



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PERENCANAAN USAHA
KOPI ZEN PLUS**

KARYA AKHIR

Oleh

AGUSTINUS RONALDO

55105120054

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
2007**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PERENCANAAN USAHA
KOPI ZEN PLUS**

KARYA AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Magister Manajemen**

Oleh

AGUSTINUS RONALDO

55105120054

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
2007**

ABSTRACT

Indonesia is a potential country with a good geographic condition, and supported with a large number people (238.452.952 people) at 2006. This condition will attract investor to come to Indonesia. There is a growth in a coffee market. People also like to get a healthy drink for their health. The combination between coffee and healthy drink concept will be reviewed and analyze through this thesis. Topic for this thesis is : Bussiness Plan for Kopi Zen Plus.

The main concept for this Bussiness Plan is to present the instant coffee with a herbal. This is an unique product, and will be focused to the differentiation. The Bussiness plan will review Kopi Zen Plus's product strategy, management functional : marketing, operational, human resources management and financial management as well.

Kopi Zen Plus is safety to be consumed by a people who has a problem with their heart, blood pressure, diabetes, etc. This product can help to increase the stamina, retain the flu effect. Price for this product is Rp 1.250,- per sachet. This price is equal to the usage that offered to consumer. This Bussiness Plan is recommended to be invest.

ABSTRAK

Potensi Indonesia dengan kekuatan geografis dan jumlah penduduk yang besar sekitar 238.452.952 orang pada akhir tahun 2006, sehingga banyak pelaku bisnis yang melakukan investasinya di Indonesia. Ditunjang dengan data, tingginya konsumsi kopi bubuk di Indonesia dan adanya keinginan konsumen terhadap kopi yang aman untuk dikonsumsi bagi tubuh. Selain itu adanya pertumbuhan yang tinggi di pasar jamu/herbal, salah satunya diperlihatkan dengan adanya kecenderungan orang untuk menggunakan obat berbahan alami saat ini telah meningkat. Karenanya, penulis mengangkat topik mengenai perencanaan usaha.

Belum adanya pemain yang menonjol dalam industri kopi herbal ini, walaupun ada beberapa perusahaan besar yang ikut bermain didalamnya, dari observasi dan pengamatan penulis, produk-produk tersebut hanya fokus pada herbal ginseng atau jahe merah, belum ada yang dikombinasikan dengan herbal yang lebih lengkap, sehingga khasiatnya kurang dirasakan oleh tubuh.

Perencanaan usaha yang disusun adalah mengenai kopi instan yang dikombinasikan dengan jamu/herbal, yang direncanakan dengan merek ZEN Plus. Kopi instan dengan kombinasi herbal ini merupakan produk unik dimana fokus pada *differentiation* produk. Selain itu, pembahasan dalam karya akhir ini, juga membahas mengenai strategi dan fungsi-fungsi manajemen yang ada didalamnya, baik pemasaran, operasional, sumber daya insani, dan keuangan.

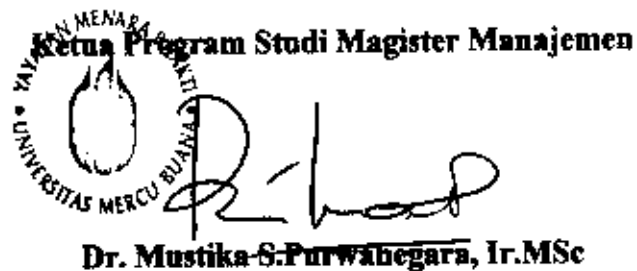
Kopi ZEN Plus aman dikonsumsi bagi penderita jantung berdebar, darah tinggi, kencing manis (diabetes) dan gangguan pencernaan karena minum kopi, selain itu bisa membantu mengurangi masuk angin dan pegal linu, serta membantu meningkatkan vitalitas dan stamina. Produk ini rencananya akan dijual dengan harga Rp 1.250,- per sachet, dan harga tersebut sebanding dengan khasiat yang dirasakan oleh konsumen. Perencanaan usaha ini layak untuk diinvestasikan.

LEMBAR PENGESAHAN KARYA AKHIR

Judul : Perencanaan Usaha Kopi ZEN Plus
Nama : Agustinus Ronaldo
NIM : 55105120054
Program Studi : Magister Manajemen
Tanggal : Oktober 2007

Mengesahkan,

Ketua Program Studi Magister Manajemen



Dr. Mustika S. Purwanegara, Ir.MSc

Pembimbing Utama



Dr. Mustika S. Purwanegara, Ir.MSc

Pembimbing II



Dra. Krisnati Desiana, Lic.Comm

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA AKHIR

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

Judul : **Perencanaan Usaha Kopi ZEN Plus**
Nama : **Agustinus Ronaldo**
NIM : **55105120054**
Program : **Pascasarjana Program Magister Manajemen**
Konsentrasi : **Manajemen Pemasaran**

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Program 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, 4 Oktober 2007


Agustinus Ronaldo

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat Nya maka penulis dapat menyusun karya akhir ini dari awal hingga selesai dengan baik. Karya akhir ini merupakan perumusan perencanaan usaha terhadap sebuah konsep produk yang akan di huncurkan kepada pasar. Beberapa analisis yang berkaitan dan mendukung mulai dari awal konsep, peluangnya hingga proses pembuatan produk, juga strategi yang akan ditempuh akan dibahas dalam karya akhir ini.

Penyusunan karya akhir ini juga merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar dalam program studi Magister Manajemen. Dalam proses penyusunannya, penulis telah dibantu oleh banyak pihak, dan pada kesempatan ini penulis akan mengucapkan terima kasih kepada :

1. Direktur program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana, Bp. Ir. Dana Santoso, M.Eng.Sc.,PhD yang telah mendukung mahasiswa untuk tetap semangat dalam proses pembelajaran.
2. Ketua program studi magister manajemen, yaitu Ibu DR.Mustika S.Purwanegara, Ir.MSc yang telah membantu dan mendukung pembuatan karya akhir kami ini dari konsep awal hingga selesai.
3. Dosen pembimbing utama, Ibu DR. Mustika S.Purwanegara, Ir., MSc dan dosen pembimbing II, Ibu dra.Krisnati Desiana, Lic.Comm yang telah

memberikan bimbingan dan masukan yang sangat berguna sehingga karya akhir kami ini dapat terselesaikan dengan baik

4. Dosen Penguji, yaitu : Bapak Prof. DR.H. Noor Fuad,SE.,MM.,M.Sc.,QIP, Bp. Endi Rekarti, SE, ME, Ibu DR. Mustika S.Purwanegara, Ir.,MSc yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menguji kami dan memberikan masukan-masukan yang sangat berguna bagi karya akhir kami ini.
5. Semua dosen yang telah mengajarkan ilmunya selama kami menuntut ilmu di Fakultas Program Pascasarjana
6. Semua staff di Universitas Mercu Buana yang sangat mendukung proses pembuatan karya akhir ini.
7. Orang tua yang tidak pernah putus berdoa dan mendukung proses pembelajaran dari awal hingga akhir.
8. Wenny Widayawati, yang selalu memberikan dukungan dan motivasi sehingga kami tidak pernah patah semangat dalam pembuatan karya akhir ini.
9. Keluarga tercinta mbak Mala & Debby, kakak, adik, keponakan dan semua saudara yang memberikan dukungan dan doanya
10. Semua teman-teman angkatan 7 Menteng kelas Sabtu, Universitas Mercu Buana. Berkat kalian kami terus semangat dan menyelesaikan karya akhir.
11. Atasan dan kerabat di PT Unique Herbafood Indonesia yang telah memberikan dukungan penuh sehingga karya akhir ini dapat selesai.

Akhir kata semoga karya akhir ini dapat sedikit menyumbang bagi penelitian dan ilmu pemasaran di kemudian hari.

Jakarta, Oktober 2007

Agustinus Ronaldo

DAFTAR ISI

Abstract.....	iii
Abstrak.....	iv
Lembar Pengesahan Karya Akhir.....	v
Lembar Pernyataan Keaslian Karya Akhir.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel.....	xvi
Daftar Gambar.....	xvii
Daftar Lampiran.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Maksud dan Tujuan.....	7
1.4. Kegunaan Karya Akhir.....	8
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II. DESKRIPSI USAHA	
2.1. Sejarah Perencanaan Usaha.....	10
2.2. Lingkup Bidang Usaha.....	11
2.3. Visi, Misi, Strategi dan Tujuan	11

2.4. Struktur Organisasi.....	14
2.5. Sumber Daya.....	15
2.5.1. Sumber Daya Insani.....	15
2.5.2. Teknologi.....	15
2.5.3. Bangunan dan Sarana Pendukung.....	16
2.6. Tantangan Bisnis	16
2.7. Proses Bisnis.....	16
BAB III. KONSEP USAHA	
3.1. Perumusan Permasalahan yang Dihadapi Perusahaan	18
3.2. Kajian Pustaka Alternatif.....	19
3.2.1. Kewirausahaan.....	19
3.2.2. Lingkungan Internal dan Eskternal Perusahaan.....	20
3.2.3. Pemasaran.....	24
3.2.3.1. Bauran Pemasaran.....	25
3.2.3.2. Analisa Pelanggan.....	26
3.2.4. Strategi Operasi	27
3.2.5. Lokasi, <i>Lay-out</i> Kantor dan Perencanaan Produksi.	29
3.2.6. Strategi Keuangan.....	29
3.2.7. Rerangka Bepikir.....	31
BAB IV. METODOLOGI PENYUSUNAN RENCANA USAHA	
4.1. Pengumpulan Informasi.....	32
4.2. Metode Analisis Data.....	34

4.2.1. Analisis Industri dan Lingkungan Perusahaan.....	34
4.2.2. Analisis Pasar.....	34
4.2.3. Analisis Persaingan dan Strategi Perusahaan.....	34
4.2.4. Analisis Keunggulan Kopi ZEN Plus.....	35
4.2.5. Analisis Operasional Bisnis.....	35
4.2.6. Analisis Proyek Keuangan.....	35
 BAB V. ANALISIS DATA	
5.1. Analisis Industri dan Lingkungan Perusahaan.....	36
5.1.1. Analisis Industri.....	36
5.1.2. Analisis Lingkungan Internal Perusahaan.....	39
5.1.2.1. <i>Resources</i>	39
5.1.2.2. <i>Capability</i>	41
5.1.2.3. <i>Core Competency</i>	42
5.1.3. Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan.....	44
5.1.3.1. Ancaman dari Pendetang Baru.....	44
5.1.3.2. Kekuatan Tawar Menawar Suplier.....	48
5.1.3.3. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli.....	49
5.1.3.4. Ancaman dari Produk Pengganti.....	50
5.1.3.5. Persaingan antar Perusahaan dalam Lingkup Usaha yang Sejenis.....	51
5.2. Analisis Pasar.....	51
5.2.1. Analisis Peluang dalam Mendapatkan Gagasan.....	53

5.2.2. Pola Perilaku Konsumen dalam Membeli Kopi atau Jamu/ Herbal.....	53
5.2.3. Pandangan Mereka terhadap Konsep Produk Baru.....	56
5.3. Analisis Persaingan dan Strategi Perusahaan.....	57
5.3.1. Analisis Persaingan.....	57
5.3.2. Analisis Strategi Perusahaan.....	59
5.3.2.1. Analisis STP.....	59
5.3.2.2. Analisis PDB.....	61
5.3.2.3. Analisis 4P.....	63
5.4. Analisis Keunggulan Bisnis yang Ditawarkan.....	68
5.4.1. Analisis SWOT.....	69
5.4.2. Analisis Keunggulan Bersaing.....	71
5.4.2.1. Potensi Keunggulan Bersaing.....	71
5.4.2.2. Posisi Keunggulan Bersaing.....	73
5.4.2.3. Kinerja yang Dihasilkan	74
5.5. Analisis Operasional.....	74
5.5.1. Analisa Alur Produksi.....	75
5.5.2. Analisa Alur Material Produksi.....	76
5.5.3. Analisa Alur Proses Produksi.....	77
5.5.4. Strategi COGS untuk Penetapan Harga Jual.....	79
5.6. Strategi Keuangan.....	80

5.6.1. Strategi Pendanaan.....	80
5.6.2. Strategi Perhitungan Harga Jual Produk.....	83
5.6.3. Strategi <i>Sales & Profit Margin</i>	84
5.6.4. Analisa Rugi Laba.....	85
5.6.5. Analisa <i>Payback Period</i>	87
5.6.6. Analisa NPV.....	87
5.6.7. Analisa IRR.....	88
 BAB VI. EVALUASI STRATEGI	
6.1. Proses Penyusunan Perencanaan Usaha Kopi ZEN Plus.....	89
6.1.1. Pendekatan dan Mekanisme Proses Penyusunan Rencana Usaha.....	89
6.1.2. Perencanaan Sumber Daya dan Waktu yang Diperlukan.....	90
6.1.3. Proses yang Dilakukan dalam Penyusunan Rencana Usaha	92
6.1.4. Memperkirakan Dampak Rencana Usaha Bagi Perusahaan.....	92
6.2. Metode Analisis Kelayakan Bisnis.....	93
6.2.1. Ringkasan Perusahaan/Usaha.....	94
6.2.2. Gambaran Manajemen.....	94
6.2.3. Produk yang Direncanakan.....	95
6.2.4. Modal Awal dan Rencana Penambahan Dana.....	95
6.2.5. Identifikasi Peluang Pasar/Industri.....	96
6.2.6. Segmentasi Pasar.....	97
6.2.7. Ringkasan Produk yang Ditawarkan.....	97
6.2.8. Keunikan Produk.....	97

6.2.9. Mengelola Pelanggan.....	98
6.2.10. Strategi Harga Jual.....	98
6.2.11. <i>Positioning</i> Produk.....	99
6.2.12. Rencana Penjualan dan Distribusi.....	99
6.2.13. Strategi Promosi.....	100
6.2.14. Gambaran Keuangan.....	100
6.2.15. Laporan Proyeksi Rugi Laba.....	101
6.2.16. Analisa <i>Payback Period</i>	101
6.2.17. Analisa NPV.....	101
6.2.18. Analisa IRR.....	102

BAB VII. REKOMENDASI BAGI MANAJEMEN

7.1. Perencanaan Usaha.....	103
7.2. Produk Diferensiasi	104
7.3. Segmentasi dan Positioning.....	105
7.4. Harga Jual.....	105
7.5. Promosi & Distribusi.....	106
7.6. Pendanaan.....	106
7.7. Target Penjualan dan Profit Margin.....	107
7.8. Rugi Laba dan <i>Payback Period</i>	107
7.9. Kelayakan Usaha.....	108

DAFTAR TABEL

Tabel 1	: Survei IBBA Tahun 2005.....	2
Tabel 2	: Sumber Informasi Rencana Usaha Kopi ZEN Plus.....	33
Tabel 3	: Brand Share & Value Kopi 2005.....	37
Tabel 4	: Kapabilitas PT. Unique Herbafood Indonesia.....	41
Tabel 5	: Data Kompetitor.....	58
Tabel 6	: Analisa Segmentasi.....	60
Tabel 7	: Analisis Harga Kompetitor.....	66
Tabel 8	: Gambaran Fisik Produk Kopi ZEN Plus.....	68
Tabel 9	: Kapabilitas yang Dilakukan oleh PT Unique Herbafood Ind.....	73
Tabel 10	: Fasilitas Ruangan.....	78
Tabel 11	: Fasilitas Pendukung.....	78
Tabel 12	: Form Struktur Biaya dan Harga Jual.....	79
Tabel 13	: Estimasi Kebutuhan Awal Produksi Bahan Baku.....	81
Tabel 14	: Estimasi Kebutuhan Penunjang Produksi.....	81
Tabel 15	: Estimasi Biaya Lain-Lain di Investasi Awal.....	82
Tabel 16	: Perhitungan Harga Jual Dnegan dan Tanpa Distributor.....	84
Tabel 17	: Estimasi Target Penjualan & Profit Margin di Tahun Pertama.....	85
Tabel 18	: Laporan Rugi Laba (Estimasi).....	86
Tabel 19	: Perhitungan NPV Positif.....	88
Tabel 20	: Perhitungan NPV Negatif.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Pangsa Pasar Jamu vs Obat Modern 2006.....	3
Gambar 2 : Pangsa Pasar Jamu vs Obat Modern 2010.....	4
Gambar 3 : Proses Penyaringan Konsep / Ide.....	13
Gambar 4 : Struktur Organisasi PT Unique Herbafood Indonesia.....	14
Gambar 5 : Matrik Ansoff.....	26
Gambar 6 : Rerangka Berpikir.....	31
Gambar 7 : Kelompok Sering Minum Kopi.....	56
Gambar 8 : Kelompok Jarang Sering Minum Kopi.....	56
Gambar 9 : Kelompok Tidak Minum Kopi.....	56
Gambar 10: Kelompok Sering Minum Jamu/Herbal.....	57
Gambar 11: Kelompok Tidak Minum Jamu/Herbal.....	57
Gambar 12: Analisa PDB.....	62
Gambar 13: Design Kemasan Kopi ZEN Plus.....	63
Gambar 14: Alur Produksi.....	75
Gambar 15: Alur Material Produksi.....	75
Gambar 16: Alur Proses Produksi.....	77
Gambar 17: Alokasi Modal Awal.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Contoh Sachet Aluminium Foil