

KECAP CAP BULAN
(Perencanaan Pengembangan Inovasi Usaha Kecap Cap Bulan)

BUSINESS PLAN



Disusun Oleh :

Michael

1519200045

STIE MULTI DATA PALEMBANG
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PALEMBANG
2019

KECAP CAP BULAN
(Perencanaan Pengembangan Inovasi Usaha Kecap Cap Bulan)

BUSINESS PLAN

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk gelar kesarjanaan pada Program Studi Manajemen
Jenjang Pendidikan Strata 1**

Disusun Oleh :

Michael

1519200045



**STIE MULTI DATA PALEMBANG
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PALEMBANG
2019**



BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

Bermula dari usaha keluarga yang menyediakan produk kecap cap bulan yang kini kemasan produk kecap cap bulan menggunakan botol kaca. Produk kecap cap bulan juga sudah cukup dikenal banyak masyarakat khususnya di kota Palembang. Perencanaan pengembangan inovasi usaha kecap cap bulan ini bertujuan untuk memoderenisasi dari segi inovasi pembukuan yang baik dan juga inovasi promosi dan menciptakan kemasan produk kecap cap bulan yang baru yaitu kemasan 60 ml. Seperti yang kita ketahui bahwa kecap merupakan bahan bumbu pokok penyedap makanan dan menjadi bahan penyedap yang sering kita jumpai saat berada di dapur.

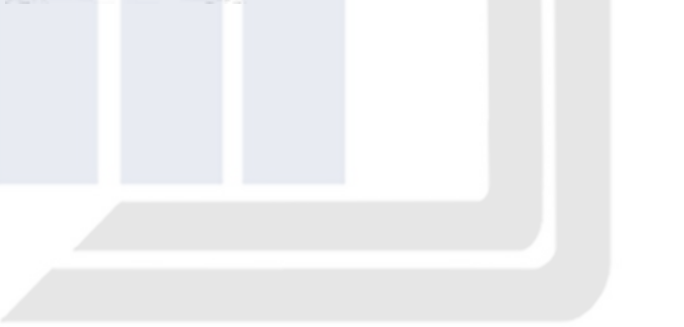
Kecap Cap Bulan menawarkan beberapa inovasi produk baru berupa kemasan produk kecap asin dan manis. Inovasi kemasan produk Kecap Cap Bulan guna menyaring masyarakat kelas ekonomi menengah ke bawah. Kecap Cap Bulan juga menggunakan tenaga kerja yang ahli di bidangnya dan di beri pelatihan masing-masing sesuai porsi agar profesionalitas karyawan terjaga. Pemasaran Kecap Cap Bulan online di Instagram maupun nantinya promosi juga akan dilakukan beberapa aplikasi jual beli seperti tokopedia, dan shopee.

Kemasan Kecap Cap Bulan menggunakan plastik kemasan berkapasitas 60 ml yang aman untuk digunakan serta sebelum di distribusikan kemasan akan melewati mesin pemanas agar tidak ada bakteri yang melekat di produk.

Kecap Cap Bulan menawarkan produk dengan kemasan 60 ml yang merupakan inovasi baru dari usaha Kecap Cap Bulan guna memperluas pasar Kecap Cap Bulan.

Kecap Cap Bulan membutuhkan modal sebesar Rp. 295.587.400 Yang terdiri dari modal kerja, investasi, biaya gaji, dan biaya operasional. Berdasarkan metode analisi keuangan yang digunakan pengembalian modal untuk investasi yang dikeluarkan oleh Kecap Cap Bulan adalah 1 tahun 4 bulan untuk *Payback Period* (PP) Peneliti juga mempertimbangkan kelayakan usaha jasa Kecap Cap Bulan *Net Present Value* (NPV), hasil nilai Rp. 675.837.862 yang dapat dikatakan layak karena nilai $NPV > 0$, serta *Internal Rate of Return* (IRR) Kecap Cap Bulandengan hasil 87 % yang dapat dikatakan layak karena nilai $IRR >$ dari *BI rate* 6 % bulan April tahun 2019 *Average Rate of Return* (ARR) Kecap Cap Bulan dengan hasil 258,4% yang dapat dikatakan bahwa usaha ini layak untuk dijalani karena lebih dari 100%, *Provitability Index* (PI) Kecap Cap Bulandengan hasil 3,28 yang dapat dikatakan layak karena nilai $PI > 1$. Dari semua hasil perhitungan tersebut, Kecap Cap Bulan layak untuk dijalankan sebagai usaha mikro, kecil, dan menengah.

STIE



BAB II

PENDAHULUAN

2.1 Latar Belakang Berdirinya Usaha

Sejak dahulu sampai dengan sekarang kebutuhan akan sandang pangan menjadi hal utama dalam kehidupan manusia. Sandang dan pangan merupakan bagian dari kebutuhan primer. Kebutuhan Primer adalah kebutuhan yang tidak dapat ditawar dan wajib dipenuhi, dari pengertian tersebut, sandang yang merupakan sebagai penutup kulit yang berupa pakaian dan pangan berupa dengan sesuatu yang dapat di konsumsi (ilmusiana, 2015).

Kebutuhan pangan setiap orang sangat mempengaruhi kualitas gizi, dan juga kualitas kehidupan seseorang bisa diukur melalui kebutuhan pangan. kebutuhan pangan yang dimaksud adalah sayur, lauk, dan juga minuman yang bisa dikonsumsi, serta bumbu dapur seperti sambal, garam kecap asin dan manis, dan lain-lain (kompasiana, 2018). Kebutuhan sehari-hari ini masing-masing memiliki tingkatan. Kebutuhan bumbu dapur pada tingkatan termasuk kecap berada pada urutan ke tiga di kebutuhan pokok sandang dan pangan (kompasiana, 2018). Dari pengertian dapat disimpulkan bahwa kecap dan bumbu dapur lain menjadi bahan utama dalam menciptakan rasa makanan. Kecap adalah olahan produk makanan yang berasal dari biji-bijian kedelai yang banyak mengandung zat gizi yang berguna bagi tubuh. Kedelai dapat diolah menjadi macam-macam makanan yaitu tempe, tahu, oncom, kecap dan susu. Salah satu produk olahan

kedelai yang mempunyai aroma dan cita rasa yang khas, serta dapat menjadi bahan pelengkap dalam pola konsumsi masyarakat sehari-hari adalah kecap (Dewi, Indriani, dan Situmorang,2015)

Kecap adalah cairan hasil fermentasi bahan nabati yang mempunyai protein yang baik serta tinggi yang berada di suatu larutan garam. Kecap juga secara umum dikelompokkan jadi dua jenis yaitu manis dan asin. Kecap manis terbuat dari kedelai, kecap akan lebih kental, dan berwarna hitam ke cokelatan, berbau khas serta memiliki rasa manis, sedangkan kecap asin terbuat dari kedelai yang mempunyai komposisi garam yang lebih banyak, serta kecapnya lebih cair, dan tidak terlalu pekat dan memiliki aroma yang lebih menyengat (Cahyadi, 2017:16).

Kecap manis dan asin biasanya akan dipakai di seluruh aneka makanan, dikarenakan kecap asin dan juga kecap manis adalah salah satu bumbu dapur yang membuat makanan mempunyai rasa menjadi manis dan asin. Kegunaan dari kecap manis dan asinyang terutama adalah sebagai bumbu masakan. Kecap asin sering dipakai sebagai pengganti garam. Bagi mereka yang suka dan yang sedang menyantap makanan atau jika mendapati makanannya kurang mendapatkan rasa asin, sebagian orang akan meminta kecap asin sebagai tambahan penyedap makanan. Hal ini dimaksudkan karena kecap asin memiliki tekstur yang cair sehingga cepat mudah larut serta akan bercampur dengan cepat di makanan yang telah dimasak. Kecap asin juga sebagai campuran masakan, jika seseorang sedang memasak dan kedapatan bumbu dapur seperti garam habis, maka dari itu kecap asin akan menjadi penggantinya. Selain itu seringkali masyarakat beranggapan bahwa kecap asin memiliki rasa yang asin yang lebih sedikit

dibandingkan garam sehingga mereka lebih memilih menggunakan kecap asin daripada garam untuk mengurangi penyakit darah tinggi (hellosehat, 2018).

Di kota Palembang terdapat sebuah pabrik kecap yang terletak di jalan puncak sekuning yaitu pabrik kecap cap bulan atau PT. Usaha Jaya, yang sudah berdiri sejak tahun 1984, dengan nama pemilik Pak Ali Syah Bahar, PT. Usaha Jaya merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang kecap asin dan kecap manis. Awal mula usaha ini belum mempunyai kemasan berbentuk botol kaca atau beling, melainkan hanya dijual dengan plastik kiloan, akan tetapi pada tahun 1991 PT. Usaha Jaya melakukan inovasi terhadap kemasannya yakni dengan menggunakan kemasan botol kaca atau beling, dan sampai saat ini 2019 PT. Usaha Jaya belum melakukan inovasi kembali terhadap kemasan maupun varian produk (PT. Usaha Jaya, 2019). Kecap cap bulan botol sangat mudah didapatkan baik di warung – warung, toko, *Mini Market*, *Supermarket*, dan *Hypermarket* yang menjual produk perusahaan, dan juga beberapa tempat makan dan restoran maupun tempat makanan lain seperti penjual makanan keliling seperti makanan sate, mie dan juga termasuk bakso, yang tidak luput dari keperluan dan kebutuhan akan kecap manis dan asin yang dipakai mereka serta digunakan adalah kecap cap bulan (wawancara dan survei peneliti, 2019).

Sedangkan untuk proses pengolahannya kecap sendiri adalah dimulai dari pembersihan kacang kedelai, pemberian jamur tempe pada kedelai, penambahan larutan garam, dilanjutkan proses penyaringan, dan pemberian gula aren serta bumbu-bumbu pelengkap lainnya. Penjualan kecap asin Cap Bulan sangat baik, ini terbukti dari data penjualan pada tabel 1 dan tabel 2 sebagai berikut :

Tabel 2.1. Data Penjualan Kecap asin bulan 620ml 2015-2018

Keterangan	2015 (unit)	2016 (unit)	2017 (unit)	2018 (unit)
Kecap Asin	610.319	665.248	718.468	790.315
Total	610.319	665.248	718.468	790.315
Kecap Manis	480.550	504.557	549.967	593.964
Total	480.550	504.557	549.967	593.964

Sumber: PT. Usaha Jaya, 2018

Dari data penjualan yang peneliti dapatkan, dapat dilihat bahwa penjualan kecap cap bulan ini cukup tinggi . Maka dapat disimpulkan kecap cap bulan ini cukup diminati oleh konsumen secara umum. Dari fenomena yang ada serta karena kecap cap bulan hingga sekarang belum melakukan inovasi pengembangan kemasan, peneliti bertujuan untuk mengembangkan usaha ini dari sisi kemasan kecap cap bulan, dengan meng-inovasikan kemasan kecap menjadi kemasan ekonomis dengan kapasitas 60 ml yang dapat digunakan dengan praktis oleh masyarakat kota Palembang, sasaran utama kemasan ini adalah seluruh lapisan masyarakat khususnya menengah ke bawah.

Usaha Kecap Cap bulan ini akan memberikan perbedaan tersendiri, dikarenakan dari yang sebelumnya tidak memiliki *packaging* yang mini serta ekonomis dan hemat, kini membuat inovasi kemasan yang baru yang bertujuan untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat menengah ke bawah. Berikut daftar harga kecap cap bulan di tabel 3 sebagai berikut :

Tabel 2.2 Daftar Harga Kecap Cap bulan 620 ml 2019

Nomor	Jenis Kecap	Harga (Rp)
1	Kecap asin 620 ml	16.000
2	Kecap manis 620 ml	15.000

Sumber : PT. Usaha Jaya 2019

2.2 Visi, Misi, dan Tujuan

2.2.1 Visi

Menjadikan Kecap Bulan atom asin dan manis kemasan mini sebagai penyedia kecap asin dan manis unggulan dalam memberikan rasa yang berkualitas dengan harga yang terjangkau untuk area Palembang, profesional dan penuh rasa tanggung jawab akan kepuasan pelanggan.

2.2.2 Misi

1. Mengutamakan kualitas kecap dan pelayanan pelanggan yang baik.
2. Memberikan kualitas kecap asin dan manis mini serta ekonomis tetapi dengan kualitas terbaik.
3. Menyediakan produk dengan harga yang dapat dijangkau semua kalangan masyarakat.

2.2.3 Tujuan

1. Mengembangkan usaha Kecap Cap Bulan dengan kemasan ekonomis agar dikenal luas.

2. Menyediakan produk dengan harga terjangkau.
3. Memenuhi kebutuhan, keinginan, serta kepuasan konsumen.
4. Menjadi merek Kecap terbaik dan terpercaya di kota Palembang.



STIE
 **MDP**

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyadi, 2017, *kecap merupakan*. Diakses pada tanggal 1 februari, dari <https://sinta.unud.ac.id/uploads/wisuda/1111205005-3-BAB%202.pdf>
- Dewi, Indriani, dan Situmorang, 2015, *kecap dan kedelai*. Jakarta. Diakses pada tanggal 2 Februari 2019.
- Hello Sehat 2018, *manfaat kecap asin dan manis*. Diakses pada tanggal 2 Februari 2019.
- Hidayat, Purwana 2016, *Studi Kelayakan Bisnis*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Jerry, 2015, *Kebutuhan Sandang Pangan*. Diakses pada tanggal 5 Februari 2019, dari <https://www.ilmusiana.com/search?q=sandang+pangan>
- Kompasiana 2018, *Kebutuhan Gizi Terhadap Sandang Pangan*. Diakses pada tanggal 2 Februari 2019, dari <https://www.kompasiana.com/tag/giz>
- Komoryzynky, R 2013, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Modal Kerja
- Laporan Inflasi 2018*, diakses Oktober 2018, dari www.bi.go.id
- Lupiyoadi, R 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Manap, A 2016, *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media, Jakarta. Diakses pada tanggal 18 februari 2019.
- Marwan, 2013, *Rencana Penjualan Produk*. Jakarta : Erlangga
- Pertumbuhan Ekonomi 2018*, diakses 02 Februari 2018, dari www.bi.go.id
- Ratna, 2015, h.45, *Wirausaha Pemasaran*, Jakarta : Manajemen Pemasaran