

ABSTRAK

Swytea adalah usaha minuman *thai tea* di mana untuk saat ini hanya memiliki empat varian rasa, yaitu *thai tea* dan *green tea*, *milo*, dan *lychee tea*. Minuman khas Thailand ini dikemas dalam bentuk *standing zipper pouch* dan disertakan dengan sedotan ulir yang lucu. Kemasan tersebut dipilih karena bentuknya yang unik dan *instagramable*. Hal tersebut dapat menarik perhatian konsumen. Kemasan minuman Swytea berukuran 500 ml beserta dengan es batu di dalamnya. Usaha Swytea berlokasi di Kota Bandung, Jawa Barat, tepatnya di wilayah Bandung Utara. Kota Bandung merupakan kota yang dipilih dikarenakan sesuai dengan tempat tinggal penulis. Target dari usaha Swytea adalah pelajar, dimulai dari pelajar Sekolah Menengah Pertama (SMP) hingga mahasiswa, dosen beserta staff yang berada di Universitas Kristen Maranatha, dan selanjutnya usaha Swytea ingin menjangkau usia 10 – 60 tahun yang berada di Kota Bandung. Strategi pemasaran dari Swytea adalah dengan membuat iklan melalui media sosial seperti Instagram, *Personal Selling*, dan publisitas atau biasa dikenal dengan promo-promo menarik seperti *buy 1 get 1*. Swytea memiliki struktur organisasi yang terdiri atas *Owner/Manajer*, dan 4 karyawan produksi yang masing masing di rekrut sesuai dengan kemampuan dan kualitasnya. Melalui perhitungan kelayakan investasi usaha Swytea dengan menggunakan metode *Net Present Value*, *Pay Back Period*, *Profitability Index* (PI), *Internal Rate of Return* (IRR) maka usaha Swytea dapat dikatakan layak untuk dijalankan karena hasil *Net Present Value* adalah sebesar Rp. 165.633.182,76 > 0 (positif), *Payback Period* dari usaha Swytea adalah 2 tahun 8 bulan 4 hari yang artinya investasi awal sebesar Rp 30.872.080 akan didapatkan kembali dengan jangka waktu 2 tahun 8 bulan 4 hari, dan *Pay Back Period* < *Pay Back Period* yang telah ditentukan, *Profitability Index* dari usaha Swytea adalah sebesar 6,37 > 1 (positif), dan *Internal Rate of Return* (IRR) layak karena IRR 151.44% yang berarti jumlah IRR tersebut berada di atas nilai IRR yang telah disyaratkan $df = 20\%$. Jadi dengan perhitungan kelayakan investasi yang sudah dilakukan, maka usaha Swytea dapat dikatakan layak untuk dijalankan.

Kata Kunci: Perencanaan Bisnis, Swytea, *Thai Tea*, Rasa yang Pas, *Instagramable*, Kota Bandung

ABSTRACT

Business Plan entitled Swytea is a beverages business which is engaged in Thai Tea drinks which until now Swytea only has 4 flavors, that is thai tea dan green tea, milo, and lychee tea. This Thailand Beverages is packaged with standing zipper pouch and with a cute threaded straw. The packaging was chosen because of the unique shape and very instagramable. So it can attract consumer attention. Swytea beverages packaging measure is 500 ml also with ice cubes in it. Swytea business is located in the city of Bandung, West Java, to be precise is in the North Bandung Area. Bandung City was chosen because it's according to where the author live. The target of Swytea business is students, that start from Junior High School until College Student, lecturers and staff at Maranatha Christian University, and subsequently Swytea business want to reach the ages of 10 – 60 years whom in the Bandung City. Swytea business uses marketing strategies through advertises in social media such as Instagram, personal selling, and publicity or commonly known as an attractive promos such as *buy 1 get 1*. Swytea business has an organizational structure consisting of Owner/Manager, and 4 production employees who already recruited according to their abilities and quality. Through the calculation of business investment feasibility of Swytea business with the *Net Present Value*, *Pay Back Period*, *Profitability Index (PI)*, *Internal Rate of Return (IRR)* methods are feasible because the *Net Present Value* result is Rp. 165.633.182,76 > 0 (Positive), the *Payback Period* of Swytea business is 2 years 8 months 4 days which means an initial investment that cost Rp 30.872.080 will be recovered in a period 2 years 8 months 4 days, and *Pay Back Period* < Pay the Determined Back Period, the Profitability Index of Swytea business is 6,37 > 1 (positive), and the *Internal Rate of Return (IRR)* is feasible because the IRR result is 151.44% which means the amount of IRR is above the required IRR $df = 20\%$. So by calculating the feasibility of the investment that has been done, then the business of Swytea can be said it's feasible to run.

Keywords: Business Plan, Swytea, Thai Tea, The Balanced Taste, Instagramable, Bandung City

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL BAHASA INGGRIS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I	1
RINGKASAN EKSEKUTIF	1
1.1 Deskripsi Konsep Bisnis	1
1.2 Deskripsi Bisnis	4
BAB II	9
ANALISA PELUANG BISNIS DAN IDE PRODUK	9
2.1 Analisis Peluang	9
2.1.1 Analisis Peluang	18
2.1.3 Analisis SWOT dan TOWS	19
2.2 Analisis Ide Produk dan Pasar	21
BAB III	30
ASPEK PEMASARAN	30
3.1 Strategi Pemasaran	30
3.1.1 <i>Segmenting</i>	30
3.1.2 <i>Targeting</i>	33
3.1.3 <i>Positioning</i>	35
3.2 Bauran Pemasaran	42
3.2.1 <i>Product</i>	43
3.2.2 <i>Price</i>	48

3.2.3	<i>Place</i>	50
3.2.4	<i>Promotion</i>	51
3.3	Perkiraan Penjualan	53
BAB IV		59
ASPEK OPERASIONAL		59
4.1	Peralatan dan Kapasitas Produksi/Operasi	59
4.1.1	Bahan Baku dari Usaha SWYTEA	59
4.1.2	Peralatan Produksi	63
4.1.3	Perlengkapan Produksi	88
4.1.4	Bahan Baku Produksi	95
4.1.5	Kapasitas Produksi	100
4.2	Proses Produksi atau Operasi	100
4.2.1	Proses Produksi	100
4.2.2	Blue Print	101
4.3	Lokasi dan Tata Letak (<i>Lay Out</i>)	103
4.3.1	Lokasi Produksi Usaha SWYTEA	103
4.3.2	Tata Letak (<i>Lay Out</i>) Produksi Usaha SWYTEA	104
BAB V		121
ASPEK SUMBER DAYA INSANI DAN MANAJEMEN		121
5.1	Struktur Organisasi	121
5.1.1	Tabel Struktur Organisasi	121
5.1.2	Analisis Pekerjaan	124
5.1.3	Deskripsi Pekerjaan (<i>Job Description</i>)	124
5.1.4	Spesifikasi Pekerjaan (<i>Job Specification</i>)	124
5.1.5	Rekrutmen	124
5.1.6	Seleksi	124
5.2	Pembukaan dan Penutupan <i>Stand</i> SWYTEA	126
5.2.1	Waktu Kerja, Operasional, dan Kompensasi	126
5.2.2	Waktu Kerja, Operasional, dan Kompensasi Masing-Masing Individu saat Pembukaan <i>Stand</i> Tahun Kedua dan Ketiga	130
5.3	<i>Standard Operating Procedure (SOP)</i>	143
BAB VI		155
ASPEK KEUANGAN		155

6.1	Kebutuhan Dana.....	155
6.1.1	Aktiva Tetap	155
6.1.2	Modal Kerja	158
6.1.3	Pembiayaan Awal.....	166
6.2	Sumber Dana.....	173
6.3	Proyeksi Neraca	174
6.4	Proyeksi Laba Rugi.....	177
6.5	Proyeksi Arus Kas.....	197
6.6	Penilaian Kelayakan Investasi	212
6.6.1	Net Present Value (NPV)	212
6.6.2	Payback Period (PP)	213
6.6.3	Profitability Index (PI).....	214
6.6.4	<i>Internal Rate of Return (IRR)</i>	215
DAFTAR PUSTAKA.....		219
Curriculum Vitae		226

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik <i>Teori Product Life Cycle</i>	3
Gambar 1.2 Logo Pertama SWYTEA.....	4
Gambar 1.3 Logo SWYTEA yang mengalami revisi saat berubah kemasan dari botol ke <i>pouch</i>	5
Gambar 1.4 Rincian Implementasi pada PDCA.....	5
Gambar 1.5 Lokasi Produksi SWYTEA.....	7
Gambar 2.1 Dokumentasi Konsumen SWYTEA.....	21
Gambar 2.2 Dokumentasi Konsumen SWYTEA.....	21
Gambar 2.3 Salah satu sepupu penulis yang membeli SWYTEA.....	22
Gambar 2.4 Salah satu sepupu penulis yang membeli SWYTEA.....	22
Gambar 2.5 Contoh kemasan gelas dan sedotan yang akan dipakai di acara ulang tahun Dylan.....	23
Gambar 2.6 Contoh produk SWYTEA menggunakan gelas yang disuguhkan dalam acara ulang tahun Dylan.....	23
Gambar 2.7 Saat penulis dan rekan-rekan penulis menjaga stand SWYTEA di acara ulang tahun Dylan.....	24
Gambar 2.8 Penulis dan rekan-rekan penulis yang sedang menjaga stand SWYTEA dalam acara ulang tahun Dylan yang ke-6.....	24
Gambar 2.9 Penulis dan rekan-rekan berfoto bersama dengan Dylan, sepupu Dylan, dan kedua orang tua Dylan.....	25
Gambar 2.10 Contoh kemasan botol yang diinginkan para pemuda Gereja Santo Laurentius dalam kegiatan dana usaha.....	27
Gambar 2.11 Terlihat seorang pengemudi <i>Go-Send</i> yang membawa <i>cooler box</i> besar berisikan 100 botol SWYTEA dari rumah penulis untuk diantarkan ke Gereja Santo Laurentius.....	27
Gambar 2.12 Dokumentasi pesanan minggu pertama untuk Gereja Santo Laurentius (ada yang menggunakan kemasan botol dan kemasan <i>pouch</i>)	28
Gambar 3.1 Penulis hanya membawa barang dagangan sesuai dengan pesanan (dalam bentuk plastik)	36

Gambar 3.2 Pesanan konsumen yang sudah siap ditaruh di belakang kaca Pos Satpam Gereja Isa Almasih.....	36
Gambar 3.3 Dokumen penulis sedang berjualan di dalam Pos Satpam Gereja Isa Almasih.....	36
Gambar 3.4 Dokumen penulis sedang berjualan di dalam Pos Satpam Gereja Isa Almasih.....	37
Gambar 3.5 Dokumen pelanggan SWYTEA.....	37
Gambar 3.6 Teman-teman penulis mendukung penjualan SWYTEA.....	38
Gambar 3.7 Ulasan yang diberikan oleh konsumen di depan <i>stand</i> SWYTEA.....	38
Gambar 3.8 Dokumen pelanggan SWYTEA.....	39
Gambar 3.9 Dokumen pelanggan SWYTEA.....	39
Gambar 3.10 Dokumen pelanggan SWYTEA.....	40
Gambar 3.11 Stand SWYTEA di <i>Student Center</i> Universitas Kristen Maranatha.....	41
Gambar 3.12 Konsumen yang terdapat dalam gambar 3.16 tersebut merupakan konsumen baru SWYTEA yang berada di area Universitas Kristen Maranatha.....	41
Gambar 3.13 Foto kemasan SWYTEA pertama menggunakan botol dan logo yang belum mengalami revisi.....	44
Gambar 3.14 Foto produk SWYTEA saat masih menggunakan logo yang belum mengalami revisi	44
Gambar 3.15 Foto produk SWYTEA yang akan dikirimkan kepada konsumen menggunakan 2 kemasan (botol dan <i>pouch</i>)	45
Gambar 3.16 Foto produk SWYTEA (<i>Thai Tea</i>)	45
Gambar 3.17 Foto Produk SWYTEA (<i>Green Tea</i>)	46
Gambar 3.18 Foto Produk SWYTEA (<i>Milo</i>)	46
Gambar 3.19 Foto Produk SWYTEA (<i>Lychee Tea</i>)	47
Gambar 3.20 Contoh kemasan botol SWYTEA berbentuk bola.....	47
Gambar 3.21 Foto Produk SWYTEA dalam kemasan botol berbentuk bola.....	48
Gambar 3.22 Foto rekan-rekan sekelas penulis dan dosen yang dibagikan produk SWYTEA dalam kemasan bola secara gratis.....	48
Gambar 4.1 <i>Blue Print</i> Usaha SWYTEA.....	101
Gambar 4.2 Lokasi Produksi SWYTEA.....	103
Gambar 4.3 Tata Letak atau <i>Lay Out</i> Produksi Usaha SWYTEA.....	105
Gambar 4.4 Kantor Induk PTPN VIII Kebun Goalpara.....	108
Gambar 4.5 Sekretariat SP-BUN PTPN VIII Unit Goalpara.....	109
Gambar 4.6 Perkebunan Teh Goalpara Unit.....	109

Gambar 4.7 Ilalang yang menghambat pertumbuhan teh.....	109
Gambar 4.8 Tangan Pak Gunung sedang mencontohkan proses pemetikan teh.....	110
Gambar 4.9 Pucuk daun teh yang berwarna hijau muda itulah yang dipetik oleh Pak Gunung.....	110
Gambar 4.10 Pucuk teh yang sudah dipetik.....	111
Gambar 4.11 Pucuk teh yang akan diambil untuk memproduksi Teh Putih (<i>White Tea</i>)	111
Gambar 4.12 <i>Lay Out Stand Mini SWYTEA</i> Tampak Depan.....	112
Gambar 4.13 <i>Lay Out Stand Mini SWYTEA</i> Tampak Samping.....	113
Gambar 4.14 <i>Lay Out Stand Mini SWYTEA</i> Tampak Atas.....	113
Gambar 4.15 <i>Lay Out Kafe SWYTEA</i> Tampak Atas Secara Keseluruhan.....	114
Gambar 4.16 <i>Lay Out Kafe SWYTEA</i> Tampak Dalam.....	114
Gambar 4.17 <i>Lay Out Kafe SWYTEA</i> Tampak Dalam (Tempat Foto)	114
Gambar 4.18 <i>Lay Out Kafe SWYTEA</i> Tampak Dalam (Kamar Mandi)	115
Gambar 5.1 Struktur Organisasi Usaha SWYTEA.....	117

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Decision Matrix Analysis</i> (DMA).....	9
Tabel 2.2 <i>Paired Comparison Analysis</i> (PCA)	10
Tabel 2.3 <i>Final Score</i>	11
Tabel 2.4 Strength Weakness Opportunities Threat (SWOT)	19
Tabel 2.5 Threats Opportunities Weaknesses Strengths (TOWS)	20
Tabel 3.1 <i>Cost Plus Pricing Method</i>	50
Tabel 3.2 Perkiraan Jumlah Penjualan SWYTEA pada Tahun Pertama hingga Tahun Ketiga.....	53
Tabel 3.3 Perkiraan Penjualan Tahun Pertama.....	56
Tabel 3.4 Perkiraan Penjualan Tahun Kedua.....	56
Tabel 3.5 Perkiraan Penjualan Tahun Ketiga.....	57
Tabel 4.1 Biaya Bahan Baku SWYTEA Varian <i>Thai Tea</i>	59
Tabel 4.2 Biaya Bahan Baku SWYTEA Varian <i>Green Tea</i>	60
Tabel 4.3 Biaya Bahan Baku SWYTEA Varian Milo.....	61
Tabel 4.4 Biaya Bahan Baku SWYTEA Varian <i>Lychee Tea</i>	62
Tabel 4.5 Biaya Kemasan Usaha SWYTEA.....	63
Tabel 4.6 Peralatan Produksi.....	63
Tabel 4.7 Perlengkapan Produksi.....	88
Tabel 4.8 Bahan Baku Produksi.....	95
Tabel 5.1 Waktu Kerja Masing-Masing Individu dengan Sistem <i>Pre-Order</i>	126
Tabel 5.2 Operasional SWYTEA dengan Sistem <i>Pre-Order</i>	127
Tabel 5.3 Kompensasi Masing-masing Individu dengan Sistem <i>Pre-Order</i>	129
Tabel 5.4 Waktu Kerja Masing-Masing Individu saat Pembukaan <i>Stand</i> Tahun Kedua.....	130
Tabel 5.5 Operasional SWYTEA saat Pembukaan <i>Stand</i> Tahun Kedua.....	131
Tabel 5.6 Kompensasi Masing-Masing Individu saat Pembukaan <i>Stand</i> Tahun Kedua.....	135

Tabel 5.7 Waktu Kerja Masing-Masing Individu saat Pembukaan <i>Stand</i> Tahun Ketiga.....	136
Tabel 5.8 Operasional SWYTEA saat Pembukaan <i>Stand</i> Tahun Ketiga.....	137
Tabel 5.9 Kompensasi Masing-Masing Individu saat Pembukaan <i>Stand</i> Tahun Ketiga.....	141
Tabel 5.10 SOP Proses Produksi dan Pengemasan.....	145
Tabel 6.1 Aktiva Tetap.....	155
Tabel 6.2 Biaya Bahan Baku Usaha SWYTEA Varian <i>Thai Tea</i>	159
Tabel 6.3 Biaya Bahan Baku Usaha SWYTEA Varian <i>Green Tea</i>	160
Tabel 6.4 Biaya Bahan Baku Usaha SWYTEA Varian Milo.....	161
Tabel 6.5 Biaya Bahan Baku Usaha SWYTEA Varian <i>Lychee Tea</i>	162
Tabel 6.6 Biaya Kemasan Usaha SWYTEA Tahun Pertama.....	163
Tabel 6.7 Biaya Kemasan Usaha SWYTEA Tahun Kedua.....	163
Tabel 6.8 Biaya Kemasan Usaha SWYTEA Tahun Ketiga.....	164
Tabel 6.9 Harga Jual Produk SWYTEA Tahun Pertama.....	164
Tabel 6.10 Harga Jual Produk SWYTEA Tahun Kedua.....	165
Tabel 6.11 Harga Jual Produk SWYTEA Tahun Ketiga.....	165
Tabel 6.12 Investasi Awal.....	166
Tabel 6.13 Proyeksi Neraca Awal Periode.....	174
Tabel 6.14 Proyeksi Neraca Akhir Periode Tahun Pertama.....	174
Tabel 6.15 Proyeksi Neraca Akhir Periode Tahun Kedua.....	175
Tabel 6.16 Proyeksi Neraca Akhir Periode Tahun Ketiga.....	176
Tabel 6.17 Laporan Laba Rugi Tahun Pertama.....	177
Tabel 6.18 Laporan Laba Rugi Tahun Kedua.....	183
Tabel 6.19 Laporan Laba Rugi Tahun Ketiga.....	190
Tabel 6.20 Arus Kas Masuk Usaha SWYTEA per Tahun.....	197
Tabel 6.21 Arus Kas Usaha SWYTEA Tahun Pertama.....	198
Tabel 6.22 Arus Kas Usaha SWYTEA Tahun Kedua.....	202
Tabel 6.23 Arus Kas Usaha SWYTEA Tahun Ketiga.....	207
Tabel 6.24 Perhitungan <i>Net Present Value</i> (NPV).....	212
Tabel 6.25 Perhitungan <i>Payback Period</i> (PP).....	213
Tabel 6.26 Perhitungan <i>Profitability Index</i> (PI).....	215
Tabel 6.27 Perhitungan <i>Internal Rate of Return</i> dengan NPV Positif.....	216

Tabel 6.28 Perhitungan <i>Internal Rate of Return</i> dengan NPV Negatif.....	216
Tabel 6.29 Perhitungan <i>Discount Factor</i>	217

