

PERSONAL SELLING SEBAGAI SARANA PENYEDIA JASA SPG ONLINE DI JABODETABEK

Bagus Prabowo

Institut Teknologi Budi Utomo, bagus@itbu.ac.id

Abstrak

Industri Meeting, Incentive, Conference, and Exhibition (MICE) yang berkembang maju di Indonesia membuka kesempatan bagi pengusaha untuk berkompetisi dalam memperebutkan pengguna jasa sebanyak mungkin, dan oleh karena itu pelaku usaha perlu melakukan promosi agar informasi tentang produk mereka diterima oleh konsumen. Salah satu cara untuk melakukan promosi adalah dengan teknik Personal Selling yang melibatkan Sales Promotion Girl (SPG). Pelaku usaha merasa agak kesulitan dalam menemukan SPG yang tepat untuk merepresentasikan produk mereka. Proses pemesanan SPG yang cukup lama juga agak mengganggu perencanaan mereka akan event yang mereka buat. Bagi SPG, lamanya proses pemesanan juga berdampak kepada lama waktu bagi mereka untuk mendapatkan job baru. get|SPG hadir untuk membantu mendapatkan SPG maupun job yang diinginkan dengan lebih cepat. Menggunakan sistem informasi yang terintegrasi, informasi akan SPG dan event dapat diakses dengan mudah. Waktu pemesanan maupun rekrutmen SPG dapat dipersingkat berkat teknologi yang dapat membuat berbagai proses yang diperlukan dapat dipersingkat, dibuat bersamaan, bahkan dihilangkan.

Secara keseluruhan, get|SPG merupakan suatu model bisnis yang menarik dengan waktu pengembalian modal antara 2-3 tahun. Ekspektasi pertumbuhan adalah 52-76% per tahun dengan jumlah modal awal yang dibutuhkan sebanyak Rp 750,000,000.

Kata kunci : *SPG, MICE, Event, Sistem Informasi, Promosi*

Abstract

The rapidly growing Meeting, Incentive, Conference, and Exhibition (MICE) industry in Indonesia opens up opportunities for business actors to compete in capturing as many consumers as possible, and therefore business actors need to carry out promotions so that information about their products is received by consumers. One way to do promotion is with Personal Selling techniques involving Sales Promotion Girls (SPG). Businesses find it difficult to find the right SPG to represent their products. The long booking process for SPGs also interferes with their planning of events. For SPGs, the long booking process also impacts the time it takes for them to get a new job. get|SPG is here to help you get the SPG or job you want faster. Using an integrated information system, information on SPGs and events can be accessed easily. SPG booking and recruitment time can be shortened thanks to technology that can make the various processes needed can be shortened, made concurrent, and even eliminated. Overall, get|SPG is an attractive business model with a payback period of 2-3 years. Expected growth is 52-76% per year with an initial capital requirement of Rp 750,000,000.

Keywords: *SPG, MICE, Event, Information System, Promotion*

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara dengan penduduk berjumlah 254,5 juta jiwa dan pangsa pasar yang signifikan (Bank Dunia, 2015). Tingkat pertumbuhan ekonominya pada tahun 2015 adalah sebesar 4,7%, lebih tinggi dibandingkan dengan negara besar lainnya seperti Amerika Serikat (*Central Intelligence Agency*, 2016), dan negara ini mempunyai proporsi penduduk berpendapatan menengah yang akan tumbuh pada tahun 2020. Sebagaimana dikemukakan dalam (Nielsen, 2014), potensi pasar Indonesia untuk berbagai jenis produk sangat besar. Hal ini juga terkait dengan diberlakukannya Masyarakat Ekonomi ASEAN (AEC) yang memberikan kesempatan kepada seluruh negara ASEAN untuk melakukan kerjasama ekonomi dengan negara-negara ASEAN lainnya, dan pasar Indonesia telah menjadi pusat perhatian negara-negara ASEAN lainnya dan para pelaku usaha Indonesia dimana seluruh pasar menjadi semakin aktif (ASEAN, 2015).

Seperti yang telah dibahas, kehadiran MEA dan meningkatnya jumlah UMKM dari tahun ke tahun menunjukkan semakin besarnya pemain baru di berbagai industri (Deloitte, 2015). Berdasarkan hasil survei terhadap pengguna jasa SPG, sebagian besar kebutuhannya terpenuhi. Layanan SPG saat ini hanya tersedia melalui penyediaan layanan melalui distributor. Seperti terlihat pada Gambar 1, proses pemilihan SPG dan mencocokkannya dengan kebutuhan pengguna layanan SPG bergantung pada layanan dan kemampuan instansi pemerintah, sehingga

memperlambat pemenuhan persyaratan SPG dan mengurangi aktivitas bisnis pengguna layanan SPG.

Salah satu cara pemilik merek melibatkan pembeli secara langsung adalah melalui penjualan pribadi, di mana mereka menjual satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan memberikan presentasi, menjawab pertanyaan, atau memenangkan pesanan, dan interaksi pribadi (Kotler & Keller, 2016). Ada beberapa tujuan yang dapat dicapai melalui personal sales. Tujuan awalnya adalah membuat konsumen membeli produk Anda. Dengan SPG, konsumen mendapatkan lebih banyak informasi dibandingkan iklan. Kedua, SPG juga dapat digunakan untuk mengumpulkan informasi langsung dari konsumen.

Ketiga, menciptakan citra positif di hati konsumen. SPG harus mencerminkan citra baik dari merek yang dipasarkan. Mulai dari tampilan, perkataan hingga pelayanan yang diberikan, semuanya harus menciptakan citra positif di hati konsumen. Personal sales ini memiliki kelemahan yaitu jumlah konsumen yang dapat dijangkau terbatas jika SPG hanya sedikit (marketing.co.id, 2011). Oleh karena itu, para pelaku usaha perlu lebih banyak menggunakan metode penjualan personal kepada konsumen, salah satunya melalui penggunaan Sales Promotion Girls (SPG).

SPG memiliki uraian tugas sebagai berikut: (jobsdb.com, 2016):

1. Mendukung tim pemasaran (sales) dalam memasarkan produk sesuai arahan perusahaan.
2. Membantu pengunjung dengan menjelaskan produk yang ditawarkan.
3. Lihat layar produk.
4. Membuat laporan penjualan.

Ada beberapa syarat utama untuk menjadi SPG, yaitu (Lestari, 2012):

1. Berpenampilan menarik
2. Wajah cantik.
3. Komunikasi.

Hasil survei pengguna layanan SPG menunjukkan sebagian besar mengatakan perlu waktu 3-4 hingga 5-10 hari kerja untuk menemukan SPG.

Berapa lama waktu yang biasanya Anda butuhkan dalam mencari SPG?



Gambar 1.
Waktu yang Dibutuhkan Pengguna Jasa SPG Untuk Mencari SPG

Mencari layanan SPG cenderung sulit karena waktu yang dibutuhkan oleh lembaga layanan

atau penyedia layanan SPG untuk memenuhi kebutuhan pengguna layanan SPG dianggap mengganggu operasional bisnis pengguna layanan SPG.

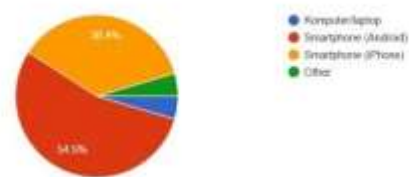
Apakah lamanya waktu pencarian SPG tersebut dapat mengganggu aktivitas bisnis maupun perencanaan event Anda?



Gambar 2.
Dampak Waktu Pencarian SPG Terhadap Aktivitas Perencanaan Bisnis/Event

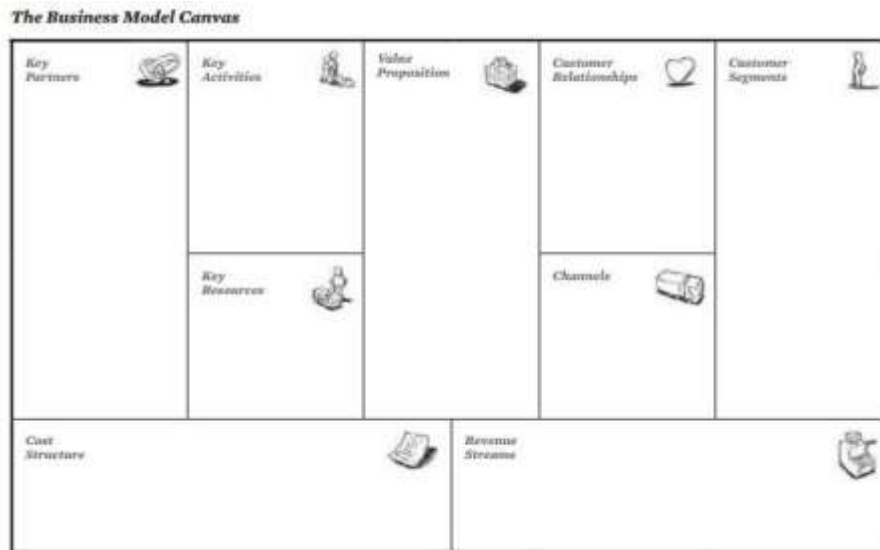
Informasi mengenai karya tersebut hanya berasal dari lembaga mitranya atau melalui media massa. Hasil survei juga menunjukkan bahwa lebih dari 90% responden pengidap SPG menggunakan smartphone sebagai alat untuk mencari informasi mengenai pekerjaan atau acara yang membutuhkan SPG.

Dengan perangkat apakah Anda biasanya melakukan pencarian job?



Gambar 3
Proporsi Penggunaan Perangkat bagi SPG untuk Mencari Informasi Job.

KERANGKA TEORI
Business Model Canvas



Gambar 4. Business Model Canvas
Sumber: (Osterwalder, Pigneur, & Clark, 2010)

Sebuah Model bisnis pada dasarnya harus menjelaskan usaha suatu organisasi membuat, memberikan dan mengeluarkan nilai. Selain itu, langkah pertama dalam setiap diskusi tentang inovasi model bisnis adalah terlebih dahulu membangun pemahaman umum tentang model bisnis. Sebuah konsep yang dapat dipahami oleh semua orang adalah penciptaan sembilan blok bangunan, yang juga dikenal sebagai kanvas model bisnis atau Business Model Canvas. (Osterwalder, Pigneur, & Clark, 2010)

Perilaku Konsumen

Ilmu tentang perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana seseorang, dalam suatu kelompok atau perusahaan, menentukan pembelian dan pembuangan barang, jasa dan gagasan, pemikiran atau

gagasan untuk memuaskan kebutuhannya (Kotler dan Keller, 2016).

Teori Keuangan

Berdasarkan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (Ikatan Akuntansi Indonesia, 2009) no. 01 Edisi Revisi 2009, bahwa informasi keuangan “menyajikan penyajian terstruktur mengenai posisi keuangan dan kinerja operasi perusahaan serta penjelasan tanggung jawab keuangan atas penggunaan kekuasaan.”. Menurut Munawir (Munawir, 2010), laporan keuangan adalah “alat yang sangat diperlukan untuk mengumpulkan informasi tentang situasi keuangan dan hasil yang dicapai oleh perusahaan, sehingga pengguna dapat mengambil keputusan yang tepat”

Keuangan Dan Ekonomi

Manajemen Keuangan

Pengelolaan keuangan mengacu pada kegiatan pemilik dan pengelola usaha yang bertujuan memperoleh modal dengan cara yang paling menguntungkan dan menggunakannya. dengan mudah, cepat dan efektif untuk memperoleh keuntungan. (Prawironegoro, 2007).

HASIL SURVEI

Untuk memahami ekspektasi kedua pengguna platform ini, kami melakukan survei yang menyasar pengguna layanan SPG dan SPG. Masing-masing platform diberi peringkat dari 1 (sangat tidak mungkin penting) hingga 5 (Sangat penting). Mereka diklasifikasikan menurut jenis risiko yang dirasakan oleh pengguna (*perceived risk*). Nilai hasil yang ditentukan untuk setiap jenis fungsi platform disajikan dalam tabel berikut.

Tabel dibawah ini hasil survei yaitu:

1. Fungsional: adalah pembahasan kemudahan penggunaan suatu platform bagi penggunadari segi fungsionalitas, dan secara khusus membahas berbagai fitur utama yang sebaiknya disediakan pada suatu *platform*.
2. Fisik: berfokus pada hubungan antara penggunaan platform dan dampaknya terhadap platform yang digunakan pengguna.
3. Finansial: berkaitan dengan dampak finansial dari penggunaan Platform terhadap pengguna.

4. Sosial: mengacu pada dampak sosial yang dirasakan pengguna dari penggunaan platform.
5. Psikologis: berkaitan dengan dampak penggunaan alat penilai terhadap aspek psikologis yang didapat.
6. Waktu: mengacu pada jumlah waktu yang harus dihabiskan pengguna dari awal hingga selesai.

Tabel 1 Hasil Survei Lanjutan

Fitur Platform	Keterangan	Rata-rata Nilai Pengguna Jasa SPG	Rata-rata Nilai SPG
<i>Functional</i>	Sistem Pemesanan	3,12	3,26
<i>Physical</i>	Kualitas antarmuka platform	3,15	2,71
<i>Financial</i>	Fleksibilitas harga & pembayaran	2,76	3,46
<i>Social</i>	Interaksi agen dengan pengguna jasa SPG	2,87	3,07
<i>Psychological</i>	Kontrol user via Platform	2,92	2,99
<i>Time</i>	Kecepatan respon agen	3,62	3,39

METODE PENELITIAN

Garis Besar Business Model Canvas

Pada dasarnya dapat menerangkan bahwa suatu organisasi mendapatkan dan memberikan keuntungan. Selain itu, hal pertama dalam setiap diskusi tentang inovasi model bisnis adalah terlebih dahulu membangun pemahaman umum tentang model bisnis. Sebuah konsep yang dapat dipahami oleh semua orang adalah penciptaan sembilan blok bangunan, yang juga dikenal sebagai kanvas model bisnis atau *Business Model Canvas*. (Osterwalder, Pigneur, & Clark, 2010).

Secara umum, Business Model Canvas untuk pembuatan platform get|SPG adalah sebagai berikut:

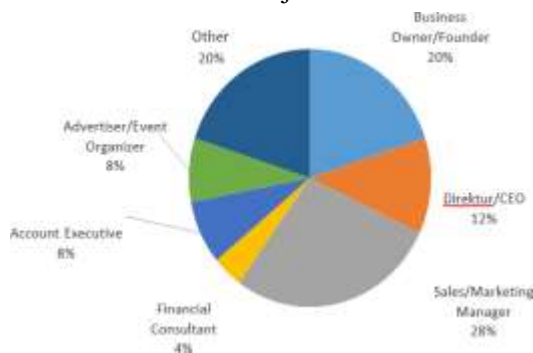
Key Partners <ul style="list-style-type: none"> • pengguna jasa SPG • Online Advertising Provider • SPG • Bank 	Key Activities <ul style="list-style-type: none"> • Platform <ul style="list-style-type: none"> • Rekrutmen dan penawaran SPG • Problem Solving <ul style="list-style-type: none"> • Pengerjaan proyek event dari pengguna jasa SPG 	Value Propositions <ul style="list-style-type: none"> • Menyebarkan informasi job dan SPG • Memperbaiki proses pemesanan SPG • Mempermudah pencarian pekerjaan bagi SPG • Menghubungkan SPG dan pengguna jasa SPG 	Customer Relationships <ul style="list-style-type: none"> • Asistensi pengguna jasa SPG terhadap proyek dengan menunjuk Project Manager • Website • Customer Service 	Customer Segments <ul style="list-style-type: none"> • Sales dan Marketing manager • Event Organizer • Pelaku bisnis • Advertising agency
Key Resources <ul style="list-style-type: none"> • Pendanaan (funding) • Data SPG • Data pengguna jasa SPG • Sumber daya manusia • Sistem informasi 		Channels <ul style="list-style-type: none"> • Aplikasi • Search engine • Website • Social media 		
Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> • Sewa kantor • Operasional • Upah SPG & gaji karyawan • Biaya iklan 			Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> • Pembayaran proyek • Kontrak kerja kemitraan 	

Gambar 5. Business Model Canvas
 Sumber : Penelitian Mandiri

CUSTOMER SEGMENTS

Survei yang dilakukan terhadap pengguna jasa SPG menunjukkan bahwa responden survei memiliki jenis pekerjaan seperti terlihat pada gambar di bawah.

Apa posisi Anda di perusahaan tempat Anda bekerja?



Gambar 6. Sebaran Jenis Pekerjaan Pengguna Jasa SPG Berdasarkan Survei
 Sumber : Penelitian Mandiri

Berdasarkan Gambar 3 di atas, dapat dilihat bahwa beberapa jenis

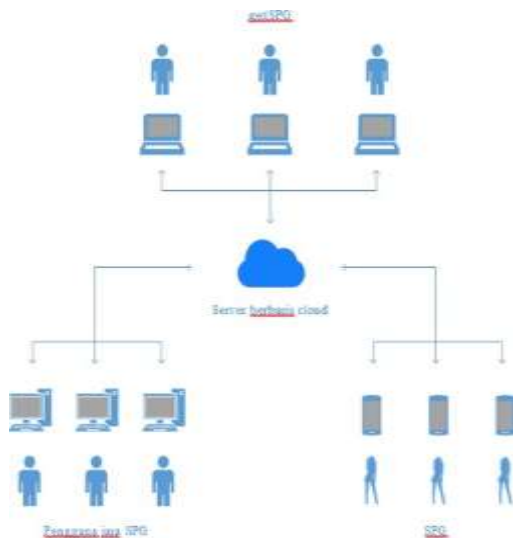
pekerjaan yang dapat dianggap sebagai segmentasi pelanggan bagi get|SPG, yaitu:

- Sales & Marketing Manager
 Karyawan-karyawan dari perusahaan besar Siapa pun yang menghadiri pameran dagang atau menyelenggarakan acara memerlukan tim penjualan untuk memasarkan/ meluncurkan produknya get|SPG dapat memberikan media SPG kepada tim penjualan.
- Jasa Event Organizer
 Aplikasi get|SPG dapat digunakan oleh peserta pameran yang membutuhkan SPG.
- Pelaku Bisnis
 Pengusaha di Jabodetabek yang menjual produknya pada pameran dagang atau acara tertentu atau yang membutuhkan jasa SPG untuk penjualannya.
- Advertising Agency
 Agen periklanan dapat menggunakan layanan SPG untuk proyek periklanan dan promosi produk mereka sendiri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan Teknologi

get|SPG berencana menggunakan teknologi berbasis web untuk melayani pengguna jasa SPG dan aplikasi mobile untuk memantau paraSPG yang sedang berada dalam acara yang digelar pengguna jasa SPG. Semua teknologi ini dihubungkan dengan bantuan server berbasis cloud yang juga terkoneksi dengan manajemen get|SPG dan digunakan untuk mengendalikan sistem operasional.



Gambar 7.
Skema Teknologi yang Digunakan get|SPG

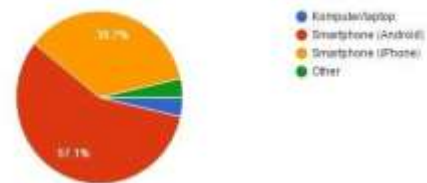
Sumber : Penelitian Mandiri

Penggunaan website bagi pengguna jasa SPG dipilih dengan pertimbangan pengguna jasaSPG dapat secara fleksibel mengakses get|SPG selama dibutuhkan di mana saja, dengan target perangkat yang didukung seluas mungkin. Selain itu, penggunaan website akan membantu

fungsi-fungsi operasional yang mungkin dibutuhkan pengguna jasa SPG namun agak sulit dilakukan menggunakan aplikasi mobile, seperti pencetakan tagihan (invoice) maupun bukti pembayaran.

Dari sisi SPG, akan diberikan suatu aplikasi mobile yang dapat digunakan agarSPG dapat mengecek status absensi maupun pembayaran honor mereka dengan cepat. Selain itu, aplikasi mobile mampu membantu dibuatnya fitur yang dapat meningkatkan produktivitas bagi SPG, seperti reminder untuk event yang akan datang. Sebagai tambahan, pembuatan aplikasi ini juga sejalan dengan hasil survei kepada para SPG di mana hampir semuanya menggunakan perangkat mobile untuk mengetahui informasi job, dan mayoritas dari mereka menggunakan Android dan iOS.

Dengan perangkat apakah Anda biasanya melakukan pencarian job?



Gambar 8.
Sebaran Perangkat yang DigunakanSPG Dalam Pencarian Job

Sumber : Penelitian Mandiri

Perencanaan Keuangan

Dalam mengembangkan bisnis get|SPG, diperlukan biaya investasi awal sebesar Rp.750.000.000. Dana akan berasal dari modal pribadi para pemegang saham get|SPG yang akan dialokasikan dengan rincian sebagai berikut:

Sewa Kantor Rp.70.000.000 Investasi
 Infrastruktur Awal Rp.115.000.000
 Total Biaya Investasi Rp.185.000.000

Sisa dana modal awal akan dipergunakan untuk biaya pengembangan aplikasi yang akan dilakukan secara in-house oleh get|SPG serta untuk pendanaan modal kerja tahun pertama get|SPG. Adapun pengalokasian dana untuk investasi kedepannya akan dilakukan secara bertahap mengikuti dengan perkembangan bisnis get|SPG.

Perencanaan keuangan akan diproyeksikan selama 5 tahun kedepan di mana akan dibuat tiga skenario yang berpotensi menjadi keadaan industri yang akan dialami oleh get|SPG, yaitu skenario optimis, skenario rata-rata dan skenario pesimis. Perbedaan dari ketiga skenario tersebut adalah dalam hal penguasaan pasar dari get|SPG, banyaknya jasa SPG yang disalurkan melalui sarana get|SPG serta strategi bisnis yang diterapkan pada tiap-tiap skenario.

Untuk mengelola situasinya dan diterapkan skema keuangan secara akurat untuk kedepannya, get|SPG menggunakan prosedur tingkat pengembalian internal (IRR), cara pengembalian, dan cara penilaian.

Skenario Optimis

Berikut asumsi keadaan industri dari bisnis get|SPG pada skenario Optimis dan keputusan strategi yang akan diterapkan pada get|SPG tiap tahunnya.

Tahun 1:

- Fase pembuatan dan pengembangan awal aplikasi akan dilakukan pada 6 bulan awal daritahun pertama, di mana dalam fase ini tidak akan ada kegiatan bisnis dan operasional bisnis lainnya yang akan dilakukan oleh get|SPG. Artinya, fungsi dari karyawan secara keseluruhan juga akan dimulai setelah fase ini selesai.

- Ekspektasi penjualan:

- Terjadi selama 6 bulan, mulai dari semester kedua
- Rata-rata terdapat 15 event per bulan, dengan asumsi
 - ✓ Rata-rata terdapat 8 SPG per event
Rata-rata setiap event akan berjalanselama 4 hari
 - ✓ Setiap SPG bekerja 2 shift per hari
- Tarif yang dikenakan kepada pengguna jasa: rata-rata Rp 500,000 per SPG *per shift per event*.
- Ekspektasi pendapatan kotor dari 15 event per bulan = Rp 1,920,000,000
- Dari pendapatan kotor tersebut, 30% akan diambil get|SPG sebagai management fee.
- Ekspektasi keuntungan kotor get|SPG:

$$\text{Rp } 2,880,000,000 \times 30\% = \text{Rp.864,000,000}$$

Tahun 2:

- Brand get|SPG mulai dikenal oleh para pengguna jasa SPG.
- Penjualan diprediksi meningkat 30% sebagai akibat dari meningkatnya brand awareness.
- Ekspektasi inflasi: 8% dari tahun sebelumnya.
- Ekspektasi penjualan

- Rata-rata terdapat 20 event per bulan, dengan asumsi
 - ✓ Rata-rata terdapat 8 SPG per event.
 - ✓ Rata-rata setiap event akan berjalan selama 4 hari.
 - ✓ Setiap SPG bekerja 2 shift per hari.
- Tarif yang dikenakan pengguna jasa: rata-rata Rp 540,000 per SPG per shift per event (d disesuaikan dengan tingkat inflasi)
- Ekspektasi pendapatan kotor: 20 event per bulan = Rp 5,391,360,000
- Management fee yang dikenakan kepada SPG tetap 30%.
- Ekspektasi keuntungan kotor get|sSPG: Rp 8,294,400,000 x 30% = Rp.2,488,320,000
- Program pemasaran yang berjalan:
 - Keikutsertaan pada event: Rp 50.000.000/tahun
 - Direct sales: Rp 3.500.000/bulan; total anggaran = Rp 42.000.000
 - Voucher/kupon diskon sebanyak: Rp 81,000,000 untuk 150 pengguna pertama get|SPG
 - Listing pada search engine: Rp 54,000,000
 - Promosi media offline: Rp 100,000,000 yang akan digunakan untuk promosi pada majalah.
- Tahun 3:
 - Industri MICE di Indonesia mengalami perkembangan signifikan seiring mulai efektif berjalannya MEA.
 - Penjualan diprediksi meningkat 30% sebagai akibat dari perkembangan industri MICE.
 - Ekspektasi inflasi: 8% dari tahun sebelumnya
 - Ekspektasi penjualan:
 - Rata-rata terdapat 26 event per bulan, dengan asumsi
 - ✓ Rata-rata terdapat 8 SPG per event
 - ✓ Rata-rata setiap event akan berjalan selama 4 hari
 - ✓ Setiap SPG bekerja 2 shift per hari
 - Tarif yang dikenakan pengguna jasa: rata-rata Rp 585,000 per SPG per shift per event (kenaikan disesuaikan dengan tingkat inflasi)
 - Ekspektasi pendapatan kotor dari 26 event per bulan = Rp.11,681,280,000
 - Management fee yang dikenakan kepada SPG tetap 30%.
 - Ekspektasi keuntungan kotor get|SPG: Rp.11,681,280,000 x 30% = Rp.3,504,384,000
 - Program pemasaran yang berjalan:
 - Keikutsertaan pada event: Rp 150.000.000/tahun
 - Direct sales: Rp 4.000.000/bulan; total anggaran = Rp 48,000,000
 - Voucher/kupon diskon untuk 200 pengguna pertama get|SPG: Rp 117.000,000 (d disesuaikan dengan peningkatan sales pada tahun kedua)
 - Listing pada search engine: Rp 72,000,000
 - Promosi media offline: Rp 150,000,000 yang akan digunakan untuk promosi pada majalah.
- Tahun 4:

- Penjualan diprediksi meningkat 30%.
 - Ekspektasi inflasi: 8% dari tahun sebelumnya
 - Ekspektasi penjualan:
 - Rata-rata terdapat 33 event per bulan, dengan asumsi
 - ✓ Rata-rata terdapat 8 SPG per event
 - ✓ Rata-rata setiap event akan berjalan selama 4 hari
 - ✓ Setiap SPG bekerja 2 shift per hari
 - Tarif yang dikenakan pengguna jasa: rata-rata Rp 630,000 per SPG per shift. per event (d disesuaikan dengan tingkat inflasi)
 - Ekspektasi pendapatan kotor dari 33 event perbulan= Rp.15,966,720,000
 - ✓ Management fee yang dikenakan kepada SPG tetap 30%.
 - Ekspektasi keuntungan kotor get|SPG: Rp.4,790,016,000
 - Program pemasaran yang berjalan, di mana akan dilakukan untuk meningkatkan market share get|SPG secara signifikan.
 - Keikutsertaan pada event: Rp 200.000.000/tahun
 - Direct sales: Rp 5.000.000/bulan; total anggaran per tahun= Rp60,000,000
 - Voucher/kupon diskon untuk 250 pengguna pertama get|SPG: Rp157.500,000 (d disesuaikan dengan target peningkatan sales pada tahun ini)
 - Listing pada search engine: Rp 90,000,000
 - Promosi media offline: Rp 300,000,000 yang akan digunakan untuk promosi pada majalah, tabloid dan radio.
 - Upgrade terhadap server dilakukan untuk mengantisipasi peningkatan jumlah SPG dan pengguna jasa SPG.
 - Biaya upgrade server dinaikkan menjadi Rp 75,000.000 per tahun.
- Tahun 5:
- Ekspansi market share yang mulai dilakukan pada tahun keempat membuat pertumbuhan sales pada tahun kelima diprediksi meningkat 35%.
 - Wilayah coverage get|SPG meluas sehingga tidak hanya melayani wilayah Jakarta dan sekitarnya saja.
 - Ekspektasi inflasi: 8% dari tahun sebelumnya
 - Ekspektasi penjualan:
 - Rata-rata terdapat 41 event per bulan, dengan asumsi
 - ✓ Rata-rata terdapat 8 SPG per event
 - ✓ Rata-rata setiap event akan berjalan selama 4 hari
 - ✓ Setiap SPG bekerja 2 shift per hari
 - Tarif yang dikenakan pengguna jasa: rata-rata Rp 680,000 per SPG per shift per event (d disesuaikan dengan tingkat inflasi)
 - Ekspektasi pendapatan kotor dari 41 event per bulan = Rp.21,411,840,000
 - Management fee yang dikenakan kepada SPG tetap 30%.
 - Ekspektasi keuntungan kotor get|SPG: Rp.6,423,552,000
 - Program pemasaran yang berjalan dilakukan

untuk mempertahankan posisi get|SPG yang sudah ada:

- o Keikutsertaan pada event: Rp 275.000.000/tahun
- o Direct sales: Rp 7.000.000/bulan; total anggaran = Rp 72,000.000
- o Voucher/kupon diskon 250 pengguna pertama get|SPG: Rp 68.000,000 (disesuaikan juga dengan peningkatan sales pada tahun ketiga)
- o Listing pada search engine: Rp 100,000,000
- o Promosi media offline: Rp 400,000,000 yang akan digunakan untuk promosi pada majalah, tabloid, radio dan billboard.

Dari asumsi tersebut di atas, dapat dirumuskan kinerja keuangan dari get|SPG dalam skenario optimis dilihat dari proyeksi laporan laba rugi, neraca dan arus kas keuangan get|SPG pada Lampiran 17 – 19. Adapun hasil penghitungan NPV, IRR dan Payback Period investasi bisnis get|SPG pada skenario Optimis dapat di lihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Penghitungan NPV, IRR, dan Payback Period Skenario Optimis

Tahun 0			(750,000,000)
Tahun 1	864,000,000	1,323,510,000	(459,510,000)
Tahun 2	2,488,320,000	1,471,370,800	1,016,949,200
Tahun 3	3,504,384,000	2,006,852,800	1,497,531,200
Tahun 4	4,790,016,000	2,625,116,315	2,164,899,685
Tahun 5	6,423,552,000	3,435,727,073	2,987,824,927
		NPV Surplus	6,457,695,012
		Internal Rate of Return (IRR)	76%
		Payback Period	2 tahun 2 bulan

Dari hasil penghitungan sesuai tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa pada skenario optimis, payback period dari investasi terhadap bisnis get|SPG akan didapatkan dalam kurun waktu dua tahun dan dua bulan. Sedangkan IRR yang didapat adalah sebesar 76 persen dari investasi awal.

Skenario Most Likely

Berikut asumsi keadaan industri dari bisnis get|SPG pada skenario Most Likely dan keputusan strategi yang akan diterapkan pada get|SPG tiap tahunnya.

Tahun 1 :

- Fase pembuatan dan pengembangan awal aplikasi akan dilakukan pada 6 bulan awal dari tahun pertama, di mana dalam fase ini tidak akan ada kegiatan bisnis dan operasional bisnis lainnya yang akan dilakukan oleh get|SPG. Artinya, fungsi fungsi dari karyawan secara keseluruhan juga akan dimulai setelah fase ini selesai.
- Ekspektasi penjualan:
 - o Terjadi selama 6 bulan, mulai dari semester kedua
 - o Rata-rata terdapat 15 event per bulan, dengan asumsi:
 - ✓ Rata-rata terdapat 8 SPG per event
 - ✓ Rata-rata setiap event akan berjalan selama 4 hari
 - ✓ Setiap SPG bekerja 2 shift per hari
 - o Tarif yang dikenakan kepada pengguna jasa: rata-rata Rp 500,000 per SPG per shift per event.
 - o Ekspektasi pendapatan kotor dari 15 event per bulan = Rp 1,920,000,000

- Dari pendapatan kotor tersebut, 30% akan diambil get|SPG sebagai management fee.
- Ekspektasi keuntungan kotor get|SPG:

$$\text{Rp } 2,880,000,000 \times 30\% = \text{Rp.}864,000,000$$

Tahun 2

- Brand get|SPG mulai dikenal oleh para pengguna jasa SPG.
- Ekspektasi penjualan meningkat 25% karena:
 - get|SPG sudah beroperasi satu tahun penuh (100% peningkatan dari tahun sebelumnya), dan
 - Target pertumbuhan penjualan sebesar 30% dari total penjualan tahun sebelumnya apabila beroperasi selama setahun penuh (karena pada tahun sebelumnya get|SPG hanya beroperasi setengah tahun, artinya akan ada peningkatan dari semua penjualan yang terjadi pada tahun sebelumnya).
 - Ekspektasi inflasi: 8% dari tahun sebelumnya
- Ekspektasi penjualan:
 - Rata-rata terdapat 19 event per bulan, dengan asumsi
 - ✓ Rata-rata terdapat 8 SPG per event
 - ✓ Rata-rata setiap event akan berjalan selama 4 hari
 - ✓ Setiap SPG bekerja 2 shift per hari
 - Tarif yang dikenakan pengguna jasa adalah Rp 540,000 per SPG per shift per event (d disesuaikan dengan tingkat inflasi)
 - Ekspektasi pendapatan kotor dari 19

event per bulan = Rp.5,391,360,000 pada tahun kedua.

- Management fee yang dikenakan kepada SPG tetap 30%.
- Ekspektasi keuntungan kotor get|SPG: Rp. 7,879,680,000 x 30% = Rp.2,363,904,000
- Program pemasaran yang berjalan:
 - Keikutsertaan pada event: Rp 50.000.000/tahun
 - Direct sales: Rp 3.500.000/bulan; total anggaran = Rp 42.000.000
 - Voucher/kupon diskon sebanyak: Rp 81,000,000 untuk 150 pengguna pertama get|SPG
 - Listing pada search engine: Rp 54,000,000
 - Promosi media offline: Rp 100,000,000 yang akan digunakan untuk promosi pada majalah.

Tahun 3

- Industri MICE di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup signifikan dengan MEA yang mulai efektif berjalan dan kompetitor pasar internasional yang mulai memasuki Indonesia.
- Ekspektasi penjualan meningkat sebanyak 30%.
- Ekspektasi inflasi: 8% dari tahun sebelumnya
- Ekspektasi penjualan:
 - Rata-rata terdapat 24 event per bulan, dengan asumsi
 - ✓ Rata-rata terdapat 8 SPG per event
 - ✓ Rata-rata setiap event akan berjalan selama 4 hari
 - ✓ Setiap SPG bekerja 2 shift per hari
 - Tarif yang dikenakan pengguna jasa adalah Rp 585.000 per SPG per shift per

- event (d disesuaikan dengan tingkat inflasi)
 - Ekspektasi pendapatan kotor dari 24 event per bulan = Rp.10,782,720,000 pada tahun ketiga
 - Management fee yang dikenakan kepada SPG tetap 30%.
 - Ekspektasi keuntungan kotor get|SPG: $Rp.10,782,720,000 \times 30\% = Rp.3,234,816,000$
 - Program pemasaran yang berjalan:
 - Keikutsertaan pada event: Rp 150.000.000/tahun
 - Direct sales: Rp 4.000.000/bulan; total anggaran = Rp 48,000,000
 - Voucher/kupon diskon untuk 200 pengguna pertama get|SPG: Rp 117.000,000 (d disesuaikan dengan peningkatan sales pada tahun kedua)
 - Listing pada search engine: Rp 66,000,000
 - Promosi media offline: Rp 150,000,000 yang akan digunakan untuk promosi pada majalah
- Tahun 4
- Ekspektasi penjualan meningkat sebanyak 25%.
 - Ekspektasi inflasi: 8% dari tahun sebelumnya
 - Ekspektasi penjualan:
 - Rata-rata terdapat 30 event per bulan, dengan asumsi
 - ✓ Rata-rata terdapat 8 SPG per event
 - ✓ Rata-rata setiap event akan berjalan selama 4 hari
 - ✓ Setiap SPG bekerja 2 shift per hari
 - Tarif yang dikenakan pengguna jasa: rata-rata Rp 630.000 per SPG per shift per event (d disesuaikan dengan tingkat inflasi)
 - Ekspektasi pendapatan kotor dari 30 event per bulan = Rp.14,515,200,000 pada tahun keempat
 - Management fee yang dikenakan kepada SPG tetap 30%.
 - Ekspektasi keuntungan kotor get|SPG: Rp.4,354,560,000
- Program pemasaran yang berjalan, di mana akan dilakukan untuk meningkatkan market share get|SPG secara signifikan.
 - Keikutsertaan pada event: Rp 200.000.000/tahun
 - Direct sales: Rp 5.000.000/bulan; total anggaran per tahun = Rp 60,000,000
 - Voucher/kupon diskon untuk 200 pengguna pertama get|SPG: Rp 126.000,000 (d disesuaikan dengan target peningkatan sales pada tahun ini)
 - Listing pada search engine: Rp 80,000,000
 - Promosi media offline: Rp 250,000,000 yang akan digunakan untuk promosi pada majalah, tabloid dan radio.
 - Upgrade terhadap server dilakukan untuk mengantisipasi peningkatan jumlah SPG dan pengguna jasa SPG.
 - Biaya upgrade server dinaikkan menjadi Rp 75,000.000 per tahun. Tahun 5
 - Ekspansi pada tahun keempat mengakibatkan penjualan meningkat 30%.
 - Ekspektasi peningkatan tahun ini sebesar 30% dibandingkan dengan tahun sebelumnya dan get|SPG juga akan merambah ke fitur produk baru.

- get|SPG juga akan mulai ekspansi rencana dalam staffing sebagai keberlangsungan perusahaan kedepannya
- Ekspektasi inflasi: 8% dari tahun sebelumnya
- Ekspektasi penjualan:
 - Rata-rata terdapat 37 event per bulan, dengan asumsi:
 - ✓ Rata-rata terdapat 8 SPG per event
 - ✓ Rata-rata setiap event akan berjalan selama 4 hari
 - ✓ Setiap SPG bekerja 2 shift per hari
 - Tarif yang dikenakan pengguna jasa: rata-rata Rp 680,000 per SPG per shift per event (d disesuaikan dengan tingkat inflasi)
 - Ekspektasi pendapatan kotor: dari 37 event per bulan = Rp.19,322,880,000 per tahun.
 - Management fee yang dikenakan kepada SPG tetap 30%
 - Ekspektasi keuntungan kotor get|SPG: Rp.5,796,864,000
- Program pemasaran yang berjalan dilakukan untuk mempertahankan posisi get|SPG yang sudah ada:
 - Keikutsertaan pada event: Rp 237.500.000/tahun
 - Direct sales: Rp 7.000.000/bulan; total anggaran = Rp 84,000.000
 - Voucher/kupon diskon 200 pengguna pertama get|SPG: Rp 136.000,000 (d disesuaikan juga dengan peningkatan sales pada tahun ketiga)
 - Listing pada search engine: Rp 90,000,000

- Promosi media offline: Rp 325,000,000 yang akan digunakan untuk promosi pada majalah, tabloid, dan radio.

Dari asumsi tersebut di atas, dapat dirumuskan kinerja keuangan dari get|SPG dalam skenario Most Likely dilihat dari proyeksi laporan laba rugi, neraca dan arus kas keuangan get|SPG.

Adapun hasil penghitungan NPV, IRR dan Payback Period investasi bisnis get|SPG pada skenario Most Likely dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Penghitungan NPV, IRR, dan Payback Period Skenario Most Likely

Tahun 0	(750.000.000)		
Tahun 1	864,000,000	1,323,510,000	(459,510,000)
Tahun 2	2,115,072,001	1,391,640,880	723,431,121
Tahun 3	2,695,680,000	1,745,054,640	950,625,360
Tahun 4	3,483,648,000	2,181,241,595	1,302,406,405
Tahun 5	4,700,160,000	2,808,510,433	1,891,649,567
		NPV Surplus	3,658,602,454
		Internal Rate of Return (IRR)	52%
		Payback Period	2 tahun 7 bulan

Tampilan Website Get|Spg Bagi Pengguna Jasa SPG



Gambar 9 Halaman Utama Setelah Pengguna Jasa Melakukan Login

Sumber : Penelitian Mandiri



Gambar 10. Halaman Event
Sumber : Penelitian Mandiri



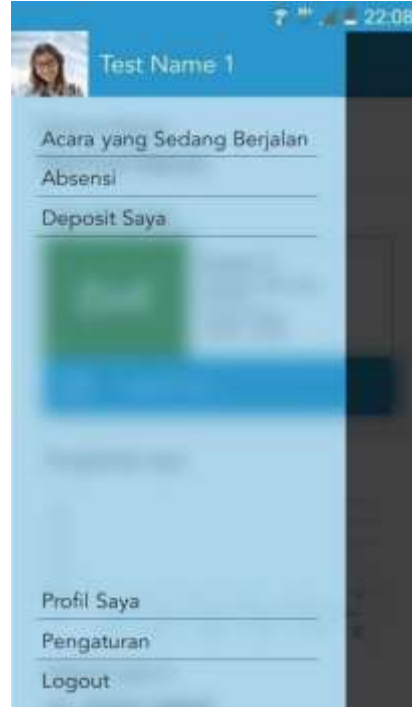
Gambar 11. Halaman Event dengan Menu Event yang Ditampilkan
Sumber : Penelitian Mandiri



Gambar 12. Halaman View SPG
Sumber : Penelitian Mandiri



Gambar 13. Halaman View SPG Menu SPG yang Ditampilkan
Sumber : Penelitian Mandiri



Gambar 14. Menu Utama (Android)
Sumber : Penelitian Mandiri



Gambar 15. Halaman Event (Android)
Sumber : Penelitian Mandiri



Gambar 16. Halaman Utama Setelah SPG Melakukan Login (iOS)
 Sumber : Penelitian Mandiri



Gambar 17. Menu Utama (iOS)
 Sumber : Penelitian Mandiri



Gambar 18. Halaman Event (iOS)
 Sumber : Penelitian Mandiri

KESIMPULAN

Kelayakan Model Bisnis Desirability

Produk yang disediakan get|SPG memenuhi harapan dan kebutuhan pasar. Misalnya, hasil survei menunjukkan bahwa pengguna layanan SPG menginginkan layanan yang cepat dan mudah memenuhi kebutuhan SPG mereka. Di sisi lain, hasil survei juga menunjukkan bahwa SPG juga ingin memiliki fasilitas yang membantu mereka lebih mudah menemukan lowongan SPG serta kepastian pembayaran biaya layanannya.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan metode payback period dan internal rate of return (IRR) untuk setiap situasi komersial dan industri yang kemungkinan besar akan ditemui oleh SPG, maka diperlukan waktu lama untuk memperoleh laba atas investasi dari metode tersebut. investasi awal pada perusahaan dalam jangka waktu 2 (dua) tahun 7 bulan jika terjadi pesimisme Sedangkan waktu tercepatnya adalah 2 (dua) tahun 2 (dua) bulan pada skenario optimis.

Sedangkan perhitungan IRR menunjukkan tingkat pengembalian arus kas 5 tahun lebih besar dari 50 (lima puluh) persen untuk ketiga skenario, dengan tingkat pengembalian terendah sebesar 52 (lima puluh dua) persen pada skenario pesimis, skenario optimis dan margin keuntungan tertinggi sebesar 76 (tujuh puluh enam) persen pada skenario optimis.

Feasibility

Teknologi yang akan digunakan dalam kegiatan usaha get|SPG akan mendukung kegiatan operasional yang dilakukan get|SPG menjadi lebih handal dan maju dibandingkan penyedia layanan SPG lainnya. Penggunaan website dan aplikasi mobile dapat menghubungkan SPG dengan pengguna layanan SPG dan menghilangkan berbagai proses yang memerlukan intervensi dari penyedia layanan SPG, sehingga dapat mempercepat waktu yang dibutuhkan pengguna layanan SPG untuk memenuhi kebutuhannya akan layanan SPG secara keseluruhan.

Di sisi lain, SPG juga akan lebih mudah mencari tawaran pekerjaan di acara-acara dengan mengurangi waktu yang dibutuhkan untuk mencari melalui aplikasi get|SPG.

Dengan layanan get|SPG diharapkan industri MICE dapat tumbuh secara signifikan sejalan dengan value proposition get|SPG yang membantu penyebaran informasi mengenai lowongan kerja, event dan SPG secara cepat.

Keterbatasan Model Bisnis

get|SPG model bisnis saat ini belum memperhitungkan potensi get|SPG untuk berekspansi ke industri serupa. Artinya, aliran pendapatan bisnis get|SPG saat ini bergantung pada SPG yang berpartisipasi dalam get|SPG.

Ruang Pengembangan Selanjutnya

Pengembangan lebih lanjut model bisnis ini dapat menargetkan industri serupa. Misalnya get|SPG dapat membangun bisnis tidak hanya pada SPG saja, namun juga pada elemen pendukung bisnis MICE seperti: memberikan jasa periklanan, spanduk, poster, signage, atau bekerja sama dengan perusahaan ruang pameran dan konvensi serta perusahaan produk lainnya yang membutuhkan jasa. Periklanan sangat efektif. get|SPG dapat mengembangkan produk baru dari layanannya setelah tahun kelima, mengingat setelah lima tahun beroperasi, SPG telah memiliki basis pelanggan yang kuat untuk mendukung pemasaran produk baru.

DAFTAR PUSTAKA

- ASEAN. (2015). *A Blueprint for Growth - ASEAN Economic Community 2015: Progress and Key Achievements*. Jakarta: ASEAN. Retrieved from Association of Southeast Asian Nation: <http://www.asean.org/asean-economic-community/>
- jobsdb.com. (2016, April 04). 17 Retail Sales jobs containing sales promotion girl in All locations jobsDB Indonesia. Retrieved from JobsDB Indonesia: <http://id.jobsdb.com/ID/EN/Search/FindJobs?KeyOpt=COMPLEX&JSRV=1&R&LRSF=1&JobCat=238&SearchFields=Positions,Companies&Key=sales%20promotion%20girl&JSSRC=CSBAS&posFix=1>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Harlow: Pearson Education.

- Lestari, N. A. (2012). Eksploitasi Pada Perempuan Sales Promotion Girl. Semarang: Universitas Negeri Semarang (Unnes).
- Marketing.co.id. (2011, Juni 30). Mari Menggaet Langsung Pembeli! - Portal Lengkap Dunia Marketing. Retrieved from Portal Lengkap Dunia Marketing:
<http://www.marketing.co.id/mari-menggaet-langsung-pembeli/>
- Munawir, S. (2010). Analisa Laporan Keuangan. Yogyakarta: Liberty.
- Prawironegoro, D. (2007). Akuntansi Manajemen. Jakarta.
- Nielsen. (2014, March 19). Meet the New Indonesian Consumer Class of 2020. Diambil kembali dari Nielsen:
<http://www.nielsen.com/id/en/insights/news/2014/meet-the-new-indonesian-consumer-class-of-2020.html>
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Clark, T. (2010). Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. New Jersey: John Wiley & Sons,
- Richter, A. (2007). Swot Analysis. Idea, Methodology and a Practical Approach. Munchen.
- Rouse, M. (2006). Techtarger.com. Retrieved April 11, 2016, from Tech Target:
<http://searchservervirtualization.techtarget.com/definition/platform>
- Thompson, A. A., Peteraf, M. A., Gamble, J., & Strickland, A. J. (2014). Crafting and Executing Strategy: The Quest For Competitive Advantage (19th ed.). New York: McGraw-Hill
- Tribunnews. (2015, Agustus 28). Retrieved from [tribunnews.com](http://www.tribunnews.com):
<http://www.tribunnews.com/otomotif/2015/08/28/lia-triyuniar-ketagihan-jalani-profesi-spg>
- Tribunnews.com. (2013, September 13). Minimal Penghasilan Rp 200 Ribu Per Hari dari Kerja Sebagai SPG. Retrieved from [Tribunnews.com](http://www.tribunnews.com):
<http://www.tribunnews.com/bisnis/2013/09/15/minimal-penghasilan-rp-200-ribu-per-hari-dari-kerja-sebagai-spg>
- World Bank. (2015). Population, total. Diambil kembali dari World Bank:
<http://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL>
- Yulistara, A., & Rema, D. (2013, April 29). Sstt.. Ketahui Bayaran Model untuk Catwalk Hingga Iklan. Retrieved from Wolipop:
<http://wolipop.detik.com/read/2013/04/29/103915/2232711/233/sstt-ketahui-bayaran-model-untuk-catwalk-hingga-ik>