



MAGANG INDUSTRI - VM 191667

LAPORAN MAGANG INDUSTRI PT. LIQUIMOLY SURABAYA (NOGOGENI ITS TEAM)

**MUHAMMAD SHIDQI HIBATULLAH
10211710010028**

**Dosen Pembimbing
Rizaldy Hakim Ash Shiddieqy, S.T., M. T.
1993201311071**

**Departemen Teknik Mesin Industri
Fakultas Vokasi
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
2021**



MAGANG INDUSTRI - VM 191667

**LAPORAN MAGANG INDUSTRI PT. LIQUIMOLY
SURABAYA (NOGOGENI ITS TEAM)**

**MUHAMMAD SHIDQI HIBATULLAH
10211710010028**

**Dosen Pembimbing
Rizaldy Hakim Ash Shiddieqy, S.T., M. T.
1993201311071**

**Departemen Teknik Mesin Industri
Fakultas Vokasi
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

Yang bertandatangan dibawah ini

Nama : Lie S. Hanfie
NIP :
Jabatan :

Menerangkan bahwa mahasiswa

Nama : Muhammad Shidqi Hibatullah
NRP : 10211710010028
Prodi : S1 Terapan – Teknologi Rekayasa
Konversi Energi

Telah menyelesaikan Magang Industri di

Nama Perusahaan : PT LIQUI MOLY
Alamat Perusahaan : Blok 1 No 23-25, Jalan Kali
Rungkut Ruko Megah Raya Kali
Rungkut, Panjang Jiwo, Kec
Tenggilis Mejoyo, Kota Surabaya,
Jawa Timur, 60292
Bidang : Penyedia Produk Pelumas dan zat
adiktif kendaraan bermotor
Waktu Pelaksanaan : 10 Agustus – 10 Desember 2020

Surabaya,



Lie S Hanafie
NIP

LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Magang Industri
PT LIQUI MOLY SURABAYA
PENGERJAAN *BUSINESS PLAN* NOGOGENI ITS TEAM
PADA AJANG *FORMULA SAE 2020*

Telah disetujui dan disahkan pada presentasi Laporan Magang Industri
Fakultas Vokasi
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya,

Dosen Pembimbing,



Rizaldy Hakim Ash Shiddieqy, ST., MT

NIP 1993201911071

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugerahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Magang Industri ini. Pada kesempatan ini juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Heru Mirmanto, MT. Selaku Kepala Departemen Teknik Mesin Industri
2. Bapak Rizaldy Hakim Ash Shiddieqy, ST., MT selaku dosen pembimbing Magang Industri
3. Bapak Lie Hanafie, ST. Selaku Pembimbing magang PT. LIQUI MOLY
4. Nogogeni ITS Team, sebagai wadah untuk melakukan riset serta anggota-anggota yang menjadi *support* pengerjaan
5. Rahmat Alfiansyah Nasution, Selaku sahabat serta mentor dalam pengerjaan *Business Plan*

Laporan Magang Industri ini disusun sedemikian rupa dengan dasar ilmu perkuliahan dan juga berdasarkan pengamatan langsung di Lapangan dan juga tanya jawab dengan pembimbing PT. LIQUI MOLY

Magang Industri ini merupakan kewajiban bagi mahasiswa di Fakultas Vokasi Departemen Teknik Mesin Industri. Penulis menyadari bahwa laporan ini tidak sempurna maka dari itu penulis sangat menerima saran dan kritikan yang sifatnya membangun.

Demikian laporan Magang Industri ini dibuat, semoga laporan ini dapat bermanfaat. Atas perhatian dan waktunya penulis mengucapkan terima kasih.

Surabaya, Desember 2020

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.1 PT LIQUI MOLY	1
1.2 Lingkup Unit Kerja	2
1.3 Tujuan dan Manfaat Magang Industri.....	3
BAB II KAJIAN TEORIS	4
2.1 <i>Formula Society of Automotive Engineers (FSAE)</i>	4
2.1.1 Sejarah Singkat <i>FSAE</i>	4
2.1.2 <i>Formula SAE Australasia</i>	7
2.1.3 <i>Business Presentation – FSAE Australasia 2020</i>	7
2.2 Perencanaan Bisnis (<i>Business Plan</i>)	8
2.2.1 Pengertian <i>Business Plan</i>	8
2.2.2 Tujuan dan Manfaat <i>Business Plan</i>	8
2.2.3 Aspek Penting dalam Perencanaan Bisnis (<i>Business Plan</i>).....	9
BAB III AKTIFITAS KEGIATAN MAGANG INDUSTRI.....	16
3.1 Ringkasan Kegiatan Magang Industri.....	16
3.2 Rencana pengerjaan <i>Business Plan</i> dalam kegiatan magang industry.....	16
3.2.1 Diagram alir pengerjaan <i>Business Plan</i>	16
3.2.2 Perencanaan waktu pengerjaan <i>Business Plan</i>	21
BAB IV HASIL Pengerjaan DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Tema utama <i>Business Plan</i> Nogogeni ITS Team	23
4.2 Penyusunan materi <i>Business Plan</i> Nogogeni ITS Team.....	24
4.2.1 Deskripsi Perusahaan Nogogeni <i>Company</i>	24
4.2.2 Deskripsi Produk.....	31

4.2.3	Perencanaan Aspek Produksi.....	36
4.2.4	Perencanaan Aspek Manajemen	38
4.2.5	Perencanaan Aspek <i>Marketing</i> /Pemasaran	39
4.2.6	Rencana Perusahaan	46
4.2.7	Analisa Finansial.....	47
4.3	Pembahasan.....	50
BAB V PENUTUPAN		52
5.1	Kesimpulan	52
5.2	Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA		54
LAMPIRAN.....		55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 <i>Logo SAE Australasia</i>	7
Gambar 2. 2 Diagram Alir pengerjaan <i>Business Plan</i> Nogogeni ITS Team.....	17
Gambar 3. 1 <i>Business Model Canvas</i>	19
Gambar 4. 1 a) <i>Building Plan</i> Nogogeni <i>Company</i> ; b) <i>Track/lintasan uji coba</i> pada <i>plan</i> Nogogeni <i>Company</i>	25
Gambar 4. 2 Nogogeni NR01	26
Gambar 4. 3 Grafik <i>Break Even Point</i> Nogogeni NR01	28
Gambar 4. 4 Grafik <i>Cashflow</i> Nogogeni NR01	28
Gambar 4. 5 Logo Nogogeni GP Indonesia	30
Gambar 4. 6 Nogogeni NR02	31
Gambar 4. 7 Grafik Angka Penjualan Nogogeni NR01 Tahun 2015-2020	32
Gambar 4. 8 <i>Aerodynamic Devices</i> pada mobil Nogogeni NR02.....	34
Gambar 4. 9 Suspensi yang digunakan Nogogeni NR02.....	35
Gambar 4. 10 Spesifikasi Suspensi NR02.....	36
Gambar 4. 11 Tabel Segmentasi Pasar untuk Nogogeni NR02	40
Gambar 4. 12 Alexander Albon pembalap asal Thailand sumber: <i>https://www.formula1.com/en/drivers/alexander-albon.html</i>	43
Gambar 4. 13 <i>The Ideal Customer Path: Bow Tie</i>	44
Gambar 4. 14 Grafik <i>Cash flow</i> Nogogeni <i>Company</i> tahun 2021-2025	49
Gambar 4. 15 Grafik <i>Break Even Point</i> produk Nogogeni NR02.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Perencanaan waktu pengerjaan <i>Business Plan</i> Nogogeni ITS Team....	22
Tabel 4. 1 Kuantitas Sumber Daya Manusia Nogogeni <i>Company</i>	26
Tabel 4. 2 Spesifikasi Mobil Nogogeni NR01	27
Tabel 4. 3 Spesifikasi Nogogeni NR02.....	31
Tabel 4. 4 Biaya Produksi Nogogeni NR02.....	37

BAB I

PENDAHULUAN

Magang Industri merupakan salah satu kurikulum pada Departemen Teknik Mesin Industri Fakultas Vokasi Institut Teknologi Sepuluh Nopember, yang diwajibkan dilaksanakan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk dapat menyusun Tugas Sarjana.

Melalui magang industri, mahasiswa diharapkan dapat menerapkan teori-teori ilmiah yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan untuk kemudian dapat dianalisa dan memecahkan masalah yang timbul dilapangan, serta memperoleh pengalaman yang berguna dalam mewujudkan pola kerja yang akan dihadapi nantinya setelah mahasiswa menyelesaikan studinya.

1.1 Profil Perusahaan

1.1.1 PT LIQUI MOLY

PT Liqui Moly, adalah sebuah perusahaan asal Jerman yang menyediakan pelumas serta produk aditif yang digunakan pada kendaraan bermotor. Didirikan sejak tahun 1957 di Ulm, Liqui Moly terkenal lewat produk utama mereka oli yang telah ditambahkan zat aditif *Molibidenum Sulfida* yang diklaim mampu mencegah tingkat keausan pada ruang pembakaran yang tinggi. Saat ini, Liqui Moly telah memasarkan produknya hampir keseluruh dunia dengan lebih dari 4000 produk yakni, pelumas mesin dan roda gigi, pelumas rantai, hingga produk perawatan peralatan berkendara lainnya seperti pembersih helm. Tidak hanya itu, Liqui Moly telah menjadi salah satu sponsor untuk kompetisi balap *Formula 1* dan MotoGP.

PT Liqui Moly juga menjalin mitra dengan salah satu tim riset di Institut Teknologi Sepuluh Nopember yang bergerak dibidang otomotif, Nogogeni ITS Team. Liqui Moly menjadi salah satu *sponsor* yang mendukung dalam bentuk penyedia pelumasan untuk mobil hemat energi serta mobil *Formula SAE* milik Nogogeni ITS Team. Kerjasama ini telah berlangsung sejak tahun 2019 dan berlanjut hingga saat ini yang

berkembang tidak hanya menjadi pendukung dalam keperluan perlombaan, namun juga memberika ruang bagi mahasiswa untuk melatih kemampuan berwirausahaan, dan manajemen di PT Liqui Moly, dengan bentuk Magang Industri. Dalam program Magang Industri ini, anggota Nogogeni ITS Team diberikan pengarahaan dan praktek lapangan tentang bagaimana memamanajemen sebuah usaha *service* atau *tune up* kendaraan bermotor.

- a. **Visi dan Misi**
- b. **Struktur Organisasi**
- c. **Aspek Manajemen**
 1. **Aspek Produksi.**
 2. **Aspek Keuangan**
 3. **Aspek SDM**

1.2 Lingkup Unit Kerja

1. Lokasi Unit Magang Industri

Workshop Nogogeni ITS Team, Departemen Teknik Mesin Industri, Kampus Institut Teknologi Sepuluh Nopember Sukolilo, Kec. Sukolilo, Surabaya, Jawa Timur, 60111

2. Lingkup Penugasan

Pada kegiatan magang industri kali ini. Nogogeni ITS Team sedang melakukan persiapan dan pengerjaan guna berpartisipasi dalam *event* FSAE Australasia. Dalam partisipasinya kali ini, Nogogeni ITS Team ikut ambil andil dalam perlombaan statis (*static event*) yang terdiri dari *Design Event*, *Cost Report*, dan *Business Presentation*. Dalam laporan kegiatan magang industri ini, penulis ditugaskan untuk mengerjakan bagian *Business Presentation*, yang mana akan membahas cara memasarkan produk mobil *Formula student* milik Nogogeni ITS Team.

3. Rencana dan Penjadwalan Kerja

Dalam pengerjaan dan pengerjaan kompetisi *Business presentation* FSAE Australasia 2020. Dibagai menjadi 3 tahapan yakni, persiapan, pengumpulan data, dan penyusunan presentasi. Pengerjaan dilakukan

mulai tanggal 10 Agustus 2020 sampai 10 Desember 2020, dengan jadwal hari kerja senin sampai dengan sabtu pukul 08:00 sampai 16:00.

4. Tujuan Pengerjaan

Adapun kegiatan yang dikerjakan oleh mahasiswa dalam kegiatan magang industri ini bertujuan untuk:

- 1) Mengetahui tata cara pembuatan *business plan* dalam kompetisi *Formula SAE Australasia 2020*
- 2) Membuat perencanaan bisnis penjualan mobil *Formula SAE* Nogogeni guna berkompetisi diajang *Formula SAE Australasia 2020*

1.3 Tujuan dan Manfaat Magang Industri

Ada beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari pelaksanaan Magang Industri ini baik dari pihak mahasiswa, perusahaan maupun perguruan tinggi, yaitu:

1. Bagi Mahasiswa

Dapat meningkatkan wawasan mahasiswa terhadap kondisi nyata perusahaan, meningkatkan kemampuan soft skill, menambah pengalaman pada suatu lingkup pekerjaan yang sesungguhnya dan serta keyakinan akan teori yang diperoleh dari perkuliahan.

2. Bagi Perguruan Tinggi

Tercipta pola kemitraan yang baik dengan perusahaan tempat mahasiswa melaksanakan Magang Industri mengenai berbagai persoalan yang muncul untuk kemudian di cari solusi bersama yang lebih baik.

3. Bagi perusahaan

Adanya masukan bermanfaat yang dapat digunakan untuk meningkatkan produktivitas perusahaan sesuai dengan hasil pengamatan yang dilakukan mahasiswa selama melaksanakan Magang Industri

BAB II

KAJIAN TEORIS

2.1 *Formula Society of Automotive Engineers (FSAE)*

2.1.1 Sejarah Singkat FSAE

Formula SAE (Society of Automotive Engineers) merupakan kompetisi bagi mahasiswa diseluruh penjuru dunia untuk bersaing dalam pembuatan mobil *formula* mulai dari desain, manufaktur, hingga penjualan mobil tersebut yang diselenggarakan oleh *SAE International*. Sejarah diadakannya kompetisi ini diinisiasi oleh salah seorang dosen yang berasal dari *Houston University (Texas)* yaitu, Mark Marshek. Beliau menghubungi pihak *SAE Educational Relations Departement* pada tahun 1978, memberikan inovasi untuk perlombaan *Mini Baja* (sekarang disebut *Mini Indy*). Dari ide yang diberikan Mark Marshek tersebut akhirnya SAE tertarik dan menyetujui ide tersebut, dikarenakan berpotensi untuk menjalin relasi dengan perusahaan-perusahaan besar di bidang otomotif.

2 tahun berselang tepatnya tahun 1980 seorang asisten professor bernama Ron Matthews dari *University of Texas, Austin, Amerika Serikat*. Memulai *UT Student* bagian dari *SAE* pada bulan Januari. Sebulan berselang, kompetisi *Mini Indy SAE* diselenggarakan dengan regulasi yang mengharuskan peserta menggunakan *Briggs & Stratton Engine* bertenaga 5 Hp. Namun, sayangnya kompetisi tersebut (*Mini Indy SAE*) tidak berjalan dengan mulus, dan Ron Matthews bersama mahasiswa dari universitas yang sama melakuakn diskusi untuk mempertimbangkan regulasi baru yang lebih terbuka dan mampu menarik lebih banyak partisipan nantinya. Dari hasil diskusi mereka akhirnya ditetapkanlah kompetisi yang disebut dengan *Formula SAE* yang memperbolehkan pesertanya menggunakan mesin 4 langkah hingga *Wankles and diesels*. Lewat rancangan ini Profesor Matthews menghubungi pihak *SAE*, dan memberikan antusias yang kemudian menyetujui gagasan Profesor Matthews dan ketiga mahasiswanya tersebut.

Kompetisi *Formula SAE* pertama akhirnya diselenggarakan pada tahun 1981. Kompetisi perdana ini menjadi sebuah kompetisi nasional di Amerika Serikat dan diikuti oleh 4 universitas yaitu, *Stevens Institute, University of Tusla, University of Cincinnati, dan University of Texas at Austin* yang tidak lain ditunjuk sebagai tuan rumah kompetisi *Formula SAE*. Event perdana ini juga akhirnya membuat produsen otomotif seperti *General Motors, Ford, Southwest Research Institute*, dan berbagai macam perusahaan pelumas ikut andil bagian menjadi dewan juri.

Dengan format dan regulasi yang terus diperbarui sesuai dengan alur pengembangan riset dan evaluasi tahun ketahun. Terbukti ajang *Formula SAE* menarik minat dan antusias peserta dari berbagai universitas yang ada di Amerika Serikat. Dengan peningkatan antusiasme ini, demi menambah lingkup dari kompetisi ini. Untuk pertama kalinya *SAE* memperkenalkan kategori komba baru yaitu *static event* pada tahun 1985 dengan terobosan paling besar yakni laporan keuangan atau *cost report event*. Tidak hanya penambahan *static event* yang membuktikan bahwa terdapat peningkatan antusiasme atas kompetisi ini, setelah 4 tahun kompetisi dengan *University of Texas* sebagai tuan rumah tunggal, pada 1986 untuk pertama kalinya *Formula SAE* berpindah dari Texas menuju *Lawrence Institute of Technology* yang diselenggarakan di Southfield.

Dengan minat yang semakin tinggi dari tahun ke tahun kompetisi yang awalnya diadakan hanya di Amerika Serikat, lebih tepatnya Michigan. Banyak universitas dan negara yang mulai tertarik untuk mengadakan *Formula SAE* di daerahnya masing masing. Hal ini disambut dengan tanggapan baik dari peserta, perusahaan, dan tim-tim profesional. Maka dari itu pihak pengelola atau panitia akhirnya memustukan untuk menggelar kompetisi ini diberbagai penjuru dunia. Dan saat ini memiliki lebih dari 10 seri yang telah diselenggarakan yaitu:

1. *Formula SAE Michigan (SAE International)*
2. *Formula SAE Lincoln (SAE International)*
3. *Formula SAE California (SAE International)*

4. *Formula SAE Electric Nebraska (SAE International)*
5. *Formula SAE Spain (STA)*
6. *Formula SAE EAST*
7. *Formula SAE Australasia (SAE Australasia)*
8. *Formula SAE Brazil (SAE Brazil)*
9. *Formula SAE Italy (ATA)*
10. *Formula SAE United Kingdom (ImechE)*
11. *Formula SAE Bharat*
12. *Formula SAE Austria (Formula Student Austria)*
13. *Formula Student Germany (FSG e.v)*
14. *Student Formula Japan (JSAE)*

Dipilihnya negara atau wilayah tersebut dilatar belakangi dengan beberapa alasan. Pembagaian sesuai dengan hamper seluruh regional yang ada didunia diharapkan dapat memacu mahasiswa untuk mengembangkan mobil produk mereka sesuai dengan perkembangan dunia otomotif pada wilayah tersebut.

Meskipun sempat tidak digulirkan pada tahu 2007 hingga 2009 namun saat ini *Formula SAE* tetap menjadi sarana bagi mahasiswa untuk mengembangkan diri dalam dunia otomotif yang realistis dan sesuai dengan kondisi kebutuhan pasar dan pengembangan dibidang otomotif saat ini. Mulai dari inovasi dibidang teknis sebuah kendaraan, bagaimana cara memanufaktur kendaraan dengan efektif dari segi dana maupun *human resources*, memajemen sebuah tim, hingga peserta dituntut untuk mengembangkan ide atau cara memasarkan mobil yang diproduksi oleh masing masing tim. Tidak berhenti saat para peserta melombakann hasil karya mereka, disni dewan juri juga akan memberikan *feedback* kepada para peserta untuk mengembangkan riset mereka ditahun yang akan datang, ini sangat berguna untuk menambah *insight* para peserta dan dalam keberlanjutan riset yang mereka bangun. Maka dari itu, *Formula SAE* tidak hanya ajang untuk menjadi tim terbaik, namun juga menjadi ajang untuk menjadi lebih baik dikemudian hari.

2.1.2 *Formula SAE Australasia*



Gambar 2. 1 *Logo SAE Australasia*

Sumber: <https://www.saea.com.au/>

Formula SAE (Society Automotive of Engineering) Australasia adalah sebuah kompetisi untuk tingkat mahasiswa yang diselenggarakan oleh SAE. Kompetisi ini dimulai sejak tahun 2000 hingga saat ini. Kompetisi ini awalnya diselenggarakan di tahun 2000 di You Yangs (Ford Proving Grounds), 2001 diselenggarakan di Lang Lang (Holden Proving Grounds), 2002 diselenggarakan di Carrum Downs (Country Fire Authority Training Ground), 2003 diselenggarakan di Tailem Bend (Mitsubishi Proving Ground), 2004-2013 diselenggarakan di Victoria University dan 2014-2017 diselenggarakan di Calder park, Melbourne. Pada tahun 2018-2019 diselenggarakan di Winton Motor Raceway. Dan pada tahun 2020 event FSAE-A diselenggarakan secara virtual karena kondisi wabah COVID-19, *event* ini akan diselenggarakan pada tanggal 14-18 Desember 2020.

2.1.3 *Business Presentation – FSAE Australasia 2020*

Dalam ajang-ajang sebelumnya kategori *Business Plan* lebih berfokus pada pengembangan perusahaan yang menjual produk *Formula SAEI* dari setiap tim, lain halnya dengan tahun ini yang fokus utamanya pada pengembangan generasi mobil terbaru dari produk *Formula SAE* yang ada sebelumnya. Para peserta diminta untuk memposisikan diri sebagai tim

pengembangan produk yang akan meyakinkan pihak *Senior Management* bahwa produk generasi terbaru yang sedang dikembangkan realistis untuk dimanufaktur, dan dipasarkan.

2.2 Perencanaan Bisnis (*Business Plan*)

2.2.1 Pengertian *Business Plan*

Perancangan Bisnis atau yang sering kita sebut *Business Plan* merupakan perencanaan yang dilakukan ketika kita ingin memulai membangun sebuah bisnis. Menurut Max Coulthard, Andrea Howell, serta Geoff Clarke (1999:3) adalah sebuah keilmuan khusus tentang aktifitas sebuah organisasi, yang merangkum dimana organisasi tersebut, dimana pertanggung jawaban dan dimana arah masa depannya, dan menyatukan program kerja guna meraih hasil yang ditentukan. Serta menurut Megginson (2000) *Business Plan* merupakan sebuah perencanaan tertulis yang memuat tujuan bisnis, cara kerja serta rincian keuangan/pemodalannya lapisan para *owner* serta manajemen serta bagaimana cara menggapai tujuan bisnisnya. Dengan begitu kita dapat menyimpulkan bahwa sebuah *Business Plan* adalah rencana-rencana yang disusun oleh *stakeholder* suatu usaha guna menentukan langkah awal memulai bisnis tentang keuangan dan kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk meraih hasil yang diinginkan.

2.2.2 Tujuan dan Manfaat *Business Plan*

Ketika ingin melakukan sebuah perjalanan sudah pastinya kita perlu menyusun sebuah rencana kemana kita akan pergi dan apa yang akan kita lakukan. Rencana berupa daftar kegiatan, rute perjalanan harus kita siapkan agar nantinya perjalanan yang kita akan lalui berjalan lancar dan sesuai harapan kita. Begitu dalam perjalanan sebuah bisnis. Bisnis sangat rentan akan resiko dan banyak hal-hal terduga. Maka dari itu kita perlu mengantisipasi dinamika yang akan hadir ditengah perjalanan bisnis kita menggunakan perencanaan bisnis (*Business plan*). Perencanaan bisnis disusun dengan serangkaian data yang berisikan kondisi lingkungan, perhitungan keuangan, dan spesifikasi produk kita. Data yang dihimpun ini akan menjadi sebuah analisis kedepannya yang akan menjadi pedoman

dalam sebuah perjalanan bisnis kita nantinya. Lewat perencanaan bisnis kita dapat memprediksi kondisi bisnis serta resiko dan sangat penting ketika kita mengambil keputusan nantinya saat bisnis sudah berjalan. Selain itu, *Business plan* dapat menjadi alat komunikasi kita kepada pihak eksternal guna menjelaskan bisnis yang sedang kita jalani, sehingga akan mempermudah kita saat menyampaikan bentuk dan proyeksi bisnis milik kita kepada pihak ketiga atau investor yang ingin menanamkan modal ke bisnis kita.

2.2.3 Aspek Penting dalam Perencanaan Bisnis (*Business Plan*)

Dalam penyusunan sebuah perencanaan bisnis ada baiknya ketika mengetahui acuan dalam membuat rencana bisnis. Terdapat beberapa aspek penting yang harus dimasukkan dalam rencana bisnis yang kita buat nantinya, sebagai berikut:

1. Deskripsi Bisnis

Perancangan bisnis sudah pasti harus memuat definisi dan rincian mendetail soal bisnis yang akan kita lakukan. Jika kita mengacu pada Rangkuti (2005), didalam latar belakang tentang deskripsi atau profil perusahaan sekurang-kurangnya memuat hal-hal seperti berikut:

- a. Sejarah berdirinya perusahaan
- b. Pihak yang terlibat serta bertanggungjawab dalam jalannya perusahaan
- c. Kondisi finansial/keuangan perusahaan
- d. Proyeksi pengembangan

Dengan hal-hal tersebut perusahaan harus menyediakan informasi yang sangat detail sehingga siapapun yang membacanya dapat memahami bagaimana perusahaan tersebut berjalan dan proyeksi kedepan perusahaan dalam mengarungi dunia bisnis nantinya.

2. Ringkasan Proyeksi Bisnis

Ringkasan ini berisi tentang gambaran singkat mengapa bisnis ini lahir, siapa saja yang melatar belakangi lahirnya bisnis ini, pasar yang menjadi sasaran produk, ringkasan tata kelola proyek bisnis hingga

bagaimana analisa bisnis dari segi finansial agar meyakinkan pembaca bahwa bisnis yang ingin dirintis mampu bertahan dikemudian hari.

3. Produk

Dalam perencanaan bisnis kita juga harus mencantumkan secara detail dan terperinci produk yang akan kita jajakan kepada konsumen. Data tentang produk yang kita jual harus disertai dengan spesifikasi produk baik jasa maupun barang yang kita jual. Lalu kita dapat menyertakan kelebihan produk dari bisnis kita dibandingkan dengan produk kompetitor lainnya. Serta keunggulan lainnya sehingga konsumen mendapatkan alasan untuk membeli atau mendapatkan produk milik bisnis anda.

4. Analisa Pasar

Analisa pasar berisikan tentang analisa yang didasari hasil riset kondisi pasar yang ingin kita tuju. Data yang kita analisa akan menambah pertimbangan dimana kita memilih, menyeleksi serta cara untuk menjangkau pasar tersebut.

5. Analisa Teknik/Produksi

Untuk mengembangkan produk dari bisnis kita, terdapat banyak sekali faktor yang mempengaruhinya. Mulai dari bagaimana produk kita dibuat, material atau bahan baku apa yang kita gunakan, dimana tempat kita akan memproduksi produk kita, dan segala sesuatu yang berkaitan tentang teknis produksi dari bisnis kita juga tidak boleh lepas dari sebuah perencanaan bisnis. Karena nantinya aspek ini akan menimbulkan banyak pertimbangan penting dalam memulai bisnis kita, serta pedoman ketika kita sudah memulai membuat produk yang akan kita tawarkan.

6. Analisa Manajemen

Disetiap fase yang akan kita lalui dalam perjalanan bisnis kita kedepannya, akan muncul berbagai *tools* khusus dalam menyelesaikannya. Contohnya, ketika bisnis kita sedang dalam fase *start up* atau fase berkembang, kita akan menyikapi suatu masalah

dengan pertimbangan untuk segera mendapat *profit margin* dari produk kita. Berbeda dengan bisnis yang sudah mencapai fase stabil, bisnis ini cenderung membuat kebijakan untuk memperluas pasar yang belum mereka sentuh sebelumnya atau mengembangkan produk yang sebelumnya mereka jual. Pertimbangan tersebut erat kaitannya dengan bagaimana kita memajemen bisnis kita, dan diawal membangun suatu bisnis kita harus mulai memprediksi dan Menyusun *milestone* supaya kita memiliki gambaran jelas bagaimana kita harus mengarahkan bisnis kita disetiap fase yang akan kita lewati.

7. Analisa Finansial/Keuangan

Aspek finansial adalah salah satu yang paling penting. Tujuan mempersiapkan analisa finansial dalam sebuah perencanaan bisnis ialah memberi tolak ukur bahwa suatu bisnis ini layak di dijalankan atau tidak. Dalam menganalisa aspek finansial dibutuhkan data-data autentik tentang kebutuhan usaha dan kondisi lingkungan yang ada saat ini. Ada beberapa data yang dibutuhkan dalam menganalisa aspek finansial diantaranya :

a. Kebutuhan Dana

Menghitung total kebutuhan dana yang dikeluarkan untuk memulai sebuah bisnis. Terdiri dari biaya modal kerja, biaya aset dan investasi, serta biaya operasional yang dibutuhkan dalam memproduksi produk dari bisnis kita

b. Sumber Dana

Selain mengkalulasi kebutuhan yang bersifat pengeluaran, kita juga harus mengetahui darimana sumber dana kita dan sebesar apa dana tersebut, terutama pada saat kita ingin memulai suatu bisnis. Secara garis besar sumber pendanaan dari suatu bisnis dibagi menjadi dua yaitu, Modal sendiri/*Equity*, dan Pinjaman/*loan* yang biasanya didapat dari investor dan Bank

c. Menghitung Alur Kas (*Cash flow*)

Dalam sebuah proyek pun kita harus memiliki sebuah laporan demi memonitoring keadaan keuangan dalam bisnis kita. Toto pribadi (2013:15) menyatakan bahwa *cash flow* (Alur kas) adalah laporan yang menggambarkan bagaimana perusahaan mendapatkan dan menggunakan kas dari aktivitas operasi, investasi, dan pendanaan dalam suatu periode. Sedangkan *cash flow* itu sendiri menurut (Supriyanto:2009) alur kas dapat dikelompokkan menjadi dua,

- 1) Pengelempokan pertama, *cash flow* terdiri dari *Cash Out Flow/COF* atau aliran kas yang keluar dari perusahaan dan dilengkapi dengan tanda negatif (-), serta *Cash In Flow/CIF* atau aliran kas masuk ke perusahaan dan diberi tanda positif (+)
- 2) Pengelompokan kedua, aliran kas atau *Cash Flow* dibagi lagi menjadi, yaitu: 1) *Initial Cash Flow*, aliran kas atau dana yang dikeluarkan di awal sebuah proyek (bisnis); 2) *Operational Cash Flow* atau aliran dan yang keluar sebagai biaya-biaya operasional tetapi juga pendapatn operasional. Idealnya pendapatan operasional lebih besar ketimbang biaya operasional; 3) *Terminal Cash Flow*, atau aliran kas di akhir sebuah proyek (bisnis), di akhir proyek akan ada 2 (dua) aliran kas yaitu Pengembalian Modal Kerja dan Nilai Residu/Nilai Sisa, keduanya selalu berupa aliran kas masuk jadi kas di akhir proyek.

d. Menilai Kelayakan Bisnis

Dalam merencanakan sebuah bisnis, kita dapat menentukan bahwa bisnis yang kita jalan layak atau bisa dijalankan atau tidak. Ada beberapa *tools* dengan penilaian rasio yang bisa digunakan untuk menilai kelayakan sebuah bisnis.

- 1) *Gross Profit Margin (GPM)*

Gross profit margin adalah perbandingan penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan dengan penjualan bersih atau

rasio antara laba kotor dengan penjualan bersih, Martono dan Agus Harjito (2014:60).

$$GPM = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Pnejualan}}{\text{Penjualan}}$$

2) *Operating Profit Margin (OPM)*

Operating Profit Margin merupakan perbandingan antara laba usaha dan penjualan. *Operating profit Margin* juga dapat menjadi gambaran apa yang biasanya disebut *pure profit operating profit margin*, menurut Syamsuddin (2009:61).

$$OPM = \frac{\text{Laba Bersih Sebelum Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

3) *Net Profit Margin (NPM)*

Net Profit Margin menurut (Kasmir, 2008:200), adalah besar keuntungan setelah membandingkan keuntungan dengan pajak dan bunga. Rasio ini menunjukkan laba bersih suatu usha.

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

4) *Return of Investment (ROI)*

Return of Invesment adalah sebuah rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan dalam sebuah usaha/proyek bisni menghasilkan keuntungan dari semua dana dan asset yang digunakan untuk operasional perusahaan, S. Munawir (2007:89)

$$ROI = \frac{\text{Laba investasi} - \text{Investasi Awal}}{\text{Besar Invesatasi}} \times 100\%$$

5) *Return of Equity (ROE)*

Return on Equity atau bisa disebut juga *Return on Net Worth* adalah rasio untuk mengukur kemampuan suatu usaha/bisnis menghasilkan laba dari modal tertentu. *ROE* biasanya digunakan oleh pemegang saham sebagai pertimbangan. *ROE* juga dipengaruhi banyaknya hutang perusahaan, semakin besari maka rasio ini juga membesar Sawir (2001)

$$ROE = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Besar Modal Saham}} \times 100\%$$

6) *Break Even Point (BEP)*

Break Even Point adalah sebuah analisa yang ditunjukan untuk mennetukan tingkat penjualan dan bauran produk yang diperlukan agar semua biaya dalam sebuah periode dapat ditutup (mulai mendapatkan keuntungan), yang mana juga dapat digunakan untuk menunjukan suatu titik dimana perusahaan tidaka kan memperoleh laba atau mengalami kerugian. Matz, Usry, dan Hammer (1990)

$$BEP (Unit) = \frac{\text{Fixed Cost}}{\text{Harga jual/unit} - HPP}$$

$$BEP (Uang) = \frac{\text{Total Fixed Cost}}{1 - HPP / \text{Jumlah produk terjual}}$$

7) *Payback Period*

Menurut Rangkuti (2005), *Payback Period* adalah sebuah periode waktu yang menunjukan selam apa modal yang ditanamkan di sebuah bisnis dapat kembali. Semakin singkat

waktu yang digunakan dalam pengembalian investasi maka prospek dari bisnis usaha tersebut makin baik.

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Initial Investment}}{\text{Annual Cash Flow}}$$

8) *Net Present Value (NPV)*

Pengertian *Net Present Value (NPV)* menurut Syafaruddin Alwi (2001:163) merupakan model yang memperhitungkan pola *cash flow* keseluruhan dari suatu investasi, dalam kaitannya dengan waktu, berdasarkan *discount rate* tertentu.

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

NPV = Net Present Value (dalam Rupiah)

C_t = Arus Kas per Tahun pada Periode t

C₀ = Nilai Investasi awal pada tahun ke 0 (dalam Rupiah)

r = Suku Bunga atau discount Rate (dalam %)

BAB III

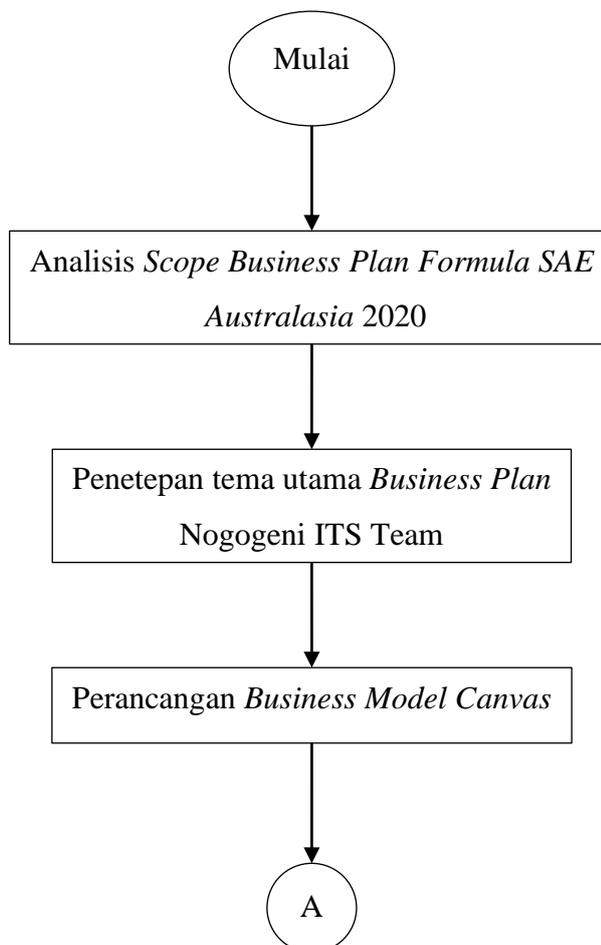
AKTIFITAS KEGIATAN MAGANG INDUSTRI

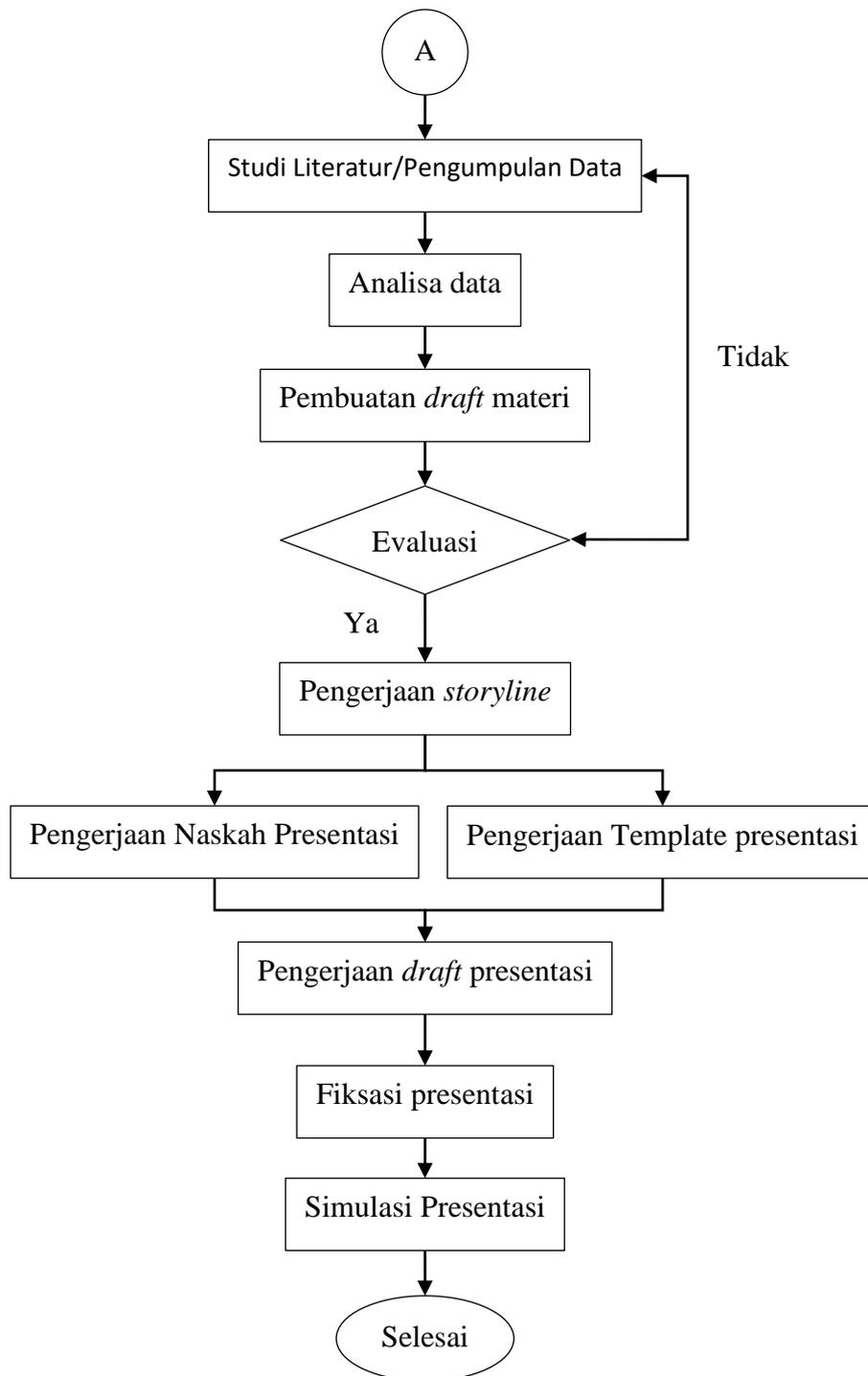
3.1 Ringkasan Kegiatan Magang Industri

Kegiatan magang industri pada kali ini berfokus pada persiapan Nogogeni ITS Team dalam keikutsertaan di ajang *Formula SAE Australasia 2020* yang akan diadakan pada tanggal 14-16 Desember 2020. Setiap mahasiswa yang melaksanakan kegiatan magang industri telah diarahkan kesetiap kategori perlombaan yaitu, *Design Presentation*, *Cost Report*, dan *Business Plan*. Disini penulis mendapatkan bagian dalam perancangan hingga pelaksanaan kategori lomba *Business Plan*.

3.2 Rencana pengerjaan *Business Plan* dalam kegiatan magang industry

3.2.1 Diagram alir pengerjaan *Business Plan*





Gambar 2. 2 Diagram Alir pengerjaan *Business Plan* Nogogeni
ITS Team

Dalam perencanaan dan pengerjaan *Business Plan* guna mengikuti kompetisi *Formula SAE Australasia 2020*. Kami selaku anggota Nogogeni ITS Team membuat sebuah divisi khusus guna menagarui kompetisi kategori *Business Plan*, kami memilih 4 anggota Nogogeni ITS Team untuk fokus membahas, menentukan materi, hingga merancang presentasi. Untuk pengerjaan kami membaginya menjadi beberapa tahapan pengerjaan serta membuat penjadwalan sehingga pengerjaan mampu meraih hasil maksimal dengan waktu yang tersedia. Dengan waktu yang dimulai dari tanggal 10 Agustus 2020 hingga 10 Desember 2020 kami membagi tahapan pengerjaan sebagai berikut

1. Analisa Scope Business Plan FSAE Australasia

Sebelum memulai mengerjakan perencanaan bisnis untuk produk Formula Nogogeni. Kita akan menganalisis tema yang diberikan pihak panitia untuk tahun kompetisi 2020. Kami melakukan forum bersama dengan anggota tim yang berfokus pada kompetisi kategori *Business Plan* untuk mengetahui skenario bisnis yang diberikan oleh pihak panitia

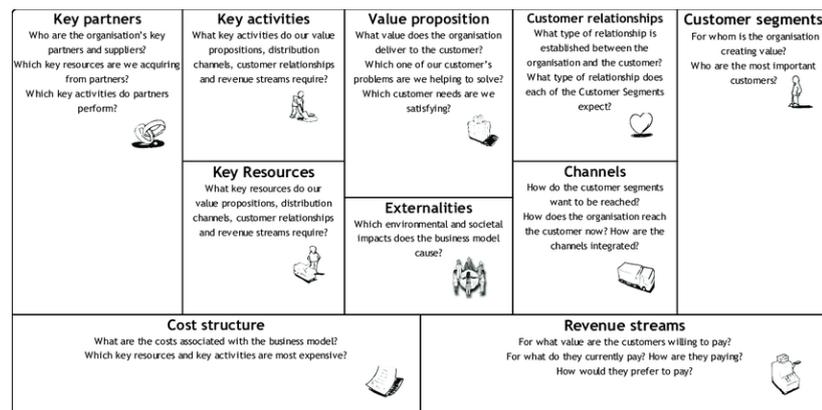
2. Penentuan tema utama Business Plan Nogogeni ITS Team

Setelah memahami scenario bisnis yang diberikan panitia. Kami mencoba mencocokkan scenario yang diberikan pihak panitia dengan kondisi terkini dari tim. Dengan kondisi tim yang baru pertama kali berpartisipasi di kompetisi ini, membuat banyak hal harus dipertimbangkan. Tidak hanya itu penentuan tema yang kita buat harus sejalan dengan laporan keuangan serta scenario yang terdapat pada kategori *Cost Report*.

3. Pengerjaan Materi Business Plan

Untuk pengerjaan materi *Business Plan* yang ingin kami ikuti. Kami memulainya dengan membuat sebuah *Business Model Canvas (BMC)* atau sebuah gambaran umum tentang bisnis yang ingin kita bangun. Didalam *BMC* kita dapat mengelompokkan keperluan-keperluan yang harus dipersiapkan

seperti penjelasan singkat tentang bidang yang bisnis kita geluti, target pasar, siapa saja yang kita targetkan bekerja sama dengan kita, sumber daya apa yang kita perlukan, dari mana kita mendapat uang, hingga bagaimana cara kita dapat menjalin relasi dengan *customer*. Semua dapat kita susun secara garis besar pada *BMC*.



Gambar 3. 1 *Business Model Canvas*

Sumber: *Business Model Canvas for City Logistics* (Turblog, 2011)

Setelah menyusun dan mempertimbangkan isi yang terdapat dalam *BMC* yang telah kami buat. Kami melanjutkan dengan mencari data-data guna membuat landasan yang lebih kuat dalam pemilihan *point-point* yang telah kami cantumkan. Data yang kami kumpulkan berasal dari beberapa sumber terutama dari referensi online. Kami mencoba mencari data dengan tingkat validitas yang tinggi sehingga mampu menjadi acuan untuk menentukan keputusan. Selain itu, pengumpulan data yang kami lakukan terdiri dari beberapa tahapan dan evaluasi sehingga mendapatkan data terbaik guna menyusun materi yang akan kami bawakan. Data yang kami cari nantinya akan menjadi *variable* dalam mengisi atau menentukan aspek-aspek yang harus dianalisa dan selanjutnya dicantumkan dalam

perencanaan bisnis yang kami buat. Aspek-aspek yang tersebut adalah:

- 1) Deskripsi Bisnis
- 2) Ringkasan Perusahaan/Bisnis
- 3) Produk
- 4) Analisa Pasar
- 5) Analisa Produksi/Teknis
- 6) Analisa Manajemen
- 7) Analisa Finansial

Ketika data yang kami kumpulkan sudah cukup, kami akan menyatukan dan menyusun data-data tersebut menjadi sebuah materi *Business Plan*. Dalam tahap penyusunan materi ini, kami juga membuatnya dalam beberapa tahapan yang masing-masing tahapannya kami membuat materi dalam bentuk *draft* untuk dilakukan beberapa evaluasi sebelum nantinya kami menetapkan materi yang ingin kita buat. Dalam meng-evaluasi *draft* yang kita buat, kami mengikutsertakan dosen pembimbing Nogogeni ITS Team untuk memberikan arahan menyusun materi secara baik dan tata penulisan yang benar. Setelah melewati tahap evaluasi dan dinilai sudah tepat dalam segala aspek, baru kami akan menetapkan materi untuk presentasi *Business Plan*.

4. Pengerjaan Presentasi

Dengan berbekal materi perencanaan bisnis yang telah kami susun, kami akan membuat presentasi dan naskah presentasi yang akan kami bawakan. Dalam pengerjaan presentasi ini kami akan membuat *storyline* terlebih dahulu sebagai dasar pembuatan naskah serta konten presentasi. *Storyline* dibuat sebagai alur penjelasan materi perencanaan bisnis yang kita buat, dari mana dan kemana kita menjelaskan materi kita agar dewan juri dapat memahami betul konsep bisnis apa yang ingin

kami buat. Setelah kami menentukan alur untuk menjelaskna bisnis yang kami buat menggunakan *storyline*, kami akan memulai membuat naskah dan menyusun konten presentasi.

5. Simulasi Presentasi

Hasil akan berbanding lurus dengan persiapan, begitu juga dalam kompetisi yang ini kami ikuti ini. Kami menargetkan hasil yang terbaik, maka dari itu untuk mewujudkannya kami harus mempersiapkannya semaksimal mungkin. Sebelum kami benar-benar berkompetisi kami melakukan beberapa kali simulasi presentasi untuk melatih kecakapan dalam menyampaikan materi *Business Plan* kami.

3.2.2 Perencanaan waktu pengerjaan *Business Plan*

Pengerjaan *Business Plan* Nogogeni ITS Team akan dilakukan dengan durasi yang sama dengan kegiatan magang industri yang diselenggarakan dari 10 Agustus 2020 hingga 10 Desember 2020, dengan rincian pekerjaan sebagai berikut:

No	Kegiatan	Waktu
1	Analisa Scope Business Plan FSAE Australasia 2020	10-11 Agustus 2020
2	Penentuan tema pertama Business Plan Australasia 2020 Nogogeni ITS Team	12-15 Agustus 2020
3	Pengerjaan Materi	
	Pembuatan Model Bisnis Kanvas	18-25 Agustus 2020
	Pengumpulan data 1	26 Agustus – 2 September 2020
	Evaluasi data 1	2 September 2020
	Pengumpulan data 2	3-10 September 2020
	Evaluasi data 2	10 September

	Fiksasi data	11-18 September 2020
	Perancangan <i>draft</i> materi 1	19-26 September 2020
	Perancangan <i>draft</i> materi 2	27 September – 4 Oktober 2020
	Fiksais <i>draft</i> materi	5-10 Oktober 2020
4	Pengerjaan Presentasi	
	Pembuatan <i>storyline</i> presentasi	11-18 Oktober 2020
	Membuat <i>template</i> presentasi dan naskah persentasi	19-26 Oktober 2020
	Pembuatan <i>draft</i> presentasi 1	27 Oktober – 3 November 2020
	Pembuatan <i>draft</i> presentasi 2	4-11 November 2020
	Pembuatan Presentasi <i>Business Plan</i> Nogogeni ITS Team <i>Formula SAE Australasia</i> 2020 (sebelum UTS)	12-14 November 2020
	Pembuatan Presentasi <i>Business Plan</i> Nogogeni ITS Team <i>Formula SAE Australasia</i> 2020 (sesudah UTS)	21-27 November 2020
5	Simulasi Presentasi	
	Simulasi 1	30 November 2020
	Simulasi 2	3 November 2020
	Simulasi 3	6 November 2020

Tabel 3.1 Perencanaan waktu pengerjaan *Business Plan* Nogogeni ITS Team

BAB IV

HASIL Pengerjaan dan Pembahasan

4.1 Tema utama *Business Plan* Nogogeni ITS Team

Nogogeni *Company* (Nogogeni ITS Team) adalah sebuah perusahaan yang memmanufaktur serta menjual produk mobil balap roda terbuka berjenis *Formula SAE*, yang telah berdiri sejak tahun 2016 hingga saat ini (2020) dan berbasis di Subang, Jawa Barat, Indonesia. Diawal berdirinya, Nogogeni *Company* telah memproduksi Nogogeni NR01 sebagai produk pertamanya dan telah berhasil memasarkan NR01 hampir diseluruh Indonesia dan mendapatkan respon positif serta *awareness* yang tinggi di Indonesia. Dengan NR01 pula, Nogogeni *Company* berhasil membuat sebuah wadah mengembangkan *skill* pengendara dengan sebuah kompetisi nasional bertajuk Nogogeni GP Indonesia, yang saat ini telah sukses mengadakan tiga kelas kompetisi berbeda.

Setelah kesuksesan di 4 tahun pertama berdirinya perusahaan. Nogogeni *Company* mulai merencanakan langkah selanjutnya memasuki tahun 2021 dengan mengembangkan dan mekomersilkan produk terbarunya NR02. Berbekal dengan *feedback* konsumen ditahun-tahun sebelumnya Nogogeni *Company* memulai merancang NR02 dengan spesifikasi yang dibutuhkan para konsumen. NR02, nantinya akan dilengkapi dengan perangkat aerodinamika yang mampu menambah *downforce* pada kendaraan NR02. Dukungan untuk *handling* dari kendaraan ini juga dibantu oleh pemilihan *shock absorber* baru yang menggunakan jenis *adjustable*. Suspensi ini pastinya membuat para pengendara mampu mengatur tingkat kekerasan dari suspensi mereka, sehingga mereka dapat merasakan pengalaman berkendara yang mereka inginkan. Serta penambahan fitur monitoring pada mobil NR02 supaya para konsumen dapat memantau dan menganalisis kondisi berkendara mereka.

Tidak hanya mengembangkan produk baru, Nogogeni *Company* juga memiliki target untuk mengekspansi penjualan menuju pasar Internasional seperti Thailand, Malaysia, Vietnam hingga India. Pasar Internasional tersebut menjadi target utama penjualan produk NR02, yang diproyeksikan kedepannya mampu

menarik minat yang tinggi hingga dapat mengadakan *event* internasional Nogogeni GP International.

4.2 Penyusunan materi *Business Plan* Nogogeni ITS Team

Penyusunan materi *Business Plan* untuk berkompetisi di *Formula SAE Australasia 2020* diawali dengan membuat *Business Model Canvas* sebagai gambaran besar perusahaan untuk mulai mengkomersilkan produk selanjutnya dari Nogogeni *Company* yakni NR02. Point-point yang terdapat pada *Business Model Canvas* yang sudah ditancang akan di konversikan menjadi bentuk perencanaan bisnis seperti berikut.

4.2.1 Deskripsi Perusahaan Nogogeni *Company*

Nogogeni ITS Team merupakan perusahaan manufaktur mobil lintasan roda terbuka yang berfokus pada pengembangan mobil *Formula SAE* yang berdiri tahun sejak tahun 2016. Nogogeni *Company* memiliki sebuah *plan* produksi di daerah Subang, Jawa Barat. Ditanah seluas ...m³ berdiri bangunan pabrik untuk produksi, kantor pemasaran, Gudang penyimpanan, serta fasilitas *track* terbuka yang dipergunakan untuk uji coba mobil yang telah selesai melalui tahap manufaktur maupun digunakan para konsumen untuk merasakan sensai mengendarai produk Nogogeni *Company*.



(a)



(b)

Gambar 4. 1 a) *Building Plan* Nogogeni Company; b) *Track/lintasan uji coba* pada *plan* Nogogeni Company

1. Sumber Daya Manusia Perusahaan

Deskripsi	Jumlah
Management	3
Accountant	2
Administration	4
Finance	2
Human Development and Resources	4
Head of Production	1
Vehicle Dynamics	7
Body and Frame	7
Engine and Drivetrain	7
Electrical	7
Health and Safety	4
Inventory Control	4
Maintenance	5
Assembly	8

Drafter	4
Quality Control	5
Research and Development	9
Digital Marketing dan Networking	10
Sales and Customer Services	10
TOTAL	103

Tabel 4. 1 Kuantitas Sumber Daya Manusia Nogogeni *Company*

2. Produk Perusahaan



Gambar 4. 2 Nogogeni NR01

Nogogeni NR01

Nogogeni NR01 merupakan sebuah mobil sirkuit balap roda terbuka bertipe *Formula SAE* yang dikembangkan oleh Nogogeni *Company* pada tahun 2016. Nogogeni NR01 menjadi produk pertama yang berhasil diproduksi oleh Nogogeni *Company* dan berhasil meraih banyak pencapaian setelah kehadirannya.

Spesifikasi	
Wheelbase	
Trackwidth	
Ground Clearance	40 mm
Engine	Husaberg 450 FE
Tire	13' Alumunium Alloy
Chassis Construction	20,5 – 7,13 R35B Hoosier
Body Material	Fiberglass
Suspension	Double enequal length A-Arm pushrod actuated, spring and damper
Brakes	Hydraulic disc brake
Transmission	Sprocket and chain with shifter
Steering System	Rack and pinion steering
Fuel Type	RON 98

Tabel 4. 2 Spesifikasi Mobil Nogogeni NR01

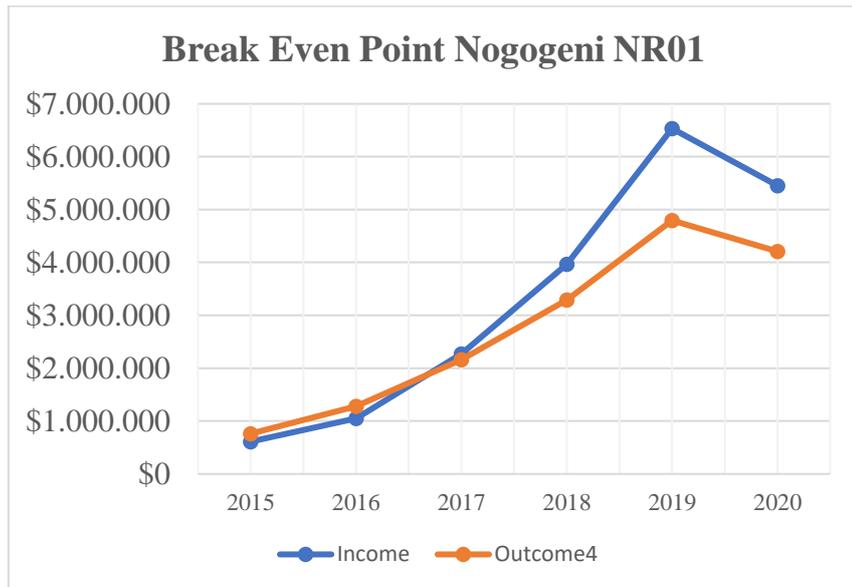
3. *Milestone Perusahaan*

tahun perjalanan perusahaan Nogogeni *Company* telah meraih pencapaian dari berbagai macam sektor. Kesuksesan ini diraih berkat *flagship* pertama perusahaan yakni Nogogeni NR01, yang menjadi pusat perhatian didalam negeri. Berikut adalah pencapaian yang telah diraih Nogogeni *Company* dalam 4 tahun pertamanya.

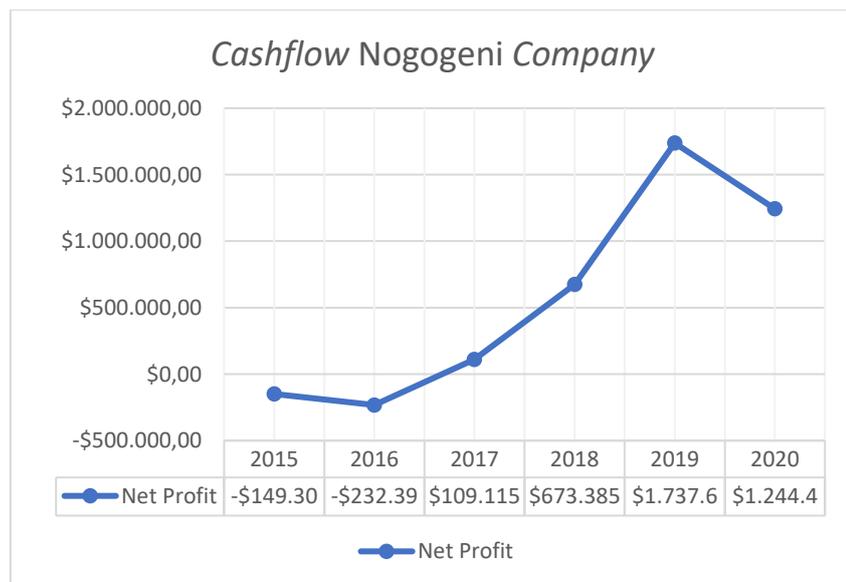
1) Angka Produksi dan Penjualan NR01

Dari segi penjualan produk Nogogeni *Company* meraih angka yang cukup besar dilihat diawal kedatangannya produk Nogogeni NR01 menjadi suatu produk yang pasarnya belum ada sebelumnya. Nogogeni memasukan NR01 kepasar yang hampir mirip seperti *karting* yang notabennya usaha mobil *karting* banyak dikomersilkan dengan membuka peminjaman. Dengan modal pengembangan lintasan *karting* para pengusaha mobil *karting* dapat menjual pengalaman berkendara *karting*.

Begitu pula Nogogeni NR01 mengincar beberapa track *Karting* dan *Road race* yang cocok untuk menjadi arena balap mobil *Formula SAE* Nogogeni NR01. Selain itu, konsep penjualan juga dibuat *direct to customer* baik kepemilikan pribadi maupun untuk para peserta Nogogeni GP Indonesia.



Gambar 4. 3 Grafik *Break Even Point* Nogogeni NR01



Gambar 4. 4 Grafik *Cashflow* Nogogeni NR01

Kesuksesan penjualan ini juga terlihat dari angka keuntungan yang diraih dari penjualan NR01 serta dari *revenue* lainnya. Dalam peluncurannya di 4 tahun awal Nogogeni NR01 berhasil meraih keuntungan sebesar \$ 1,737,692.54, meraih *Break Even Point* pada unit ke 117 yang diraih hanya dengan jangka waktu kurang dari 2 tahun. Sebuah pencapaian luar biasa untuk produk otomotif yang tidak digunakan di jalan konvensional.

2) Kompetisi Nogogeni GP Indonesia

Antusiasme yang tinggi dari para konsumen tidak hanya datang karena keingintahuan konsumen tentang sensasi mengendarai mobil NR01 saja. Namun, banyak ditemui talenta hebat yang terampil serta memiliki kemampuan yang tinggi dalam mengendarai mobil NR01. Inilah yang menjadi landasan pihak Nogogeni *Company* akhirnya membuat wadah unjuk kemampuan dalam mengendarai NR01 dengan tajuk kompetisi Nogogeni GP Indonesia. Kompetisi ini diikuti peserta dari berbagai daerah di Indonesia yang memiliki minat tinggi akan adu kecepatan di lintasan, khususnya mobil. Semenjak diselenggarakannya kompetisi ini tahun 2018. Banyak ditemui pembalap-pembalap hebat yang memiliki potensi untuk melaju dikalahkan mobil balap roda terbuka dikelas yang lebih tinggi. Ini menjadi satu batu loncatan untuk perusahaan melahrikan pembalap nasional yang diproyeksikan mampu mengikuti ajang *Formula 1*. Hingga saat ini kompetisi Nogogeni GP Indonesia telah menyelenggarakan 3 kelas kompetisi yang dikelompokkan oleh umur dan jam terbang, dengan total partisipasi lebih dari 75 pembalap nasional yang mengikuti kompetisi ini. Kompetisi ini telah diselenggarakan di beberapa sirkuit *roadrace* dan *karting* yang ada di Indonesia.



Gambar 4. 5 Logo Nogogeni GP Indonesia

4. Rencana Kedepan Perusahaan

Memasuki tahun ke-5 berdirinya perusahaan *Nogogeni Company* mencoba menyusun target-target yang ingin diraih di fase ini. *Nogogeni Company* merencanakan 3 target utama untuk mengarungi perjalanan usahanya dalam jangka waktu 5 tahun kedepan (2021-2025). Target yang direncanakan ialah:

1. Mengembangkan dan menjual produk selanjutnya, *Nogogeni NR02*
2. Memperluas pasar penjualan ke pasar Internasional
3. Menyelenggarakan kompetisi internasional dengan nama *Nogogeni GP Internasional* yang diikuti peserta yang berasal dari negara tujuan pasar.

4.2.2 Deskripsi Produk



Gambar 4. 6 Nogogeni NR02

Produk kedua dari Nogogeni *Company* ialah NR02, sebuah produk penerus NR01, yang dilengkapi dengan beberapa pembaharuan yang telah disesuaikan sesuai dengan *feedback* yang diterima dari para konsumen NR01 sebelumnya.

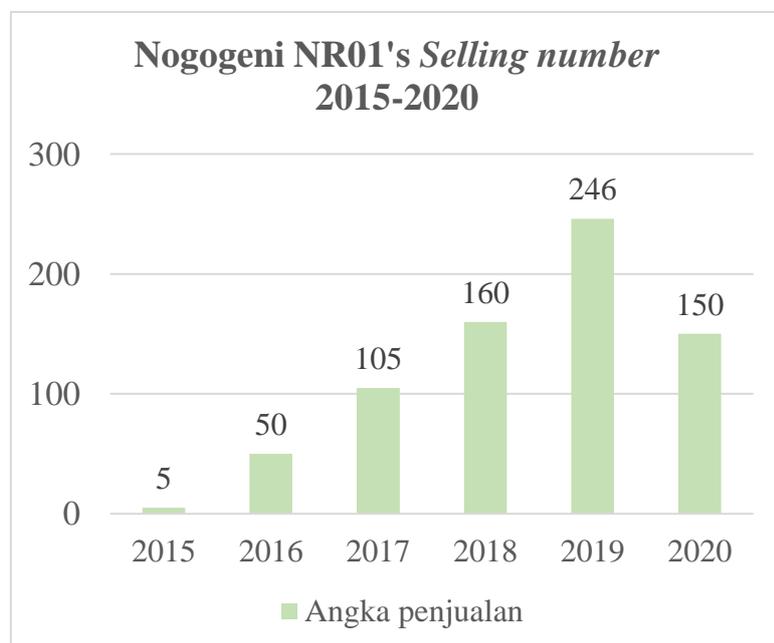
Spesifikasi	
Wheelbase	1550 mm
Trackwidth	1220/1120 mm
Ground Clearance	40 mm
Engine	Husaberg 450 FE
Tire	13' Aluminium Alloy
Chassis Construction	20,5 – 7,13 R35B Hoosier
Body Material	Fiberglass
Suspension	Double unequal length A-Arm pushrod actuated, spring and damper
Brakes	Hydraulic disc brake
Transmission	Sprocket and chain with shifter
Steering System	Rack and pinion steering
Fuel Type	RON 98

Tabel 4. 3 Spesifikasi Nogogeni NR02

1. Parameter *Upgrading* produk

Dalam pengembangan suatu produk pastinya kita harus memiliki parameter atau ingin diarahkan kemana alur pengembangan produk kita. Dan tidak lupa pula alasan-alasan lain mengapa kita harus mengeluarkan produk baru penerus produk sebelumnya. Dalam perancangan NR02, ada beberapa faktor yang mendukung mengapa kami mengembangkan Nogogeni NR02

A. NR01's *Product Life Cycle*



Gambar 4. 7 Grafik Angka Penjualan Nogogeni NR01 Tahun 2015-2020

Berdasarkan grafik NR01's *selling number* diatas dapat kita lihat angka penjual NR01 ditahun 2020 (tahun ini) sudah mulai mengalami penurunan. Dalam *business' life cycle* ketika sebuah produk sudah mulai memperlihatkan angka penerunan, dimana hal ini menandakan bahwasannya umur penjualan produk NR01 sudah melewati fase *maturity* (dewasa) atau fase puncak penjualannya ditahun 2019

dengan angka penjualan 246 unit per unit. Ditahun 2020, produk telah memasuki fase *decline*, dan untuk mencegah kerugian akibat penurunan jumlah penjualan pertahun lebih besar. Ini adalah waktu dimana *Nogogeni Company* harus melakukan inovasi atau pembaruan produk agar mampu menarik minat konsumen untuk membeli produk dari perusahaan ini.

B. *Customer's feedback*

Komitmen kami adalah membuat produk yang kompetibel dan sesuai dengan kebutuhan market, serta konsumen. Maka dari dalam perancangan serta perancangan NR02, *Nogogeni Company* juga mengambil masukan dari para konsumen untuk mengetahui kelebihan maupun kekurangan dari produk sebelumnya, bahkan apa yang konsumen harapkan. Maka dari itu, *customer's feedback* menjadi salah satu landasan penting dalam membangun mahakarya kedua *Nogogeni Company* ini.

C. Alur riset perusahaan

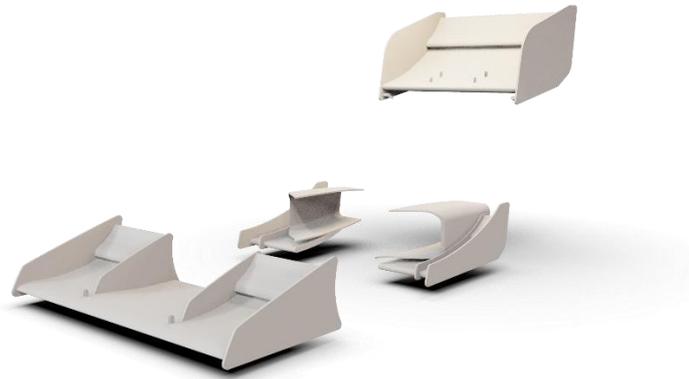
Salah satu visi perusahaan adalah melahirkan pembalap handal nasional untuk berkompetisi pada ajang *Formula 1*. Dengan visi yang dimiliki perusahaan ini pengembangan mobil *Nogogeni NR02* diarahkan menuju spesifikasi teknis yang mendekati mobil *F1* namun memiliki bentuk yang lebih *compact* serta lebih ramah dengan masyarakat awam.

2. Keunggulan Produk NR02

Setelah mendapatkan parameter pengembangan produk. Kami memutuskan untuk melakukan penambahan dalam beberapa bagian yang ada didalam kendaraan NR01. Penambahan ini, pastinya sejalan dengan kebutuhan pasar serta *feedback* yang telah diberikan oleh konsumen yang telah memiliki maupun mencoba mengendarai

NR01. Berikut adalah pembaruan yang hadir dalam produk terbaru Nogogeni *Company*, NR02.

1) Perangkat Aerodinamis (*Aerodynamic Devices*)



Gambar 4. 8 *Aerodynamic Devices* pada mobil Nogogeni NR02

Salah satu perangkat yang sangat ingin dikembangkan Nogogeni *Company* adalah *Aerodynamic Devices*. Dengan keadaan keuangan yang saat ini telah terbilang baik. Nogogeni *Company* akhirnya memasang perangkat ini ke mobil produksi terbaru NR02. Perangkat ini akan menambahkan *downforce* pada kendaraan sehingga memiliki *grip* yang lebih baik serta kecepatan yang lebih pula dari produk generasi sebelumnya (NR01) yang tidak dilengkapi dengan *aerodynamic devices*

2) Sistem *monitoring*

Bagi pengendara profesional, mengendarai sebuah mobil balap tidak hanya untuk bersenang-senang untuk mendapatkan kepuasan. Mereka juga berlatih untuk meningkatkan *skill* yang mereka miliki. Untuk membantu para pengendara mengevaluasi hasil berkendara mereka. Maka Nogogeni *Company* memberikan sebuah sistem *monitoring* yang dapat diakses langsung oleh pembalap

maupun tim teknis dari pembalap tersebut. Adapun hal-hal yang dapat dipantau oleh sistem *monitoring* pada kendaraan Nogogeni NR02, adalah:

1. Kecepatan
2. *RPM* mesin
3. Posisi *steering*

Sensor-sensor tersebut dipilih mengingat faktor yang dipindai adalah faktor yang sangat dapat memproyeksikan keadaan pengemudi ketika sedang mengendarai NR02. Hal ini mampu menjadi bahan evaluasi bagi para pembalap guna mendapatkan hasil terbaik saat mengendarai NR02 nantinya.

3) Suspensi *adjustable*



Gambar 4. 9 Suspensi yang digunakan Nogogeni NR02

Sumber: <https://pitstopbikes.com/2015/04/04/rear-shock-fox-van-rc/>

Handling adalah salah satu nilai penting dari sebuah mobil balap. *Handling* yang baik membuat pengendalian kendaraan akan jauh lebih mudah. Dan itu menjadi satu kunci penting saat berkompetisi di ajang balapan. Untuk memberikan *handling* yang maksimal kepada para konsumen khususnya para pembalap Indonesia GP Nogogeni. Kami melengkapi NR02 dengan suspensi baru berjenis *adjustable shock absorber*. Suspensi ini akan

memberikan banyak pilihan pengaturan bagi pengendara, sehingga dapat mendapat tingkat kekerasan suspensi yang diinginkan disetiap lintasan yang dihadapi. Suspensi yang nantinya dipasang pada NR02 memiliki spesifikasi sebagai berikut:

Front	E to E 250 mm
	Stroke 57,5-75
	Srping Rate 150 lb/in
Rear	E to E 250 mm
	Stroke 67.5-75
	Spring Rate 300lb/in
Adjusment Suspension	High and low rebound
	High and low compreesion
	Preload spring adjusment

Gambar 4. 10 Spesfikasi Suspensi NR02

4.2.3 Perencanaan Aspek Produksi

1. Bahan Baku

Aerodynamic Devices

Untuk bahan baku dalam memproduksi generasi terbaru mobil Nogogeni NR02, tidak diperlukan tambahan jenis *raw material*. Dikarenakan dalam pembuatan *aerodynamics devices* tetap menggunakan material yang sama seperti material *body* yakni *fiberglass*. Yang dibutuhkan pengadaan *fiberglass* yang akan lebih banyak dari segi volume. Penambahan material juga diperlukan untuk membuat *mounting* dari perangkat aerodinamik yang kita buat. Material seperti *allumumium* serta *steel tube AISI 1020* yang juga digunakan dalam pembuatan *mounting* dari *differential* serta material yang digunakan untuk *wishbone* pada kaki-kaki Nogogeni NR01.

Monitoring Devices dan Shock Absorber

Untuk pembaruan pada bagian *Monitoring devices* serta *shock absorber* dari NR02 juga tidak perlu melakukan pengadaan material. Dikarenakan pengerjaan *Monitoring devices* akan dilakukan dengan pihak ketiga yang berasal dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berasal dari produk lokal. Sedangkan untuk *shock absorber* yang digunakan kita akan bekerja sama dengan pihak ketiga, perusahaan penyedia dan produksi *shock absorber* dengan merk FOX, dengan spesifikasi sebagai berikut

2. Perlengkapan

Dari sisi perlengkapan untuk memproduksi Nogogeni NR02, memerlukan tambahan mesin *vacuum* guna mempertahankan efektifitas proses pengerjaan mobil dimana pembuatan *aerodynamic devices* tidak perlu menunggu pengerjaan *body* selesai terlebih dahulu. Selain itu, dengan adanya penambahan pekerjaan, untuk *project* ini diperlukan tambahan *tool kits* serta mesin *CNC* untuk pengerjaan *mounting front and rear wings*, serta proses *assembly* yang lebih cepat.

3. Biaya Produksi Noogeni NR02

	Materials	Process	Fasteners	Tooling	Total
Branke System	\$ 676.53	\$ 73.26	\$ 0.75	-	\$ 750.55
Engine & Drivetrain	\$ 3,091.4	\$ 1,120.3	\$ 69.80	\$ 1.33	\$ 4,288.87
Frame & Body	\$ 1,059	\$ 3,292.8	\$ 50.3	\$ 129.57	\$ 4,531.69
Electrical	\$ 976.43	\$ 210.99	\$ 27.15	\$ 0.82	\$ 1,215.38
Miscellaneous, Finish, & Assembly	\$ 285.54	\$ 376.00	\$ 0.76	\$ 5.23	\$ 797.34
Steering System	\$ 114.52	\$ 173.78	\$ 5.07	-	\$ 293.38
Suspension System	\$ 1,113.32	\$ 762.07	\$ 19.50	\$ 5.00	\$ 1,899.90
Wheels, Wheel Bearing, & Tire	\$ 864.05	\$ 225.83	-	-	\$ 1,089.88
Total	\$ 8,181.83	\$ 6,235.05	\$ 173.34	\$ 141.96	\$ 14,861

Tabel 4. 4 Biaya Produksi Nogogeni NR02

4.2.4 Perencanaan Aspek Manajemen

Untuk aspek manajemen sumber daya manusia yang ada pihak perusahaan akan membutuhkan tambahan SDM diawal pengerjaan NR02. Dikarenakan terdapat bagian dari mobil yang bertamabah. Tambahan SDM untuk pengembangan mobil akan membuat sebuah divsi baru khusus mengerjakan *aerodynamiv devices* serta bagian *Reasearch and Development* guna keberlanjutan riset dari perangkat aerodinamika.

Tidak hanya itu, untuk memasarkan produk keluar negeri, dibutuhkan SDM tambahan pada divisi *sales and customer services*, untuk ditugaskan bernegosiasi dan mejalin relasi dengan pihak yang ada di negara tujuan. Pastinya dibutuhkan calon pegawai yang kompeten dan cakap dalam berbicara dengan Bahasa Inggris

4.2.5 Perencanaan Aspek *Marketing*/Pemasaran

1. Segementasi Pasar

Geografis dan Demografis	Psikografis	Behavioral
Pengusaha dari setiap negara	Dengan peluang yang besar untuk menjadi pemilik usaha peminjaman <i>Formula SAE</i> yang pertama di negara asal. Membuat para pengusaha dengan uang yang berlimpah tidak akan menyianiyakan kesempatan ini.	Para pengusaha dengan relasi yang banyak dapat membantu meningkatkan penyebaran <i>awareness</i> di negara tujuan
<i>Angel Investor</i>	Kami menargetkan ada beberapa <i>angle investor</i> untuk mendapatkan kesempatan memutar uagn yang diberikan	Sebagai alternatif investasi serta membantu operasional produksi diawal-awal terjun ke pasar internasional
Pengelola Peminjaman Sirkuit <i>karting</i>	Dengan <i>awareness</i> dan keberhasilan produk peratama NR01 di Indonesia dengan tingkat ekonomi dan antusias yang hampir sama, pengelola atau pemilik usaha <i>karting</i> pastinya akan mempertimbangkan untuk membuka usaha yang sama di negara asalnya	Sirkuit peminjaman mobil <i>karting</i> menjadi tempat termudah untuk konsumen mendekat ke produk NR02. Dengan harga pinjam mereka mampu merasakan

		<i>experience</i> mengedairai <i>Formula SAE</i>
Peserta Nogogeni GP	Para peserta pastinya akan membeli produk NR02, terutama untuk berkompetisi dikancah Nogogeni GP. Selain itu untuk keperluan <i>trial</i> dan riset pastinya mereka harus memiliki Nogogeni NR02.	Target ini sebagai pemasukan pasti, karena peserta wajib menggunkan produk jadi produksi dari Nogogeni <i>Company</i>
Pemilik Nogogeni NR01	<i>Upgrade</i> yang dimiliki NR02 sejatinya dapat di <i>plug and play</i> dan diimplementasikan ke Mobil Nogogeni NR01. Dengan penawaran harga yang sesuai, konsumen sebelumnya akan tertarik untuk menaikin kelas Nogogeni NR01, mengikuti tren pasar nantinya	Target yang diberikan kepada pemilik Nogogeni NR01, menjadi <i>income</i> alternatif atau <i>other revenue</i> , guna membantu dana <i>Research and Development</i> kedepan

Gambar 4. 11 Tabel Segmentasi Pasar untuk Nogogeni NR02

2. Strategi Pemasaran

A. Marketing Mix (4p)

1) Product

Nogogeni NR02 adalah generasi kedua dari produk *flagship* Nogogeni sebelumnya. NR02 merupakan mobil balap roda terbuka yang diperuntukan untuk masyarakat awam maupun kalangan profesional yang berpartisipasi dalam ajang Nogogeni GP Indonesia

2) Place

Nogogeni berasal dari Indonesia tepatnya berada di Subang, Jawa Barat. Tempat ini dipilih karena strategis serta memiliki tingkat upah pekerja yang cocok untuk melakukakn *start-up*. Untuk pengembangan NR02, tetap dilakukan di *plan* Subang.

3) Price

Produk terbaru NR02 Memiliki harga satuan \$19,500. Namun kita akan memasarkannya dekat paket *franchise* dengan harga \$290,000 serta *upgrade option* untuk para konsumen yang telah memiliki mobil Nogogeni NR01.

4) Promotion

Dalam rencana mengenalkan NR02 kepublik, kami menggunakan *platform online* sebagai alat untuk mengenalkan produk kami. Dengan membangun promosi yang *massive* serta pembuatan konten promosi bersama *influencer*, diharapkan akan membantu mempercepat memperkenalkan produk ke pasar.

B. Franchise System

Untuk mengefisiensikan biaya akomodasi dan membuka pasar dengan waktu yang lebih singkat. Penjualan Nogogeni NR02 akan dijual dalam bentuk paket pembelian *franchise*.

Franchise atau yang bisa diartikan dengan bisnis waralaba, adalah suatu cara melakukan kegiatan usaha yang didasarkan pada hubungan yang berkesinambungan antara pembeli waralaba (*franchisor*) dengan penerima waralaba (*franchisee*). Hubungan ini meliputi sistem distribusi, dimana seorang penerima waralaba diperkenankan mengelola usahanya sendiri supaya dapat memanfaatkan sistem distribusi milik pemilik waralaba, Iwanto (2006:197). Untuk menjual atau memberi pelayanan dari produk dibawah nama *franchisor*, *franchisee* biasanya akan membayar *fee (royalty)* kepada *franchisor* terhadap aktivitas yang mereka lakukan, Saliman (2014:58). Dengan sistem ini calon konsumen akan menjadi mitra perusahaan ketika mereka setuju untuk mengembangkan bisnis di negara asalnya. Dengan paket penawaran 10 unit mobil beserta *monitoring station* dan perlengkapan usaha lainnya. Nantinya, mitra *Nogogeni Company* yang bekerjasama akan diberihakan hak untuk mengatur sistem usaha mereka dengan produk *Nogogeni Company* yang mereka punya. Dan diakhir satu periode pihak *franchisee* akan melakukan bagi hasil atas berjalannya bisnis mereka.

C. *Upgrading Option*

Nogogeni Company tidak melupakan konsumen yang pernah menjadi mitra/pembeli produk *Nogogeni NR01*. *Nogogeni* menawarkan *upgrade option* untuk mobil *Nogogeni NR01* dengan perangkat lengkap *NR02* yaitu *aerodynamic devices*, *monitoing system*, dan *adjustable shock absorber*. Konsumen yang telah memiliki *NR01* akan mendapatkan penawaran khusus untuk melakukan *upgrade* beserta jasa pemasangan yang gratis.

D. *Nogogeni Academy*

Nogogeni Academy adalah sebuah program yang ditawarkan *Nogogeni Company* kepada para calon pembalap muda yang ingin mengasih *skill* berkendara mereka menggunakan *Nogogeni NR02*. Program ini akan dilaksanakan dalam 3 kali pertemuan mulai dari pengenalan kendaraan, uji coba, dan uji coba ketangkas terakhir berkompetisi dengan peserta lainnya.

E. *Digital Marketing (Social Media Marketing)*

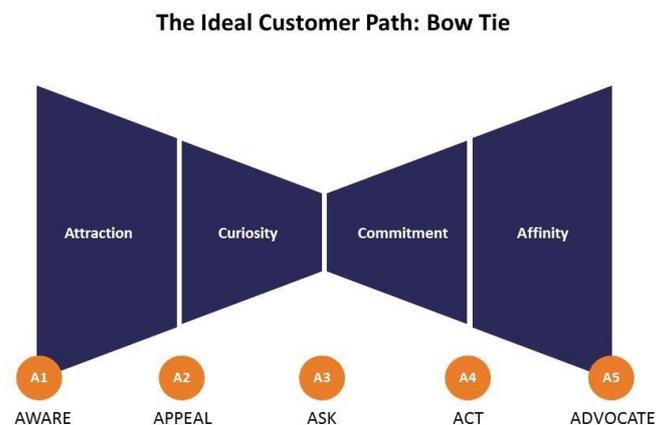
Ketika ingin membangun *brand awareness* yang harus kita lakukan adalah memulai untuk memperkenalkan para calon konsumen tentang apa yang kita punya. Salah satu cara yang paling mudah saat ini adalah menggunakan jejaring media sosial. Menggunakan media sosial seperti *Instagram*, *YouTube* kita dapat membuat suatu konten yang berkolaborasi dengan *influencer* dari tiap market. Contohnya, di Thailand ada Alexander Albon, seorang pembalap *Formula 1* berkewarganegaraan Thailand yang meningkatkan antusiasme masyarakat setempat kepada dunia otomotif khususnya, balap mobil.



Gambar 4. 12 Alexander Albon pembalap asal Thailand sumber:
<https://www.formula1.com/en/drivers/alexander-albon.html>

Metode ini akan dilakukan setiap produk mulai memasuki negara-negara target penjualan baru. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness* ketika produk Nogogeni NR02 memulai memijaki suatu pasar, agar masyarakat atau calon konsumen mengetahui serta berminat untuk membeli produk Nogogeni NR02.

F. *Customer Path Analysis*



Gambar 4. 13 *The Ideal Customer Path: Bow Tie*

Customer path analysis adalah sebuah alat untuk mengidentifikasi untuk membuat tahap-tahapan dan memposisikan kondisi *marketing* yang harus dijalani sebuah bentuk usaha. Ketika tahap *advocate* (rekomendasi) barulah suatu usaha dapat dikatakan berhasil menjalankan *customer path* bagi konsumennya. Berikut tahapannya untuk NR02

- 1) *Aware*: ditahap ini Nogogeni *Company* akan membangun *brand awareness* menggunakan berbagai *platform* baik *online* maupun *offline*. Contoh pembangunan *brand awareness* sudah dijelaskan pada *Digital Marketing*
- 2) *Appeal*: ketika masuk ketahap *appeal*, konsumen yang mulai tertarik dengan produk, akan diarahkan untuk

membeli ataupun memesan produk pada *website* maupun di *dealer* kami untuk mengetahui informasi lebih lanjut tentang produk kami.

- 3) *Ask*: konsumen yang berniat untuk membeli produk NR02 akan memiliki rasa penasaran yang tinggi. Tahap ini adalah salah satu tahap yang krusial karena ditahap ini konsumen akan banyak melontarkan pertanyaan untuk memastikan apakah dia perlu untuk membeli produk ini atau tidak. Disini kami menyiapkan pelayanan *customer service* disetiap *social media* yang kita miliki siap untuk menjawab rasa keingintahuan konsumen setiap harinya.
- 4) *Act*: dalam tahap ini konsumen akan mencoba menggunakan produk yang kita punya. Disini kami akan memberikan pelayanan khusus untuk mengantarkan produk ke negara tujuan. Tidak hanya itu dengan system penjualan kami yang berbentuk *franchise* kami akan melakukan pelatihan teknis pada kendaraan maupun teknis sebagai operator dalam sebuah peminjaman mobil NR02.
- 5) *Advocate*: Selanjutnya masuk ketahap rekomendasi dimana ini bisa dikatakan sebagai tahap pasca penjualan. Dimana ditahap ini para konsumen yang loyal dan pervaya akan mulai memeberikan testimoni positif kepada para relasi atau kepada calon konsumen lainnya. Untuk melancarkan tahap ini kita boleh melepas relasi dengan konsumen, kita akan tetap memberikan layanan kepada konsumen seperti layanan *service* terintegrasi dan potongan harga untuk *service* unit NR02 selama 2 tahun.

4.2.6 Rencana Perusahaan

Demi meraih hasil/keuntungan yang sebaik-baiknya dari segi finansial maupun tujuan perusahaan. Peluncuran Nogogeni NR02 harus disertai dengan rencana pemasaran dan *developmet* yang terencana. Adapun NR02 ditargetkan berada dipasar selama lebih dari 5 tahun dengan perencanaan sebagai berikut:

1. 2021

- *Launching* Nogogeni NR02
- Memasarkan NR02 dengan skema *franchise* kepasar internasional dengan negara tujuan India, Vietnam, Malaysia, dan Thailand
- Menjual *upgrading option* untuk para konsumen yang telah memiliki NR01
- Membuat konten promosi, berkolaborasi dengan *influencer* yang terdapat pada setiap negara tujuan dengan skala besar.

2. 2022

- Mendapatkan *feedback* serta data penjualan sebagai bahan riset pasar penjualan ditahun 2022
- Menjual NR02 dengan skala yang lebih besar dengan data hasil riset
- Merubah regulasi Nogogeni GP Indonesia agar menggunakan *upgrade option* yang digunakan oleh NR02. Agar nantinya para peserta menggunakan NR02 dalam kompetisi tersebut

3. 2023

- Memperluas pasar penjualan ke negara Asia lainnya serta menuju pasar timur tengah
- Mengadakan Nogogeni GP *International*, yang akan diselenggarakan di Indonesia menggunakan *Sentul International Circuit* dan *Mandalika International Circuit*.

Peserta yang mengikuti kompetisi ini adalah peserta yang berasal dari negara tujuan penjualan

4. 2024

- Menambah peserta dari negara yang baru menjadi pasar penjualan di tahun 2023
- Mengumpulkan *feedback* dari konsumen dari produk NR02 untuk dijadikan landasan pengembangan Nogogeni NR03, yang sesuai dengan pasar negara-negara eropa sebagai pasar penjualan NR03 nantinya
- Pada tahun ini ditargetkan Nogogeni NR02 meraih angka penjual terbesar dengan penjualan produk ke negara negara atau pasar yang belum terjangkau

5. 2025

- *Launching* mobil Nogogeni NR03

4.2.7 Analisa Finansial

1. Kebutuhan Investasi Modal

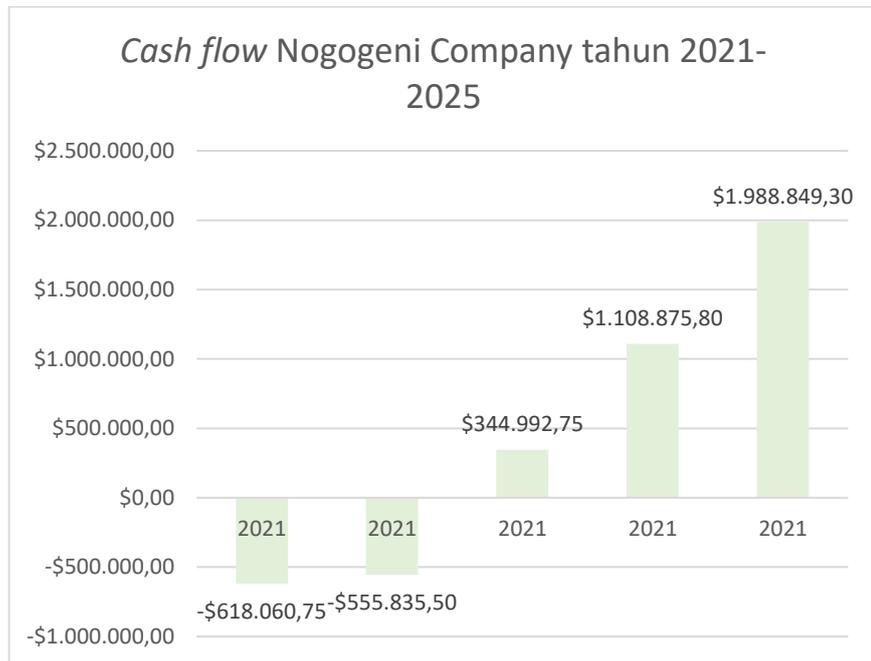
2. Neraca Keuangan

3. *Cashflow Forecast*

(Lampiran)

Sebagai mana yang terlihat dalam *cashflow* Nogogeni *Company* dalam kurun waktu 2021-2025. Tahun 2021 akan menjadi awal penjualan dari Nogogeni NR02. Tiga Dalam 3 metode penjualan yang kita siapkan yaitu; 1) Metode *franchise* dengan harga beli paket yang termasuk 10unit mobil Nogogeni NR02, perlengkapan *monitoring*, serta perlengkapan penunjang usaha lainnya yang dibanderol \$ 254,800.00 untuk pasar Asia Tenggara dan \$ 313,000.00 untuk pasar India dan timur tenga. Akan meraih puncak jumlah pembelian pada tahun ke-4. Diprediksi setelah Nogogeni GP *International* diselenggarakan tahun sebelumnya, minat pasar akan membuka usaha di negara-negara yang menjadi tujuan pasar akan meningkat dengan angka

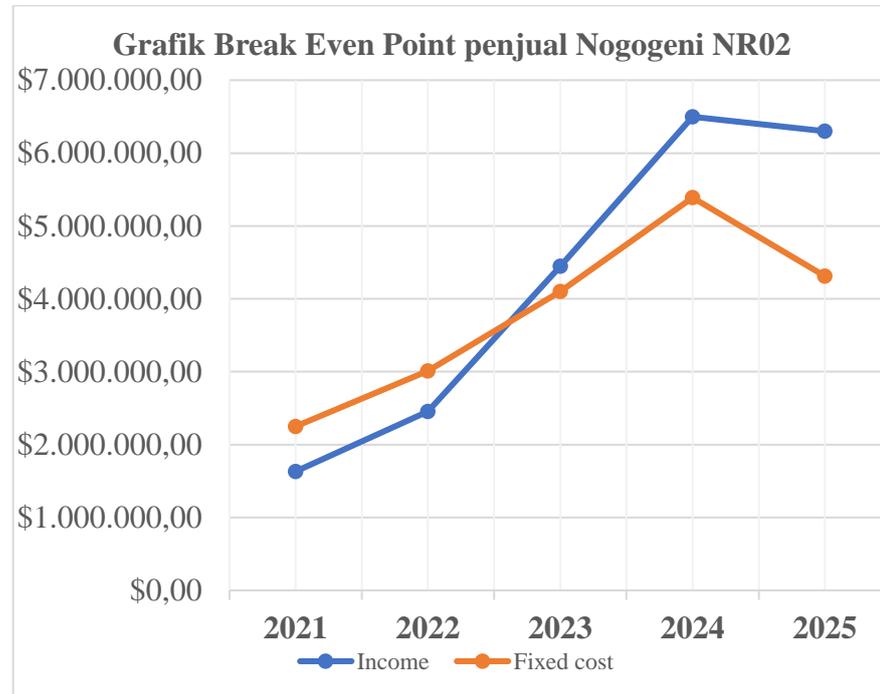
penjualan 12 konsumen akan bekerjasama membuka *franchise Nogogeni Racing* di Asia Tenggara serta 7 mitra baru di pasar India dan Timur Tengah. 2) Dengan metode *upgrading package* bagi pemiliki Nogogeni NR01 yang kita tawarkan dengan pemasangan *aerodynamic devices, monitoring system, serta adjustable shock absorber*, dengan harga \$ 450.00 akan mengalami peningkatan pada tahun kedua setelah *launching* Nogogeni NR02, dengan angka penjualan paket *upgrade* sebesar 60 unit per tahun. Hal ini diprediksi melihat harga yang sepadan dengan perangkat yang diperbarui, terutama untuk mitra pemiliki penyewaan Nogogeni *Formula SAE*. Dengan hadirnya opsi pembaruan para pemilik akan mendapatkan atensi lebih dari para konsumen sebelumnya, karena para konsumen akan ditawarkan dengan rasa berkendara yang jauh lebih baik dari generasi sebelumnya. 3) meskipun tidak menjadi pasar utama pembelian unit NR02 ditargetkan mampu melewati angka 100unit penjualan di Indoensia.



Gambar 4. 14 Grafik *Cash flow* Nogogeni *Company* tahun 2021-2025

Selanjutnya menurut *grafik cash flow* Nogogeni *Company* tahun 2021-2025, terlihat diawal 2 tahun kehadirannya mengalami kerugian. Hal yang wajar dalam bisnis, namun jika melihat tren ditahun tahun selanjut diprediksi akan naik 3 kali lipat bahkan melebihi keuntungan yang diperoleh NR01 pada saat mulai dikomersilkan 5 tahun yang lalu.

4. Break Even Point



Gambar 4. 15 Grafik *Break Even Point* produk Nogogeni NR02

Menurut grafik *break event point (BEP)* yang terdiri dari *income* dan *fixed cost*. Dapat diprediksi bahwa penjualan produk NR02 akan meraih titik *BEP* sebelum masuk tahun ketiga. Dengan *income* yang diraih hingga lebih dari \$ 3,500,000.00.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan semua runtutan dan kegiatan magang indsutri pada kali ini , dihasilkan data sebagai berikut:

1. Proses penyusunan *Business Plan* yang dilakukakn oleh Nogogeni ITS Team berkompetisi pada ajang *Formula SAE Australasia 2020* dijalankan dalam bentuk tim. Adapun tahap-tahapan untuk penyusunannya sendiri terdiri dari beberapa tahap. Pertama tahap persiapan awal, dimana pada tahap ini kami mulai membaca dan menganalisis tema dari *business plan FSAE Australasai 2020*. Setelah mendapat inti dari regulasi yang ada, kami mencoba menentukan tema utama dari bisnis yang ingin kami rencanakan. Ketika pengerjaan tema

utama selesai, kami melanjutkannya ke tahap pencarian data yang diawali dengan pembuatan *Business Model Canvas*, dan dilanjutkan dengan studi literatur serta pencarian data. Data yang sudah didapatkan akan dianalisa sehingga dapat menjadi materi perencanaan bisnis Nogogeni ITS Team. Dalam pengerjaan ini, sebelum kami menetapkan materi kami akan membuat *draft* dievaluasi sampai kami materi kami sudah baik dan benar. Tahapan selanjutnya adalah menyiapkan presentasi yang dimulai dengan pembuatan *storyline*, untuk menjadi landasan pembuatan naskah, disaat bersamaan anggota tim persiapan *business plan* mengerjakan *template* presentasi. Setelah naskah dan *template* siap akan dilanjutkan dengan pembuatan presentasi kompetisi *Business Plan Formula SAE*. Tahap akhir ketika presentasi telah siap, kami akan melakukan simulasi presentasi guna menjadi persiapan akhir menuju kompetisi.

2. Nogogeni *Company* pada tahun 2021 akan menjual produk tererbarunya Nogeni NR02. NR02 akan dipasarkan di pasar Internasional khususnya ke negara Thailand, Malaysia, Vietnam, dan India diawal kehadirannya. Dengan 3 metode penjualan yakni *franchise package*, *upgrade package*, dan penjualan unit per unit. Nogogeni *Company* akan melewati *breakeven point* produk pada tahun ke 3 setelah peresmian dari Nogogeni NR02. Serta keuntungan hingga \$ 1,998,897 ditahun 2025.

BAB V

PENUTUPAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan semua runtutan dan kegiatan magang industri pada kali ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses penyusunan *Business Plan* Nogogeni ITS Team terdiri dari beberapa tahapan utama, yaitu 1) Analisa *scope Formula SAE Australasia 2020*; 2) Penetapan tema *Business Plan* Nogogeni ITS Team; 3) Pembuatan Materi; 4) Pembuatan Presentasi; 5) Simulasi Presentasi
2. Produk kedua Nogogeni *Company* akan dijual ke pasar internasional dengan skema *franchise, upgrade option*, serta penjualan per unit.
3. Dengan hasil analisa produk NR02 akan meraih *breakeven point* pada tahun kedua, dengan keuntungan sebesar \$ 1,998,897 ditahun 2025.

5.2 Saran

Berdasarkan pengerjaan dalam kegiatan magang industri yang telah dilakukan, maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

1. Dalam pengerjaan *business plan* ini jangan sampai ada kesalahpahaman dalam memahami *rules/regulation*. Pembahasan peraturan untuk setiap kategori *event* harus dilakukan sebelum memulai perencanaan pengerjaan *event Formula SAE Australasia* kedepannya.
2. Pembagian *jobdesc* dalam tim penyusunan materi *business plan* harus lebih jelas. Pembagian yang jelas juga harus diikuti dengan kedisiplinan dari setiap anggota untuk menjalankan *jobdesc* yang dimiliki dengan baik.
3. Kesalahan biasa terjadi, berlatih dan terus menambah pengetahuan tentang skema bisnis sangat penting untuk persiapan mengikuti *business plan competition FSAE Australasia 2020*. Terutama pada penyusunan materi yang akan masuk kedalam presentasi harus dikemas dengan metode yang tepat agar dewan juri mudah memahami apa yang ingin kita sampaikan.

4. Kedepannya presentasi yang dibuat harus memiliki data landasan yang lebih lengkap. Supaya pada proses presentasi dewan juri dapat memahami dan yakin akan perencanaan yang dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Supriyanto, (2009). *Business Plan* Sebagai Langkah Awal Memulai Usaha. Volume 6 Nomor 1. 1 April 2009.
- [2] Case, Dean. (1996) *SAE Techincal Paper 962509*.
<https://www.fsaeonline.com/page.aspx?pageid=c4c5195a-60c0-46aa-acbf-2958ef545b72>
- [3] Kesawa, I Made Wijaya. Supratha, I Wayan Gede. Subudi, I Made. (2016) Pengaruh Iklim Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasional Pada PT Suka Pandawa. Jurnal. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana, 16 November 2016.
- [4] Kusuma, Paramata Tirta W. W., Mayasati, Nur K. I. (2014) Analisa Kelayakan Finansial Pengembangan Usaha Produksi Komoditas Lokal: Mie Berbasis Jagung. (Jurnal) Balai Besar Pengembangan Teknologi Tepat Guna, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia
- [5] Idham, A., Lestari, T. dan Adriani, D. (2010). Analisis finansial sistem usaha tani terpadu (integrated farming system) berbasis ternak sapi di kabupaten oganilir. Jurnal Pembangunan Manusia 6.
- [6] Toto Prihadi. 2013. Analisis Laporan Keuangan Teori dan Aplikasi. Jakarta: PPM
- [7] Harjito, D.A dan Martono. (2014). Manajemen Keuangan. Edisi Kedua. Yogyakarta: EKONOSIA. Kampus Fakultas Ekonomi Islam Indonesia.
- [8] Syamsuddin. 2009. Manajemen keuangan perusahaan, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada,
- [9] Harjito, D.A dan Martono. (2014). Manajemen Keuangan. Edisi Kedua. Yogyakarta: EKONOSIA. Kampus Fakultas Ekonomi Islam Indonesia.
- [10] Munawir. 2007. Analisis Laporan Keuangan. Yogyakarta: Edisi Empat, Liberty.
- [11] Milton F. Usry; Hammer; Matz. (1990). Edisi 5. Akuntansi Biaya: Perencanaan dan Pengendalian. Jakarta: Penerbit Erlangga.

LAMPIRAN

Description					2021	2021	2021	2021	2021
Income									
Cash					\$228.225,58	-\$618.060,75	-\$555.835,50	\$344.992,75	\$1.108.875,80
Penjualan mobil	Asean	\$14.574,15	Harga diambil dari 10 unit mobil ditambah shipping dan perangkat elektronik	\$254.800,00	4	6	10	12	12
	Shipping	\$10.741,00			\$1.019.200,00	\$1.528.800,00	\$2.548.000,00	\$3.057.600,00	\$3.057.600,00
	Monitoring Pc.etc	\$3.750,00							
	Indonesia	\$286,85	Paket Upgrade	\$450,00	30	60	40	50	40
					\$13.500,00	\$27.000,00	\$18.000,00	\$22.500,00	\$18.000,00
		\$14.574,15	NR02 Harga di Indonesia	\$28.000,00	10	20	30	30	30
					\$280.000,00	\$560.000,00	\$840.000,00	\$840.000,00	\$840.000,00
	India n middle east	\$14.574,15	Harga diambil dari 10 unit mobil ditambah shipping dan perangkat elektronik	\$319.000,00	1	3	5	7	4
	Shipping	\$19.871,00			\$319.000,00	\$957.000,00	\$1.595.000,00	\$2.233.000,00	\$1.276.000,00
	Monitoring Pc. Etc	\$3.750,00							
TOTAL					\$1.631.700,00	\$2.454.739,25	\$4.445.164,50	\$6.498.092,75	\$6.300.475,80
Outcome									
Gaji Pegawai	rata rata	\$450,00			\$1.134.000,00	\$1.134.000,00	\$1.134.000,00	\$1.134.000,00	\$1.134.000,00
Cost of Sale					\$663.120,75	\$1.159.414,75	\$1.837.571,75	\$2.865.096,95	\$1.960.906,50
Operational Cost					\$185.000,00	\$220.000,00	\$300.000,00	\$332.000,00	\$350.000,00

Tax					\$267.640,00	\$497.160,00	\$828.600,00	\$1.058.120,00	\$866.720,00
TOTAL					\$2.249.760,75	\$3.010.574,75	\$4.100.171,75	\$5.389.216,95	\$4.311.626,50
PROFIT					-\$618.060,75	-\$555.835,50	\$344.992,75	\$1.108.875,80	\$1.988.849,30
Presentase					339,27%	259,66%	223,13%	188,10%	219,88%

Slide 1



Slide 2



Slide 3



Slide 4

NOGOGENI AUTO

Selling Number

Competition

Postive Reaction

NOGOGENI NRO1

564 Units
2015-2019



Sumatera Jawa-Bali Sulawesi

Slide 5

NOGOGENI AUTO

Selling Number

Competition

Postive Reaction

NOGOGENI NRO1

GP **NOGOGENI INDONESIA**
has been held since 3 years ago and has created many professional racers

GP1
Pro Class
25 Participants

GP2
Semi-Pro Class
25 Participants

GP3
Rookie Class
20 Participants

Slide 6

NOGOGENI AUTO

Selling Number

Competition

Postive Reaction

NOGOGENI NRO1



Great enthusiasm

Appreciated by motorsport activists

Social Media Trending

Postive Feedback
A fresh new motorsport concept
Fun racing experience
I feel like Lewis Hamilton

Slide 7



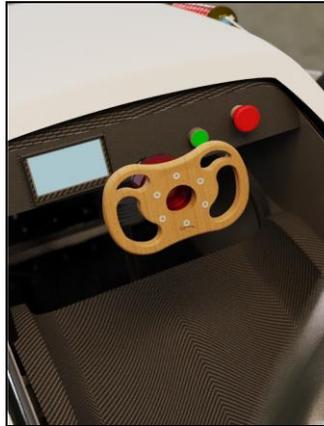
Slide 8



Slide 10



Slide 12

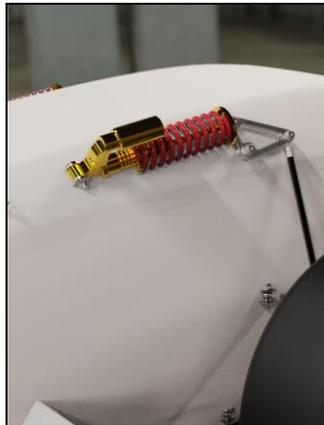


WHAT'S NEW?
MONITORING SYSTEM

- RPM Sensor
- Speed Sensor
- Steering position system

processed to maximize performance

Slide 13



WHAT'S NEW?
ADJUSTABLE SHOCK ABSORBER

- Adjustable high and low compression
- Adjustable high and low rebound
- Preload speed Adjustment

More suspension system setup

Slide 14



WHAT'S NEW?
AERODYNAMIC DEVICES

- Increase downforce and maneuverability level

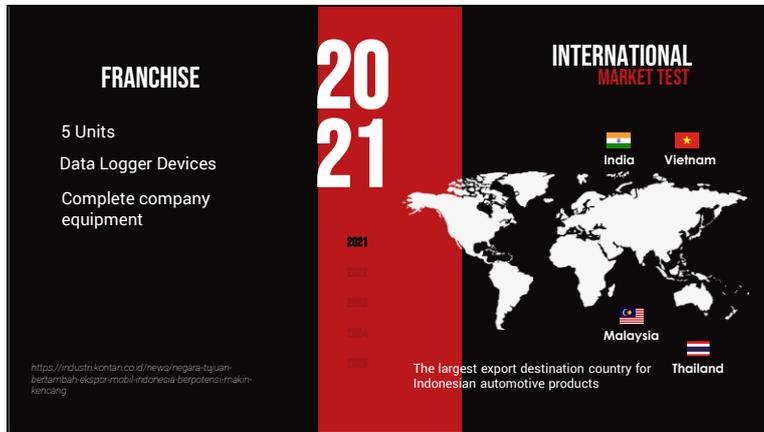


More faster when cornering

Slide 15



Slide 16



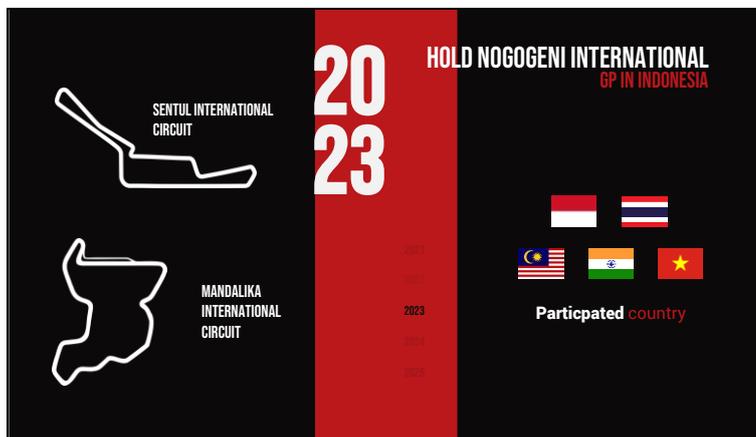
Slide 17



Slide 18



Slide 19



Slide 20



Slide 21



Slide 23

PROJECT NEEDS
Total Cost : USD 14861,00



Manufacturing in workshop
possible to do without additional resources



Third parties part
Homemade Indonesia product

A slide titled 'PROJECT NEEDS' with a total cost of USD 14861,00. It is divided into two sections by a vertical red line. The left section shows 3D rendered white plastic car body parts (front and rear fenders, bumper) and is labeled 'Manufacturing in workshop' with the note 'possible to do without additional resources'. The right section shows 3D rendered mechanical parts, including a red coil spring and a steering knuckle assembly, and is labeled 'Third parties part' with the note 'Homemade Indonesia product'.

Slide 24

FINANCIAL FORECAST

FRANCHISE PACKAGE
\$ 269,500.00

5 units NR02
Data Logger
Company equipment

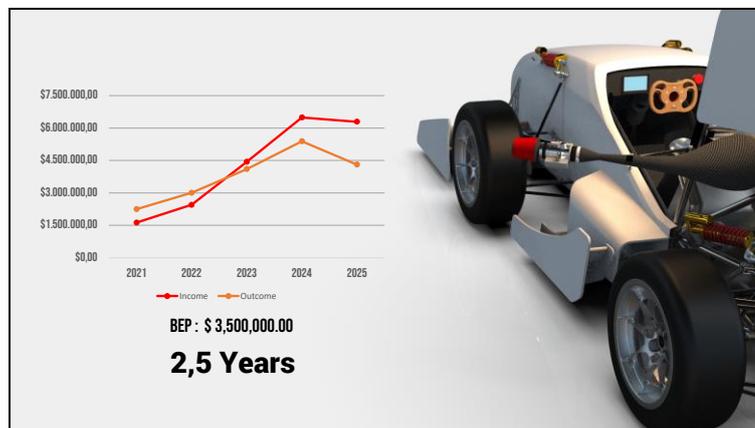
UPGRADE PACKAGE
\$ 400.00

A slide titled 'FINANCIAL FORECAST' showing two package options. The 'FRANCHISE PACKAGE' is priced at \$ 269,500.00 and includes 5 units NR02, a Data Logger, and Company equipment. The 'UPGRADE PACKAGE' is priced at \$ 400.00. To the right of the text is a 3D render of a white and silver go-kart with a roll-over protection structure.

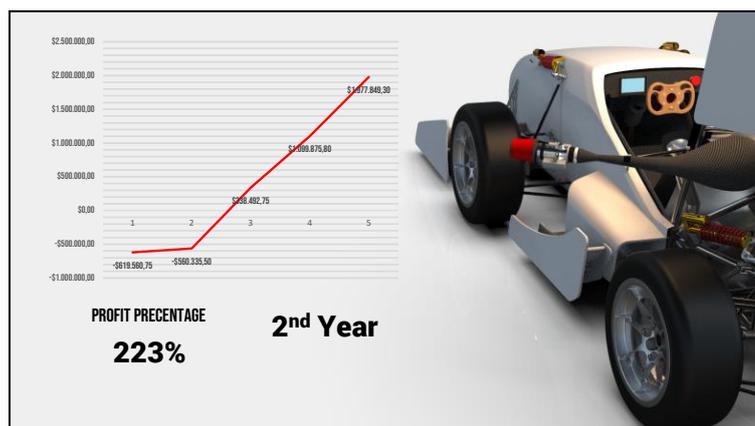
Slide 25



Slide 26



Slide 27



Slide 28

