

Perancangan Sistem Bisnis E-Asuransi Laptop

Sahri Susanto, Bayu Pariatna, dan Luisa paly,

Abstract—Perkembangan teknologi informasi, internet yang sangat cepat dan kebutuhan masyarakat terhadap komputer sebagai sarana penunjang kegiatan sehari -hari sangat mempengaruhi gaya hidup dan kebiasaan masyarakat. Dengan banyak pengguna komputer dan laptop maka harga menjadi terjangkau oleh masyarakat, dan meningkatnya daya beli terhadap laptop di bandingkan dengan komputer personal karena lebih mudah dan sederhana. tetapi dengan adanya perkembangan tersebut muncullah kendala dalam hal perawatan dan perbaikan laptop, garansi yang diberikan daelar, distributor dan toko memiliki batas waktu tertentu. Keberagaman kemampuan pengguna tidak memungkinkan secara teknis untuk perbaikan dan instalasi laptop sendiri. oleh karena itu kami berinisiatif menggagas sebuah Asuransi computer khususnya laptop. asuransi yang kami buat diberi nama Asuransi Laptop. Asuransi Laptop yang kami buat melayani servis komputer dan laptop, asuransi pemeliharaan dan perbaikan laptop dan menyediakan berbagai perangkat komputer, asesoris dan menjalin kerjasama dengan toko komputer lain.

Index Terms—asuransi laptop, asuransi, laptop,computg.

1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan semakin berkembang dan tinggi nya kebutuhan masyarakat terhadap komputer untuk membantu menyelesaikan pekerjaan dikantor, hiburan dan pembelajaran. Kondisi saat ini dengan cepatnya transformasi informasi dan juga makin terjangkaunya sarana komunikasi didukung penggunaan internet di masyarakat yang semakin berkembang pesat mendorong individu untuk mempunyai sarana komunikasi tersebut. permasalahan Dari sedikit penjabaran diatas inisiatif kami muncul untuk membuat Asuransi computer dan jual beli laptop dengan nama Asuransi computing. Ditoko komputer ini , kami melayani servis komputer dan juga laptop. Dan kami juga menyediakan berbagai perangkat, dan alat pada perangkat komputer maupun laptop. Untuk memulai sebuah usaha, hal pertama yang pasti dan tidak bisa dilepaskan adalah pengetahuan kita akan peluang pasar dan cara untuk mendapat pesanan (order). Bagaimana peluang pasar yang ada kita serap agar usaha kita dapat mendapat orde dan kepercayaan oleh masyarakat luas, disusul kemampuan kita untuk menganalisa keunggulan dan kelemahan pesaing kita dan sejauh mana kita mampu bersaing secara sehat dengan mereka melalui harga, pelayanan dan kualitas.

- Visi Usaha

Mitra dan solusi bagi masyarakat dengan memberikan pelayanan atas kebutuhan dalam hal perlengkapan perangkat keras alat-alat komputer (hardware) serta perangkat lunaknya (software).

- Misi Usaha

Misi Asuransi Laptop untuk mencapai visi di atas adalah :

- *M. Shell is with the Department of Electrical and Computer Engineering, Budi Luhur University of Informatika technology, indonesia, GA, 30332. E-mail: see <http://www.michaelshell.org/contact.html>*
- *J. Doe and J. Doe are with Anonymous University.*

Manuscript received Agustus, 2017; revised Mei 06, 2017.

- 1) Menyelenggarakan Jasa layanan e-asuransi berorientasi pada kepuasan pelanggan (Customer Satisfaction).
- 2) Mengantisipasi semakin maraknya persaingan e-bisnis dalam globalisasi kehidupan masyarakat.
- 3) Melangsungkan dan meningkatkan kerjasama dengan supplier komponen laptop, sehingga mampu meningkatkan produktivitas dan pelayanan.
- 4) Menjaga kualitas layanan jasa yang berkesinambungan.

1.2 Tujuan Umum

Tujuan dari perancangan bisnis Asuransi laptop ini adalah :

- 1) Berperan aktif dalam bidang bisnis dan kewirausahaan.
- 2) Membantu masyarakat agar tertarik untuk mengikuti perkembangan teknologi.
- 3) Mengurangi tingkat pengangguran.
- 4) Menjalin persahabatan antara pelanggan (konsumen) dan toko komputer.
- 5) Mendapatkan keuntungan atau laba.

1.3 Tujuan Asuransi Laptop

Adapun tujuan asuransi adalah sebagai berikut :

- 1) Memberikan jaminan perlindungan dari risiko-risiko kerugian yang diderita satu pihak.
- 2) Meningkatkan efisiensi, karena tidak perlu secara khusus mengadakan pengamanan dan pengawasan untuk memberikan perlindungan yang memakan banyak tenaga, waktu dan biaya.
- 3) Pemerataan biaya, yaitu cukup hanya dengan mengeluarkan biaya yang jumlahnya tertentu dan tidak perlu mengganti/membayar sendiri kerugian yang timbul yang jumlahnya tidak tentu dan tidak pasti
- 4) Dasar bagi pihak bank untuk memberikan kredit karena bank memerlukan jaminan perlindungan atas agunan yang diberikan oleh peminjam uang.

2 ANALISIS BISNIS

2.1 Gambaran Umum

Dengan terciptanya tempat usaha yang bergerak di bidang perdagangan, khususnya dalam hal teknologi komputer, maka kami yakin usaha ini akan maju. Karena kebutuhan dan permintaan akan kebutuhan alat-alat perangkat keras komputer dan laptop beserta accesorisnya di kalangan masyarakat terutama pada saat ini sangat besar.

2.2 Analisis Persaingan

Berdasarkan pemantauan dan hasil survey yang ada bahwa di sekitar lokasi tempat yang kami dirikan usaha Asuransi computing ini masih belum terdapat sebuah tempat usaha jenis tersebut, yang bergaransi resmi dan legal, adanya hanya toko komputer Asuransi computing yang tidak memiliki garansi resmi, itu juga jumlahnya hanya sedikit, dan itu yang membuat keluhan masyarakat sekitar. Sehingga mereka yang akan membeli perangkat komputer atau laptop. Maka dari itu kami ingin membangun usaha tersebut dengan bergaransi resmi dan legal serta dengan suasana yang nyaman.

2.3 Segmentasi Pasar

segmentasi pasar adalah pembagian pasar sesuai dengan kesamaan, kemiripan, serta kekerabatan dalam satu segmen. Semua anggota segmen pasti memiliki satu kesamaan. Tujuan adanya segmentasi pasar, adalah sebagai upaya untuk memusatkan tenaga serta energi marketing ke segmentasi pasar tertentu sehingga dapat menumbuhkan keuntungan yang kompetitif terhadap segmen tersebut.(blog.pnulis.id). Segmntasi pasar asuransi laptop yang kami dirikan berdasarkan 3 faktor pemetaan yakni : Demografi, Sosiologis dan Psikologis.

- demografi

Berdasarkan Demografi segmentasi Asuransi laptop yaitu : wilayah perkotaan menjadi prioritas konsumen, berdasarkan umur 13 sampai 20 tahun, dan jenis kelamin laki laki menjadi prioritas pmakaian laptop untuk pekerjaan, tingkat pndidikan S1 dan D3 menjadi pemakai laptop terbanyak.

- sosiologis.

Berdasarkan sosiologis : gaya hidup dan trend menjadi acuan sebagai pemtaan konsumen, dan masyarakat prtoaan merupakan pemakai karena telah banyak menggunakan teknologi informasi.

- psikologis.

Pelajar dan mahasiswa merupakan konsumen yang paling banyak karena tingkat kebutuhan dan pemakaian terhadap laptop dan komputer yang banyak.

Dari ketiga segmentasi pasar faktor psikologis menjadi faktor dominan konsumen, sehingga konsumen selalu akan mengikuti perkembangan teknologi informasi yang tak akan ada habisnya.

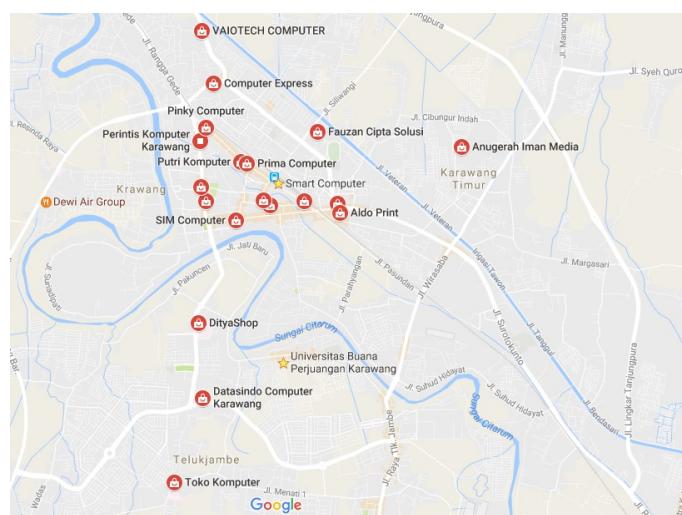


Fig. 1. pemetaan service center

3 RENCANA BISNIS

3.1 Proses Produksi

Proses produksi yang kami jalankan dalam usaha Asuransi laptop ini dapat dilihat sebagai berikut :

- Menerima asuransi computer dan laptop.
- Menerima jual beli computer dan laptop.
- Menerima jual beli komponen computer dan laptop.

Sistem pemasaran mnnggunakan media digital merupakan pemasaran yang sangat strategis, karena semua orang ham-pir rata rata mnnggunakan internet baik menggunakan smartphone, laptop dan tablet. Dari pemasaran digital ter-dapat 4 manfaat yakni :

- Mendapatkan calon pembeli dan calon pengguna asuransi secara cepat dan efisien.
- Menyediakan produk dan layanan yang paling sesuai dengan trend yang ada.
- Mengaktifkan cara baru dalam manajemen hubungan pelanggan dengan konsumen.
- Mengembangkan tren pasar baru dan masa depan.

3.2 Sumber-Sumber Produk / Bahan

Untuk sumber-sumber supplier laptop, hardware maupun software dan assesoris komputer, kami mengambil dari sup-plier atau perusahaan yang sudah terjamin dan bergaransi resmi dan telah teruji kualitasnya, sehingga dengan begitu tidak merugikan berbagai pihak, baik dari pihak perusa-haan maupun konsumen yang membelinya.

4 RENCANA PEMASARAN

Menurut Kotler (2000) pemasaran harus dijabarkan dalam program pemasaran yakni bauran pemasaran sebagai salah satu konsep kunci dalam teori pemasaran modern. Program pemasaran membagi empat komponen utama bauran pe-masaran (marketing mix) yakni: produk (product), harga (price), promosi (promotion), dan tempat atau distribusi (place).

4.1 Produk yang dipasarkan

Produk yang dipasarkan merupakan jasa asuransi dan barang berupa komponen komputer terutama laptop, menyediakan layanan penghubung servis laptop antara konsumen ke toko yang memiliki garansi resmi.

4.2 Penetapan Harga

- Harga Asuransi.

Penetapan Harga Ditentukan berdasarkan :

- Tarip / suku premi bersifat konsultatif.
- Dihitung secara terpisah untuk setiap unit equipment dimana tidak perlu diperlihatkan kepada Ter-tanggung.
- Suku premi rata-rata, dihitung dari suku premi per unit equipment.
- Besarnya prosentasi Komisi sesuai dengan kebijakan yang disepakati.

RISIKO YANG DIJAMIN Segala kerusakan akibat semua risiko dasar peralatan elektronik yang bersifat tiba-tiba dan tidak terduga. Risiko utama yang dijamin :

- human error (kesalahan pengoperasian, kesalahan dari spesifikasi teknis, salah pasang/rakit)
 - user error (kejatuhan benda/benturan, tersiram air, kebakaran dan kena asap/ gas).
 - teknis error(arus pendek, kelembaban, sebab dari perangkat elektronik).
 - bencana alam(tersambar petir, banjir, longsor dan bersifat dari alam).
- Harga Komponen komputer.

Harga yang akan dikenakan adalah harga yang diperkirakan akan terjangkau oleh masyarakat sekitar. Setelah memperhitungkan dengan cukup matang, akhirnya kami tetapkan sebagai harga awal berikut adalah tabel harga jasa produk yang ditawarkan. adapun untuk selanjutnya harga akan disesuaikan dengan perkembangan selanjutnya. Contoh Daftar Harga Komponen Komputer adalah sebagai berikut :

NO	NAMA KOMPONEN	NAMA BARANG	HARGA / UNIT (Rp)
1.	Monitor LCD	HP W185q	1.960.000
		BENQ 0810HDPL	980.000
		PHILIPS 191EL1SB	1.289.000
		SAMSUNG SyncMaster 245BW	5.192.000
2.	Processor	Intel Pentium Dual Core 5400	980.000
		Intel Core 2 Duo T500	1.089.000
		Intel Core i3 540	1.054.000
		Intel Xeon E5620	3.796.125
		AMD Athlon II X2 250	580.000
		AMOD Pico PUM12 - Back	3.585.000
3.	Notebook	HP 110-304TU Mini - Back	3.674.000
		DELL Vostro 1088	6.658.000
		ASUS A42F	5.521.000
		ATI CLUEB3D Radeon HD 5770	1.459.000
		ASUS EAH6970/2012G/1GDS5	3.929.000
4.	VGA Card	ATI CLUEB3D Radeon HD 6650	2.061.000
		Avara 2014	100.000
5.	AntiVirus	Avast 2014	100.000
		Avast 2014	100.000
6.	Software	CoreDRAW X6	150.000
		Adobe Photoshop CS6	150.000
6.	Mouse	Mouse Acer 100 mA	50.000

Fig. 2. daftar harga komponen

5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari uraian di atas Teknologi informasi sudah menjadi kebutuhan untuk masyarakat, sehingga pemakaian komputer ataupun laptop meningkat. Pengaruh terhadap pemakaian laptop menyebabkan tingkat pembelian tinggi dan perawatan atau perbaikan laptop menjadi meningkat. Dibutuhkan perusahaan atau toko dalam hal jasa perawatan laptop, jasa asuransi dan adalah pilihan tepat bagi pengguna komputer sehingga tingkat kekhawatiran akan kerusakan sudah teratas. Asuransi elektronik laptop merupakan bisnis yang baru sehingga di butuhkan pemasaran yang tepat dengan media internet, surat kabar, televisi dan marketing yang tepat kepada konsumen.

5.2 Saran

Berikut ini adalah saran untuk meningkatkan atau lebih baik dalam penggunaan bisnis asuransi laptop ini yaitu sebagai berikut :

- Marketing atau mensosialisasi kan asuransi laptop ini sangat dibutuhkan di berbagai media.
- Internet merupakan media digital yang paling kompetitif dalam marketing asuransi laptop.
- Penyajian dalam bentuk aplikasi smartphone atau berbasis android menjadi lebih bagus untuk perbaikan dari sistem website.
- Persaingan dalam bisnis ini masih sedikit sehingga akan menjadi pelopor
- Mempertahankan bisnis ini dengan mensuaikan perkembangan zaman itu akan lebih baik(update dan berinovasi)

REFERENCES

- [1] H. Kopka and P. W. Daly, *A Guide to L^AT_EX*, 3rd ed. Harlow, England: Addison-Wesley, 1999.
- [2] David, Fred R.(2009) Manajemen Strategis Konsep-Konsep. Edisi ke-12. Salemba Empat, Jakarta
- [3] <http://www.ilmuekonomi.id> diakses selasa 15 agustus 2017
<http://www.penulis-id.com> diakses selasa 15 agustus 2017



Sahri Susanto lahir di kunungan jawa barat 1983, lulusan teknik informatika di STMIK CIC Cirebon 2008, sedang menyelenggarakan M.Kom di universitas budi luhur jakarta. Sejak 2008 bekerja di consultant IT sebagai programmer dan IT Support di Mitra Intergrasi Informatika(MII), 2011 bekerja sebagai dosen pengajar di akademi minyak dan gas balongan indramayu dan smk negeri 1 jatibarang indramayu bidang Computer Network, Programming web dan mobile, Microcontroller dan Geografic information system.



Bayu Priatna lahir di subang jawa barat 1991, lulusan Teknik Informatika Uni. Singa Perbangsa Karawang, sedang menyelseaikan M.Kom di universitas budi luhur jakarta. Sejak 2015 bekerja sebagai Assisten Dosen di Univ singa perbangsa karawang dan Pengajar di SMK Negeri 1 Pakisjaya bidang komputer dan jaringan, Programming web dan security system.



Luisa paly lahir 22 September di kalabahi NTT 1982, lulusan teknik Elektronika dan Telekomunikasi di Universitas Gajayana Malang 2007, sedang menyelseaikan M.Kom di universitas budi luhur jakarta. Sejak 2008 bekerja di SMK Negeri 3 Kalabahi sebagai Guru Produktif TI dan pada 2011 bekerja sebagai dosen pengajar di univ. Tribuana Kalabahi NTT.