daya dalam mencapai tujuan.

Berikut adalah beberapa langkah yang dapat dilakukan dalam melakukan analisis biaya-manfaat:

1. Identifikasi Biaya dan Manfaat

- a. Identifikasi semua biaya yang terkait dengan implementasi sistem manajemen inventaris. Ini termasuk biaya pengembangan, pelatihan, perangkat lunak, peralatan, dan dukungan teknis.
  - b. Tinjau manfaat yang diharapkan dari sistem. Ini termasuk efisiensi operasional, pengurangan kehilangan stok, peningkatan layanan pelanggan, dan penghematan waktu.
2. Perkirakan Nilai Biaya dan Manfaat
    - a. Identifikasi biaya secara rinci. Perhitungkan biaya awal dan biaya berkelanjutan.
    - b. Perkirakan manfaat dalam bentuk uang (Berapa banyak waktu yang akan dihemat dengan sistem ini, berapa banyak stok yang dapat dihindari, berapa banyak penjualan tambahan yang dapat diperoleh).
  3. Hitung Rasio Biaya-Manfaat  
Bandingkan total biaya dengan total manfaat. Jika manfaat lebih besar daripada biaya, maka sistem ini layak diterapkan.
  4. Analisis Sensitivitas  
Pertimbangkan berbagai skenario. Bagaimana hasilnya jika biaya lebih tinggi atau manfaat lebih rendah dari yang diperkirakan.
  5. Kesimpulan  
Berdasarkan hasil analisis, tentukan apakah penerapan sistem manajemen inventaris akan menguntungkan.

### 3.5 Tahap Strategi Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller dalam bukunya *Marketing Management* (2012), mendefinisikan bauran pemasaran sebagai perangkat alat pemasaran perusahaan yang digunakan untuk mengejar tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Analisis Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) adalah pendekatan yang menggabungkan elemen-elemen pemasaran untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan secara efektif. Dengan memahami konsep ini, Pebisnis dapat mengoptimalkan upaya pemasaran dan membangun brand yang menarik bagi pelanggan[28].

## 1. Konsep *Marketing Mix*

*Marketing Mix* adalah kombinasi dari elemen-elemen pemasaran yang membantu mengonversi calon konsumen secara efektif dan tepat sasaran.

Elemen-elemen utama dalam konsep *Marketing Mix* adalah :

- a. Produk adalah mengelola unsur produk termasuk perencanaan dan pengembangan produk atau jasa yang tepat untuk dipasarkan dan mengubah produk atau jasa yang ada dengan menambah tindakan yang lain yang mempengaruhi bermacam –macam produk atau jasa.[12]
- b. *Price* (Harga): nilai tukar suatu produk yang dinyatakan dalam satuan monete.[12]
- c. *Place* (Distribusi): Aktivitas perusahaan harus menentukan lokasi, waktu yang tepat untuk setiap produk yang akan dikeluarkan maupun produk yang telah tersebar. [12]
- d. *Promotion* (Promosi): Merancang strategi promosi untuk memperkenalkan produk kepada target pasar.[12]

Berikut adalah analisis bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dapat digunakan untuk menentukan strategi pemasaran dalam bisnis penyedia layanan sistem manajemen inventaris:

### 1. Menentukan Produk yang Dibutuhkan Konsumen

- a. Fokus pada pengembangan produk yang relevan dan dibutuhkan oleh pasar.
- b. Pertimbangkan kebutuhan dan keinginan konsumen. Lakukan riset pasar untuk memahami tren dan permintaan.
- c. Identifikasi celah di pasar yang dapat diisi dengan produk baru atau perbaikan produk yang sudah ada.

### 2. Menetapkan Harga Produk

- a. Pertimbangkan nilai produk dan harga yang bersaing.
- b. Tinjau biaya produksi, biaya operasional, dan margin keuntungan yang diinginkan.
- c. Perhatikan juga harga produk pesaing dan posisi produk Anda di pasar.



3. Menentukan Tempat Penjualan
  - a. Pilih saluran distribusi yang efisien dan sesuai dengan target pasar.
  - b. Pertimbangkan apakah produk lebih cocok dijual melalui toko fisik, online, atau kombinasi keduanya.
  - c. Evaluasi lokasi geografis dan aksesibilitas tempat berjualan.
4. Merancang Strategi Promosi
  - a. Gunakan metode promosi yang menarik dan efektif.
  - b. Pertimbangkan iklan, promosi penjualan, media sosial, dan kerjasama dengan pihak lain.
  - c. Sesuaikan strategi promosi dengan karakteristik produk dan preferensi target pasar.

### 3.6 Tahap Desain dan Pengembangan

Metode *Waterfall* merupakan metode yang menyediakan pendekatan alur hidup perangkat lunak secara skensial atau terurut. Metode *Waterfall* menekankan pada langkah sistematis. Proses penciptaan sebuah sistem dilakukan secara berurutan, mulai dari tahapan identifikasi kebutuhan hingga proses perawatan. Analoginya seperti air terjun yang mengalir dari atas ke bawah. Setiap proses dilakukan selangkah demi selangkah, tidak boleh berloncatan, dan dilakukan secara bersamaan[29].

Berikut adalah tahapan metode *Waterfall*:

1. Spesifikasi Kebutuhan Pengguna  
Identifikasi kebutuhan pengguna terkait sistem manajemen inventaris.
2. Perencanaan
  - a. Membuat perencanaan secara detail terkait bagaimana sistem manajemen inventaris akan dibangun.
  - b. Menentukan fitur-fitur yang diperlukan, termasuk pelacakan stok, pemesanan, pembelian, dan laporan inventaris.
3. Permodelan Konstruksi
  - a. Memulai mengembangkan sistem berdasarkan rencana yang telah dibuat.

- b. Membuat desain database untuk menyimpan informasi inventaris, seperti produk, stok, dan transaksi.
4. Pengujian Sistem
  - a. Integrasi semua komponen sistem.
  - b. Uji fungsionalitas sistem, termasuk pengujian pelacakan stok, pembelian, dan laporan.
5. Penyerahan Sistem ke Pengguna
  - a. Setelah sistem dianggap siap, sistem dapat diserahkan kepada pemilik warung atau toko.
  - b. Berikan pelatihan kepada pengguna tentang cara menggunakan sistem.
6. Perawatan Sistem

Setelah implementasi, dilakukan pemantauan dan perbaikan jika ada masalah.

Pastikan sistem tetap berfungsi dengan baik dan memenuhi kebutuhan pengguna.

### **3.7 Tahap Analisis Rencana Operasi**

Model PERT adalah metode yang digunakan untuk mengukur dan mengendalikan kemajuan pembangunan dalam program penelitian dan pengembangan. Metode ini memberikan manajemen evaluasi kemajuan yang terintegrasi dan kuantitatif. Selain itu, model PERT juga memastikan validitas jadwal serta menilai perubahan yang diusulkan dalam rencana[23].

Langkah-langkah melakukan metode PERT untuk menetapkan rencana operasi bisnis:

1. Identifikasi semua kegiatan yang diperlukan untuk menyelesaikan proyek.
2. Tentukan Durasi Tiap Kegiatan.
3. Tentukan hubungan antar kegiatan, apakah ada kegiatan yang harus selesai sebelum kegiatan lain dapat.
4. Bangun Jaringan PERT yang merupakan representasi visual dari urutan kegiatan dan ketergantungan antar kegiatan.

5. Hitung Waktu Awal (*Earliest Start Time*) dan Waktu Akhir (*Earliest Finish Time*).
6. Hitung Waktu Terlambat (*Latest Start Time*) dan Waktu Terakhir (*Latest Finish Time*).
7. Identifikasi jalur kritis dalam jaringan PERT, yaitu urutan kegiatan yang memiliki total waktu terpanjang dan tidak boleh tertunda untuk memastikan proyek selesai tepat waktu.
8. Evaluasi dan Pengendalian menggunakan PERT untuk mengidentifikasi perubahan atau penundaan yang mungkin terjadi.

### 3.8 Tahap Penetapan Jadwal Keseluruhan

*Critical Path Method* (CPM) adalah teknik menganalisis jaringan kegiatan/aktivitas-aktivitas ketika menjalankan proyek dalam rangka memprediksi durasi total. CPM (*Critical Path Method*) pada dasarnya adalah merupakan metode yang berorientasi pada waktu, dalam arti bahwa CPM akan berakhir pada penentuan waktu. Metode ini mengidentifikasi jalur kritis pada aktifitas yang ditentukan ketergantungan antar aktifitasnya.[22]

Berikut langkah-langkah untuk melakukan CPM dalam menentukan jadwal keseluruhan proyek bisnis penyedia layanan sistem manajemen inventaris untuk warung/toko:

1. Identifikasi Aktivitas
2. Tentukan Ketergantungan Antar Aktivitas
3. Menentukan Estimasi waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan setiap aktivitas.
4. Buat Diagram Jaringan. Diagram ini menunjukkan urutan aktivitas dan ketergantungan antar aktivitas.
5. Hitung Waktu Awal (*Early Start*) dan Waktu Akhir (*Early Finish*)
6. Hitung Waktu Akhir (*Late Start*) dan Waktu Akhir (*Late Finish*)
7. Identifikasi jalur di mana setiap aktivitas memiliki total waktu terpanjang. Jalur ini menjadi penentu dimana keterlambatan dalam aktivitas mana pun di jalur ini akan menyebabkan keterlambatan dalam penyelesaian proyek.

#### 8. Hitung Jalur Kritis

Review jadwal yang dihasilkan dari analisis CPM dan pastikan jadwal tersebut realistis dan memenuhi kebutuhan proyek.

### 3.9 Tahap Penetapan Proyeksi Keuangan

Metode Bottom-Up melibatkan estimasi keuangan untuk setiap unit bisnis atau departemen secara terpisah. Estimasi ini kemudian digabungkan menjadi proyeksi keuangan perusahaan secara keseluruhan. Dengan cara ini, proyeksi keuangan mencerminkan kontribusi dari masing-masing unit atau departemen.

Berikut adalah langkah-langkah untuk menerapkan metode *Bottom-Up* dalam menentukan proyeksi keuangan bisnis penyedia layanan sistem manajemen inventaris warung/toko:

1. Mengumpulkan Data Terperinci
  - a. Identifikasi komponen utama yang mempengaruhi keuangan bisnis Manajemen Inventaris, seperti penjualan dan biaya operasional.
  - b. Mengumpulkan data terperinci dari berbagai bagian bisnis. Hal ini dapat berupa jumlah pelanggan, harga produk, biaya gaji karyawan, biaya sewa tempat, dan lainnya.
2. Analisis Data Tahun Sebelumnya Dari Bisnis Serupa
  - a. Gunakan data historis tahun sebelumnya dari perusahaan yang bergerak dalam sistem manajemen inventaris lainnya sebagai dasar peramalan.
  - b. Analisis data ini untuk memahami tren dan pola yang dapat membantu memproyeksikan kinerja keuangan di masa depan.
3. Proyeksi Penjualan
  - a. Berdasarkan data pelanggan aktual yang didapatkan dengan analisis bisnis serupa, buatlah perkiraan proyeksi penjualan produk atau layanan bisnis.
  - b. Tambahkan pertimbangan untuk faktor-faktor lain seperti musim, tren pasar, dan promosi.
4. Proyeksi Beban Operasional

- a. Hitung biaya operasional harian, termasuk gaji karyawan, biaya listrik, sewa tempat, dan lainnya. Perkirakan biaya ini berdasarkan data historis dan perkiraan masa depan.
5. Proyeksi Arus Kas
    - a. Membuat proyeksi arus kas masuk dan keluar berdasarkan penjualan dan biaya operasional.
  6. Hitung Margin Keuntungan
  7. Buatlah laporan keuangan yang menunjukkan proyeksi pendapatan, biaya, dan keuntungan untuk periode tertentu.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Ringkasan Eksekutif**

Inventa Tech adalah perusahaan yang menyediakan layanan sistem manajemen inventaris untuk warung dan toko. Kami menawarkan solusi inovatif yang mudah digunakan. Solusi ini membantu pemilik usaha mengelola stok, penjualan, dan pembelian dengan lebih efektif.

Inventa Tech menjadi mitra terdekat setiap warung atau toko untuk menciptakan ekosistem bisnis yang efisien, memungkinkan pemilik usaha fokus pada pertumbuhan dan kepuasan pelanggan. Inventa Tech menyediakan aplikasi manajemen inventaris yang canggih namun terjangkau, memberikan keuntungan berkelanjutan bagi bisnis kecil dan menengah. Menyederhanakan proses bisnis dengan teknologi terkini, sehingga memungkinkan pemilik toko mengoptimalkan operasi mereka tanpa kesulitan.

Warung/toko merupakan salah satu jenis mata pencarian utama mayoritas masyarakat Indonesia. Berdasarkan data Euromonitor jumlah toko retail di Indonesia mencapai 3,98 juta unit pada 2022[30]. Melihat potensi pangsa pasar dan penjualan yang cukup tinggi, maka bisnis penyedia layanan sistem manajemen inventaris ini masih sangat terbuka luas. Selain itu, Inventa Tech akan selalu memberikan keunggulan, dengan berbagai macam cara seperti memberikan harga yang bersaing, mengedepankan kualitas, serta berinovasi dalam proses produksi.

#### **4.2 Analisis Industri**

##### **4.2.1 Analisis SWOT**

###### **1) *Strengths* (Kekuatan)**

###### **a. Inovatif dan Mudah Digunakan**

Aplikasi manajemen inventaris yang ditawarkan oleh Inventa Tech dirancang agar mudah digunakan oleh pemilik warung/toko, meskipun mereka tidak memiliki latar belakang teknologi yang kuat.

###### **b. Harga Terjangkau**



Menawarkan solusi canggih dengan harga yang kompetitif, membuat Inventa Tech lebih mudah diakses oleh bisnis kecil dan menengah.

c. Teknologi Terkini

Menggunakan teknologi terbaru untuk menyederhanakan proses manajemen inventaris, yang meningkatkan efisiensi operasional dan memungkinkan pemilik toko mengoptimalkan operasional mereka tanpa kesulitan.

d. Pangsa Pasar yang Besar

Berdasarkan data Euromonitor, ada 3,98 juta unit toko retail di Indonesia pada 2022, menunjukkan potensi pasar yang luas untuk layanan ini[30].

2) *Weaknesses* (Kelemahan)

a. Ketergantungan pada Teknologi

Pengguna yang kurang familiar dengan teknologi mungkin memerlukan waktu adaptasi yang lebih lama.

b. Dukungan Pelanggan

Memastikan layanan dukungan pelanggan yang efektif dan responsif mungkin menjadi tantangan, terutama saat menghadapi skala yang lebih besar.

c. Persaingan Pasar

Banyaknya penyedia layanan manajemen inventaris lainnya di pasar, yang mungkin memiliki penawaran serupa atau lebih maju.

3) *Opportunities* (Peluang)

a. Ekspansi Pasar

Potensi untuk memperluas layanan ke luar negeri, mengingat bisnis kecil dan menengah adalah tulang punggung ekonomi di banyak negara berkembang.

b. Integrasi dengan Platform Lain

Kesempatan untuk mengintegrasikan aplikasi dengan platform lain seperti *point-of-sale systems*, *e-commerce*, dan aplikasi keuangan.

c. Inovasi Berkelanjutan

Kemajuan teknologi yang cepat memberi peluang untuk terus berinovasi dan menawarkan fitur-fitur baru yang lebih canggih dan menarik bagi pengguna.

d. Tren Digitalisasi

Meningkatnya adopsi teknologi digital di sektor ritel membuka peluang besar untuk solusi manajemen inventaris berbasis teknologi.

4) *Threats* (Ancaman)

a. Kompetisi yang Keta

Pasar mungkin semakin jenuh dengan banyaknya pemain baru yang masuk dan menawarkan solusi serupa.

b. Perubahan Teknologi

Perkembangan teknologi yang cepat bisa membuat solusi yang ada menjadi usang jika tidak ada pembaruan yang berkelanjutan.

c. Ketergantungan pada Infrastruktur Internet

Kualitas dan keandalan internet di berbagai daerah mungkin masih menjadi tantangan, terutama di wilayah yang kurang berkembang.

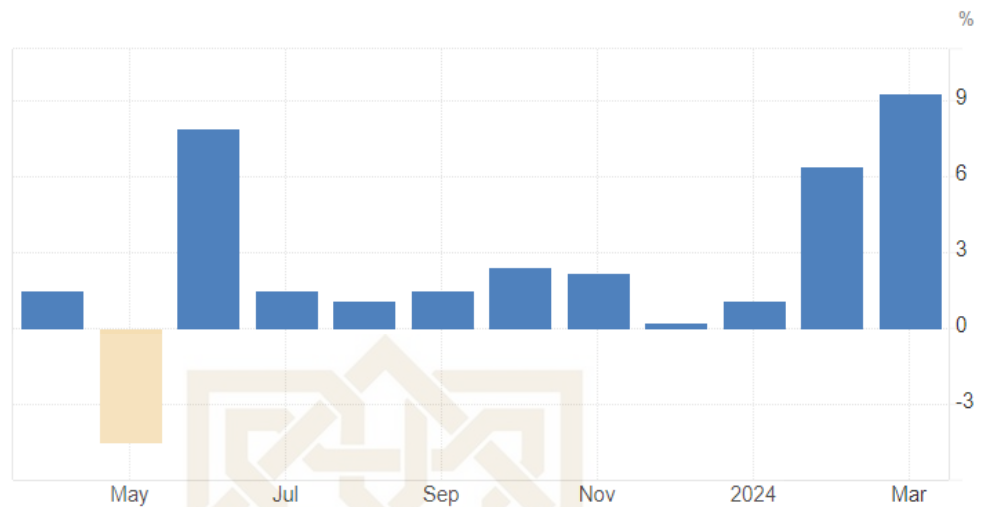
d. Perubahan Regulasi

Kebijakan pemerintah atau regulasi baru terkait penggunaan teknologi dan data dapat mempengaruhi operasi bisnis.

4.2.2 Ukuran Industri, Tingkat Pertumbuhan, dan Proyeksi Penjualan

A. Ukuran industri

Menurut informasi yang disajikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), sektor perdagangan besar dan eceran menduduki peringkat kedua dalam kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2023, dengan persentase sebesar 13,84% [1]. Hal ini menunjukkan bahwa sektor perdagangan memiliki dampak yang signifikan dalam perekonomian Indonesia. Dalam konteks ini, dapat dipahami bahwa ukuran industri untuk sistem manajemen inventaris di Indonesia memainkan peran yang penting, dan perkiraannya akan terus meningkat sejalan dengan pertumbuhan bisnis ritel yang terus berlanjut.



Gambar 4.1 Penjualan Sektor Ritel di Indonesia

Selain itu, berdasarkan Gambar 4.1 diketahui bahwa penjualan ritel di Indonesia meningkat sebesar 9,3 persen tahun-ke-tahun pada bulan Maret 2024, meningkat tajam dari kenaikan 6,4 persen pada bulan sebelumnya. Hal ini menandai ekspansi perdagangan ritel selama sepuluh bulan berturut-turut dan laju tercepat sejak Maret 2022[31]. Dengan tingginya penjualan dalam sektor bisnis ritel ini, maka para pemilik warung/toko membutuhkan solusi yang efektif dalam mempermudah proses operasionalnya. Bisnis ritel membutuhkan sistem manajemen inventaris yang efektif untuk mengelola persediaan mereka. Penyedia layanan sistem manajemen inventaris dapat memanfaatkan peluang ini dengan menawarkan solusi yang tepat bagi bisnis ritel.

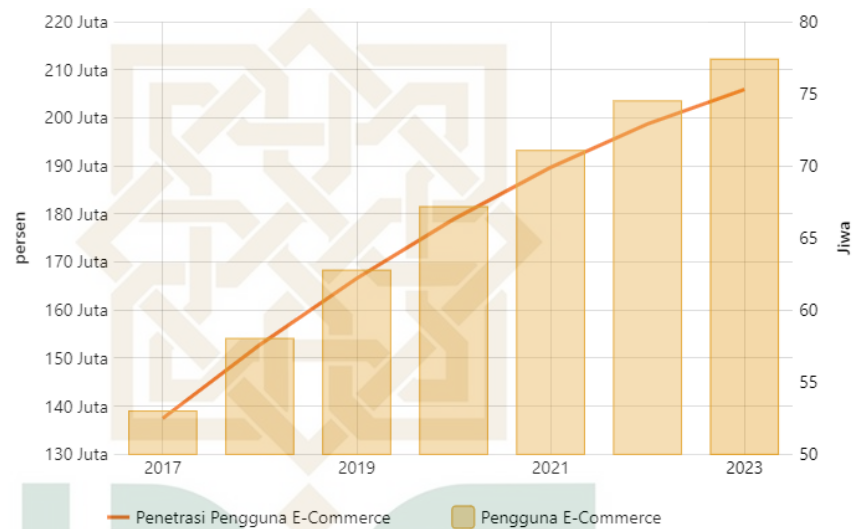
#### B. Tingkat Pertumbuhan

Ide bisnis penyedia layanan sistem manajemen inventaris memiliki potensi pertumbuhan yang tinggi. Hal ini didukung oleh beberapa faktor, antara lain:

1. Meningkatnya adopsi teknologi digital oleh bisnis di Indonesia.
2. Meningkatnya kesadaran akan pentingnya manajemen inventaris.

3. Persaingan yang semakin ketat di berbagai sektor industri mendorong bisnis untuk mencari cara untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional mereka.
4. Perkembangan *e-commerce* di Indonesia.

Berikut merupakan data tren penggunaan *e-commerce* tahun 2017-2023



Gambar 4.2 Tren penggunaan e-commerce

Dari data pada Gambar 4.2 terlihat bahwa tren penggunaan *e-commerce* terus meningkat setiap tahun. Pertumbuhan pesat *e-commerce* mendorong kebutuhan akan sistem manajemen inventaris yang lebih maju. Hal ini menunjukkan perlunya solusi yang lebih canggih untuk mengelola inventaris.

### C. Proyeksi Penjualan

Proyeksi penjualan/langganan bulanan untuk tahun 2026 bisnis penyedia layanan sistem manajemen inventaris.

Tabel 4.1 Proyeksi Pelanggan Tahun 2026

No	Bulan	Perkiraan Jumlah Pelanggan Aplikasi
1	Januari	20
2	Februari	40
3	Maret	60
4	April	80
5	Mei	100
6	Juni	120
7	Juli	140
8	Agustus	160
9	September	180
10	Oktober	200
11	November	220
12	Desember	240
Total Pelanggan yang berlangganan pada desember 2026		240 Pelanggan

Data Tabel 4.1 menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam jumlah pelanggan dari bulan pertama hingga bulan terakhir. Jumlah pelanggan meningkat secara drastis dari 20 orang pada bulan pertama menjadi 240 orang pada bulan terakhir. Asumsinya adalah penambahan rata-rata 20 pelanggan setiap bulannya.

Proyeksi keuangan tahun 2026

Tabel 4.2 Proyeksi Keuangan Tahun 2026

No	Bulan	Jumlah Pelanggan	Proyeksi keuangan
1	Januari	20	Rp 1.000.000
2	Februari	40	Rp 2.000.000
3	Maret	60	Rp 3.000.000
4	April	80	Rp 4.000.000
5	Mei	100	Rp 5.000.000
6	Juni	120	Rp 6.000.000
7	Juli	140	Rp 7.000.000
8	Agustus	160	Rp 8.000.000
9	September	180	Rp 9.000.000
10	Oktober	200	Rp 10.000.000
11	November	220	Rp 11.000.000
12	Desember	240	Rp 12.000.000
Total Pendapatan Tahun Pertama 2026			Rp 78.000.000

Tabel 4.2 menunjukkan pertumbuhan jumlah pelanggan dari bulan Januari hingga Desember menampilkan tren yang positif secara konsisten, dengan jumlah pelanggan meningkat secara bertahap setiap bulannya. Proyeksi keuangan juga mengikuti pola yang sama, meningkat sejalan dengan penambahan pelanggan, menunjukkan potensi pendapatan yang signifikan dari tahun pertama 2026. Total pendapatan tahun pertama mencapai Rp 78.000.000, mencerminkan kesuksesan dalam meningkatkan basis pelanggan dan potensi pertumbuhan keuangan yang baik untuk bisnis tersebut.

Proyeksi keuangan tahun 2027

Tabel 4.3 Proyeksi Keuangan Tahun 2027

No	Bulan	Jumlah Pelanggan	Proyeksi Keuangan
1	Januari	260	Rp 13.000.000
2	Februari	280	Rp 14.000.000
3	Maret	300	Rp 15.000.000
4	April	320	Rp 16.000.000
5	Mei	340	Rp 17.000.000
6	Juni	360	Rp 18.000.000
7	Juli	380	Rp 19.000.000
8	Agustus	400	Rp 20.000.000
9	September	420	Rp 21.000.000
10	Oktober	440	Rp 22.000.000
11	November	460	Rp 23.000.000
12	Desember	480	Rp 24.000.000
Total Pendapatan Tahun Kedua 2027			Rp 222.000.000

Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui bahwa dari bulan Januari hingga Desember tahun kedua 2027, terjadi peningkatan yang stabil dalam jumlah pendapatan bulanan, yang mencapai puncaknya pada bulan Desember. Dengan total pendapatan tahun kedua sebesar Rp 222.000.000. Data ini mencerminkan pertumbuhan yang signifikan dalam kinerja keuangan perusahaan pada tahun tersebut.



## Proyeksi keuangan tahun 2028

Tabel 4.4 Proyeksi Keuangan Tahun 2028

No	Bulan	Jumlah Pelanggan	Proyeksi Keuangan
1	Januari	500	Rp 25.000.000
2	Februari	520	Rp 26.000.000
3	Maret	540	Rp 27.000.000
4	April	560	Rp 28.000.000
5	Mei	580	Rp 29.000.000
6	Juni	600	Rp 30.000.000
7	Juli	620	Rp 31.000.000
8	Agustus	640	Rp 32.000.000
9	September	660	Rp 33.000.000
10	Oktober	680	Rp 34.000.000
11	November	700	Rp 35.000.000
12	Desember	720	Rp 36.000.000
Total Pendapatan Tahun Ketiga 2028			Rp 366.000.000

Tabel 4.4 menunjukkan pada tahun ketiga 2028, jumlah pelanggan terus meningkat secara konsisten dari bulan Januari hingga Desember, mencapai puncaknya pada akhir tahun dengan total 720 pelanggan. Proyeksi keuangan juga mengikuti pola yang sama, mencerminkan pendapatan tahun ketiga sebesar Rp 366.000.000. Data ini menunjukkan pertumbuhan yang kuat dan stabil dalam kinerja keuangan perusahaan.

## Proyeksi keuangan tahun 2029

Tabel 4.5 Tabel Proyeksi Tahun 2029

No	Bulan	Jumlah Pelanggan	Proyeksi Keuangan
1	Januari	740	Rp 37.000.000
2	Februari	760	Rp 38.000.000
3	Maret	780	Rp 39.000.000
4	April	800	Rp 40.000.000
5	Mei	820	Rp 41.000.000
6	Juni	840	Rp 42.000.000
7	Juli	860	Rp 43.000.000
8	Agustus	880	Rp 44.000.000
9	September	900	Rp 45.000.000
10	Oktober	920	Rp 46.000.000
11	November	940	Rp 47.000.000
12	Desember	960	Rp 48.000.000
Total Pendapatan Tahun Keempat 2029			Rp 510.000.000

Berdasarkan Tabel 4.5 pada tahun keempat 2029, jumlah pelanggan terus meningkat secara stabil dari bulan Januari hingga Desember, mencapai total 960 pelanggan pada akhir tahun. Proyeksi keuangan juga menunjukkan pertumbuhan yang sejalan, dengan pendapatan tahun keempat mencapai Rp 510.000.000. Hal ini menegaskan kinerja keuangan yang kuat dan stabil perusahaan selama tahun tersebut.

Proyeksi keuangan tahun 2030

Tabel 4. 6 Tabel Proyeksi Tahun 2030

No	Bulan	Jumlah Pelanggan	Proyeksi Keuangan
1	Januari	980	Rp 49.000.000.
2	Februari	1000	Rp 50.000.000
3	Maret	1020	Rp 51.000.000
4	April	1040	Rp 52.000.000
5	Mei	1060	Rp 53.000.000
6	Juni	1080	Rp 54.000.000
7	Juli	1100	Rp 55.000.000
8	Agustus	1120	Rp 56.000.000
9	September	1140	Rp 57.000.000
10	Oktober	1160	Rp 58.000.000
11	November	1180	Rp 59.000.000
12	Desember	1200	Rp 60.000.000
Total Pendapatan Tahun Kelima 2030			Rp 600.000.000

Tabel 4.6 menunjukan bahwa pada tahun kelima, 2030, jumlah pelanggan terus meningkat secara stabil dari bulan Januari hingga Desember, mencapai total 1200 pelanggan pada akhir tahun. Proyeksi keuangan juga menunjukkan pertumbuhan yang sejalan, dengan pendapatan tahun kelima mencapai Rp 600.000.000. Data ini menunjukkan bahwa bisnis telah berhasil mempertahankan pertumbuhan yang konsisten dan menghasilkan pendapatan yang signifikan selama tahun tersebut.

### Proyeksi keuangan tahun 2031

Tabel 4.7 Proyeksi Keuangan Tahun 2031

No	Bulan	Jumlah Pelanggan	Proyeksi Keuangan
1	Januari	1220	Rp 61.000.000.
2	Februari	1240	Rp 62.000.000
3	Maret	1260	Rp 63.000.000
4	April	1280	Rp 64.000.000
5	Mei	1300	Rp 65.000.000
6	Juni	1320	Rp 66.000.000
7	Juli	1340	Rp 67.000.000
8	Agustus	1360	Rp 68.000.000
9	September	1380	Rp 69.000.000
10	Oktober	1400	Rp 70.000.000
11	November	1420	Rp 71.000.000
12	Desember	1460	Rp 72.000.000
Total Pendapatan Tahun Kelima 2030			Rp 798.000.000

Tabel 4.7 menunjukkan data proyeksi penjualan pada tahun kelima, 2030, jumlah pelanggan terus meningkat secara konsisten dari bulan Januari hingga Desember, mencapai total 1460 pelanggan pada akhir tahun. Proyeksi keuangan juga menunjukkan pertumbuhan yang sejalan, dengan pendapatan tahun kelima mencapai Rp 798.000.000, menegaskan kinerja keuangan yang positif dan stabil perusahaan selama tahun tersebut. Data ini menunjukkan bahwa bisnis berhasil mempertahankan pertumbuhan yang kuat dan menghasilkan pendapatan yang substansial pada tahun tersebut.

### Proyeksi keuangan tahun 2032

Tabel 4.8 Proyeksi Keuangan Tahun 2032

No	Bulan	Jumlah Pelanggan	Proyeksi Keuangan
1	Januari	1480	Rp 73.000.000.
2	Februari	1500	Rp 74.000.000
3	Maret	1520	Rp 75.000.000
4	April	1540	Rp 76.000.000
5	Mei	1560	Rp 77.000.000
6	Juni	1580	Rp 78.000.000
7	Juli	1600	Rp 79.000.000
8	Agustus	1620	Rp 80.000.000
9	September	1640	Rp 81.000.000
10	Oktober	1660	Rp 82.000.000
11	November	1680	Rp 83.000.000
12	Desember	1700	Rp 84.000.000
Total Pendapatan Tahun Kelima 2030			Rp 942.000.000

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa Pendapatan perusahaan meningkat secara konsisten dari Januari hingga Desember. Jumlah pelanggan bertambah seiring berjalannya waktu, mencapai puncaknya pada bulan Desember. Proyeksi keuangan juga naik secara signifikan setiap bulannya, mencapai total pendapatan tahunan sebesar Rp 942.000.000 pada tahun kelima.

Proyeksi keuangan tahun 2025-2032

Tabel 4.9 Proyeksi Keuangan 2026-2032

No	Tahun	Proyeksi Keuangan
1	2026	Rp 78.000.000
2	2027	Rp 222.000.000
3	2029	Rp 366.000.000
4	2029	Rp 510.000.000
5	2030	Rp 600.000.000
6	2031	Rp 798.000.000
7	2032	Rp 942.000.000

Berdasarkan data pada Tabel 4.9 diketahui bahwa proyeksi keuangan perusahaan menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dari tahun 2026 hingga 2032. Pada tahun 2026, pendapatan diproyeksikan mencapai Rp 78.000.000, dan terus meningkat secara eksponensial setiap tahunnya. Tahun 2030 menjadi tahun puncak dengan pendapatan mencapai Rp 600.000.000. Dengan asumsi penambahan pelanggan sebanyak 20 orang per bulan dan biaya langganan aplikasi Rp 50.000 per bulan, pendapatan tahunan terus meningkat hingga mencapai Rp 942.000.000 pada tahun 2032.

#### 4.2.3 Struktur Industri

Struktur industri untuk bisnis penyedia layanan sistem manajemen inventaris dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Tingkat persaingan

Tingkat persaingan dalam industri sistem manajemen inventaris di Indonesia cukup tinggi. Hal ini disebabkan oleh banyaknya pemain

yang bersaing di pasar, termasuk pemain lokal dan pemain asing. Data pesaing bisnis ini di tampilkan pada Tabel 4.10 berikut:

Tabel 4. 10 Data Pesaing Lokal dan Asing

<b>Pemain Lokal</b>	<b>Pemain Asing</b>
Zahir Accounting	SAP Business One
HashMicro	Oracle NetSuite
Pawoon	Zoho Inventory
Aplikasi Kasir Wcell(Shopee)	
IB Minimar 3.0 (Shopee)	
Aplikasi Web Kasir POS Codeigniter(Shopee)	

## 2. Hambatan masuk

Berikut beberapa hambatan untuk masuk ke industri sistem manajemen inventaris:

- a. Industri penyedia layanan sistem manajemen inventaris cukup kompetitif. Banyak perusahaan besar dan mapan yang sudah memiliki basis pelanggan yang besar dan reputasi yang baik.
- b. Kesulitan dalam menjangkau pelanggan. Banyak pemilik warung/toko konvensional yang masih betah untuk menggunakan sistem lama.
- c. Inovasi teknologi yang tinggi mengakibatkan teknologi baru dapat berubah dengan cepat, dan bisnis perlu terus beradaptasi dan berinvestasi dalam teknologi baru untuk tetap kompetitif.

## 3. Tingkat diferensiasi

Tingkat diferensiasi dalam industri sistem manajemen inventaris cukup tinggi. Hal ini disebabkan oleh banyaknya pemain yang menawarkan solusi/ fitur yang berbeda-beda dan dengan harga yang bervariasi. Hal ini dapat dilihat pada data yang ditampilkan pada Tabel 4.11 tentang diferensiasi fitur pesaing besar, Tabel 4.12 tentang fitur pesaing kecil, Tabel 4.13 tentang diferensiasi harga pesaing, Tabel 4.14 tentang diferensiasi platform pesaing.

Tabel 4.11 Data Diferensiasi Fitur Pesaing

Nama Fitur	Zahir	Hashmicro	Olsera	Zoho	Oracle	Inventa
Manajaemen inventory	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
Penilaian persediaan	Ada	Ada	Tidak	Tidak	Tidak	Ada
Multi-warehouse	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
Akutansi/keuangan	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
Barcode	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
Mobile App	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
Dropshipping	Tidak	Tidak	Ada	Ada	Tidak	Ada
Marketplace	Tidak	Tidak	Ada	Ada	Tidak	Ada

Tabel 4.12 Data Tabel Data Pesaing 2

Nama Fitur	Aplikasi Kasir Wcell	IB Minimar 3.0	Aplikasi Web Kasir POS Codeigniter	Inventa
Manajaemen inventory	Ada	Ada	Tidak	Ada
Penilaian persediaan	Tidak	Tidak	Tidak	Ada
Multi-warehouse	Tidak	Tidak	Tidak	Ada
Akutansi/keuangan	Ada	Ada	Tidak	Ada
Barcode	Ada	Ada	Ada	Ada
Mobile App	Tidak	Tidak	Tidak	Ada
Dropshipping	Tidak	Tidak	Tidak	Ada
Marketplace	Tidak	Tidak	Tidak	Ada

Tabel 4.13 Diferensiasi Harga Pesaing

Produk	Harga
Zoho Inventory	Rp 448.500/Bulan Rp 5.000.000/Jual Putus
Zahir Accounting	Rp 899.000/Bulan
Oracle Netsuite	Rp 1.584.000/Bulan
Hashmicro	Rp.15.000.0000/Jual putus
Pawoon	Rp 149.000/Bulan
SAP Business One	Rp 366.720/Bulan
Aplikasi Kasir Wcell	Rp 378.900/Jual Putus
IB Minimar 3.0	Rp 375.999/Jual Putus
Aplikasi Web Kasir POS Codeigniter	Rp 245.000/Jual Putus



Tabel 4.14 Diferensiasi Platform Pesaing

Produk	Platform
Zoho Inventory	Web dan Mobile(Ios dan Android)
Zahir Accounting	Desktop, Mobile(Ios dan Android) dan Web
Oracle Netsuite	Desktop, mobile(Ios dan Android) , dan Web
Hashmicro	Web dan Mobile(Ios dan Android)
Pawoon	Web dan Mobile(Android)
SAP Business One	Desktop, Web, Mobile(Ios dan Android)
Aplikasi Kasir Wcell	Desktop
IB Minimar 3.0	Desktop
Aplikasi Web Kasir POS Codeigniter	Desktop
InventaSprintTech	PWA

Berdasarkan data Platform diatas berikut dipaparkan kelebihan dan kekurangan dari masing-masing platform:

#### 1. Platform Web

Kelebihan:

- a) Dapat diakses dari berbagai perangkat dan lokasi dengan koneksi internet
- b) Memudahkan integrasi dengan platform/ekosistem lain
- c) Pembaruan Otomatis

Kekurangan:

- a) Ketergantungan pada Koneksi Internet.

#### 2. Platform Mobile

Kelebihan:

- a) Pengguna dapat mengelola inventaris dari perangkat mobile yang memungkinkan akses cepat dan responsibilitas di mana saja
- b) Notifikasi *Real-time*
- c) Fitur Barcode melalui kamera perangkat mobile
- d) Laporan *On-the-Go*

Kekurangan:

- a) Keterbatasan Fungsionalitas, beberapa fitur mungkin tidak sepenuhnya tersedia atau optimal dibandingkan dengan versi web
- b) Keterbatasan Ruang Layar sehingga penggunaan bisa kurang nyaman untuk tugas-tugas yang membutuhkan banyak input data.

### 3. Platform Desktop

Kelebihan:

- a) Kinerja Optimal Karena dijalankan secara lokal pada komputer.
- b) Fungsionalitas Lengkap
- c) Keamanan Data karena data tersimpan secara lokal di komputer pengguna, yang dapat meningkatkan keamanan dan privasi informasi.
- d) Akses Tanpa Koneksi Internet

Kekurangan:

- a) Tidak dapat diakses dari mana saja kecuali dari komputer yang terinstal aplikasi tersebut.
- b) Memerlukan pembaruan manual oleh pengguna ketika versi perangkat lunak diperbarui.
- c) Tidak memiliki fleksibilitas mobilitas yang sama dengan versi web atau mobile.

Untuk mengatasi beberapa kelemahan yang mungkin terdapat pada platform desktop, web, dan mobile InventaSprintTech berinovasi menciptakan aplikasi dengan platform PWA (*Progressive Web App*) yang memiliki beberapa keunggulan berikut:

#### a. Mobilitas dan Akses Universal

PWA memungkinkan akses dari berbagai perangkat dengan koneksi internet, seperti halnya aplikasi web. Namun, mereka juga memberikan fleksibilitas dan mobilitas seperti aplikasi *mobile*.

Pengguna dapat mengaksesnya dari desktop, perangkat seluler, atau tablet, memberikan akses yang serbaguna dan universal.

b. Kinerja dan Responsivitas

Dibandingkan dengan aplikasi web biasa, PWA sering kali memiliki kinerja dan responsivitas yang lebih baik karena menggunakan teknologi caching dan praperendering.

c. Fitur Offline dan Notifikasi Real-time:

Salah satu fitur utama dari PWA adalah kemampuan untuk bekerja secara *offline* menggunakan teknologi *Service Workers*. Ini memungkinkan pengguna untuk tetap produktif tanpa koneksi internet. Selain itu, PWA juga mendukung notifikasi *real-time*, sehingga pengguna dapat menerima pemberitahuan penting bahkan saat aplikasi tidak aktif.

d. Integrasi dengan Perangkat

PWA memiliki akses ke berbagai fitur perangkat, seperti kamera, lokasi, atau sensor lainnya.

e. Pembaruan Otomatis dan Keamanan Data

Pembaruan pada PWA biasanya dilakukan di latar belakang, tanpa intervensi pengguna. Hal ini memastikan bahwa pengguna selalu menggunakan versi terbaru dari aplikasi tanpa perlu instalasi manual. Selain itu, data disimpan secara aman di cloud, mengurangi risiko kehilangan data atau kerusakan pada perangkat.

4. Kekuatan tawar-menawar pembeli

Banyaknya pesaing di pasar meningkatkan kekuatan tawar-menawar pembeli dalam industri sistem manajemen inventaris.

5. Kekuatan tawar-menawar pemasok

Banyaknya pesaing di pasar mengurangi kekuatan tawar-menawar pemasok dalam industri sistem manajemen inventaris.

Dari data tersebut, terlihat bahwa dalam lingkungan industri yang kompetitif, terdapat peluang bisnis bagi penyedia layanan sistem manajemen inventaris yang mampu menyajikan solusi yang unik dan berbeda dari pesaingnya. Ini menunjukkan bahwa struktur industri yang bersaing menciptakan kondisi yang mendukung untuk eksplorasi inovatif dan pengembangan produk yang kreatif. Dalam situasi seperti ini, perusahaan yang mampu menonjol dengan solusi yang unik memiliki kesempatan untuk mendapatkan pangsa pasar yang signifikan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk fokus pada diferensiasi produk dan layanan untuk memanfaatkan peluang yang dihadirkan oleh lingkungan industri yang kompetitif.

Tabel 4.15 Jenis Pasar Pesaing

<b>Mahal</b>	-Zahir Accounting( Rp 5.000.000) -Hashmicro ( Rp 15.000.000)	-Zahir Accounting (Rp 899.000/Bulan) -Pawoon (Rp 149.000/bulan) -SAP Business One ( Rp 366.720/bulan) -Oracle NetSuite ( Rp 1.584.000/bulan) -Zoho Inventory(Rp 448.500)
<b>Murah</b>	-Aplikasi Kasir Wcell Store(Rp 378.900) -IB Minimar 3.0(Rp 375.000)	InventaSprintTech (Rp 50.000/bulan)
	<b>Jual Putus</b>	<b>Berlangganan</b>

Dari data Tabel 4.15 diatas diketahui bahwa:

1. Zahir accounting dan Hashmicro menerapkan metode penjualan jual putus dengan harga yang mahal, dan berlangganan dengan harga mahal

2. Sedangkan Pawoon, SAP Business One, Oracle Netsuite, dan Zoho inventory menerapkan penjualan berlangganan dengan harga yang mahal.

Kami menyimpulkan bahwa penjualan berlangganan murah memiliki persaingan yang rendah, sementara penjualan aplikasi berlangganan mahal memiliki persaingan yang tinggi, sehingga kami menghindari pasar tersebut.

#### 4.2.4 Faktor Kunci Keberhasilan

Berikut merupakan faktor kunci keberhasilan yang perlu di perhatikan untuk bisnis penyedia layanan sistem manajemen inventaris:

1. Kualitas produk dan layanan

Bisnis perlu menawarkan produk dan layanan yang berkualitas tinggi, yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan baik.

Kualitas produk dan layanan dapat dilihat dari beberapa aspek, antara lain:

- a. Fitur dan fungsi yang ditawarkan harus sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
- b. Bisnis perlu menawarkan sistem manajemen inventaris yang memiliki antarmuka yang *user-friendly* dan dapat diakses melalui berbagai perangkat.
- c. Bisnis perlu menggunakan teknologi keamanan yang terkini untuk melindungi data pelanggan.

2. Strategi pemasaran dan penjualan

Bisnis perlu melakukan riset pasar untuk memahami kebutuhan pelanggan dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat.

3. Kemampuan SDM

Bisnis perlu memiliki tim yang berpengalaman dan kompeten dalam bidang sistem informasi untuk membantu pelanggan mengimplementasikan sistem.

4. Layanan purnajual

Layanan purnajual dapat berupa pelatihan, dukungan teknis, dan layanan pemeliharaan.

#### 4.2.5 Tren Industri

Ada beberapa tren industri yang dapat mempengaruhi bisnis penyedia layanan sistem manajemen inventaris, antara lain:

1. Tren penggunaan aplikasi pengelola inventaris

Tren penggunaan aplikasi manajemen inventaris terus berkembang di era bisnis yang semakin kompleks dan digital. Bisnis semakin mengadopsi solusi berbasis cloud untuk mengelola inventaris yang memungkinkan akses dari mana saja. Automatisasi dan otomatisasi proses pencatatan masuk dan keluar barang menjadi fokus utama untuk mengurangi kesalahan manual dan meningkatkan efisiensi. Fitur analisis data dan pembuatan laporan memberikan wawasan tentang tren dan masalah, sementara fokus pada keberlanjutan dan efisiensi membantu bisnis mengurangi biaya dan menjaga stok selalu optimal.

2. Pertumbuhan e-commerce

Pertumbuhan *e-commerce* mendorong kebutuhan akan sistem manajemen inventaris yang lebih efisien, sistem manajemen inventaris yang efektif dapat membantu bisnis e-commerce untuk memenuhi permintaan pelanggan dengan cepat dan akurat.

3. Perkembangan teknologi

Perkembangan teknologi, seperti *Internet of Things* (IoT) dan *artificial intelligence* (AI), dapat mempengaruhi sistem manajemen inventaris. IoT dapat digunakan untuk melacak persediaan secara real time. Sementara itu, AI dapat digunakan untuk memprediksi permintaan dan mencegah kehabisan stok.

4. Kebutuhan akan solusi yang terjangkau

Bisnis ritel, terutama bisnis kecil dan menengah, membutuhkan solusi sistem manajemen inventaris yang terjangkau.



#### 4.2.6 Prospek Jangka Panjang

Tabel 4.16 Data Proyeksi Jangka Panjang

Tahun	Prospek yang akan dicapai
2026	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fokus pada memperkenalkan produk dan membangun basis pelanggan awal.</li> <li>• Gunakan strategi pemasaran digital untuk menjangkau target audiens. Kolaborasi dengan bisnis kecil dan menengah.</li> <li>• Targetkan pertumbuhan pendapatan sekitar 20% dari bulan ke bulan.</li> </ul>
2027	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perluas cakupan layanan ke wilayah yang lebih luas.</li> <li>• Terus tingkatkan fitur produk berdasarkan umpan balik pelanggan.</li> <li>• Targetkan pertumbuhan pendapatan sekitar 30% dari tahun sebelumnya.</li> </ul>
2028	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fokus pada skalabilitas infrastruktur dan tim.</li> <li>• Jalin kemitraan dengan perusahaan logistik, <i>e-commerce</i>, dan bisnis ritel.</li> <li>• Targetkan pertumbuhan pendapatan sekitar 40% dari tahun sebelumnya.</li> </ul>
2029	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertimbangkan diversifikasi produk dengan menambahkan fitur seperti analisis prediktif dan manajemen rantai pasokan.</li> <li>• Jelajahi pasar internasional. Identifikasi negara-negara dengan permintaan tinggi terhadap solusi manajemen inventaris.</li> <li>• Targetkan pertumbuhan pendapatan sekitar 50% dari tahun sebelumnya.</li> </ul>
2030	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsolidasikan posisi sebagai pemimpin di pasar manajemen inventaris. Terus berinovasi dan pertahankan kepuasan pelanggan.</li> <li>• Pertimbangkan opsi untuk IPO atau menjalin kemitraan dengan perusahaan yang sejalan.</li> <li>• Targetkan pertumbuhan pendapatan sekitar 60% dari tahun sebelumnya.</li> </ul>

Tabel 4.16 menyajikan proyeksi pencapaian perusahaan dari tahun 2026 hingga 2030. Pada 2026, fokus utama adalah memperkenalkan produk baru dan membangun basis pelanggan awal dengan strategi pemasaran digital dan kolaborasi dengan bisnis kecil dan menengah. Tahun berikutnya, pada 2027, rencananya adalah memperluas cakupan layanan ke wilayah yang lebih luas, dan meningkatkan fitur produk dengan target pertumbuhan pendapatan 30%. Hingga 2030, perusahaan berencana meningkatkan infrastruktur dan tim, menjalin kemitraan dengan

perusahaan logistik dan ritel, serta mempertimbangkan diversifikasi produk dan ekspansi internasional, dengan target pertumbuhan pendapatan hingga 60%.

### 4.3 Deskripsi Perusahaan

Inventa Tech adalah perusahaan yang menghadirkan layanan sistem manajemen inventaris bagi warung dan toko. Inventa Tech bertujuan untuk membantu pemiliknya mengelola inventaris secara lebih efisien melalui teknologi berkualitas dan harga yang terjangkau. Dengan solusi yang ditawarkan, diharapkan pemilik warung dan toko dapat meningkatkan kinerja dan profitabilitas usahanya..

#### 1. Logo Perusahaan



Gambar 4.3 Logo Perusahaan

Gambar 4.3 menjelaskan tentang logo perusahaan. Logo perusahaan merangkum semangat Inventa Tech dalam memberikan solusi sistem manajemen inventaris yang efektif dan terdepan. Dua tanda panah melingkar mencerminkan aliran informasi yang terus-menerus, dengan ujung panah pertama menyorot pada analisis transaksi yang cermat dan ujung panah kedua menekankan pentingnya aspek keuangan. Keranjang barang dan kotak barang di tengah logo menandakan fokus kami pada manajemen inventaris yang tepat dan efisien. Nama perusahaan "Inventa Tech" dan tagline "Inventaris pintar, bisnis lancar" di bagian bawah melengkapi komitmen kami untuk menyediakan solusi yang cerdas dan mendukung kelancaran bisnis bagi pelanggan kami.

## 2. Visi Perusahaan

Inventa Tech bertujuan untuk menjadi mitra terdekat setiap warung atau toko, memberikan solusi inovatif dan mudah digunakan untuk manajemen stok, penjualan, dan pembelian.

## 3. Misi Perusahaan

Misi Inventa Tech adalah menyediakan aplikasi manajemen inventaris yang canggih namun terjangkau, memberikan keuntungan berkelanjutan bagi bisnis kecil dan menengah.

## 4. Produk dan Layanan

Inventa Tech menawarkan layanan penyedia aplikasi yang menyeluruh untuk manajemen stok barang, data penjualan, dan data pembelian. Fitur-fitur utama termasuk pemantauan stok *real-time*, pelacakan penjualan, pembuatan laporan keuangan, dan kemampuan untuk mengelola pesanan pembelian secara efisien. Inventa Tech menawarkan aplikasi dengan paket utama dan paket premium. Paket utama merupakan paket aplikasi dengan fitur dasar bawaan aplikasi, dan paket premium adalah paket dengan fitur tambahan yang bisa di *upgrade* oleh pemilik warung/toko tergantung dengan kebutuhan. Tentunya dengan biaya tambahan untuk setiap fitur.

Tabel 4.17 menjelaskan dua paket layanan yang ditawarkan oleh perusahaan, yaitu *Basic* dan *Premium*, beserta fitur-fitur yang disertakan dalam masing-masing paket tersebut. Paket *Basic* menyediakan fitur-fitur dasar seperti manajemen item, pencarian, manajemen kategori, dan manajemen *supplier*. Selain itu, paket ini juga mencakup laporan inventaris, notifikasi stok minim, pencatatan masuk/keluar barang, dan laporan analisis sederhana. Di sisi lain, paket *Premium* menawarkan fitur tambahan seperti integrasi eksternal dengan sistem akuntansi atau manajemen lainnya, sistem penyesuaian harga otomatis, serta integrasi dengan *marketplace*. Selain itu, pelanggan *Premium* juga mendapatkan dukungan prioritas dari tim dukungan pelanggan, analisis *fast and slow moving stock*, manajemen multi gudang, penggunaan *barcode*, dan fitur *dropshipping*. Dengan demikian,

pelanggan dapat memilih paket yang sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka, baik untuk skala kecil dengan fitur dasar maupun skala besar dengan fitur tambahan dan dukungan prioritas.

Tabel 4.17 Fitur Aplikasi Inventa Tech

Paket	Fitur yang ditawarkan
<i>Basic</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manajemen Item: Tambah, edit, dan hapus item inventaris. Informasi dasar item seperti nama, deskripsi, jumlah, dan lokasi.</li> <li>• Pencarian : Pencarian berdasarkan nama atau kode item.</li> <li>• Manajemen Kategori: Buat dan kelola kategori untuk mengelompokkan item inventaris.</li> <li>• Manajemen <i>Supplier</i>: Tambah, edit, dan hapus informasi <i>supplier</i>.</li> <li>• Laporan Inventaris: Laporan sederhana tentang stok barang dan perubahan terakhir.</li> <li>• Notifikasi Stok Minim: Notifikasi ketika stok item mendekati batas minimal yang ditentukan.</li> <li>• Pencatatan Masuk/Keluar Barang: Pencatatan transaksi masuk dan keluar barang untuk setiap item.</li> <li>• Laporan Analisis:Laporan yang lebih canggih seperti analisis tren, prediksi stok, dan perbandingan performa item.</li> <li>• Pengaturan Keamanan Tambahan: Opsi untuk mengatur hak akses pengguna dengan tingkat keamanan yang lebih tinggi.</li> </ul>
Premium	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Integrasi Eksternal:Integrasi dengan sistem akuntansi atau sistem manajemen lainnya.</li> <li>• Sistem penyesuaian harga barang otomatis</li> <li>• Integrasi dengan <i>marketplace</i></li> <li>• Dukungan Pelanggan Prioritas:Akses prioritas ke tim dukungan pelanggan untuk bantuan lebih cepat.</li> <li>• Analisis <i>Fast and Slow Moving Stock</i> untuk mengidentifikasi barang yang bergerak cepat dan lambat.</li> <li>• Manajemen multi gudang</li> <li>• Penggunaan <i>Barcode</i>: Integrasi dengan <i>barcode</i> untuk mempermudah pencatatan dan pencarian item.</li> <li>• Fitur <i>Dropshipping</i></li> </ul>

## 4.4 Analisis Pasar

### 4.4.1 Segmentasi Pasar dan Pemilihan Target Pasar

Segmentasi pasar adalah proses membagi pelanggan, atau pelanggan potensial, di pasar menjadi kelompok-kelompok yang berbeda, atau segmen[32]. Segmentasi pasar dapat membantu bisnis untuk memahami kebutuhan dan perilaku pelanggan dengan lebih baik. Segmentasi pasar membantu bisnis agar dapat mengembangkan produk dan layanan yang lebih tepat sasaran.

Beberapa segmen pasar yang dapat ditargetkan oleh bisnis penyedia layanan sistem manajemen inventaris, antara lain:

1. **Bisnis ritel**

Bisnis ritel membutuhkan sistem manajemen inventaris yang dapat membantu mengelola stok barang dengan lebih efektif, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mengurangi biaya operasional.

2. **Bisnis manufaktur**

Bisnis manufaktur membutuhkan sistem manajemen inventaris yang dapat membantu mengelola bahan baku, barang setengah jadi, dan barang jadi dengan lebih efisien, sehingga dapat meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya produksi.

3. **Bisnis jasa**

Bisnis jasa membutuhkan sistem manajemen inventaris untuk mengelola inventaris barang dan peralatan yang digunakan untuk memberikan layanan kepada pelanggan.

4. **Bisnis Online**

Bisnis online membutuhkan sistem manajemen inventaris untuk memastikan pengelolaan stok yang akurat dan efisien, yang mengurangi risiko kehabisan atau kelebihan stok, serta meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memastikan pesanan dapat dipenuhi tepat waktu

Target pasar adalah kelompok pelanggan yang akan dituju oleh bisnis. Bisnis perlu memahami target pasarnya dengan baik untuk dapat mengembangkan produk dan layanan yang tepat sasaran. Target pasar merupakan langkah selanjutnya yang harus ditentukan oleh bisnis setelah melakukan segmentasi pasar. Bisnis perlu mempertimbangkan beberapa faktor dalam memilih target pasar, antara lain:

1. Kesempatan pasar

Bisnis perlu mengidentifikasi peluang pasar yang tersedia di segmen pasar yang dituju.

2. Kemampuan bisnis

Bisnis perlu mempertimbangkan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan di segmen pasar yang dituju.

3. Kompetisi

Bisnis perlu mempertimbangkan tingkat persaingan di segmen pasar yang dituju.

Berdasarkan analisis tersebut, bisnis penyedia layanan sistem manajemen inventaris ini memilih untuk menargetkan segmen pasar bisnis ritel dari berbagai skala, kecil, menengah, hingga besar. Bisnis ritel merupakan segmentasi pasar yang menarik bagi penyedia layanan sistem manajemen inventaris karena sektor ritel seringkali memiliki kebutuhan yang sangat spesifik dalam mengelola inventaris. Bisnis ritel sering menghadapi tantangan seperti perputaran inventaris yang cepat, fluktuasi permintaan pelanggan, dan persaingan yang ketat. Dengan memiliki sistem manajemen inventaris yang efisien dan terintegrasi, bisnis ritel dapat mengoptimalkan persediaan mereka, mengurangi biaya penyimpanan, menghindari kekurangan stok, dan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menyediakan produk yang tepat pada waktu yang tepat. Sementara itu, target pasar untuk bisnis ini meliputi pemilik dan pengelola warung, toko, toko *online*, toko kelontong, dan bisnis ritel serupa yang memerlukan alat untuk mengelola stok barang, data penjualan, dan data pembelian.



#### 4.4.2 Analisis Perilaku Pembeli

Perilaku masyarakat Indonesia menunjukkan kecenderungan membeli barang bajakan, mengutamakan harga murah, dan mencari solusi praktis dalam berbagai aspek kehidupan. Ini disebabkan oleh faktor ekonomi di mana masyarakat mencari alternatif terjangkau untuk kebutuhan hiburan dan produktivitas, terutama dalam produk digital seperti film, musik, dan perangkat lunak. Masyarakat juga cenderung memilih barang murah, terlihat dari popularitas pasar tradisional dan toko diskon. Selain itu, mereka menginginkan kepraktisan, tercermin dari preferensi terhadap layanan *online* dan aplikasi yang memudahkan berbelanja, berkomunikasi, dan mengakses informasi.

Dengan demikian, Inventa Tech berinovasi membuat aplikasi manajemen inventaris berbasis PWA. Aplikasi ini sulit untuk dibajak atau disalin (*copy-paste*), menawarkan harga murah dan mudah digunakan oleh semua kalangan masyarakat. Dengan menerapkan strategi ini, perusahaan dapat menarik minat masyarakat Indonesia dan dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Analisis perilaku pembeli pada proyek ini dilakukan dengan wawancara langsung kepada pemilik warung/toko. Pemilik warung atau toko sebagai audiens akan dibagi menjadi tiga tingkatan skala berdasarkan omset perhari dari masing-masing warung. Berikut merupakan pengklasifikasiannya:

Tabel 4.18 Data Sampel Wawancara Warung Offline

Warung/ toko offline	Skala/Omset
Warung Kecil	>1.000.000 omset/ hari Target: Warung Pak Wahyu
Warung Sedang	>3.000.000 omset/ hari Target: Warung Pak Ris

Tabel 4.18 memberikan gambaran mengenai sampel wawancara yang akan dilakukan terhadap warung atau toko *offline* dengan skala dan omset yang berbeda. Sampel pertama adalah Warung Kecil dengan omset lebih dari 1.000.000 per hari, di mana target wawancaranya adalah Warung Pak Wahyu.

Sampel kedua adalah Warung Sedang dengan omset lebih dari 3.000.000 per hari, dengan target wawancara yaitu Warung Pak Ris.

Berikut merupakan hasil wawancara dengan beberapa sampel warung:

### **Warung Skala Kecil**

**Narasumber: Pak Wahyu**

**No Telp: 085257833653**

1. Bagaimana anda mengelola data stok, data penjualan, dan pembelian anda saat ini?

Jawaban:

Selama ini pengelolaan data dilakukan secara manual dengan pembukuan, untuk membantu penghitungan terkadang pemilik warung menggunakan excel.

2. Apakah Anda pernah mengalami masalah dengan stok barang, seperti kekurangan atau kelebihan stok?

Jawaban: Pernah, yang sering terjadi adalah kekurangan stok barang atau stok barang habis, jadi ketika pembeli datang, belum bisa menjual barang.

3. Apakah Anda pernah mengalami masalah dengan data penjualan dan pembelian, seperti kesalahan dalam pencatatan kas masuk dan keluar?

Jawab: Pernah, keliru sedikit sering terjadi, seperti salah catat, atau bahkan memang lupa dicatat.

4. Bagaimana cara anda mengatasi masalah tersebut?

Jawaban: Biasanya di cek ulang, karena kalau ada salah catat biasanya keliatan di perhitungan akhir, datanya tidak sesuai.

5. Apakah Anda menggunakan *software* atau aplikasi untuk membantu manajemen inventaris?

Jawab: Saat ini belum ada

6. Jika iya, aplikasi apa yang anda gunakan?

7. Apa kelebihan dan kekurangan dari sistem yang anda gunakan saat ini?

8. Apa yang Anda harapkan dari software atau aplikasi manajemen inventaris ideal?

Jawab:

Penjual mengharapkan aplikasi dengan pencatatan yang akurat, lebih baik jika bisa langsung terhubung ke sistem scan, jadi langsung terdata. Selain itu, aplikasi sebaiknya tidak terlalu kompleks agar mudah di gunakan.

9. Jika ada penawaran aplikasi inventaris dengan fitur yang lebih lengkap dengan biaya langganan Rp.50.000 perbulan apakah bapak tertarik?

Jawaban: Selama fungsionalitasnya bagus dan dapat berguna dengan baik. Saya tertarik.

### **Warung Skala Sedang**

**Narasumber: Pak Ris**

**No Telp: 082376980528**

1. Bagaimana anda mengelola data stok, data penjualan, dan pembelian anda saat ini?

Jawaban:

Selama ini pengelolaan data dilakukan secara *automatis* menggunakan aplikasi inventaris.

2. Apakah Anda pernah mengalami masalah dengan stok barang, seperti kekurangan atau kelebihan stok?

Jawaban: Pernah, biasanya masalah kehabisan stok atau stok berlebih jadi kadaluarsa.

3. Apakah Anda pernah mengalami masalah dengan data penjualan dan pembelian, seperti kesalahan dalam pencatatan kas masuk dan keluar?

Jawab: Tidak Pernah

4. Bagaimana cara anda mengatasi masalah tersebut?

Jawaban: Aplikasi inventaris yang digunakan sudah mendata dengan baik, sudah langsung terhubung ke sistem scan langsung juga.

5. Apakah Anda menggunakan *software* atau aplikasi untuk membantu manajemen inventaris?

Jawab: Iya, ada.

6. Jika iya, aplikasi apa yang anda gunakan?

Jawab: aplikasinya dipesan dari orang, harga Rp. 5.000.0000

7. Apa kelebihan dan kekurangan dari sistem yang anda gunakan saat ini?

Jawab: Kelebihannya pencatatan transaksi jadi lebih mudah, dan rinci.

Kekurangannya, fitur masih sederhana, hanya sebatas mencatat transaksi, belum ada kelola stok, dan fitur analisis.

8. Apa yang Anda harapkan dari *software* atau aplikasi manajemen inventaris ideal?

Jawab:

Penjual mengharapkan aplikasi inventaris dengan fitur yang lebih baik dan canggih.

9. Jika ada penawaran aplikasi inventaris dengan fitur yang lebih lengkap dengan biaya langganan Rp 50.000 perbulan apakah bapak tertarik?

Jawab: Iya, saya tertarik. Jika ada yang bisa langganan seperti saya pilih langganan, dengan berlangganan kita bisa berhenti menggunakan aplikasi jika memang sudah

tidak sesuai dan tidak dibutuhkan. Sistem langganan lebih baik.

Berikut merupakan uraian karakteristik setiap peserta terkait dengan kebutuhan pada sistem manajemen inventaris:

Tabel 4.19 Perilaku Pembeli Warung Offline

<b>Warung Kecil offline</b>	<b>Warung Menengah offline</b>	<b>Warung Besar offline</b>
Sistem yang diperlukan sederhana, mudah digunakan, dan bisa diakses secara manual.	Memerlukan sistem yang lebih canggih, mengutamakan integrasi dengan sistem kasir, dan pelaporan yang jelas dan terstruktur	Memerlukan sistem yang dapat mengelola banyak cabang atau lokasi
Biaya implementasi sistem yang terjangkau	Memerlukan sistem yang dapat menghitung stok secara otomatis dan memberikan peringatan saat stok rendah	Memerlukan sistem yang terintegrasi dengan sistem perencanaan sumber daya perusahaan (ERP) untuk manajemen yang terpusat.
Mebutuhkan sistem yang dapat diakses melalui perangkat mobile	Memerlukan sistem yang memiliki kemampuan analisis untuk memahami tren penjualan dan permintaan	Memerlukan sistem yang dapat mengoptimalkan rantai pasok dan mengelola persediaan di seluruh jaringan.

Tabel 4.19 mengilustrasikan analisis perilaku warung offline berdasarkan ukuran dan kebutuhan sistem mereka. Warung kecil offline

cenderung membutuhkan sistem yang sederhana, mudah digunakan, dan bisa diakses secara manual. Sebaliknya, warung menengah offline memerlukan sistem yang lebih canggih yang dapat diintegrasikan dengan sistem kasir dan menyediakan pelaporan yang jelas dan terstruktur. Di sisi lain, warung besar offline memerlukan sistem yang dapat mengelola banyak cabang atau lokasi dan terintegrasi dengan sistem perencanaan sumber daya perusahaan (ERP) untuk manajemen terpusat.

Tabel 4.20 Data Karakteristik Warung Online

<b>Warung Kecil online</b>	<b>Warung Menengah online</b>	<b>Warung Besar online</b>
<p>Kebutuhan Utama:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengelolaan Stok Dasar</li> <li>- Sistem yang mudah digunakan dan tidak memerlukan investasi besar.</li> <li>- Pelacakan Manual</li> <li>- Pengintegrasian dengan Platform Penjualan seperti Tokopedia, Shopee, atau media sosial.</li> </ul>	<p>Kebutuhan Utama:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Automatisasi proses pemesanan ulang stok dan pembaruan inventaris.</li> <li>- Pelaporan dan Analisis</li> <li>- Kemampuan untuk terhubung dengan beberapa platform penjualan dan sistem pembayaran.</li> <li>- Pengelolaan Multi-Lokasi</li> <li>- Kontrol Memantau nilai inventaris dan biaya penyimpanan untuk pengelolaan cash flow yang lebih baik.</li> </ul>	<p>Kebutuhan Utama:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sistem Manajemen Inventaris Lanjutan dengan fitur canggih seperti pelacakan batch dan lot.</li> <li>- Sistem yang dapat menangani pertumbuhan bisnis yang cepat dan peningkatan volume transaksi.</li> <li>- Integrasi ERP</li> <li>- Analisis Prediktif</li> <li>- Fitur keamanan yang ketat dan kontrol akses untuk melindungi data inventaris.</li> <li>-Pelacakan Real-Time</li> </ul>



Tabel 4.22 menggambarkan kebutuhan utama warung online berdasarkan ukuran mereka. Warung kecil online membutuhkan pengelolaan stok dasar dan sistem yang mudah digunakan tanpa memerlukan investasi besar. Warung menengah online membutuhkan sistem yang lebih otomatis untuk pemesanan ulang stok dan pembaruan inventaris, serta pelaporan dan analisis. Warung besar online memerlukan sistem manajemen inventaris lanjutan dengan fitur canggih seperti pelacakan batch dan lot.

Tabel 4.21 Data Karakteristik Online-Offline

<b>Warung Kecil online-offline</b>	<b>Warung Menengah online-offline</b>	<b>Warung Besar online- offline</b>
<p>Kebutuhan Utama:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Pengelolaan Stok Dasar</li> <li>-Sistem Terpadu yang Sederhana</li> <li>-Pelacakan Manual Minimal</li> <li>- Kemampuan untuk memperbarui stok secara otomatis di platform penjualan online serta sistem Point of Sale (POS) untuk toko fisik.</li> <li>- Antarmuka yang intuitif agar mudah digunakan oleh pemilik warung</li> </ul>	<p>Kebutuhan Utama:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengotomatisasi pemesanan ulang stok dan pembaruan inventaris untuk online dan offline.</li> <li>- Fitur pelaporan untuk melacak penjualan, tren produk, dan performa inventaris.</li> <li>- Kemampuan untuk terhubung dengan beberapa platform penjualan online, sistem POS, dan sistem pembayaran.</li> <li>- Pengelolaan Multi-Lokasi</li> <li>- Kontrol Keuangan</li> </ul>	<p>Kebutuhan Utama</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Sistem Manajemen Inventaris Lanjutan yang mendukung kompleksitas inventaris dengan fitur canggih seperti pelacakan batch, lot, dan serial number.</li> <li>- Sistem yang dapat menangani pertumbuhan bisnis yang cepat dan peningkatan volume transaksi.</li> <li>- Integrasi ERP</li> <li>- Analisis Prediktif</li> <li>- Fitur keamanan yang ketat dan kontrol akses untuk melindungi data inventaris.</li> <li>- Pelacakan Real-Time</li> </ul>

dengan sumber daya terbatas.	- Sinkronisasi Real-Time, Memastikan stok di toko online dan offline selalu sinkron untuk menghindari ketidaksesuaian stok.	- Manajemen Rantai Pasokan - Pengembalian dan Retur
------------------------------	---	--

Tabel 4.23 menguraikan kebutuhan utama dari tiga kategori warung berdasarkan ukuran dan model bisnis mereka (online-offline). Warung kecil membutuhkan pengelolaan stok dasar, sistem terpadu yang sederhana, serta pelacakan manual minimal. Warung besar memerlukan sistem manajemen inventaris lanjutan yang mendukung kompleksitas inventaris dengan fitur seperti pelacakan batch, lot, dan serial number. Warung menengah, di sisi lain, memerlukan sistem yang dapat mengotomatisasi pemesanan ulang stok dan pembaruan inventaris untuk online dan offline.

#### 4.4.3 Analisis Pesaing

Analisis pesaing pada proyek ini dilakukan melalui studi literatur. Studi literatur yang dilakukan berupa membaca komentar dan review pengguna pada lawan web masing-masing pesaing. Dari studi literatur yang dilakukan didapatkan beberapa data analisis pesaing serta kekurangan, dan kelebihan dari beberapa aplikasi manajemen inventaris yang sudah ada dipasaran, sebagaimana yang dicantumkan pada Tabel 4.22 berikut:

Tabel 4.22 Data Kelebihan dan Kekurangan Pesaing

<b>Nama Aplikasi Pesaing</b>	<b>Kelebihan</b>	<b>Kekurangan</b>
Zahir Accounting	Integrasi erat dengan sistem akuntansi.  Dukungan untuk manajemen inventaris dan persediaan.	Tidak selalu intuitif untuk pengguna baru.  Beberapa fitur mungkin tidak relevan untuk bisnis skala kecil.

Odoo	<i>Open source</i> dan gratis, Fleksibel dan modular, Mudah digunakan, serta Fitur yang lengkap	<p>Fitur terbatas pada versi gratis</p> <p>Kurang cocok untuk bisnis besar</p> <p>Kurangnya dukungan pelanggan untuk versi gratis</p> <p>Kurang terintegrasi dengan aplikasi lain</p>
HashMicro	Fitur komprehensif, Kustomisasi, Dukungan pelanggan, Integrasi	<p>Biaya implementasi dan penggunaan HashMicro lebih mahal dibandingkan dengan aplikasi gratisan.</p> <p>Fitur yang lengkap bisa jadi terasa kompleks bagi bisnis kecil yang baru memulai dengan sistem manajemen inventaris.</p>
IBM	Fitur yang komprehensif, <i>Scalable</i> , Kustomisasi	<p>Biaya implementasi dan penggunaan IBM Sterling Inventory Management lebih mahal dibandingkan dengan aplikasi gratisan atau open source</p> <p>Fitur yang lengkap bisa jadi terasa kompleks bagi bisnis kecil yang baru memulai dengan sistem manajemen inventaris.</p>

Pesaing-pesaing ini tentunya memiliki spesifikasi dan kualifikasi tersendiri, dengan kualitas yang baik, meski demikian beberapa pesaing ini memiliki beberapa kelemahan potensial serupa yang dapat dijadikan inovasi untuk membangun bisnis manajemen stok data yang lebih baik, yaitu:

1. Biaya implementasi yang mahal: Hal ini tentunya memberatkan warung atau toko dengan skala kecil dan menengah.

2. Kompleksitas : Sistem cenderung dirancang untuk bisnis yang memerlukan manajemen stok yang canggih, dan ini bisa membuatnya terasa berlebihan untuk bisnis yang lebih sederhana.

Sementara itu, meski saat ini sudah tersedia banyak aplikasi manajemen inventaris yang gratis seperti Wave, FreeAgent, dan aplikasi gratis lainnya. Aplikasi Gratis ini cenderung memiliki Fitur yang terbatas. Fitur keamanan mereka lemah, dan tidak menawarkan dukungan pelanggan yang sama dengan aplikasi berbayar.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat peluang inovasi dalam membangun aplikasi manajemen inventaris baru dengan memperbaiki kelemahan potensial yang dimiliki oleh pesaing-pesaing yang sudah ada. Fokus inovasi dapat difokuskan pada:

1. Biaya Implementasi yang Terjangkau
2. Sederhana dan Mudah Digunakan
3. Fitur Lengkap dengan Harga Bersaing
4. Peningkatan Keamanan dan Dukungan Pelanggan

#### **4.5 Analisis Perekonomian Bisnis**

##### **4.5.1 Penggerak Pendapatan dan Margin Keuntungan**

Penggerak Pendapatan dari bisnis penyedia layanan sistem manajemen inventaris ini meliputi:

1. Biaya Langganan

Biaya langganan ini ditentukan berdasarkan beberapa faktor, yaitu terkait dengan biaya produksi keseluruhan, pendapatan yang ingin dihasilkan dari bisnis, perbandingan harga dengan kompetitor, dan kemampuan konsumen. Sehingga cara untuk menetapkan biaya langganan ini antara lain:

- a. Menghitung biaya produksi dengan akurat. Karena biaya yang akan diperoleh tentunya harus mampu menutupi biaya produksi yang digunakan.

- b. Menentukan perkiraan pendapatan yang ingin didapatkan untuk menentukan target keuntungan yang diinginkan.
- c. Melakukan riset literatur maupun wawancara mengenai harga yang ditawarkan kompetitor dan harga yang disanggupi oleh konsumen.

Perkiraan biaya langganan perbulan aplikasi manajemen inventaris pada bisnis ini adalah:

Tabel 4.23 Harga Penjualan InventaSprintTech

Kelas Aplikasi	Harga yang ditawarkan
<i>Basic</i>	Rp. 50.000 / Bulan
Premium	Rp. 5.000 / Bulan / Fitur

Berikut kategori biaya langganan yang ditawarkan untuk bisnis penyedia layanan sistem manajemen inventaris ini:

1. Model berlangganan bulanan untuk akses ke platform manajemen inventaris.
2. Biaya *onboarding* dan setup awal.
2. Fitur Premium
 

Fitur premium untuk aplikasi manajemen inventaris ini ditentukan melalui beberapa cara, yaitu:

  1. Menganalisis fitur-fitur premium dari aplikasi serupa yang sudah ada pasaran. Dari analisis tersebut, perusahaan juga dapat mencari celah untuk inovasi fitur baru.
  2. Mengidentifikasi segmen pengguna yang akan menjadi target pasar. Untuk mengetahui fitur khusus yang relevan untuk setiap segmen. Proses identifikasi ini dapat dilakukan melalui wawancara langsung pada target market.

Beberapa fitur premium yang ditawarkan untuk sistem manajemen inventaris bisnis ini adalah:

1. Integrasi Eksternal: Integrasi dengan sistem akuntansi atau sistem manajemen lainnya.

2. Sistem penyesuaian harga barang otomatis
  3. Integrasi dengan *marketplace*
  4. Dukungan Pelanggan Prioritas: Akses prioritas ke tim dukungan pelanggan untuk bantuan lebih cepat.
  5. Analisis *Fast and Slow Moving Stock* untuk mengidentifikasi barang yang bergerak cepat dan lambat.
  6. Manajemen multi gudang
  7. Penggunaan *Barcode*: Integrasi dengan *barcode* untuk mempermudah pencatatan dan pencarian item.
  8. Fitur *dropshipping*
3. Pelatihan dan Dukungan

Pelatihan dan dukungan yang disediakan untuk para customer bisnis ini dilakukan melalui *live chat* pada website resmi perusahaan. Fitur ini memungkinkan para customer untuk berdiskusi secara langsung kepada salah satu staf perusahaan untuk mendapatkan informasi.

#### 4.5.2 Biaya Tetap dan Variabel

##### 1. Biaya Tetap

Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang dikeluarkan secara periodik dan besarnya selalu konstan atau tetap, tidak terpengaruh oleh besar kecilnya volume usaha atau proses bisnis yang terjadi pada periode tersebut.[33]

Cara menentukan biaya tetap adalah dengan :

1. Mengidentifikasi semua biaya tetap yang terkait dengan operasi bisnis.
2. Mengitung jumlah total biaya tetap per bulan setiap item untuk mengetahui biaya tetap bulanan yang akan ditanggung
3. Memperkirakan kemungkinan perubahan biaya tetap yang mungkin akan terjadi nantinya



4. Menghitung semua biaya tetap bulanan dan perkiraan perubahan dana untuk mendapatkan total biaya tetap bulanan.

Tabel 4.24 berikut memberikan rincian biaya operasional bulanan dan tahunan untuk sebuah perusahaan. Total biaya bulanan mencapai Rp 25.200.000, sementara total biaya tahunan adalah Rp 287.200.000. Rincian biaya tersebut meliputi beberapa komponen utama yaitu biaya listrik dan internet, gaji pekerja, hosting dan domain, langganan figma dan server cloud.

Tabel 4.24 Biaya Tetap Aplikasi

No	Uraian	Perbulan	Pertahun	Jumlah Biaya
1	Listrik, dan Internet	Rp 1.000.000	Rp 12.000.000	Rp 12.000.000
2	Gaji 2 Developer	Rp 10.000.000	Rp 120.000.000	Rp 120.000.000
3	Gaji 2 Marketing	Rp 8.000.000	Rp 96.000.000	Rp 96.000.000
4	Gaji 1 Staff Dukungan pelanggan	Rp 6.000.000	Rp 36.000.000	Rp 36.000.000
5	Biaya hosting dan domain		Rp 300.000	Rp 300.000
6	Biaya langganan premium Figma	Rp 200.000	Rp 2.400.000	Rp 2.400.000
8	Server Cloud VPS IDCloudHost		Rp 500.000	Rp 500.000
9	Sewa Kantor		Rp 20.000.000	Rp 20.000.000
	<b>Total Biaya</b>	<b>Rp 25.200.000</b>	<b>Rp 287.200.000</b>	<b>Rp 287.200.000</b>

## 2. Biaya Variabel

Biaya variabel (*variabel cost*) adalah biaya yang berubah secara proporsional dengan aktivitas bisnis[33]. Identifikasi biaya variabel memungkinkan perusahaan untuk mengendalikan pengeluaran dengan lebih baik. Berikut disajikan Tabel 4.25 yang menunjukkan beberapa biaya variabel untuk bisnis penyedia layanan sistem manajemen inventaris:

Tabel 4.25 Biaya Variabel Aplikasi

No	Biaya Variabel	Jumlah
1	Biaya upah <i>freelancer</i> -Developer 3 -Marketing 2 -Dukungan pelanggan 1	Rp 6.000.000 Rp 3.000.000 Rp 1.000.000
2	Biaya <i>Maintenance</i>	Rp 5.000.000
3	Biaya <i>Marketing</i>	Rp 5.000.000
Total biaya		Rp 20.000.000

#### 4.6 Rencana Pemasaran

##### 4.6.1 Strategi Pemasaran

Berikut merupakan rencana pemasaran untuk bisnis ini:

1. Analisis Pasar dan Pesaing

- a. Analisis Target Pasar

Perusahaan mengidentifikasi dan mensegmentasi pemilik warung atau toko kecil dan menengah sebagai target utama.

- b. Pesaing dan Diferensiasi

Perusahaan meninjau model bisnis dan fitur unggulan pesaing untuk menentukan nilai tambah dan keunggulan kompetitif.

2. Branding dan Positioning

- a. Penentuan *Brand Identity*

Perusahaan menentukan identitas merek aplikasi. Dalam hal ini aplikasi stok manajemen stok, penjualan, dan pembelian untuk warung atau toko diberi merk "Inventa Tech"

- b. *Positioning*

Mengembangkan aplikasi manajemen stok data barang yang fokus ditujukan untuk aktivitas manajemen data stok barang, penjualan, dan pembelian dengan target pasar para pemilik warung atau toko dengan skala kecil, menengah, hingga besar. Aplikasi ini akan dibuat sesederhana mungkin dengan

fungsionalitas yang terjamin sehingga para customer dapat dengan mudah mengaplikasikannya.

### 3. Pemasaran *Online*

Pemasaran online dapat dilakukan melalui beberapa cara berikut:

#### a. Website Resmi

Membangun website resmi yang informatif dengan tautan ke unduhan aplikasi dan fitur-fitur utama.

#### b. Kampanye SEO

Mengoptimalkan mesin pencari untuk memastikan visibilitas tinggi di hasil pencarian terkait.

#### c. Media Sosial

Berpartisipasi aktif di platform media sosial dengan konten edukatif, testimoni pelanggan, dan tautan unduhan.

#### d. Kampanye Email

Mengirimkan *newsletter* reguler yang berisi pembaruan, tips penggunaan, dan penawaran khusus kepada pelanggan yang sudah mendaftar.

### 4. Pemasaran Offline

Strategi Pemasaran Offline untuk Bisnis Penyedia Layanan Sistem Manajemen Inventaris Warung/Toko:

#### a. Brosur dan Poster

Mencetak dan menyebarkan brosur dan poster di warung/toko, pasar tradisional, dan tempat-tempat strategis lainnya.

#### b. Promosi Langsung

Mengunjungi warung/toko secara langsung dan jelaskan manfaat menggunakan layanan manajemen inventaris kepada pemiliknya.

#### c. Seminar dan Workshop

Mengadakan seminar atau workshop gratis tentang manajemen inventaris untuk pemilik warung/toko dan

menunjukkan bagaimana layanan yang ditawarkan dapat membantu mereka.

d. Kemitraan dengan Distributor

Bekerjasama dengan distributor produk yang sering bekerja sama dengan warung/toko.

e. Partisipasi dalam Acara

Berpartisipasi dalam acara-acara yang terkait dengan warung/toko untuk mempromosikan layanan dan bertemu dengan calon pelanggan.

5. Menawarkan Promosi dan Diskon

Tawarkan promosi dan diskon untuk menarik pelanggan baru dan mendorong pelanggan lama untuk terus menggunakan layanan. Diskon dapat berupa diskon untuk pembelian pertama, paket langganan, atau fitur tertentu.

4.6.2 Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi

1. Produk

a. Software Manajemen Inventaris

Produk utama yang ditawarkan adalah solusi perangkat lunak untuk mengelola inventaris warung/toko. Produk ini memiliki fitur-fitur unggulan seperti pelacakan stok secara *real-time*, pencatatan data transaksi dengan akses *offline* dan *online*, integrasi analisis transaksi dan stok, serta laporan informatif. Harga yang ditawarkan terjangkau sehingga aplikasi ini dapat diakses oleh pemilik warung dari skala kecil, menengah, hingga besar.

b. Pelatihan dan Dukungan

Perusahaan menyediakan pelatihan bagi pengguna agar dapat memaksimalkan penggunaan sistem. Serta, memberikan dukungan teknis untuk mengatasi masalah atau pertanyaan.

2. Harga

Berikut perkiraan harga untuk penjualan beserta target penjualan dari bisnis ini:

- a. Paket *Basic*: Rp 50.000 per bulan (fitur dasar)
- b. Paket *Premium*: Rp 5000 untuk satu fitur tambahan per bulan (fitur tambahan)

#### Target Penjualan

- a. Tahun pertama: 240 pelanggan
  - b. Tahun kedua: 480 pelanggan
  - c. Tahun ketiga: 720 pelanggan
  - d. Tahun keempat : 960 pelanggan
  - e. Tahun kelima : 1200 pelanggan
  - f. Tahun keenam : 1440 pelanggan
  - g. Tahun ketujuh : 1680 pelanggan
3. Promosi
    - a. Kampanye *Online*: Menggunakan media sosial, situs web, dan blog untuk mempromosikan produk.
    - b. Kemitraan: Menjalin kemitraan dengan toko-toko atau warung lokal.
  4. Distribusi
 

*Online*: Mendistribusikan produk melalui situs web. Pelanggan dapat mengunduh dan menginstal perangkat lunak dengan mudah.

#### 4.6.3 Siklus Penjualan

Berikut adalah siklus penjualan untuk bisnis penyedia layanan sistem manajemen inventaris:

1. Pengumpulan Informasi
 

Tahap awal adalah mengumpulkan informasi tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan untuk memahami apa yang pelanggan butuhkan dan bagaimana sistem manajemen inventaris dapat membantu mereka.
2. Penawaran dan Presentasi
 

Setelah memahami kebutuhan pelanggan, tawarkan solusi manajemen inventaris.
3. Negosiasi dan Penyesuaian

Diskusikan harga, kontrak, dan persyaratan lainnya dengan pelanggan.

#### 4. Implementasi dan Pelatihan

Setelah kesepakatan tercapai, implementasikan sistem di warung atau toko pelanggan, berikan pelatihan kepada staf tentang penggunaan sistem.

#### 5. Pemeliharaan dan Dukungan

Pastikan sistem berjalan dengan baik setelah implementasi. Berikan dukungan teknis jika ada masalah atau pertanyaan dari pelanggan.

#### 6. Evaluasi dan Peningkatan

Secara berkala, evaluasi kinerja sistem dan cari cara untuk meningkatkannya. Terus berkomunikasi dengan pelanggan untuk memastikan kepuasan mereka.

#### 4.6.4 Taktik Penjualan

Berikut beberapa taktik penjualan untuk bisnis penyedia layanan sistem manajemen inventaris:

##### 1. Segmentasi Pasar

Identifikasi segmen pasar yang paling relevan dengan solusi manajemen inventaris, fokus pada bisnis kecil, warung, toko, dan perusahaan yang membutuhkan bantuan dalam mengelola persediaan.

##### 2. Penawaran Gratis atau Uji Coba

Perusahaan menawarkan versi percobaan gratis atau uji coba produk kepada calon pelanggan. Pada tahap ini para calon pengguna dapat mengakses semua fitur secara gratis selama satu bulan penuh. Setelah satu bulan pemakaian semua fitur akan terkunci dan untuk kembali mengakses aplikasi customer harus membayar biaya langganan bulanan atau tahunan.

##### 3. Edukasi Pelanggan

Perusahaan memberikan edukasi tentang pentingnya manajemen inventaris yang efisien. Perusahaan mengajarkan calon customer



bagaimana sistem dapat membantu mengurangi biaya, meningkatkan efisiensi, dan mengoptimalkan persediaan.

#### 4. Referensi Pelanggan

Meminta pelanggan yang puas dengan layanan untuk memberikan referensi kepada customer lain.

#### 5. Integrasi dengan Sistem Lain

Jelaskan bagaimana sistem manajemen inventaris dapat terintegrasi dengan sistem lain seperti keuangan dan penjualan.

#### 6. Fitur Unggulan

Soroti dan terus inovasikan fitur-fitur unggulan dari solusi manajemen inventaris, seperti manajemen pembelian, analisis stok yang bergerak cepat dan lambat, strategi penyimpanan, serta kontrol kualitas dan manajemen konsinyasi.

#### 7. Harga yang Kompetitif

Perusahaan menetapkan harga yang kompetitif untuk solusi yang ditawarkan. Nilai yang ditawarkan sebanding dengan harga yang dibayarkan pelanggan.

#### 8. Pemasaran Digital

Perusahaan menggunakan pemasaran digital berupa media sosial dan konten blog untuk meningkatkan visibilitas solusi.

### 4.7 Rencana Desain dan Pengembangan

#### 4.7.1 Status dan Tugas Pengembangan

Tabel 4.26 Tugas Pengembangan

No	Plan	Status	Tugas
1	Analisis dan Perencanaan	Dalam Proses	-Menyelesaikan analisis kebutuhan pengguna dan pemilik bisnis.  -Menentukan fitur utama dan prioritas pengembangan.

2	Pengembangan Prototipe	Dalam Proses	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Mendesain antarmuka pengguna (UI/UX).</li> <li>-Membangun prototipe fungsional awal.</li> </ul>
3	Uji Prototipe	Belum Dimulai	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Menjalankan uji coba pengguna untuk mendapatkan umpan balik awal.</li> <li>-Menguji fungsionalitas dasar aplikasi.</li> </ul>
4	Pengembangan <i>Frontend</i>	Belum Dimulai	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Menyelesaikan implementasi antarmuka pengguna.</li> <li>-Memastikan responsivitas dan keterhubungan dengan perangkat seluler.</li> </ul>
5	Pengembangan <i>Backend</i>	Belum Dimulai	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mendesain dan mengimplementasikan sistem manajemen stok dan <i>database</i>.</li> <li>Mengintegrasikan fitur manajemen penjualan dan pembelian.</li> </ul>
6	Uji Unit dan Integrasi	Belum Dimulai	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Menjalankan uji unit pada setiap komponen aplikasi.</li> <li>-Melakukan uji integrasi untuk memastikan keterhubungan antarfitur.</li> </ul>
7	Uji Fungsionalitas	Belum Dimulai	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Menjalankan uji fungsionalitas untuk memastikan setiap fitur berjalan sesuai dengan spesifikasi.</li> </ul>
8	Uji Pengguna Akhir	Belum Dimulai	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Melibatkan pengguna beta untuk mencoba aplikasi dan memberikan umpan balik.</li> <li>-Mengidentifikasi dan memperbaiki bug atau masalah pengguna.</li> </ul>

9	Optimasi Kinerja	Belum Dimulai	<p>-Mengoptimalkan kinerja aplikasi untuk respons yang cepat.</p> <p>-Mengidentifikasi dan menangani <i>bottleneck</i> potensial.</p>
10	Peluncuran Awal	Belum Dimulai	<p>-Mengembangkan kampanye peluncuran yang efektif.</p> <p>-Menyiapkan materi pemasaran, seperti video demo dan brosur.</p>
11	Kampanye Pemasaran <i>Online</i>	Belum Dimulai	<p>-Mengoptimalkan situs web dan media sosial untuk pemasaran.</p> <p>-Meluncurkan kampanye iklan <i>online</i> untuk meningkatkan kesadaran.</p>
12	Pelayanan Pelanggan Awal	Belum Dimulai	<p>-Menyiapkan tim dukungan pelanggan untuk merespons pertanyaan dan masalah.</p> <p>-Membangun basis pengetahuan untuk panduan pengguna.</p>
13	Evaluasi Performa Awal	Belum Dimulai	<p>-Menganalisis data pengguna awal dan umpan balik.</p> <p>-Menilai kinerja aplikasi dan mengidentifikasi area perbaikan.</p>
14	Pengembangan Lanjutan	Belum Dimulai	<p>Mengembangkan pembaruan dan fitur tambahan berdasarkan umpan balik pengguna.</p> <p>Menyusun rencana jangka panjang untuk pengembangan aplikasi.</p>

Tabel 4.26 menggambarkan tugas-tugas pengembangan yang dibagi menjadi beberapa tahapan beserta statusnya. Tahapan ini meliputi analisis dan perencanaan, pengembangan prototipe, uji prototipe, pengembangan frontend dan backend, serta berbagai tahap uji coba, optimasi, dan peluncuran aplikasi. Saat ini, hanya dua tahapan yang sedang dalam proses, yaitu analisis dan perencanaan, serta pengembangan prototipe. Tabel ini memberikan gambaran menyeluruh tentang status proyek dan tugas spesifik yang harus diselesaikan dalam setiap tahapan pengembangan.

#### 4.7.2 Tantangan dan Resiko

Berikut adalah beberapa tantangan dan risiko yang dihadapi oleh bisnis penyedia layanan sistem manajemen inventaris:

1. Kompleksitas Kebutuhan Pelanggan: Setiap warung atau toko memiliki kebutuhan unik dalam mengelola persediaan mereka. Menyediakan solusi yang dapat memenuhi berbagai kebutuhan ini bisa menjadi tantangan, terutama jika pelanggan memiliki proses bisnis yang kompleks.
2. Persaingan: Pasar sistem manajemen inventaris semakin ramai dengan banyak pesaing. Bisnis harus bersaing dengan solusi lain yang mungkin menawarkan fitur serupa. Mencari cara untuk membedakan diri dan menarik pelanggan baru menjadi tantangan tersendiri.
3. Perubahan Teknologi: Teknologi terus berkembang, dan bisnis penyedia layanan sistem manajemen inventaris harus selalu mengikuti tren terbaru. Tidak mengikuti perkembangan teknologi dapat mengurangi daya saing.
4. Isu Keamanan Data: Sistem manajemen inventaris menyimpan data sensitif tentang persediaan dan transaksi pelanggan. Keamanan data harus diutamakan untuk menghindari risiko kebocoran atau penyalahgunaan informasi.
5. Harga yang Kompetitif: Menawarkan solusi yang terjangkau bagi usaha kecil dan menengah, tanpa mengorbankan kualitas.

### 4.7.3 Proyeksi Biaya Pengembangan

Berikut merupakan gambaran proyeksi biaya awal pengembangan untuk bisnis penyedia layanan sistem manajemen inventaris:

Tabel 4.27 Proyeksi Biaya Pengembangan

No	Uraian	Satuan	Quantity	Harga satuan	Total
1	Laptop second spesifikasi programmer	unit	2	Rp5.000.000	Rp 10.000.000
2	Sewa kantor	Per tahun	12	Rp 20.000.000	Rp 20.000.000
3	Listrik, dan Internet	Perbulan	12	Rp 1.000.000	Rp 12.000.000
4	2 Developer	Perbulan	12	Rp 10.000.000	Rp 120.000.000
5	2 Marketing	Perbulan	12	Rp 8.000.000	Rp 96.000.000
6	1 Staff Dukungan pelanggan	Perbulan	12	Rp 3.000.000	Rp 36.000.000
7	Marketing kit: logo, domain, kartu nama, brosur, intagram ads	paket	1	Rp 2.000.000	Rp 2.000.000
8	Legalitas dan izin usaha	paket	1	Rp 4.000.000	Rp 4.000.000
	Biaya Pengembangan aplikasi( -Biaya langganan premium figma -Server cloud vps idcloudhost -Biaya Hosting dan Domain -Biaya testing -Biaya Lisensi -Registrasi ke Appstore atau playstore)	Pertahun Pertahun Pertahun Paket Paket Paket	12 12 12 1 1 1	Rp 3.000.000 Rp 600.000 Rp 500.000 Rp 300.000 Rp 1.000.000 Rp 300.000	Rp 5.700.000
Total Biaya Pengembangan					Rp 305.700.000

Tabel 4.26 merinci berbagai biaya yang terkait dengan pengembangan aplikasi, termasuk perangkat keras, sewa kantor, utilitas, gaji, dan biaya pemasaran serta legalitas. Biaya terbesar adalah untuk gaji dua developer, yang mencapai Rp 120.000.000 per tahun, diikuti oleh gaji dua marketing sebesar Rp

96.000.000 per tahun, dan gaji satu staf dukungan pelanggan sebesar Rp 36.000.000 per tahun. Sewa kantor sebesar Rp 20.000.000 per tahun dan listrik serta internet sebesar Rp 12.000.000 per tahun juga tercantum. Ada juga biaya satu kali untuk perangkat keras seperti dua laptop second untuk programmer (Rp 10.000.000), serta berbagai paket pemasaran dan legalitas. Biaya pengembangan aplikasi meliputi langganan Figma, server cloud, hosting dan domain, testing, lisensi, dan registrasi di Appstore atau Playstore dengan total Rp 5.700.000. Total keseluruhan biaya pengembangan aplikasi mencapai Rp 305.700.000.

## 4.8 Rencana Operasi

### 4.8.1 Pendekatan Umum Untuk Operasi

Inventa Tech akan membuka satu kantor pusat di Yogyakarta dan berencana untuk memperluas cakupan pemasaran dengan membuka kantor cabang di beberapa lokasi strategis di Indonesia seperti Jakarta, Aceh, dan Kalimantan dalam tiga tahun ke depan. Inventa Tech memproduksi software manajemen inventaris dengan membagi aplikasi menjadi dua fitur yaitu fitur utama dan fitur premium. Fitur utama adalah fitur awal yang disediakan aplikasi sedangkan fitur premium adalah fitur tambahan yang dapat di pesan sesuai dengan kebutuhan toko. Inventa Tech akan terus berinovasi menyediakan layanan sistem inventaris terbaik untuk dapat memenuhi berbagai kebutuhan pemilik warung/toko diseluruh Indonesia.

Pendekatan Umum untuk Operasi Bisnis Penyedia Layanan Sistem Manajemen Inventaris, meliputi:

1. Pengembangan dan Pemeliharaan Sistem
  - a. Membangun dan memelihara aplikasi.
  - b. Menyediakan infrastruktur yang handal
  - c. Menyediakan layanan support
2. Pemasaran dan Penjualan
  - a. Menentukan jenis warung/toko yang menjadi target pasar utama.
  - b. Menentukan *channel* yang tepat untuk menjangkau target pasar.
  - c. Menyediakan layanan penjualan.



3. Layanan Pelanggan
  - a. Membantu pelanggan dalam menggunakan aplikasi dan menyelesaikan masalah dengan cepat dan tepat.
  - b. Mengumpulkan *feedback* dari pelanggan dan menggunakannya untuk meningkatkan layanan.
  - c. Menyediakan pelatihan dan edukasi.
4. Manajemen Operasional
  - a. Melacak pengeluaran dan pendapatan, serta memastikan keuangan perusahaan sehat.
  - b. Merekrut, melatih, dan memotivasi karyawan untuk memberikan layanan terbaik.
  - c. Mengukur kinerja bisnis dan melakukan perbaikan yang diperlukan.
5. Kerjasama
  - a. Menjalin kerjasama dengan mitra distributor.
  - b. Menjalin kerjasama dengan influencer.
  - c. Membangun hubungan dengan pengusaha lain dan mendapatkan peluang baru.

#### 4.8.2 Fasilitas dan Peralatan

Berikut merupakan Fasilitas dan peralatan yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis penyedia layanan sistem manajemen inventaris

1. Perangkat Keras
  - a. 2 Laptop untuk mengembangkan software dan testing.
  - b. Mouse
2. Perangkat Lunak
  - a. Framework pengembangan aplikasi:  
Untuk mengembangkan sistem manajemen inventaris perusahaan menggunakan framework javascript berupa React, Vue.js, Angular.
  - b. *Service Worker*  
*Service worker* dalam pembuatan sistem ini meliputi Workbox yang merupakan library javascript yang membantu mendaftarkan dan

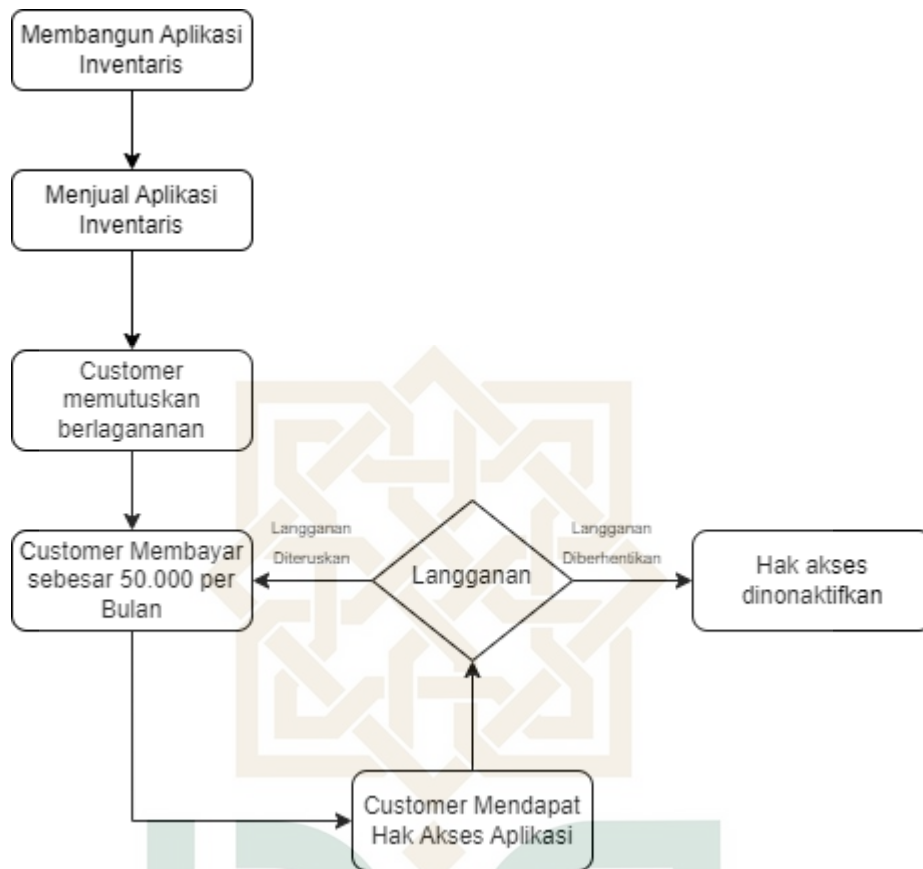
mengelola *Service Worker* dengan mudah dan PWACompat untuk membantu menambahkan fungsionalitas PWA ke aplikasi web dengan mudah.

- c. *Cache API* merupakan API bawaan browser untuk menyimpan data secara *offline*.
  - d. Offline database IndexedDB.
  - e. *Push API* untuk memungkinkan mengirim notifikasi *push* ke pengguna, bahkan saat aplikasi tidak aktif.
3. Fasilitas Lainnya
- a. Kantor: Tempat untuk bekerja dan bertemu dengan klien.
  - b. Website: Untuk mempromosikan bisnis dan menyediakan informasi tentang layanan yang ditawarkan.
  - c. Media sosial: Untuk menjangkau pelanggan potensial dan membangun hubungan dengan pelanggan.

#### 4.8.3 Flowchart Rencana Operasi

Gambar 4.5 menunjukkan *flowchart* rencana operasi bisnis. *Flowchart* ini dibuat untuk memudahkan pemangku kepentingan bisnis memahami alur kerja bisnis.

*Flowchart* ini dimulai dengan pengembangan aplikasi, penjualan, pembelian dari konsumen, dan pemberhentian berlangganan.



Gambar 4.4 Flowchart Rencana Operasi

#### 4.8.4 Analisis PERT untuk rencana operasi

Durasi PERT diperoleh dari :  $\frac{O+4M+P}{6}$

Keterangan:

O = Waktu Optimis

M = Waktu Standar

P = Waktu Pesimis

Tabel 4.28 Durasi PERT

No	Task	Waktu Optimis	Waktu Standar	Waktu Pesimis	Durasi PERT
1	Identifikasi Stakeholder	2 Minggu	3 Minggu	4 Minggu	3 Minggu
2	Rancangan Awal Proyek	4 Minggu	5 Minggu	6 Minggu	5 Minggu
3	Persetujuan Anggaran	4 Minggu	5 Minggu	6 Minggu	5 Minggu

4	Analisis Kebutuhan	4 Minggu	5 Minggu	6 Minggu	5 Minggu
5	Perencanaan Jadwal Proyek	4 Minggu	5 Minggu	6 Minggu	5 Minggu
6	Perencanaan Anggaran	4 Minggu	5 Minggu	6 Minggu	5 Minggu
7	Perencanaan Sumber Daya	4 Minggu	5 Minggu	6 Minggu	5 Minggu
8	Perencanaan Kualitas	4 Minggu	5 Minggu	6 Minggu	5 Minggu
9	Perencanaan Risiko	4 Minggu	5 Minggu	6 Minggu	5 Minggu
10	Desain Antarmuka Pengguna	4 Minggu	5 Minggu	6 Minggu	5 Minggu
11	Desain <i>Database</i>	4 Minggu	5 Minggu	6 Minggu	5 Minggu
12	Spesifikasi Fungsionalitas	4 Minggu	6 Minggu	8 Minggu	6 Minggu
13	Pembuatan Basis Data	4 Minggu	5 Minggu	6 Minggu	5 Minggu
14	Pengembangan Modul Pencatatan Data Barang	2 Minggu	3 Minggu	4 Minggu	3 Minggu
15	Pengembangan Modul Pelacakan Stok	2 Minggu	3 Minggu	4 Minggu	3 Minggu
16	Pengembangan Modul Pemesanan dan Pembelian	2 Minggu	3 Minggu	4 Minggu	3 Minggu
17	Pengembangan Modul Penjualan	2 Minggu	3 Minggu	4 Minggu	5 Minggu
18	Pengujian Integrasi	4 Minggu	5 Minggu	6 Minggu	5 Minggu
19	Pengujian Keamanan	4 Minggu	5 Minggu	6 Minggu	5 Minggu
20	Pengujian Kinerja	4 Minggu	5 Minggu	6 Minggu	5 Minggu
21	Sesi Pelatihan	2 Minggu	3 Minggu	4 Minggu	3 Minggu
22	Instalasi Perangkat Lunak	2 Minggu	3 Minggu	4 Minggu	3 Minggu
23	Konfigurasi Sistem	4 Minggu	5 Minggu	6 Minggu	5 Minggu

24	Uji Coba	4 Minggu	5 Minggu	6 Minggu	5 Minggu
25	Pemeliharaan Rutin	Dilakukan setiap 6 bulan sekali			
26	Evaluasi Proyek	2 Minggu	3 Minggu	4 Minggu	3 Minggu
27	Dokumentasi Akhir	2 Minggu	3 Minggu	4 Minggu	3 Minggu

Tabel 4.28 merinci durasi *Proyek Evaluasi dan Review Teknikal (PERT)* untuk berbagai tugas dalam pengembangan proyek. Durasi PERT ditentukan berdasarkan waktu optimis, waktu standar, dan waktu pesimis untuk setiap tugas. Durasi ini membantu dalam mengelola dan mengatur jadwal proyek secara efisien.

#### 4.9 Jadwal Keseluruhan

Tabel 4.29 Jadwal Keseluruhan Proyek

Bulan ke-	Minggu ke-	Progres
Bulan 1: Perencanaan dan Persiapan Awal	Minggu 1-2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelaksanaan penelitian pasar untuk memahami kebutuhan pelanggan dan pesaing.</li> <li>• Analisis data pasar dan segmentasi target pelanggan.</li> <li>• Pembentukan tim proyek dan alokasi peran dan tanggung jawab.</li> </ul>
	Minggu 3-4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengembangan konsep produk dan penentuan fitur utama.</li> <li>• Perencanaan strategi pemasaran dan penjualan awal.</li> <li>• Identifikasi kebutuhan infrastruktur dan teknologi untuk pengembangan produk.</li> </ul>
Bulan 2-3: Pengembangan Produk dan Pemasaran	Minggu 5-6	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desain dan pengembangan prototipe sistem manajemen inventaris.</li> <li>• Pengujian awal prototipe dengan pengguna internal.</li> <li>• Persiapan materi pemasaran dan konten promosi.</li> </ul>

	Minggu 7-8	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengembangan fitur tambahan dan penyesuaian berdasarkan umpan balik pengguna.</li> <li>• Persiapan materi pemasaran lanjutan, seperti situs web, panduan, dan demo produk.</li> <li>• Persiapan kampanye promosi awal dan strategi media sosial.</li> </ul>
Bulan 4: Implementasi dan Peluncuran	Minggu 9-10	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemilihan pelanggan beta untuk uji coba produk.</li> <li>• Implementasi akhir sistem dan integrasi dengan infrastruktur pelanggan.</li> <li>• Pelatihan pelanggan beta dalam menggunakan sistem.</li> </ul>
	Minggu 11-12	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uji coba beta produk dengan pelanggan.</li> <li>• Pengumpulan umpan balik dari pelanggan beta untuk perbaikan terakhir.</li> <li>• Persiapan peluncuran resmi produk.</li> </ul>
Bulan 5: Peluncuran Resmi dan Pemasaran Lanjutan	Minggu 13-14	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peluncuran resmi produk dengan kampanye pemasaran yang disiapkan sebelumnya.</li> <li>• Promosi peluncuran melalui berbagai saluran, termasuk media sosial, email, dan iklan online.</li> <li>• Pelaksanaan sesi demo produk dan webinar untuk menarik pelanggan baru.</li> </ul>
	Minggu 15-16	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelanjutan kampanye pemasaran dengan fokus pada retensi pelanggan dan pembangunan merek.</li> <li>• Pemantauan kinerja peluncuran dan penyesuaian strategi pemasaran jika diperlukan.</li> <li>• Evaluasi awal dampak peluncuran terhadap pertumbuhan bisnis.</li> </ul>
Bulan 6: Evaluasi dan Perbaikan	Minggu 1-2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisis kinerja peluncuran dengan metrik kunci, seperti jumlah pelanggan baru, retensi pelanggan, dan pendapatan.</li> <li>• Pengumpulan umpan balik dari pelanggan tentang pengalaman menggunakan produk.</li> <li>• Identifikasi area perbaikan dan pengembangan berikutnya.</li> </ul>



	Minggu 3-4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementasi perbaikan produk berdasarkan umpan balik pelanggan.</li> <li>• Perencanaan strategi pertumbuhan jangka panjang berdasarkan hasil evaluasi.</li> <li>• Persiapan untuk fase berikutnya dalam pengembangan produk dan pemasaran.</li> </ul>
--	---------------	---

Tabel 4.29 merinci jadwal bulanan dan mingguan untuk sebuah proyek pengembangan dan peluncuran produk. Pada Bulan 1, fokusnya adalah perencanaan dan persiapan awal, termasuk penelitian pasar, pembentukan tim, dan pengembangan konsep produk. Bulan 2 dan 3 diarahkan pada pengembangan produk dan pemasaran, dengan kegiatan seperti desain prototipe, pengujian awal, dan persiapan materi pemasaran. Pada Bulan 4, kegiatan beralih ke implementasi dan peluncuran, termasuk uji coba beta dan pelatihan pelanggan. Bulan 5 mencakup peluncuran resmi produk dan pemasaran lanjutan, sementara Bulan 6 difokuskan pada evaluasi dan perbaikan, termasuk analisis kinerja dan umpan balik pelanggan serta perencanaan strategi pertumbuhan jangka panjang.

#### 4.10 Proyeksi Keuangan

##### 4.10.1 Laporan Sumber dan Penggunaan Dana

###### 1. Sumber Dana

Tabel 4.30 Sumber Dana

Sumber dana	Presentase	Total
Investor	100%	Rp 315.000.000
Total sumber dana		Rp 315.000.000

Tabel 4.30 menunjukkan sumber dana untuk pengembangan bisnis. Dari tabel dapat diketahui bahwa 100% dana yang dibutuhkan, yaitu Rp 315.000.000, berasal dari investor. Seluruh biaya pengembangan bisnis dipenuhi sepenuhnya oleh kontribusi investasi ini, yang memastikan kelancaran pelaksanaan proyek tanpa perlu sumber dana tambahan.

## 2. Penggunaan Dana

Tabel 4.31 Biaya Awal Pengembangan Aplikasi

No	Uraian	Satuan	Quantity	Harga satuan	Total
1	Laptop spesifikasi <i>programer</i>	unit	2	Rp7.500.000	Rp 15.000.000
2	Sewa kantor	Per tahun	1	Rp 20.000.000	Rp 20.000.000
3	Listrik, dan Internet	Perbulan	12	Rp 1.000.000	Rp 12.000.000
4	2 <i>Developer</i>	Perbulan	12	Rp 10.000.000	Rp 120.000.000
5	2 <i>Marketing</i>	Perbulan	12	Rp 8.000.000	Rp 96.000.000
6	1 Staff Dukungan pelanggan	Perbulan	12	Rp 3.000.000	Rp 36.000.000
7	<i>Marketing kit</i> ( logo, domain, desain web, kartu nama, brosur, intagram ads) dan biaya <i>marketing</i>	paket	1	Rp 4.000.000	Rp 4.000.000
8	Legalitas dan izin usaha	paket	1	Rp 4.000.000	Rp 4.000.000
9	Biaya Pengembangan aplikasi( -Biaya langganan premium figma -Server cloud vps idcloudhost -Biaya <i>domain</i> dan <i>hosting</i> -Biaya <i>testing</i> -Biaya lisensi -Registrasi ke Appstore atau playstore)	Pertahun Pertahun Paket Paket	1 1 1 1	Rp 2.400.000 Rp 500.000 Rp 200.000 Rp 300.000 Rp 1.000.000 Rp 300.000	Rp 4.700.000
<b>Total biaya pengembangan</b>					Rp 311.700.000

**Tabel 4.31** merinci biaya pengembangan bisnis yang mencakup berbagai aspek kebutuhan operasional dan pengembangan aplikasi. Biaya terbesar adalah untuk gaji dua *developer* yang mencapai Rp 120.000.000 per tahun,

diikuti oleh gaji dua *marketing* sebesar Rp 96.000.000 per tahun, dan gaji satu staf dukungan pelanggan sebesar Rp 36.000.000 per tahun. Biaya sewa kantor adalah Rp 20.000.000 per tahun, sementara listrik dan internet membutuhkan Rp 12.000.000 per tahun. Pengeluaran untuk dua laptop dengan spesifikasi *programmer* adalah Rp 15.000.000. Selain itu, terdapat biaya untuk *marketing kit* sebesar Rp 4.000.000 dan biaya legalitas serta izin usaha yang juga sebesar Rp 4.000.000. Biaya pengembangan aplikasi meliputi langganan premium Figma, server cloud VPS, domain dan *hosting*, *testing*, lisensi, serta registrasi ke Appstore atau Playstore dengan total Rp 4.700.000. Secara keseluruhan, total biaya pengembangan mencapai Rp 311.700.000.

Tabel 4. 32 Biaya Operasional

No	Uraian	Perbulan	Pertahun	Jumlah Biaya
1	Listrik, dan Internet	Rp 1.000.000	Rp 12.000.000	Rp 12.000.000
2	Gaji 2 <i>Developer</i>	Rp 10.000.000	Rp 120.000.000	Rp 120.000.000
3	Gaji 2 <i>Marketing</i>	Rp 8.000.000	Rp 96.000.000	Rp 96.000.000
4	Gaji 1 Staff Dukungan pelanggan	Rp 6.000.000	Rp 36.000.000	Rp 36.000.000
5	Biaya <i>hosting</i> dan <i>domain</i>		Rp 300.000	Rp 300.000
6	Biaya langganan premium Figma	Rp 200.000	Rp 2.400.000	Rp 2.400.000
8	Server Cloud VPS IDCloudHost		Rp 500.000	Rp 500.000
9	Sewa Kantor		Rp 20.000.000	Rp 20.000.000
	Total Biaya	Rp 25.200.000	Rp 287.200.000	Rp 287.200.000

Tabel 4.26 merinci berbagai biaya yang terkait dengan operasional bisnis dan pengembangan aplikasi. Biaya listrik dan internet adalah Rp 1.000.000 per bulan atau Rp 12.000.000 per tahun. Gaji dua *developer* adalah Rp 10.000.000 per bulan, mencapai Rp 120.000.000 per tahun, sedangkan gaji dua *marketing* adalah Rp 8.000.000 per bulan atau Rp 96.000.000 per tahun. Gaji satu staf dukungan pelanggan adalah Rp 6.000.000 per bulan atau Rp 36.000.000 per tahun. Biaya *hosting* dan

*domain* adalah Rp 300.000 per tahun, biaya langganan premium Figma adalah Rp 200.000 per bulan atau Rp 2.400.000 per tahun, dan biaya server cloud VPS IDCloudHost adalah Rp 500.000 per tahun. Sewa kantor mencapai Rp 20.000.000 per tahun. Total keseluruhan biaya adalah Rp 25.200.000 per bulan atau Rp 287.200.000 per tahun.

#### 4.10.2 Laporan laba rugi proforma

Tabel 4.36 dan Gambar 4.5 menyajikan laporan laba rugi proforma untuk periode 2026-2032. Pada tahun 2026, pendapatan sebesar Rp 78.000.000 tidak mampu menutupi beban sebesar Rp 311.700.000, menghasilkan kerugian Rp 233.700.000. Tahun berikutnya, 2027, menunjukkan peningkatan pendapatan menjadi Rp 222.000.000, namun masih terjadi kerugian sebesar Rp 65.200.000 karena beban tetap Rp 287.200.000. Mulai tahun 2028, laporan menunjukkan laba positif sebesar Rp 78.800.000 dengan pendapatan Rp 366.000.000. Tren peningkatan laba terus berlanjut hingga tahun 2032, dengan pendapatan mencapai Rp 942.000.000 dan laba sebesar Rp 654.800.000. Total pendapatan selama tujuh tahun ini adalah Rp 1.481.100.000.

Tabel 4.33 Laporan Laba Rugi Proforma

No	Uraian	Pendapatan	Beban	Laba/Rugi
1	2026	Rp 78.000.000	Rp 311.700.000	- Rp 233.700.000
2	2027	Rp 222.000.000	Rp 287.200.000	-Rp 65.200.000
3	2028	Rp 366.000.000	Rp 287.200.000	Rp 78.800.000
4	2029	Rp 510.000.000	Rp 287.200.000	Rp 222.800.000
5	2030	Rp 600.000.000	Rp 287.200.000	Rp 312.800.000
6	2031	Rp 798.000.000	Rp 287.200.000	Rp 510.800.000
7	2032	Rp 942.000.000	Rp 287.200.000	Rp 654.800.000
Total pendapatan selama tahun 2026-2032				Rp 1.481.100.000



Gambar 4.5 Grafik Pendapatan Bisnis

## 4.11 Analisis Kelayakan Bisnis

### 4.11.1 Break Event Point(BEP)

*Break even point* adalah suatu keadaan dimana perusahaan dalam operasinya tidak memperoleh keuntungan ataupun kerugian. Analisis BEP membantu perusahaan menganalisis hubungan antara biaya, volume penjualan, dan profitabilitas bisnis. Tujuan dari analisis BEP yaitu untuk mengetahui volume penjualan atau produksi berapakah perusahaan akan memperoleh laba tertentu.[34].

$$\text{Rumus BEP: } \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \left( \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Hasil Penjualan}} \right)}$$

- Rata-rata hasil penjualan selama 7 tahun:  $(- \text{Rp } 233.700.000 + -\text{Rp } 65.200.000 + \text{Rp } 78.800.000 + \text{Rp } 222.800.000 + \text{Rp } 312.800.000 + \text{Rp } 510.800.000 + \text{Rp } 654.800.000) / 7 = \text{Rp } 1.481.100.000 / 7 = \text{Rp } 211.585.714$

$$\text{BEP} = \text{Rp } 287.200.000 / (1 - (\text{Rp } 20.000.000 / \text{Rp } 211.585.714)) = \text{Rp } 317.172.832$$

*Break Even Point* (BEP) dalam Rupiah bernilai Rp 317.172.832. Pada titik ini, total pendapatan perusahaan sama dengan total biaya tetap, sehingga laba bersih adalah nol.

#### 4.11.2 Payback Period(PP)

*Payback Period* adalah periode waktu yang diperlukan bagi suatu bisnis untuk mengembalikan investasinya. Ini menunjukkan seberapa cepat uang dapat dikembalikan dari suatu investasi. Jika investasi yang diusulkan memiliki masa pengembalian yang lebih pendek daripada batas maksimum yang ditetapkan oleh perusahaan, maka usulan tersebut dapat disetujui. Namun, jika masa pengembalian melebihi batas maksimum yang ditetapkan, maka usulan investasi sebaiknya ditolak.

- $PP = \frac{\text{Investasi awal}}{\text{Rata-rata arus Kas Tahunan}}$
- Rata-rata arus kas tahunan: : (- Rp 233.700.000 + -Rp 65.200.000 + Rp 78.800.000 + Rp 222.800.000 + Rp 312.800.000 + Rp 510.800.000 + Rp 654.800.000 )/7 = Rp 1.481.100.000 /7 = Rp 211.585.714
- Investasi awal: 315.000.000

$$PP = \text{Rp}315.000.000 / \text{Rp} 211.585.714$$

$$PP = 1,48 \text{ tahun atau } 1 \text{ tahun } 5 \text{ bulan}$$

Dari perhitungan di atas, didapatkan bahwa payback period Bisnis Penyedia Layanan Sistem Manajemen Inventaris adalah 1 tahun 5 bulan.

#### 4.11.3 Net Present Value

*Net Present Value* (NPV) adalah perbedaan antara nilai sekarang dari arus kas masuk dan nilai sekarang dari arus kas keluar selama periode waktu tertentu. NPV digunakan dalam penganggaran modal dan perencanaan investasi untuk menganalisis profitabilitas investasi atau proyek yang diproyeksikan. Ini merupakan hasil dari perhitungan yang menemukan nilai sekarang dari aliran pembayaran di masa depan dengan menggunakan tingkat diskonto yang sesuai. Proyek dengan NPV positif layak untuk dilakukan, sedangkan yang memiliki NPV negatif belum layak di lakukan.



$$\text{Rumus NPV} = \sum \left( \frac{\text{Arus Kas}}{(1+i)^t} \right) - \text{investasi awal}$$

Keterangan:

- NPV: Nilai Sekarang Bersih
- Arus Kas: Arus kas bersih pada setiap periode
- i: Suku bunga diskonto
- t: Periode waktu
- Investasi Awal: Investasi awal yang dilakukan pada awal proyek

Menghitung total arus kas selama 7 tahun:

- Tahun pertama:  $- \text{Rp } 233.700.000 / (1+0,10)^1 = -\text{Rp } 212.454.545$
- Tahun kedua:  $-\text{Rp } 65.200.000 / (1+0,10)^2 = -\text{Rp } 53.884.297$
- Tahun ketiga:  $\text{Rp } 78.800.000 / (1+0,10)^3 = \text{Rp } 59.203.606$
- Tahun keempat:  $\text{Rp } 222.800.000 / (1+0,10)^4 = \text{Rp } 152.175.397$
- Tahun kelima:  $\text{Rp } 312.800.000 / (1+0,10)^5 = \text{Rp } 194.224.189$
- Tahun keenam:  $\text{Rp } 510.800.000 / (1+0,10)^6 = \text{Rp } 288.333.283$
- Tahun ketujuh  $\text{Rp } 654.800.000 / (1+0,10)^7 = \text{Rp } 336.015.935$

$$\text{NPV} = (-\text{Rp } 212.454.545 + -\text{Rp } 53.884.297 + \text{Rp } 59.203.606 + \text{Rp } 152.175.397 + \text{Rp } 194.224.189 + \text{Rp } 288.333.283 + \text{Rp } 336.015.935) - 315.000.000 = \text{Rp } 763.613.568 - \text{Rp } 315.000.000 = \text{Rp } 448.614.568$$

Kriteria keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $\text{NPV} > 0$ , proyek diterima untuk diproyeksikan
- b. Jika  $\text{NPV} < 0$ , proyek tidak layak direalisasikan

Dengan nilai proyeksi NPV selama 7 tahun, maka keuntungan yang didapat sebanyak Rp 448.614.568. Maka, investasi bisa dipertimbangkan, sebab mampu menghasilkan NPV lebih besar dari nol ( $>0$ ).

#### 4.11.4 Internal Rate Return (IRR)

*Internal Rate of Return* (IRR) adalah tingkat diskonto yang membuat nilai sekarang dari semua arus kas sama dengan nol dalam analisis arus kas terdiskonto. IRR digunakan untuk memberikan gambaran mengenai efisiensi dari investasi yang akan kita lakukan. Semakin tinggi tingkat pengembalian internal, semakin diinginkan investasi tersebut untuk dijalankan.

$$\text{Rumus IRR} = i1 + \left( \frac{\text{NPV2}}{\text{NPV1}} \right) \times i2$$

Keterangan:

- IRR = *Internal Rate of Return*
- i1 = Tingkat diskonto yang menghasilkan NPV +
- i2 = Tingkat diskonto yang menghasilkan NPV –
- NPV1 = Net Present Value Positif
- NPV2 = Net Present Value Negatif

Perhitungan NPV dengan permisalan diskonto 12% sebagai perbandingan.

- Tahun pertama: - Rp 233.700.000 / (1+0,12)<sup>1</sup> = -Rp 208.660.714
- Tahun kedua: -Rp 65.200.000 / (1+0,12)<sup>2</sup> = -Rp 51.977.040
- Tahun ketiga: Rp 78.800.000 / (1+0,12)<sup>3</sup> = Rp 56.088.283
- Tahun keempat: Rp 222.800.000 / (1+0,12)<sup>4</sup> = Rp 141.593.427
- Tahun kelima: Rp 312.800.000 / (1+0,12)<sup>5</sup> = Rp 177.491.120
- Tahun keenam: Rp 510.800.000 / (1+0,12)<sup>6</sup> = Rp 258.787.176
- Tahun ketujuh Rp 654.800.000 / (1+0,12)<sup>7</sup> = Rp 296.198.266

$$\text{NPV} = (-\text{Rp } 208.660.714 + -\text{Rp } 51.977.040 + \text{Rp } 56.088.283 + \text{Rp } 141.593.427 + \text{Rp } 177.491.120 + \text{Rp } 258.787.176 + \text{Rp } 296.198.266) - \text{Rp } 315.000.000 = 669.520.518 - \text{Rp } 315.000.000 = \text{Rp } 354.520.518$$

$$\text{IRR} = 10\% + (\text{Rp } 354.520.518 : \text{Rp } 448.614.568) \times 12\% = 19,48\%$$

IRR dari investasi ini adalah sekitar 19,48%

Kriteria keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $IRR >$  biaya modal, proyek layak direalisasikan
- b. Jika  $IRR <$  biaya modal, proyek tidak layak direalisasikan. Investasi dinyatakan layak apabila nilai IRR lebih besar dari pada bunga pinjaman, dan ditolak apabila IRR lebih kecil dari pada bunga pinjaman.

Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa IRR adalah 19,48% yang lebih besar dibandingkan dengan tingkat kredit investasi, yaitu 10%, sehingga dari perhitungan IRR bisnis ini dinyatakan layak.

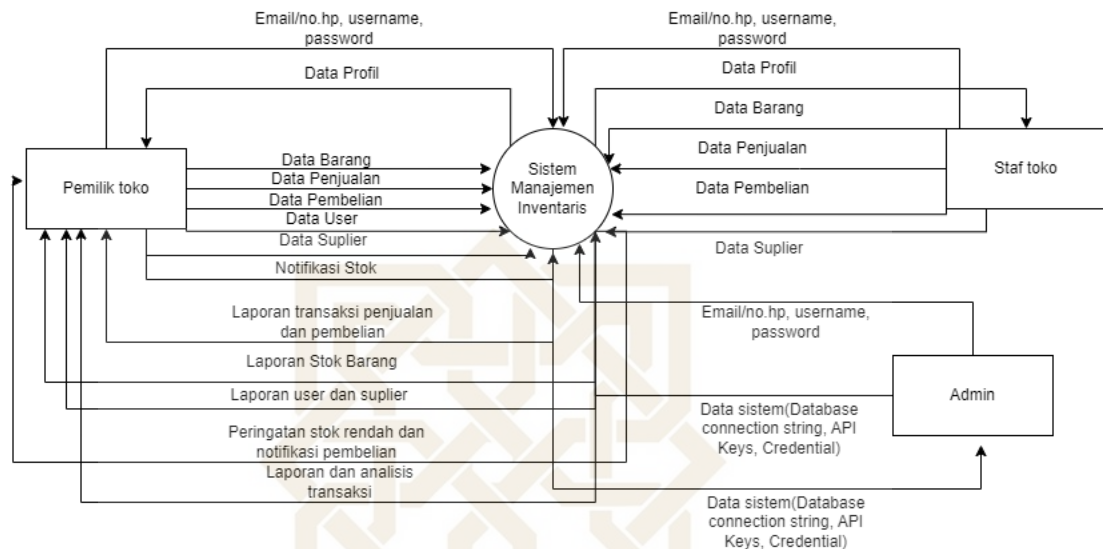
Tabel 4. 34 Tabel Analisis Kelayakan

<b>Analisis Kelayakan</b>	<b>Nilai</b>	<b>Kriteria Kelayakan</b>	<b>Hasil</b>
Break Event Point(BEP)	Rp 317.172.832.	Total arus kas akumulatif=biaya awal. Tercapai pada awal tahun kedua.	Layak
Payback Period(PP)	1,48 tahun atau 1 tahun 5 bulan < 7 Tahun	Periode pengembalian < periode yang telah di tentukan.	Layak
Net Present Value (NPV)	Rp 448.614.568 > 0	NVP > 0	Layak
Internal Rate Return (IRR)	19,48% > 10%	IRR > Diskonto	Layak

Tabel 4.34 menyajikan analisis kelayakan proyek dengan empat metrik utama. Pertama, Break Event Point (BEP) menunjukkan bahwa total arus kas akumulatif mencapai biaya awal sebesar Rp 317.172.832 pada awal tahun kedua, sehingga proyek dinyatakan layak. Kedua, Payback Period (PP) adalah 1,48 tahun atau 1 tahun 5 bulan, yang lebih pendek dari periode yang ditentukan, menjadikan proyek ini layak. Ketiga, Net Present Value (NPV) sebesar Rp 448.614.568, yang lebih besar dari nol, menunjukkan kelayakan proyek. Terakhir, Internal Rate of Return (IRR) sebesar 19,48%, yang lebih tinggi dari tingkat diskonto 10%, menegaskan bahwa proyek ini layak. Kesimpulannya, semua metrik menunjukkan bahwa proyek ini layak untuk dijalankan.

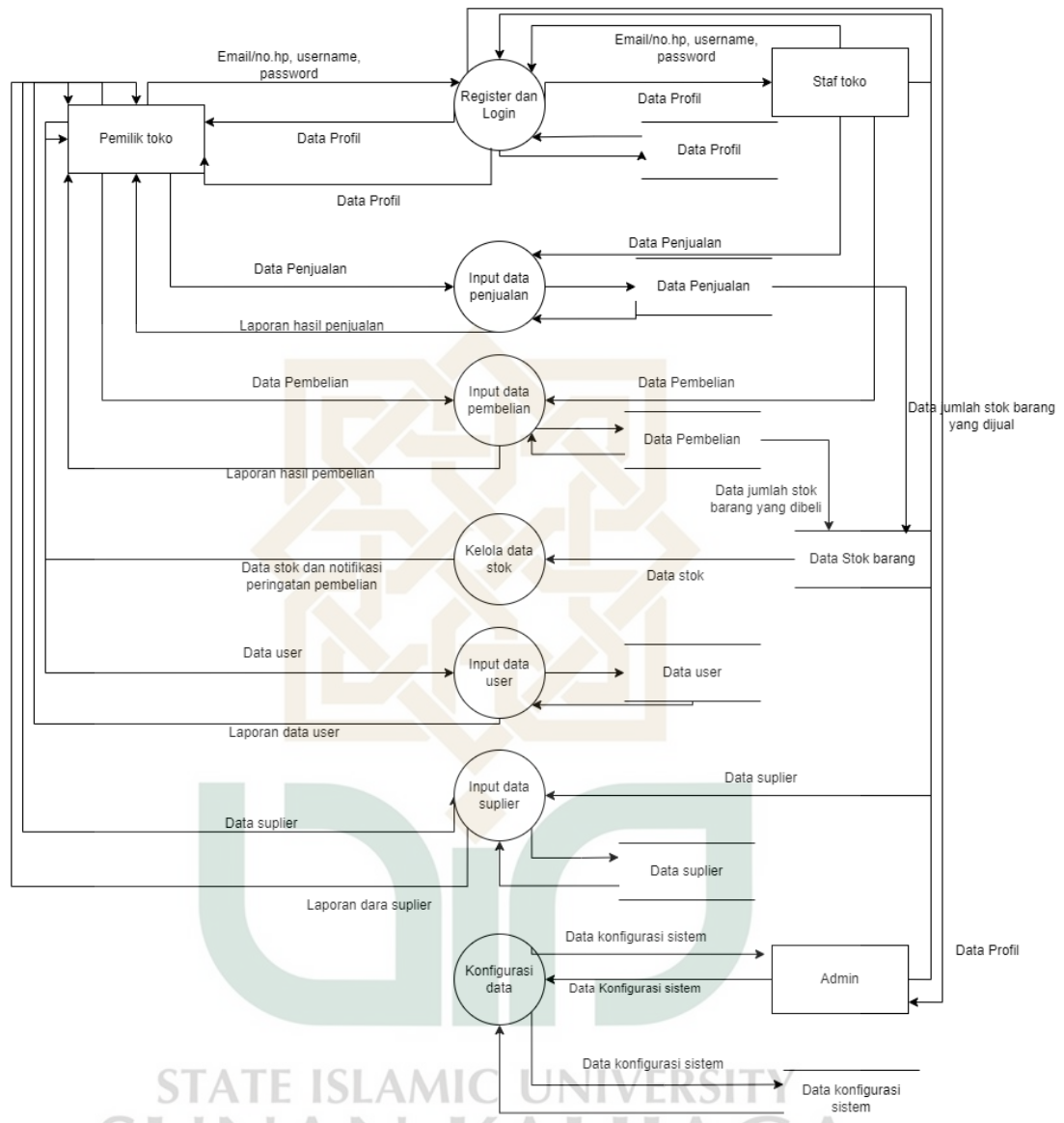
## 4.12 Perancangan Aplikasi

### 4.12.1 Data Flow Diagram



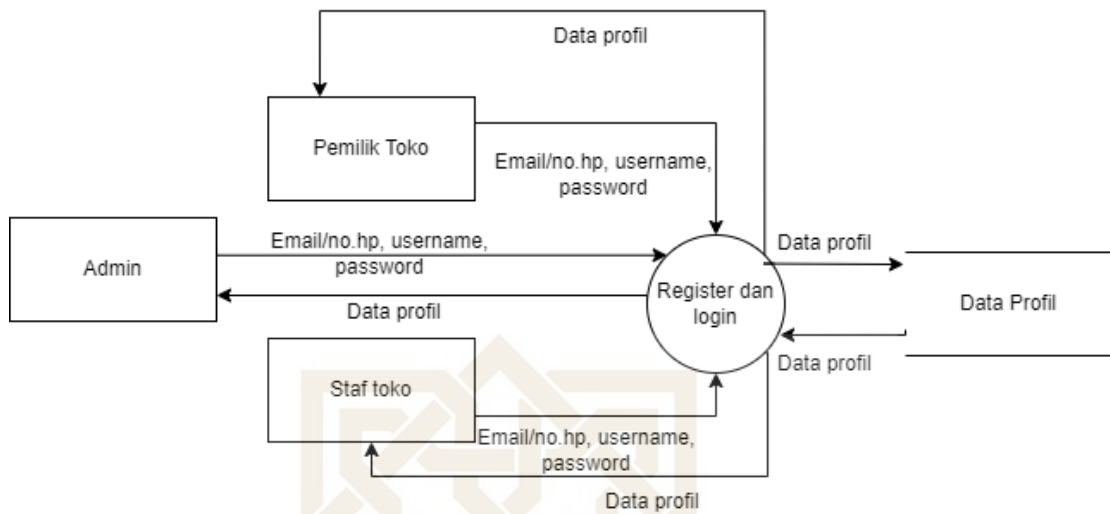
Gambar 4.6 DFD Level 0

Gambar 4.6 yang merupakan DFD (*Data Flow Diagram*) Level 1 menjelaskan alur informasi dalam sistem yang mencakup beberapa entitas dan proses utama. Dalam sistem ini, pengguna dapat melakukan registrasi dan login, yang menghasilkan data profil. Data penjualan dan data pembelian diolah dari transaksi yang dilakukan, dimana data user mencatat informasi pengguna yang berinteraksi dengan sistem. Data suplier dan data barang mencakup informasi tentang pemasok dan inventaris produk. Selain itu, sistem ini mengelola data notifikasi untuk menginformasikan pengguna mengenai berbagai kejadian penting, serta data analisis yang digunakan untuk menghasilkan laporan dan wawasan bisnis berdasarkan data transaksi yang terkumpul. Aliran data ini memastikan semua komponen sistem terintegrasi dan berfungsi dengan efisien untuk mendukung operasi bisnis yang komprehensif.



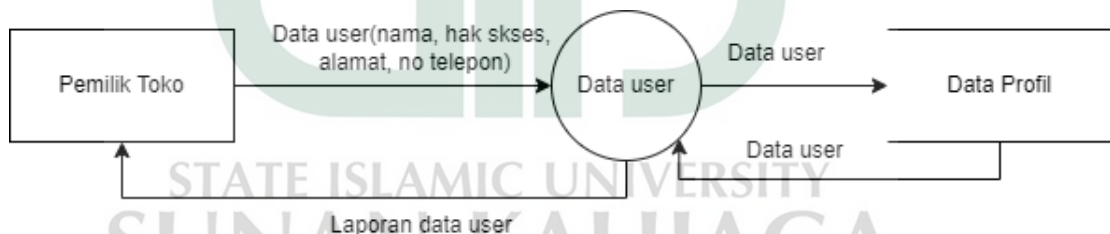
Gambar 4.7 DFD Level 1

Gambar 4. 7 menampilkan DFD Level 1. Pada bagian ini dijelaskan bahwa ada empat proses utama yang berlangsung pada sistem ini, yaitu proses register dan login, kelola data penjualan, kelola data pembelian, kelola data user, kelola data supplier, kelola data barang, serta laporan dan analisis. Setiap data yang diinputkan pada proses akan disimpan pada *storage* data, dan akan diolah kembali untuk menjadi laporan yang nantinya akan diakses oleh pemilik toko.



Gambar 4.8 DFD 2 Register Login

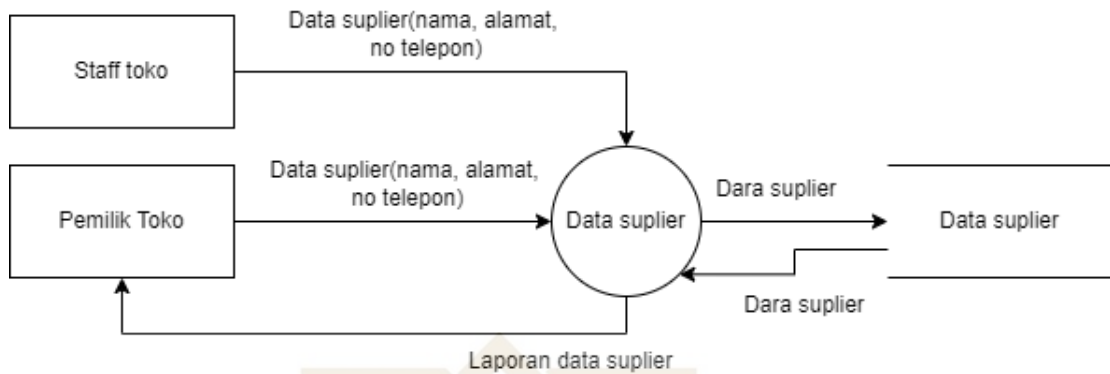
Gambar 4. 8 menampilkan DFD level 2 register login. Data Flow diagram ini menjelaskan alur data pada proses login dimana baik pemilik toko ataupun staf menginputkan data email/no.hp, *username*, dan *password* ke sistem. Dan selanjutnya sistem akan menyimpan data tersebut pada *storage* profil, untuk diolah menjadi laporan data profil diri yang dapat diakses oleh kedua pihak.



Gambar 4.9 DFD 2 User

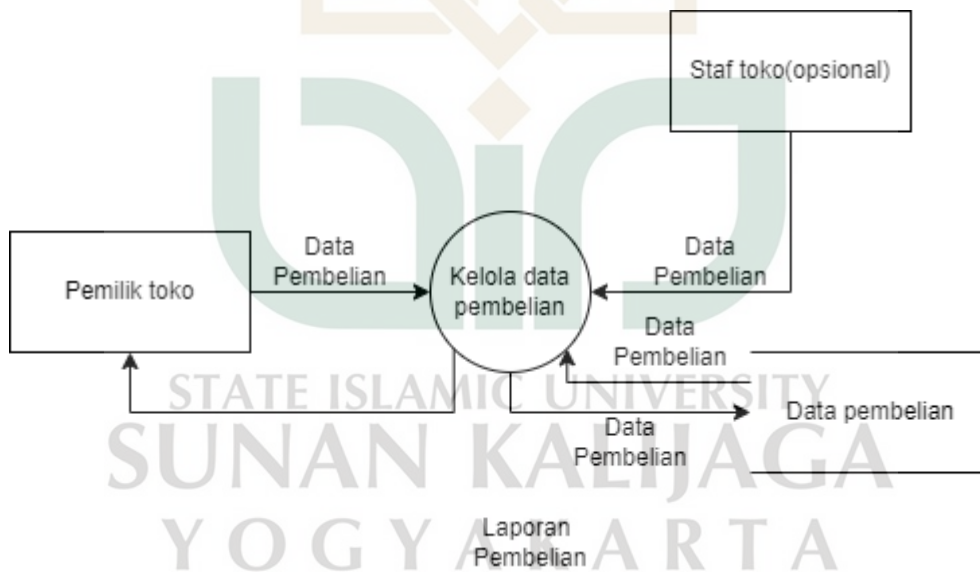
Gambar 4. 9 menunjukkan DFD level 2 dari proses manajemen *user*. Pemilik toko menginput data *username*, hak akses, alamat, dan nomor telepon ke sistem. selanjutnya sistem menyimpan data ke *storage* profil. Dan pemilih toko dapat mengakses data *user* yang telah diolah oleh sistem.





Gambar 4.10 DFD 2 Suplier

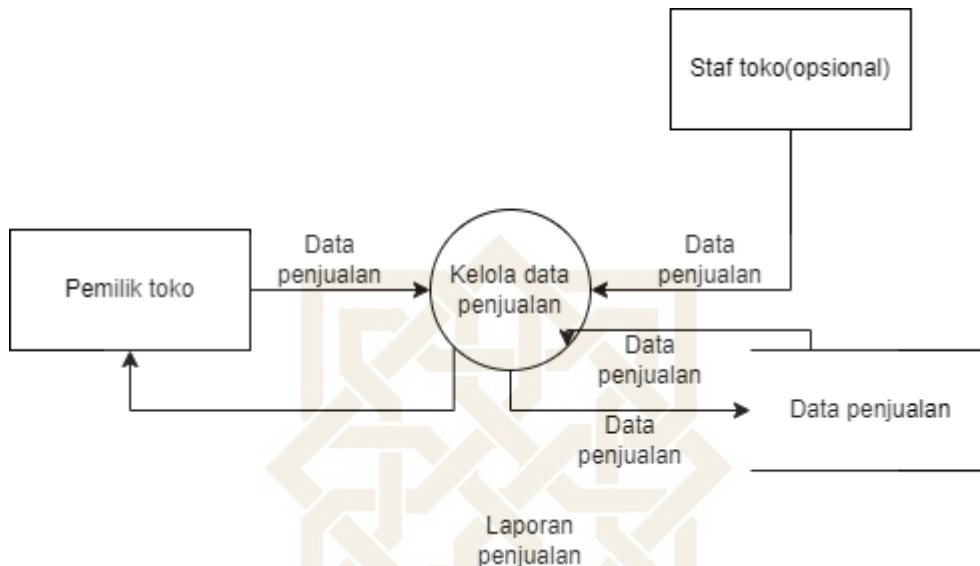
Gambar 4. 10 menampilkan DFD level 2 dari laporan data *supplier*. Pada bagian ini baik pemilik maupun staf menginputkan data *supplier* ke sistem. Lalu sistem mengolah dan menyimpan data ke *storage supplier*. Selanjutnya pemilik dapat mengakses data *supplier* yang sudah diolah oleh sistem.



Gambar 4.11 DFD 2 Data Pembelian

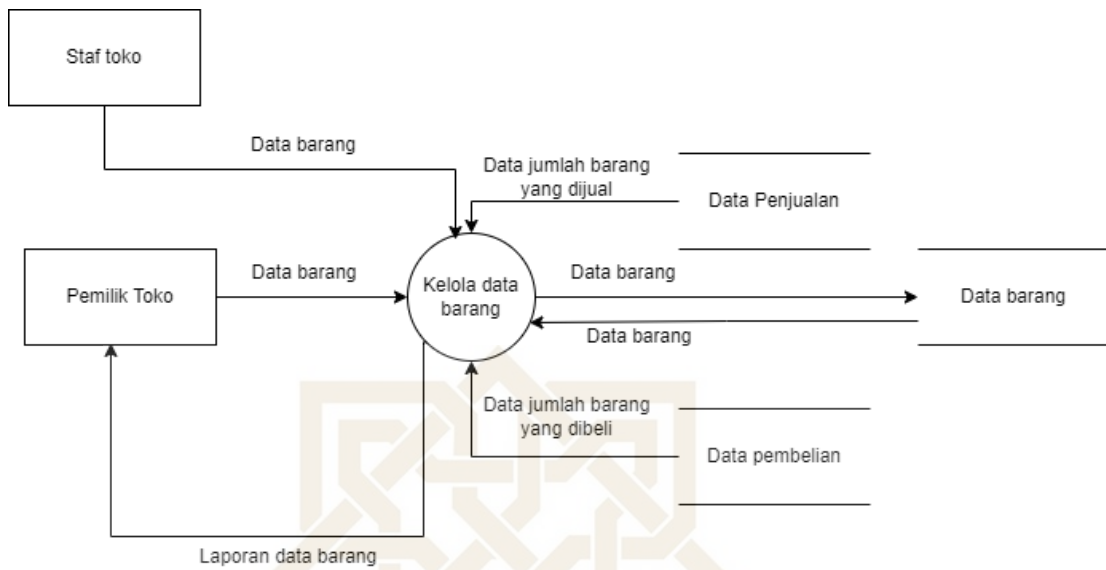
Gambar 4.11 menampilkan DLD level 2 data pembelian. Pada bagian ini, diagram menjelaskan mengenai proses pengolahan data pembelian, dimana baik pemilik toko ataupun staf dapat menginputkan data pembelian dan sistem akan mengelola data tersebut untuk disimpan pada *storage* data pembelian. Yang

kemudian data tersebut dapat diakses kembali oleh pemilik toko dalam bentuk laporan pembelian.



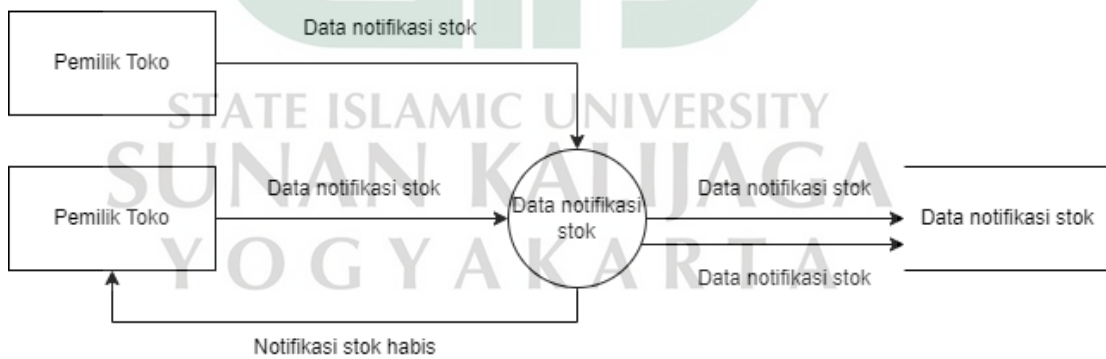
Gambar 4.12 DFD 2 Data Penjualan

Gambar 4.12 menampilkan DFD level 2 Data Penjualan. Pada bagian ini, diagram menjelaskan mengenai proses pengolahan data penjualan, dimana baik pemilik toko ataupun staf dapat menginputkan data penjualan dan sistem akan mengelola data tersebut untuk disimpan pada *storage* data penjualan. Yang kemudian data tersebut dapat diakses kembali oleh pemilik toko dalam bentuk laporan penjualan.



Gambar 4.13 DFD 2 Data Barang

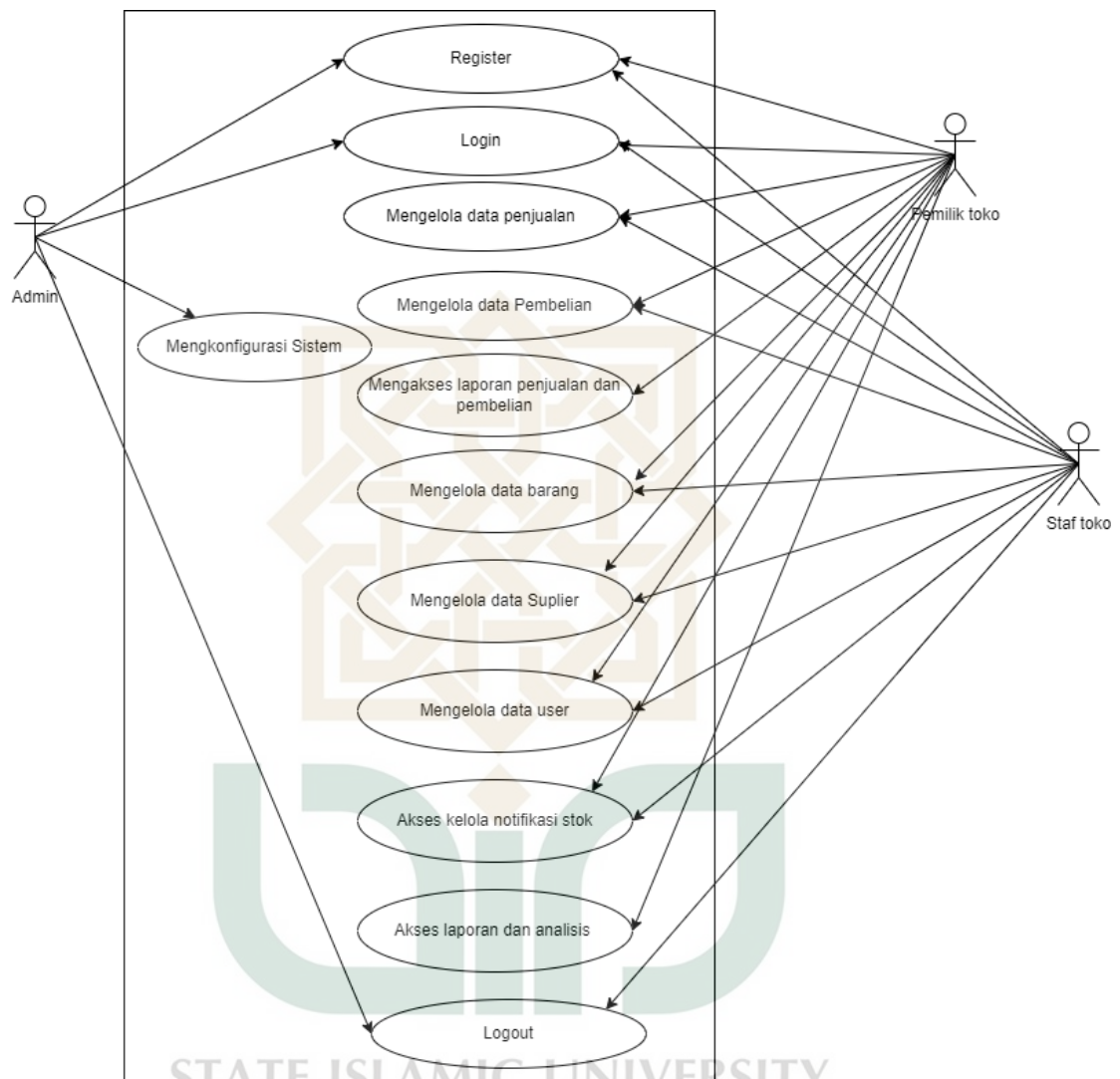
Gambar 4.13 menampilkan DFD level 2 Data Barang. Pada bagian ini, diagram menjelaskan mengenai proses pengolahan data barang, data barang ini terintegrasi dengan data pembelian dan data penjualan, dimana proses penambahan maupun pengurangan barang dari proses tersebut langsung tercatat pada bagian data barang. Disini pemilik toko dapat mengelola dan melihat laporan data barang, serta menerima notifikasi terkait barang kadaluarsa.



Gambar 4. 14 DFD 2 Data notifikasi stok

Gambar 4.12 menampilkan DFD level 2 data stok. Pada bagian ini pemilik toko maupun staf menginputkan data notifikasi stok ke sistem. Selanjutnya sistem akan menyimpan data pada *storage* data notifikasi stok. Lalu pemilik toko dapat menerima laporan notifikasi stok habis dari sistem.

#### 4.12.2 Use Case Diagram

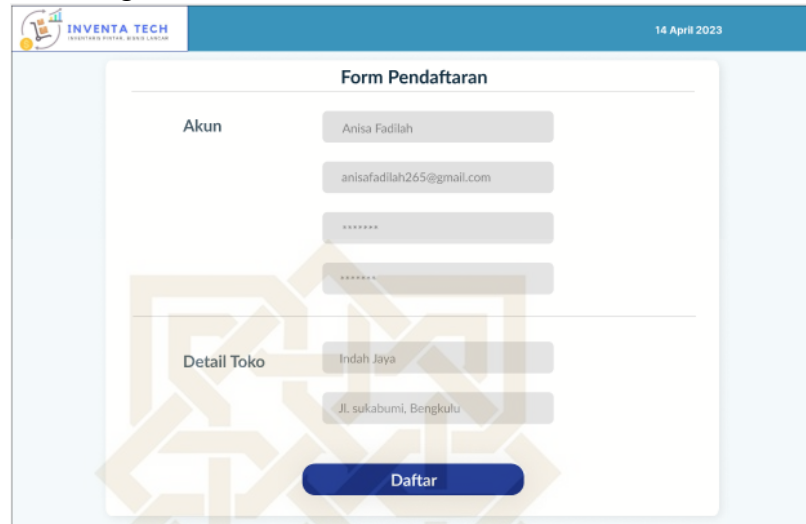


Gambar 4.15 Use Case Diagram

Gambar 4.15 menampilkan *use case diagram*. Diagram *use case* ini memiliki tiga aktor yaitu Admin/selaku pengembang sistem, Pemilik toko sebagai *user* utama, dan staf toko sebagai *user* tambahan yang bersifat opsional. Proses *login*, *register*, dan *logout* dapat diakses oleh ketiga aktor. Proses konfigurasi sistem dilakukan oleh admin. Proses pengolahan data penjualan, pembelian, data barang, data *supplier*, dan data notifikasi stok dapat diakses oleh pemilik toko dan staf. Proses mengakses laporan penjualan, pembelian, barang, *user*, dan laporan dan analisis hanya dapat diakses oleh pemilik toko.

## 4.12.3 User Interface Desktop

### 1. UI Form Registrasi



Gambar 4.16 Form Registrasi

Gambar 4.16 menampilkan desain *user interface* form registrasi. Pada bagian ini user dapat menginputkan nama, email, *password*, dan detail toko berupa nama dan alamat toko. Selanjutnya *user* dapat mengklik tombol daftar untuk masuk ke halaman login.

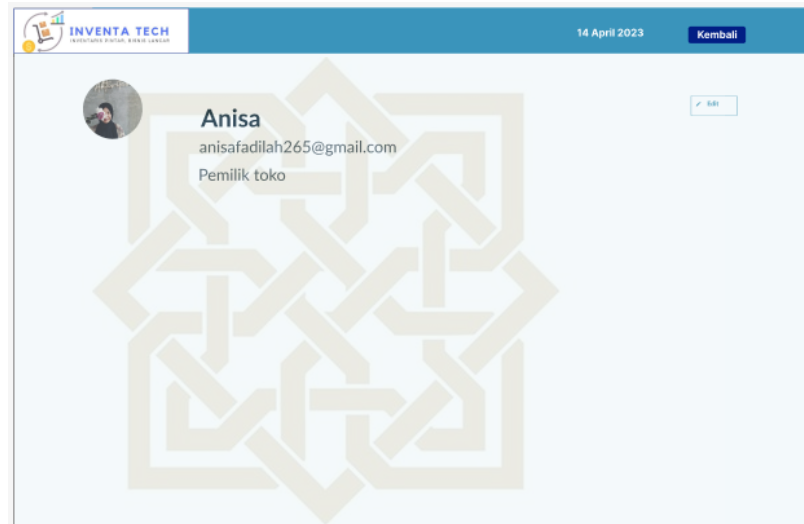
### 2. UI Form Login

Daftar'. The page header includes the 'INVENTA TECH' logo and the date '14 April 2023'." data-bbox="293 595 800 830"/>

Gambar 4.17 User Inteface Login

Gambar 4.17 menampilkan desain *user interface* form login. Pada bagian ini user dapat menginputkan email dan *password*. Selanjutnya *user* dapat mengklik tombol masuk untuk masuk ke halaman *dashboard* aplikasi.

### 3. UI Profil User



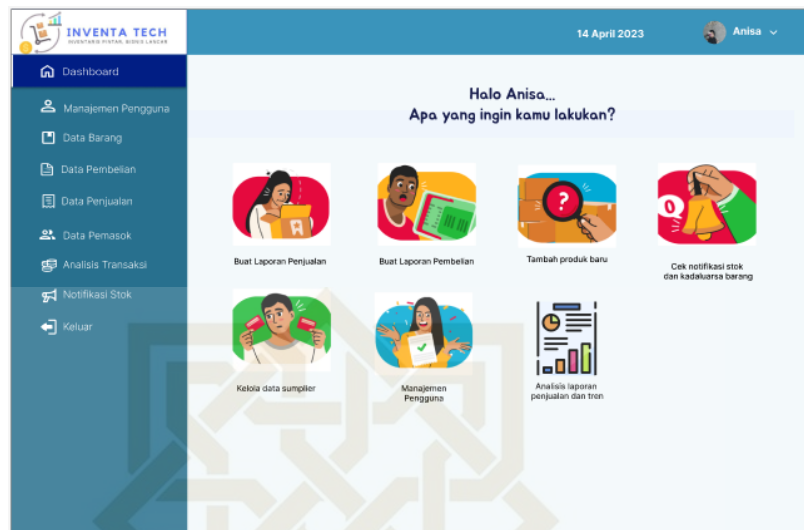
Gambar 4.18 User Inteface Profil User

Gambar 4.18 menampilkan desain *user interface* profil *user*. Pada bagian ini *user* dapat melihat data *user* yang meliputi nama, email, dan hak akses *user*. *User* juga dapat mengedit data tersebut.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



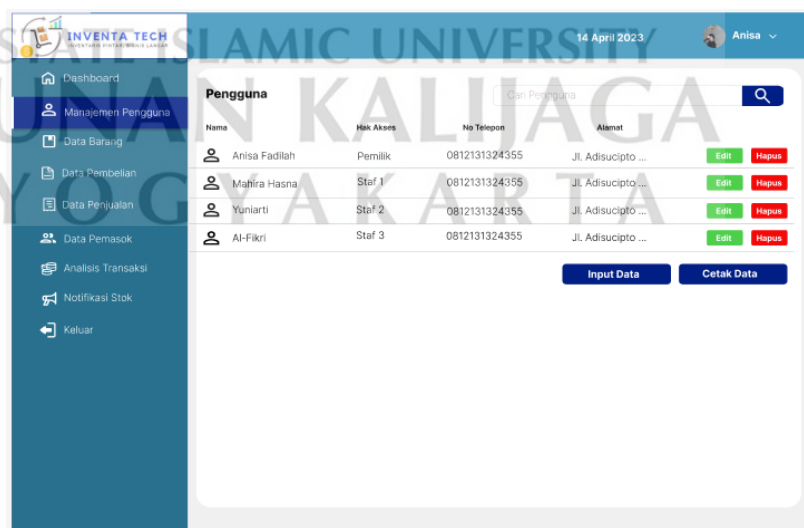
#### 4. UI Dashboard



Gambar 4.19 User Inteface Dashboard

Gambar 4.19 menampilkan desain *user interface* dashboard aplikasi. Pada bagian ini *user* dapat memilih menu yang diinginkan. Menu terdiri dari buat laporan penjualan, buat laporan pembelian, tambah produk baru, cek notifikasi stok dan kadaluarsa, kelola data *supplier*, manajemen pengguna, serta analisis laporan penjualan dan tren.

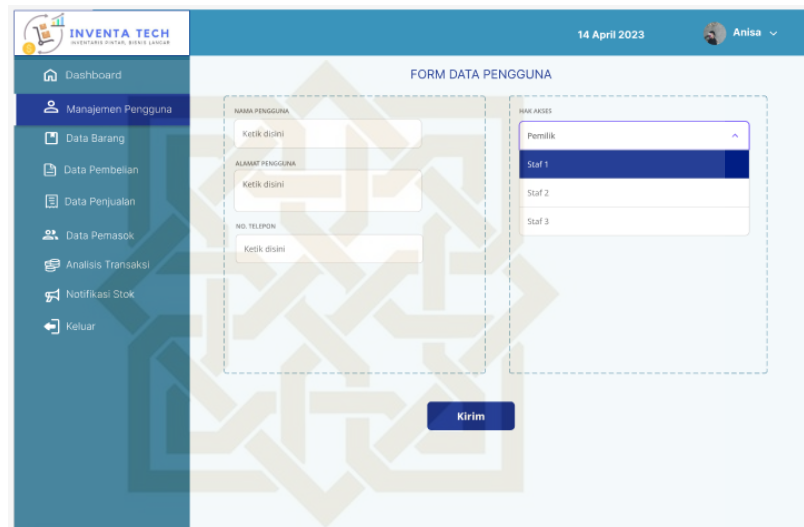
#### 5. UI Tabel Manajemen Pengguna



Gambar 4.20 User Inteface Tabel Manajemen User

Gambar 4.20 menampilkan desain *user interface* tabel manajemen pengguna. Pada bagian ini *user* dapat melihat data pengguna seperti nama, hak akses, no telepon, dan alamat pengguna. Selain itu, *user* dapat menambah data, mengedit, menghapus dan mencetak data.

## 6. UI Form Input Data Pengguna



Gambar 4.21 User Interface Form Manajemen Pengguna

Gambar 4.21 menampilkan desain *user interface form* manajemen pengguna. Pada bagian ini *user* dapat menginputkan data pengguna seperti nama, hak akses, no telepon, dan alamat pengguna. Selanjutnya *user* dapat mengklik tombol kirim untuk menyimpan data.

## 7. UI Tabel Data Barang

No	ID Barang	Nama Barang	Jumlah Stok	Harga Satuan	Kadaluarsa		
1	AM111	Pepsodent	150 Pcs	Rp 12.000.000	11/05/2024	▲	Edit Hapus
2	AM112	Sabun Detol	247 Pcs	Rp 5.000.000	11/02/2024	▲	Edit Hapus
3	MA101	Gula	117 Pcs	Rp 15.000.000	11/12/2029		Edit Hapus
4	MA102	Marjan Melon	200 Pcs	Rp 28.000.000	11/12/2030		Edit Hapus

Gambar 4.22 User Interface Tabel Data Barang

Gambar 4.22 menampilkan desain *user interface* tabel data barang. Pada bagian ini *user* dapat melihat data barang seperti id barang, nama barang, jumlah stok, harga satuan, dan tanggal kadaluarsa. *User* juga dapat melihat notifikasi dari barang yang sudah kadaluarsa. Selain itu, *user* dapat menambah data, mengedit, menghapus dan mencetak data.

## 8. UI Form Data Barang

HALAMAN INPUT DATA BARANG

ID BARANG  
AM111

NAMA BARANG  
Ketik disini

JUMLAH STOK  
Ketik disini

HARGA SATUAN  
Rp

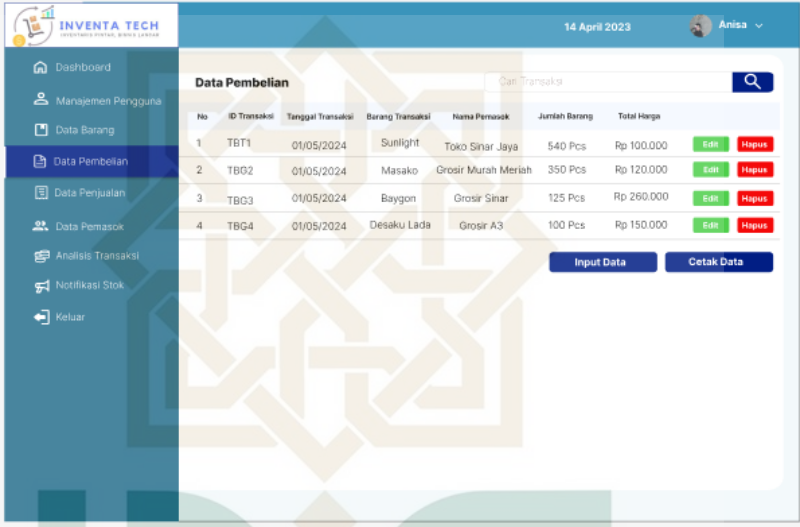
TANGGAL KADALUARSAA  
DD/MM/YYYY

Kirim

Gambar 4.23 User Interface Form Data Barang

Gambar 4.23 menampilkan desain *user interface form* data barang. Pada bagian ini *user* dapat menginputkan data barang seperti nama barang, jumlah stok, harga satuan, dan tanggal kadaluarsa. Selanjutnya *user* dapat mengklik tombol kirim untuk menyimpan data.

## 9. UI Tabel Data Pembelian



No	ID Transaksi	Tanggal Transaksi	Barang Transaksi	Nama Pemasok	Jumlah Barang	Total Harga	
1	TBT1	01/05/2024	Sunlight	Toko Sinar Jaya	540 Pcs	Rp 100.000	Edit Hapus
2	TBG2	01/05/2024	Masako	Grosir Murah Merah	350 Pcs	Rp 120.000	Edit Hapus
3	TBG3	01/05/2024	Baygon	Grosir Sinar	125 Pcs	Rp 260.000	Edit Hapus
4	TBG4	01/05/2024	Desaku Lada	Grosir A3	100 Pcs	Rp 150.000	Edit Hapus

Gambar 4.24 User Inteface Tabel Data Pembelian

Gambar 4.24 menampilkan desain *user interface* tabel data pembelian. Pada bagian ini *user* dapat melihat data pembelian seperti id transaksi, tanggal transaksi, barang transaksi, nama pemasok, jumlah barang, dan total harga. Selain itu, *user* dapat menambah data, mengedit, menghapus dan mencetak data.

## 10. UI Form Data Pembelian

Gambar 4.25 User Interface Form Data Pembelian

Gambar 4.25 menampilkan desain *user interface form* data pembelian. Pada bagian ini *user* dapat menginputkan data pembelian seperti seperti id transaksi, tanggal transaksi, barang transaksi, nama pemasok, jumlah barang, dan total harga. Selanjutnya *user* dapat mengklik tombol kirim untuk menyimpan data.

## 11. UI Tabel Data Penjualan

No	ID Transaksi	Tanggal Transaksi	Barang Transaksi	Jumlah Barang	Total Harga	Jenis Transaksi	Pembayaran		
1	TJ11524	01/05/2024 : 12.00	Pepsodent	1 PCS	Rp 10.000	Online	Tunai	Edit	Hapus
2	TJ21524	01/05/2024 : 12.20	Rinso	2 PCS	Rp 12.000	Offline	Transfer	Edit	Hapus
3	TJ31524	01/05/2024 : 13.40	EVE Parfum	1 PCS	Rp 20.000	Shopee	Tunai	Edit	Hapus
4	TJ41524	01/05/2024 : 13.45	Tango	4 PCS	Rp 20.000	Dropship	COD	Edit	Hapus

Gambar 4.26 User Inteface Tabel Data Penjualan

Gambar 4.26 menampilkan desain *user interface* tabel data penjualan. Pada bagian ini *user* dapat melihat data penjualan seperti id transaksi, tanggal transaksi, barang transaksi, jumlah barang, jenis transaksi, pembayaran, dan total harga. Selain itu, *user* dapat menambah data, mengedit, menghapus dan mencetak data.

## 12. UI Form Data Penjualan

Field	Value
KODE TRANSAKSI	TJ61524
TANGGAL TRANSAKSI	15/05/2024 : 08.00
BARANG TRANSAKSI	DARIKOW
TOTAL HARGA TRANSAKSI	Rp 12.000
JUMLAH BARANG	1
JENIS TRANSAKSI	Offline
PEMBAYARAN	Tunai

Gambar 4.27 User Inteface Form Data Penjualan

Gambar 4.27 menampilkan desain *user interface form* data penjualan. Pada bagian ini *user* dapat menginputkan data penjualan seperti seperti id transaksi, tanggal transaksi, barang transaksi, jumlah barang, jenis transaksi, pembayaran, dan total harga. Selanjutnya *user* dapat mengklik tombol kirim untuk menyimpan data.



### 13. UI Tabel Data Pemasok

No	ID Pemasok	Nama Pemasok	No Telepon	Alamat	
1	TSJ	Toko Sinar Jaya	08123456745829	Jl. Petemon ...	<a href="#">Edit</a> <a href="#">Hapus</a>
2	GMM	Grosir Murah Meriah	08131324574541	Jl. Kemana Hati ...	<a href="#">Edit</a> <a href="#">Hapus</a>
3	GSC	Grosir Sinar Cemerlang	0852372323423	Jl. Rambutan ...	<a href="#">Edit</a> <a href="#">Hapus</a>
4	GA3	Grosir A3	0898986287697	Jl. Semangat ...	<a href="#">Edit</a> <a href="#">Hapus</a>

Gambar 4.28 User Inteface Tabel Data Pemasok

Gambar 4.28 menampilkan desain *user interface* tabel data pemasok. Pada bagian ini *user* dapat melihat data pemasok seperti id pemasok, nama pemasok, no telepon, dan alamat pemasok. Selain itu, *user* dapat menambah data, mengedit, menghapus dan mencetak data.

### 14. UI Form Data Pemasok

Gambar 4.29 User Inteface Form Data Pemasok

Gambar 4.29 menampilkan desain *user interface form* data pemasok. Pada bagian ini *user* dapat menginputkan data pemasok seperti

seperti seperti id pemasok, nama pemasok, no telepon, dan alamat pemasok. Selanjutnya *user* dapat mengklik tombol kirim untuk menyimpan data.

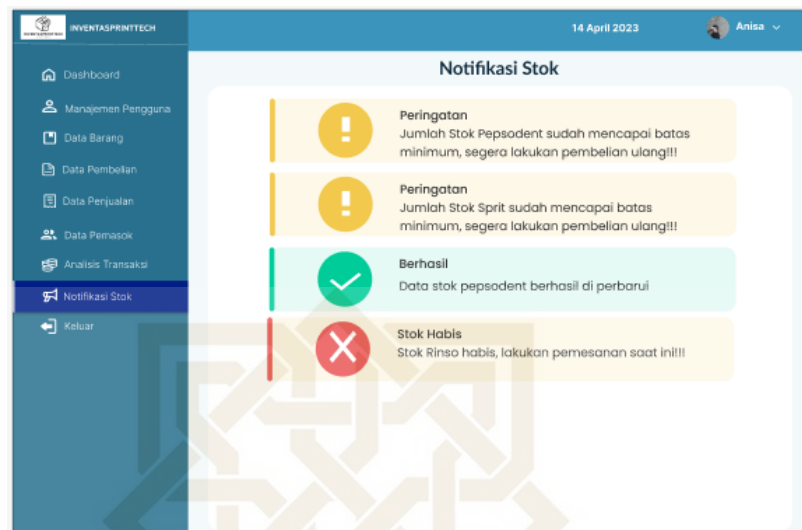
## 15. UI Laporan dan Analisis



Gambar 4.30 User Inteface Laporan dan Analisis

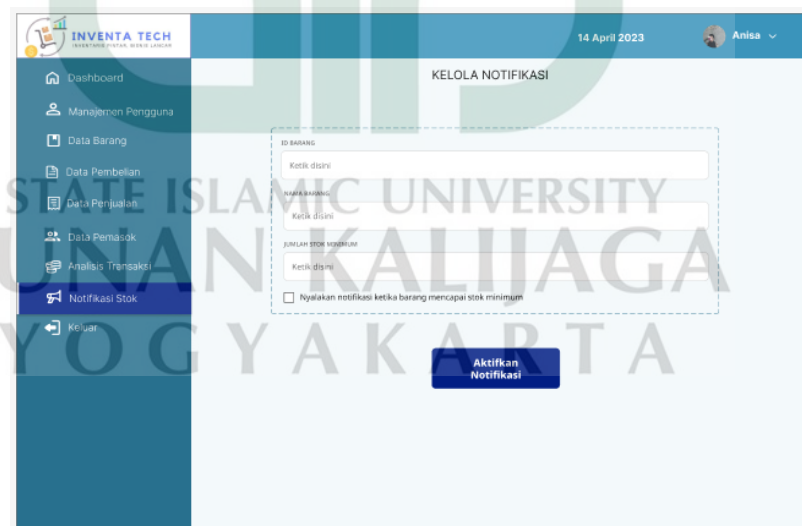
Gambar 4.30 menampilkan desain *user interface* laporan dan analisis. Pada bagian ini *user* dapat melihat laporan penjualan dan keuntungan serta penjualan produk. Selain itu, *user* juga dapat melihat laporan berdasarkan kriteria yang disediakan pada filter, serta mencari laporan khusus dengan menggunakan kotak pencarian.

## 16. UI Notifikasi Stok



Gambar 4.31 User Inteface Notifikasi Stok

Gambar 4.31 menampilkan desain *user interface* notifikasi stok. Pada bagian ini *user* dapat melihat notifikasi stok yang sudah mencapai minimum atau stok habis. Notofikasi ini dibuat agar *user* dapat dengan mudah meramalkan kebutuhan baranya.



Gambar 4.32 User Inteface Form Notifikasi Stok

Gambar 4.32 menampilkan desain *user interface form* notifikasi stok. Pada bagian ini *user* dapat menginputkan data notifikasi seperti seperti id barang, nama barang, dan stok minimum. Selanjutnya

*user* dapat mengklik tombol aktifkan notifikasi untuk menyimpan data dan menyetel peringatan notifikasi.

#### 4.12.4 User Interface Mobile

##### 1. Form Registrasi dan Login

Gambar 4.33 UI Registrasi Mobile

Daftar'."/>

Gambar 4.34 UI Login Mobile

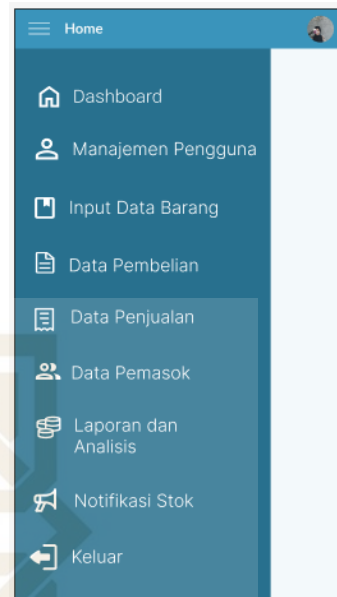
Gambar 4.33 Merujuk pada desain *user interface form* registrasi pada aplikasi mobile. Pada bagian ini *user* dapat menginputkan data nama, email, *password*, dan detail toko berupa nama dan alamat toko. Selanjutnya *user* dapat mengklik tombol daftar untuk masuk ke halaman login.

Gambar 4.34 menampilkan desain *user interface form* login mobile. Pada bagian ini *user* dapat menginputkan email dan *password*. Selanjutnya *user* dapat mengklik tombol masuk untuk masuk ke halaman *dashboard* aplikasi.

## 2. UI Splash Screen dan Home



Gambar 4.35 UI Splash Screen



Gambar 4.36 UI Home Mobile

Gambar 4.35 menampilkan desain *user interface splash screen*. Sedangkan Gambar 4.36 menampilkan navbar home. Pada bagian ini user dapat memilih menu yang diinginkan.

## 3. UI Tabel Pengguna dan Form Data Pengguna

Nama	Hak Akses	No Telp	Alamat
Anisa	Pemilik	08121314217	Jl.Kenanga, Yogyakarta
Mahira	Admin 1	0812474728	Jl.Anggrek, Surabaya
Yunarti	Admin 2	0899238241	Jl.Durian, Bandung
Al-Fikri	Admin 3	082371244	Jl.Merpati, Bengkulu
Imron	Staf Gudang	081243473	Jl.Kukis, Papua

Gambar 4.37 UI Tabel Data Pengguna

Gambar 4.38 UI Form Data Pengguna

Gambar 4.37 menampilkan desain *user interface* tabel data pengguna. Sedangkan Gambar 4.38 menampilkan desain *user interface form* data pengguna. Pada bagian ini melihat dan mengolah data pengguna.

#### 4. UI Tabel Data Barang dan Form Data Barang



Nama Barang	Jumlah Stok	Harga	Kadaluarsa
Pepsodent	2 Pcs	Rp 5000	03/05/2025
Rinso	35 Pcs	Rp 12.000	03/05/2025
Gula	6 Pcs	Rp 15.000	03/05/2025
Cola-cola	5 Pcs	Rp 5000	03/05/2025
Saos ABC	18 Pcs	Rp 8000	03/05/2025

Lihat Selengkapnya

Gambar 4.39 UI Tabel Data Barang



Form Data Barang

ID BARANG

NAMA BARANG

JUMLAH STOK

HARGA SATUAN

TANGGAL KADALUARSA  
DD/MM/YYYY

Kirim

Gambar 4.40 UI Form Data Barang

Gambar 4.39 menampilkan desain *user interface* tabel data barang. Sedangkan Gambar 4.40 menampilkan desain *user interface form* data barang. Pada bagian ini melihat dan mengolah data barang.



## 5. UI Tabel Data Pembelian dan Form Data Pembelian



Id	Tanggal	Barang	Jumlah	Harga
TBTSJ001	20/11/25	Pepsodent	2 Pcs	Rp 150.000
TBGA3002	25/12/25	Rinso	5 Pcs	Rp 180.000
TBTS003	28/08/26	Sprit	9 Pcs	Rp 500.000
TBTS004	25/12/27	Baygon	2 Pcs	Rp 450.000
TBTS005	25/11/27	Sunlight	1 Pcs	Rp 150.000

Lihat Selengkapnya

Gambar 4.41 UI Tabel Data Pembelian



Form Data Pembelian

ID TRANSAKSI

TANGGAL TRANSAKSI  
DD/MM/YYYY

BARANG TRANSAKSI

JUMLAH BARANG

TOTAL HARGA

NAMA PEMASOK

Kirim

Gambar 4.42 UI Form Data Pembelian

Gambar 4.41 menampilkan desain *user interface* tabel data pembelian. Sedangkan Gambar 4.42 menampilkan desain *user interface form* data pembelian. Pada bagian ini melihat dan mengolah data pembelian.

## 6. UI Tabel Data Penjualan dan Form Data Penjualan



Id	Tanggal	Barang	Jumlah	Harga
TJ001	20/11/25	Pepsodent	2 Pcs	Rp 15.000
TJ002	25/12/25	Rinso	5 Pcs	Rp 18.000
TJ003	28/08/26	Sprit	9 Pcs	Rp 50.000
TJ004	25/12/27	Baygon	2 Pcs	Rp 45.000
TJ005	25/11/27	Sunlight	1 Pcs	Rp 15.000

Lihat Selengkapnya

Gambar 4.43 UI Tabel Data Penjualan



Form Data Penjualan

ID TRANSAKSI

TANGGAL TRANSAKSI  
DD/MM/YYYY

BARANG TRANSAKSI

JUMLAH BARANG

JENIS TRANSAKSI

PEMBAYARAN

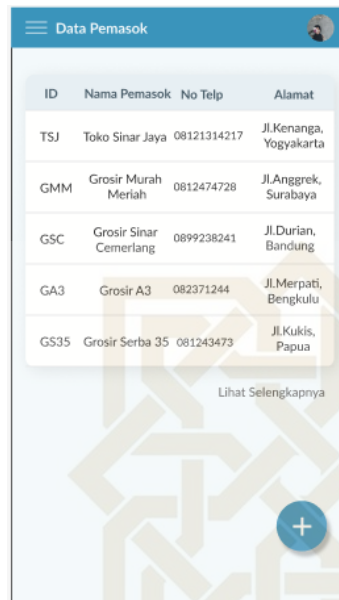
TOTAL HARGA

Kirim

Gambar 4.44 UI Form Data Penjualan

Gambar 4.43 menampilkan desain *user interface* tabel data penjualan. Sedangkan Gambar 4.44 menampilkan desain *user interface form* data penjualan. Pada bagian ini melihat dan mengolah data penjualan.

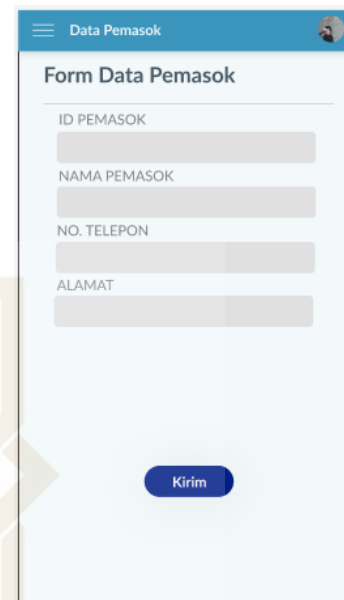
## 7. UI Tabel Data Pemasok dan Form Data Pemasok



ID	Nama Pemasok	No Telp	Alamat
TSJ	Toko Sinar Jaya	08121314217	Jl.Kenanga, Yogyakarta
GMM	Grosir Murah Merah	0812474728	Jl.Anggrek, Surabaya
GSC	Grosir Sinar Cemerlang	0899238241	Jl.Durian, Bandung
GA3	Grosir A3	082371244	Jl.Merpati, Bengkulu
GS35	Grosir Serba 35	081243473	Jl.Kukis, Papua

Lihat Selengkapnya

Gambar 4.45 UI Tabel Data Pemasok



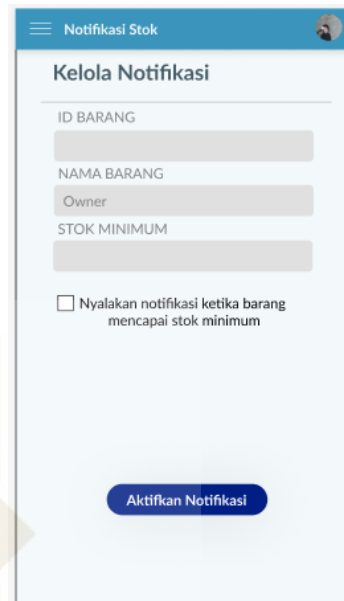
Gambar 4.46 UI Form Data Pemasok

Gambar 4.45 menampilkan desain *user interface* tabel data pemasok. Sedangkan Gambar 4.46 menampilkan desain *user interface form* data pemasok. Pada bagian ini melihat dan mengolah data pemasok.

## 8. UI Notifikasi Stok dan Form Notifikasi



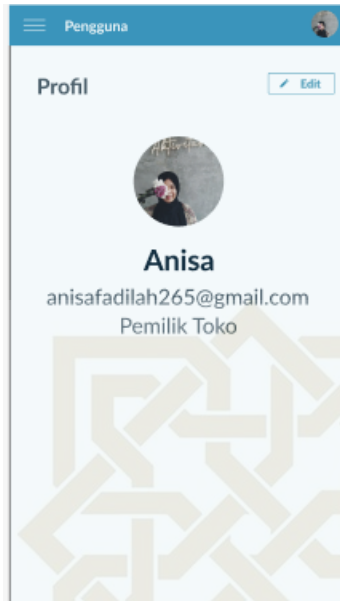
Gambar 4.47 UI Notifikasi Stok



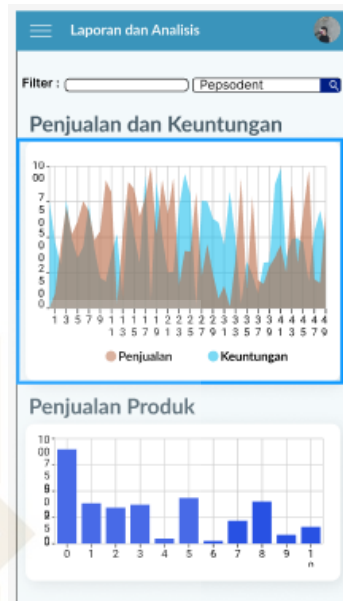
Gambar 4.48 UI Form Notifikasi

Gambar 4.47 menampilkan desain *user interface* tabel notifikasi stok. Sedangkan Gambar 4.48 menampilkan desain *user interface form* notifikasi stok. Pada bagian ini melihat dan mengolah notifikasi stok.

## 7. UI Notifikasi Stok dan Form Notifikasi



Gambar 4.49 UI Profil Pengguna



Gambar 4.50 UI Laporan dan Analisis

Gambar 4. 49 menampilkan desain *user interface* profil pengguna. Sedangkan Gambar 4. 50 menampilkan desain *user interface* laporan dan analisis. Pada bagian laporan dan analisis *user* dapat melihat laporan penjualan dan keuntungan serta laporan penjualan produk.

## 8. UI Detail Lihat Selengkapnya

No	Id	Tanggal	Barang	Pemasok	Jumlah	Harga		
1	TBTSJ001	20/11/25	Pepsodent	Toko Sinar Jaya	2 Pcs	Rp 150.000	Edit	Hapus
2	TBGA3002	25/12/25	Rinso	Grosir Murah Meriah	5 Pcs	Rp 180.000	Edit	Hapus
	TBTS003	28/08/26	Sprit	Grosir Sinar	9 Pcs	Rp 500.000	Edit	Hapus
3	TBTS004	25/12/27	Baygon	Grosir A3	2 Pcs	Rp 450.000	Edit	Hapus
4	TBTS005	25/11/27	Sunlight	Grosir A3	1 Pcs	Rp 150.000	Edit	Hapus

Gambar 4.51 UI Detail Lihat Selengkapnya Pembelian

No	Id	Tanggal	Barang	Jumlah	Harga	Jenis Transaksi	Pembayaran		
1	TJ001	20/11/25	Pepsodent	2 Pcs	Rp 15.000	Online	Tunai	Edit	Hapus
2	TJ002	25/12/25	Rinso	5 Pcs	Rp 18.000	Offline	Transfer	Edit	Hapus
	TJ003	28/08/26	Sprit	9 Pcs	Rp 50.000	Shopee	Tunai	Edit	Hapus
3	TJ004	25/12/27	Baygon	2 Pcs	Rp 45.000	Dropship	COD	Edit	Hapus
4	TJ005	25/11/27	Sunlight	1 Pcs	Rp 15.000	Offline	Tunai	Edit	Hapus

Gambar 4.52 UI Detail Lihat Selengkapnya Penjualan

Gambar 4.51 menampilkan desain *user interface* tabel data pembelian ketika user mengklik “lihat selengkapnya”. Sedangkan Gambar 4.52 menampilkan desain *user interface* tabel data penjualan ketika user mengklik “lihat selengkapnya”. Pada bagian *user* dapat melihat data lengkap tabel pembelian dan penjualan serta dapat mengedit serta menghapus dat



## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Perencanaan bisnis penyedia layanan sistem manajemen inventaris merupakan usaha yang menawarkan produk aplikasi manajemen inventaris yang canggih namun terjangkau, memberikan keuntungan berkelanjutan bagi bisnis kecil dan menengah. Perencanaan usaha ini akan ditinjau dari beberapa aspek, yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek operasi, aspek sumberdaya manusia, dan aspek keuangan.

Pada aspek pasar dan pemasaran, Inventa Tech menawarkan aplikasi inventori dengan dua fitur yaitu fitur *basic* dan *premium*. Fitur *basic* adalah fitur dasar bawaan aplikasi sedangkan fitur *premium* adalah fitur tambahan yang dapat dipesan sesuai kebutuhan *customer*. Aplikasi *inventory* ini nantinya akan ditawarkan (dipasarkan) melalui sarana iklan dan promosi sosial media Instagram Ads dan website untuk dapat menjangkau seluruh calon konsumen. Selain itu Inventa Tech juga melakukan kegiatan penjualan secara *offline* dengan promosi langsung ke toko-toko. Harga yang ditawarkan untuk aplikasi ini adalah Rp 50.000,00/bulan untuk paket utama dan Rp.5000,00 per bulan untuk setiap satu fitur *premium* yang ditambahkan.

Pada aspek operasi, Inventa Tech memiliki kapasitas penjualan sebanyak 20 pelanggan pada bulan pertama, dengan target penjangkauan tambahan 20 pelanggan setiap bulannya.

Sedangkan untuk aspek sumberdaya manusia, pada awal pengembangan Inventa Tech membutuhkan 2 *Developer* aplikasi untuk mengembangkan sistem, 2 Bagian *Marketing* untuk pemasaran, dan 1 bagian staf dukungan pelanggan. Jumlah ini masih bisa bertambah pada kondisi jumlah pesanan aplikasi meningkat pesat sehingga perusahaan membutuhkan tambahan pegawai.

Pada aspek keuangan, berdasarkan hasil penilaian kelayakan keuangan menunjukkan bahwa nilai NPV positif sebesar Rp 448.614.568. Hasil NPV positif ini menunjukkan hasil investasi lebih besar dari tingkat pengembalian yang diminta. Analisis *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 19,48% lebih besar dari 10% yang berdasarkan tingkat suku bunga pinjaman. Bisnis ini juga mampu memperoleh investasi awalnya kembali dalam kurun waktu 1,48 tahun atau 1 tahun 5 bulan. Berdasarkan hasil tersebut maka bisnis ini layak untuk dijalankan.

## 5.2 Saran

Dengan mengacu pada rangkuman yang telah disampaikan, dapat disimpulkan bahwa implementasi Perencanaan Bisnis Penyedia Layanan Sistem Manajemen Inventaris memiliki potensi untuk menjadi sebuah entitas bisnis yang nyata. Perencanaan bisnis ini dapat dimanfaatkan baik untuk keperluan pribadi maupun sebagai produk yang ditawarkan kepada investor melalui penyusunan proposal perencanaan bisnis. Selain itu, keseluruhan perangkat tersebut juga dapat disajikan sebagai sarana pembandingan, pedoman, atau rujukan bagi individu atau entitas lain yang sedang merancang perencanaan bisnis serupa atau bahkan berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. P. Statistik, “Ekonomi Indonesia Tahun 2022 Tumbuh 5,31 Persen,” 2023. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2023/02/06/1997/ekonomi-indonesia-tahun-2022-tumbuh-5-31-persen.html>.
- [2] R. H. Hania Adiva Perpati, “PENGUNAAN APLIKASI WARUNG PINTAR SEBAGAI MEDIA BISNIS DIGITAL DALAM UPAYA MENDUKUNG UMKM,” *J. MUTAKALLIMIN; J. Ilmu Komun.*, vol. 6.1, 2021.
- [3] E. Susan, “MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA,” *Adaara J. Manaj. Pendidik. Islam*, vol. 9, 2019.
- [4] Wiratama, et al I. Komang, “Implementasi Sistem Informasi Inventaris pada Kantor Desa Ketewel,” *J. Krisnadana*, vol. 1.2, pp. 1–10, 2022, [Online]. Available: <https://ejournal.sidyanusa.org/index.php/jkdn/article/view/82/251>.
- [5] Karim, Abdul et al, *Pengantar teknologi informasi*. Yayasan Labuhanbatu Berbagi Gemilang, 2020.
- [6] M. S. Darsana, and I. Made, *MANAJEMEN STRATEGIS: ANALISIS INDUSTRI*. 2023.
- [7] A. F. W. Hintoro, and Septian, “Analisis Strategi Bersaing Pada Biznet Branch Salatiga Menggunakan Porter’S Five Forces,” *J. Ekon. Manaj. Sist. Inf.*, vol. 2.6, pp. 729–738, 2021, [Online]. Available: <https://dinastirev.org/JEMSI/article/view/613/383>.
- [8] D. N. Mashuri, and Mashuri, “Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing,” *JPS (Jurnal Perbank. Syariah)*, vol. 1.1, pp. 97–112, 2020, [Online]. Available: <https://www.ejournal.stiesyariahbengkalis.ac.id/index.php/jps/article/view/>

205.

- [9] N. M. Riwayadi, and Eko, “Penetrasi Pasar Dengan Menggunakan Analisis Pestle: Studi Kasus di PT. HSI Cabang Bandung,” *Action Res. Lit.*, vol. 5.2, pp. 67–75, 2021, [Online]. Available: <https://arl.ridwaninstitute.co.id/index.php/arl/article/view/85>.
- [10] Putra, I. Gusti Bagus Ananta Wijaya et al, “Kajian analisis biaya dan manfaat (cost-benefit analysis) kawasan agrowisata di Indonesia,” *AGROMIX*, vol. 11.2, pp. 189–201, 2020, [Online]. Available: <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/AGROMIX/article/view/1919>.
- [11] Muhammad Yusuf Saleh, dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*. CV SAH MEDIA, Makassar, 2019.
- [12] Hidayah, Ida et al, “Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu),” *Solusi*, vol. 19.1, 2021, [Online]. Available: <https://journals.usm.ac.id/index.php/solusi/article/view/3001>.
- [13] N. E. B. Syafii, and Muhamad, “Penerapan Digital Marketing dengan Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning),” *J. Inform. Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, vol. 4.1, pp. 66–71, 2022, [Online]. Available: <https://pdfs.semanticscholar.org/bed0/b0612dfac74e8917fe8c452c106f1ee437e5.pdf>.
- [14] Y. W. H. Arianti, and Yoesti Silvana, “ANALISIS LIMA KEKUATAN PORTER PADA PENGEMBANGAN AGRIBISNIS KEDELAI (STUDI KASUS: DI KECAMATAN PRACIMANTORO KABUPATEN WONOGIRI).,” *AGRISAINTIKA J. Ilmu-Ilmu Pertan.*, vol. 6.2, pp. 104–112, 2022, [Online]. Available: <https://journal.univetbantara.ac.id/index.php/agrisaintifika/article/view/3365>.
- [15] A. S. Saputra, Afrizal Dwi Wana, R. and Deni Muhammad Danial,

- “Analisis Strategi Pemasaran Industri Makanan Ringan Menggunakan Boston Consulting Group Matrixle,” *JIMEK J. Ilm. Mhs. Ekon.*, vol. 3.1, pp. 1–11, 2020, [Online]. Available: <https://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek/article/view/710>.
- [16] U. S. Senarath, “Waterfall methodology, prototyping and agile development,” *Tech. Rep.*, pp. 1–16, 2021.
- [17] T. T. Fridayanthie, Eka Wulansari, and Haryanto Haryanto, “Penerapan Metode Prototype Pada Perancangan Sistem Informasi Penggajian Karyawan (Persis Gawan) Berbasis Web,” *J. Khatulistiwa Inform.*, vol. 23.2, 2021.
- [18] H. B. Puspita, Kartika, and Yuris Alkhalifi, “Rancang Bangun Sistem Informasi Penerimaan Peserta Didik Baru Berbasis Website Dengan Metode Spiral,” *Paradigma*, vol. 23.1, 2021, [Online]. Available: [https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2192339&val=10513&title=Rancang Bangun Sistem Informasi Penerimaan Peserta Didik Baru Berbasis Website Dengan Metode Spiral](https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2192339&val=10513&title=Rancang%20Bangun%20Sistem%20Informasi%20Penerimaan%20Peserta%20Didik%20Baru%20Berbasis%20Website%20Dengan%20Metode%20Spiral).
- [19] J. Pócsová, D. Bednárová, G. Bogdanovská, and A. Mojžišová, “Implementation of agile methodologies in an engineering course,” *Educ. Sci.*, vol. 10, no. 11, p. 333, 2020.
- [20] A. D. Dewantoro, “Penentuan Rekomendasi Strategi Pembelajaran Daring Menggunakan Metode Delphi,” *J. Tek. Ind.*, vol. 11.1, pp. 23–29, 2021, [Online]. Available: <https://e-journal.trisakti.ac.id/index.php/tekin/article/view/9662/6684>.
- [21] Amam, Amam et al, “Strategi pengembangan badan usaha milik desa (BUM Desa) dengan pendekatan force field analysis,” *AdBispreneur J. Pemikir. dan Penelit. Adm. Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. 6.2, pp. 139–149, 2021.
- [22] E. S. Ulfa, and Siti, “Implementasi Metode Critical Path Method Pada

- Proyek Synthesis Residence Kemang,” *J. Optimasi Tek. Ind.*, vol. 3.1, p. 2, 2021, [Online]. Available:  
<https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/JOTI/article/view/4167>.
- [23] Y. M. Yuwono, Wiji, and M. Elfan Kaukab, “Kajian Metode PERT-CPM dan Pemanfaatannya dalam Manajemen Waktu dan Biaya Pelaksanaan Proyek,” *J. Econ. Manag. Account. Technol.*, vol. 4.1, pp. 192–214, 2021, [Online]. Available:  
<https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jematech/article/view/1925>.
- [24] F. N. D. Fatimah, *Teknik analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia, 2016.
- [25] M. A. Benzaghta, A. Elwalda, M. M. Mousa, I. Erkan, and M. Rahman, “SWOT analysis applications: An integrative literature review,” *J. Glob. Bus. Insights*, vol. 6, no. 1, pp. 54–72, 2021.
- [26] P. Hague, *Market research in practice: an introduction to gaining greater market insight*. Kogan Page Publishers, 2021.
- [27] D. K. Permana, Oktia Dwi, and Binahayati Rusyidi, “ANALISIS BIAYA MANFAAT PROGRAM KESERASIAN SOSIAL SEBAGAI UPAYA PENANGANAN KONFLIK SOSIAL DI INDONESIA,” *J. Kolaborasi Resolusi Konflik*, vol. 6.1, pp. 42–49, 2024, [Online]. Available:  
<https://jurnal.unpad.ac.id/jkrk/article/view/53284>.
- [28] K. Kotler, *Marketing Management*. 2012.
- [29] M. Badrul, “Penerapan Metode Waterfall Untuk Perancangan Sistem Informasi Inventory Pada Toko Keramik Bintang Terang,” *PROSISKO J. Pengemb. Ris. dan Obs. Sist. Komput.*, vol. 8.2, pp. 52–57, 2021, [Online]. Available: <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/PROSISKO/article/view/3852>.
- [30] M. A. Rizaty, “Jumlah Toko Retail di Indonesia Sebanyak 3,98 Juta pada 2022.” <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/jumlah-toko-retail-di-indonesia-sebanyak-398-juta-pada-2022>.



- [31] T. Economics, “Penjualan Ritel Indonesia YoY,” 2024.  
<https://tradingeconomics.com/indonesia/retail-sales-annual>.
- [32] D. D. Surahman, Ade, and A. Ferico Octaviansyah, “Ekstraksi Data Produk E-Marketplace Sebagai Strategi Pengolahan Segmentasi Pasar Menggunakan Web Crawler,” *Sist. J. Sist. Inf.*, vol. 9.1, pp. 73–81, 2020, [Online]. Available:  
<http://sistemasi.ftik.unisi.ac.id/index.php/stmsi/article/view/580/224>.
- [33] A. R. Assegaf, “Pengaruh biaya tetap dan biaya variabel terhadap profitabilitas pada pt. Pecel lele lela internasional, cabang 17, tanjung barat, jakarta selatan,” *J. Ekon. dan Ind.*, vol. 20.1, 2019.
- [34] Manuho, Priskila et al, “Analisis break even point (BEP),” *J. Ipteks Akunt. Bagi Masy.*, vol. 5.1, pp. 21–28, 2021, [Online]. Available:  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jiam/article/view/34692>.

