

BUSINESS PLAN
PENJUALAN DAN PEMASARAN ONLINE UNTUK UMKM BERBASIS
MARKETPLACE
“SULUT MART (SMART)”

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Terapan Manajemen (S. Tr. M) Pada Program Studi Manajemen Bisnis

Oleh:

Gilang Bayu Saputra	NIM 21053215
Ryski H.W Ngadiman	NIM 21053225
Josua Rivaldo Mandey	NIM 21053210



POLITEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
TAHUN 2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Disusun Oleh:

Gilang Bayu Saputra

NIM. 21053215

Ryski H.W Ngadiman

NIM. 21053225

Josua Rivaldo Mandey

NIM. 21053210

Manado, September 2025

Disetujui,

Dosen Pembimbing 1



Juliet P.T. Makinggung, SE.,M.Si

NIP. 197307222002122001

Dosen Pembimbing 2



Melky K.E. Paendong, SE.,MBA

NIP. 198505032019031000

Ketua Panitia Proposal



Juliet P.T. Makinggung, SE.,M.Si

NIP. 197307222002122001



LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN
PENJUALAN DAN PEMASARAN ONLINE BERBASIS DIGITALISASI
“SULUT MART (SMART)”

Oleh:

Gilang Bayu Saputra NIM 21053215
Ryski H.W Ngadiman NIM 21053225
Josua Rivaldo Mandey NIM 21053210

Telah Dipertimbangkan Di Depan Dewan Pembahas Dan Dinyatakan Sebagai Salah
Satu Persyaratan Melaksanakan Penelitian Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Terapan Manajemen (S.Tr.M)

Pada Tanggal, September 2025

Ketua/Pembahas 1



Juliet P.T. Makinggung, SE., M.Si

NIP. 197307222002122001

Pembimbing 2



Melky K.E. Paendong, SE., MBA

NIP. 198505032019031000

Pembahas 2



Drs. Laurens Ponggohong, M.Si

NIP. 196102081988111001

Pembahas 3



Jemmry Recy Winokan, SE., M.Si

NIP. 197001092002121001

Mengetahui

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis



Diana Roweina S. Maramis, SE, M.Si

NIP. 19720915200212201

 POLITEKNIK NEGERI MANADO 					
FORMULIR	FM-203 ed.A rev.0	ISSUE: A	Issued: 26-02-2020	UPDATE: 0	Updated: 00-00-0000

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN BISNIS PLAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Gilang Bayu Saputra
 NIM : 21053215
 Jurusan : Administrasi Bisnis
 Program Studi : DIV Manajemen Bisnis
 Judul Bisnis Plan : Penjualan Dan Pemasaran Online Untuk UMKM Berbasis Market Place SULUT MART (SMART)

Dengan ini menyatakan bahwa tulisan karya ilmiah berupa Bisnis Plan ini adalah asli karya penulis, tidak ada karya/ data orang lain yang telah dipublikasikan, dan bukan karya orang lain dalam rangka mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi, selain yang diacu dalam kutipan dan/ atau dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, jika dikemudian hari terbukti karya ini merupakan karya orang lain baik yang di publikasikan maupun dalam rangka memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi, saya bersedia ditindak sesuai peraturan perundang- undangan yang berlaku, dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Manado, September 2025

Yang membuat pernyataan,



Gilang Bayu Saputra
 NIM. 21053215

FM-203 ed.A rev.0

 POLITEKNIK NEGERI MANADO 					
FORMULIR	FM-203 ed.A rev.0	ISSUE: A	Issued: 26-02-2020	UPDATE: 0	Updated: 00-00-0000

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN BISNIS PLAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ryski Humbert Williams Ngadiman
 NIM : 21053225
 Jurusan : Administrasi Bisnis
 Program Studi : DIV Manajemen Bisnis
 Judul Bisnis Plan : Penjualan Dan Pemasaran Online Untuk UMKM Berbasis Market Place SULUT MART (SMART)

Dengan ini menyatakan bahwa tulisan karya ilmiah berupa Bisnis Plan ini adalah asli karya penulis, tidak ada karya/ data orang lain yang telah dipublikasikan, dan bukan karya orang lain dalam rangka mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi, selain yang diacu dalam kutipan dan/ atau dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, jika dikemudian hari terbukti karya ini merupakan karya orang lain baik yang di publikasikan maupun dalam rangka memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi, saya bersedia ditindak sesuai peraturan perundang- undangan yang berlaku, dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Manado, September 2025

Yang membuat pernyataan,



Ryski Humbert Williams Ngadiman
 NIM. 21053225

 POLITEKNIK NEGERI MANADO 					
FORMULIR	FM-203 ed.A rev.0	ISSUE: A	Issued: 26-02-2020	UPDATE: 0	Updated: 00-00-0000

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN BISNIS PLAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Josua Rivaldo Mandey
 NIM : 21053210
 Jurusan : Administrasi Bisnis
 Program Studi : DIV Manajemen Bisnis
 Judul Bisnis Plan : Penjualan Dan Pemasaran Online Untuk UMKM Berbasis Market Place SULUT MART (SMART)

Dengan ini menyatakan bahwa tulisan karya ilmiah berupa Bisnis Plan ini adalah asli karya penulis, tidak ada karya/ data orang lain yang telah dipublikasikan, dan bukan karya orang lain dalam rangka mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi, selain yang diacu dalam kutipan dan/ atau dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, jika dikemudian hari terbukti karya ini merupakan karya orang lain baik yang di publikasikan maupun dalam rangka memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi, saya bersedia ditindak sesuai peraturan perundang- undangan yang berlaku, dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Manado, September 2025

Yang membuat pernyataan,



Josua Rivaldo Mandey
 NIM. 21053210

FM-203 ed.A rev.0

BIOGRAFI

Nama Lengkap : Gilang Bayu Saputra
Jenis Kelamin : Laki-Laki
NIM : 21053215
Tempat, tanggal lahir : Manado, 21 Januari 2004
Alamat : Jl. Politeknik Permai, Lingkungan VII
Orang Tua
Nama Ayah : Suwito
Nama Ibu : Selvi Riangkamang
Alamat : Jl. Politeknik Permai, Lingkungan VII



Manado, September 2025

Mahasiswa



Gilang Bayu Saputra

NIM. 21053215

BIOGRAFI

Nama Lengkap : Josua Rivaldo Mandey
Jenis Kelamin : Laki-Laki
NIM : 21053210
Tempat, tanggal lahir : Tumaluntung, 6 Juli 2003
Alamat : Tumaluntung , Jaga 5
Orang Tua
Nama Ayah : Yopi Marten Mandey
Nama Ibu : Masye Tosye Tampi
Alamat : Tumaluntung , Jaga 5



Manado, September 2025
Mahasiswa



Josua Rivaldo Mandey
NIM. 21053210

BIOGRAFI

Nama Lengkap : Ryski Humbert Williams Ngadiman

Jenis Kelamin : Laki-Laki

NIM : 21053225

Tempat, tanggal lahir : Manado, 20 Agustus 2002

Alamat : Sario, Lingkungan III

Orang Tua

Nama Ayah : Indra Christian Soesilo Ngadiman

Nama Ibu : Syanne Noscanty Sindua

Alamat : Sario, Lingkungan III



Manado, September 2025

Mahasiswa



Ryski H.W. Ngadiman

NIM. 21053215

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami sebagai penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga kami penulis dapat menyelesaikan pembuatan *Business Plan* ini dengan baik dan tepat waktu.

Dengan semangat yang tinggi, penulis mempersembahkan produk *Marketplace* SULUT MART, sebuah *website Marketplace* untuk membantu penjualan dan pemasaran sektor UMKM yang ada disekitaran Kecamatan Mapanget. *Business Plan* ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat yang harus ditempuh oleh Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi D-IV Manajemen Bisnis di Politeknik Negeri Manado untuk mendapatkan gelar Sarjana Terapan Manajemen (S.Tr.M). selain itu, *Business Plan* ini juga mendeskripsikan tentang rencana kegiatan usaha dari SULUT MART yang akan dibuat. Penulis mengakui bahwa dalam kami penyusunan *Business Plan* ini banyak yang sangat membantu kami sebagai penulis, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dra. Maryke Alelo, MBA Selaku Direktur Politeknik Negeri Manado.
2. Diana R. S Maramis, SE,M.Si, Selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis
3. Arifmanuel Kolondam, SE.,MM Selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis.
4. Precylia Ribka Rambing, SE.,MM, Selaku Koordinator Program Studi Manajemen Bisnis.
5. Juliet P. T. Makinggung, SE.,M.Si Selaku Ketua Panitia Ujian Tugas Akhir sekaligus dan skripsi sebagai dosen pembimbing.
6. Vekky Supit, SE.,M.Si Selaku Sekretaris Panitia tugas akhir dan skripsi.
7. Melky K.E. Paendong, SE.,MBA Selaku Dosen Pembimbing 2 yang sudah membimbing kami penulis.
8. Orang Tua dan keluarga , serta teman-teman dekat yang selalu memberikan dukungan motivasi, dan materi kepada penulis.

Susunan *Business Plan* ini telah dibuat dengan sebaik-baiknya. Namun, penulis menyadari bahwa penulis hanyalah manusia biasa yang tidak luput dari dosa dan salah. Oleh karena itu, dengan kesadaran yang tinggi kami sebagai penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang dapat memberikan pengarahannya yang benar untuk penyempurnaan usaha ini dimasa yang akan datang serta dalam penulisan *Business Plan* ini.

Manado, September 2025

Penulis

DAFTAR ISI

BUSINESS PLAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
RINGKASAN EKSEKUTIF	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Prospek Pasar	2
1.3 Manfaat Sosial.....	3
1.4 Visi, Misi dan Tujuan.....	3
1.5 Logo dan Makna Logo	5
BAB II PASAR DAN PEMASARAN.....	6
2.1 Gambaran Umum Pasar Sasaran.....	6
2.1.1 Segmen Pasar (<i>Market Segmentation</i>)	6
2.1.2 Jenis Produk Yang Dipasarkan	7
2.1.3 Wilayah Pemasaran.....	7
2.2 Permintaan.....	7
2.2.1 Jumlah Permintaan Terhadap Produk	8

2.2.2 Proyeksi Permintaan.....	9
2.3 Penawaran	9
2.4 Pangsa Pasar.....	10
2.5 Rencana Strategi Pemasaran	11
2.5.1 Strategi Pemasaran Pesaing.....	11
2.5.2 Rencana dan Strategi Pemasaran	13
BAB III PRODUKSI DAN OPERASI	16
3.1 Produk dan Proses Produksi.....	16
3.1.1 Produk: Ciri-ciri Produk, Kegunaan Utama Produk	16
3.1.2 Proses Produksi	17
3.2 Rencana Produksi.....	21
3.3 Rencana Kebutuhan Tenaga Kerja Langsung	22
3.4 Kebutuhan Mesin dan Peralatan.....	23
3.5 Tempat Operasional Usaha	24
3.6 Kebutuhan Utilitas/Sarana Lainnya	24
3.7 Rencana Biaya Usaha.....	26
BAB IV ORGANISASI DAN MANAJEMEN	27
4.1 Bentuk Kepemilikan.....	27
4.2 Analisis SWOT	28
4.3 Organisasi dan Tata Kerja.....	31
4.4 Deskripsi Pekerjaan.....	31
4.5 Kebutuhan Tenaga Kerja Tidak Langsung	33
4.6 Jenis-jenis Perizinan.....	33

4.7 Kegiatan Pra Operasional dan Jadwal Kegiatan	34
4.8 Kebutuhan Investasi Kantor	35
4.9 Rencana Biaya Umum.....	36
4.9.1 Biaya Produksi	36
4.9.2 Total Biaya Umum.....	37
BAB V KEUANGAN	38
5.1 Laporan Keuangan	38
5.1.1 Biaya Memulai Usaha.....	38
5.1.2 Proyeksi Laporan Laba Rugi.....	41
5.1.3 Proyeksi Analisa Arus Kas.....	42
5.1.4 Neraca	44
BAB VI	45
6.1 Analisa Kelayakan Usaha (NPV, IRR, PP).....	45
6.1.1 NPV	45
6.1.2 IRR (<i>Internal Rate of Return</i>)	46
6.1.3 Payback Period.....	47
6.1.4 Profitability Index	47
6.2 Estimasi BEP.....	48
6.2.1 BEP	49
6.2.2 BEP/Unit	49
6.3 Analisa Keuangan	49
6.3.1 Rasio Profitabilitas.....	50
6.3.2 Rasio Likuiditas	56

6.3.3 Rasio Aktivitas	57
BAB VII	58
7.1 Kesimpulan	58
DAFTAR PUSTAKA	59
DAFTAR LAMPIRAN	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Jumlah UMKM	8
Tabel 2. 2 Jumlah Kebutuhan.....	8
Tabel 2. 3 Proyeksi Permintaan	9
Tabel 2. 4 Jumlah Kompetitor.....	10
Tabel 2. 5 Pangsa Pasar.....	10
Tabel 2. 6 Biaya Penjualan.....	14
Tabel 2. 7 Budget Penjualan PerUMKM	15
Tabel 2. 8 Budget Penjualan Pertahun	15
Tabel 3. 1 Rencana Produksi.....	22
Tabel 3. 2 Rencana Kebutuhan Tenaga Kerja Langsung.....	22
Tabel 3. 3 Kebutuhan Mesin dan Peralatan	23
Tabel 3. 4 Rencana Biaya Usaha.....	26
Tabel 4. 1 Bentuk Kepemilikan	27
Tabel 4. 2 Spesifikasi Produk.....	28
Tabel 4. 3 Analisis SWOT	29
Tabel 4. 4 Kebutuhan Tenaga Kerja Tidak Langsung	33
Tabel 4. 5 Kebutuhan Investasi Kantor.....	36
Tabel 4. 6 Biaya Produksi	36
Tabel 4. 7 Total Biaya Umum.....	37
Tabel 5. 1 Mesin dan Peralatan.....	38
Tabel 5. 2 Perlengkapan kantor.....	39
Tabel 5. 3 Penyusutan	39
Tabel 5. 4 Analisis biaya tetap	40
Tabel 5. 5 Biaya bahan baku	41
Tabel 5. 6 Sumber pendanaan	41
Tabel 5. 7 Proyeksi laba rugi.....	42
Tabel 5. 8 Analisis arus kas.....	43

Tabel 5. 9 Neraca	44
Tabel 6. 1 NPV.....	46
Tabel 6. 2 IRR.....	46
Tabel 6. 3 Profitability Index	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Marketplace Sulut Mart	5
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Sulut Mart	31
Gambar 1 Lampiran BMC	61
Gambar 2 CV Penulis 1.....	62
Gambar 3 CV Pennulis 2.....	63
Gambar 4 CV Penulis 3.....	64
Gambar 5 NIB SULUT MART.....	65

RINGKASAN EKSEKUTIF

Marketplace SULUT MART (SMART) adalah sebuah platform digital berbentuk *website* yang bertujuan untuk membantu pelaku UMKM di Kota Manado, khususnya di sekitar Politeknik Negeri Manado, dalam meningkatkan penjualan dan pemasaran produk mereka secara *online*. Latar belakang dari pendirian platform ini adalah kurang optimalnya pemanfaatan teknologi oleh pelaku UMKM di Sulawesi Utara. Tujuan Usaha platform SULUT MART adalah Memberikan wadah digital bagi UMKM untuk memasarkan produk, Mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui transformasi digital serta Membangun ekosistem bisnis UMKM yang berkelanjutan dan kompetitif.

Marketplace SULUT MART memiliki produk dan layanan platform digital/*website* yang menyediakan fitur pemasaran, penjualan, katalog produk, dan akun pengguna, layanan yang mempermudah UMKM menjangkau konsumen melalui metode digital yang praktis dan murah.

Pasar Sasaran UMKM di wilayah Kecamatan Mapanget, Kota Manado dengan konsumen yang aktif menggunakan internet. Strategi Pemasaran yang digunakan adalah promosi melalui media sosial, kolaborasi dengan influencer dan penawaran promosi gratis di bulan pertama bagi UMKM.

Struktur Organisasi dari platform SULUT MART sebagai berikut, CEO: Gilang Bayu Saputra, Manajer Keuangan: Ryski H.W Ngadiman, Manajer Pemasaran: Josua Rivaldo Mandey.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM di Kota Manado memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. Banyak masyarakat menggantungkan mata pencaharian pada sektor perdagangan, kuliner, kerajinan, dan jasa yang dijalankan dalam skala UMKM dan Terus berkembang setiap tahunnya serta menjadi salah satu penopang utama dalam penciptaan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Meskipun memiliki potensi besar, UMKM di Manado masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal pemasaran produk. Sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan metode penjualan tradisional yang terbatas jangkauan pasarnya. Padahal, perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin terbiasa berbelanja secara *online* membuka peluang besar bagi UMKM untuk mengembangkan usahanya melalui *Platform* digital.

Sayangnya, pemanfaatan *Marketplace* di kalangan UMKM Manado masih tergolong rendah. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan literasi digital, kurangnya kemampuan dalam pengelolaan toko *online*, serta minimnya fasilitas pendukung yang sesuai dengan kebutuhan UMKM lokal. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah *Business Plan Marketplace* khusus untuk UMKM di Manado yang mampu menjadi wadah pemasaran digital sekaligus memberikan pendampingan dalam pengelolaan usaha.

Dengan adanya *Marketplace* yang fokus pada pemberdayaan UMKM Kecamatan Mapanget, diharapkan produk lokal dapat lebih dikenal, jangkauan pasar menjadi lebih luas hingga ke tingkat nasional bahkan internasional, serta mampu meningkatkan daya saing pelaku usaha kecil di era digital. Selain itu, *Marketplace* ini juga berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan memperkuat identitas produk unggulan lokal dari Kecamatan Mapanget.

1.2 Prospek Pasar

Pertumbuhan UMKM di Kota Manado yang terus meningkat setiap tahunnya menunjukkan adanya potensi pasar yang besar untuk dikembangkan melalui *Platform* digital. Dengan jumlah pelaku UMKM yang semakin banyak, kebutuhan terhadap sarana pemasaran modern juga semakin tinggi. Hal ini diperkuat oleh perubahan perilaku konsumen yang kini lebih terbiasa berbelanja secara *online* melalui *Marketplace*, baik untuk kebutuhan sehari-hari maupun untuk mencari produk unik dan khas daerah.

Di Sulawesi Utara, khususnya Manado, tren penggunaan internet dan *smartphone* semakin meningkat, sehingga masyarakat memiliki akses yang lebih mudah terhadap layanan *e-commerce*. Kondisi ini menjadi peluang besar bagi *marketplace* lokal untuk hadir sebagai wadah pemasaran produk UMKM yang lebih efektif dan efisien. Selain itu, beberapa produk UMKM khas Manado seperti kuliner (ikan roa, sambal dabu-dabu, klapertart), kerajinan tangan, serta *fashion* berbasis budaya lokal memiliki daya tarik yang unik di mata konsumen nasional maupun internasional.

Dengan dukungan pemerintah daerah dalam digitalisasi UMKM serta meningkatnya kesadaran masyarakat untuk mendukung produk lokal, prospek pasar *Marketplace* UMKM Manado sangat menjanjikan. Potensi ini dapat dimanfaatkan untuk menciptakan ekosistem digital yang *inklusif*, yang tidak hanya menguntungkan pelaku usaha, tetapi juga memperkuat daya saing ekonomi daerah di era digital.

1.3 Manfaat Sosial

Manfaat sosial yang akan diberikan berupa manfaat ekonomi di mana dari SULUT MART dapat meningkatkan eksistensi dan pendapatan bagi para pelaku UMKM yang ada di Kecamatan Mapanget dengan menjual produk mereka lewat SULUT MART kami, dan dapat memajukan pendapatan ekonomi bagi para pelaku UMKM, serta bisa membantu para pelaku UMKM lebih mengenal tentang digitalisasi dan penggunaan teknologi di dalam melakukan kegiatan berusaha, juga bisa membantu para pelaku UMKM untuk mengurangi biaya operasional dalam melakukan pemasaran produk karena biaya yang kami tawarkan sangat terjangkau untuk para pelaku UMKM.

1.4 Visi, Misi dan Tujuan

1. Visi

Mewujudkan *Platform Marketplace* digital yang dapat menjadi wadah utama pengembangan dan pemasaran produk UMKM Kecamatan Mapanget, sehingga mampu bersaing di era global dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah.

2. Misi

- Menyediakan *Platform Marketplace* yang mudah diakses, aman, dan terpercaya untuk pelaku UMKM dan konsumen.

- Mendukung pengembangan kapasitas UMKM melalui pelatihan, pendampingan, dan edukasi digital.
- Mengangkat potensi serta keunikan produk lokal Manado agar memiliki nilai jual yang lebih tinggi.
- Mendorong terciptanya lapangan kerja baru melalui peningkatan aktivitas ekonomi berbasis digital di Kecamatan Mapanget, Kota Manado.

3. Tujuan

- Membantu UMKM di Manado dalam memanfaatkan *Marketplace* digital sebagai sarana pemasaran produk secara lebih luas dan efisien.
- Menyediakan *Marketplace* yang ramah pengguna dan sesuai dengan kebutuhan UMKM lokal.
- Memberikan pendampingan serta edukasi kepada pelaku UMKM dalam hal literasi digital, pengelolaan toko *online*, dan strategi pemasaran.
- Meningkatkan daya saing produk UMKM Manado agar mampu bersaing di tingkat nasional.
- Mendukung pertumbuhan ekonomi daerah melalui penguatan ekosistem bisnis berbasis digital.

1.5 Logo dan Makna Logo



Gambar 1. 1 Logo Marketplace Sulut Mart

Sumber: Marketplace Sulut Mart 2025

Brand atau Logo merupakan sebuah lambang yang secara tidak langsung menggambarkan dan mencerminkan tentang usaha yang dimiliki dan sekaligus sebagai bentuk harapan terhadap usaha yang di jalani lewat makna yang terkandung di dalamnya.

Platform Marketplace Sulut Mart memiliki Logo yang menjadi *icon* dan di dalamnya mempunyai makna/arti filosofi. Makna Filosofi logo SMART: Filosofi dari logo yang kami buat adalah menggambarkan tentang keberanian dan kesucian serta arti nama yang kami buat adalah gambaran dari tujuan kami yaitu ingin mewujudkan UMKM cerdas dan berkualitas serta sejahtera.

BAB II

PASAR DAN PEMASARAN

2.1 Gambaran Umum Pasar Sasaran

Targeting atau penentuan target pasar adalah pemilihan satu atau beberapa segmen pasar yang akan menjadi fokus kegiatan-kegiatan pemasaran. Pemilihan pasar sasaran ini juga akan menentukan bagaimana mengalokasikan sumber daya perusahaan untuk diarahkan pada program pemasaran (Haque-Fawzi 2022, hlm. 188). Pasar sasaran untuk *Platform Marketplace* sendiri merupakan kelompok konsumen atau pelaku bisnis yang menjadi target utama dalam memanfaatkan layanan *Marketplace*. Berikut adalah gambaran umum yang dapat dijelaskan:

2.1.1 Segmen Pasar (*Market Segmentation*)

Marketplace SULUT MART memiliki beberapa segmen pasar yaitu antara lain:

1. Segmentasi Geografis
 - Kecamatan Mapanget, Kota Manado → fokus utama, karena *marketplace* ini berbasis lokal.
 - Kabupaten/Kota sekitar di Sulawesi Utara → Bitung, Tomohon, Minahasa, dan sekitarnya yang juga punya potensi produk khas untuk dipasarkan di *Platform*.
2. Segmentasi Demografis
 - UMKM kuliner → makanan khas Manado (ikan roa, sambal dabu-dabu, klapertaart, tinutuan, abon cakalang, dll.).

- UMKM kerajinan → kerajinan tangan, souvenir, anyaman, ukiran, dan produk berbasis budaya lokal.
- UMKM jasa kreatif → fotografi, desain, produk digital kreatif.
- UMKM toko kelontong, dan kebutuhan rumah tangga.

3. Segmentasi Psikografis

- Pelaku usaha tradisional → yang selama ini hanya berjualan secara *offline* (pasar, toko kecil), namun butuh wadah digital.
- Pelaku usaha modern → UMKM yang sudah pernah menggunakan *marketplace* besar (Shopee, Tokopedia, dll.), tapi ingin *Platform* khusus lokal dengan biaya lebih terjangkau dan dukungan lebih personal.

2.1.2 Jenis Produk Yang Dipasarkan

Jenis Produk yang dipasarkan adalah jasa *Marketplace* untuk memudahkan penjualan dan pemasaran para pelaku UMKM dalam bentuk digital.

2.1.3 Wilayah Pemasaran

Wilayah pemasaran *Platform Marketplace* SULUT MART mencakup area Kecamatan Mapanget yang dapat dijangkau secara digital. Dan hasil dari observasi tersebut memperoleh data atau hasil pelanggan yang potensial yaitu 312 UMKM.

2.2 Permintaan

Permintaan adalah banyaknya kebutuhan barang atau jasa yang diperlukan atau dibeli oleh konsumen dalam periode waktu tertentu. Dalam *Marketplace* permintaan

adalah jumlah kuota server yang dibutuhkan oleh konsumen untuk mendistribusikan produk.

2.2.1 Jumlah Permintaan Terhadap Produk

1. Sasaran Pembeli

Sasaran pengguna di wilayah Kecamatan Mapanget yang terlebih khususnya adalah UMKM.

2. Jumlah Konsumen

Berdasarkan hasil observasi di wilayah Kecamatan Mapanget terdapat sekitar 312 UMKM yang berjalan.

Tabel 2. 1 Jumlah UMKM

Wilayah	Jumlah UMKM
Kec. Mapanget	312

Sumber: Hasil Observasi jumlah UMKM Kecamatan Mapanget tahun 2025

3. Jumlah Kebutuhan

Dengan jumlah 312 UMKM yang ada di Kecamatan Mapanget, dari hasil tersebut diperkirakan ada 80% dari jumlah UMKM yaitu 250 UMKM yang akan menjadi pengguna *Marketplace* SULUT MART.

Tabel 2. 2 Jumlah Kebutuhan

Wilayah	Jumlah UMKM	Target Kebutuhan
Kec. Mapanget	312	250

Sumber: Olahan data penulis tahun 2025

2.2.2 Proyeksi Permintaan

Berdasarkan hasil jumlah kebutuhan per tahun, Kenaikan proyeksi permintaan sebesar 10% per tahun, SULUT MART memilih 10% sebagai angka terbaik dalam proyeksi permintaan setiap tahunnya, selanjutnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. 3 Proyeksi Permintaan

Tahun	2025	2026	2027
Target Permintaan	250	263	276

Sumber: Olahan data penulis tahun 2025

2.3 Penawaran

Menurut Sadono Sukirno (2002: 86-89) mengatakan bahwa ” Penawaran adalah jumlah produk yang dihasilkan dan dipasarkan oleh produsen pada suatu periode tertentu dengan berbagai tingkat harga, dimana penawaran didapatkan dari hubungan antara kuantitas produk dan harga produk itu sendiri. Berapa jumlah barang yang ditawarkan atau mau dijual dipengaruhi oleh harga barang dan kualitas yang ada.

1. Jumlah produk pesaing
 - *Marketplace Facebook*
 - Grabfood
 - Gofood
 - Shopeefood

Tabel 2. 4 Jumlah Kompetitor

Nama Kompetitor	Proyeksi Tahun
Marketplace Facebook	80
Grabfood	23
Shopeefood	20
Gofood	24
Total	147

Sumber: Aplikasi Facebook, Grab, Shopee dan Gojek 2025

2.4 Pangsa Pasar

Berdasarkan kemampuan usaha jumlah yang di targetkan sebanyak pelaku UMKM tahun terdiri dari 250 UMKM untuk Kec. Mapanget perbulan. Pada tabel di atas target permintaan tahun 2025 sebesar 250 UMKM ditambahkan dengan 10% Proyeksi permintaan sehingga mengalami kenaikan tahun 2026 sebanyak 263 UMKM, 2027 sebanyak 276 UMKM. Rencana penjualan dengan pangsa pasar dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. 5 Pangsa Pasar

Tahun	Target Permintaan	Penawaran	Peluang Pasar	Rencana Penjualan	Market Share
2025	250	147	103	93	37%
2026	263	154	108	87	39%
2027	276	162	114	102	41%

Sumber: Olahan data penulis tahun 2025

2.5 Rencana Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran memiliki cakupan ruang yang luas pada bagian pemasaran di antaranya adalah rencana untuk menghadapi kompetitor atau pesaing, baik dalam segi harga, produk, pelayanan dan sebagainya. Perusahaan perlu mengenali keunggulan dan kekurangan perusahaan dalam melakukan persaingan. Menurut (Exel Tampi, Hendra N. Tawas, dan Jane Poluan 2023) strategi pemasaran merupakan upaya mencari posisi pemasaran yang menguntungkan dalam suatu industri atau karena fundamental persaingan berlangsung.

2.5.1 Strategi Pemasaran Pesaing

Berikut ini adalah Strategi Pemasaran Pesaing yang di miliki dan di terapkan.

1. Facebook *Marketplace* (kategori makanan/FnB)

- *User to User (C2C)*, memfasilitasi UMKM, pedagang kecil, dan individu untuk menjual produk makanan langsung ke konsumen.
- *Hyperlocal* targeting, produk ditampilkan berdasarkan lokasi terdekat sehingga cocok untuk makanan rumahan & catering.
- Integrasi dengan Facebook Ads, penjual bisa meningkatkan jangkauan lewat iklan berbayar yang sangat tertarget.
- Trust melalui profil, pembeli bisa melihat profil penjual, review, dan aktivitas sosial untuk menambah kepercayaan.

2. GrabFood

- *Branding & iklan* masif, promosi besar di media sosial, aplikasi, hingga *billboard*.
- Diskon & free ongkir, voucher rutin untuk tarik pengguna baru & tingkatkan transaksi.
- GrabRewards, loyalitas dengan poin yang bisa ditukar diskon.
- *Exclusive merchant partnership*, kerjasama dengan brand ternama
- *Localized campaign*, promo makanan khas tiap kota.
- Integrasi ekosistem Grab, pengguna transportasi & GrabPay diarahkan juga ke GrabFood.

3. GoFood

- *Market leader positioning*, menekankan diri sebagai pelopor food delivery di Indonesia.
- Promo besar & *bundling*, potongan harga, cashback GoPay, hingga paket hemat.
- Mendukung UMKM, banyak merchant lokal kecil bisa masuk tanpa biaya besar.
- GoPay *integration*, pembayaran mudah dengan e-wallet internal + promo cashback.
- Brand lokal & storytelling, iklan dan kampanye kreatif yang dekat dengan budaya Indonesia.

- Ekosistem Gojek, menghubungkan layanan lain (GoRide, GoCar, GoSend) untuk memperkuat loyalitas.

4. ShopeeFood

- Strategi agresif (*new player*), gencar kasih promo “Gratis Ongkir & Diskon gila-gilaan”.
- Festival belanja makanan (9.9, 11.11, 12.12), mengikuti pola Shopee Mall, tapi khusus makanan.
- Influencer & KOL marketing, banyak selebgram, TikToker, dan YouTuber dipakai untuk promo.
- Integrasi Shopee app, pengguna e-commerce diarahkan untuk juga pakai ShopeeFood.
- Gamifikasi, voucher harian, kupon cashback, dan misi belanja untuk membuat pengguna kembali setiap hari.

2.5.2 Rencana dan Strategi Pemasaran

1. Produk

Marketplace SULUT MART adalah *Platform digital* yang akan membantu para pelaku UMKM agar dapat meningkatkan pendapatan dan mempromosikan produk mereka secara *online* agar memudahkan para pelaku UMKM mendapatkan konsumen yang akan membeli produk mereka.

2. Harga

Harga yang di tawarkan ketika ingin berjualan di *Marketplace* kami adalah sebesar Rp.2.500 untuk biaya per produk. Harga ini diambil dan dihitung berdasarkan pasaran yang ada agar dapat bersaing dengan *Marketplace* lainnya.

3. Promosi

Strategi promosi yang akan SULUT MART lakukan adalah dengan melakukan hal-hal sebagai berikut:

- Promosi melalui media sosial seperti Facebook dengan cara memposting dan share tautan kepada para pengguna Facebook.
- Promosi gratis produk UMKM 1 bulan pertama

4. Distribusi

Proses distribusi *Platform Marketplace* SULUT MART akan berawal dari *Developer* lalu akan di unggah ke *Google Chrome* dan akan sampai ke tangan pengguna yang ditargetkan yaitu para pelaku UMKM dan masyarakat Kota Manado terutama pada Kecamatan Mapanget.

5. Biaya Penjualan

Biaya penjualan adalah biaya yang di dikeluarkan dalam pelaksanaan kegiatan operasional penjualan. Berikut adalah tabel biaya penjualan dari *Platform Marketplace* SULUT MART yang sudah dihitung sesuai dengan kebutuhan yang ada:

Tabel 2. 6 Biaya Penjualan

Keterangan	Biaya Perbulan	Biaya Pertahun
Kuota Unlimited Smartfren	Rp.94.000	Rp.1.128.000
Hosting	Rp.24.900	Rp.298.800
Total	Rp.118.900	Rp.1.426.800

Sumber: Olahan data penulis tahun 2025

6. Budget Penjualan

Budget penjualan merupakan biaya yang menunjukkan

Tabel 2. 7 Budget Penjualan PerUMKM

Jenis	1 UMKM	Rata-rata Kategori	Produk Perkategori	Total Produk	Harga	Jumlah
Hari	1	2	4	8	Rp.2.500	Rp.20.000
Bulan	20	2	4	8	Rp.2.500	Rp.400.000
Tahun	240	2	4	8	Rp.2.500	Rp.4.800.000

Sumber: Olahan data tahun 2025

Pada tabel di atas menunjukkan pendapatan untuk 1 UMKM, satu hari mendapatkan Rp.20.000, satu bulan mendapatkan Rp.400.000 dan satu tahun mendapatkan Rp.4.800.000. Selanjutnya untuk pendapatan dari rencana penjualan yaitu 82 UMKM dan meningkat 10% setiap tahun adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 8 Budget Penjualan Pertahun

Tahun	Jumlah UMKM	Jumlah Produk	Harga	Pendapatan Per Tahun
2025	93	742	Rp2.500	Rp444.960.000
2026	97	816	Rp2.500	Rp489.456.000
2027	102	897	Rp2.500	Rp538.401.600

Sumber: Olahan data penjual tahun 2025

BAB III

PRODUKSI DAN OPERASIONAL

3.1 Produk dan Proses Produksi

Produk adalah hasil yang diberikan oleh suatu proses produksi sebuah usaha yang dapat berbentuk berupa barang serta jasa yang siap di pasarkan. Proses Produksi merupakan tahapan atau kegiatan mengubah bahan baku menjadi sebuah produk yang siap dipasarkan kepada konsumen.

3.1.1 Produk: Ciri-ciri Produk, Kegunaan Utama Produk

- Ciri-ciri Produk

Produk ini hadir dalam bentuk digital atau lebih tepatnya *Website Marketplace*, yang di dalamnya berisi tentang pemasaran, penjualan dan pembelian, daftar produk usaha atau jasa dan akun pengguna.

- Pemasaran: Bertujuan untuk mempromosikan atau memperkenalkan produk yang akan di jual oleh konsumen, penempatan dari pemasaran ini di tempatkan di halaman utama dari *Platform Marketplace SULUT MART*.
- Penjualan dan pembelian: Bagian ini adalah tempat para konsumen menjual barang atau jasa atau membeli.
- Daftar produk: tempat produk di pajangkan dengan berbagai jenis usaha atau jasa.
- Akun pengguna: identitas dari pengguna aplikasi.
- Kegunaan Utama Produk

Kegunaan utama dari *Platform Marketplace* SULUT MART ini sebagai pembantu bagi UMKM dalam menjual produk mereka mulai dari pemasaran hingga penjualan berbasis *online*.

3.1.2 Proses Produksi

Di dalam membuat sebuah *Marketplace* ada tahapan-tahapan atau proses yang harus dilakukan, berikut adalah tahapan-tahapan atau proses didalam membuat sebuah *Marketplace*.

A. Proses Pembuatan Marketplace

1. Perencanaan

- Di dalam membangun sebuah *Platform Marketplace* dibutuhkan tahap perencanaan, dimana perencanaan berguna untuk dapat menentukan konsep dan tujuan agar dapat mengetahui arah yang akan dituju oleh *Platform Marketplace* yang akan dibuat.
- Dalam proses perencanaan waktu yang di butuhkan adalah 3 hari kerja.

2. Desain

- Dalam membangun sebuah *Platform Marketplace* diperlukakn tahapan desain untuk menggambarkan bentuk dan tampilan dari *Platform Marketplace* yang akan dibuat.
- Dalam tahapan ini waktu yang di butuhkan adalah 7 hari kerja.

3. Pengembangan

- Tahap pengembangan merupakan sebuah tahapan untuk mengembangkan hasil dari perencanaan dan desain yang sudah dibuat dengan menggunakan teknologi untuk memilih bahasa pemrograman yang akan dipakai, serta *framework* dan alat yang sesuai untuk mengembangkan *Platform Marketplace* yang dibuat.

4. Pengujian

- Tahapan pengujian merupakan tahapan yang ditujukan untuk mengetahui hasil yang sudah dibuat dapat berfungsi dengan baik, tahap ini meliputi beberapa proses yaitu sebagai berikut.
- Uji fungsionalitas: memastikan semua fitur situs web, link dan elemen interaktif berfungsi dengan baik.
- Uji responsivitas: memastikan tampilan situs web tampil dengan baik di berbagai perangkat (*desktop, tablet, mobile*).
- Uji kompatibilitas: memastikan situs web bekerja dengan baik di berbagai browser (*chrome, fire fox dll*).
- Tahapan ini memerlukan waktu selama 2 hari kerja.

5. Peluncuran

- Tahap peluncuran merupakan tahapan mengunggah file ke server setelah semua pengujian selesai, tahapan ini meliputi beberapa tahapan yaitu sebagai berikut
- Mengunggguh file ke server hosting.

- Menghubungkan domain ke server: memastikan domain benar-benar terhubung ke server hosting.
- Melakukan peluncuran: situs web yang siap diakses oleh pengguna.
- Tahapan ini memerlukan waktu selama 1 hari kerja

6. Pemeliharaan

- Tahapan ini bertujuan untuk memantau kinerja website serta memeriksa waktu pemuatan dan masalah teknis yang ada seperti gagal login dan gagal upload. Tahapan ini juga meliputi beberapa tahapan yaitu sebagai berikut.
- Perbarui konten: menambahkan konten/fitur baru secara bertahap agar situs web tetap relevan.
- Memperbaiki *bug*: melakukan perbaikan jika ada masalah atau kesalahan teknis yang ditemukan.
- Melakukan optimalisasi: meningkatkan performa situs web secara komprehensif.
- Waktu yang dibutuhkan yaitu selama 7 hari kerja.

B. Proses Produksi Jasa

1. Survei dan Pendekatan

- Melakukan survei lokasi UMKM yang ada di wilayah Kecamatan Mapanget sekaligus melakukan pendekatan kepada pelaku UMKM yang telah di survei dengan cara mempertanyakan apakah konsumen pernah melakukan penjualan online atau belum.

- Jika belum, kami menawarkan untuk berjualan online agar penjualan bisa meningkat.
- Jika sudah, kami menawarkan produk kami serta mempresentasikan website kami kepada konsumen.
- Mempertanyakan kebutuhan atau masalah di dalam berbisnis online.
- Meyakinkan konsumen bahwa website kami dapat membantu mengembangkan usaha UMKM, mulai dari biaya yang tidak ada potongan penjualan, pemasukan produk ke website yang di lakukan oleh pihak Sulut Mart, pemasaran produk dan riset pasar dengan konsumen.
- Mengajukan untuk meminta nomor atau akun media sosial konsumen yang bisa dihubungi untuk melakukan kesepakatan berbisnis.

Untuk melakukan survei dan pendekatan, kami memerlukan waktu 5 hari kerja.

Satu hari, kami mendapatkan 18 UMKM, satu karyawan mendapatkan 6 UMKM.

2. Diskusi dan persetujuan

- Melakukan diskusi dengan pelaku UMKM yang telah di survei untuk lebih memahami kebutuhan dari para pelaku UMKM, Contohnya desain promosi produk yang di inginkan.

Untuk melakukan diskusi, memerlukan waktu 5 hari kerja. Satu hari, tim pemasaran melakukan diskusi dengan 18 konsumen, satu karyawan melayani 6 konsumen.

3. Persetujuan

- Dalam tahap ini merupakan tahap persetujuan tentang kesiapan bergabung menjadi konsumen *Marketplace* serta apa yang akan di berikan sesuai kebutuhan konsumen. Contohnya persetujuan desain promosi yang akan di pakai serta kesiapan bergabung para pelaku UMKM kedalam *Platform Marketplace* SULUT MART.

Untuk melakukan persetujuan memerlukan waktu 5 hari kerja. Satu hari, tim pemasaran melayani 18 konsumen, satu karyawan melayani 6 konsumen.

4. Distribusi Produk UMKM

- Tahapan ini adalah proses pendistribusian produk UMKM ke dalam *Marketplace* setelah mendapatkan persetujuan dan kesiapan dari para UMKM yang telah bergabung. Contohnya melakukan list produk yang akan di *upload* pada *Marketplace* Sulut Mart.

Untuk melakukan distribusi memerlukan waktu 5 hari kerja. Satu hari, tim pemasaran mendistribusikan 29 produk, satu karyawan mendistribusikan 10 produk.

3.2 Rencana Produksi

Rencana Produksi adalah perencanaan seberapa banyak produk yang akan diluncurkan atau dijual kepada konsumen. Rencana produksi dari *Platform Marketplace* SULUT MART dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 1 Rencana Produksi

Tahun	Rencana Produksi
2025	82
2026	87
2027	91

Sumber: Olahan data penulis tahun 2025

Sebelum rencana produksi ini dilakukan, pada bulan sebelumnya kami tidak melakukan produksi tetapi fokus pada proses produksi dalam menentukan kemampuan kinerja karyawan dan kesiapan produksi.

3.3 Rencana Kebutuhan Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja langsung merupakan tenaga kerja yang melakukan konversi bahan baku secara langsung menjadi produk jadi dan dapat dibebankan secara layak ke produk tertentu (William K. Carter, 2009:40)

Tabel 3. 2 Rencana Kebutuhan Tenaga Kerja Langsung

Keterangan	Gaji Perhari	Gaji Perbulan	Gaji Pertahun
Developer	Rp.190.000	Rp.3.800.000	Rp.45.600.000
Pelayanan Pelanggan	Rp.175.000	Rp.3.500.000	Rp.42.000.000
Staf Marketing	Rp.150.000	Rp.3.000.000	Rp.36.000.000
Staf Marketing	Rp.150.000	Rp.3.000.000	Rp.36.000.000
Staf Marketing	Rp.150.000	Rp.3.000.000	Rp.36.000.000
Total	Rp.815.000	Rp.16.300.000	Rp.195.600.000

Sumber: Olahan data penulis tahun 2025

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa kebutuhan tenaga kerja langsung dari *Marketplace* SULUT MART adalah sebesar RP.195.600.000. Dengan rincian pekerjaan sebagai berikut:

1. Developer: bekerja dalam pengembangan website, pemeliharaan/perbaikan, keamanan website dan pembuatan UI/UX.

2. Pelayanan Pelanggan: tugasnya adalah melayani para pelanggan yang ingin menjual produk mereka melalui website Sulut Mart. Ketika proses telah selesai, Pelayanan Pelanggan ini memberikan informasi berapa banyak produk yang telah diterima itu kepada CEO dan jumlah uang yang telah masuk kepada Manajer keuangan.
3. Staf Marketing: tugasnya adalah mencari pelanggan, membangun relasi dengan pelanggan dan desainer produk. Selain itu, staf marketing juga bertugas dalam memantau dan meriset pasar tentang dinamika tren atau minat konsumen agar Marketplace Sulut Mart tetap relevan.

3.4 Kebutuhan Mesin dan Peralatan

Mesin dan peralatan merupakan komponen penting di dalam mengolah bahan baku menjadi sebuah produk jadi yang layak dipasarkan. Berikut adalah tabel kebutuhan mesin dan peralatan dari *Platform Marketplace SULUT MART*

Tabel 3. 3 Kebutuhan Mesin dan Peralatan

Keterangan	Jumlah Unit	Harga Satuan	Total
Laptop	3	Rp.4.000.000	Rp.12.000.000
Mouse	3	Rp.30.000	Rp.90.000
Keyboard	3	Rp.75.000	Rp.225.000
Total			Rp.12.315.000

Sumber: Olahan data tahun 2025

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa kebutuhan mesin dan peralatan dari *Platform Marketplace SULUT MART* adalah sebesar Rp.12.315.000. Kebutuhan peralatan ini berguna untuk CEO, Manajer Pemasaran dan Manajer Keuangan dalam proses produksi dan operasional dari *Marketplace SULUT MART*.

3.5 Tempat Operasional Usaha

Tempat Operasional Usaha merupakan tempat dimana perusahaan melakukan kegiatan operasional dari sebuah perusahaan. Untuk lokasi tempat operasional dari *Platform Marketplace* SULUT MART berencana bertempat di Jl. Politeknik Permai, Kecamatan Mapanget, Kota Manado.

3.6 Kebutuhan Utilitas/Sarana Lainnya

1. Pencarian: Memungkinkan pengguna menemukan produk UMKM spesifik dengan cepat dan mudah.

Contoh: Mesin pencari di situs web atau *Google Chrome*.

2. Formulir Kontak: Memungkinkan pengguna menghubungi pemilik situs untuk pertanyaan, umpan balik, atau dukungan. Biasanya berisi bidang untuk nama, email, subjek, dan pesan.

Contoh: Formulir kontak di situs web perusahaan atau blog.

3. Peta Situs (*Sitemap*): Memberikan gambaran keseluruhan struktur situs dan membantu pengguna menavigasi berbagai bagian. Bisa dalam bentuk daftar tautan atau peta visual.

Contoh: Peta situs di situs web perusahaan besar atau portal informasi.

4. Halaman FAQ (*Frequently Asked Questions*): Menyediakan jawaban atas pertanyaan umum yang sering diajukan oleh pengguna. Membantu mengurangi beban dukungan pelanggan dan memberikan informasi yang dibutuhkan pengguna.

Contoh: FAQ di situs web layanan pelanggan.

5. Halaman Legal (Kebijakan Privasi, Syarat & Ketentuan): Menjelaskan bagaimana data pengguna dikumpulkan, digunakan, dan dilindungi. Memenuhi persyaratan hukum dan membangun kepercayaan dengan pengguna.

Contoh: Kebijakan privasi di situs web yang mengumpulkan data pengguna.

6. Halaman *Login*/Registrasi: Memungkinkan pengguna untuk membuat akun dan masuk ke situs. Berguna untuk situs yang menyediakan fitur personalisasi atau akses ke konten eksklusif.

Contoh: Halaman *login* di situs media sosial atau forum *online*.

7. Halaman Bantuan/Dukungan: Menyediakan informasi tentang cara menggunakan situs, memecahkan masalah umum, atau menghubungi dukungan pelanggan.

Contoh: Halaman bantuan di situs web aplikasi atau layanan *online*.

8. Tombol "*Call to Action*" (CTA): Mengarahkan pengguna untuk melakukan tindakan tertentu, seperti membeli produk, mendaftar, atau berlangganan. Biasanya berbentuk tombol dengan teks yang jelas dan menarik.

Contoh: Tombol "Beli Sekarang" di situs *e-commerce*.

9. Tombol Media Sosial: Memungkinkan pengguna untuk berbagi konten situs di *Platform* media sosial. Meningkatkan jangkauan situs dan interaksi pengguna.

Contoh: Tombol "*Share*" di artikel blog.

10. Halaman Tentang Kami: Memberikan informasi tentang perusahaan atau individu yang membuat situs web. Membangun kepercayaan dan kredibilitas.

Contoh: Halaman "Tentang Kami" di situs web perusahaan.

11. Halaman Kontak: Menyediakan informasi kontak seperti alamat email, nomor telepon, dan alamat fisik. Berguna bagi pengguna yang ingin menghubungi perusahaan secara langsung.

Contoh: Halaman "Kontak" di situs web perusahaan.

12. Notifikasi: Memberikan informasi tentang aktivitas baru, pembaruan, atau pesan penting. Berguna untuk menjaga pengguna tetap terlibat dengan situs.

Contoh: Notifikasi di situs media sosial atau aplikasi.

3.7 Rencana Biaya Usaha

Rancangan biaya dalam *Marketplace* adalah perancangan biaya untuk menentukan biaya yang dibutuhkan dalam menjalankan sebuah *Marketplace* Rencana Biaya Usaha yang digunakan dalam *Platform Marketplace* SULUT MART ini dapat dilihat pada Tabel Sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Rencana Biaya Usaha

Biaya Usaha	Harga Perhari	Harga Perbulan	Harga Pertahun
Biaya pemeliharaan peralatan	Rp.25.000	Rp.500.000	Rp.6.000.000
Biaya sewa kendaraan (Motor)	Rp.75.000	Rp.1.500.000	Rp.18.000.000
Biaya bensin (Motor)	Rp.30.000	Rp.600.000	Rp.7.200.000
Lain-lain	Rp.15.000	Rp.300.000	Rp.3.600.000
Jumlah	Rp.145.000	Rp.2.900.000	Rp.34.800.000

Sumber: Olahan data tahun 2025

Berdasarkan tabel rencana biaya usaha, biaya yang harus ditanggung demi kelangsungan dan kelancaran usaha dengan biaya perbulan sebesar Rp.2.900.000 dan pertahun sebesar Rp.34.800.000.

BAB IV

ORGANISASI DAN MANAJEMEN

4.1 Bentuk Kepemilikan

Bentuk kepemilikan merupakan tanda kepemilikan dari perusahaan sebagai bentuk kegiatan usaha tersebut berbadan hukum atau tidak berbentuk badan hukum. Bentuk kepemilikan usaha antara lain, PT, CV, BUMN, Koperasi, Perusahaan perseorangan, Yayasan, Firma.

Bentuk kepemilikan usaha dari *Platform Marketplace* SULUT MART adalah usaha yang dibentuk oleh 3 orang yang memiliki tujuan dan tanggung jawab yang sama dan bertanggung jawab sebagai pemberi modal usaha.

Tabel 4. 1 Bentuk Kepemilikan

Nama Perusahaan	SULUT MART
Bidang Usaha	<i>Marketplace</i>
Alamat	Jl. Politeknik Permai, Kelurahan Kairagi II
No Telepon	0882-0190-00886
Pemilik	1. Gilang Bayu Saputra
	2. Josua Rivaldo Mandey
	3. Ryski H.W Ngadiman
Media Sosial	Facebook : SULUT MART_OFC
	Whatsapp: 0882-0190-00886
	IG : SULUTMART_OFC
Bentuk Badan Hukum	Nomor Induk Berusaha (NIB) Surat Izin Usaha Perdagangan Nomor Pokok Wajib Pajak Surat keterangan Domisili

Sumber: Olahan data penulis tahun 2025

Tabel 4. 2 Spesifikasi Produk

Produk	
Nama Produk	SULUT MART
Bahan Baku Usaha	UI/UX dan Hosting
Warna Logo	Biru dan Putih
Harga Transaksi	
Harga Perproduk	Rp.2.500
Alasan Menetapkan Harga Jual	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas dan fasilitas marketplace yang ditawarkan oleh SULUT MART
Tempat	
Alamat Usaha	Jl. Politeknik Permai, Kelurahan Kairagi II
Wilayah Penjualan	Kecamatan Mapanget
Sistem Promosi	
Sistem Promosi Yang Digunakan	<i>Digital Marketing & Direct Marketing</i>

Sumber: Olahan data penulis tahun 2025

4.2 Analisis SWOT

Analisis *Strength*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats* (SWOT) adalah analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang di miliki oleh perusahaan dan akan dihadapi oleh perusahaan.

- Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lainnya yang berhubungan dengan para pesaing dan kebutuhan pasar.

- Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang menghambat kinerja dari perusahaan, keterbatasan-keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas yang masih memasarkan barang.
- Peluang adalah situasi dimana posisi dari perusahaan sangat menguntungkan dalam lingkungan industri, identifikasi segmen pasar yang sebelumnya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta membaiknya hubungan pemasok dan pembeli.
- Ancaman dalam perusahaan adalah situasi dimana posisi dari perusahaan yang sangat tidak menguntungkan dalam lingkungan persaingan. Ancaman merupakan hal yang sangat mengganggu posisi dari perusahaan dan menghambat tujuan perusahaan.

Berikut adalah kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh

Platform Marketplace SULUT MART.

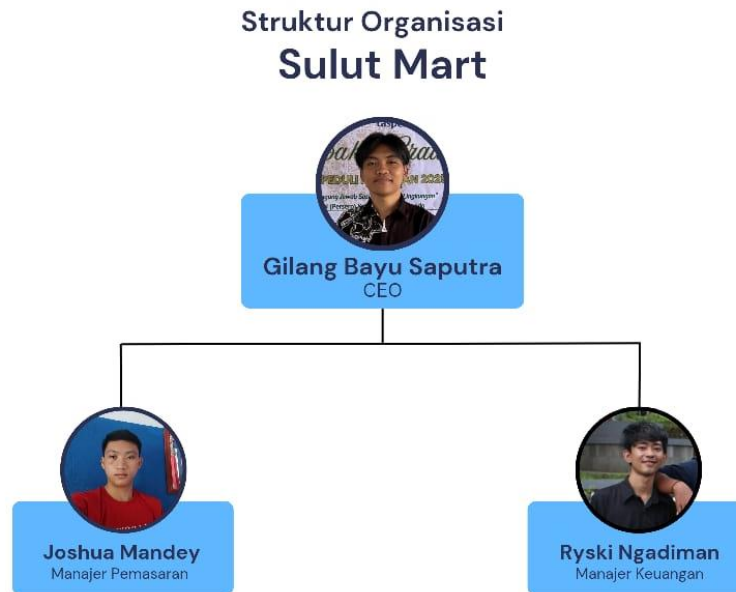
Tabel 4. 3 Analisis SWOT

Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
- Memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) yang unggul dalam bidang digital dan mengelola usaha serta memadai untuk menjalankan operasional dari <i>Platform Marketplace SULUT MART</i>	- Teknologi & infrastruktur <i>Platform</i> masih sederhana dan butuh investasi untuk pengembangan berkelanjutan.

- Memiliki Peralatan teknologi seperti laptop, keyboard, dan mouse yang memadai didalam menjalankan operasional perusahaan.	- Masih perlu membangun kepercayaan pengguna (baik UMKM maupun konsumen).
- Memiliki modal awal untuk menjalankan <i>Platform Marketplace</i>	- Ketergantungan pada partisipasi aktif UMKM agar <i>Marketplace</i> tetap hidup.
- Memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) yang memiliki pemahaman terhadap penggunaan teknologi seperti komputer, laptop, dll, di era <i>digitalisasi</i> yang memadai.	- Modal awal relatif terbatas dibanding <i>Marketplace</i> besar nasional.
Opportunities (Peluang)	Threats (Ancaman)
- Tren belanja <i>online</i> & digitalisasi UMKM semakin meningkat di Indonesia sehingga mengakibatkan pertumbuhan jumlah UMKM yang terus meningkat.	- Persaingan ketat dengan <i>Marketplace</i> raksasa (Shopee, Tokopedia, Lazada) yang sudah lebih dikenal masyarakat.
- Banyaknya wisatawan asing yang datang ke Kota Manado memberikan potensi pasar wisatawan domestik & mancanegara (oleh-oleh khas Manado) yang besar.	- Ancaman produk impor murah yang bisa menggeser produk lokal.
- Pertumbuhan pengguna internet & smartphone di Sulawesi Utara yang terus naik sehingga kebutuhan terhadap <i>Platform Digital</i> meningkat..	- Risiko rendahnya loyalitas UMKM → sebagian bisa tetap memilih <i>Marketplace</i> besar karena trafik lebih tinggi.

Sumber: Olahan Analisis SWOT *Marketplace* Sulut Mart

4.3 Organisasi dan Tata Kerja



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Sulut Mart

Sumber: Marketplace Sulut Mart

4.4 Deskripsi Pekerjaan

1. *CEO* :

- Memiliki tugas untuk memantau jalannya perusahaan dan bertanggung jawab terhadap keseluruhan kegiatan di dalam perusahaan contoh nya seperti melakukan pemantauan operasional *Platform Marketplace*.
- Memiliki tanggung jawab dalam mengambil keputusan terkait proses kerja dan tugas, serta dalam mengembangkan rencana. Contohnya seperti mengambil keputusan didalam rapat penentuan strategi distribusi jasa *Marketplace*.
- Menentukan tujuan atau hasil akhir dari kinerja setiap karyawan atau anggota. Contohnya menentukan target UMKM yang harus di gapai oleh karyawan.

2. Manajer Pemasaran

- Memiliki tanggung jawab di dalam mengelola dan memasarkan *Platform Marketplace* SULUT MART agar dapat di kenal oleh para calon konsumen yang ada.
- Bertanggung jawab di dalam mengembangkan serta implementasi metode pemasaran yang ada seperti ,promosi melalui media sosial seperti Facebook dengan cara memposting dan share tautan kepada para pengguna Facebook, kolaborasi dengan *influencer* untuk meningkatkan kepercayaan serta melakukan promosi gratis produk UMKM 1 bulan pertama.
- Memandu, memimpin, dan mengarahkan prosedur pemasaran yang akan diterapkan agar dapat sesuai dengan perencanaan. Contohnya mengawal proses promosi, dan kerjasama.
- Memastikan metode pemasaran yang diterapkan sudah sesuai dan produk dapat dikenal oleh calon konsumen. Contohnya melakukan *cross chek* terhadap promosi yang sudah di terapkan apakah efektif di dalam menggapai pelanggan.

3. Manajer Keuangan

- Membuat anggaran operasional dan anggaran investasi *Marketplace*.
- Menentukan alokasi dana untuk pengembangan sistem, pemasaran, SDM, dan operasional *Marketplace*.

- Bertanggung jawab membuat laporan keuangan *Marketplace* yang berguna agar dapat mengetahui keuntungan dan kerugian disaat menjalankan *Platform Marketplace*.

4.5 Kebutuhan Tenaga Kerja Tidak Langsung

Tenaga kerja tak langsung penting untuk menopang produktivitas tenaga kerja langsung. Mereka menyebutkan bahwa kebutuhan tenaga kerja tak langsung bisa berubah mengikuti perkembangan teknologi dan strategi perusahaan, serta harus dikelola agar operasional berjalan efisien (*Mahis dan Jakson, Buku Human Resource Management edisi ke 13*).

Tabel 4. 4 Kebutuhan Tenaga Kerja Tidak Langsung

Jabatan	Banyaknya	Gaji Perbulan	Gaji Pertahun
CEO	1	Rp.6.500.000	Rp.78.000.000
Manajer Pemasaran	1	Rp.4.500.000	Rp.54.000.000
Manajer Keuangan	1	Rp.4.500.000	Rp.54.000.000
Total	3	Rp.15.500.000	Rp.186.000.000

Sumber: Olahan data tahun 2025

4.6 Jenis-jenis Perizinan

Perizinan merupakan tahap pemberian legalitas kepada suatu badan usaha yang sudah di atur dalam perundang-undangan. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 24 tahun 2006 tentang penyelenggaraan Izin dan Perizinan. Dalam Pasal 1 Ayat 8 menjelaskan izin merupakan dokumen yang diserahkan pemerintah daerah berlandaskan peraturan daerah yang berguna sebagai bukti legalitas yang menyatakan sah nya seorang atau badan usaha untuk melakukan kegiatan usaha atau kegiatan tertentu. Berikutnya, Pasal 1 Ayat 9 menekankan bahwa perizinan maupun tanda daftar

adalah pemberian legalitas kepada seorang atau badan usaha. Ada beberapa perizinan yang harus dimiliki *Platform SULUT MART* di dalam melakukan usaha yaitu sebagai berikut :

1. Nomor Pokok Wajib Pajak
 - Berguna untuk mengurus perpajakan bisnis atau usaha yang dikelola
2. Surat Izin Usaha Perdagangan
 - Surat ini berfungsi sebagai izin untuk melaksanakan usaha dibidang perdagangan.
3. Nomor Induk Berusaha
 - Berfungsi sebagai identitas dan legalitas usaha
4. Surat keterangan Domisili
 - Surat ini untuk memastikan domisili, alamat, atau tempat dimana usaha berada.

4.7 Kegiatan Pra Operasional dan Jadwal Kegiatan

Kegiatan pra operasional adalah kegiatan yang dilakukan sebelum bisnis beroperasi. Di dalam kegiatan pra operasional *Platform Marketplace* meliputi berbagai tahapan antara lain sebagai berikut.

1. Riset Pasar

Dalam riset pasar *Platform Marketplace* SULUT MART akan menganalisis target pasar, pesaing yang ada, dan potensi pasar untuk *Platform Marketplace* SULUT MART.

2. Penyusunan Rencana Usaha

Penyusunan Rencana Usaha *Platform Marketplace* SULUT MART mencakup perincian visi, misi, strategi pemasaran, dan rencana operasional bisnis.

3. Pengurusan Perizinan

Mencakup semua izin yang diperlukan oleh *Platform Marketplace* SULUT MART untuk menjalankan bisnis, seperti izin usaha, dan izin tempat.

4. Survei Peralatan

Memilih Perlengkapan dan peralatan yang dibutuhkan untuk melakukan operasional *Marketplace* dengan mempertimbangkan harga dan kualitas.

5. Persiapan Operasional

Menyiapkan hal-hal yang diperlukan untuk menjalankan operasional bisnis seperti listrik, internet, dan SDM.

6. Uji Coba Produk

Melakukan pengujian atau uji coba terhadap produk yang akan diluncurkan, sekaligus memastikan kualitas dan layanan sudah sesuai dengan standar perusahaan.

4.8 Kebutuhan Investasi Kantor

Dalam menjalankan usaha *Platform Marketplace* SULUT MART ini, kami melakukan investasi awal sebesar Rp.20.000.000. SULUT MART perlu membeli semua keperluan untuk membuka dan menjalankan *Platform* ini. Berikut adalah kebutuhan investasi yang diperlukan *Marketplace* SULUT MART yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Kebutuhan Investasi Kantor

Nama	Unit	Harga Perunit	Harga Keseluruhan
Kursi	3	Rp.39.000	Rp.117.000
Meja	1	Rp.250.000	Rp.250.000
Terminal Colokan	1	Rp.25.000	Rp.25.000
Total	5	Rp.314.000	Rp.392.000

Sumber: Olahan data tahun 2025

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa total biaya investasi pertahun yang dibutuhkan situs web SULUT MART sebesar Rp.392.000.

4.9 Rencana Biaya Umum

Rencana biaya umum merupakan perancangan biaya yang diperuntukkan untuk dapat melihat kebutuhan yang diperlukan dalam menjalankan usaha. Berikut adalah rencana biaya umum dari *Platform Marketplace* SULUT MART:

4.9.1 Biaya Produksi

Biaya Produksi adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses pembuatan atau produksi produk, biaya produksi dari *Platform Marketplace* SULUT MART dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 6 Biaya Produksi

Nama	Harga Satuan	Jumlah Kebutuhan	Harga Perbulan	Harga Pertahun
Kuota Unlimited Smartfren	Rp.47.000	2	Rp.94.000	Rp.1.128.000
Token Listrik 100 Ribu	Rp.102.000	1	Rp.102.000	Rp.1.224.000
Figma Pro (Pertahun)	Rp.235.000	1	Rp.19.583	Rp.235.000
Hosting (Perbulan)	Rp.24.900	12	Rp.24.900	Rp.298.800
Total				Rp.2.885.800

Sumber: Olahan data tahun 2025

Berdasarkan tabel di atas terdapat jumlah biaya produksi dari *Platform Marketplace* SULUT MART sebesar Rp.2.885.800 pertahun.

4.9.2 Total Biaya Umum

Tabel 4. 7 Total Biaya Umum

Kategori	Item	Harga Satuan	Jumlah Barang	Harga
Alat	Laptop	Rp.4.000.000	3	Rp.12.000.000
Total				Rp.12.000.000
Bahan Habis Pakai	Kuota Unlimited Smartfren	Rp.47.000	24	Rp.1.128.000
	Token Listrik 100 Ribu	Rp.102.000	12	Rp.1.224.000
Total				Rp.2.352.000
Perlengkapan	Keyboard	Rp.75.000	3	Rp.225.000
	Mouse	Rp.30.000	3	Rp.90.000
	Terminal Colokan	Rp.25.000	3	Rp.75.000
Total				Rp.390.000
Penggunaan Teknologi	Figma Pro	Rp.235.000	1	Rp.235.000
	Hosting	Rp.24.900	12	Rp.298.800
Total				Rp.533.800
Total Keseluruhan				Rp.15.275.800

Sumber: Olahan data tahun 2025

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa total keseluruhan biaya umum dari *Platform Marketplace* SULUT MART adalah sebesar Rp.15.275.800.

BAB V

KEUANGAN

5.1 Laporan Keuangan

Laporan Keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan di dalam periode tertentu. Laporan ini bersifat penting untuk mengetahui kinerja serta posisi perusahaan di dalam mengambil keputusan. Berikut adalah laporan keuangan dari *Platform Marketplace SULUT MART*:

5.1.1 Biaya Memulai Usaha

Biaya Memulai Usaha adalah biaya yang menyangkut pengeluaran awal yang dibutuhkan di dalam memulai usaha

1. Mesin dan Peralatan

Berdasarkan survei kebutuhan yang dibutuhkan, berikut adalah peralatan yang dibutuhkan oleh *Platform Marketplace SULUT MART*.

Tabel 5. 1 Mesin dan Peralatan

Keterangan	Jumlah Unit	Harga Satuan	Total
Laptop	3	Rp.4.000.000	Rp.12.000.000
Mouse	3	Rp.30.000	Rp.90.000
Keyboard	3	Rp.75.000	Rp.225.000
Total			Rp.12.315.000

Sumber: Olahan data tahun 2025

2. Perlengkapan Kantor

Perlengkapan kantor adalah hal penting yang dibutuhkan untuk operasional sebuah usaha dimana peralatan kantor sangat menunjang di dalam melakukan

operasional usaha dan juga sebagai alat produksi untuk produk yang dibuat oleh perusahaan. Berikut adalah perlengkapan dari Platform Marketplace SULUT MART.

Tabel 5. 2 Perlengkapan kantor

Nama	Unit	Harga Perunit	Harga Keseluruhan
Kursi	3	Rp.39.000	Rp.117.000
Meja	1	Rp.250.000	Rp.250.000
Terminal Colokan	1	Rp.25.000	Rp.25.000
Total	5	Rp.314.000	Rp.392.000

Sumber: Olahan data tahun 2025

3. Penyusutan

Merupakan penurunan nilai aset tetap dari sebuah usaha yang dapat terjadi karena pemakaian, usia, atau faktor lainnya. Berikut adalah penyusutan dari Platform Marketplace SULUT MART.

Tabel 5. 3 Penyusutan

Keterangan	Harga Perolehan	Umur Ekonomis	Penyusutan Tahunan	Penyusutan Perbulan
Laptop	Rp.4.000.000	3	Rp.500.000	Rp.41.667
Keyboard	Rp.75.000	3	Rp.12.500	Rp.1.042
Mouse	Rp.30.000	3	Rp.5.000	Rp.417
Terminal Colokan	Rp.25.000	3	Rp.4.167	Rp.347
Kursi	Rp.39.000	3	Rp.6.500	Rp.542
Meja	Rp.250.000	3	Rp.33.333	Rp.2.778
Total			Rp.561.500	Rp.46.792

Sumber: Olahan data tahun 2025

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa total penyusutan dari Platform Marketplace SULUT MART adalah sebesar Rp46.792 perbulan dan Rp561.500 per tahun, terdiri dari 6 item yang umur ekonomis nya selama 3 tahun.

4. Analisis Biaya Tetap

Biaya tetap merupakan biaya yang jumlah atau nominal nya tidak berubah meskipun dalam kondisi apa pun. Berikut adalah biaya tetap dari *Marketplace* SULUT MART.

Tabel 5. 4 Analisis biaya tetap

Keterangan	Kebutuhan Perhari	Kebutuhan Perbulan	Kebutuhan Pertahun
Gaji CEO	Rp.325.000	Rp.6.500.000	Rp.78.000.000
Gaji Manajer Pemasaran	Rp.225.000	Rp.4.500.000	Rp.54.000.000
Gaji Manajer Keuangan	Rp.225.000	Rp.4.500.000	Rp.54.000.000
Kuota Unlimited Smartfren	Rp.4.700	Rp.94.000	Rp.1.128.000
Token Listrik 100 Ribu	Rp.5.100	Rp.102.000	Rp.1.224.000
Developer	Rp.190.000	Rp.3.800.000	Rp.45.600.000
Pelayanan Pelanggan	Rp.175.000	Rp.3.500.000	Rp.42.000.000
Staf Marketing	Rp.150.000	Rp.3.000.000	Rp.36.000.000
Staf Marketing	Rp.150.000	Rp.3.000.000	Rp.36.000.000
Staf Marketing	Rp.150.000	Rp.3.000.000	Rp.36.000.000
Total	Rp.1.599.800	Rp.31.996.000	Rp.383.952.000

Sumber: Olahan data tahun 2025

Berdasarkan tabel di atas analisis biaya tetap dari Platform Marketplace SULUT MART sebesar Rp383.952.000.

5. Bahan Baku

Biaya bahan baku merupakan biaya untuk menyediakan bahan dasar untuk membuat sebuah produk.

Tabel 5. 5 Biaya bahan baku

Keterangan	Kebutuhan Perhari	Kebutuhan Perbulan	Kebutuhan Pertahun
Figma Pro	Rp.979	Rp.19.583	Rp.235.000
Hosting	Rp.1.245	Rp.24.900	Rp.298.800
Total	Rp.2.224	Rp.44.483	Rp.533.800

Sumber: Olahan data tahun 2025

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa biaya bahan baku dari Platform Marketplace SULUT MART adalah sebesar Rp.533.800.

6. Sumber Pendanaan

Berikut adalah sumber pendanaan yang dimiliki oleh Platform Marketplace SULUT MART.

Tabel 5. 6 Sumber pendanaan

Sumber Pendanaan Modal Awal	Jumlah Modal Awal
Modal Sendiri	Rp.20.000.000
Hutang	-
Investor	-
Total	Rp.20.000.000

Sumber: Olahan data tahun 2025

Sumber pendanaan dari Platform Marketplace SULUT MART berasal dari modal sendiri sebesar Rp.20.000.000.

5.1.2 Proyeksi Laporan Laba Rugi

Proyeksi Laba Rugi adalah perkiraan pendapatan di masa depan yang biasanya dibuat dalam periode 1 tahun ke depan atau lebih. Bertujuan untuk melihat potensi keuntungan dan kerugian di dalam usaha yang akan dijalani. Berikut ini adalah tabel laporan laba rugi dari *platform* SULUT MART.

Tabel 5. 7 Proyeksi laba rugi

Keterangan	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3
Rencana Produksi Dalam Unit			
Penjualan	Rp.444.960.000	Rp.467.208.000	Rp.490.568.400
Biaya Operasional Langsung			
Biaya Bahan Baku	Rp.533.800	Rp.533.800	Rp.533.800
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp.195.600.000	Rp.195.600.000	Rp.195.600.000
Jumlah Biaya Operasional Langsung	Rp.196.133.800	Rp.196.133.800	Rp.196.133.800
Keuntungan	Rp.248.826.200	Rp.271.074.200	Rp.294.434.600
Biaya Operasional Tidak Langsung			
Gaji CEO	Rp.78.000.000	Rp.78.000.000	Rp.78.000.000
Gaji Manajer Pemasaran	Rp.54.000.000	Rp.54.000.000	Rp.54.000.000
Gaji Manajer Keuangan	Rp.54.000.000	Rp.54.000.000	Rp.54.000.000
Penyusutan	Rp.1.684.500	Rp.1.123.000	Rp.561.500
Jumlah Biaya Operasional Tidak Langsung	Rp.187.684.500	Rp.187.123.000	Rp.186.561.500
Laba Sebelum Pajak	Rp.61.141.700	Rp.83.951.200	Rp.107.873.100
Pajak 5%	Rp.3.057.085	Rp.4.197.560	Rp.5.393.655
Laba Setelah Pajak	Rp.58.084.615	Rp.79.753.640	Rp.102.479.445

Sumber: Olahan data tahun 2025

5.1.3 Proyeksi Analisa Arus Kas

Arus Kas adalah laporan keuangan yang bertujuan untuk mencatat pendapatan serta pengeluaran dari sebuah usaha atau perusahaan serta memberikan informasi yang

pasti tentang dari mana dana yang ada berasal, Proyeksi Analisa Arus Kas dari *platform* SULUT MART dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5. 8 Analisis arus kas

Perkiraan Kas	Tahun 0	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3
Kas Masuk				
Modal	Rp.20.000.000			
Penjualan		Rp.444.960.000	Rp.467.208.000	Rp.490.568.400
Total Kas Masuk	Rp.20.000.000	Rp.444.960.000	Rp.467.208.000	Rp.490.568.400
Kas Keluar				
Peralatan dan Ivestasi Kantor	Rp.4.419.000			
Biaya Operasional Langsung		Rp.196.133.800	Rp.196.133.800	Rp.196.133.800
Biaya Operasional Tidak Langsung		Rp.187.684.500	Rp.187.123.000	Rp.186.561.500
Pajak 5%		Rp.3.057.085	Rp.4.197.560	Rp.5.393.655
Total Kas Keluar		Rp.386.875.385	Rp.387.454.360	Rp.388.088.955
Sisa Kas	Rp.15.581.000	Rp.58.084.615	Rp.79.753.640	Rp.102.479.445
Saldo Akhir	Rp.15.581.000	Rp.58.084.615	Rp.79.753.640	Rp.102.479.445

Sumber: Olahan data tahun 2025

5.1.4 Neraca

Laporan yang menunjukkan mulai dari Aset, Investasi pemegang saham dan Hutang perusahaan. Fungsi neraca untuk melihat tentang kesehatan keuangan dari perusahaan dan meramal keadaan arus kas dimasa depan. Neraca dari *platform* SULUT MART dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. 9 Neraca

Keterangan	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3
Harta Lancar			
Kas	Rp.58.084.615	Rp.79.753.640	Rp.102.479.445
Harta Tetap			
Peralatan Kantor	Rp.4.419.000		
Akumulasi Penyusutan	Rp.1.684.500	Rp.2.807.500	Rp.3.369.000
Jumlah Harta Tetap	Rp.6.103.500	Rp.2.807.500	Rp.3.369.000
Total Harta	Rp.64.188.115	Rp.82.561.140	Rp.105.848.445
Modal			
Modal Sendiri	Rp.20.000.000	Rp.20.000.000	Rp.20.000.000
Laba Ditahan	Rp.44.188.115	Rp.62.561.140	Rp.85.848.445
Total Modal	Rp.64.188.115	Rp.82.561.140	Rp.105.848.445

Sumber: Olahan data tahun 2025

BAB VI

ANALISA USAHA

6.1 Analisa Kelayakan Usaha (NPV, IRR, PP)

Menurut Sutrisno (1982:75), Studi Kelayakan Bisnis merupakan studi atau pengkajian apakah suatu usulan proyek/gagasan usaha apabila dilaksanakan dapat berjalan dan berkembang sesuai dengan tujuannya atau tidak. Tujuan dari studi kelayakan usaha ini Menghindari risiko kerugian Untuk mengatasi risiko kerugian dimasa yang akan datang, karena dimasa yang akan datang ada semacam kondisi ketidakpastian. Kondisi ini ada yang dapat diramalkan akan terjadi atau memang dengan sendirinya terjadi tanpa dapat diramalkan.

6.1.1 NPV

Menurut R. Agus Sartono (2010:195), Net Present Value adalah Selisih antara present value aliran kas bersih atau sering disebut juga dengan proceed dengan present value Investasi.

Nilai NPV yang positif ($NPV > 0$) menunjukkan bahwa penerimaan lebih besar dibandingkan dengan nilai yang diinvestasikan sedangkan nilai NPV negatif ($NPV < 0$) menandakan penerimaan lebih kecil dibandingkan dengan pengeluaran atau akan mengalami kerugian pada investasinya setelah mempertimbangkan nilai waktu uang (time value of money).

Tabel 6. 1 NPV

Tahun	Diskonto 10%	Net Cash Flow	Present Value
1	0,909%	Rp.58.084.615	Rp.57.561.382
2	0,826%	Rp.79.753.640	Rp.79.100.272
3	0,751%	Rp.102.479.445	Rp.101.715.561
PV of Proceeds			Rp.238.377.215
PV of Outlays			Rp.20.000.000
NPV			Rp.218.377.215

Sumber: Olahan data tahun 2025

Dari perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa NPV *Platform Marketplace* SULUT MART adalah sebesar Rp228.377.215.

6.1.2 IRR (*Internal Rate of Return*)

(*Internal Rate of Return*) IRR adalah sebuah metode untuk menghitung tingkat bunga suatu investasi dan menyamakannya dengan nilainya saat ini berdasarkan perhitungan kas bersih di periode mendatang. Sederhananya, ketika hasil perhitungan IRR menunjukkan angka yang lebih besar daripada modalnya, maka sebaiknya segera melakukan investasi.

Tabel 6. 2 IRR

Tahun	Proceeds	Diskonto 10%	PV Proceeds	Diskonto 8%	PV Proceeds
1	Rp.57.561.382	0,909%	Rp.57.042.862	0,9210%	Rp.56.520.051
2	Rp.79.100.272	0,826%	Rp.78.452.256	0,857%	Rp.77.785.633
3	Rp.101.715.561	0,751%	Rp.100.957.371	0,793%	Rp.100.163.078
PV Proceeds		Rp236.452.489		Rp234.468.763	
PV of Outlays		Rp20.000.000		Rp20.000.000	
NPV		Rp216.452.489		Rp214.468.763	

Sumber: Olahan data tahun 2025

$$= \frac{\text{Rp. 234.468.763.25}}{\text{Rp. 234.468.763.25} - \text{Rp. 214.468.763.25}} \times (10\% - 8\%)$$

$$\text{IRR} = 11,96\%$$

Dari perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa IRR dari *Platform Marketplace* SULUT MART adalah 11,96%.

6.1.3 Payback Period

Menurut Rachadian et al. (2013), "Payback Period (PP) adalah jangka waktu pengembalian biaya awal. Semakin cepat pengembaliannya, maka alternatif tersebut lebih menarik dibandingkan dengan alternatif lainnya." Payback Period mengacu pada jumlah waktu yang dibutuhkan investor untuk memulihkan biaya investasi. Dengan kata lain, PP atau Payback Period merupakan periode pengembalian modal.

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Rp. 20.000.000}}{\text{Rp. 58.084.615}} \times 240$$

$$\text{PP} = 83$$

Dari perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa periode pengembalian modal adalah 83 hari kerja.

6.1.4 Profitability Index

Berkley W. Brown mendefinisikan Profitability Index sebagai "rasio dan nilai sekarang (present value) dari arus kas bersih yang dihasilkan oleh suatu investasi terhadap biaya awal dari investasi tersebut.

Tabel s6. 3 Profitability Index

Keterangan	Proceeds
Proceeds tahun 1	Rp.57.561.382
Proceeds tahun 2	Rp.79.100.272
Proceeds tahun 3	Rp.101.715.561
Present value	Rp.238.377.215
Investment	Rp.20.000.000
Profitability index	11,919

Sumber: Olahan data tahun 2025

Berdasarkan perhitungan tabel di atas, terdapat hasil sebesar 11,919. Dalam hal ini dana yang diinvestasikan pada usaha Sulut Mart dapat dikatakan layak.

6.2 Estimasi BEP

Paul D. Kimmel, Jerry J. Weygandt, dan Donald E. Kieso: Para penulis buku teks "*Accounting: Tools for Business Decision Making*" menjelaskan BEP sebagai "jumlah unit yang harus dijual agar pendapatan yang diperoleh cukup untuk menutupi total biaya variabel dan tetap."

$$\text{Biaya variabel per unit} = \frac{\text{Total biaya variabel}}{\text{Total Penjualan}}$$

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{\text{Rp. 6.926.800}}{742 \text{ Produk}}$$

$$\text{BEP (Unit)} = \text{Rp.9.334}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, BEP perunit dari *Marketplace* SULUT MART adalah Rp.9.334.

6.2.1 BEP

Break Even Point adalah titik dimana jumlah pendapatan (revenue) sama dengan jumlah biaya (cost), sehingga perusahaan tidak untung dan tidak rugi.

$$\text{BEP} = \frac{\text{Total FC}}{1 - (\text{Biaya variabel per unit} : \text{Harga per unit})}$$

$$\text{BEP} = \frac{\text{Rp. 218.885.000}}{1 - (\text{Rp. 92.875} : \text{Rp. 2.500})}$$

$$\text{BEP} = \text{Rp. 6.054.910}$$

6.2.2 BEP/Unit

BEP/unit menunjukkan berapa jumlah unit produk yang harus dijual agar perusahaan berada di titik impas (tidak untung, tidak rugi).

$$\text{BEP} = \frac{\text{Total FC}}{(\text{Harga jual per unit} - \text{Biaya variabel per unit})}$$

$$\text{BEP} = \frac{\text{Rp. 218.885.000}}{\text{Rp. 2.500} - \text{Rp. 92.875}}$$

$$\text{BEP} = \frac{\text{Rp. 218.885.000}}{\text{Rp. 2.500} - \text{Rp. 92.875}}$$

$$\text{BEP} = 5.271 \text{ Produk}$$

6.3 Analisa Keuangan

Analisa keuangan adalah proses penilaian kondisi keuangan sebuah perusahaan atau individu dengan cara mempelajari laporan keuangan dan indikator terkait. Tujuannya untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan risiko dalam aspek keuangan.

6.3.1 Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas adalah rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari penjualan, aset, maupun modal yang digunakan dalam suatu periode tertentu.

1. *Gros Profit Margin (GPM)*

Gross Profit Margin (GPM) adalah rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba kotor dari penjualan bersih setelah dikurangi harga pokok penjualan (HPP). Berikut adalah *Gros Profit Margin (GPM)* dari tahun pertama sampai tahun ke lima.

- *Gros Profit Margin (GPM) Tahun 1*

$$\text{Gros Profit Margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Total Pendapatan}} \times 100$$

$$\text{Gros Profit Margin} = \frac{\text{Rp. 61.141.700}}{\text{Rp. 248.826.200}} \times 100$$

$$\text{Gros Profit Margin} = \text{Rp. 0,24572} \times 100$$

$$\text{Gros Profit Margin} = 24,57\%$$

Berdasarkan perhitungan *Gross Profit Margin* pada tahun pertama, hasil yang didapatkan sebesar 24,57% yang artinya menunjukkan *Gross Profit Margin* yang besar jadi bisa dikatakan bahwa proses operasional dari *Platform Marketplace SULUT MART* dalam keadaan baik.

- *Gros Profit Margin (GPM) Tahun 2*

$$\text{Gros Profit Margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Total Pendapatan}} \times 100$$

$$\text{Gros Profit Margin} = \frac{\text{Rp. 83.951.200}}{\text{Rp. 271.074.200}} \times 100$$

$$\text{Gros Profit Margin} = \text{Rp. 0,30969} \times 100$$

$$\text{Gros Profit Margin} = 30,96\%$$

Berdasarkan perhitungan *Gross Profit Margin* pada tahun ke dua, hasil yang didapatkan sebesar 30,96% yang artinya menunjukkan *Gross Profit Margin* yang besar jadi bisa dikatakan bahwa proses operasional dari *Platform Marketplace SULUT MART* dalam keadaan baik.

- *Gros Profit Margin (GPM) Tahun 3*

$$\text{Gros Profit Margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Total Pendapatan}} \times 100$$

$$\text{Gros Profit Margin} = \frac{\text{Rp. 107.873.100}}{\text{Rp. 294.434.600}} \times 100$$

$$\text{Gros Profit Margin} = \text{Rp. 0,36637} \times 100$$

$$\text{Gros Profit Margin} = 36,63\%$$

Berdasarkan perhitungan *Gross Profit Margin* pada tahun ke tiga, hasil yang didapatkan sebesar 36,63% yang artinya menunjukkan *Gross Profit Margin* yang besar

jadi bisa dikatakan bahwa proses operasional dari *Platform Marketplace* SULUT MART dalam keadaan baik.

2. *Net Profit Margin (NPM)*

Net Profit Margin (NPM) adalah salah satu rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih dari setiap penjualan bersihnya.

- *Net Profit Margin (NPM)* Tahun 1

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Pendapatan}} \times 100$$

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Rp. 58.084.615}}{\text{Rp. 248.826.200}} \times 100$$

$$\text{Net Profit Margin} = \text{Rp. 0,23343} \times 100$$

$$\text{Net Profit Margin} = 23,34\%$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukan bahwa *Net Profit Margin* tahun pertama sebesar 23,34% yang artinya *Platform Marketplace* SULUT MART mampu untuk memperoleh keuntungan bersih pada tahun pertama sebesar 23,34%.

- *Net Profit Margin (NPM)* Tahun 2

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Pendapatan}} \times 100$$

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Rp. 79.753.640}}{\text{Rp. 271.074.200}} \times 100$$

$$\text{Net Profit Margin} = \text{Rp. } 0,29421 \times 100$$

$$\text{Net Profit Margin} = 29,42\%$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukan bahwa *Net Profit Margin* tahun ke dua sebesar 29,42% yang artinya *Platform Marketplace* SULUT MART mampu untuk memperoleh keuntungan bersih pada tahun pertama sebesar 29,42%.

- *Net Profit Margin (NPM)* Tahun 3

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Pendapatan}} \times 100$$

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Rp. } 102.479.445}{\text{Rp. } 294.434.600} \times 100$$

$$\text{Net Profit Margin} = \text{Rp. } 0,34805 \times 100$$

$$\text{Net Profit Margin} = 34,80\%$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukan bahwa *Net Profit Margin* tahun ke tiga sebesar 34,80% yang artinya *Platform Marketplace* SULUT MART mampu untuk memperoleh keuntungan bersih pada tahun pertama sebesar 34,80%.

3. *Return on Assets (ROA)*

ROA (Return on Assets) adalah rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan memanfaatkan total aset yang dimilikinya. Rumus yang dapat digunakan untuk menghitung *Return on Assets* adalah sebagai berikut :

- *Return on Assets (ROA)* Tahun 1

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Rp. 58.084.615}}{\text{Rp. 64.188.115}}$$

$$\text{Return on Assets} = 0,90\%$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa ROA tahun pertama pada *Platform Marketplace SULUT MART* sebesar 0,90% .

- *Return on Assets (ROA)* Tahun 2

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Rp. 79.753.640}}{\text{Rp. 82.561.140}}$$

$$\text{Return on Assets} = 0,96\%$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa ROA tahun ke dua *Platform Marketplace SULUT MART* sebesar 0,96% .

- *Return on Assets (ROA)* Tahun 3

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Rp. 102.479.445}}{\text{Rp. 105.848.445}}$$

$$\text{Return on Assets} = 0,96\%$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa ROA tahun ke tiga *Platform Marketplace* SULUT MART sebesar 0,96% .

4. Return On Investment

Return of investment merupakan perhitungan nilai yang akan didapatkan dari pada nilai yang diinvestasikan.

- *Return On Investment* tahun 1

$$ROI = \frac{\text{Total penjualan} - \text{Biaya produksi}}{\text{Biaya produksi}} \times 100$$

$$ROI = \frac{742 \text{ Produk} - \text{Rp. 2.885.800}}{\text{Rp. 2.885.800}} \times 100$$

$$ROI = 99\%$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa *ROI Platform Marketplace* SULUT MART sebesar 99%.

- *Return On Investment* tahun 2

$$ROI = \frac{\text{Total penjualan} - \text{Biaya produksi}}{\text{Biaya produksi}} \times 100$$

$$ROI = \frac{816 \text{ Produk} - \text{Rp. 2.885.800}}{\text{Rp. 2.885.800}} \times 100$$

$$ROI = 99\%$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa *ROI Platform Marketplace* SULUT MART sebesar 99%.

- *Return On Investment* tahun 3

$$ROI = \frac{\text{Total penjualan} - \text{Biaya produksi}}{\text{Biaya produksi}} \times 100$$

$$ROI = \frac{897 \text{ Produk} - \text{Rp. 2.885.800}}{\text{Rp. 2.885.800}} \times 100$$

$$ROI = 99\%$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa *ROI Platform Marketplace SULUT MART* sebesar 99%

6.3.2 Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas adalah rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan aset lancar yang dimiliki.

- *Current Ratio*

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva lancar}}{\text{Hutang lancar}} \times 100$$

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Rp. 58.084615}}{\text{Rp. 0}} \times 100$$

$$100\%$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa *Current Ratio Platform Marketplace SULUT MART* sebesar 100%.

- *Quick Ratio*

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aktiva lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Hutang lancar}} \times 100$$

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Rp. 58.084.615} - \text{Rp. 533.800}}{0} \times 100$$

100%

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa *Quick Ratio Platform Marketplace SULUT MART* sebesar 100%.

- *Cash Ratio*

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas} + \text{Surat berharga}}{\text{Hutang lancar}} \times 100$$

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Rp. 58.084.615} + \text{Rp. 0}}{\text{Rp. 0}} \times 100$$

100%

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa *Cash Ratio Platform Marketplace SULUT MART* sebesar 100%.

6.3.3 Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas adalah rasio keuangan yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menggunakan aset yang dimilikinya secara efisien untuk menghasilkan penjualan atau pendapatan.

- Rasio Perputaran Aset

$$\text{Rasio perputaran aset} = \frac{\text{Penjualan bersih}}{\text{Total aset}}$$

$$\text{Rasio perputaran aset} = \frac{\text{Rp. 444.960.000}}{\text{Rp. 64.188.115}}$$

$$\text{Rasio perputaran aset} = 6,93\%$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa Rasio Perputaran Aset Platform Marketplace SULUT MART sebesar 6,93%.

- Rasio Modal kerja

$$\text{Rasio modal kerja} = \frac{\text{Penjualan bersih}}{\text{Modal kerja}}$$

$$\text{Rasio modal kerja} = \frac{\text{Rp. 444.960.00}}{\text{Rp. 64.188.115}}$$

$$\text{Rasio modal kerja} = 6,93\%$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa Rasio Modal kerja Platform Marketplace SULUT MART sebesar 6,93%.

- Rasio Aset Tetap

$$\text{Rasio aset tetap} = \frac{\text{Penjualan bersih}}{\text{Aset tetap}}$$

$$\text{Rasio aset tetap} = \frac{\text{Rp. 444.960.000}}{\text{Rp. 6.103.500}}$$

$$\text{Rasio aset tetap} = 72,90\%$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa Rasio Aset Tetap Platform Marketplace SULUT MART sebesar 72,90%.

BAB VII

PENUTUP

7.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam business plan ini, dapat disimpulkan bahwa *Marketplace* SULUT MART memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan sebagai *Platform* digital yang membantu UMKM di Kecamatan Mapanget, Kota Manado. *Platform* ini menawarkan solusi pemasaran dan penjualan *online* yang efektif, dengan mempertimbangkan karakteristik dan kebutuhan UMKM lokal.

Analisis kelayakan usaha menunjukkan hasil yang positif, dengan NPV yang tinggi, IRR yang menarik, serta *Payback Period* yang relatif singkat. Hal ini mengindikasikan bahwa investasi pada *Marketplace* SULUT MART memiliki potensi untuk memberikan keuntungan yang signifikan dalam jangka waktu yang wajar.

Selain itu, analisis keuangan menunjukkan bahwa *Platform* ini memiliki profitabilitas yang baik, dengan *margin* laba yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Rasio likuiditas dan aktivitas juga menunjukkan kondisi keuangan yang sehat dan efisien.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Marketplace* SULUT MART layak untuk diimplementasikan dan dikembangkan lebih lanjut sebagai wadah bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar mereka di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Carter, W.K. 2009. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Haque-Fawzi. 2022. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Mahis & Jakson. 2019. *Human Resource Management*. Edisi ke-13. Jakarta: Salemba Empat.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2006 tentang Penyelenggaraan Izin dan Perizinan. Jakarta: Kementerian Dalam Negeri.
- Sukirno, S. 2002. *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Tampi, E., Tawas, H.N. & Poluan, J. 2023. *Strategi pemasaran UMKM dalam menghadapi persaingan digital*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 15(2): 101–110.
- Maulana Hassan Syafrudin, Nunung Nurhasanah. "Perancangan Strategi Penjualan Menggunakan Dinamika Sistem Pada CV. Gajah Mungkur", JURNAL AL-AZHAR INDONESIA SERI SAINS DAN TEKNOLOGI, 2020 Publicatio
- Rusmiyati Rusmiyati, Indah Novita Dewi, Christian Pratama Putra, Ratna Rahmawati. "Tingkat Keuntungan Dan Break Event Point Pembesaran Ikan Lele Sangkuriang (*Clarias Gariepinus*) Di Kecamatan Sangatta Utara", Jurnal Pertanian Terpadu, 2024

Nadhira Afdalia, Chalarce Totanan, Yuldi Mile. "*ANALISIS PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI (HPP) PADA USAHA KECIL MENENGAH (UKM) NARASA ABADI PALU*", SIMAK, 2020

Daumi Rahmatika, Agus Topo Subekti, Ikhsan Juliansyah. "*ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL MESIN PENGADUK DODOL MENGGUNAKAN METODE COST PLUS PRICING*", Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan, 2022

DAFTAR LAMPIRAN

Gambar 1 Lampiran BMC



Gambar 2 CV Penulis 1



Gilang Saputra

MAHASIWA

KONTAK

- @Gilangbayyyuitsme_
- gilangsaputrabayu@gmail.com
- 0882019000886
- Jl. Politeknik permai link 7

PENDIDIKAN

- (2021-Sekarang)**
Politeknik Negeri Manado
D4 Manajemen Bisnis
- (2018-2021)**
SMA Negeri 8 Manado
Jurusan IPS

KEMAMPUAN

- Menguasai Word
- Menguasai Teknik pembuatan PPT
- Pengoprasian Exel

PROFIL

Seorang mahasiswa yang hobi berdiskusi, belajar, dan membaca. Juga seorang mahasiswa yang memiliki ambisi yang besar di dalam membangun bisnis.

PENGALAMAN

MSIB DINKOPUMDAG KOTA SURABAYA

- Membantu mendata para pelaku UMKM
- Melakukan pengembangan UMKM
- Pendampingan pelaku usaha
- Merekap data keuangan UMKM

ORGANISASI

Himpunan Mahasiswa AB

- Anggota aktif Tahun (2021-sekarang)

Himpunan Mahasiswa Islam

- Anggota aktif Tahun (2021-sekarang)

Gambar 3 CV Penulis 2



Ryski Ngadiman

MAHASIWA

KONTAK

-  Ryyyskitsme_
-  ryskingdmn@gmail.com
-  082157683631
-  Jl. PDK link 5

PENDIDIKAN

- (2021-Sekarang)**
Politeknik Negeri Manado
D4 Manajemen Bisnis
- (2018-2021)**
SMA Negeri 9 Manado
Jurusan IPA

KEMAMPUAN

- Menguasai Word
- Menguasai Teknik pembuatan PPT
- Pengoprasian Exel

PROFIL

Seorang Mahasiswa yang hobi mendengarkan musik, dan membaca serta mmiliki keterampilan di berbagai bidang.

PENGALAMAN

- Pembuat Lagu**
 - Membuat lagu
- Pengajar Kelas Keilmuan**
 - Memberikan berbagai ilmu kepada orang-orang

ORGANISASI

- Himpunan Mahasiswa AB**
 - Anggota aktif Tahun (2021-sekarang)
- GMNI Komisariat Politeknik**
 - Anggota aktif Tahun (2021-sekarang)

Gambar 4 CV Penulis 3



Josua Rivaldo Mandey

MAHASIWA

KONTAK

- @Josmndeyy_27
- rivaldomandey@gmail.com
- 085825554663
- Tumaluntung jaga 5

PENDIDIKAN

- (2021-2024)
SMA NEGERI 1 TARERAN
IPS

KEMAMPUAN

- Memiliki sifat yang ramah
- Dapat bekerja dibawah tekanan

PROFIL

Seorang Mahasiswa yang hobi mendengarkan musik, dan membaca.

PENGALAMAN

Peserta WMK Politenik Negeri Manado

- membuat dan menjalankan sebuah usaha

Gambar 5 NIB SULUT MART



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 3004230008895

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

1. Nama Pelaku Usaha	: GILANG BAYU SAPUTRA
2. Alamat	: KEL KIRAGI DUA LINK 6, Desa/Kelurahan Kairagi Dua, Kec. Mapangot, Kota Manado, Provinsi Sulawesi Utara
3. Nomor Telepon Seluler	: +
4. Email	: gilangbayusutra96@gmail.com
4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLU)	: Lihat Lampiran
5. Skala Usaha	: Usaha Mikro

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepastian, pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Laporan Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLKP).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

NIB ini merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai sertifikasi jaminan produk halal berdasarkan pernyataan mandiri pelaku usaha dan setelah memperoleh pembinaan dan/atau pendampingan Proses Produk Halal (PPH) dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 30 April 2023

Menteri Investasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 30 April 2023

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, terlampir dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
 2. Dalam hal terjadi kecurangan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
 3. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.