



## LAPORAN AKHIR KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS

### PENDIRIAN UNIT BISNIS PENGOLAHAN KOPI ARABIKA MENJADI SELAI PADA PT. ARVIS SANADA SANNI INDONESIA

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

WELDONA DOMINIKA TURNIP



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies



MANAJEMEN AGRIBISNIS  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2021

Bogor Agricultural University



## PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Pendirian Unit Bisnis Pengolahan Biji Kopi Menjadi Selai Pada PT. Arvis Sanada sanni Indonesia” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2021

Weldona Dominika Turnip  
J3J118008



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



## RINGKASAN

WELDONA DOMINIKA TURNIP. Pendirian Unit Bisnis Pengolahan Kopi Arabika Menjadi Selai pada PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia. *Establishment of Business Unit the Processing Arabica Coffee into Jam on PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia*. Dibimbing oleh ALMASRIL SEMBIRING.

Selai kopi merupakan olahan makanan yang dibuat dari bahan utama kopi dan gula, pektin, dan margarin sebagai bahan tambahan. Kopi memiliki banyak kandungan yang baik bagi tubuh. Sehingga kopi sangat baik untuk dikonsumsi.

Penulisan kajian pengembangan bisnis ini berdasarkan data yang diperoleh dari kegiatan PKL yang dilaksanakan di Binjai pada tanggal 1 Februari hingga 30 Mei 2021. Tujuan dari penulisan Penelitian Pengembangan Bisnis (KPB) ini yaitu untuk merumuskan ide pengembangan bisnis pada PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia serta menyusun dan mengkaji kelayakan rencana pengembangan bisnis secara non finansial dan finansial. Melalui analisis SWOT yang mencakup faktor internal dan eksternal dari perusahaan, didapatkan strategi yang berasal dari *Weakness-Opportunity* (W-O) yaitu pendirian unit bisnis pengolahan biji kopi menjadi selai yang dapat memperbaiki kelemahan pada perusahaan dengan cara memanfaatkan peluang. Dimana kelemahan dari perusahaan ini yaitu tidak memiliki produk turunan dan peluang yang dimiliki oleh perusahaan yaitu semakin meningkatnya gaya hidup mengonsumsi kopi pada masyarakat.

Kelayakan pendirian unit bisnis ini diuji dengan menggunakan metode studi kelayakan bisnis (SKB) berdasarkan aspek finansial dan aspek non finansial. Berdasarkan uji kelayakan tersebut diperoleh harga jual selai kopi yaitu sebesar Rp 55.500,00 per botol dengan merek dagang "KOFFE JAEM". Berdasarkan analisis finansial yang terdiri dari kriteria investasi seperti: NPV sebesar Rp123.438.059,00, IRR sebesar 35%, *Net B/C* sebesar 1,58, *Gross B/C* sebesar 1,09, PP sebesar 3,09 usaha ini dapat dikatakan layak. Dan dengan dilakukan analisis *switching value* diperoleh batas kenaikan harga bahan baku pektin agar usaha dapat dikatakan layak yaitu sebesar 49% dan batas kenaikan harga bahan baku kopi agar usaha dapat dikatakan layak yaitu sebesar 66,3%. Metode yang digunakan dalam proses tahapan pengembangan bisnis yaitu *Critical Path Method* (CPM), dimana berdasarkan hasil perhitungan diperoleh waktu penyelesaian proyeksi bisnis paling cepat yaitu selama 73 hari.

Kata kunci: *cashflow*, kopi arabika, selai kopi, SWOT

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2021  
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.*



# **PENDIRIAN UNIT BISNIS PENGOLAHAN KOPI ARABIKA MENJADI SELAI PADA PT. ARVIS SANADA SANNI INDONESIA**

**WELDONA DOMINIKA TURNIP**



Laporan Akhir  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Muda pada  
Program Studi Manajemen Agribisnis

**MANAJEMEN AGRIBISNIS  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2021**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Dr. Rasidin K Sitepu, S.P., M.Si.



© Hak cipta dilindungi Undang-Undang  
© Hak cipta dilindungi IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Judul Laporan Akhir : Pendirian Unit Bisnis Pengolahan Kopi Arabika Menjadi Selai  
Pada PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia  
Nama : Weldona Dominika Turnip  
NIM : J3J118008

Disetujui oleh

Pembimbing :  
Ir. Almasril Sembiring, M.Si.



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:  
Dr. Ir. Anita Ristianingrum, M.Si.  
NIP. 196710241993022001

Dekan Sekolah Vokasi:  
Dr. Ir. Arief Darjanto, M.Ec  
NIP. 196106181986091001

Tanggal Ujian:  
12 Juli 2021

Tanggal Lulus:  
(tanggal penandatanganan oleh Dekan Sekolah  
Vokasi)

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.





## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak 1 Februari 2021 sampai 30 April dengan judul Pendirian Unit Bisnis Pengolahan Kopi Arabika Menjadi Selai Pada PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia

Terima kasih penulis ucapkan kepada Ir. Almasril Sembiring, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Terimakasih penulis sampaikan pula kepada Bapak Sadarsah selaku pemilik perusahaan tempat penelitian, saudara Hafiz selaku pembimbing lapangan serta seluruh karyawan perusahaan PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia yang banyak membantu dalam proses kegiatan PKL baik dalam bimbingan dalam untuk memperoleh informasi dan juga sangat inspiratif. Ungkapan terimakasih juga sampaikan kepada kedua orangtua saya yaitu Bapak Sabar Turnip dan Rauli Marpaung atas motivasi dan dukungan selama menjalani PKL dan pembuatan tugas akhir, serta teman-teman dan saudara-saudara saya atas doa dan dukungannya.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

Bogor, Juli 2021

Weldona Dominika Turnip

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.





## DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	2
METODE KAJIAN	3
2.1 Lokasi dan Waktu PKL	3
2.2 Data dan Sumber Data	3
2.3 Metode Analisis	3
2.3.1 Analisis SWOT	3
2.3.2 Aspek Pemasaran	4
2.3.3 Aspek Produksi	7
2.3.4 Aspek Organisasi dan Manajemen	7
2.3.5 Aspek Sumberdaya Manusia	8
2.3.6 Aspek Kolaborasi	8
2.3.7 Aspek Keuangan	8
KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	11
3.1 Sejarah	11
3.2 Aspek Organisasi dan Manajemen	11
3.3 Aspek sumber Daya Perusahaan	12
3.3.1 Sumber Daya Fisik	12
3.3.2 Sumber Daya Manusia	13
3.3.3 Sumber Daya Keuangan	13
3.4 Unit Bisnis	14
3.4.1 Pengadaan Input	14
3.4.2 Proses Produksi	14
3.4.3 Pemasaran	15
KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS	15
4.1 Analisis Lingkungan Bisnis	15
4.1.1 Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan	15
4.1.2 Analisis Lingkungan Internal Perusahaan	20
4.1.3 Penentuan Ide Pengembangan Bisnis	22
4.2 Rencana Pengembangan Bisnis	22
4.2.1 Perencanaan Produk	23
4.2.2 Perencanaan Pemasaran	24
4.2.3 Perencanaan Produksi	27
4.2.4 Perencanaan Organisasi dan Manajemen	31

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.





4.2.5	Perencanaan Sumberdaya Manusia	31
4.2.6	Perencanaan Kolaborasi	32
4.2.7	Perencanaan Finansial	32
4.3	Analisis Lingkungan Bisnis	36
V	SIMPULAN DAN SARAN	40
5.1	Simpulan	40
5.2	Saran	40
	DAFTAR PUSTAKA	41
	LAMPIRAN	42
	RIWAYAT HIDUP	69

## DAFTAR TABEL

1	Produksi Kopi di Indonesia Tahun 2018 – 2019	1
2	Produksi Kopi di Sumatera Utara 2017	2
3	Matriks SWOT	4
4	Data Inflasi di Indonesia Tahun 2021	17
5	Permintaan dan Penawaran Selai di Kota Binjai Tahun 2021	24
6	Daftar Perlengkapan dan Peralatan Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021	27
7	Kebutuhan Bahan Baku Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021	28
8	Daftar Gaji untuk Setiap Posisi pada Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021	32
9	Nama Pemasok Bahan Baku Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021	32
10	Rincian Jumlah Penjualan Selai Kopi Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021	34
11	Hasil Analisis Switching Value Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021	35
12	Tahapan Pengembangan Bisnis Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021	36
13	Hasil Perhitungan CPM Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021	37

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Hak Cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University





## DAFTAR GAMBAR

1	Struktur Organisasi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia 2021	11
2	Kemasan Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021	23
3	Alur Pemasaran Langsung Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021	26
4	Alur Pemasaran Tidak Langsung Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021	26
	Proses Pembuatan Selai Kopi di PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021	29
	Layout Rumah Produksi Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021	30
	Struktur Organisasi Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021	31
	Solusi CPM Tahapan Pengembangan Bisnis Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021	37



## DAFTAR LAMPIRAN

Sekolah Vokasi  
College of Vocational Studies

	Analisis Strategi SWOT PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021	43
	Rumusan ide Pengembangan Bisnis PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021	45
3	Gambar Perusahaan PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021	46
4	Gambar Mesin dan Peralatan PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021	47
5	Biaya Tetap Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021	48
6	Biaya Variabel Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021	49
7	Biaya Investasi Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021	50
	Perhitungan HPP Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021	52
	Cash Flow Awal Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021	53
	Laba/Rugi awal Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021	57
	Analisis Switching Value Kenaikan Harga Pektin	59
	Analisis switching value Kenaikan Harga kopi	64

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

# I PENDAHULUAN

## 1. 1 Latar Belakang

Sebagai negara agraris, Indonesia memiliki sektor pertanian yang berperan dalam perekonomian nasional. Salah satu komoditas pertanian yang memberikan kontribusi terbesar dalam perekonomian yaitu subsektor perkebunan. Subsektor perkebunan merupakan pilar pokok dalam perdagangan internasional, maka dari itu negara ini memiliki berbagai komoditi unggulan seperti kelapa sawit, karet, kopi, teh, kakao, tembakau, lada, dan lain-lain yang menjadi andalan Indonesia dalam melakukan kegiatan ekspor. kopi merupakan komoditas perkebunan dengan jumlah volume ekspor tertinggi kedua diantara komoditas perkebunan Indonesia yang lain (Direktorat Jenderal Perkebunan 2018). Produksi kopi Indonesia sebagian besar diekspor ke mancanegara dan sisanya dipasarkan di dalam negeri. Ekspor Kopi alam Indonesia menjangkau lima benua yaitu Asia, Afrika, Australia, Amerika, dan Eropa dengan pangsa utama di Eropa. Pada tahun 2019, lima besar negara pengimpor Kopi alam Indonesia adalah *United States, Malaysia, Italy, Egypt, dan Japan* (Badan Pusat Statistik 2019). Di Indonesia, kopi dibudidayakan sebagian besar oleh perkebunan rakyat dimana jenis kopi yang banyak dibudidayakan adalah jenis kopi robusta. Sentra produksi kopi robusta di Indonesia terdapat di Provinsi Sumatera Selatan, Lampung, Bengkulu, Jawa Timur, dan Sumatera Barat. Adapun sentra produksi kopi arabika adalah Provinsi Sumatera Utara, Aceh, Sulawesi Selatan, Sumatera Barat, dan Nusa Tenggara Timur. Proyeksi jumlah produksi kopi di Indonesia dapat di lihat pada Tabel 1

Tabel 1 Produksi kopi di Indonesia tahun 2018 – 2019

No	Provinsi	Produksi (ton)	
		2018	2019
1.	Sumatera Selatan	193.507	196.016
2.	Lampung	110.597	110.291
3.	Sumatera Utara	71.023	72.343
4.	Aceh	70.774	71.182
5.	Jawa Timur	64.529	49.046
6.	Maluku	400	400
7.	Kalimanta Timur	297	267
8.	Maluku Utara	10	8
9.	Bangka Belitung	9	12
10.	Kepulauan Riau	0	0

Sumber: BPS 2019 (data diolah)

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa Sumatera Utara menempati urutan ketiga penghasil kopi tertinggi di Indonesia. Di Provinsi Sumatera Utara, Kopi merupakan salah satu produk unggulan daerah yang sedang dikembangkan. Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa ada sebanyak 10 daerah Kabupaten Sumatera Utara merupakan daerah penghasil kopi dengan jenis kopi yang dikembangkan adalah arabika dan robusta, dengan Kota Medan sebagai pusat

perdagangan dan penghasil inovasi dikarenakan memiliki banyak perguruan tinggi dan lembaga litbang.

Selain itu, kopi yang dihasilkan di Sumatera Utara memiliki rasa dan ciri yang khas yang berbeda-beda antara satu daerah dengan daerah lainnya yang ditandai dengan telah memiliki kekayaan intelektual di bidang Indikasi Geografis (IG) sebanyak 5 jenis kopi yaitu: Kopi Arabika Simalungun, Kopi Arabika Sumatera Mandailing, Kopi Arabika Sumatera Lintong, Kopi Arabika Sipirok, dan Kopi Arabika Pulo Samosir, serta saat ini sedang dalam proses penerbitan IG untuk kopi Arabika dan Robusta Dairi serta kopi Arabika Karo. Produksi kopi di Sumatera Utara dapat di lihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Produksi Kopi di Sumatera Utara tahun 2017

NO	Jenis Kopi	Luas Lahan (ha)	Produksi (Ton)
1.	Arabika	69.304,92	58.055,09
2.	Robusta	17.606,17	8.484,72

Sumber : Dinas Perkebunan Provinsi Sumatera Utara 2017 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa produksi kopi arabika di Sumatera Utara lebih tinggi dibandingkan dengan produksi kopi robusta. PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia merupakan perusahaan eksportir biji kopi, jumlah produksi kopi arabika di Sumatera menjadi alasan bagi perusahaan untuk menjadikan kopi arabika sebagai komoditas yang diusahakan. Kopi memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan dan menjadi produk unggulan di Sumatera Utara. Hal ini dapat terjadi dikarenakan permintaan akan produk kopi dari Sumatera Utara pada akhir-akhir ini terus meningkat sejalan dengan tren masyarakat untuk mengkonsumsi kopi baik di tingkat lokal maupun global. Fenomena ini dapat menjadi peluang bagi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia untuk melakukan pengembangan bisnis dengan mendirikan unit bisnis pengolahan biji kopi, dan di harapkan mampu meningkatkan pendapatan perusahaan serta meningkatkan nilai tambah komoditas kopi.

## 1. 2 Tujuan

Penulisan laporan penelitian pengembangan bisnis pendirian unit bisnis pengolahan biji kopi menjadi selai pada PT. Arvis Sanada sanni Indonesia terdiri dari dua tujuan, sebagai berikut:

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis dari hasil faktor internal dan faktor eksternal pada PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia.
2. Menyusun penelitian perencanaan pengembangan bisnis selai pada PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia.



## II METODE KAJIAN

### 2.1 Lokasi dan Waktu PKL

Penelitian pengembangan bisnis ini merupakan hasil dari pengumpulan data dan informasi selama Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilaksanakan di PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia. Lokasi perusahaan ini berada di Jalan Selamat No. 38A, Km 12, Desa Pujimulyo, Medan - Binjai, Sumatera Utara. Periode waktu Praktik Kerja Lapangan dilakukan selama 3 bulan yaitu mulai pada tanggal 1 Februari 2021 sampai dengan tanggal 30 April 2021.

### 2.2 Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam pembuatan penelitian pengembangan bisnis ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari data asli pengamatan lapangan, pengumpulan data primer dilakukan dengan cara melakukan pengamatan selama kegiatan praktek kerja lapangan di PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia, melakukan wawancara dengan pemimpin perusahaan, pembimbing lapangan, karyawan yang bekerja dan mitra-mitra perusahaan. Data sekunder merupakan data yang didapatkan tidak dari narasumber melainkan data yang diperoleh dari beberapa sumber seperti internet, studi literatur, Tugas Akhir (TA), buku, jurnal ilmiah dan data yang berasal dari lembaga - lembaga resmi.

### 2.3 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian adalah metode kualitatif dan metode kuantitatif. Metode kualitatif dalam penelitian dilaksanakan dengan uraian deskriptif mengenai lingkungan usaha, analisis lingkungan internal dan eksternal, dan aspek non finansial. Metode kuantitatif dilakukan dengan analisis aspek finansial dari perusahaan. Analisis kelayakan usaha yang digunakan sebagai alat analisis keuangan perusahaan, analisis ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kelayakan pengembangan usaha yang akan dijalankan pada PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia. Studi kelayakan bisnis digunakan sebagai analisis dengan berdasarkan kriteria investasi. Beberapa kriteria investasi tersebut diantaranya adalah *Net Present Value (NPV)*, *Analisis Internal of Return (IRR)*, *Analisis Net Benefit Cost of Ratio (Net B/C)*, *analisis Payback Period (PP)*, *Proyeksi Laba/Rugi*, serta dengan menggunakan *Switching Value*. Berdasarkan dari data-data yang terkumpul baik internal dan eksternal perusahaan kemudian dilakukan pembahasan-pembahasan dari setiap analisis yang dilakukan.

#### 2.3.1 Analisis SWOT

Analisis SWOT terdiri dari *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman) yang merupakan proses perencanaan yang membantu perusahaan Anda mengatasi tantangan dan menentukan apa yang harus dituju secara keseluruhan. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) (Rangkuti 2019).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Analisis SWOT digunakan untuk identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pengembangan perusahaan (Rangkuti 2019).

Matriks SWOT adalah alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Matriks ini dapat menghasilkan empat alternatif strategis dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Matriks SWOT

Internal	<i>Strength (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
Eksternal	Tentukan 5-10 faktor kekuatan faktor internal	Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
<i>Opportunity (O)</i> Tentukan 5-10 Faktor peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>Threat (T)</i> Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti (2019)

Berikut penjelasan dari keempat alternatif strategi dari matriks SWOT tersebut:

1. Strategi *Strength-Opportunity (S-O)*  
Strategi S-O adalah strategi yang dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya (Rangkuti 2019).
2. Strategi *Strength-Threats (S-T)*  
Strategi S-T adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman (Rangkuti 2019).
3. Strategi *Weakness-Opportunity (W-O)*  
Strategi W-O adalah strategi yang diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada (Rangkuti 2019).
4. Strategi *Weakness-Threats (W-T)*  
Strategi W-T adalah strategi yang didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman (Rangkuti 2019).

### 2.3.2 Aspek Pemasaran

Sebelum melaksanakan bisnis, hendaknya dilakukan analisis terhadap aspek pasar yang akan dimasuki oleh produk yang dihasilkan oleh perusahaan, sehingga akan diketahui keberadaan pasar potensial yang dimaksud. Pelaku bisnis bisa saja mencoba menciptakan pasar potensialnya sendiri

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



sehingga produknya dapat menjadi *leader*. Suatu bisnis yang dinyatakan layak dari aspek teknis dan aspek finansial, tidak akan berarti apabila pasarnya tidak ada maka rencana bisnis akan dianggap tidak layak untuk dijalankan (Nurmalina *et al.* 2014).

### 1. Strategi Pemasaran

Unsur strategi pemasaran terdiri dari segmentasi (*segmentation*), target pasar (*targeting*), Posisi produk (*positioning*), atau sering disebut dengan STP.

#### a. Segmentasi pasar (*Segmentation*)

Segmentasi pasar artinya membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau *marketing mix* yang berbeda pula. Segmentasi pasar perlu dilakukan mengingat di dalam suatu pasar terdapat banyak pembeli yang berbeda keinginan dan kebutuhannya (Kasmir dan Jakfar 2016).

#### b. Target pasar (*Targeting*)

Secara umum pengertian menetapkan pasar sasaran adalah mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani. Menetapkan pasar sasaran dengan cara mengembangkan ukuran dan daya tarik segmen kemudian memilih segmen sasaran yang diinginkan (Kasmir dan Jakfar 2016).

#### c. Posisi produk (*Positioning*)

Menetapkan posisi pasar yaitu menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atau suatu pasar. Kegiatan ini dilakukan setelah menentukan segmen mana yang akan dimasuki, maka harus pula menentukan posisi mana yang ingin ditempati dalam segmen tersebut. Posisi produk adalah bagaimana suatu produk yang didefinisikan oleh konsumen atas atribut-atributnya. Tujuan penetapan posisi pasar (*market positioning*) adalah untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang dihasilkan ke dalam benak konsumen (Kasmir dan Jakfar 2016).

### 2. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran (*marketing mix*) meliputi 4P, yaitu produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*), dan berikut uraian dari bauran pemasaran yang perlu dianalisis oleh perusahaan:

#### a. Produk (*Product*)

Pihak perusahaan terlebih dahulu harus mendefinisikan, memilih, dan mendesain suatu produk disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang akan dilayaninya, agar investasi yang ditanam dapat berhasil dengan baik. Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan (Kasmir dan Jakfar 2016).

#### b. Harga (*Price*)

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut di pasar (Kasmir dan Jakfar 2016).

c. Distribusi (*Place*)

Penentuan lokasi dan distribusi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang atau jasa (Kasmir dan Jakfar 2016).

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan diatas, baik produk, harga, dan lokasi/distribusi. Dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk atau jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan pelanggan dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya (Kasmir dan Jakfar 2016).

### 2.3.3 Aspek Produksi

Aspek teknis atau operasi juga dikenal sebagai aspek produksi. Penilaian kelayakan terhadap aspek ini sangat penting dilakukan sebelum perusahaan dijalankan. Penentuan kelayakan teknis atau operasi perusahaan menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan teknis/operasi, sehingga apabila tidak dianalisis dengan baik, maka akan berakibat fatal bagi perusahaan dalam perjalanannya di kemudian hari. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam aspek ini adalah masalah penentuan lokasi, luas produksi, tata letak (*layout*), penyusunan peralatan pabrik, dan proses produksinya termasuk pemilihan teknologi (Kasmir dan Jakfar 2016). Menurut Sobana (2018), studi aspek produksi dalam studi kelayakan bisnis dilakukan untuk menghasilkan produk setiap tahun sesuai dengan permintaan pasar selama umur proyek ditinjau dari segi kuantitas, kualitas, kontinuitas, ataupun harga. Berapa unsur dari aspek produksi atau operasi atau operasi yang harus dianalisis, yaitu sebagai berikut :

1. Lokasi operasi, yaitu lokasi yang strategis dan efisien, baik bagi perusahaan maupun bagi pelanggan, misalnya dekat pemasok, konsumen, alat transportasi, atau di antara ketiganya. Selain itu, lokasi bisnis harus menarik agar konsumen tetap loyal.
2. Volume operasi harus relevan dengan potensi pasar dan prediksi permintaan, sehingga tidak terjadi kelebihan atau kekurangan kapasitas. Volume operasi yang berlebihan akan menimbulkan masalah baru dalam penyimpanan/penggudangan, yang pada akhirnya akan memengaruhi harga pokok penjualan.
3. Mesin dan peralatan sesuai dengan perkembangan teknologi masakini dan masa yang akan datang dan harus disesuaikan dengan luas produksi agar tidak terjadi kelebihan kapasitas.
4. Bahan baku, bahan penolong dan sumber daya yang diperlukan harus cukup tersedia. Persediaan tersebut harus sesuai dengan kebutuhan sehingga biaya bahan baku menjadi efisien.
5. Tenaga kerja, sesuai yang diperlukan dan sesuai kualifikasinya. Jumlah dan kualifikasi karyawan harus sesuai dengan keperluan jam kerja dan kualifikasi pekerjaan untuk menyelesaikannya.

#### 2.3.4 Aspek Organisasi dan Manajemen

Aspek manajemen dan organisasi merupakan aspek yang cukup penting dianalisis untuk kelayakan suatu usaha. Karena walaupun suatu usaha telah dinyatakan layak untuk dilaksanakan tanpa didukung dengan manajemen dan organisasi yang baik, bukan tidak mungkin akan mengalami kegagalan. Tujuan perusahaan akan lebih mudah tercapai jika memenuhi kaidah-kaidah atau tahapan dalam proses manajemen. Proses manajemen atau kaidah ini akan tergambar dari masing-masing fungsi yang ada dalam manajemen (Kasmir dan Jakfar 2016). Adapun fungsi-fungsi manajemen tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

##### Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah proses menentukan arah yang akan ditempuh dan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam proses ini ditentukan tentang apa yang harus dilakukan, kapan dan bagaimana melakukannya, serta dengan cara apa hal tersebut dilaksanakan (Kasmir dan Jakfar 2016).

##### Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian adalah proses mengelompokkan kegiatan-kegiatan atau pekerjaan-pekerjaan dalam unit-unit. Tujuannya adalah supaya tertata dengan jelas antara tugas, wewenang dan tanggung jawab serta hubungan kerja dengan sebaik mungkin dalam bidangnya masing-masing (Kasmir dan Jakfar 2016).

##### Pelaksanaan (*Actuating*)

Menggerakkan atau melaksanakan adalah proses untuk menjalankan kegiatan dalam organisasi (Kasmir dan Jakfar 2016).

##### Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan adalah proses untuk mengukur dan menilai pelaksanaan tugas apakah telah sesuai dengan rencana. Jika dalam proses tersebut terjadi penyimpangan, maka akan segera dikendalikan (Kasmir dan Jakfar 2016).

#### 2.3.5 Aspek Sumberdaya Manusia

Menurut Sobana (2018) perencanaan sumber daya manusia merupakan indikator kesesuaian antara *supply* dan *demand* bagi sejumlah orang yang ada dalam organisasi dengan keterampilan yang sesuai. Perencanaan sumber daya manusia juga berguna sebagai *early warning* perusahaan terhadap implikasi strategi bisnis bagi pengembangan sumber daya manusia, dengan melakukan audit/analisis terhadap sumber daya manusia. Menurut Michael Armstrong dalam Sobana (2018) perencanaan kebutuhan sumber daya manusia berkaitan dengan hal-hal berikut:

- Mendapatkan dan mempertahankan jumlah dan mutu karyawan.
- Mengidentifikasi tuntutan keterampilan dan cara memenuhinya.
- Menghadapi kelebihan atau kekurangan karyawan.
- Mengembangkan tatanan kerja yang fleksibel.
- Meningkatkan pemanfaatan karyawan.

### 2.3.6 Aspek Kolaborasi

Kolaborasi merupakan salah satu bentuk interaksi sosial. Kolaborasi adalah suatu bentuk proses sosial, dimana didalamnya terdapat aktivitas tertentu yang ditujukan untuk mencapai tujuan bersama dengan saling membantu dan saling memahami aktivitas masing-masing. Aspek kolaborasi juga merupakan aspek yang cukup penting untuk menjaga keberlangsungan kegiatan produksi pada saat usaha (Nurmalina *et al.* 2014).

### 2.3.7 Aspek Keuangan

Analisis keuangan merupakan suatu analisis yang membandingkan biaya dan manfaat untuk menentukan bisnis menguntungkan selamanya dan memperhitungkan kemungkinan kerugian (Sobana 2018). Tujuan menganalisis aspek keuangan dari suatu studi kelayakan bisnis adalah menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya dan manfaat yang diharapkan dengan membandingkan pengeluaran dan pendapatan, seperti ketersediaan dana, biaya modal awal, kemampuan untuk membayar kembali dana tersebut dalam waktu yang telah ditentukan, dan menilai apakah perusahaan akan dapat berkembang terus (Sobana 2018).

Dalam pengkajian aspek finansial (keuangan) diperhitungkan berapa jumlah dana yang dibutuhkan untuk membangun dan kemudian mengoperasikan kegiatan bisnis (Nurmalina *et al.* 2014). Metode analisis aspek finansial dalam kajian pengembangan bisnis yaitu analisis kelayakan usaha. Berdasarkan perhitungan analisis *cashflow* yang diperoleh akan menghasilkan nilai kelayakan usaha. Adapun kriteria yang bisa digunakan untuk menentukan kelayakan suatu usaha atau investasi adalah:

#### 1. Total Revenue

Total revenue atau total penerimaan adalah sejumlah uang yang diterima perusahaan dari proses bisnisnya (Nurmalina *et al.* 2014). Perhitungan penerimaan dapat dihitung menggunakan rumus berikut.

$$TR = P \times Q$$

Keterangan :

TR : Total Penerimaan (Rp)  
P : Harga Barang (Rp/unit)  
Q : Jumlah Barang (Unit)

#### 2. Total Cost (TC)

Total Cost atau total biaya adalah keseluruhan biaya baik biaya investasi dan biaya operasional. Biaya operasional terdiri atas biaya variabel dan biaya tetap (Nurmalina *et al.* 2014). Perhitungan dari biaya dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut.

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan :

TC : Total Biaya (Total Cost)  
TFC : Total Biaya Tetap (Total Fixed Cost)  
TVC : Total Biaya Variabel (Total Variable Cost)



3.

*Net Present Value (NPV)*

Suatu bisnis dapat dinyatakan layak jika jumlah seluruh manfaat yang diterimanya melebihi biaya yang dikeluarkan. Selisih antara manfaat dan biaya disebut dengan manfaat bersih atau arus kas bersih. Suatu bisnis dikatakan layak jika NPV lebih besar dari 0 (NPV>0) yang artinya bisnis menguntungkan atau memberikan manfaat. Dengan demikian jika suatu bisnis mempunyai NPV lebih kecil dari 0, maka bisnis tersebut tidak layak untuk dijalankan. *Net Present Value* atau nilai kini manfaat bersih adalah selisih antara total *present value* manfaat dengan total *present value* biaya atau jumlah *present value* dari manfaat bersih tambahan selama umur bisnis. Nilai yang dihasilkan oleh perhitungan NPV adalah dalam satuan mata uang (Rp) (Nurmalina *et al.* 2014). Dirumuskan sebagai berikut:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{Bt}{(1+i)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{Ct}{(1+i)^t} = \sum_{t=1}^n \frac{Bt-Ct}{(1+i)^t}$$

Keterangan :

- Bt : Manfaat pada tahun t
- Ct : Biaya pada tahun t
- t : Tahun kegiatan bisnis (t= 1,2,3,.....,n)
- i : Tingkat suku bunga (%)
- 1/(1+i)t : *Discount Factor (DF)* pada tahun t

*Gross Benefit-Cost Ratio (Gross B/C)*

*Gross B/C* merupakan kriteria yang menggambarkan pengaruh adanya tambahan biaya terhadap tambahan manfaat yang diterima. Kriteria ini memberi pedoman bahwa bisnis layak untuk dijalankan apabila *Gross B/C Ratio* lebih besar dari 1 dan bisnis tidak layak untuk dijalankan bila lebih kecil dari 1 (Nurmalina *et al.* 2014). Secara matematis *Gross B/C* dapat dirumuskan sebagai:

$$Gross\ B/C = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{Bt}{(1+i)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{Ct}{(1+i)^t}}$$

Keterangan :

- Bt : Manfaat pada tahun t
- Ct : Biaya pada tahun t
- N : Umur Bisnis
- i : Discount Rate (%)

*Net Benefit-Cost Ratio (Net B/C)*

*Net B/C ratio* adalah rasio antara manfaat bersih yang bernilai positif dengan manfaat bersih yang bernilai negatif. Dengan kata lain, manfaat bersih yang menguntungkan bisnis yang dihasilkan terhadap setiap satu satuan kerugian dari bisniss tersebut (Nurmalina *et al.* 2014). Secara sistematis dapat dinyatakan sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

$$NET\ B/C = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{Bt - Ct}{(1+i)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{Bt - Ct}{(1+i)^t}}$$

$$\frac{(Bt - Ct) > 0}{(Bt - Ct) < 0}$$

Keterangan :

Bt = Manfaat (Benefit) pada tahun ke-t

Ct = Biaya (cost) pada tahun ke-t

i = Discount rate (%)

t = periode (1,2,3,...)

Nilai Standar Net B/C :

Net B/C  $\geq$  1, Bisnis layak untuk dijalankan

Net B/C  $<$  1, Bisnis tidak layak untuk dijalankan

#### 6. Payback Period (PP)

Metode ini mencoba mengukur seberapa cepat investasi bisa kembali. Bisnis yang payback period-nya singkat atau cepat pengembaliannya termasuk kemungkinan besar akan dipilih. Masalah utama dari metode ini adalah sulitnya menentukan *periode payback* maksimum yang diisyaratkan, untuk dipergunakan sebagai angka pembandingan (Nurmalina *et al.* 2014). *Payback period* dihitung menggunakan rumus:



$$\text{Payback Period} = \frac{I}{AB}$$

Keterangan :

I : adalah besarnya biaya investasi yang diperlukan

Ab : adalah manfaat bersih yang dapat diperoleh pada setiap tahunnya

#### 7. Internal Rate of Return (IRR)

Kelayakan bisnis juga dinilai dari seberapa besar pengembalian bisnis terhadap investasi yang ditanamkan. Ini dapat ditunjukkan dengan mengukur besaran *Internal Rate of Return* (IRR). Sebuah bisnis dikatakan layak apabila IRR-nya lebih besar dari *opportunity cost of capital*-nya (Nurmalina *et al.* 2014). Dirumuskan sebagai berikut:

$$IRR = i1 + \frac{NPV1}{NPV1 - NPV2} \times (i2 - i1)$$

Keterangan :

i1 : Tingkat suku bunga yang menghasilkan NPV positif

i2 : Tingkat suku bunga yang menghasilkan NPV negatif

NPV1 : NPV positif

NPV2 : NPV negatif

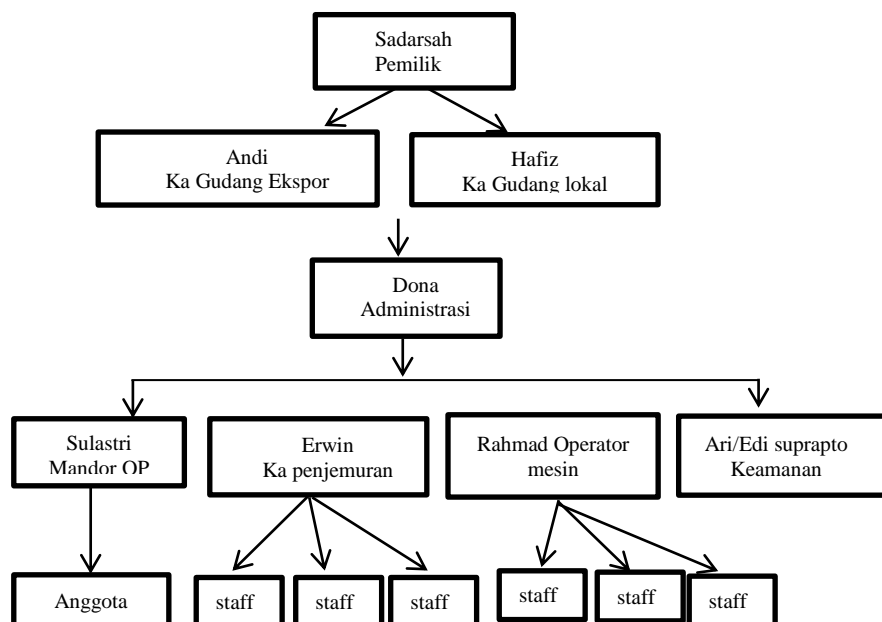
### III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

#### 3.1 Sejarah

PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia didirikan oleh Bapak Sadarsah di Medan, Sumatera Utara pada tahun 2001. Mulai beroperasi pada ekspor Biji Kopi Hijau pada tahun 2006 setelah merger dengan Bapak Nurdin Helmi sebagai pembiayaan sekaligus Wakil Direktur di perusahaan PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia. Sejak tahun 2007 memiliki *Lisensi Organic* dari *Control Union Certifications*. Sekarang PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia telah mengekspor ke beberapa negara Eropa, Amerika, Timur Tengah dan juga Asia. Pendiri perusahaan tersebut adalah salah satu petani kopi putra dari Gayo, Takengon Aceh Tengah dan Bener Meriah. Dia telah menjalankan bisnis kopi sejak tahun 1998 di Medan Sumatera Utara sebagai agen dan pedagang kopi lokal. Saat ini selain *Certificate dari Control Union* PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia juga memiliki beberapa lisensi seperti *Fairnade, Utz Certified* dan *Cafe Practise*.

#### 3.2 Aspek Organisasi dan Manajemen

Sebuah perusahaan dalam rangka menjalankan usaha dan mencapai tujuan, perlu untuk membuat struktur organisasi agar jelas tanggung jawab pekerjaan serta posisinya. Struktur organisasi yang ada pada PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia terdiri dari pemilik, kepala gudang yang terbagi menjadi dua yaitu ekspor dan lokal, satu orang karyawan administrasi, empat kepala divisi berdasarkan bagian tanggung jawabnya yaitu (mandor OP, penjemuran, operator mesin, dan keamanan) dan 60 orang buruh harian lepas. Keberadaan struktur organisasi yang baik dapat memaparkan fungsi, tugas, wewenang, dan tanggung jawab setiap elemen organisasi dengan jelas. Struktur Organisasi di PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia yaitu:



Gambar 1 Struktur organisasi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia tahun 2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Adapun deskripsi kerja masing-masing pegawai PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia adalah :

1. Kepala Gudang ekspor  
Kepala gudang ekspor wajib memeriksa bon kopi masuk dan bon kopi keluar. Kepala gudang ekspor juga akan memeriksa hasil sortasi kopi agar kopi yang dihasilkan berkualitas dan juga mendata stok kopi.
2. Administrasi  
Administrasi perusahaan akan bertanggung jawab atas laporan administrasi keuangan dan mengurus dokumen pajak serta dokumen perbankan.
3. Mandor Operasi  
Mandor operasi bertugas untuk memeriksa hasil biji kopi yang diproduksi agar sesuai dengan standar ekspor. Mandor operasi juga akan mengatur dan mengawasi setiap kegiatan yang ada di perusahaan.
4. Kepala Penjemuran  
Kepala penjemuran bertugas untuk mengatur dan mengawasi penjemuran kopi dilapangan. Kepala penjemuran ini juga yang akan mengawasi semua pekerja yang bertugas untuk menjemur kopi.
5. Operator mesin  
Operator mesin bertugas untuk mengoperasikan mesin yang digunakan dalam proses produksi serta merawat semua mesin yang ada.
6. Keamanan  
Keamanan bertugas untuk menjaga keamanan lingkungan perusahaan serta memeriksa semua tamu maupun pengunjung perusahaan.
7. Anggota  
Anggota yang dimaksud yaitu buruh harian lepas yang bertugas untuk melakukan sortasi manual.
8. Staf  
Staf akan bertanggung jawab atas pengaturan lisensi dan juga bertanggung jawab pada pekerjaan yang diberikan.

### 3.3 Aspek sumber Daya Perusahaan

Sumber daya perusahaan merupakan aset yang dimiliki perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Aspek sumber daya perusahaan dari PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia terdiri dari sumber daya fisik, sumber daya manusia dan sumber daya keuangan.

#### 3.3.1 Sumber Daya Fisik

PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia memiliki beberapa sumber daya fisik seperti lahan, bangunan, mesin dan peralatan. Sumber daya fisik ini digunakan untuk mempermudah proses kegiatan produksi.

##### A. Lahan dan Bangunan

PT Arvis Sanada Sanni Indonesia berlokasi di Jalan Selamat No. 38A, Km 12, Desa Pujimulyo, Medan - Binjai, Sumatera Utara. Perusahaan ini memiliki lahan dengan luas 11.917 m<sup>2</sup>, lahan ini digunakan untuk membangun beberapa gudang dan bangunan , seperti Gudang Utama sebesar 21 × 41 m , Gudang penyimpanan sebesar 8 × 32 m , Lahan penjemuran dengan Luas sebesar 90 × 120 m. Gambar dari perusahaan dapat dilihat pada lampiran 3.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPI.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPI.

## B. Mesin dan Peralatan

### 1) Mesin *Huller*

Mesin *huller* digunakan untuk memisahkan biji kopi dengan kulit ari biji kopi. Pemrosesan dengan menggunakan mesin *huller* dilakukan setelah biji kopi yang pertama kali masuk ke perusahaan dan sudah dijemur selama 3 hari.

### 2) Mesin *Sutton*

Mesin *sutton* berfungsi untuk mengelompokkan biji kopi sesuai dengan berat dan ukuran biji kopi, setelah biji kopi diproses melalui mesin *huller*, maka selanjutnya biji kopi harus di jemur lagi dan dilakukan pemrosesan dengan menggunakan mesin *sutton*.

### 3) Mesin ayak

Mesin ayak digunakan untuk memisahkan biji kopi yang siap untuk dikemas dari sisa kotoran saat melakukan sortasi manual.

### 4) Mesin roasting

Mesin roasting digunakan untuk memanggang biji kopi. Biji kopi yang dipanggang akan digunakan sebagai sampel untuk melakukan uji coba dengan metode *test cup*.

### 5) Blender

Blender digunakan untuk menghaluskan biji kopi yang sudah dipanggang.

### 6) Mesin *tester*

Mesin *tester* berfungsi untuk menguji kadar air dari kopi. Dengan menggunakan mesin ini maka biji kopi yang dihasilkan dapat dipastikan sesuai dengan permintaan dari konsumen. Gambar dari mesin dan peralatan dapat dilihat pada lampiran 2.

## 3.3.2 Sumber Daya Manusia

Perusahaan memiliki tenaga kerja dengan jumlah 7 orang dan lebih dari 60 orang buruh harian lepas. Tenaga kerja dengan jumlah 7 orang ini akan mengatur jalannya kegiatan usaha dalam perusahaan seperti dua orang yang akan menjadi kepala gudang, pegawai administrasi dan 4 orang mandor lainnya. Tenaga kerja ini di rekrut dengan menerapkan beberapa kriteria seperti latar belakang yang pendidikan yang mendukung beserta batasan usia yang masih produktif, hal tersebut berbeda dengan proses pencarian kebutuhan tenaga kerja harian. Tenaga kerja harian di rekrut dengan cara memberdayakan masyarakat sekitar.

## 3.3.3 Sumber Daya Keuangan

Kebutuhan modal dari perusahaan berasal dari modal pribadi, jumlah modal awal yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis eksportir kopi di PT.Arvis Sanada Sanni Indonesia yaitu sebanyak Rp 2.000.000.000,00. modal tersebut dipergunakan untuk membeli tanah, membangun bangunan dan membeli mesin serta peralatan.

### 3.4 Unit Bisnis

PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia berfokus pada pengolahan biji kopi yang baik sesuai standart kopi ekspor. Kegiatan produksi yang terjadi di perusahaan ini dimulai dari pengadaan input, proses produksi, hingga sampai pada tahap pemasaran biji kopi. Biji kopi yang dihasilkan oleh perusahaan diolah dengan mengikuti standar yang sudah ditetapkan oleh konsumen, sehingga perlakuan terhadap biji kopi sudah sesuai dengan hasil yang diharapkan oleh konsumen.

#### 3.4.1 Pengadaan Input

PT Arvis Sanada Sanni Indonesia memperoleh bahan baku langsung dari petani yang sudah menjalin kerjasama dengan perusahaan, sehingga perusahaan menjamin ketersediaan bahan baku dan bahan baku yang diperoleh juga memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan kriteria yang diinginkan perusahaan. perusahaan juga bergabung dengan koperasi, dengan menjalin kerjasama dengan koperasi dan para petani yang sudah dipilih sebelumnya , dapat menjamin ketersediaan bahan baku perusahaan dan harga bahan baku juga akan lebih stabil.

#### 3.4.2 Proses Produksi

Proses produksi biji kopi di PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia memiliki beberapa tahapan kegiatan hingga biji kopi siap untuk dipasarkan, berikut proses produksi yang dilakukan di PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia:

##### a. Alur Produksi

###### 1. Bahan baku masuk

Gabah kopi yang sudah siap untuk diproses berasal dari petani yang dikumpulkan oleh pengepul dan koperasi yang sudah menjalin kerja sama dengan perusahaan. Pengangkutan gabah kopi menggunakan truk yang bermuatan khusus.

###### 2. Penjemuran I

Gabah kopi yang baru saja masuk ke perusahaan akan langsung dilakukan penjemuran tahap 1 dalam jangka waktu 3 hari.

###### 3. Proses mesin *huller*

Setelah melakukan penjemuran tahap 1 kemudian gabah kopi memasuki tahap pemrosesan dengan menggunakan mesin *huller*. Tujuannya untuk memisahkan kulit air dan kulit tanduk dari biji kopi.

###### 4. Penjemuran II

Biji kopi yang sudah tidak memiliki kulit ari kemudian dijemur lagi untuk menghilangkan kadar air hingga sesuai dengan kadar air yang diinginkan konsumen.

###### 5. Pengujian kadar air

Pengujian kadar air dilakukan dengan cara mengambil sampel biji kopi yang telah melewati penjemuran tahap II kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan mesin *tester*.

###### 6. Proses mesin *Sutton*

Kemudian kopi yang sudah diuji kadar air akan di dipilah berdasarkan ukuran biji kopi, proses ini membutuhkan mesin *sutton*.



7. Sortir manual  
Kopi yang sudah dikelompokan berdasarkan ukurannya kemudian akan disorti lagi, kegiatan ini bertujuan untuk memisahkan biji kopi yang memiliki kecacatan dan Proses sortir ini dilakukan secara manual.
8. Proses mesin ayak  
Setelah melewati semua tahap maka kopi harus di ayak terlebih dahulu dengan menggunakan mesin ayak. Tujuan kegiatan ini yaitu untuk melakukan double checking terhadap biji kopi yang siap untuk diekspor. Tahapan ini memisahkan biji kopi dari kotoran yang masih tersisah maupun debu halus hasil sisa dari proses sortir manual.

#### Volume Produksi

PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia setiap bulannya mampu menghasilkan 14 kontainer biji kopi yang siap untuk di ekspor. satu kontainer mampu mengangkut 18.000 kg atau 18 - 19 ton kopi. Volume produksi dari perusahaan ini disesuaikan dengan jumlah permintaan dari konsumen.

#### 4.3 Pemasaran

Pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan berfokus untuk mencapai pasar internasional, untuk mempermudah konsumen dalam proses pencarian informasi, maka perusahaan menyediakan website yang berikan tentang informasi mengenai perusahaan hingga nomor kontak yang dapat di hubungi oleh konsumen.



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies



## IV KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS

### 4.1 Analisis Lingkungan Bisnis

Lingkungan bisnis adalah segala sesuatu yang mempengaruhi kegiatan bisnis suatu organisasi atau perusahaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi lingkungan bisnis tidak hanya di dalam perusahaan (internal), tetapi juga eksternal (eksternal).

#### 4.1.1 Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan

Lingkungan eksternal adalah lingkungan yang berada diluar organisasi dan perlu dianalisis untuk menentukan kesempatan (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang akan dihadapi perusahaan.

##### A. Lingkungan Makro

Lingkungan makro meliputi kekuatan ekonomi, kekuatan politik dan hukum, kekuatan teknis, dan kekuatan sosial budaya. Kekuatan keseluruhan yang ada pada lingkungan makro ini secara langsung mempengaruhi prospek perusahaan, tetapi juga berdampak tidak langsung pada lingkungan industri secara keseluruhan.

##### Faktor Politik dan Kebijakan Pemerintah

###### a. Kebijakan tentang ketentuan ekspor kopi

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 109 Tahun 2018 tentang Ekspor Kopi. Kebijakan tersebut berkeyakinan bahwa untuk memberikan kepastian berusaha melalui sistem perizinan elektronik dan mendukung efektivitas pelaksanaan ekspor kopi, perlu dilakukan penyesuaian terhadap peraturan perundang-undangan terkait ekspor kopi. Dalam melaksanakan proses bisnis, PT Arvis sanada Sanni Indonesia mematuhi ketentuan kebijakan ini.

###### 2. Faktor Ekonomi

###### a. Penyerapan tenaga kerja

Potensi ekonomi pertanian khususnya potensi ekonomi kopi merupakan tulang punggung pembangunan pertanian di Indonesia dan dapat menjadi salah satu daerah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal ini berdampak pada penyerapan tenaga kerja PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia mempekerjakan karyawan dan mengurangi pengangguran di Indonesia. PT. Arvis Sanada Sanni adalah perusahaan eksportir biji kopi dengan output bulanan hampir 18 ton. Angka ini memungkinkan banyak lapangan kerja untuk direkrut. Selain itu, sifat pabrik kopi membuat output tahunan berfluktuasi, yang menyebabkan perubahan output dan mempengaruhi evakuasi tenaga kerja.

###### b. Dampak pandemi Covid-19 terhadap penurunan omset

Pandemi Covid-19 yang terjadi tahun lalu berdampak besar di hampir seluruh aspek dunia. Sektor pertanian tidak terkecuali. Asosiasi Eksportir dan Industri (AEKI) mencatat penurunan 10% hingga 20% pada industri kecil dan menengah kopi (IKM). Pada saat

yang sama, industri kopi skala besar hanya dapat mempertahankan utilitas antara 30% dan 35%. Selain itu, pandemi Covid-19 sendiri berdampak pada kegiatan ekspor kopi yaitu distribusi dan pengangkutan logistik, karena sulitnya mendapatkan jadwal pengangkutan dan ketersediaan peti kemas yang kesemuanya harus ditingkatkan untuk menjamin kelancaran ekspor kopi.

c. Laju inflasi

Tabel 4 Data inflasi di Indonesia tahun 2021

Bulan	Tingkat inflasi (%)
Maret 2021	1,37
Februari 2021	1,38
Januari 2021	1,55
Desember 2020	1,68
Nivember 2020	1,59
Oktober 2020	1,44

Sumber : Bank Indonesia (2021)

Dilihat dari tabel diatas, presentase pada bulan Oktober ke Maret mengalami ketidakstabilan. Dampak dari tingkat inflasi yang tidak stabil dapat menciptakan ketidakpastian terhadap pelaku ekonomi dalam mengambil keputusan. Sehingga, menyulitkan masyarakat dalam memutuskan kegiatan konsumsi, investasi dan produk yang menurunkan pertumbuhan ekonomi.

3. Faktor Sosial Budaya

a. Tren mengkonsumsi kopi

Kopi masih menjadi minuman yang sangat populer, dan minum kopi sudah menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia. Hal ini terlihat dari maraknya kafe atau kedai kopi di Indonesia. Kopi biasa hanya diminum oleh orang tua pada masa dulu, namun saat ini tren konsumsi kopi di kalangan anak muda juga terlihat jelas. Hampir semua kafe di Indonesia selalu penuh dengan remaja yang ingin menikmati kopi atau hanya sekedar untuk berkumpul dengan temannya.

4. Faktor Teknologi

a. Pemasaran produk secara online

Pemanfaatan teknologi berupa website resmi menjadi peluang bagi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia. Melalui website resmi perusahaan, Konsumen dapat lebih mudah mempromosikan produknya ke pasar internasional. Website resmi perusahaan menampilkan jenis produk yang dihasilkan dan informasi kontak yang dapat dihubungi konsumen jika ingin membeli kopi dari PT Arvis Sanada Sanni Indonesia. Selain sertifikat yang terpampang di situs resmi perusahaan, beberapa sertifikat yang membuktikan

keunggulan produk perusahaan juga ditampilkan, yang dapat membangun kepercayaan konsumen untuk membeli kopi produksi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia.

b. Menggunakan teknologi modern

Kemajuan teknologi yang berlanjut berdampak yang sangat besar bagi kehidupan, termasuk di dunia industri pengolahan kopi. PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia merupakan perusahaan ekspor kopi yang memanfaatkan perkembangan teknologi dalam mempermudah pekerjaan. PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia menerapkan penggunaan teknologi berupa mesin produksi dan pengolah, seperti mesin *huller*, *sutton* dan ayak, yang dapat mengklasifikasikan biji kopi menurut grade-nya untuk menghasilkan biji kopi yang berkualitas. Selain itu, diperlukan peralatan pendukung lain selama proses produksi, seperti *tester*, *coffee cup*, *roasting* dan *grinder*.

5. Faktor Ekologi

a. Penanganan limbah yang terencana

PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia memanfaatkan limbah sisa yang dihasilkan dalam kegiatan produksi dengan menjual limbah kopi kepada pelaku komersial dalam pembuatan briket. Pendapatan dari penjualan limbah kopi dapat menjadi sumber pendapatan lain bagi perusahaan.

b. Kondisi geografi dan iklim yang mendukung

Kota Binjar terletak pada koordinat  $03^{\circ}03'40''$  -  $03^{\circ}40'02''$  LU dan  $98^{\circ}27'03''$  -  $98^{\circ}39'32''$  BT dengan Ketinggian rata-rata adalah 28 meter di atas permukaan laut dengan suhu rata - rata  $31^{\circ}\text{C}$ . Hampir seluruh kegiatan produksi dari PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia membutuhkan bantuan cahaya matahari, kondisi geografis dan keadaan iklim dari lokasi produksi perusahaan menjadi salah satu peluang perusahaan dalam melaksanakan proses produksi.

c. Perubahan cuaca

Perubahan cuaca sangat berpengaruh terhadap kegiatan produksi, karena kegiatan produksi dari perusahaan yaitu proses penjemuran kopi. dan penjemuran kopi sangat membutuhkan cahaya matahari sehingga jika terjadi hujan maka proses penjemuran kopi tidak dapat dilakukan dan proses produksi akan terhambat.

B. Lingkungan Mikro

Faktor-faktor ekonomi mikro adalah tren perusahaan tertentu yang termasuk faktor dalam bisnis yang tetap bertahan. Pendapatan, laba, dan margin merupakan faktor mikro kunci di perusahaan. Ukuran tenaga kerja, volume produksi produk, dan kampanye iklan merupakan faktor-faktor mikro, juga sebagai bagian dari bisnis yang dapat *fine-tuned* dan diubah oleh manajemen.





- a. Pesaing  
Pesaing PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia di daerah Medan-Binjai cukup tinggi, hal ini disebabkan karena banyaknya perusahaan yang memproduksi produk sejenis yang bisa saja menjadi ancaman tersendiri bagi perusahaan. Akan tetapi perusahaan perusahaan tersebut sudah memiliki target pasar masing-masing sehingga tidak mengganggu kapaistas produksi ekspor biji kopi pada PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia.
- b. Pemasok  
PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia menjalin kerjasama pemasok dengan koperasi Tunas Indah dimana koperasi ini memproduksi biji kopi dalam jumlah banyak yang dimana anggota koperasi tersebut mencapai 550 orang dengan luas lahan sebesar 600ha. Selain menjalin kerjasama dengan koperasi Tunas Indah, PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia juga mengambil bahan baku dari petani petani mandiri yang tentu saja dilakuka survei terlebih dahulu mengenai kualitas biji kopi yang akan dipasok.
- c. Pelanggan  
Pelanggan dari PT. Arvis Sanada Sanni di Indonesia terbagi menjadi dua jenis, yaitu pelanggan ekspor dan pelanggan lokal. Mekanisme ekspor dilakukan melalui *website* resmi, selain memberikan informasi jenis biji kopi yang dihasilkan, *website* resmi tersebut juga memuat informasi produk, informasi dan harga. Biji kopi yang diekspor oleh PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia telah memiliki sertifikasi yang lengkap, yang dapat dilihat di *website*, sehingga memudahkan pelanggan ekspor untuk melihat dan menemukan sertifikasi yang terdaftar. Selain ekspor, PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia juga terbuka untuk pelanggan lokal. Mekanisme penyortiran dapat dilakukan melalui sambungan PT. Arvis Sanada Sanni dari Indonesia bisa datang langsung ke pabrik produksi. Kuantitas minimum order untuk pelanggan lokal adalah 50 kg.
- d. Pendetang baru  
Pendetang baru biasanya menjadi ancaman bagi perusahaan sejenis dan dapat mempengaruhi posisi produk dari sisi permintaan dan penawaran. Pendetang baru biasanya memiliki teknologi dan sumber daya yang unggul, sehingga perusahaan juga perlu meningkatkan daya saingnya agar pelanggan tidak berpaling. Namun bagi PT. Arvis Sanada Sanni, seorang imigran baru asal Indonesia, tidak terancam karena PT. Arvisa Sanada Sanni Indonesia memiliki posisi dan citra yang baik di pasar. Keunggulan produk yang mereka hasilkan adalah kualitas yang baik dan dikelompokkan berdasarkan kualitas, sehingga dibandingkan dengan perusahaan lain harga produk yang lebih murah juga merupakan keunggulan mereka yang membuat pendatang baru sulit untuk mempengaruhi posisi pasar PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

e. Produk substitusi

Produk substitusi sangat mempengaruhi penjualan produk yang memenuhi kebutuhan manusia, yang secara keseluruhan atau sebagian menggantikan fungsi satu sama lain. Teh adalah pengganti kopi. Namun target konsumen kopi arabika berbeda dengan teh, meskipun dapat menggantikannya, namun teh dan kopi memiliki pasar yang berbeda karena karakteristiknya masing-masing. Oleh karena itu, teh tidak dapat menggantikan kopi.

#### 4.1.2 Analisis Lingkungan Internal Perusahaan

Analisis lingkungan internal mengkaji faktor – faktor internal dari perusahaan untuk menentukan kelemahan dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang secara optimal dalam menghadapi ancaman.

##### A. Aspek Pemasaran

Aspek Pemasaran adalah faktor penting yang dijadikan kunci keberhasilan bagi perusahaan dalam memetakan suatu pasar, maka hal tersebut perlu dianalisis termasuk oleh PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia. Adapun bauran pemasaran dari PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia:

##### 1. *Product* (Produk)

Produk yang dihasilkan oleh PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia yaitu biji kopi yang diproduksi sebanyak 18 ton setiap bulan.

##### 2. *Place* (Lokasi dan distribusi)

Produk biji kopi pada PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia diproses di gudang yang berada di Jalan Selamat No. 38A, Km 12, Desa Pujimulyo, Medan - Binjai, Sumatera Utara. Lokasinya cukup strategis karena berdekatan antara produsen bahan baku dan pelabuhan untuk proses ekspor.

##### 3. *Price* (Harga)

Produk biji kopi yang siap ekspor maupun lokal dikemas dengan karung. Produk dikelompokkan menjadi 3 kelompok, yakni Grade 1, Grade 2 dan Grade 3. Dimana biji kopi grade 1 dijual dengan harga Rp140.000,00/kg, grade 2 dengan harga Rp90.000,00/kg dan grade 3 dengan harga Rp45.000,00/kg. Pemasaran lokal sehari mencapai 10 pembeli dan setiap melakukan pembelian, pembeli harus membeli biji kopi minimal sebanyak 50kg.

##### 4. *Promotion* (Promosi)

Proses pemasaran yang dilakukan oleh PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia menggunakan dua metode, yaitu pemasaran ekspor melalui pemesanan online melalui *Website*, dan pemasaran lokal melalui pelanggan yang berkunjung langsung ke PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia.

Adapun strategi STP dari PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia yaitu :

##### A. *Segmentation* (Segmentasi pasar)

Segmentasi dari biji kopi pada PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia terbagi menjadi tiga yaitu segmentasi geografis, segmentasi demografi, dan segmentasi psikografi.

1. Segmentasi geografis  
Berdasarkan letak geografis, pelanggan dari perusahaan ini adalah orang-orang dari berbagai daerah. Contoh wilayah yang menjadi konsumen perusahaan adalah Eropa, Amerika, Timur Tengah, dan Asia.
2. Segmentasi demografis  
Segmentasi demografis dari produk yang dihasilkan perusahaan adalah pria maupun wanita dengan rentang usia 18 tahun keatas yang menyukai kopi, mengkonsumsi kopi, dan masyarakat yang berasal dari kalangan ekonomi menengah hingga masyarakat kalangan ekonomi atas. Hal ini dikarenakan harga biji kopi yang cukup mahal.
3. Segmentasi psikografis  
Segmentasi psikografis produk kopi adalah masyarakat yang gemar minum kopi. Budaya minum kopi saat ini merupakan budaya yang sedang digemari oleh masyarakat saat ini.

#### Targeting (Target Pasar)

PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia menargetkan konsumen yang berasal dari pasar ekspor dalam jumlah yang besar, salah satu konsumen tetap dari perusahaan ini yaitu starbucks dari beberapa negara di benua Eropa dan Amerika. selain pasar ekspor PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia juga menargetkan pasar lokal namun dalam jumlah permintaan yang besar.

#### Positioning (Posisi Pasar)

PT. Arvis Sanada sanni Indonesia memiliki gambaran kepada publik sebagai perusahaan penghasil biji kopi arabika yang berkualitas tinggi dan dapat dipercaya namun dengan harga yang murah. Hal tersebut sejalan dengan visi dari PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia yaitu “*Quality, Trust, and Excellence*” .

#### D. Aspek Produksi

Aspek produksi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia mencakup semua kegiatan produksi biji kopi hingga memenuhi syarat untuk diekspor. kegiatan produksi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia mulai dari pengadaan bahan baku, proses pengeringan kopi, proses klasifikasi dan grading, hingga kopi siap dipasarkan. Proses produksi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia menggunakan mesin yang canggih, seperti mesin *Houler*, mesin *Sutton* dan teknologi mutakhir lainnya.

#### Aspek Manajemen dan Organisasi

PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia berkinerja sangat baik, terlihat dari struktur organisasinya. Pada struktur organisasi tersebut terdapat masing-masing pembagian tugas yang sudah terlaksana dengan jelas.

#### Aspek Sumberdaya Manusia

PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia memenuhi kebutuhan pekerja harian dengan memberdayakan masyarakat sekitar. Namun, bagi tenaga kerja yang berhubungan dengan administrasi perusahaan, keuangan, dan operasional, tenaga kerja yang direkrut dan calon harus memiliki latar belakang

pendidikan dan ahli di bidang tersebut. PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia memiliki 60 pekerja harian dan 7 pekerja lainnya, bertanggung jawab atas administrasi, keuangan dan operasional.

#### G. Aspek Kolaborasi

PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia menggandeng petani kopi Koperasi Tunas Indah untuk pembelian bahan baku untuk kegiatan proses produksi. PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia juga bekerja sama dengan Starbucks sebagai pelanggan tetap. Selain itu, perusahaan juga bekerja sama dengan pengolah yang menghasilkan bahan limbah untuk dijual dan diolah menjadi briket.

#### H. Aspek Keuangan

Aspek keuangan merupakan aspek yang memberikan gambaran tentang keuntungan perusahaan, dan sangat penting untuk dipelajari kelayakannya secara keseluruhan. Aspek ini sama pentingnya dengan aspek bisnis lainnya, bahkan beberapa perusahaan menganggap aspek keuangan sebagai aspek terpenting dari kesuksesan bisnis. PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia pada awalnya didirikan dengan modal sendiri sebesar Rp 2.000.000.000,00. Dana tersebut digunakan sebagai sumber dana yang dialokasikan untuk pembelian lahan produksi, pembangunan gedung dan proses produksi. produksi.

#### 4.1.3 Penentuan Ide Pengembangan Bisnis

Kegiatan bisnis yang terjadi dalam perusahaan ini yaitu mengolah biji kopi yang berasal dari para petani kopi yang ada di pulau Sumatera. Target pasar dari perusahaan ini yaitu pasar internasional, dan untuk saat ini PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia mulai memasarkan Produknya di pasar Lokal. Berdasarkan hasil analisis SWOT berupa strategi antara kelemahan (*weakness*) dan peluang (*opportunity*) dari perusahaan. Strategi W-O yang berarti memanfaatkan peluang dengan meminimalisir kelemahan. Ide pengembangan bisnis berdasarkan strategi tersebut adalah pendirian unit bisnis pengolahan selai biji kopi menjadi selai pada PT. Arvis Sanada sanni Indonesai. Ide pengembangan bisnis ini didasarkan pada kelemahan perusahaan yaitu belum memiliki produk turunan karena perusahaan ini masih fokus dalam bisnis eksportir biji kopi. Adanya peluang bahwa saat ini mengkonsumsi kopi sudah menjadi gaya hidup bagi masyarakat Indonesia khususnya di daerah Sumatera Utara. Dengan adanya peluang tersebut maka dapat dimanfaatkan oleh PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia untuk mendirikan unit bisnis yang mengolah kopi menjadi produk turunan kopi dengan gaya konsumsi yang berbeda, yaitu dengan menciptakan selai kopi yang berasal dari biji kopi arabika asli. Alur ide pengembangan bisnis selai kopi dapat dilihat pada lampiran 2.

#### 4.2 Rencana Pengembangan Bisnis

Ide pengembangan bisnis pengolahan biji kopi menjadi selai akan dikaji melalui aspek finansial dan aspek non finansial. Perencanaan finansial meliputi perhitungan laba/rugi, perhitungan *cashflow*, dan perhitungan *switching value*. Sedangkan Perencanaan non finansial meliputi perencanaan produk,



perencanaan pemasaran, perencanaan produksi, perencanaan organisasi dan manajemen, perencanaan sumber daya manusia, dan perencanaan kolaborasi.

#### 4.2.1 Perencanaan Produk

Produk yang akan dibuat dari ide pengembangan bisnis ini adalah selai kopi. Inovasi yang di gunakan dalam pengembangan bisnis ini yaitu menciptakan varian selai yang jarang ditemukan di pasar. Produk selai kopi yang di rencanakan berbahan dasar kopi arabika. Bahan baku kopi arabika akan diperoleh langsung dari PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia. Penggunaan kopi arabika ini lah yang akan menjadi keunggulan dari selai kopi yang direncanakan, karena kopi arabika memiliki banyak keunggulan yaitu aroma dan perisa yang kompleks serta kekentalan yang kuat bahkan kopi arabika juga memiliki banyak manfaat bagi tubuh manusia seperti mengatasi penyakit kanker kulit, menjaga kesehatan hati dan kopi jenis ini juga aman bagi lambung. bahan baku kopi arabika yang digunakan juga memiliki mutu yang baik dan diproses dengan melakukan *double checking*. *Double checking* yang dilakukan yaitu dengan menggunakan mesin dan kemudian akan diproses lebih lanjut lagi dengan cara manual, sehingga biji kopi yang dihasilkan memiliki kualitas tinggi dan sesuai dengan standar ekspor. Selai kopi ini rencananya akan dipasarkan dengan merek dagang “Koffee Jaem”. Selai kopi akan dikemas dalam kemasan yang berbentuk botol dan berbahan kaca dengan berat isi 200 gram. Stiker kemasan juga akan dibuat dengan tampilan menarik sehingga selai kopi ini diharapkan mampu menarik perhatian konsumen. Gambar produk selai kopi dapat dilihat pada Gambar 2 .



Gambar 2 Kemasan selai kopi unit bisnis PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia tahun 2021



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



#### 4.2.2 Perencanaan Pemasaran

Perencanaan pemasaran adalah bentuk dari proses manajemen yang mengarah pada strategi pemasaran dimana tujuan utamanya yaitu untuk mencapai tujuan pemasaran sehingga *marketing plan* dilakukan pada serangkaian proses yang sistematis dan melalui koordinasi untuk mendapatkan keputusan rencana pemasaran. Perencanaan pemasaran terdiri dari beberapa hal yaitu menganalisis kondisi pasar yang akan dimasuki, permintaan terhadap produk, merancang strategi pemasaran yang terdiri *segmentation* (segmentasi pasar), *targeting* (target pasar), dan *positioning* (posisi pasar), bauran pemasaran yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*).

##### 1. Kondisi Pasar

Selai merupakan produk olahan makanan yang sudah sering ditemukan dipasar. Varian rasa selai yang sering di temui dipasar yaitu selai dengan varian rasa buah, sehingga selai kopi Arabika merupakan produk yang masih jarang ditemukan dipasar. Hal ini dapat menjadi peluang bagi produk selai kopi “Koffee Jaem” untuk memasuki pasar. Didukung dengan gaya hidup masyarakat yang sering mengkonsumsi makanan dalam bentuk sajiannya yang praktis dan mudah untuk dikonsumsi.

##### 2. Analisis Permintaan dan Penawaran

Adanya Selisih antara permintaan dan penawaran dapat dijadikan perusahaan sebagai acuan untuk memproduksi berapa banyak produk yang harus dipenuhi. Jumlah selisih dari permintaan dan penawaran selai di kota Medan – Binjai diharapkan mampu di penuhi oleh unit bisnis pengolahan kopi arabika menjadi selai ini. Data permintaan dan penawaran selai di kota Medan – Binjai dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5 Permintaan dan penawaran selai di kota Binjai tahun 2021

No	Nama toko	Jenis Selai	Permintaan (kemasan/bulan)	Penawaran (kemasan/bulan)	selisih
1	Royyan	Selai Coklat	250	130	120
2	Majestyk Bakery	Selai Srikaya	250	120	130
3	Toko kue stella	Selai Coklat	200	100	100
4	Toko bahan kue Asian jaya	Selai Srikaya	180	150	30
<b>TOTAL</b>					<b>380</b>

Sumber: data primer (2021)

Tabel 5 menunjukkan bahwa selisih antara permintaan dan penawaran selai dipasaran sebanyak 380 botol. Jumlah selisih permintaan dan penawaran ini lah yang akan menjadi acuan bagi perusahaan untuk menentukan jumlah selai kopi yang akan diproduksi. Jumlah yang diperoleh merupakan akumulasi jumlah permintaan dan penawaran dari selai di berbagai toko yang berada di dekat usaha yang akan direncanakan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

### 3. Strategi Pemasaran

Unsur strategi pemasaran terdiri dari segmentasi (*segmentation*), target pasar (*targeting*), Posisi produk (*positioning*), atau sering disebut dengan STP.

#### A. *Segmentation*

##### 1. Segmentasi geografis

Segmentasi geografis pemasaran selai kopi adalah kawasan Medan – Binjai. Penjualan selai kopi secara *offline* akan dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan toko – toko roti yang berada dikawasan Medan - Binjai.

##### 2. Segmentasi demografis

Segmentasi demografis dari pemasaran selai kopi ini yaitu masyarakat yang berasal dari kalangan menengah keatas, karena selai bukan makanan pokok sehingga tidak semua kalangan akan membeli selai kopi ini dan harga kopi ini juga lebih mahal dibandingkan produk pesaingnya.

##### 3. Segmentasi psikografis

Berdasarkan segmentasi psikografis, sasaran yang dituju yaitu orang yang gemar akan rasa kopi dan diharapkan selai kopi ini dapat menjadi salah satu oleh – oleh khas Medan.

#### *Targeting*

Target pasar utama dari usaha ini yaitu konsumen yang gemar akan rasa kopi khususnya rasa kopi arabika dan toko – toko roti yang berada di daerah kawasan Binjai - Medan. Dan batas umur yang sesuai atau yang aman untuk mengkonsumsi selai ini yaitu dengan rentang usia 8 tahun hingga dewasa.

#### *Positioning*

Positioning dari produk Koffee Jaem yaitu selai kopi yang berkualitas karena menggunakan biji kopi arabika dengan mutu yang baik sebagai bahan baku pembuatannya. Dengan mengkonsumsi selai kopi dari Koffee Jaem kita akan merasakan sensai mengkonsumsi selai yang berbeda dari selai pada umumnya, biasanya varian selai yang dikenal yaitu selai coklat, kacang dan varian buah , namun Koffie Jaem menawarkan varian selai dengan rasa kopi. Selai kopi ini juga aman untuk di konsumsi karena menggunakan biji kopi arabika yang lebih aman untuk lambung dan juga selai ini menggunakan pektin sebagai bahan pengentalnya. Selai kopi ini memiliki *tagline* “ nagih terus bareng koffee jaem ”. makna dari *tagline* ini yaitu setiap konsumen ingin terus membeli selai dengan cita rasa yang baru dan tidak membosankan maka mereka akan mengingat produk selai dari koffee jaem.

#### Bauran Pemasaran

##### a. Produk

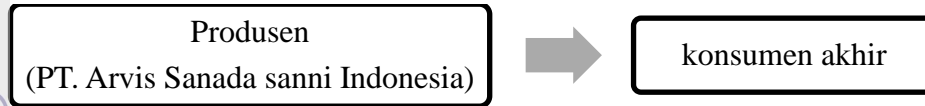
Produk yang di hasilkan adalah selai kopi yang berbahan dasar kopi arabika. Selai kopi akan di kemas dalam botol kaca dengan ukuran 200 gram. kami menggunakan kopi yang berkualitas baik dan kami juga mengganti penggunaan gelatin menjadi pektin. Karena pektin berasal dari tumbuhan, gelatin berasal dari hewan. Fungsinya hampir sama dalam pemanfaatan di bidang industri.



b. Place

Lokasi produksi dan pemasaran selai kopi berada di Jl. Selamat N0.38 Km 12 Desa Pujimulyo, Binjai – Medan , Sumatera utara. Proses pemasaran dilakukan dengan dua cara yaitu pemasaran langsung dan tidak langsung.

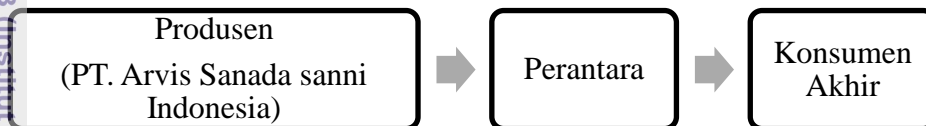
1. Pemasaran Langsung



Gambar 3 Alur pemasaran langsung unit bisnis selai kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia tahun 2021

Pemasaran langsung akan terjadi dirumah produksi selai kopi dan dilayani langsung oleh rumah produksi yaitu di PT. Arvis Sanada sanni Indonesia.

2. Pemasaran Tidak Langsung



Gambar 4 Alur pemasaran tidak langsung unit bisnis selai kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia tahun 2021

Pemasaran tidak langsung terjadi dengan cara menjalin kerja sama dengan toko – toko kue. Toko kue hanya dapat menjual kembali produk dengan menaikkan harga sebesar 15% dari harga beli yang mereka lakukan.

c. Price

1. HPP pada tahun 1

$$HPP = \frac{\text{Total biaya pada tahun 1}}{\text{Total Produksi pada tahun 1}}$$

$$HPP = \frac{Rp142.688.300,00}{3317}$$

$$HPP = Rp 43.012,00$$

2. HPP pada tahun 2- 5

$$HPP = \frac{\text{Total biaya pada tahun 2-5}}{\text{Total Produksi pada tahun 2-5}}$$

$$HPP = \frac{Rp177.191.900,00}{4423}$$

$$HPP = Rp40.060,00$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Harga jual yang ditetapkan untuk 1 botol selai kopi dengan ukuran 200 gram yaitu sebesar Rp 55.500,00 dengan *mark-up* sebesar 22% pada tahun pertama dan 28% pada tahun kedua hingga tahun kelima.

#### d. Promotion

Promosi dilakukan dengan dua cara yaitu yang pertama dengan metode *personal selling* dan dengan media sosial. Promosi dengan metode *personal selling* dilakukan dengan pendekatan langsung kepada target konsumen dari selai kopi. Dan media sosial yang digunakan yaitu instagram dengan nama instagram “@koffeejaem” dan dalam proses promosi akan di sampaikan manfaat dari mengkonsumsi selai kopi ini. Dengan mengkonsumsi selai kopi ini akan meningkatkan semangat, mengatasi kebosanan dan penyajiannya juga praktis.

### 4.2.3 Perencanaan Produksi

Perencanaan produksi adalah perencanaan mengenai faktor produksi yang diperlukan untuk memproduksi produk pada suatu periode tertentu dimasa yang akan datang sesuai dengan yang diperkirakan.

#### A. Perencanaan Bahan Baku

##### 1. Bahan baku utama

Bahan baku utama dalam pembuatan selai kopi yaitu kopi arabika. Kopi arabika yang digunakan yaitu biji kopi dengan mutu baik dan memiliki kadar air 2% - 13% yang kemudian akan dihaluskan hingga menjadi bubuk kopi.

##### 2. Bahan baku pendukung

###### a. Gula

Dalam proses pembuatan selai kopi, gula berperan sebagai pengawet alami sehingga selai yang dihasilkan bebas dari bahan pengawet kimia dan aman untuk dikonsumsi.

###### b. Margarin

Margarin adalah zat aditif pengemulsi pengganti mentega buatan yang dibuat dari minyak nabati dan tambahan unsur hidrogen.

###### c. Pektin

Pektin merupakan segolong polimer *heterosakarida* yang diperoleh dari dinding sel tumbuhan darat. fungsi pektin dalam pembuatan selai yaitu sebagai bahan pengental.

#### B. Perencanaan kebutuhan perlengkapan dan peralatan produksi

Perencanaan kebutuhan perlengkapan dan peralatan produksi sebaiknya dilakukan sebelum memulai kegiatan produksi, dengan melakukan perencanaan terlebih dahulu maka tingkat keberhasilan kegiatan produksi akan semakin tinggi. Peralatan yang dibutuhkan dalam proses pembuatan selai kopi yaitu panci, saringan, wadah, kompor, gas dan botol kaca dan spatula. Daftar perlengkapan dan peralatan produksi dapat dilihat pada Tabel 6 .



Tabel 6 Daftar perlengkapan dan peralatan unit bisnis selai kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia tahun 2021

Peralatan dan perlengkapan	Jumlah	Satuan
Panci	2	Unit
Saringan	1	Unit
Wadah	1	Unit
Kompas	1	Unit
Gas	1	Unit
Botol kaca	1	Unit
Spatula	1	Unit
Gelas ukur	1	Unit
Timbangan	1	Unit

Sumber: Data diolah (2021)

Pelaksanaan produksi dilakukan sebanyak tiga kali dalam seminggu dan jika dikonsersikan sebanyak 108 kali setiap tahunnya. Hal tersebut disesuaikan dengan jam kerja dari mandor operasi dari perusahaan yang dimana mandor operasi ini yang akan bertanggung jawab untuk mengawasi unit bisnis baru ini. Adapun dalam proses pembuatan selai kopi dibutuhkan bahan baku. Jumlah kebutuhan bahan baku diperoleh dengan cara melakukan uji coba pembuatan langsung dan dibantu dengan sumber informasi lainnya seperti jurnal dan lembaga resmi seperti BPOM, kebutuhan bahan baku yang dibutuhkan dalam proses pembuatan selai kopi dapat di lihat pada Tabel 7.

Tabel 7 Kebutuhan bahan baku unit bisnis selai kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia tahun 2021

No	Komponen	Satuan	Jumlah
1	Gula	gram	120
2	Pektin	gram	45
3	air	ml	200
4	Margarin	gram	12
5	kopi arabika	gram	75

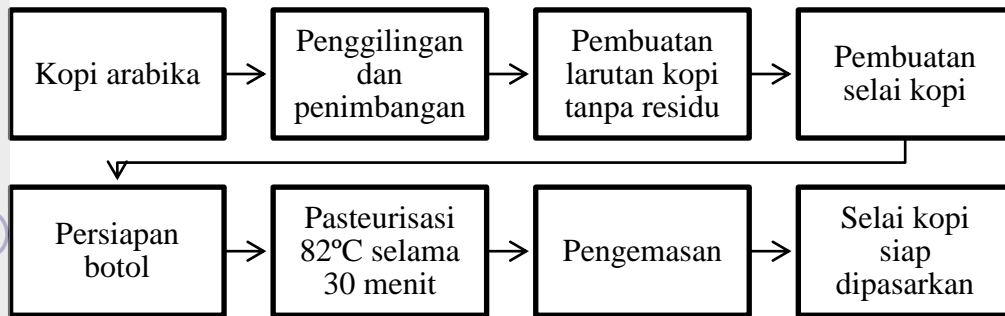
Sumber : Data diolah (2021)

Dari Tabel 7 kebutuhan baku diketahui seberapa banyak kebutuhan bahan baku setiap melakukan kegiatan produksi. Jumlah kebutuhan bahan baku tersebut akan di kali dengan jumlah rencana kapasitas produksi yaitu sebanyak 32 botol setiap melakukan produksi selai kopi.

### C. Tahapan kegiatan produksi

Tahapan produksi selai kopi dimulai dari mempersiapkan alat dan bahan dan kemudian mempersiapkan larutan kopi arabika yang akan diolah lebih lanjut hingga menjadi selai kopi. Proses pembuatan selai ini akan sangat

memperhatikan kesterilan dari selai yang akan dihasilkan. Tahapan proses produksi pembuatan selai kopi dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5 Proses pembuatan selai kopi unit bisnis selai kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia tahun 2021

- 1) Persiapkan alat dan bahan  
Langkah awal pro ses produksi yaitu mempersiapkan semua alat dan bahan yang dibutuhkan dalam kegiatan produksi, seperti: bahan baku kopi arabika, bahan baku pendukung dan peralatan.
- 2) Penggilingan  
Proses penggilingan dilakukan setelah biji kopi di sangrai, proses penggilingan biji kopi ini menggunakan blender. Setelah kopi selesai digiling maka harus dilakukan test cup terlebih dahulu sebelum melanjutkan proses pembuatan selai kopi, hal ini bertujuan agar bubuk kopi yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik.
- 3) Penimbangan  
Setelah bubuk kopi sudah dipastikan kualitasnya, selanjutnya dilakukan penimbangan bubuk kopi sesuai dengan formula yang ditetapkan.
- 4) Pembuatan larutan kopi tanpa residu  
Kemudian bubuk kopi yang sudah ditimbang di seduh kedalam air dengan perbandingan antara bubuk kopi dengan air sebanyak 1: 3.
- 5) Pembuatan selai kopi  
Setelah larutan kopi selesai dibuat maka langkah selanjutnya yaitu memanaskan semua campuran bahan seperti gula, margarin, pektin dan larutan kopi tanpa residu. Proses pemanasan ini dilakukan selama 15 menit hingga semua bahan – bahan tercampur rata. Setelah proses pemanasan selai kopi harus didinginkan terlebih dahulu sebelum dilakukan pengemasan. Proses pendinginan ini dilakukan dalam suhu ruang.
- 6) Persiapan botol  
Persiapan beberapa botol selai ukuran 200ml, kemudian botol dibersihkan dengan cara botol kaca disikat bagian dalamnya dengan detergen, seluruh permukaan botol dicuci sampai bersih dengan menggunakan detergen. Botol dibilas sampai bersih supaya dalam proses pasteurisasi bisa lebih maksimal.

7) Pengemasan

Setelah semua proses selesai dilakukan maka selanjutnya dilakukan pengemasan. Kemasan selai kopi ini menggunakan botol kaca dengan ukuran 200 gram. Setelah selai kopi selesai di produksi maka langkah selanjutnya yaitu melakukan pemasaran. Pemasaran dilakukan dengan cara menjalin kerjasama dengan toko – toko roti.

8) Pasteurisasi

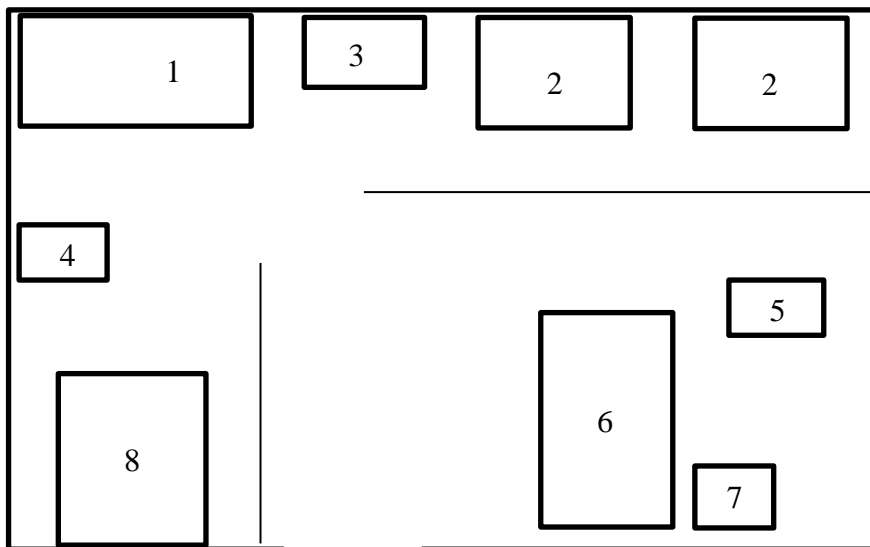
Pasteurisasi dilakukan untuk membunuh semua mikroba penyebab penyakit dan pembentuk racun. Dengan pasteurisasi hasil olahan Selai kopi akan dapat bertahan lama. Botol Selai kopi dipasteurisasi pada saat air dengan suhu 82°C selama 30 menit.

D. Perencanaan jadwal dan kapasitas produksi

Proses produksi dilakukan sebanyak 3 kali dalam seminggu yaitu pada hari senin, rabu dan jumat. Jam kerja akan dilakukan selama 7 jam per hari. Dalam sehari target produksi selai kopi sebanyak 32 botol, namun jadwal dan jumlah tersebut dapat berubah seiring dengan jumlah permintaan dari selai kopi.

E. Perencanaan lokasi dan layout produksi

Lokasi produksi dari bisnis selai kopi ini berada dilokasi yang sama dengan PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia, tepatnya di KM 12 Binjai, Sumatera Utara. Tujuan penempatan lokasi produksi selai kopi ini agar berdekatan dengan perusahaan PT.Arvis Sanada Sanni Indonesia sebagai penyedia bahan baku dan lokasi ini juga masih berdekatan dengan pasar. Luas lahan produksi dari bisnis ini yaitu seluas 80m<sup>2</sup> dengan panjang bangunan 10 m dan lebar bangunan 8 m. Tata letak rumah produksi dapat di lihat pada Gambar 6.



Gambar 6 *Layout* rumah produksi unit bisnis selai kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia tahun 2021

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

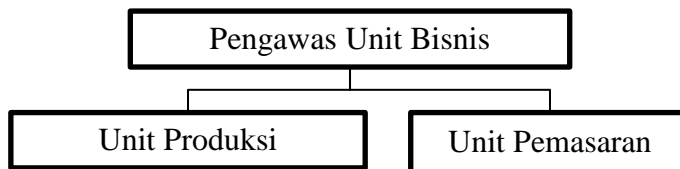


Keterangan :

1. Meja Produksi
2. Meje *Packaging*
3. *Wastafle*
4. Kulkas
5. *Frezzer ShowCase*
6. Meja Administrasi
7. Kursi
8. Kamar Mandi

#### 4.2.4 Perencanaan Organisasi dan Manajemen

Bisnis ini memiliki struktur organisasi yang terpisah dari PT. Arvis sanada Sanni Indonesia. Unit usaha ini dipimpin oleh pengawas unit bisnis yang kemudian pengawas unit bisnis ini yang akan mengatur 2 unit lain,yaitu unit produksi dan unit pemasaran. Sturktur organisasi unit bisnis ini dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7 Struktur organisasi unit bisnis selai kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia tahun 2021

Gambar menunjukkan unit bisnis selai kopi memiliki beberapa unit, perbedaan unit kerja ini memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda - beda. Kepala unit bisnis bertanggung jawab sebagai pemimpin usaha dan bertugas untuk memajamen semua kegiatan produksi. Pengawas unit bisnis juga bertanggung jawab atas pembukuan dan administrasi. Unit produksi bertugas untuk melakukan produksi selai kopi yang sesuai dengan arahan dari kepala unit bisnis. Unit pemasaran bertanggung jawab atas proses pemasaran dari selai kopi, mulai dari distribusi selai kopi hingga melakukan promosi selai kopi.

#### 4.2.5 Perencanaan Sumberdaya Manusia

Tenaga kerja yang di butuhkan dalam unit bisnis ini berjumlah 3 orang. 1 orang bekerja sebagai Pengawas unit bisnis dan posisi ini akan diisi oleh mandor operasi dari perusahaan sehingga sistem penggajian pangawas unit bisnis ini akan ditanggung oleh perusahaan. Sebagai pengawas unit bisnis akan bertugas untuk mengatur jalannya semua kegiatan dalam usaha mulai dari mengamati proses produksi hingga mengatur administrasi usaha. Unit produksi akan diisi oleh 2 tenaga kerja dimana tugas dari unit ini yaitu untuk melakukan proses produksi dari selai kopi. Dan unit pemasaran akan bertugas untuk mencari toko oleh - oleh yang dapat dijadikan sarana untuk melakukan pemasaran selai kopi, serta unit ini juga yang bertugas untuk mengirim selai kopi yang sudah siap dipasarkan ke toko toko .

Unit bisnis ini memberdayakan masyarakat sekitar sebagai tenaga kerja, yang bertujuan untuk memberi manfaat sosial bagi masyarakat sekitar. Proses rekrutmen tenaga kerja dilakukan dengan sederhana. Syarat kerja untuk menjadi bagian dalam unit produksi dan pemasaran yaitu pendidikan minimal SMA, tekun, jujur dan dapat mengendarai alat transportasi terutama sepeda motor. Gaji tenaga kerja di setiap unit kerja juga akan berbeda. Daftar upah tenaga kerja dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8 Daftar gaji untuk setiap posisi pada bisnis selai kopi tahun 2021

	Posisi	Jumlah tenaga kerja	Gaji per orang per bulan (Rp)
1	Unit produksi	2	800.000,00
2	Unit Pemasaran	1	600.000,00

Sumber: Data diolah(2021)

#### 4.2.6 Perencanaan Kolaborasi

Bisnis selai kopi dari PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia ini akan melakukan kolaborasi dengan beberapa pemasok. Tujuan kolaborasi dengan pemasok ini yaitu untuk menjamin ketersediaan input produksi yang dibutuhkan oleh perusahaan. Pemasok yang dipilih merupakan toko – toko yang lokasinya berdekatan dengan rumah produksi selai kopi sehingga biaya pembelian bahan baku dapat lebih efisien. Dan harga bahan baku di toko – toko tersebut juga lebih murah dibandingkan toko – toko yang lainnya. Adapun daftar pemasok dari usaha selai kopi ini dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9 Nama pemasok bahan baku unit bisnis selai kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia tahun 2021

No	Nama pemasok	Barang yang dipasok
1.	Toko IJC Mart	Botol kemasan selai
2.	Toko Adi	Gula, margarin dan pektin
3.	Toko Mayra	Stiker Kemasan

Sumber: Data primer (2020)

#### 4.2.7 Perencanaan Finansial

Berikut asumsi – asumsi yang digunakan dalam mengkaji kelayakan bisnis secara finansial dalam pengembangan bisnis pendirian unit bisnis pengolahan biji kopi menjadi selai pada PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia:

1. Umur bisnis yang ditentukan adalah 5 tahun, diambil berdasarkan dari umur ekonomis peralatan produksi.
2. Modal usaha berasal dari modal sendiri, yang digunakan untuk membeli seluruh peralatan produksi dan operasional.
3. Pada tahun pertama kegiatan produksi dilakukan selama 9 bulan, karena selama 3 bulan dilakukan persiapan bisnis dan untuk tahun selanjutnya

kegiatan produksi dilakukan selama 12 bulan.

4. Resiko kegagalan produksi sebesar 3 % disetiap tahunnya.
5. Selai kopi yang dihasilkan pada tahun pertama sebanyak 3.317 botol dan tahun ke 2 hingga tahun ke 5 sebanyak 4.423 botol , jumlah kapasitas produksi ini sudah dikurangi dengan resiko kegagalan sebesar 3%.
6. Harga jual selai kopi perbotol dengan ukuran 200 gram yaitu sebesar Rp 55.500,00 pada tahun kedua hingga kelima,ditetapkan berdasarkan perhitungan HPP dengan *Markup* sebesar 13% pada tahun pertama dan 15% pada tahun kedua hingga kelima.
7. Proses produksi dilakukan sebanyak 3 kali dalam seminggu.
8. Besar pajak penghasilan yang harus dikeluarkan sebesar 0,5% berdasarkan Peraturan pemerintah (PP) nomor 23 tahun 2018 tentang pajak penghasilan atas penghasilan dari usaha yang diterima.
9. *Discount rate* sebesar 11% yang digunakan untuk menganalisis bisnis ini berdasarkan rata-rata tingkat suku bunga deposito Bank Mandiri pada tahun 2021.
10. Reinvestasi pada peralatan yang digunakan dalam produksi dilakukan sesuai umur bisnis masing-masing peralatan tersebut

Komponen perhitungan perencanaan finansial pengembangan bisnis selai kopi pada PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia.

#### A. Biaya Investasi

Total biaya investasi yang dikeluarkan untuk proses pembuatan selai kopi yaitu sebesar Rp 181.031.000,00 dengan jumlah penyusutan sebesar Rp 10.437.500,00. Rincian biaya investasi dapat di lihat pada lampiran 7.

#### B. Biaya operasional

##### 1. Biaya tetap

Total biaya tetap yang dikeluarkan oleh PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia yaitu sebesar Rp 61.407.500,00 pada tahun pertama dan Rp 32.877.500,00 pada tahun kedua hingga tahun kelima. Rincian biaya tetap dapat dilihat pada lampiran 5.

##### 2. Biaya variabel

Biaya variabel merupakan biaya yang dikeluarkan setiap melakukan produksi, jumlah biaya variabel akan selalu meningkat seiring dengan jumlah output yang diproduksi. Total biaya variabel yang dikeluarkan oleh PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia setiap melakukan produksi selai kopi yaitu sebesar Rp 81.280.800,00 pada tahun pertama dan sebesar Rp 108.374.400,00 pada tahun kedua hingga tahun kelima. Rincian biaya variabel dapa dilihat pada lampiran.

#### C. Perencanaan penerimaan

##### 1. Penjualan selai kopi

Penjualan selai kopi merupakan sumber penerimaan bagi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia. Rincian penjualan selai kopi dapat dilihat pada Tabel 10.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Tabel 10 Rincian jumlah penjualan selai kopi pada unit bisnis PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia tahun 2021

No	Tahun	Jumlah penjualan	Harga satuan (Rp)	Total penerimaan (Rp)
1	1	3.317	55.500,00	184.067.907,00
2	2-5	4.423	55.500,00	244.524.822,00

Sumber: Data diolah (2021)

2. Nilai Sisa

Nilai sisa adalah perkiraan nilai aset tetap yang akan masuk ke dalam kas jika aset tersebut dijual pada saat penarikan atau penghentian aset. Nilai ini bergantung pada usia ekonomis aset tetap setelah dimanfaatkan. Nilai sisa dari bisnis selai kopi ini sebesar Rp 22.340.000,00.

D. Proyeksi Laba Rugi

Perhitungan laporan laba rugi akan berisi jumlah total penerimaan dan keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan dalam satu periode pelaksanaan bisnis. Pada tahun pertama perusahaan memperoleh keuntungan sebesar Rp42.301.039,00, pada tahun kedua hingga tahun ketiga perusahaan memperoleh keuntungan sebesar Rp68.500.697,00, pada tahun keempat perusahaan memperoleh keuntungan Rp 70.291.697 dan pada tahun kelima perusahaan memperoleh keuntungan sebesar Rp63.183.648,00.

E. Analisis Kelayakan Finansial

1. *Net Present Value* (NPV)

*Net present value* dari pendirian unit bisnis pengolahan selai kopi yaitu sebesar Rp123.438.059,00. Artinya, keuntungan bersih yang didapatkan selama umur bisnis yaitu sebesar Rp123.438.059,00. kriteria nilai NPV yang dapat dikatakan layak NPV > 0, maka dapat dikatakan bahwa usaha selai kopi ini dapat dikatakan layak.

2. *Internal Rate of Return* (IRR)

Nilai IRR yang diperoleh dari hasil perhitungan yaitu sebesar 35%, usaha ini dapat dikatakan layak karena nilai IRR yang diperoleh lebih besar dari nilai *discount rate* yang diterapkan, nilai *discount rate* yang diterapkan yaitu sebesar 11%.

3. *Net Benefit Cost Ratio* (*Net B/C*)

Nilai net B/C yang diperoleh yaitu sebesar 1,58 artinya setiap pengeluaran Rp1,00 dapat menghasilkan manfaat bersih sebesar Rp. 1,58. Kriteria nilai *net B/C* dapat dikatakan layak yaitu *net B/C* > 1, maka bisnis selai kopi ini dapat dikatakan layak untuk diusahakan.

4. *Gross Benefit Cost Ratio* (*Gross B/C*)

Nilai perhitungan *Gross B/C* yang diperoleh yaitu sebesar 1,09 artinya setiap pengeluaran Rp1,00 menghasilkan manfaat kotor sebesar Rp1,09. Kriteria *Gross B/C* dapat dikatakan layak jika nilai *Gross B/C* > 1, maka bisnis selai kopi dapat dikatakan layak untuk diusahakan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

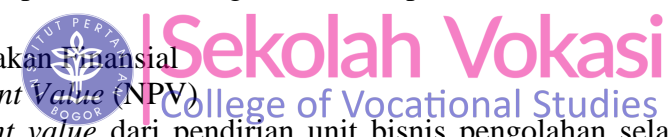
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Bogor Agricultural University





5. *Payback Period* (PP)

Nilai *payback period* yang diperoleh yaitu sebesar 3,09 artinya pengembalian nilai investasi dalam bisnis selai kopi ini yaitu selama 3 tahun. Kriteria nilai *payback period* yaitu  $PP < \text{umur bisnis}$ , maka bisnis selai kopi ini dapat dikatakan layak untuk diusahakan.

F. Analisis *switching value*

Analisis *switching value* digunakan untuk mengetahui tingkat perubahan harga bahan baku dan penurunan volume penjualan, sehingga keuntungan mendekati normal yaitu NPV sama dengan nol. Variabel variabel yang digunakan untuk menganalisis *switching value* yaitu kenaikan harga bahan baku pektin dan kenaikan harga dari bahan baku kopi. Variabel – variabel tersebut dipilih karena kedua variabel tersebut merupakan pengeluaran paling besar dibandingkan pengeluaran lainnya sehingga kenaikan harga bahan baku kopi dan kenaikan harga bahan baku pektin merupakan biaya yang paling berpengaruh bagi perusahaan. Dan kedua variabel tersebut merupakan variabel yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan karena struktur pasar dari PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia yaitu pasar persaingan sempurna. Hasil perhitungan analisis *switching value* pada unit bisnis selai kopi PT. Arvis Sanada sanni Indonesia dapat dilihat pada Tabel 11 .

Tabel 11 Hasil analisis *switching value* unit bisnis selai kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia tahun 2021

Variabel	persentase %	NPV (Rp)	IRR (%)	Net B/C	Gross B/C	PP (Tahun)
Kenaikan harga pektin	49	0	11	1	1	4,3
Kenaikan harga kopi	66,3	0	11	1	1	4,3

Sumber : Data diolah (2021)

Angka persen yang diperoleh menunjukkan batas toleransi agar usaha dapat dikatakan layak. batas kenaikan harga bahan baku pektin agar usaha dikatakan layak yaitu sebesar 49% dan batas kenaikan harga kopi agar usaha dikatakan layak yaitu sebesar 66,3%. kenaikan harga pektin sebesar 49% yang menghasilkan NPV sebesar Rp0, IRR 11%, NET B/C Rp1, Gross B/C Rp1 dan *payback period* selama 4 tahun 3 bulan, jika kenaikan harga melebihi angka tersebut maka usaha akan merugi atau tidak layak untuk dijalankan. Dan kenaikan harga kopi sebesar 66,3% yang menghasilkan NPV sebesar Rp0, IRR 11%, NET B/C Rp1, Gross B/C Rp1 dan *payback period* selama 4 tahun 3 bulan, jika kenaikan harga melebihi angka tersebut maka usaha akan merugi atau tidak layak untuk dijalankan.



### 4.3 Analisis Lingkungan Bisnis

Tahapan pengembangan bisnis dilakukan setelah semua aspek finansial maupun nonfinansial telah selesai dilakukan. Dalam tahapan pengembangan bisnis akan dijelaskan tahapan – tahapan yang harus dilakukan dalam melakukan pengembangan bisnis dan tahapan – tahapan tersebut disusun harus memiliki dasar. Dasar tersebut yaitu kegiatan yang saling berkaitan antara satu tahap dengan tahapan lainnya dan penentuan kegiatan juga harus memperhatikan waktu. Tahapan pengembangan bisnis selai kopi ini memiliki 10 tahapan yang dimulai dari melakukan observasi pasar, perencanaan permodalan, perencanaan lokasi dan layout, proses perijinan usaha, perencanaan mesin dan peralatan. Perekrutan tenaga kerja, pengadaan bahan baku utama dan pemasok, proses produksi, pemasaran hingga evaluasi.

Penjadwalan kegiatan usaha atau *project scheduling* merupakan sebagai suatu kegiatan yang saling berkaitan yang harus dilakukan dengan urutan tertentu sebelum keseluruhan tugas dapat diselesaikan. Kegiatan yang saling berkaitan tersebut adalah suatu kegiatan yang sistematis dan logis dalam arti bahwa beberapa kegiatan tidak dapat dimulai atau terselesaikan tanpa kegiatan sebelumnya telah selesai (Sitepu dan Sebayang 2019). *Project scheduling* dari bisnis selai kopi di PT.Arvis Sanada Sanni Indonesia menggunakan metode CPM. Metode CPM (*Critical Path Method*) adalah metode yang berorientasi pada waktu dalam arti keduanya mengarah kepada penentuan sebuah jadwal (Sitepu dan Sebayang 2019). Berikut tahapan aktivitas pada pengembangan bisnis pengolahan selai kopi dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12 Tahapan pengembangan unit bisnis selai kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia tahun 2021

Kegiatan	Keterangan aktivitas	Kegiatan yang mendahului	Waktu (Hari )
A	Observasi pasar	-	14
B	Perencanaan Permodalan	A	10
C	Perencana lokasi bangunan dan <i>layout</i> .	A	10
D	Proses perijinan usaha	B,C	15
E	Perencanaan mesin dan peralatan	D	14
F	Perekrutan tenaga kerja	D	7
G	Pengadaan bahan baku dan Pemasok	E,F	15
H	Proses produksi	G	1
I	Pemasaran produk	H	2
J	Evaluasi	I	2
<b>Total</b>			<b>90</b>

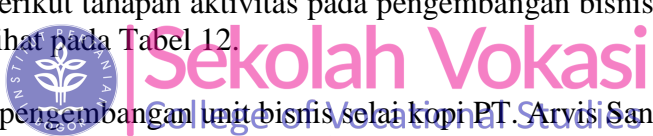
Sumber: Data diolah (2021)

Tabel diatas menunjukkan tahapan aktivitas pengembangan bisnis pendirian unit bisnis pengolahan biji kopi menjadi selai pada PT. Arvis Sanada Sanni

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Bogor Agricultural University



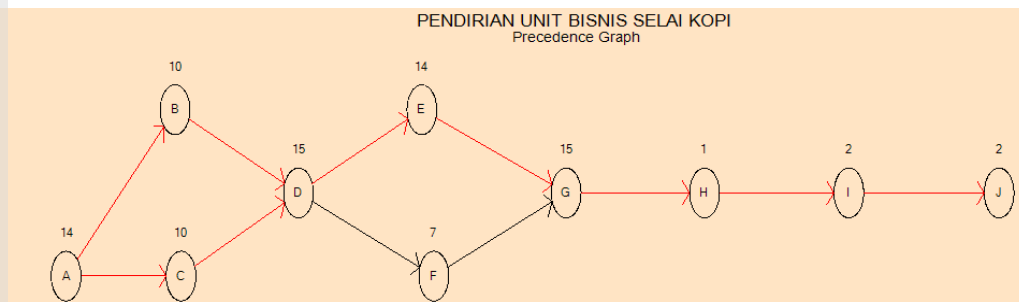
Indonesia, yang terdiri dari 10 kegiatan dan dikerjakan dalam jangka waktu 90 hari. Hasil perhitungan dari CPM (*Critical Path Method*) dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13 Hasil perhitungan CPM unit bisnis selai kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia tahun 2021

Activity	Time activity	Early start	Early finish	Late start	Late finish	Slack
project	73					
A	14	0	14	0	14	0
B	10	14	24	14	24	0
C	10	14	24	14	24	0
D	15	24	39	24	39	0
E	14	39	53	39	53	0
F	7	39	46	46	53	7
G	15	53	68	53	68	0
H	1	68	69	68	69	0
I	2	69	71	69	71	0
J	2	71	73	71	73	0

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel di atas menunjukkan solusi PERT CPTM persiapan pendirian unit bisnis selai kopi pada PT. Arvis Sanada Sanni. Kegiatan dengan *slack* bernilai nol berarti kegiatan tersebut harus dilakukan sesuai jadwal atau tidak dapat ditunda. Dan seluruh kegiatan persiapan pengembangan bisnis dapat diselesaikan dalam jangka waktu 73 hari, persiapan dapat dipercepat selama 73 hari dari 90 hari.



Gambar 8 Solusi CPM tahapan pengembangan bisnis unit bisnis selai kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia tahun 2021

Berdasarkan gambar diatas maka kegiatan pengembangan bisnis dimulai dari kegiatan A, B, C, D, E, F, G, H, I, J. Pada kegiatan F dapat ditunda dan kegiatan lainnya bersifat tidak dapat ditunda. Berikut penjelasan mengenai tahapan pengembangan bisnis pendirian unit bisnis pengolahan biji kopi menjadi selai pada PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia:

A. Observasi Pasar

Obsevasi pasar dilakukan untuk mengetahui posisi dari selai kopi yang diproduksi dan yang akan dipasarkan, tujuan dari observasi ini untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

mengetahui berapa jumlah konsumen yang ada dipasar, berapa harga yang harus ditetapkan dan kelebihan dan kelemahan dari produk selai kopi yang dihasilkan oleh perusahaan. Dengan dilakukannya obeservasi pasar, maka selai kopi dapat dipasarkan dengan baik.

B. Perencanaan Permodalan

Perencanaan permodalan bertujuan untuk mengetahui rincian dari modal untuk melakukan pendirian unit bisnis selai kopi, mulai dari biaya tetap, biaya variabel serta biaya investasi yang harus dikeluarkan. Dalam perencanaan modal akan diperhitungkan seluruh biaya yang harus dikeluarkan dalam menjalankan bisnis. Dan dalam perencanaan permodalan akan diketahui apakah usaha ini dapat dikatakan layak untuk diusahakan atau tidak, dengan cara menyelaraskan jumlah pengeluaran dengan penerimaan dari kegiatan usaha.

C. Perencanaan lokasi bangunan dan *layout*

Pentuan lokasi produksi harus dilakukan dengan baik agar dapat mengefisienkan kegiatan produksi, perencanaan lokasi produksi harus mempertimbangkan jarak yang harus berdekatan dengan pasar maupun bahan baku. Setelah perencanaan lokasi sudah terlaksana dengan baik, maka selanjutnya yang harus dilakukan yaitu perencanaan *layout*. Perencanaan *layout* dilakukan untuk mempermudah kegiatan produksi dengan cara mengatur tata letak dari mesin dan peralatan yang digunakan dalam rumah produksi.

D. Proses perijinan usaha

Perijinan yang digunakan dalam usaha ini yaitu Pangan Industri Rumah Tangga atau P-IRT. Perijinan ini bertujuan untuk memberikan kepercayaan bagi konsumen dan juga agar proses pemasaran dari perusahaan dapat dilakukan secara legal.

E. Perencanaan mesin dan peralatan

Mesin dan peralatan harus dipersiapkan sebelum melakukan proses produksi, pemilihan mesin dan peralatan harus dilakukan dengan baik, agar sesuai dengan proses produksi yang harus dilakukan. Dalam perencanaan ini harus memperhitungkan harga dan kualitas dari mesin dan peralatan yang akan digunakan.

F. Perekrutan tenaga kerja

Tenaga kerja yang dibutuhkan dalam unit bisnis ini sebanyak 3 orang. Tenaga kerja yang dibutuhkan nantinya berasal dari warga setempat yang tinggal di daerah rumah produksi, tidak ada kriteria khusus dalam proses rekrutmen tenaga kerja karena dengan adanya unit bisnis ini dapat memberdayakan masyarakat sekitar yang berpendidikan rendah dan tidak memiliki perkerjaan.

G. Pengadaan bahan baku dan Pemasok

Pengadaan bahan baku akan dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan pemasok. Kegiatan ini bertujuan untuk menjamin ketersediaan bahan baku dan dapat meminimalisir pengeluaran karena nantinya pemasok yang diharapkan masih berada dilingkungan rumah produksi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



#### H. Proses produksi

Proses produksi dilakukan sebanyak 3 kali dalam seminggu, dan setiap kali melakukan produksi harus menghasilkan selai kopi sebanyak 32 botol. Proses produksi ini terdiri dari pembuatan larutan kopi tanpa residu, pemasakan selai hingga pengemasan selai.

#### I. Pemasaran produk

Pemasaran dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan toko – toko roti yang berada di kawasan Medan - Binjai, proses pengiriman akan dilakukan dengan menggunakan motor yang dilengkapi dengan *cooling Box*.

#### Evaluasi

Evaluasi adalah kegiatan yang dilakukan dengan mengamati dan mengevaluasi kegiatan yang telah terjadi. Hal ini agar perusahaan dapat belajar dari kesalahan masa lalu guna memperbaiki kendala yang dialami, mencegah kesalahan yang telah dilakukan, dan lebih siap menghadapi kemungkinan ancaman. Penilaian ini bertujuan untuk memperbaiki kesalahan yang telah terjadi.

 Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

## V SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Simpulan

Rencana ide pengembangan bisnis pendirian unit bisnis pengolahan kopi menjadi selai diambil dari analisis faktor internal dan eksternal perusahaan dan diperoleh strategi W-O, yaitu belum adanya produk turunan dari perusahaan (W) dan Gaya hidup masyarakat Sumatera Utara gemar mengkonsumsi kopi hingga Produk kopi yang memiliki banyak kandungan baik (O).

Berdasarkan analisis finansial yang terdiri dari kriteria investasi seperti: NPV sebesar Rp123.438.059,00, IRR sebesar 35%, Net B/C sebesar 1,58, Gross B/C sebesar 1,09, PP sebesar 3,09 usaha ini dapat dikatakan layak. Dan dengan dilakukan analisis switching value diperoleh batas kenaikan harga bahan baku pektin agar usaha dapat dikatakan layak yaitu sebesar 49% dan batas kenaikan harga bahan baku kopi agar usaha dapat dikatakan layak yaitu sebesar 66,3%. Metode yang digunakan dalam proses tahapan pengembangan bisnis yaitu *Critical Path Method* (CPM), dimana berdasarkan hasil perhitungan diperoleh waktu penyelesaian proyeksi bisnis paling cepat yaitu selama 73 hari.

### 5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan kepada PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia dalam pengembangan bisnis pendirian unit bisnis pegolah selai kopi ini yaitu:

- Pendirian unit bisnis pengolahan selai kopi dapat menambah pendapatan bagi perusahaan.
- Perusahaan harus memiliki antisipasi yang baik dalam menghadapi kenaikan harga kopi karena dengan meningkatnya harga kopi akan menambah biaya produksi dan menurunkan jumlah penerimaan perusahaan.



## DAFTAR PUSTAKA

- [AEKI] Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia. 2012. Statistik Kopi. Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia. Jakarta.[internet] [di unduh 20 April 2021]. Tersedia pada: [http://www.aeki-aice.org/industri\\_kopi\\_aeki.html](http://www.aeki-aice.org/industri_kopi_aeki.html).
- [Balitbang] Badan Penelitian dan Pengembangan.2019. Pengembangan Klaster Inovasi Produk Unggulan Daerah (PUD) Kopi Provinsi Sumatera Utara. Sumatera Utara(ID): Balitbang.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2018. Statistik Kopi Indonesia. Jakarta (ID): BPS.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2019. Statistik Kopi Indonesia. Jakarta (ID): BPS
- [KPRI] Kementerian Pertanian Republik Indonesia. 2020. Tips Membuat Selai Kopi Espresso.[internet] [di unduh 30 Maret 2021]. Tersedia pada: <http://pustaka.setjen.pertanian.go.id/index-berita/tips-membuat-selai-kopi-espresso>.
- Bank Indonesia. 2021. Data Inflasi. [internet] [ di unduh 19 Maret 2021]. Tersedia pada: <https://www.bi.go.id/id/statistik/indikator/data-inflasi.aspx>
- Kasmir. Jakfar. 2016. *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi revisi. Jakarta (ID): Kencana Prenada Media Group.
- Nurmalina R, Sarianti T, Karyadi A. 2014. *Studi Kelayakan Bisnis*. Bogor (ID): IPB Press.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, K. P. 2016. Outlook Kopi Komoditas Pertanian Subsektor Perkebunan. Pusat Data Dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal, 116. [internet] [di unduh 23 Maret 2021]. Tersedia pada: <http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/arsip-outlook/75-outlook-perkebunan/420-outlook-kopi-201616>.
- Rangkuti F. 2019. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Edisi revisi. Jakarta (ID) : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sitepu RKK, Sebayang V. 2019. *Metode Kuantitatif untuk Manajemen* . Bogor (ID) :CV.SINAR JAYA.
- Sobana, D. H. 2018. *Studi Kelayakan Bisnis*. Bandung (ID): PUSTAKA SETIA.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



LAMPIRAN

**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Lampiran 1 Analisis Strategi SWOT Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada : Indonesia Tahun 2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

<p>Faktor Internal</p> <p>Faktor Eksternal</p>	<p><b>Kekuatan (Strength) :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki pasar potensial yang luas</li> <li>2. Memiliki sistem produksi yang ketat sehingga menjamin kualitas biji kopi</li> <li>3. Ketersediaan produk yang selalu kontinu</li> <li>4. Pencatatan keuangan yang lengkap dan menggunakan system computer</li> <li>5. Memiliki lisensi bersertifikat</li> <li>6. Tergabung dalam organisasi perdagangan yang memudahkan mendapatkan konsumen</li> <li>7. Sudah diakui dan terdaftar di Organisasi Asosiasi Eksportir Indonesia</li> <li>8. Produk memiliki kelengkapan izin dan atribut kemasan</li> </ol>	<p><b>Kelemahan (Weakness) :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Belum memiliki pelanggan tetap</li> <li>2. Belum adanya variasi produk</li> <li>3. Teknologi yang dimiliki belum lengkap</li> </ol>
<p><b>Peluang (Opportunity) :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberdayakan masyarakat sekitar untuk mengurangi tingkat pengangguran</li> <li>2. Pemasaran produk yang dapat dilakukan secara online</li> <li>3. Penanganan limbah sudah terencana</li> <li>4. Produk kopi yang memiliki banyak kandungan baik</li> <li>5. Teknologi yang sudah ada merupakan</li> </ol>	<p><b>Strategi SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertahankan dan menjalin kerjasama dengan organisasi eksportir agar mudah mendapatkan konsumen baik secara langsung maupun online. ( S1,S5,S6,S7,S8,O2)</li> <li>2. Melakukan promosi mengenai manfaat dan kandungan pada kopi dan menyuarakan gaya hidup gemar minum kopi (S1, S2,S8, O4,O6)</li> <li>3. Melakukan inovasi produk turunan untuk memperoleh nilai tambah perusahaan ( S1, S2, S3, S6,S7,O2,O4O5)</li> </ol>	<p><b>Strategi WO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menciptakan variasi produk untuk menarik konsumen dari berbagai segmen ( W1,W2,W3,O1,O2,O4,O5, O6)</li> <li>2. Menambah modal untuk melengkapi teknologi modern demi menjamin kualitas biji kopi ( W1,W3,O5)</li> </ol>

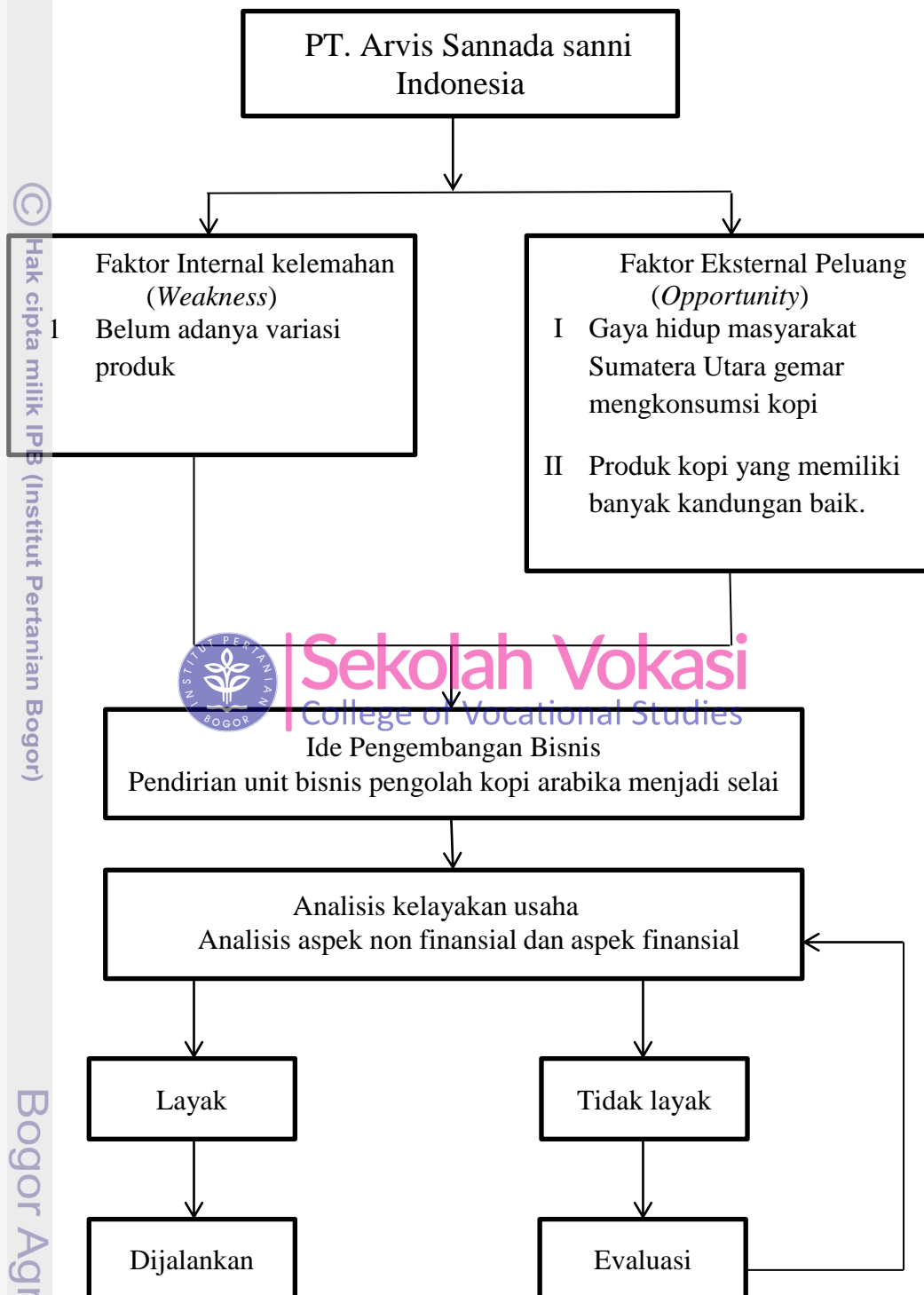
<p>teknologi yang modern</p> <p>6. Gaya hidup masyarakat Sumatera Utara gemar mengkonsumsi kopi</p> <p>7. Kondisi geografis dan iklim yang cocok untuk menunjang produksi kopi</p>		
<p><b>Ancaman (Threat)</b></p> <p>1. Situasi covid yang berdampak pada penurunan omset</p> <p>2. Banyaknya perusahaan yang memproduksi produk sejenis</p> <p>3. Perubahan cuaca yang tidak menentu menyebabkan alur produksi tertunda</p> <p>4. Adanya inflasi yang mengancam pangsa pasar</p>	<p><b>Strategi ST</b></p> <p>1. Melakukan <i>Direct selling</i> dengan konsumen local dan tetap menjalani protokol kesehatan (S1,S3,S8,T1,T2)</p> <p>2. Meningkatkan kualitas produk dalam sisi kebersihan agar produk lebih higienis dan dapat membangun kepercayaan masyarakat pada situasi Covid19 saat ini (S1,S2,S3,S5,S6,S7,S8,T1,T2,T3)</p>	<p><b>Strategi WT</b></p> <p>1. Menambah mesin dan peralatan serta jenis produk agar dapat bersaing dengan perusahaan sejenis dan dapat memenuhi permintaan pembeli dalam dan luar negeri (W1,W3,T2)</p>

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Lampiran 2 Rumusan ide Pengembangan Bisnis Unit Bisnis Selai Kopi PT.  
Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



### Lampiran 3 Gambar Perusahaan Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

## Lampiran 4 Gambar Mesin dan Peralatan Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021

1. Mesin Sutton



2. Mesin Huller



3. Mesin Ayak



4. Mesin Roasting



5. Blender



6. Mesin Tester



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

### Lampiran 5 Biaya Tetap Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021

Keterangan	satuan	Jumlah	Harga	Total Biaya tahun 1	Total Biaya tahun 2 - 5
Biaya listrik	bulan	1	Rp50.000	Rp450.000	Rp600.000
Biaya air	bulan	1	Rp20.000	Rp180.000	Rp240.000
Biaya pulsa dan kuota	bulan	1	Rp200.000	Rp1.800.000	Rp2.400.000
Gaji karyawan unit pemasaran	orang/bulan	1	Rp600.000	Rp5.400.000	Rp7.200.000
Gaji Karyawan unit Produksi	orang/bulan	2	Rp800.000	Rp14.400.000	Rp19.200.000
Perawatan mesin dan bangunan	tahun	1	Rp500.000	Rp500.000	Rp500.000
Sewa Bangunan	tahun	1	Rp5.000.000	Rp5.000.000	Rp5.000.000
Biaya penyusutan	tahun	1	-	Rp31.877.500	Rp31.877.500
Pajak Kendaraan	tahun	1	Rp250.000	Rp250.000	Rp250.000
<b>TOTAL</b>			<b>Rp7.420.000</b>	<b>Rp38.417.500</b>	<b>Rp45.827.500</b>



## Lampiran 6 Biaya Variabel Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021

Uraian	Satuan	Jumlah	Biaya Variabel			
			Harga Satuan (Rp)	Total Biaya per produksi (Rp)	Total Biaya variabel tahun 1 (Rp)	Total Biaya variabel tahun 2-5 (Rp)
Kopi Arabika	Kg	2,4	Rp90.000	Rp216.000	Rp23.328.000	Rp31.104.000
Gula	Kg	3,8	Rp11.000	Rp41.800	Rp4.514.400	Rp6.019.200
Margarin	Kg	0,4	Rp7.000	Rp2.800	Rp302.400	Rp403.200
Pektin	Kg	1,4	Rp210.000	Rp294.000	Rp31.752.000	Rp42.336.000
Stiker kemasan	Lembar	32	Rp250	Rp8.000	Rp864.000	Rp1.152.000
Kemasan	Botol	32	Rp5.000	Rp160.000	Rp17.280.000	Rp23.040.000
LPG 3 Kg	Unit	1	Rp20.000	Rp20.000	Rp2.160.000	Rp2.880.000
BBM	Liter	1	Rp10.000	Rp10.000	Rp1.080.000	Rp1.440.000
<b>TOTAL</b>			<b>Rp263.250</b>	<b>Rp536.600</b>	<b>Rp81.280.800</b>	<b>Rp108.374.400</b>





Lampiran 7 Biaya Investasi Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021

Biaya Investasi								
Uraian	Satuan	Jumlah	Harga Satuan	Total Biaya	Umur Ekonomis	Nilai sisa	Penyusutan	
frezzer show case	Unit	1	Rp5.000.000	Rp5.000.000	5	Rp680.000	Rp864.000	
Motor Pick up	Unit	1	Rp160.000.000	Rp160.000.000	5	Rp20.000.000	Rp28.000.000	
Sertifikat BPOM	Unit	1	Rp500.000	Rp500.000	5		Rp100.000	
Izin P-IRT	Unit	1	Rp350.000	Rp350.000	5		Rp70.000	
Gelas Ukur	Unit	4	Rp15.000	Rp60.000	2		Rp30.000	
Panci	Unit	2	Rp300.000	Rp600.000	3		Rp200.000	
saringan	Unit	2	Rp15.000	Rp30.000	2		Rp15.000	
Timbangan	Unit	1	Rp100.000	Rp100.000	3		Rp33.333	
Kompor 2 tungku	Unit	1	Rp300.000	Rp300.000	5		Rp60.000	
Tabung gas 3Kg	Unit	1	Rp150.000	Rp150.000	5	Rp20.000	Rp26.000	
Selang dan Regulator	Unit	1	Rp100.000	Rp100.000	5		Rp20.000	
baskom sedang	Unit	5	Rp10.000	Rp50.000	2		Rp25.000	
Tempat sampah	Unit	2	Rp12.000	Rp24.000	2		Rp12.000	
Centong	Unit	2	Rp30.000	Rp60.000	2		Rp30.000	
Corong	Unit	2	Rp10.000	Rp20.000	2		Rp10.000	
Gayung	Unit	1	Rp7.000	Rp7.000	2		Rp3.500	
Meja kantor	Unit	1	Rp500.000	Rp500.000	5		Rp100.000	
Meja Panjang	Unit	3	Rp400.000	Rp1.200.000	5		Rp240.000	
kulkas	Unit	1	Rp4.000.000	Rp4.000.000	5	Rp640.000	Rp672.000	
Kursi	Unit	4	Rp100.000	Rp400.000	3		Rp133.333	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Sekolah Vokasi  
College of Vocational Studies

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan umum yang sah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



## Lampiran 7 Biaya Investasi Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021 (Lanjutan)

Biaya Investasi								
Uraian	Satuan	Jumlah	Harga Jual	Total Biaya	Umur Ekonomis	Nilai Sisa	Penyusutan	
laptop	Unit	1	Rp7.000.000	Rp7.000.000	5	Rp1.000.000	Rp1.200.000	
Kipas Angin	Unit	1	Rp500.000	Rp500.000	5			
Kalkulator	Unit	1	Rp100.000	Rp100.000	3		Rp33.333	
TOTAL			Rp179.499.000	Rp181.051.000		Rp22.340.000	Rp31.877.500	



Lampiran 8 Perhitungan HPP Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021

	TAHUN 1 (3%)	TAHUN 2-5 (3%)
KAP. PROD	369	369
KAP.PROD (TAHUN)	3317	4423
TR (bulan)	Rp20.451.990	Rp20.377.069
TR (Tahun)	Rp184.067.907	Rp244.524.822
B.Var (unit)	Rp24.501	Rp24.501
B.VAR	Rp81.280.800	Rp108.374.400
B.TETAP	Rp61.407.500	Rp68.817.500
HPP	Rp43.021	Rp40.060
HARGA JUAL	Rp55.486	Rp55.282
MARK UP	22%	28%
BEP (UNIT)	1982	2236
BEP(Rp)	Rp109.966.613	Rp123.59.555
Bep (Rp/Unit)	Rp33.148	Rp27.943
Persen Margin	29%	38%
Margin	Rp12.474	Rp15.223



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Lampiran 9 *Cash Flow* Awal Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021

Uraian	CASH FLOW				
	1	2	Tahun 3	4	5
<b>A. Inflow</b>					
Penjualan Selai kopi	Rp184.067.907	Rp244.524.822	Rp244.524.822	Rp244.524.822	Rp244.524.822
Nilai sisa					Rp22.340.000
<b>Total Inflow</b>	<b>Rp137.653.045</b>	<b>Rp244.524.822</b>	<b>Rp244.524.822</b>	<b>Rp244.524.822</b>	<b>Rp266.864.822</b>
<b>B. Outflow</b>					
1. Biaya Investasi					
frezzer show case	Rp5.000.000				
Mobil pick up	Rp160.000.000				
Sertifikat BPOM	Rp500.000				
Izin P-IRT	Rp350.000				
Gelas Ukur	Rp60.000		Rp60.000		Rp60.000
Panci saringan	Rp600.000			Rp600.000	
Timbangan	Rp30.000		Rp30.000		Rp30.000
Kompor 2 tungku	Rp100.000			Rp100.000	
Tabung gas 3Kg	Rp300.000				
Selang dan Regulator	Rp150.000				
baskor sedang	Rp100.000				
	Rp50.000		Rp50.000		Rp50.000

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Lampiran 9 *CashFlow* Awal Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021 (Lanjutan)

Uraian	Tahun				
	1	2	3	4	5
Tempat sampah	Rp24.000		Rp24.000		Rp24.000
Centong	Rp60.000		Rp60.000		Rp60.000
Corong	Rp20.000		Rp20.000		Rp20.000
Gayung	Rp7.000		Rp7.000		Rp7.000
Meja kantor	Rp500.000				
Meja Panjang	Rp1.200.000				
kulkas	Rp4.000.000				
Kursi	Rp400.000			Rp400.000	
Notebook	Rp7.000.000				
Kipas Angin	Rp500.000				
Kalkulator	Rp100.000			Rp100.000	
Total Biaya Investasi	Rp181.051.000		Rp251.000	Rp1.200.000	Rp251.000
2. Biaya Operasional					
A. Biaya Tetap					
Biaya listrik	Rp450.000	Rp600.000	Rp600.000	Rp600.000	Rp600.000
Biaya air	Rp180.000	Rp240.000	Rp240.000	Rp240.000	Rp240.000
Biaya pulsa dan kuota	Rp1.800.000	Rp2.400.000	Rp2.400.000	Rp2.400.000	Rp2.400.000
Gaji karyawan unit pemasaran	Rp5.400.000	Rp7.200.000	Rp7.200.000	Rp7.200.000	Rp7.200.000
Gaji Karyawan unit Produksi	Rp14.400.000	Rp19.200.000	Rp19.200.000	Rp19.200.000	Rp19.200.000
Perawatan mesin dan bangunan	Rp500.000	Rp500.000	Rp500.000	Rp500.000	Rp500.000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Sekolah Vokasi  
College of Vocational Studies

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan/atau tanggapan.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Lampiran 9 *CashFlow* Awal Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021 (Lanjutan)

Uraian	Tahun				
	1	2	3	4	5
Biaya penyusutan	Rp31.877.500	Rp31.877.500	Rp31.877.500	Rp31.877.500	Rp31.877.500
Pajak Kendaraan	Rp250.000	Rp250.000	Rp250.000	Rp250.000	Rp250.000
Total Biaya Tetap	Rp61.497.500	Rp68.817.500	Rp68.817.500	Rp68.817.500	Rp68.817.500
<b>B. Biaya Variabel</b>					
Kopi Arabika	Rp23.328.000	Rp31.104.000	Rp31.104.000	Rp31.104.000	Rp31.104.000
Gula	Rp4.514.400	Rp6.019.200	Rp6.019.200	Rp6.019.200	Rp6.019.200
Margarin	Rp302.400	Rp403.200	Rp403.200	Rp403.200	Rp403.200
Pektin	Rp31.752.000	Rp42.336.000	Rp42.336.000	Rp42.336.000	Rp42.336.000
Stiker Kemasan	Rp864.000	Rp1.152.000	Rp1.152.000	Rp1.152.000	Rp1.152.000
Kemasan	Rp17.280.000	Rp23.040.000	Rp23.040.000	Rp23.040.000	Rp23.040.000
LPG 3 Kg	Rp2.160.000	Rp2.880.000	Rp2.880.000	Rp2.880.000	Rp2.880.000
BBM	Rp1.080.000	Rp1.440.000	Rp1.440.000	Rp1.440.000	Rp1.440.000
Total Biaya Variabel	Rp81.280.800	Rp108.374.400	Rp108.374.400	Rp108.374.400	Rp108.374.400
Pajak Penghasilan Badan Usaha	Rp95.444	Rp146.342	Rp146.342	Rp146.342	Rp292.683
Total Outflow	Rp323.951.868	Rp177.536.125	Rp177.787.125	Rp178.745.125	Rp178.081.119
NET BENEFIT	-Rp 139.883.961	Rp66.988.697	Rp66.737.697	Rp65.779.697	Rp 88.783.703
DISCOUNT FACTOR 3%	0,90	0,81	0,73	0,66	0,59

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia (Institut Pertanian Bogor)



Sekolah Vokasi  
College of Vocational Studies

E

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan umum yang sah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.





Lampiran 9 *CashFlow* Awal Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021 (Lanjutan)

Uraian	Tahun				
	1	2	3	4	5
PV NET BENEFIT/TAHUN	Rp(126.021.587)	Rp54.369.530	Rp48.798.029	Rp43.331.124	Rp52.688.807
PV BENEFIT/TAHUN	Rp165.826.943	Rp198.461.831	Rp178.794.442	Rp161.076.074	Rp158.371.283
PV COST/TAHUN	Rp291.848.530	Rp144.092.301	Rp129.996.413	Rp117.744.950	Rp105.682.476
NPV	Rp123.438.059,90				
IRR	35%				
PV NET BENEFIT POSITIF	Rp199.187.489,51				
PV NET BENEFIT NEGATIF	Rp(126.021.586,52)				
NET B/C	1,58				
GROSS B/C	1,09				
Rata-rata penerimaan bersih					
Payback Periode	3,09	Tahun			

## Lampiran 10 Laba/Rugi awal Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021

URAIAN	TAHUN				
	1	2	3	4	5
<b>PENERIMAAN</b>					
Penjualan Selai kopi	Rp184.067.907	Rp244.524.822	Rp244.524.822	Rp244.524.822	Rp244.524.822
Total	Rp184.067.907	Rp244.524.822	Rp244.524.822	Rp244.524.822	Rp244.524.822
<b>PENGELUARAN</b>					
Biaya Variabel					
Kopi Arabika	Rp23.328.000	Rp31.104.000	Rp31.104.000	Rp31.104.000	Rp31.104.000
Gula	Rp4.514.400	Rp6.019.200	Rp6.019.200	Rp6.019.200	Rp6.019.200
Margarin	Rp302.400	Rp403.200	Rp403.200	Rp403.200	Rp403.200
Pektin	Rp31.752.000	Rp42.336.000	Rp42.336.000	Rp42.336.000	Rp42.336.000
Stiker Kemasan	Rp810.000	Rp1.080.000	Rp1.080.000	Rp1.080.000	Rp1.080.000
Kemasan	Rp16.200.000	Rp21.600.000	Rp21.600.000	Rp21.600.000	Rp21.600.000
LPG 3 Kg	Rp2.160.000	Rp2.880.000	Rp2.880.000	Rp2.880.000	Rp2.880.000
BBM	Rp1.080.000	Rp1.440.000	Rp1.440.000	Rp1.440.000	Rp1.440.000
Total Biaya Variabel	Rp80.146.800	Rp106.862.400	Rp106.862.400	Rp106.862.400	Rp106.862.400
Laba Kotor (Margin Kontribusi)	Rp57.506.245	Rp75.095.842	Rp75.095.842	Rp75.095.842	Rp75.095.842
Biaya Tetap					
Biaya Listrik	Rp450.000	Rp600.000	Rp600.000	Rp600.000	Rp600.000
Biaya Air	Rp180.000	Rp240.000	Rp240.000	Rp240.000	Rp240.000



Lampiran 10 Laba/Rugi awal Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021 (Lanjutan)

Uraian	Tahun				
	1	2	3	4	5
Gaji karyawan unit pemasaran	Rp5.400.000	Rp7.200.000	Rp7.200.000	Rp7.200.000	Rp7.200.000
Gaji Karyawan unit Produksi	Rp14.400.000	Rp19.200.000	Rp19.200.000	Rp19.200.000	Rp19.200.000
Perawatan mesin dan bangunan	Rp500.000	Rp500.000	Rp500.000	Rp500.000	Rp500.000
Sewa Bangunan	Rp5.000.000	Rp5.000.000	Rp5.000.000	Rp5.000.000	Rp5.000.000
Biaya penyusutan	Rp31.877.500	Rp31.877.500	Rp31.877.500	Rp31.877.500	Rp31.877.500
Pajak Kendaraan	Rp1.800.000	Rp1.800.000	Rp1.800.000	Rp1.800.000	Rp1.800.000
Total Biaya Tetap	Rp61.407.500	Rp68.817.500	Rp68.817.500	Rp67.017.500	Rp73.840.556
LABA BERSIH SEBELUM BUNGA DAN PAJAK	Rp42.513.607	Rp68.844.922	Rp68.844.922	Rp70.644.922	Rp63.821.866
LABA BERSIH SEBELUM PAJAK	Rp42.513.607	Rp68.844.922	Rp68.844.922	Rp70.644.922	Rp63.821.866
PAJAK PENDAPATAN USAHA (0,5%)/Bulan	Rp212.568	Rp344.225	Rp344.225	Rp353.225	Rp638.219
LABA BERSIH SETELAH PAJAK	Rp42.301.039	Rp68.500.697	Rp68.500.697	Rp70.291.697	Rp63.183.648



Lampiran 11 Analisis *Switching Value* Kenaikan Harga Pektin Sebesar 49 % pada Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021

Uraian	Tahun				
	1	2	3	4	5
<b>A. Inflow</b>					
Penjualan Selai kopi	Rp184.067.907	Rp244.524.822	Rp244.524.822	Rp244.524.822	Rp244.524.822
Nilai sisa					Rp22.340.000
Total Inflow	Rp184.067.907	Rp244.524.822	Rp244.524.822	Rp244.524.822	Rp266.864.822
<b>B. Outflow</b>					
<b>1. Biaya Investasi</b>					
freezer show case	Rp5.000.000				
Mobil pick up	Rp160.000.000				
Sertifikat BPOM	Rp500.000				
Izin P-IRT	Rp350.000				
Gelas Ukur	Rp60.000		Rp60.000		Rp60.000
Panci saringan	Rp600.000			Rp600.000	
Timbangan	Rp30.000		Rp30.000		Rp30.000
Timbangan	Rp100.000			Rp100.000	
Kompor 2 tungku	Rp300.000				



Lampiran 11 Analisis *Switching Value* Kenaikan Harga Pektin Sebesar 49% pada Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021 ( Lanjutan )

Uraian	Tahun				
	1	2	3	4	5
Tabung gas 3Kg	Rp150.000				
Selang dan Regulator	Rp100.000				
baskom sedang	Rp50.000		Rp50.000		Rp50.000
Tempat sampah	Rp24.000		Rp24.000		Rp24.000
Centong	Rp60.000		Rp60.000		Rp60.000
Corong	Rp20.000		Rp20.000		Rp20.000
Gayung	Rp7.000		Rp7.000		Rp7.000
Meja Kantor	Rp500.000				
Meja Panjang	Rp1.200.000				
kulkas	Rp4.000.000				
Kursi	Rp400.000			Rp400.000	
Notebook	Rp7.000.000				
Kipas Angin	Rp500.000				
Kalkulator	Rp100.000			Rp100.000	
Total Biaya Investasi	Rp59.551.000		Rp251.000	Rp1.200.000	Rp251.000
2. Biaya Operasional					
A. Biaya Tetap					





Lampiran 11 Analisis *Switching Value* Kenaikan Harga pektin Sebesar 49% pada Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021 ( Lanjutan )

Uraian	Tahun				
	1	2	3	4	5
Biaya listrik	Rp450.000	Rp600.000	Rp600.000	Rp600.000	Rp600.000
Biaya air	Rp180.000	Rp240.000	Rp240.000	Rp240.000	Rp240.000
Biaya pulsa dan kuota	Rp1.800.000	Rp2.400.000	Rp2.400.000	Rp2.400.000	Rp2.400.000
Gaji karyawan unit pemasaran	Rp5.400.000	Rp7.200.000	Rp7.200.000	Rp7.200.000	Rp7.200.000
Gaji karyawan unit Produksi	Rp14.400.000	Rp19.200.000	Rp19.200.000	Rp19.200.000	Rp19.200.000
Perawatan mesin dan bangunan	Rp500.000	Rp500.000	Rp500.000	Rp500.000	Rp500.000
Sewa Bangunan	Rp5.000.000	Rp5.000.000	Rp5.000.000	Rp5.000.000	Rp5.000.000
Biaya penyusutan	Rp31.877.500	Rp31.877.500	Rp31.877.500	Rp31.877.500	Rp31.877.500
Pajak Kendaraan	Rp250.000	Rp250.000	Rp250.000	Rp250.000	Rp250.000
Total Biaya Tetap	Rp38.417.500	Rp45.827.500	Rp45.827.500	Rp45.827.500	Rp45.827.500
B. Biaya Variabel					
Kopi Arabika	Rp23.328.000	Rp31.104.000	Rp31.104.000	Rp31.104.000	Rp31.104.000
Gula	Rp4.514.400	Rp6.019.200	Rp6.019.200	Rp6.019.200	Rp6.019.200
Margarin	Rp302.400	Rp403.200	Rp403.200	Rp403.200	Rp403.200
Pektin	Rp31.752.000	Rp42.336.000	Rp42.336.000	Rp42.336.000	Rp42.336.000



Sekolah Vokasi  
College of Vocational Studies



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Institut Pertanian Bogor (IPB)

E

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Lampiran 11 Analisis *Switching Value* Kenaikan Harga Pektin Sebesar 49% pada Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021 ( Lanjutan )

Uraian	Tahun				
	1	2	3	4	5
Stiker kemasan	Rp864.000	Rp1.152.000	Rp1.152.000	Rp1.152.000	Rp1.152.000
Kemasan	Rp17.280.000	Rp23.040.000	Rp23.040.000	Rp23.040.000	Rp23.040.000
LPG 3 Kg	Rp2.160.000	Rp2.880.000	Rp2.880.000	Rp2.880.000	Rp2.880.000
BBM	Rp1.080.000	Rp1.440.000	Rp1.440.000	Rp1.440.000	Rp1.440.000
Total Biaya Variabel	Rp81.280.800	Rp108.374.400	Rp108.374.400	Rp108.374.400	Rp108.374.400
Pajak Penghasilan Badan Usaha		Rp333.641	Rp333.641	Rp333.641	Rp667.281
Total Outflow	Rp341.781.906	Rp202.915.682	Rp203.166.682	Rp202.315.682	Rp208.523.378
NET BENEFIT	Rp(157.713.999)	Rp41.609.140	Rp41.358.140	Rp42.209.140	Rp58.341.444
DISCOUNT FACTOR 11%	0,90	0,81	0,73	0,66	0,59
PV BENEFIT/TAHUN NET	Rp(142.084.684)	Rp33.770.911	Rp30.240.716	Rp27.804.468	Rp34.622.807
PV BENEFIT/TAHUN	Rp165.826.943	Rp198.461.831	Rp178.794.442	Rp161.076.074	Rp158.371.283
PV COST/TAHUN	Rp307.911.627	Rp164.690.920	Rp148.553.727	Rp133.271.606	Rp123.748.476
NPV					
IRR					
PV NET BENEFIT POSITIF	Rp126.438.902,32				



Lampiran 11 Analisis Switching Value Kenaikan Harga Pektin Sebesar 49% pada Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021 ( Lanjutan )

Uraian	Tahun				
	1	2	3	4	5
PV NET BENEFIT NEGATIF	Rp(142.084.683,79)				
NET B/C	0,89				
GROSS B/C	0,98				
Rata-rata penerimaan bersih					
Payback Periode	4,81	Tahun			
Akumulasi net benefit	Rp(157.713.999)	Rp(116.104.859)	Rp(74.746.719)	Rp(32.537.579)	Rp25.803.865
Akumulasi PV net benefit	Rp(142.084.684)	Rp(108.313.772)	Rp(78.073.057)	Rp(50.268.589)	Rp(15.645.781)
Discounted Payback period	5,58	Tahun			



Lampiran 8 Analisis switching value Kenaikan Harga kopi Sebesar 66,3% pada Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021

Uraian	Tahun				
	1	2	3	4	5
<b>A. Inflow</b>					
Penjualan Selai kopi	Rp184.067.907	Rp244.524.822	Rp244.524.822	Rp244.524.822	Rp244.524.822
Nilai sisa					Rp22.340.000
Total Inflow	Rp184.067.907	Rp244.524.822	Rp244.524.822	Rp244.524.822	Rp266.864.822
<b>B. Outflow</b>					
<b>1. Biaya Investasi</b>					
frezzer show case	Rp5.000.000				
Mobil pick up	Rp160.000.000				
Sertifikat BPOM	Rp500.000				
Izin P-IRT	Rp350.000				
Gelas Ukur	Rp60.000		Rp60.000		Rp60.000
Panci	Rp600.000			Rp600.000	
saringan	Rp30.000		Rp30.000		Rp30.000
Timbangan	Rp100.000			Rp100.000	
Kompor 2 tungku	Rp300.000				
Tabung gas 3Kg	Rp150.000				
Selang dan Regulator	Rp100.000				

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPI.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPI.

Lampiran 12 Analisis *switching value* Kenaikan Harga Kopi sebesar 66,3% pada Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021 (Lanjutan)

Uraian	Tahun				
	1	2	3	4	5
baskom sedang	Rp50.000		Rp50.000		Rp50.000
Tempat sampah	Rp24.000		Rp24.000		Rp24.000
Centong	Rp60.000		Rp60.000		Rp60.000
Corong	Rp20.000		Rp20.000		Rp20.000
Gayung	Rp7.000		Rp7.000		Rp7.000
Meja kantor	Rp500.000				
Meja Panjang	Rp1.200.000				
kulkas	Rp4.000.000				
Kursi	Rp400.000			Rp400.000	
Notebook	Rp7.000.000				
Kipas Angin	Rp500.000				
Kalkulator	Rp100.000			Rp100.000	
Total Biaya Investasi	Rp59.551.000		Rp251.000	Rp1.200.000	Rp251.000
2. Biaya Operasional					
A. Biaya Tetap					
Biaya listrik	Rp450.000	Rp600.000	Rp600.000	Rp600.000	Rp600.000
Biaya air	Rp180.000	Rp240.000	Rp240.000	Rp240.000	Rp240.000



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Sekolah Vokasi  
College of Vocational Studies



Lampiran 12 Analisis *Switching Value* Kenaikan Harga Kopi sebesar 66,3% pada Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021 (Lanjutan)

Uraian	Tahun				
	1	2	3	4	5
Biaya pulsa dan kuota	Rp1.800.000	Rp2.400.000	Rp2.400.000	Rp2.400.000	Rp2.400.000
Gaji karyawan unit pemasaran	Rp5.400.000	Rp7.200.000	Rp7.200.000	Rp7.200.000	Rp7.200.000
Gaji Karyawan unit Produksi	Rp14.400.000	Rp19.200.000	Rp19.200.000	Rp19.200.000	Rp19.200.000
Perawatan mesin dan bangunan	Rp500.000	Rp500.000	Rp500.000	Rp500.000	Rp500.000
Sewa Bangunan	Rp5.000.000	Rp5.000.000	Rp5.000.000	Rp5.000.000	Rp5.000.000
Biaya penyusutan	Rp31.877.500	Rp 31.877.500	Rp 31.877.500	Rp 31.877.500	Rp31.877.500
Pajak Kendaraan	Rp250.000	Rp250.000	Rp250.000	Rp250.000	Rp250.000
Total Biaya Tetap	Rp38.417.500	Rp45.827.500	Rp45.827.500	Rp45.827.500	Rp45.827.500
<b>B. Biaya Variabel</b>					
Kopi Arabika	Rp34.497.043	Rp45.996.058	Rp45.996.058	Rp45.996.058	Rp45.996.058
Gula	Rp4.514.400	Rp6.019.200	Rp6.019.200	Rp6.019.200	Rp6.019.200
Margarin	Rp302.400	Rp403.200	Rp403.200	Rp403.200	Rp403.200
Pektin	Rp31.752.000	Rp42.336.000	Rp42.336.000	Rp42.336.000	Rp42.336.000
Stiker kemasan	Rp864.000	Rp1.152.000	Rp1.152.000	Rp1.152.000	Rp1.152.000
Kemasan	Rp17.280.000	Rp23.040.000	Rp23.040.000	Rp23.040.000	Rp23.040.000



Lampiran 12 Analisis *Switching Value* Kenaikan Harga Kopi sebesar 66,3% pada Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021 (Lanjutan)

Uraian	Tahun				
	1	2	3	4	5
LPG 3 Kg	Rp2.160.000	Rp2.880.000	Rp2.880.000	Rp2.880.000	Rp2.880.000
BBM	Rp1.080.000	Rp1.440.000	Rp1.440.000	Rp1.440.000	Rp1.440.000
Total Biaya Variabel	Rp92.449.843	Rp123.266.458	Rp123.266.458	Rp123.266.458	Rp123.266.458
Pajak Penghasilan Badan Usaha		Rp336.449	Rp336.449	Rp345.449	Rp622.667
Total Outflow	Rp344.654.541	Rp205.415.336	Rp205.666.336	Rp204.824.336	Rp210.975.610
NET BENEFIT	Rp(160.586.634)	Rp39.109.486	Rp38.858.486	Rp39.700.486	Rp55.889.212
DISCOUNT FACTOR 11%	0,90	0,81	0,73	0,66	0,59
PV NET BENEFIT/TAHUN	Rp(144.672.643)	Rp31.742.136	Rp28.412.990	Rp26.151.940	Rp33.167.527
PV BENEFIT/TAHUN	Rp165.826.943	Rp198.461.831	Rp178.794.442	Rp161.076.074	Rp158.371.283
PV COST/TAHUN	Rp310.499.586	Rp166.719.695	Rp150.381.453	Rp134.924.135	Rp125.203.756
NPV	0				
IRR	11%				
PV NET BENEFIT POSITIF	Rp119.474.592,61				
PV NET BENEFIT NEGATIF	Rp(144.672.643,02)				
NET B/C	0,83				



Lampiran 12 Analisis *switching value* Kenaikan Harga Kopi Sebesar 89,7% pada Unit Bisnis Selai Kopi PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia Tahun 2021 (Lanjutan)

Uraian	Tahun				
	1	2	3	4	5
GROSS B/C	0,97				
Rata-rata penerimaan bersih					
Payback Periode	4,8	Tahun			
Akumulasi net benefit	Rp(160.586.634)	Rp(121.477.148)	Rp(82.618.662)	Rp(42.918.177)	Rp12.971.036
Akumulasi PV net benefit	Rp(144.672.643)	Rp(112.930.507)	Rp(84.517.517)	Rp(58.365.578)	Rp(25.198.050)
Discounted Payback period	5,97	Tahun			



## RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di kota Lubuk Pakam pada tanggal 8 Agustus 2000, dari ayah yang bernama Sabar Turnip dan ibu yang bernama Rauli Marpaung. Penulis merupakan anak keempat dari lima bersaudara. Penulis selesai menempuh pendidikan SMA pada tahun 2018 dan pada tahun yang sama penulis lulus seleksi masuk Institut Pertanian Bogor (IPB) melalui jalur Undangan Seleksi Masuk IPB (USMI) dan diterima di Program Studi Manajemen Agribisnis.



© Hak cipta milik Institut Pertanian Bogor

Bogor Agricultural University

Selama menempuh pendidikan D-3, penulis aktif mengikuti organisasi dan seminar yang diselenggarakan oleh Institut Pertanian Bogor (IPB) dan kegiatan eksternal yang bertujuan untuk meningkatkan soft dan hard skill penulis. Penulis melakukan praktek kerja lapangan di Perusahaan eksportir biji kopi yaitu PT. Arvis Sanada Sanni Indonesia dan juga mengambil judul tugas akhir yaitu Pendirian Unit Bisnis Pengolahan Biji Kopi menjadi Selai pada PT.Arvis Sanada Sanni Indonesi.



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies