



PERENCANAAN BISNIS YOGURT ENYAK

KARYA AKHIR

OLEH

HENDRA PERMANA

NIM: 55108120104

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2011**



PERENCANAAN BISNIS YOGURT ENYAK

KARYA AKHIR

**DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MENYELESAIKAN
PROGRAM PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

OLEH

HENDRA PERMANA

NIM: 55108120104

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2011**

PENGESAHAN

Judul : **Perencanaan Bisnis Yogurt Enyak Dengan Pendekatan
Strategi Pemasaran**

Bentuk Karya Akhir : Perencanaan Bisnis

Nama : Hendra Permana

N I M : 55108120104

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal :

Mengesahkan

Ketua Program Studi Magister Manajemen

Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS.

Pembimbing Utama

Pembimbing II

Prof. Dr. H. Noor Fuad, MBA., MSc.

Sony Sutedja, SE, MM.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini:

Judul : **Perencanaan Bisnis Yogurt Enyak Dengan Pendekatan
Strategi Pemasaran**
Bentuk Karya Akhir : Perencanaan Bisnis
Nama : Hendra Permana
N I M : 55108120104
Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen
Tanggal :

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Januari 2011

Hendra Permana, ST.

LAMPIRAN

PENGESAHAN

Judul : **Perencanaan Bisnis Yogurt Enyak**
Bentuk Karya Akhir : Perencanaan Bisnis
Nama : Hendra Permana
N I M : 55108120104
Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen
Tanggal : Februari 2011

Mengesahkan

Direktur Pascasarjana

Ketua Program Studi
Magister Manajemen

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS.

Pembimbing Utama

Pembimbing II

Prof. Dr. H. Noor Fuad, MBA., MSc.

Sonny Sutedja, SE, MM.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini:

Judul : **Perencanaan Bisnis Yogurt Enyak**
Bentuk Karya Akhir : Perencanaan Bisnis
Nama : Hendra Permana
N I M : 55108120104
Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen
Tanggal : Februari 2011

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Februari 2011

Hendra Permana

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan petunjuk dan hidayah-Nya. Dalam proses pembuatan laporan Karya Akhir ini, penulis banyak mengalami hambatan dan rintangan, namun atas bantuan, bimbingan, serta dorongan dari berbagai pihak akhirnya laporan Karya Akhir ini dapat diselesaikan.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta yang sudah memberikan doa, kepercayaan dan dukungan.
2. Bapak Prof. Dr. H. Noor Fuad, MBA., MSc. dan Bapak Sonny Sutedja, SE, MM. selaku dosen pembimbing untuk pengarahan dan pembukaan wawasan penulis.
3. Triana Nurdianti yang selalu memberikan semangat dan diskusi bersama.
4. Semua pihak yang banyak membantu penulis dalam menyelesaikan laporan ini, yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu per satu, terima kasih banyak.

Jakarta, Februari 2011.

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Maksud dan Tujuan	3
1.4 Manfaat dan Kegunaan	4
BAB II DESKRIPSI BISNIS	
2.1 Sejarah Perusahaan	5
2.2 Lingkup Bidang Usaha	6
2.3 Sumber Daya	8
2.4 Tantangan Bisnis	9
2.5 Proses Bisnis	10
BAB III KONSEP BISNIS	
3.1 Perencanaan Bisnis	11
3.2 Garis Besar Rencana Bisnis	12
3.3 Konsep Dasar Kewirausahaan (<i>Entrepreneurship</i>)	15
3.4 Pengertian Kewirausahaan dan Wirausaha	16
3.5 Karakteristik/ Sifat Wirausaha	17
3.6 Pengertian Pemasaran	19
3.7 Lingkup Pemasaran	20
3.8 Perluasan Pandangan Mengenai Tugas Pemasaran	21

3.9	Bauran Pemasaran	22
3.10	Lima Konsep Bersaing	24
3.11	Kepuasan Pelanggan	27
3.12	Kebutuhan Untuk Mempertahankan Pelanggan	29
3.13	Analisis SWOT	30
3.14	Strategi Generik	31
3.15	<i>5 Force Model</i>	32
3.16	Strategi Pengikut Pasar	35
3.17	Segmentasi	36
3.18	<i>Targeting</i>	38
3.19	<i>Positioning</i>	39
3.20	Diferensiasi	40
3.21	Siklus Hidup Produk (<i>Product Life Cycle</i>)	41
3.22	<i>Personal Selling</i>	44
3.23	<i>Viral Marketing</i>	47
3.24	<i>Marketing 3.0</i>	49
3.25	<i>Spiritual Marketing</i>	51
3.26	Kerangka Pemikiran Perencanaan Bisnis	53

Bab IV METODE PENYUSUNAN PERENCANAAN BISNIS

4.1	Pengumpulan Informasi	55
4.2	Metode Analisis Data	56
4.3	Proses Penyusunan Perencanaan Bisnis	57

BAB V ANALISIS DATA

5.1	Analisa Faktor Eksternal	59
5.1.1	Tren Industri	59
5.1.2	<i>Market Identification</i>	60
5.1.3	<i>Product Life Cycle</i>	62
5.1.4	Teknologi	63
5.1.5	Aturan Perundang-Undangan	63
5.1.6	<i>Supply</i> dan Distribusi	64
5.2	Analisa Faktor Internal	65

5.3	Analisa Aspek Pasar	66
	5.3.1 <i>Product Life Cycle</i> Yogurt Enyak	66
	5.3.2 Analisa <i>5 Force Model</i>	66
	5.3.3 Analisa SWOT	70
	5.3.4 <i>Customer Loyalty Type</i>	72
5.4	Analisa Aspek Pemasaran	72
	5.4.1 <i>Segmentation-Targeting-Positioning</i>	72
	5.4.2 <i>Marketing Mix</i>	74
	5.4.3 <i>Brand Awareness Pyramid</i>	76
5.5	Operasional Bisnis	77
5.6	Aspek Keuangan	78

BAB VI PERENCANAAN BISNIS

6.1	Gagasan Bisnis	80
6.2	Tim Manajemen	81
6.3	Strategi Pemasaran	81
	6.3.1 Strategi <i>Product Life Cycle</i> Yogurt Enyak	82
	6.3.2 Strategi <i>5 Force Model</i>	82
	6.3.3 Strategi SWOT (Eksternal & Internal)	83
	6.3.4 Strategi <i>Unaware of Brand</i>	84
	6.3.5 Strategi Switcher (Customer Loyalty)	85
	6.3.6 Teknis Pelaksanaan Strategi Pemasaran	85
6.4	Strategi Pengoperasian Bisnis	88
6.5	Kebutuhan Modal dan Proyeksi Keuangan	89
	6.5.1 Proyeksi Rugi Laba	89
	6.5.2 <i>Break Payback Period</i>	90
	6.5.3 Analisa NPV	91
	6.5.4 Analisa IRR dan ROI	91

BAB VII REKOMENDASI BAGI MANAJEMEN

7.1	Rekomendasi Bagi Manajemen	92
-----	----------------------------------	----

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN
CURRICULUM VITAE

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Statistik Gender Penduduk Kota Bandung Tahun 2009	7
Tabel 2.2. Nama Dan Posisi (Jabatan) Tim Yogurt Enyak	8
Tabel 3.1. Perbedaan Gaya Manajerial Wirausaha dan Manajer	19
Tabel 3.2. Status Permintaan dan Tugas Pemasaran	21
Tabel 3.3. Metode Melacak Kepuasan Pelanggan	28
Tabel 3.4. Variabel-Variabel Diferensiasi	41
Tabel 4.1. <i>Timeline</i> Perencanaan Bisnis Yogurt Enyak	58
Tabel 5.1. Peta Persaingan Cimory dan Odise	67
Tabel 5.2. <i>Customer Loyalty Type</i>	72
Tabel 5.3. Estimasi Biaya Pengeluaran 1 Tahun	78
Tabel 6.1. Nama Dan Posisi (Jabatan) Tim Yogurt Enyak	81
Tabel 6.2. Strategi <i>5 Force Model</i>	82
Tabel 6.3. Matriks SWOT	83
Tabel 6.4. Matriks SWOT Yogurt Enyak	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Struktur Organisasi Yogurt Enyak	8
Gambar 2.2. Gambaran Besar Proses Bisnis Yogurt Enyak	10
Gambar 3.1. Faktor Penentu Nilai yang Diserahkan Kepada Pelanggan	26
Gambar 3.2. Cara <i>Viral Marketing</i> Bekerja: Memberi Konfirmasi	48
Gambar 3.3. Kerangka Pemikiran Karya Akhir Perencanaan Bisnis Yogurt Enyak	54
Gambar 5.1 Logo Yogurt Enyak	74

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. SOP Yogurt Enyak
- Lampiran 2. Kuesioner Yogurt Enyak
- Lampiran 3. Hasil Kuisisioner
- Lampiran 4. *Human Resource Policy*
- Lampiran 5. Peta Kota Bandung
- Lampiran 6. Leaflet (Versi Kotler)
- Lampiran 7. Leaflet (Versi Jay Abraham)