

AUSTRALIAN FRESH JUICE A STRATEGIC BUSSINES PLAN

TESIS

OLEH :

SOFIA EKAWATI
NIM : 8112403004



No. INDIK	2175/06
TGL. TERIMA	11 ag 2006
DIKIRI	MK
No. BUKU	

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
JANUARI 2006

**AUSTRALIAN FRESH JUICE
A STRATEGIC BUSSINES PLAN**

TESIS

**Diajukan Kepada
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
Untuk Memenuhi Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Magister Manajemen**

OLEH :

SOFIA EKAWATI

NIM : 811.2403004

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
JANUARI 2006**

LEMBAR PERSETUJUAN

Tesis oleh Sofia Ekawati ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Surabaya, 19 Januari 2006

Pembimbing



Prof. Dr. Arsono Laksana, SE, Ak.

LEMBAR PENETAPAN PANITIA PENGUJI

Tesis ini telah diuji dan dinilai

oleh Panitia Penguji pada

Program Pascasarjana Unika Widya Mandala Surabaya

Pada tanggal 19 Januari 2006

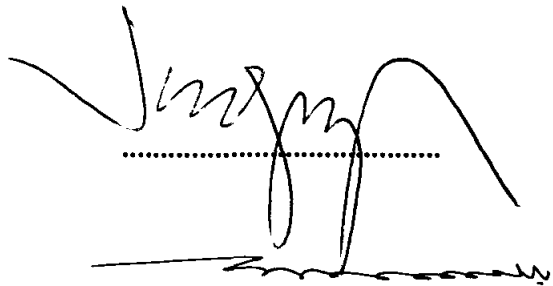
Panitia Penguji

- 1. Ketua : Prof. Dr. Soedjono Abipraja**
- 2. Sekretaris : Prof. Dr. Arsono Laksana, SE, Ak.**
- 3. Anggota : Dra. Ec. Christina Widya Utami, MM.**

Tesis oleh Sofia Ekawati ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal, 19 Januari 2006.

Dewan Penguji,

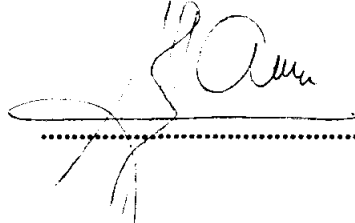
1. **Prof. Dr. Soedjono Abipraja**

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Soedjono', written over a horizontal dotted line. Below the dotted line is a solid horizontal line.

2. **Prof. DR. Arsono Laksana, SE.Ak.**

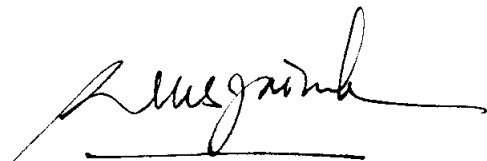
A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Arsono', written over a horizontal dotted line. Below the dotted line is a solid horizontal line.

3. **Dra. Ec. Christina Widya Utami, MM**

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Christina', written over a horizontal dotted line. Below the dotted line is a solid horizontal line.

Mengetahui,

Direktur PPS

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Wuri Soedjatmiko', written over a horizontal dotted line. Below the dotted line is a solid horizontal line.

Prof. Dr. Wuri Soedjatmiko

KATA PENGANTAR

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas berkat dan kasih-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini dengan lancar. Penyusunan tesis ini dibuat untuk melengkapi salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Magister Manajemen Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya.

Dalam pembuatan tesis ini banyak bantuan yang sangat berharga yang telah penulis terima, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Arsono Laksana, SE, Ak. selaku dosen pembimbing yang banyak meluangkan waktu memberikan masukan, bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan tesis ini dari awal hingga selesai.
2. Bapak dan Ibu dosen Magister Manajemen Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya yang banyak memberikan bekal kepada penulis selama mengikuti kuliah.
3. Keluarga tercinta yang telah memberikan semangat, dorongan, dan doa agar dapat menyelesaikan tesis.
4. Teman-teman di Tata Usaha Universitas Katholik Widya Mandala (Vivi, Hari, dan Novi) serta teman-teman lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Akhir kata, semoga penulisan tesis ini dapat bermanfaat bagi para pembaca yang membutuhkan.

Surabaya, 01 Januari 2006

Penulis

RINGKASAN

Gerai-gerai buah-buahan yang berada di Surabaya cukup banyak seperti Dunia Buah, Istana Buah, Plaza Buah dan lain sebagainya. Dalam bentuk kemasan *juice* buah pun juga banyak bermunculan seperti New Zealand, Vista, Jumbo, dan lain sebagainya menunjukkan bahwa *market* akan buah-buahan masih besar dapat diraih.

Sebagai kota metropolitan terbesar kedua di Indonesia yang berpenduduk 2.433.233 jiwa berdasarkan sensus penduduk tahun 1999/2000 kota dan latar belakang di atas penulis menyusun suatu rencana bisnis (*business plan*) untuk pendidikan *Australian Fresh Juice* yang khusus menyediakan aneka *Juice* dengan kelebihan memiliki corak khasiat booster kesehatan yang lebih lengkap disajikan untuk mengatasi banyak disfungsi kesehatan seperti stress, darah rendah, darah tinggi, kecerdasan, badan lemah, kurang darah, ginjal, dan lain-lain yang didapatkan dari buah-buahan dan aneka ramuan tradisional yang dikemas sedemikian rupa dalam bentuk *juice*.

Target pemasaran yang ingin dicapai adalah bermacam-macam seperti para professional, pelajar, penggemar olah raga/gym, pen-diet, orang yang sakit atau sedang therapy kesehatan, keluarga yang ingin mencukupi kebutuhan kesehatannya, dan lain-lain. Hasil survey terhadap responden di Tunjungan Plaza didapatkan minat respon masyarakat akan *juice fresh* masih besar dengan tingkat kebutuhan akan stan ini, dimana mayoritas menganggap stan *juice fresh* dianggap perlu, dengan prosentase mencapai 56,7%.

Analisis menggunakan SWOT dan strategi matriks SWOT beserta analisis keuangan. Analisis SWOT menggambarkan bahwa adanya peluang *external* dan kekuatan internal menerapkan menu baru dan produk berkualitas dengan Penyediaan baru dirasakan akan membawa konsumen untuk mencoba atau mencari variasi baru dengan menekankan pada fungsi produk baru.

Ramalan penjualan per tahun seluruh produk juice dengan 14 jenis didapatkan 10.800 gelas dan perjenis didapatkan 7.200 gelas dengan rincian :

Ramalan penjualan per bulan = 20 gelas x 14 jenis x 30 hari = 8.400 gelas

Ramalan penjualan per tahun = 8.400 gelas x 12 = 100.800 gelas

Penjualan per jenis produk juice

Ramalan penjualan per bulan = 20 gelas x 30 hari = 600 gelas

Ramalan penjualan per tahun = 600 gelas x 12 = 7.200 gelas

Hasil perencanaan target penjualan-penjualan yang dilakukan dan biaya-biaya yang dikeluarkan didapatkan BEP per unit dapat dicapai dengan penjualan 2.037 gelas per unit juice yang dijual. *Payback period* investasi penderian ini tidak terlalu lama yakni 1,5 tahun dengan asumsi dapat menjual produk minimum 20 gelas per hari. Hal ini menjadikan peluang tersendiri bagi riilnya perwujudan berdirinya Australian Fresh Juice.

ABSTRACT

ABSTRACT

The challenge in starting up a new business by having a market survey and applying it in running a profit-oriented business has a significant way of its own.

Strategically located at Tunjungan Plaza III, a widely-known shopping mall at the heart of North Surabaya, Australian Fresh Juice serves its main specialty on juices. Using natural fruits and traditional spices as main ingredients, Australian Fresh Juice offers a variety of juice that boosts immunity and brain system as well as activates antibody against stresses, low-blood and high-blood pressure, exhaustion, heart and liver diseases, etc.

The benefits gained from using such natural ingredients are further promoted by outstanding layout and design for the juice packaging. The juices are filled in handy cups with trendy design and catchy colors. Such packaging is facilitated with beautiful interior shop design which is the main attraction for Surabaya market in general. All these are surely able to compete with other juice products in Surabaya.

Keywords : Marketing Strategy, Distinguished Benefits, Location and Layout Design.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
RINGKASAN	iv
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
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	3
2.1. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis	3
2.2. Pentingnya Investasi	5
2.3. Tujuan Dilakukan Studi Kelayakan	6

2.4. Usaha Eceran.....	6
2.4.1. Pengertian usaha eceran	6
2.4.2. Usaha Khusus (Speciality store).....	7
2.5. Riset Marketing.....	7
2.5.1. Pengertian Riset Marketing.....	7
2.5.2. Metode Survey Personal.....	7
2.5.3. Sampel Random Sederhana.....	7
2.6. Perilaku Konsumen	8
2.7. Pengertian Pemasaran	9
2.8. Pengertian Kualitas Produk.....	12
2.9. Pengembangan Produk Baru	14
2.10. Analisis Pasar	15
2.10. Analisis Lingkungan.....	16
2.10. Analisis Persaingan	16
2.11. Strategi Marketing.....	22
2.11.1. Pengertian strategi marketing.....	22
2.11.2. Komponen dari didefinisikan strategi marketing.....	22
2.11.3. Analisis SWOT.....	23
2.12. Analisis Keuangan.....	27
2.12.1. Internal rate of return (IRR)	27
2.12.2. Payback Period	27
2.12.3. Net Profit Margin	28
2.12.4. Total Assets Turnover	28

2.12.5. Return On Investment (ROI).....	28
2.12.6. Break event point (BEP).....	28
2.13. Gambaran Usaha	29
2.13.1. Keunggulan Usaha.....	30
2.13.2. Pangsa Sasaran	31
2.13.3. Lokasi	31
BAB 3 KERANGKA KONSEPTUAL	33
BAB 4 METODE PENELITIAN	34
4.1. Pendekatan Penelitian	34
4.2. Metode Pengumpulan Data	34
4.3. Jenis dan Sumber Data	35
4.3.1. Data primer.....	35
4.3.2. Data Sekunder	35
4.4. Teknik Analisis.....	36
4.4.1. Analisis deskriptif.....	36
4.4.1. Teknik Analisis Data	36
BAB 5 ANALISIS HASIL PENELITIAN	37
5.1. Pasar Sasaran.....	37
BAB 6 PEMBAHASAN	44

6.1. Pasar dan Persaingan	44
6.2. Target Pemasaran	46
6.3. Keunggulan Juice	48
6.4. Analisis SWOT.....	51
6.5. Analisis Rencana Investasi.....	56
BAB 7 SIMPULAN DAN SARAN	67
7.1. Simpulan.....	67
7.2. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Intisari Perbedaan Antara Penjualan dan Pemasaran	10
2.2 Primary Activities	21
2.3 Matriks SWOT	23
5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	38
5.4 Keperluan Adanya Fresh Juice di Tunjungan Plaza	39
5.5 Peluang Pasar (<i>Market Share</i>) Fresh Juice di dalam Bersaing dengan Usaha-usaha Sejenis di Tunjungan Plaza	40
5.6 Tingkat Preferensi Responden yang Cenderung Memilih Fresh Juice Dibanding Usaha Sejenis Lainnya	41
5.7 Tingkat Keunggulan Fresh Juice Dibanding Usaha Sejenis Lainnya	42
6.1 SWOT EFAS/IFAS	51
6.2 SWOT New Zealand Juice, Tunjungan Plaza	54
6.3 SWOT Vista, Juice Therapy Mayjend Sungkono	54
6.4 SWOT Australian Fresh Juice	55
6.5 Australian Fresh Juice Ramalan Biaya Bahan Per Gelas (Dalam Rupiah)	58
6.6 Ramalan Harga Pokok Produk Per Gelas Australian Fresh Juice (Dalam Rp)	60
6.7 Ramalan Harga Pokok Produk Juice Australian Fresh Juice Tahun 2006 (Dalam Rp)	61
6.8 Harga Jual Juice Per Gelas Australian Fresh Juice Tahun 2006 (Dalam Rp)	62

6.9	Peramalan Penjualan Australian Fresh Juice Tahun 2006 (Dalam Rp)	65
6.10	Ramalan Perhitungan Laba-Rugi Australian Fresh Juice Tahun 2006-2010 (Dalam Rp)	66
6.11	<i>Net Cash Flow</i> Australian Fresh Juice Tahun 2006-2010 (Dalam Rp)	66
6.12	Rata-rata Pajak Penghasilan Australian Fresh Juice Tahun 2006-2010 (Dalam Rp)	67
6.13	Perhitungan <i>Net Present Value</i> Tahun 2006-2010 (Dalam Rp)	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Five Force Model	17
2.2 Komponen dari Diferensiasi Strategi Marketing	22
5.1 Pendapat Resp. Tentang Pendirian Fresh Juice	39
5.2 Pendapat Responden Terkait Peluang Pasar Fresh Juice	41
5.3 Jawaban Resp. Terkait Preferensi Memilih Fresh Juice	42
5.4 Jawaban Resp. Terkait Preferensi Keunggulan Fresh Juice	43
6.1 Grafik Impas	64