

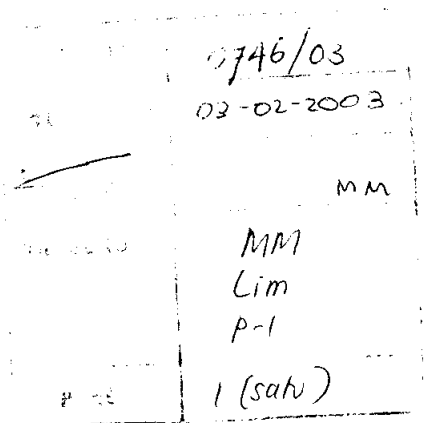
PT. PRIMA SEAFOOD
A STRATEGIC BUSINESS PLAN

TESIS

OLEH :

LUSIA LIMANTARA

NIM : 811240002



UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER
MARET 2002

**PT. PRIMA SEAFOOD
A STRATEGIC BUSINESS PLAN**

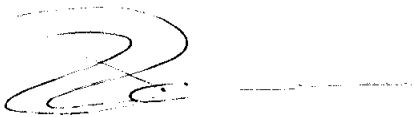
**TESIS
Diajukan kepada
Universitas Katolik Widya Mandala
untuk memenuhi persyaratan
dalam menyelesaikan program Magister
Manajemen**

**OLEH
LUSIA LIMANTARA
NIM 811.240000.2**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER
MARET 2002**

Tesis Oleh Lusia Limantara ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Surabaya, 23 Maret 2002
Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'K' followed by 'C' and 'Chan'. The signature is written on a horizontal line.

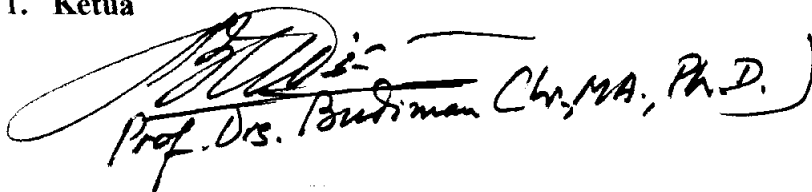
Prof. K C Chan, Ph.D

23-03-2002

Tesis ini telah diuji dan dinilai
Oleh Panitia Penguji pada
Program Pascasarjana Unika Widya Mandala Surabaya
Pada tanggal 08 April 2002

Panitia Penguji

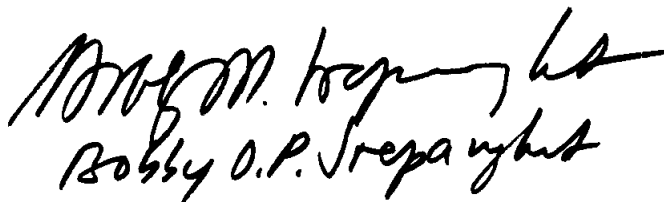
1. Ketua


Prof. Dr. Budiman Chr., MA., Ph.D.)

2. Sekretaris



3. Anggota


Bobby O.P. Srepa ngub

Tesis oleh Lusia Limantara ini telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 08 April 2002

Dewan Penguji



Prof. Budiman Christiananta, Ph.D, Ketua

Prof. Chan Kah Chee, Ph.D, Sekretaris



Bobby O.P. Soepangkat, Ph.D, Anggota

Mengetahui

Direktur PPS



Prof. E Sadtono Ph.D

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur dan terima kasih ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan karya tulis tesis ini

Penyusunan tesis ini guna melengkapi dan memenuhi syarat dalam menyelesaikan Pasca Sarjana Program Studi Magister Manajemen di Universitas Katolik Widya Mandala. Dalam penyusunan tesis ini penulis menyusun suatu rencana bisnis strategis dalam mendirikan PT. Prima Seafood yang bergerak dalam industri seafood eceran di kota Surabaya.

Penyusunan tesis ini telah dilakukan dengan sebaik-baiknya tetapi terbatasnya pengetahuan penulis menyebabkan tesis ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi perbaikan tesis ini.

Dalam penyusunan dan terwujudnya tesis ini, penulis telah banyak menerima bimbingan, bantuan, dorongan dan perhatian dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. K C Chan, Ph.D selaku Dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini.
2. Segenap dosen Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala yang telah mendidik serta memberi pengarahan kepada penulis selama masa perkuliahan.

3. Orangtua, kakak dan adik yang telah banyak memberikan bantuan dan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
4. Sahabat-sahabatku Sang, Yuli, Sissy, Jie, Erwin, Raymond, Nyoman and Sr. Rita karena berkat obrolan dan canda telah memberikan banyak inspirasi dan membuat sebagian jalan hidupku penuh warna indah.
5. Rekan-rekan angkatan 1 Magister Manajemen yang kompak dan penuh canda.
6. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu di sini.

Akhirnya harapan penulis agar tesis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, Maret 2002

Penulis

RINGKASAN

Rencana bisnis ini disusun dengan tujuan mendirikan perusahaan baru dengan bentuk “*speciality store*” yang bergerak di dalam industri penjualan *seafood* eceran dengan nama ‘PT. Prima Seafood’. Misi perusahaan ini adalah menyediakan kebutuhan masyarakat akan *seafood* sebagai sumber protein dengan kualitas terjamin didukung dengan pelayanan yang prima. *Image* yang akan diperkenalkan kepada konsumen adalah kualitas dan kesegaran *seafood*, pelayanan yang cekatan dan ramah dengan citarasa masakan yang enak serta pengantaran pesan antar yang cepat.

Cara memperoleh *seafood* dengan kualitas segar tersebut didapat dengan melakukan kerjasama dengan pemasok *seafood* dengan sistem konsiyasi artinya sisa *seafood* yang tidak terjual akan diambil kembali oleh pemasok, dengan demikian persediaan *seafood* perusahaan akan selalu segar dan terjaga kualitasnya.

Lokasi usaha dipilih pada area Darmo Permai dengan pertimbangan segmen kalangan menengah ke atas yang menjadi target pasar banyak yang bertempat tinggal dalam area tersebut.

Di dalam industri ini pesaingnya berasal dari pasar tradisional, pasar swalayan dan rumah makan. Oleh karena itu strategi yang akan dipakai dalam rencana ini adalah strategi fokus kepada segmen menengah ke atas yang lebih memperhatikan kualitas barang daripada harga, tetapi agar dapat bersaing maka harga dibuat lebih murah dibandingkan pesaing tetapi dengan kualitas barang yang selalu terjaga dan yang menjadi kekuatan adalah layanan masak yang diberikan, karena meskipun usahanya tidak terlalu besar tetapi dengan keahlian juru masak yang pandai memasak dengan citarasa sesuai konsumen akan menyebabkan perusahaan mempunyai konsumen yang loyal, dengan demikian meskipun margin laba yang didapat tidak besar tetapi dengan banyaknya konsumen diharapkan perputaran uangnya akan bagus. Strategi ini didukung pula dengan pelayanan yang ramah dan cekatan sehingga konsumen merasa diperlakukan sebagai raja yang akan menyebabkan *image* perusahaan akan tertanam baik dalam benak konsumen.

Investasi awal dari rencana ini sebesar Rp 408.915.000,00 yang diperoleh dari modal sendiri. Hasil analisa keuangan menunjukkan perusahaan dapat menghasilkan *internal rate of return* sebesar 49.93% yang menunjukkan investasi ini layak dijalankan, dengan *payback period* selama 3 tahun 5 bulan. *Net profit margin* yang dihasilkan tahun pertama (21.58), tahun kedua 5.6, tahun ketiga 12, tahun keempat 15.99, tahun kelima 19.06 menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan semakin baik. Penghitungan *total asset turnover* tahun pertama 1.31, tahun kedua 2.15, tahun ketiga 2.78, tahun keempat 3.15, tahun kelima 3.15 menunjukkan kemampuan perusahaan makin meningkat dari tahun ke tahun dalam perputaran asetnya. Dari perhitungan, *return on investment* tahun pertama (28.37), tahun kedua 12.04, tahun ketiga 33.33, tahun keempat 50.31, tahun kelima 60.13 menunjukkan *return on investment* yang terus meningkat

yang menunjukkan semakin baiknya perkembangan perusahaan. Perhitungan titik impas tahun pertama 149%, tahun kedua 87%, tahun ketiga 66%, tahun keempat 44%, tahun kelima 24% menunjukkan titik impas yang semakin menurun persentasenya dari tahun ke tahun, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan telah bekerja semakin efisien.

Dari hasil perhitungan tersebut diatas dapat disimpulkan rencana bisnis ini layak dijalankan.

ABSTRACT

The purpose of this thesis is to make a strategic business plan of PT. Prima Seafood. This company is a specialty store whose sell many kind of fresh and good quality seafood, fresh vegetables and seasoning seafood with a cook service at store and delivery order service. This plan is new at Surabaya because its combine supermarket and restaurant (supermarket because its sell seafood and vegetables, restaurant because they can cook the seafood for the customer in many kind of cookery). This scope business plan is at Surabaya, for the beginning the location at West Surabaya.

To know the opportunity of this plan, I have made a marketing research using a simple random questionnaire with personnel survey to 400 person respondents, in order to know about Surabaya's people awareness of seafood, acceptability of store, affordability of price range, availability of place (location to buy a seafood) and appropriateness of business.

The result of this research shows that this plan has market segment to a middle up customers who like a fresh and good quality of seafood but not too expensive and don't has time to cook and not always have time to go to buy seafood at store.

The keywords of this plan are fresh and good quality of seafood, good service with delicious cookery and fast delivery.

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL.....	i
PRASYARAT GELAR	ii
PERSETUJUAN	iii
PENETAPAN PANITIA PENGUJI.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
RINGKASAN.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	2
1.3.1 Tujuan Umum	2
1.3.2 Tujuan Khusus.....	2
1.4 Manfaat	2
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	4
2.1 Rencana Bisnis.....	4
2.1.1 Pengertian Rencana Bisnis.....	4
2.1.2 Keuntungan Rencana Bisnis.....	4
2.1.3 Konsep Penyusunan Rencana Bisnis.....	5
2.2 Usaha Eceran.....	6
2.2.1 Pengertian Usaha Eceran.....	6
2.2.2 Usaha Khusus	6
2.3 Riset Marketing.....	7
2.3.1 Pengertian Riset Marketing.....	7
2.3.2 Riset Kualitatif.....	7
2.3.3 Metode Survei Personal	7
2.3.4 Sampel Random Sederhana	8
2.4 Analisis Pasar	8
2.4.1 Analisis Lingkungan.....	8
2.4.2 Analisis Persaingan	9
2.5 Matriks SWOT.....	10
2.6 Strategi Marketing.....	10
2.6.1 Pengertian Strategi Marketing.....	10
2.6.2 Strategi Generik.....	11
2.6.3 Komponen Dari Diferensiasi Strategi Marketing	11
2.7 Analisis Keuangan.....	12
2.7.1 <i>Payback Period</i>	12
2.7.2 <i>Internal Rate of Return</i>	13
2.7.3 <i>Net Profit Margin</i>	13

2.7.4 <i>Total Assets Turnover</i>	13
2.7.5 <i>Return On Investment</i>	13
2.7.6 Titik Impas.....	14
BAB 3 KERANGKA KONSEPTUAL.....	15
BAB 4 METODE PENELITIAN.....	17
4.1 Rancangan Penelitian.....	17
4.2 Populasi Dan Sampel.....	17
4.3 Metode Pengumpulan Data.....	18
4.4 Prosedur Pengumpulan Data.....	19
4.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	19
4.6 Cara Analisis Data.....	20
BAB 5 ANALISIS DATA.....	21
5.1 Segmen Pasar.....	21
5.1.1 Usia Responden.....	21
5.1.2 Pekerjaan Responden.....	22
5.1.3 Penghasilan Responden.....	22
5.2 Peluang Bisnis.....	23
5.2.1 Responden Yang Menyukai <i>Seafood</i>	23
5.2.2 Jenis Hidangan <i>Seafood</i> Yang Disukai Responden.....	24
5.2.3 Responden Yang Sering Mengonsumsi Hidangan <i>Seafood</i> ...	25
5.2.4 Responden Yang Suka Memasak Sendiri <i>Seafood</i>	25
5.2.5 Bahan Yang Disukai Saat Hendak Dimasak.....	26
5.2.6 Tempat Responden Biasa Membeli Bahan <i>Seafood</i>	27
5.2.7 Kesulitan Responden Untuk Memperoleh Bahan <i>Seafood</i> Yang Segar dan Berkualitas.....	27
5.2.8 Pendapat Responden Tentang Harga Jual Yang Layak Bagi <i>Seafood</i> Yang Segar Dan Berkualitas.....	28
5.2.9 Pendapat Responden Tentang Rencana Mendirikan Prima <i>Seafood</i>	29
BAB 6 PEMBAHASAN.....	30
6.1 Latar Belakang Industri.....	30
6.1.1 Analisis Industri.....	30
6.1.2 Analisis SWOT.....	31
6.1.3 Matriks SWOT.....	33
6.2 Deskripsi Usaha.....	34
6.2.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	34
6.2.1.1 Visi Perusahaan.....	34
6.2.1.2 Misi Perusahaan.....	34
6.2.2 Keuntungan.....	35
6.2.3 Sasaran Jangka Pendek dan Sasaran Jangka Panjang.....	35
6.2.3.1 Sasaran Jangka Pendek.....	35
6.2.3.2 Sasaran Jangka Panjang.....	36
6.3 Marketing.....	36
6.3.1 Riset dan Analisis.....	36
6.3.2 Rencana Marketing.....	38
6.3.3 Strategi Marketing.....	39
6.4 Desain Riset dan Pembangunan.....	41
6.5 Manajemen.....	43

6.6 Penafsiran Resiko.....	46
6.6.1 Evaluasi Kelemahan Usaha	46
6.6.2 Reaksi Pesaing	47
6.6.3 Rencana Menghadapi Kendala yang Muncul	47
6.7 Keuangan.....	48
BAB 7 SIMPULAN.....	54
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Matriks SWOT	10

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 <i>Five Force Models</i>	9
2.2 Komponen Diferensiasi Strategi Marketing.....	11
3.1 PT. Prima Seafood <i>A Strategic Business Plan</i>	15
5.1 Usia Responden.....	21
5.2 Pekerjaan Responden	22
5.3 Penghasilan Responden Per Bulan.....	23
5.4 Responden Yang Menyukai <i>Seafood</i>	24
5.5 Jenis Hidangan <i>Seafood</i> Yang Disukai	24
5.6 Responden Yang Sering Mengonsumsi Hidangan <i>Seafood</i>	25
5.7 Responden Yang Menyukai Memasak Sendiri <i>Seafood</i>	26
5.8 Bahan <i>Seafood</i> Yang Disukai.....	26
5.9 Tempat Responden Biasa Membeli.....	27
5.10 Kesulitan Bahan Yang Segar Dan Berkualitas.....	28
5.11 Harga Jual Yang Layak Bagi <i>Seafood</i> Segar dan Berkualitas	29
5.12 Pendapat Responden Tentang Pendirian PT. Prima Seafood.....	29
6.1 Matriks SWOT	33
6.2 Desain Ruangan PT. Prima Seafood	42
6.3 Struktur Organisasi PT. Prima Seafood	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Penjualan Barang Utama Dan Barang Pelengkap	57
2. Kuesioner Yang Dibagikan Kepada Responden	59
3. Jawaban Kuesioner Tentang Usia Responden	61
4. Jawaban Kuesioner Tentang Pekerjaan Responden	63
5. Jawaban Kuesioner Mengenai Penghasilan Responden.....	65
6. Jawaban Kuesioner Responden Yang Menyukai <i>Seafood</i>	67
7. Jawaban Kuesioner Jenis <i>Seafood</i> Yang Disukai Responden.....	69
8. Jawaban Kuesioner Responden Dalam Mengonsumsi <i>Seafood</i>	71
9. Jawaban Kuesioner Responden Yang Suka Memasak Sendiri <i>Seafood</i>	73
10. Jawaban Kuesioner Responden Mengenai Bahan <i>Seafood</i> Yang Disukai	75
11. Jawaban Kuesioner Tempat Responden Biasa Membeli <i>Seafood</i>	76
12. Jawaban Kuesioner Tentang Kesulitan Responden Memperoleh Bahan <i>Seafood</i> Yang Segar Dan Berkualitas.....	77
13. Jawaban Kuesioner Tentang Harga Jual Yang Layak Bagi <i>Seafood</i> Segar dan Berkualitas.....	78
14. Tanggapan Responden Tentang Rencana Pendirian PT. Prima <i>Seafood</i>	79
15. Investasi Yang Diperlukan.....	81
16. Jumlah Awal Biaya Yang Harus Dikeluarkan	82
17. Data Penyusutan/Tahun.....	83

18. Arus Kas Awal	84
19. Neraca Awal	85
20. Ramalan Arus Kas Tahun Pertama	86
21. Ramalan Rugi Laba Untuk Tahun Pertama.....	87
22. Neraca Tahun Pertama	88
23. Ramalan Arus Kas Tahun Kedua	89
24. Ramalan Rugi Laba Untuk Tahun Kedua	90
25. Neraca Tahun Kedua.....	91
26. Ramalan Arus Kas Tahun Ketiga.....	92
27. Ramalan Rugi Laba Untuk Tahun Ketiga	93
28. Neraca Tahun Ketiga.....	94
29. Ramalan Arus Kas Tahun Keempat.....	95
30. Ramalan Rugi Laba Untuk Tahun Keempat	96
31. Neraca Tahun Keempat.....	97
32. Ramalan Arus Kas Tahun Kelima.....	98
33. Ramalan Rugi Laba Untuk Tahun Kelima	99
34. Neraca Tahun Kelima.....	100
35. Analisis Keuangan.....	101
36. Data Penjualan Dua Pesaing di Surabaya Barat.....	103
37. Tren Penjualan <i>Seafood</i> di Surabaya Barat	104