

STUDI KELAYAKAN BISNIS DAN ANALISIS SWOT - PIECES (STUDI KASUS : E-COMMERCE BROKER MOBIL YOGYAKARTA)

Fariz Dzulfiqar Nurzam

Student Bachelor of Computer and Information Technology STMIK AMIKOM Yogyakarta
Jl Ring road Utara, Condongcatur, Sleman, Yogyakarta 55281
Email : fariz0020@students.amikom.ac.id

Abstrak

Di era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), seorang technopreneur dituntut untuk lebih peka dan jeli melihat peluang yang ada di sekitarnya kemudian dikembangkan menjadi sebuah bisnis online yang menjanjikan. Sebelum mengembangkan bisnis online, sangat perlu untuk melakukan analisis studi kelayakan bisnis, analisis SWOT serta strateginya dan juga analisis PIECES dari konsep bisnis yang akan dikembangkan.

Kasus penelitian ini adalah pengembangan E-commerce jual mobil di region Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki keunikan utama di aftersale monetizing. Objek dalam penelitian ini menghitung nilai ROI, PBP, NPV, BEP, dan Ratio B/C, melakukan analisis SWOT (S)-Strength, (W)-Weakness, (O)-Opportunity, dan (T)-Threat, serta analisis PIECES (P)-Performance, (I)-Information, (E)-Economy, (C)-Control, (E)-Efficiency, dan (S)-Services.

Adapun perhitungan yang di dalamnya meliputi biaya infrastruktur, penyusutan, perkiraan pendapatan, dan pengeluaran laba bersih setelah pajak beserta cash flow yang digunakan untuk menghitung nilai kelayakan ekonomi dengan investasi awal sebesar Rp 3.495.620,- diperoleh nilai BEP = 6,47, PBP = 0,67 tahun, ROI = 26.53%, Ratio B/C = 1,31, NPV = Rp 1.724.330,-. Dengan hasil angka persentase ROI diatas angka persentase rata-rata inflasi Indonesia serta hasil Ratio B/C dan hasil NPV bernilai positif menyatakan konsep bisnis E-commerce Broker Mobil Yogyakarta layak untuk dikembangkan.

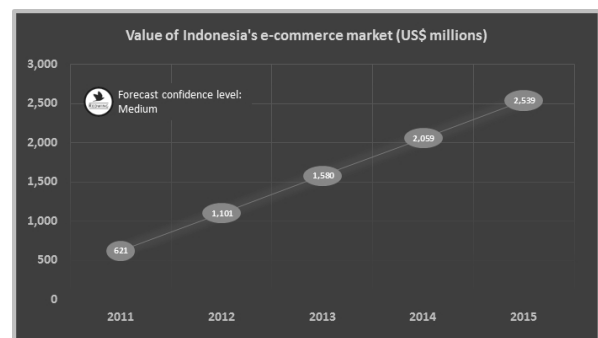
Kata Kunci : Technopreneur, Studi Kelayakan Bisnis, SWOT, E-Commerce, PIECES

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi di awal era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) kini sangatlah cepat, sudah banyak produk dan jasa yang dikembangkan menjadi bisnis online di berbagai bidang. Namun, hal tersebut tidak menutup kemungkinan bagi technopreneur muda Indonesia untuk terus berinovasi mengembangkan bisnis online di Indonesia.

Pada tahun 2011 nilai pasar e-commerce di Indonesia bernilai \$621 juta. Pada tahun 2015, angka tersebut mencapai \$2,539 juta dan diprediksi dalam tiga tahun kedepan akan tumbuh sebesar 250 persen. Grafik

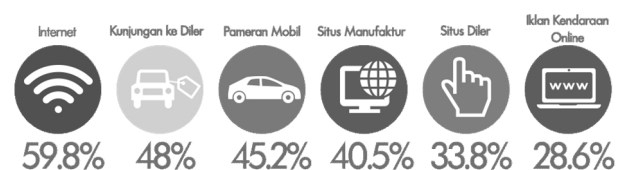
pertumbuhan pasar e-commerce di Indonesia ditunjuk pada Gambar 1 [1].



Gambar 1. Nilai pasar e-commerce Indonesia

Di era teknologi terkini, hampir 60% calon pembeli mobil di Indonesia menggunakan media digital untuk mencari informasi iklan mobil. Sebaliknya kurang dari 50% calon pembeli masih menggunakan media offline dengan mengunjungi pameran otomotif maupun datang ke dealer mobil secara langsung. Angka persentase media calon pembeli mobil di Indonesia ditunjuk pada Gambar 2 [2].

Pemaparan tersebut bertujuan untuk mengetahui tren kebutuhan masyarakat di industri jual beli otomotif masa kini dan memprediksi di waktu yang akan datang di negara berkembang, khususnya Indonesia.



Gambar 2. Persentase Media yang digunakan Calon Pembeli Mobil Indonesia

Carmudi merupakan website e-commerce otomotif yang telah beroperasi di 20 negara. Konsep bisnis yang diterapkan Carmudi adalah dengan memberikan ruang kepada penjual mobil untuk memasang iklan dengan gratis. Namun, apabila penjual ingin memasang iklan premium yang dapat tampil di halaman pertama, penjual mobil harus membayar biaya yang telah ditentukan.

Konsep bisnis dalam kasus e-commerce broker mobil Yogyakarta memberikan perbedaan dengan kompetitorinya dengan aftersale monetizing. Dimana penjual dapat memasang iklan mobil di website dan *service customer management* dengan gratis. Apabila terjadi penjualan mobil, technopreneur mendapatkan pendapatan/ bagi hasil tergantung dari harga jual mobil.

Dari pemaparan latar belakang tersebut dapat diambil sebuah masalah dengan mulainya era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) dan sudah adanya produk/ jasa di suatu bidang tidak menutup kita untuk mengembangkan bisnis online di bidang yang sama dengan melakukan diferensiasi, namun apakah perubahan atau metode baru yang menjadi pembeda ini dapat lolos dalam studi kelayakan bisnis dan memiliki nilai analisis SWOT serta analisis PIECES yang tepat?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui berapa nilai jual bisnis serta kelayakan konsep produk dengan analisis SWOT dan analisis PIECES dari tiap variabel serta parameter yang telah ditentukan :

- Analisa nilai jual bisnis dengan mengkalkulasi BEP, PBP, ROI, Ratio B/C, dan NPV.
- Analisa kemampuan internal maupun eksternal dari produk dengan analisis SWOT.
- Analisa kelemahan sistem lama dengan solusi sistem baru yang diajukan dengan analisis PIECES.

A. Tinjauan Pustaka

Rouse [3] mengatakan e-commerce adalah jual beli produk dan jasa maupun pengiriman dana atau data melalui jaringan internet. Transaksi bisnis dapat terjadi antar bisnis ke bisnis (B2B), bisnis ke konsumen (B2C), konsumen ke konsumen (C2C), maupun konsumen ke bisnis (C2B).

Ruang lingkup bisnis E-commerce broker mobil adalah bisnis ke bisnis (B2B) dimana pengusaha showroom mobil dapat menampilkan listing mobil mereka di website broker mobil dengan menyepakati kerja sama pembagian hasil setelah terjadi penjualan, serta bisnis ke konsumen (B2C) dimana masyarakat sebagai pengunjung dapat membeli mobil dari listing mobil yang ada.

Dalam pengembangan e-commerce meliputi pengembangan infrastruktur yaitu pembuatan website e-commerce, perancangan back-end yang meliputi input data listing dan maintenance sistem jaringan, serta launching melakukan promosi kepada masyarakat.

B. Analisa Konsep Bisnis

Terdapat 3 kegiatan analisa yang dilakukan, pertama analisa perhitungan nilai jual bisnis, analisa SWOT serta diagram matriks strategi SWOT, dan analisa PIECES yang akan dipaparkan pada pembahasan.

C. Landasan Teori

1) Break Even Point (BEP)

Break Even Point [4] adalah suatu keadaan impas yaitu apabila telah disusun perhitungan laba dan rugi suatu periode tertentu, perusahaan tersebut tidak mendapat keuntungan dan sebaliknya tidak menderita kerugian.

$$BEP = \frac{\text{Fixed Cost}}{\text{Sell Price} - \text{Variable Cost}} \dots\dots\dots(BEP)$$

2) Payback Period (PBP)

Payback Period [4] adalah suatu periode yang diperlukan untuk dapat menutup kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan proceeds atau aliran kas netto (net cash flows). Apabila hasil Payback Period semakin mendekati 0 maka pengembalian lebih cepat dan lebih layak.

$$PBP = \frac{\text{investasi awal}}{\text{ arus kas}} \dots\dots\dots(PBP)$$

3) Return on Investment (ROI)

Return On Investment [4] adalah rasio yang menunjukkan banyaknya laba bersih yang bisa diperoleh dari seluruh kekayaan yang dimiliki perusahaan.

$$ROI = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\% \dots\dots\dots(ROI)$$

4) Ratio Benefit / Cost (Rasio B/C)

Ratio B/C [4] adalah perbandingan antara jumlah PV net benefit positif dengan jumlah PV net benefit negatif. Jika Net B/C > 1, maka proyek layak untuk dilaksanakan.

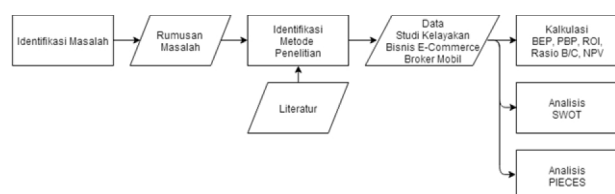
$$\text{Ratio B/C} = \frac{\sum PV(B)}{\sum PV(C)} \dots\dots\dots(\text{Ratio B/C})$$

5) Net Present Value (NPV)

Net Present Value [4] adalah Selisih antara present value aliran kas bersih atau sering disebut juga dengan proceed dengan present value Investasi. Dengan NPV dapat diketahui apakah hasil arus kas mendapatkan profit (nilai positif) atau mengalami kerugian (nilai negatif).

$$NPV = \sum PV(B) - \sum PV(C) \dots\dots\dots(NPV)$$

D. Metode Penelitian



Gambar 3. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan melakukan interview ke beberapa pengusaha jual beli mobil di Kota Yogyakarta, Sleman, dan Bantul.

Berdasarkan pengumpulan data secara informal dapat digunakan sebagai landasan dalam melakukan analisis SWOT dilengkapi dengan strategi dan analisis PIECES untuk mengetahui kelayakan bisnis serta perhitungan akuntansi untuk mengetahui kekuatan dan kelayakan ekonomi dalam konsep bisnis tersebut.

2. Pembahasan

A. Perencanaan Infrastruktur E-Commerce

Infrastruktur E-Commerce Broker Mobil Yogyakarta terdiri dari :

- Hosting
- Domain

Tabel 1. Tabel Biaya Infrastruktur

No.	Spesifikasi	Harga
1.	Hosting, spesifikasi: • unlimited space • unlimited bandwidth • unlimited database	Rp 1.342.320
2.	Domain, spesifikasi: • Top level domain .COM	Rp 153.300
Total		Rp 1.495.620

Sumber : www.hawkhost.com

B. Potensial Market

Berdasarkan data yang telah terkumpul, lebih dari 30 showroom mobil ada di kota Yogyakarta dan belum termasuk showroom mobil yang ada di kabupaten lain seperti Sleman, Bantul, Wonosari, Kulonprogo, dan sekitarnya.

Berdasarkan catatan Dishub-DIY [5], pertumbuhan kendaraan bermotor di Yogyakarta dan sekitarnya selalu naik tiap tahun. Oleh sebab itu, kebutuhan masyarakat terhadap mobil selalu ada dan bertambah tiap tahun.

C. Analisa Biaya dan Pendapatan

Dengan berjualan online, banyak biaya yang dapat terpengas seperti karyawan penjaga, pajak bumi dan bangunan, maupun penyusutan barang elektronik besar. Sebaliknya, situs kami selalu standby dan dapat diakses kapan tanpa harus membayar biaya karyawan penjaga dan sebagainya.

1) Asumsi dan Pembiayaan Usaha

- Biaya infrastruktur merupakan bagian dari investasi awal yang harus dibayar tiap tahun.
- Di Indonesia pajak pendapatan e-commerce masih belum disahkan, namun dalam studi kasus ini diterapkan pajak 15% yang dapat diasumsikan sebagai pengeluaran tak terduga.
- Start-up terdiri dari 4 orang sebagai karyawan yang akan mendapat retribusi per orang mendapatkan 7% dari total pendapatan kotor di bulan tersebut.
- Tidak ditetapkan biaya listrik dan internet karena pengembangan website dilakukan dimanapun selama ada akses internet.
- Laptop dan handphone milik karyawan dihitung rata seharga 5 juta dengan umur ekonomis 10 tahun menjadi @500.000.
- Mitra penjual mobil dikenakan biaya setiap kali terjadi penjualan, besar nominal biaya tersebut sesuai pada Tabel 3.

Tabel 2. Modal Investasi Awal

No.	Keterangan	Rupiah
1.	Biaya Infrastruktur	Rp. 1.495.620
2.	Penyusutan	Rp. 2.000.000
Total		Rp. 3.495.620

Tabel 3. Bagi Hasil Mobil Terjual

No.	Range Harga Mobil	Nominal Bagi Hasil
1.	< 60 juta	Rp 500.000
2.	60 – 90 juta	Rp 750.000
3.	90 – 120 juta	Rp 1.000.000
4.	120 – 160 juta	Rp 1.500.000
5.	160 – 190 juta	Rp. 1.750.000
6.	> 190 juta	Rp 2.000.000

2) Pendapatan Tiap Tahun

Tabel 4. Estimasi Pendapatan Tiap Tahun

Keterangan	Jumlah	Sub Total
Tahun Pertama		
Penjualan Mobil dengan Range Harga < 60 juta	6	Rp. 3.000.000
Penjualan Mobil dengan Range Harga 60 – 90 juta	3	Rp. 2.250.000
Penjualan Mobil dengan Range Harga 90 – 120 juta	2	Rp. 2.000.000
Total	15	Rp. 7.250.000
Tahun Kedua		
Penjualan Mobil dengan Range Harga < 60 juta	9	Rp. 4.500.000
Penjualan Mobil dengan Range Harga 60 – 90 juta	5	Rp. 3.750.000
Penjualan Mobil dengan Range Harga 90 – 120 juta	3	Rp. 3.000.000
Penjualan Mobil dengan Range Harga 120 – 160 juta	1	Rp. 1.500.000
Total	18	Rp. 12.750.000

Tahun Ketiga		
Penjualan Mobil dengan Range Harga < 60 juta	11	Rp. 5.500.000
Penjualan Mobil dengan Range Harga 60 – 90 juta	7	Rp. 5.250.000
Penjualan Mobil dengan Range Harga 90 – 120 juta	4	Rp. 4.000.000
Penjualan Mobil dengan Range Harga 120 – 160 juta	2	Rp. 3.000.000
Penjualan Mobil dengan Range Harga 160 – 190 juta	1	Rp. 1.750.000
Total	25	Rp 19.500.000

3) Pengeluaran Tiap Tahun

Tabel 5. Estimasi Pengeluaran Tiap Tahun

Tahun	Keterangan	Biaya	Total
1	Retribusi Karyawan	Rp 507.500	Rp 2.030.000
2	Retribusi Karyawan	Rp 892.500	Rp 3.570.000
3	Retribusi Karyawan	Rp 1.365.000	Rp 5.460.000

Tabel 6. Estimasi Arus Kas Usaha

Uraian	Tahun Pertama	Tahun Kedua	Tahun Ketiga
Investasi Awal	(Rp. 3.495.620)	(Rp. 3.495.620)	(Rp. 3.495.620)
Pendapatan	Rp 7.250.000	Rp 12.700.000	Rp 19.750.000
Pengeluaran	(Rp 2.030.000)	(Rp 3.570.000)	(Rp 5.460.000)
Pendapatan Bersih	Rp 1.724.380	Rp 5.634.380	Rp 10.794.380
Laba Setelah Pajak	Rp. 1.465.723	Rp 4.789.223	Rp 9.175.223

4) Pembahasan Break Even Point (BEP)

$$BEP = \frac{3.495.620}{750.000 - 210.000} = \frac{3.495.620}{540.000} = 6.47$$

Persamaan (1), terdapat *Fixed cost* yang merujuk pada investasi awal ditunjuk dalam Tabel 2, *sell price* yang digunakan pada analisis ini ditunjuk dalam Tabel 3 bagi hasil (No.2), *variable cost* merujuk pada asumsi dan pembiayaan biaya poin nomor 3 dimana retribusi karyawan sebesar 7% dari pendapatan dikalikan empat (jumlah karyawan).

Hasil BEP menunjukkan angka 6.47. Berdasarkan hasil break even point (BEP), technopreneur harus bisa menjual 7 unit dalam 1 tahun agar biaya *fixed cost* atau investasi awal dapat tertutup.

5) Pembahasan Payback Period (PBP)

$$PBP = \frac{3.495.620}{5.220.000} = 0.67$$

Persamaan (2), terdapat Investasi awal senilai Rp 3.495.620, *arus kas* didapatkan dari arus pendapatan (pendapatan) ditunjuk dalam Tabel 4 dikurangi arus pengeluaran (pengeluaran) ditunjuk dalam Tabel 5 dalam 1 periode. Dalam perhitungan ini periode yang digunakan adalah tahun pertama.

Hasil PBP menunjukkan angka 0.67. Menunjukkan arus kas yang positif dan cepat karena mendekati angka 0 dan dapat disimpulkan, investasi awal tertutup sebelum 1 periode tersebut berakhir.

6) Pembahasan Return on Investment (ROI)

$$ROI = \frac{1.465.723}{5.525.620} \times 100\% = 26.53\%$$

Persamaan (3), terdapat *Laba setelah pajak* merujuk pada Tabel 6. *Total asset* merujuk pada investasi awal ditunjuk dalam Tabel 2 dijumlahkan dengan pengeluaran ditunjuk dalam Tabel 5. Dalam perhitungan ini menggunakan periode tahun pertama.

Hasil ROI menunjukkan angka 26.53%, menunjukkan angka positif diatas angka inflasi Indonesia di tahun 2015. Angka inflasi di bulan November sebesar 4.89%, dimana tahun 2015 angka inflasi tertinggi jatuh pada bulan juni – juli sebesar 7.26%[6].

7) Pembahasan Rasio Benefit/Cost (Ratio B/C)

$$Ratio \frac{B}{C} = \frac{7.250.000}{5.525.620} = 1.31$$

Persamaan (4), terdapat $\sum PV(B)$ merujuk pada pendapatan ditunjuk dalam Tabel 4 dalam satu periode, sedangkan $\sum PV(C)$ merujuk pada seluruh pengeluaran (investasi awal + pengeluaran) ditunjuk dalam Tabel 6. Periode yang digunakan dalam kalkulasi ini adalah periode tahun pertama. Hasil rasio B/C menunjukkan angka diatas 1 yaitu 1,31 yang berarti konsep bisnis layak untuk diimplementasikan.

8) Pembahasan Net Present Value (NPV)

$$NPV = 7.250.000 - 5.525.670 = 1.724.330$$

Persamaan (5), Seperti pada perhitungan Ratio B/C, $\sum PV(B)$ merujuk pada pendapatan ditunjuk dalam Tabel 4 dalam satu periode, sedangkan $\sum PV(C)$ merujuk pada seluruh pengeluaran (investasi awal + pengeluaran) ditunjuk dalam Tabel 6. Periode yang digunakan dalam kalkulasi ini adalah periode tahun pertama. Hasil NPV menunjukkan angka 1.724.330 dimana angka tersebut > 0 sehingga bisnis layak dijalankan.

9) Pembahasan Analisis SWOT

Rangkiti [7] mengatakan matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Tabel 7. Tabel Analisis SWOT

Penjabaran Analisis SWOT	
Strength	1. Start-up memiliki anggota yang berkompeten di bidang IT dan saling melengkapi. 2. Telah memiliki relasi dengan berbagai dealer mobil baru / bekas di Yogyakarta, Sleman, dan Bantul. 3. Menentukan pendapatan bagi hasil dari penjual mobil. 4. Konsep bisnis ini membuat pihak pembeli serta pihak penjual menghemat biaya dan waktu.
Weakness	1. Untuk mendapatkan pengunjung website yang banyak harus melakukan marketing e-commerce baik secara online maupun offline. 2. Kemungkinan terjadi permintaan transaksi dengan banyak pembeli di tempat yang berbeda namun dalam waktu yang sama. 3. Strategi marketing yang buruk berdampak pada keberlangsungan website e-commerce.
Opportunity	1. Para penjual mobil memiliki jaringan yang kuat dan banyak antar satu dengan yang lain, dengan begitu sangat kemungkinan terjadinya promosi mouth to mouth. 2. Pertumbuhan pengguna kendaraan mobil di provinsi DIY selalu meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun. 3. Berkesempatan menjadi supermarket mobil online terbesar di DIY. 4. Pengusaha atau perusahaan di bidang otomotif akan tertarik untuk memasang iklan dalam bentuk banner di website.
Threat	1. Muncul kemungkinan terjadi penjualan setelah ditemukan dengan seller mobil diluar pengetahuan. 2. Konsep bisnis online kemungkinan segera ditiru oleh kompetitor atau orang lain. 3. Pihak penjual mobil dan pembeli dapat memberikan cap yang buruk, apabila e-commerce tidak dapat menjaga kepercayaan dan keamanan.

Dalam analisis SWOT merujuk pada Tabel 7, menghasilkan informasi penting yang kemudian hasil analisa tersebut dikembangkan menjadi sebuah matriks. Matriks tersebut terdapat pada Tabel 8 yang berisikan strategi-strategi yang dapat dilakukan oleh technopreneur untuk mengatasi kelemahan dan hambatan serta memaksimalkan kesempatan dan kekuatan yang dimiliki.

Tabel 8. Matriks Strategi SWOT

	Strength	Weakness
Opportunity	Dengan relasi yang sudah ada dapat membuat technopreneur lebih mudah dalam menawarkan kerjasama serta website e-commerce dapat dengan cepat	Apabila terjadi banyak permintaan di waktu yang sama dapat diminimalisir dengan komunikasi dan manajemen waktu yang baik sehingga per-

	dike-nal di kalangan penjual mobil.	temuan yang akan dilakukan menjadi efektif dan efisien.
Threat	Guna menekan kemungkinan terjadinya kecurangan dari pihak penjual mobil maka perlu dibuat konten perjanjian bermaterai yang menguatkan pihak e-commerce.	Marketing dan kepercayaan keamanan merupakan faktor penting yang dapat diimplementasikan dalam konsep bisnis ini, pada waktu yang akan datang sangat perlu dilakukan endorsement di berbagai event otomotif.

10) Pembahasan Analisis PIECES

Analisis PIECES (Performance, Information, Economics, Control, Efficiency, dan Services) dilakukan untuk menganalisis, memahami, dan mengkoreksi kelemahan dalam suatu sistem maupun organisasi [8]. Hasil analisis PIECES tertulis pada Tabel 9.

Tabel 9. Tabel Analisis PIECES

Jenis Analisis	Kelemahan Sistem Lama	Sistem yang Diajukan
Performance	Adanya pengecekan yang dilakukan admin website setelah user melakukan submit iklan membuat waktu publish iklan tertunda hingga lebih dari 1x24 jam sehingga memperpanjang response time dengan pengunjung website atau calon pembeli.	Setelah iklan disubmit, maka secara real-time iklan akan tersimpan dan muncul di halaman utama membuat pengunjung website atau calon pembeli dapat melihat iklan terburu di waktu yang sama sehingga response time menjadi lebih cepat.
Information	Sering terjadi kasus informasi detail mobil yang disubmit oleh user tersebut palsu ataupun direkayasa agar menarik perhatian calon pembeli. Selain itu legalitas surat maupun penjual tidak dapat dipastikan karena penjual mobil dengan admin tidak bertemu secara langsung.	Membuat perjanjian yang di dalamnya tertulis penjual mobil harus memasukkan informasi kendaraan sebenarnya, sehingga informasi yang diberikan kepada calon pembeli valid dan benar. Apabila dilanggar akan dikenakan sanksi pemutusan perjanjian.

Economic	Sistem premium Ads atau iklan premium mengharuskan user untuk membayar terlebih dahulu agar iklan tertentu tampil di halaman utama hingga waktu tertentu, apabila waktu tersebut habis maka iklan akan normal sebut habis maka iklan akan kembali normal dan user harus membayar lagi agar menjadi iklan premium kembali.	Sistem aftersale membuat pemilik mobil tidak mengeluarkan uang di muka agar iklan dapat tampil. Apabila mobil tersebut terjual melalui website, pemilik mobil harus membayar biaya sesuai angka yang telah disepakati bersama kepada technopreneur atau pemilik website.
Control	Pemilik website tidak dapat memastikan keamanan pembeli maupun penjual mobil karena hal tersebut sudah diluar kemampuan pemilik website atau website yang dibuat hanya sekedar menjadi penyedia tempat.	Keamanan pembeli maupun penjual pada saat transaksi dapat terjaga karena sesuai kesepakatan yang telah ditentukan sebelumnya, kedua pihak tersebut ditemukan oleh admin di tempat yang telah disepakati.
Efficiency	Sering terjadi pembatalan karena harga mobil tersebut tidak cocok padahal pihak pembeli dan penjual sudah bertemu. Hal tersebut menghabiskan efisiensi waktu dan biaya di kedua belah pihak.	Agar transaksi jual beli menjadi efektif dan efisien, pada saat perjanjian tertulis penjual harus menentukan harga netnya, kemudian di website juga diberi ketentuan harga sudah fix dan pembeli tidak boleh menegonnya.
Services	Mengemas website menjadi tempat dimana pemilik mobil membuat iklan dan hanya sebatas memasang iklan.	Mengemas website menjadi showroom mobil dengan listing dari berbagai penjual mobil yang nyata dan memberikan keamanan akses perantara antara penjual dan pembeli.

3. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan, seluruh hasil perhitungan analisis kelayakan bisnis telah lolos dan menunjukkan hasil yang positif. Disamping itu hasil analisis SWOT juga menunjukkan optimisme yang baik dan telah dilengkapi dengan matriks strategi-strategi SWOT, serta analisis PIECES yang membandingkan kelemahan sistem lama dengan metode pembeda pada konsep yang baru sehingga terobosan konsep bisnis E-commerce Broker Mobil Yogyakarta layak dan menjanjikan untuk dikembangkan.

Kepercayaan dan keamanan merupakan faktor penting bagi masyarakat atau calon pembeli. Kedua faktor tersebut dapat diimplementasikan dalam konsep bisnis ini, dimana calon pembeli mendapatkan kejelasan legalitas mobil yang dijual serta pendampingan saat proses jual beli terjadi. Hal tersebut merupakan strategi SWOT guna menghadapi tantangan dan kelemahan.

Berdasarkan penjabaran analisis PIECES, terlihat perbedaan antara sistem yang diterapkan oleh e-commerce yang ada seperti carmudi.co.id dengan sistem E-commerce Broker Mobil. Beberapa inovasi yang diterapkan dalam konsep E-commerce Broker Mobil dapat menjadi solusi dari kelemahan sistem yang ada, seperti pada performa yang memberikan response time lebih cepat ketika submit iklan mobil.

Melalui riset studi kelayakan bisnis E-commerce Broker Mobil Yogyakarta, menghasilkan kesimpulan bahwa mengembangkan e-commerce tidaklah harus membutuhkan biaya yang sangat mahal, serta dapat melakukan diferensiasi dengan menerapkan metode monetizing yang berbeda dari metode yang telah ada.

Daftar Pustaka

- [1] Redwing, 'E-commerce - Redwing', 2015. [Online]. Available: <http://redwing-asia.com/market-data/e-commerce-2/>. [Accessed: 25- Nov- 2015].
- [2] Carmudi.co.id, "2015 Tren Industri Otomotif di Pasar Negara Berkembang - Carmudi ID", 2015. [Online]. Available: <http://www.carmudi.co.id/research/>. [Accessed: 15- Dec- 2015].
- [3] M. Rouse, 'What is e-commerce (electronic commerce or EC)? - Definition from WhatIs.com', TechTarget, 2015. [Online]. Available: <http://searchcio.techtarget.com/definition/e-commerce>. [Accessed: 13- Nov- 2015].
- [4] Suwardjono, "Akuntansi Pengantar : Proses Penciptaan Data Pendekatan Sistem", Yogyakarta : BPFE – Yogyakarta, 2009.
- [5] Paparan Kepala Dinas Dishubkominfo DIY, 1st ed. 2014.
- [6] Bank Indonesia, "Inflation Report (Consumer Price Index)", 2015. [Online]. Available: <http://www.bi.go.id/en/moneter/inflasi/data/Default.aspx>. [Accessed: 15- Dec- 2015].
- [7] R. Freddy, "Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis", Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- [8] Jeffrey L. Whitten, Lonnie D. Bentley, Kevin C. Dittman, "System Analysis and Design Methods", 5th Ed., New York City : McGraw-Hill, 2001.

Biodata Penulis

Fariz Dzulfiqar Nurzam, sedang menempuh kuliah Strata Satu Sarjana Komputer (S.Kom), Jurusan Teknik Informatika STMIK AMIKOM Yogyakarta. Saat ini masih menjadi Mahasiswa di STMIK AMIKOM Yogyakarta.