



## PENDIRIAN USAHA BISNIS

### MINUMAN “ES JEYUK”

#### DI SUNTER, JAKARTA UTARA

Olivia Sunardi Samsico  
Dibimbing oleh Dr. Ir. Hisar Sirait, M.A.  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
Jl. Yos Sudarso Kav.87, Sunter – Jakarta Utara  
Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971  
77180142@student.kwikkiangie.ac.id

#### ABSTRAK

Olivia Sunardi Samsico / 77180142 / 2022 / Pendirian Usaha Bisnis Minuman Es Jeyuk di Sunter, Jakarta Utara / Pembimbing : Dr. Ir. Hisar Sirait, M.A.

*Es Jeyuk* merupakan UMKM yang bergerak pada bisnis bidang minuman. *Es Jeyuk* menawarkan produk minuman yang terbuat dari buah keluarga citrus seperti buah jeruk, buah lemon dan buah jeruk nipis. Rencana, *Es Jeyuk* akan berdiri bisnisnya pada tahun 2023 dan di buka secara *offline* dan *online* pada aplikasi *food delivery* seperti *Grab-food*, *Traveloka-Eats* dan *Shopee-Food*.

Usaha *Es Jeyuk* memiliki visi “Menjadi usaha minuman buah citrus yang segar terbuat dari buahnya langsung serta dapat menyehatkan tubuh kalangan masyarakat Jakarta” serta rangkaian misi yang bantu merealisasikan pencapaian visi.

Dalam menjalankan usaha minuman *Es Jeyuk* saat ini di operasikan oleh satu orang saja yaitu pelaku bisnis. maka akan merencanakan kedepannya untuk merekrut satu staff operasional dan satu staff adminitrasi dan keuangan.

Kebutuhan investasi awal yang dibutuhkan *Es Jeyuk* untuk memulai usahanya tersebut sekitar Rp 83.004.480 untuk memulai usaha tersebut agar dapat mempersiapkan berbagai peralatan, perlengkapan, sewa tempat dan pemegangan kas untuk pembelian bahan baku dan keperluan lainnya. Investasi awal berasal dari hibah orang tua sebesar 60% dan sisanya di dapatkan dari tabungan penulis. Dari perhitungan kelayakan investasi menggunakan analisa *Payback Period* dengan waktu pengembalian 1 tahun 10 bulan dan 14 hari, *Net Present Value* dengan hasil Rp.208.377.472, *Profitability Index* dengan hasil analisa 3,51, dan *Break Even Point* dengan hasil yang lebih rendah dari penjualan yaitu Rp. 255.739.134. Dari perhitungan kelayakan usaha *Es Jeyuk* layak untuk dijalankan.

Kata Kunci : Es Jeyuk, Es Jeruk, Pendirian Bisnis, Minuman, Buah Jeruk, Buah Lemon, Buah Jeruk Nipis.

## ABSTRACT

*Olivia Sunardi Samsico / 77180142 / 2022 / Business Plan for Es Jeyuk Beverage Business in Sunter, North Jakarta / Advisor: Dr. Ir. Hisar Sirait, M.A.*

*Es Jeyuk is a small business that engaged in the beverage business. Es Jeyuk offers beverage products made from citrus fruits such as oranges, lemons and limes. Es Jeyuk will open for business at 2023 and it's open for offline order and online order on food delivery applications such as Grab-food, Traveloka-Eats and Shopee-Food.*

*Es Jeyuk's business has a vision of "To become a business of citrus fruit drinks that are fresh from the fruit and can nourish body of the people of Jakarta" and some series of missions that help to realize the vision.*

*Currently in Es Jeyuk's business is operated by only one person, the author. And near the future will be planned to recruit two more staff that one handles the operational and the other will handle administrative and financial*

*The initial investment needed for Es Jeyuk to start is around Rp. 83.004.480,- to start the business in order to be able to prepare various equipment, supplies, rent space and some cash on hand for purchasing raw materials and other necessities. 60% of the initial investment came from author's parents and the remaining investment came from the author's savings. From investment considerations using some analysis such as Payback Period in 1 year 10 months and 14 days, Net Present Value with the result Rp. 208.377.472,-, Profitability Index with the analysis result of 3.51, and Break Even Point results lower yields than sales namely Rp. 255.739.134,-. Es Jeyuk's business worth to run.*

*Key Words: Es Jeyuk, Orange Juice, Business Plan establishment, Beverages, Orange, Lemon, Lime*





## I. Pendahuluan

### A. Konsep Bisnis

Dengan munculnya pandemi yang sudah mengoncangkan seluruh dunia selama kurang lebih dua tahunan, Bisnis “Es Jeyuk” menemani masyarakat khususnya yang berada pada daerah Jakarta utara untuk bantu mengembangkan kekebalan tubuh dari COVID-19 dengan minuman keluarga citrus yang segar. Berdirinya bisnis “Es Jeyuk” sudah mencapai satu tahun lebih dan masih berjalan hingga sekarang untuk menyuplai vitamin C dengan minuman perasan keluarga citrus.

Rencana depan “Es Jeyuk” untuk meningkatkan kualitas produk minuman dan menekankan pemasaran intens. Pembelian “Es Jeyuk” bisa melewati aplikasi *food delivery* seperti *Grab-food*, *Traveloka-Eats* dan *Shopee-food*. Dengan memanfaatkan aplikasi *food delivery*, masyarakat yang ingin mencobakan varian minuman perasan keluarga citrus “Es Jeyuk” akan menjadi lebih mudah dicapai karena dengan bantuan pihak *food delivery* minuman yang telah di beli akan dikirimkan oleh kurir yang bersangkutan dengan *fee* yang sesuai jarak perjalanan. Di era pandemi seperti saat ini, masyarakat juga semakin susah untuk menikmati beragam minuman tanpa harus keluar dari rumahnya karena adanya aturan perbatasan untuk keluar lingkungan luar.

Masyarakat yang berkebutuhan minuman sehat relatif sangat banyak karena tahun per-tahun, perkembangan virus COVID-19 telah membuat goncangan yang cukup kuat terhadap immune tubuh masyarakat khususnya pada daerah Ibukota Indonesia yaitu Jakarta. Sebagai perlaku menjalankan bisnis “Es Jeyuk” ingin membantukan masyarakat seluruh daerah jakarta untuk memberikan minuman perasan keluarga citrus yang lebih berkualitas agar masyarakat setempat dapat menikmati minuman perasan keluarga citrus dan juga terjaga kekebalan immune tubuhnya.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
 Jl. Cipinang Permai I No. 10, Cipinang, Jakarta Timur 10410  
 Telp. (021) 8751 8888, 8751 8889, 8751 8890, 8751 8891, 8751 8892  
 Email: info@kwikgiangie.ac.id, sales@kwikgiangie.ac.id

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 suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## B. Visi dan Misi Perusahaan

**Visi :** Menjadi usaha minuman buah citrus yang segar terbuat dari buahnya langsung serta dapat menyehatkan tubuh kalangan masyarakat Jakarta.

**Misi :**

- a. Mengelolahkan minuman dengan bahan baku yang berkualitas.
- b. Membuat minuman dari perasan keluarga citrus (Jeruk , Lemon dan jeruk nipis) langsung dari buahnya.
- c. Menyajikan minuman dengan keadaan segar selalu dan higienis terbebas dari bahan atau kimia yang merugikan manusia.
- d. Melayani pembeli dengan ramah dan sopan.

## C. Peluang Bisnis

Penduduk yang menempati ibukota Indonesia yaitu Jakarta dari tahun pertahun mengalami kenaikan yang cukup banyak. Bertambah banyak serta kebutuhan dalam sektor *Food And Beverage* pada daerah jakarta sendiri merupakan salah satu bukti bahwa peluang minuman segar dalam bidang ini berpotensi besar.

Dari hasil analisis *google trends* bahwa pencarian Es Jeruk mengalami permintaan yang fluktuatif khususnya pada daerah Jakarta. Pencarian puncak tertinggi Es Jeruk berada pada musim kemarau. Pencarian ini dapat di sebabkan banyaknya masyarakat yang ingin mengkonsumsi minuman yang dapat menyegarkan tubuh pada musim kemarau agar tubuh tetap terjaga dari panas teriknya daerah Jakarta. Pencarian cukup besar juga terjadi pada bulan pertengahan november dikarenakan musim penghujan sudah dekat. Di musim pancaroba tersebut, cuaca sering berubah secara drastis dari hujan deras ke panas yang terik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Institus Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Pada pencarian *google trend* tentang minuman es jeruk dapat menjelaskan bahwa ada potensi peluang untuk mengembangkan usaha “Es Jeyuk” untuk kedepannya. Walaupun seiringan waktu permintaan pasar bersifat fluktuatif tidak menjadi sebuah halangan sebagai pelaku bisnis “Es Jeyuk”. Dengan *target marketing* yang spesifik untuk yang berdaerahkan Jakarta. Produk “Es Jeyuk” hadir untuk memberikan kesegaran dari jenis minuman seperti kopi atau teh yang sudah menjamur di daerah Jakarta. Adapun juga sebuah nilai kesehatan yang diberikan produknya tentunya menjadikan “Es jeyuk” sebagai usaha bisnis yang dapat memenuhi kesehatan serta kesegaran dalam sebuah gelas masa depan masyarakat Jakarta.

#### **D. Kebutuhan Dana**

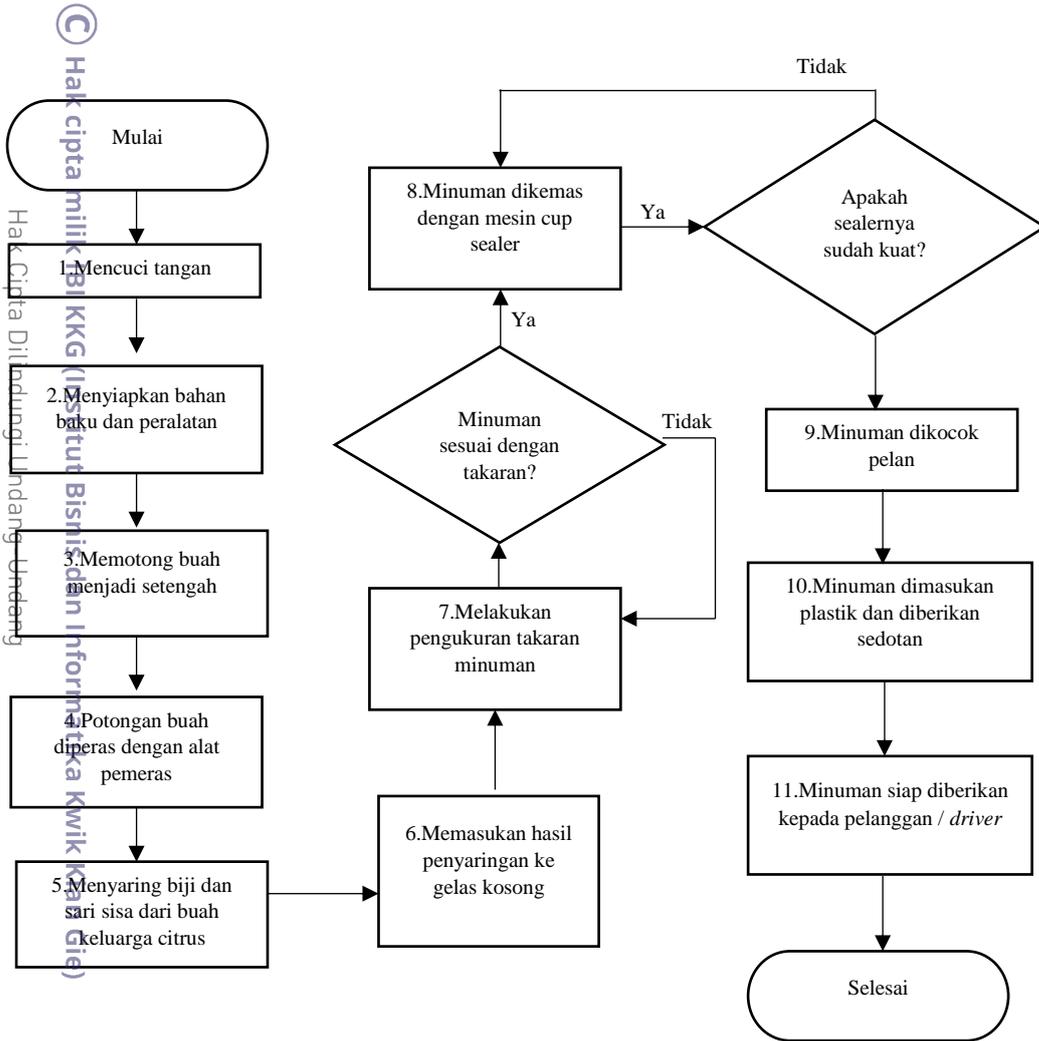
Sumber dana “Es Jeyuk ” didapatkan dari dana internal pelaku bisnis “Es Jeyuk” sendiri dan juga hibah dari orang tua. Dana internal yang di kumpulkan merupakan dari tabungan kumpulan yang sudah di tabungkan hasil pendapatan dari penjualan “Es Jeyuk” sebelumnya dan juga tabungan yang masih tersisa yang menjelaskan bahwa dana dari tabungan pribadi sebesar 40% dan 60% dari hibah orang tua. Untuk pendirian bisnis “Es Jeyuk” maka dibutuhkan sebuah dana kurang lebih sebesar Rp. 84.004.480,. Dengan mendapatkan sumber dana yang ada, bisnis “Es Jeyuk” dapat terjamin kualitas dari segi perlengkapan, peralatannya, dan juga bahan baku.

#### **H. Rencana Produk , Kebutuhan Operasional dan Manajemen**

##### **1. Rencana Alur Pengolahan Produk “Es Jeyuk”**



## Flowchart Proses Pengolahan Produk “Es Jeyuk”



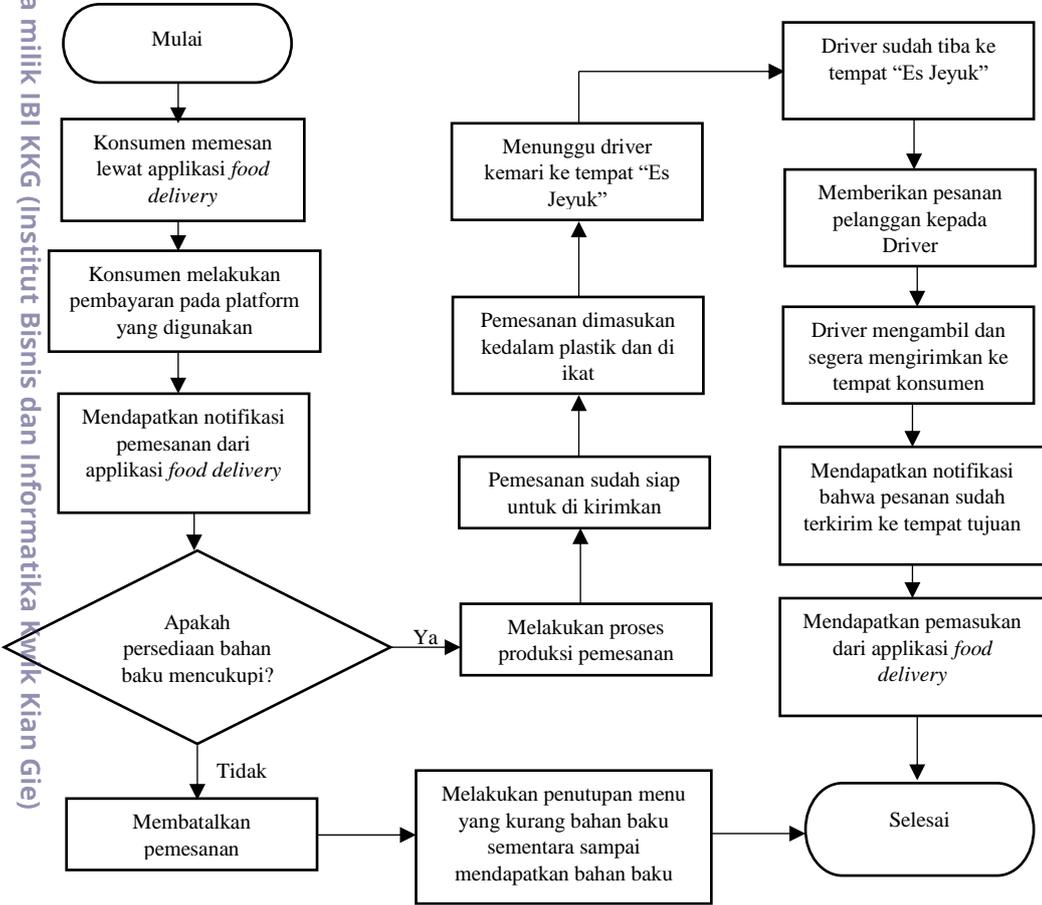
Sumber : “Es Jeyuk”

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 suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 2. Rencana Alur Pembelian “Es Jeyuk” secara Online

### Alur Penjualan “Es Jeyuk” secara online



Sumber : “Es Jeyuk”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

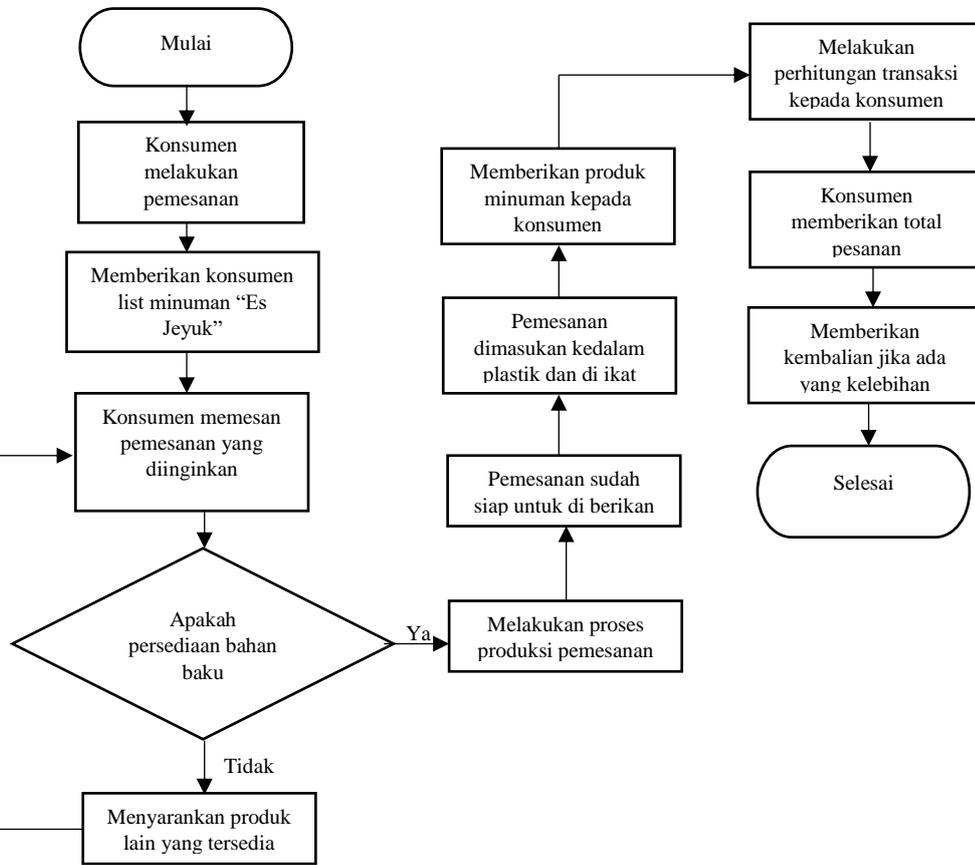


### 3. Rencana Alur Pembelian “Es Jeyuk” secara Offline

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### Alur Penjualan “Es Jeyuk” secara offline



Sumber :”Es Jeyuk”

### 4. Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha

Kebutuhan teknologi serta peralatan adalah aset yang sangat penting untuk menjalankan sebuah usaha. Dengan bantuan teknologi yang sudah ada sebelumnya, “Es Jeyuk” tidak membutuhkan teknologi khusus untuk melakukan usaha secara operasional. Berikut ini merupakan beberapa teknologi dan peralatan usaha yang digunakan oleh “Es Jeyuk” :

#### a. Teknologi Pemasaran

Dalam memasarkan produk “Es Jeyuk” menggunakan teknologi yang sudah ada yaitu seperti media social seperti *Facebook* dan *Instagram*. Karena *media*

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 suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



*social* banyak diakses oleh masyarakat setempat dan menjadikan penggunaan *media social* mendunia. Saat ini penggunaan *Instagram* di Indonesia mencapai 91 juta serta untuk pengguna *facebook* mencapai 175,3 juta menjadikan sebuah peluang yang besar untuk memasarkan produk “Es Jeyuk” dan dapat di kenalkan eksistensinya.

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**b. Jasa Pengiriman**

Untuk melakukan proses transaksi secara online , penggunaan jasa pengiriman menjadi sangat penting dan dapat memudahkan proses pengiriman dari kedai ke tangan konsumen. Untuk saat ini, “Es Jeyuk” menggunakan jasa pengiriman kurir yang sudah sepaket dengan aplikasi *food delivery* yaitu *Grab-Food* , *Shopee-Food* dan *Traveloka-Eats*.

Dari ketiga aplikasi *food delivery* ini sudah didukung oleh kurir yang bersangkutan seperti pada *Grab-food* yang akan di kirimkan oleh kurir *Grab*, *Shopee-Food* di kirimkan oleh kurir khusus dari *Shopee* dan *Traveloka Eats* yang campur bersangkutan kurirnya menggunakan *Grab*, *Gojek*, *lalamove* , dan lain-lainnya.

**C Peralatan**

Pada peralatan ini akan dibagikan 2 bagian yaitu peralatan produksi dan juga peralatan kantor. Berikut ini adalah penjelasan terperinci masing-masing bagian:

1) Peralatan Operasional

Proses operasional merupakan aktivitas untuk menjalankan sebuah kegiatan seperti memproseskan produk minuman “Es Jeyuk”. Peralatan untuk kebutuhan operasional tentunya akan sangat dibutuhkan agar dapat membuat produk untuk dijual kepada konsumen. Peralatan yang digunakan “Es Jeyuk” untuk keperluan operasionalnya adalah:

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 suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



- a) 1 buah Alat Peras Jeruk Manual
- b) 1 buah Mesin Cup Sealer Manual
- c) 1 buah Timbangan Dapur
- d) 1 buah Saringan Dapur
- e) 1 buah Kulkas

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2) Peralatan Kantor

Peralatan kantor ini adalah kebutuhan yang berada di dalam ruangan usaha. Berikut ini adalah peralatan kantor dari “Es Jeyuk” :

- a) 1 buah Meja Besar
- b) 1 buah Meja Sedang untuk Kasir
- c) 1 buah Sofa nunggu
- d) 1 buah Tablet
- e) 1 buah Printer Struk
- f) 1 buah Kipas Angin

**III. Strategi Pemasaran**

1. Segmentasi Geografis

Usaha “Es Jeyuk” sudah beroperasi di Jakarta Utara tepatnya di daerah sunter. Saat ini, Proses operasi sebagian besar berjalan melalui layanan pengantar makanan dan minuman seperti Grab-food, Shopee-Food dan Traveloka-Eats yang bisa mengirim kepada seluruh daerah DKI Jakarta dengan fee yang sudah terdaftar pada masing-masing layanan *food delivery*. Selain itu , “Es Jeruk” juga beroperasi secara offline dengan mengertuk pintu yang berspandukkan “Es Jeyuk” di depannya. Dari penjelasan diatas ini dapat di rangkap bahwa segmentasi geografis “Es Jeyuk” berada pada seluruh bagian DKI Jakarta.



## 2. Segmentasi Demografis

© Berbasiskan minuman enak dan menyehatkan tentunya mewajibkan “Es Jeyuk” untuk bisa dikonsumsi segala usia. Tapi pada khususnya “Es Jeyuk” menarget usia spesifik 15-45 tahun sebagai target utamanya. Hal ini dikarenakan rentang usia tersebut dinilai paling banyak mengonsumsi minuman unik dan masih dipenuhi rasa ingin tahu untuk mencoba berbagai produk.

Selain umur, minuman es perasan keluarga citrus “Es Jeyuk” menargetkan kalangan masyarakat dengan pendapatan menengah keatas dan tentunya bisa dikonsumsi untuk semua jenis kelamin. Salah satu varian “Es Jeruk” yaitu Jeruk puree dapat dikonsumsi untuk orang tua yang berusia diatas 45 tahun sebagai penyuplai keseharian segar dan kaya vitamin C karena tanpa menggunakan tambahan gula dan benar murni hanya berisikan perasan jeruk. Menu yang selalu laris di segala kalangan ini adalah Jeruk Original yang seperti jeruk puree tetapi menggunakan gula. Dengan manisnya air gula dan rasa asam perasan jeruk berpaduan, anak-anak dapat menikmati minuman perasan jeruk karena tidak terlalu asam untuk diminum dan mendapat sensasi segar untuk menyegarkan hari-hari yang panas.

## 3. Segmentasi Psikologis

Secara psikologis, “Es Jeyuk” lebih menargetkan pada kalangan yang ingin mengonsumsi minuman sehat yang menyegarkan. Kebutuhan masyarakat akan minuman yang mengandung kebutuhan vitamin C agar kekebalan tubuh menjadi kuat untuk menjalankan aktivitas sehari-hari.

Meskipun target utamanya untuk kesehatan, masyarakat yang suka dengan buah-buahan citrus dan teruntuk masyarakat yang hanya sekedar ingin menghilangkan rasa dahaga juga termasuk dalam target market utama customer “Es Jeyuk”.

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 tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



#### 4. Segmentasi Perilaku

Manusia memiliki kebutuhan dalam sehari harinya, menjadikan makanan dan minuman salah satu kebutuhan pokok manusia. Walaupun begitu, masih ada peluang kecil masyarakat tidak menyukai rasa keluarga citrus dikarenakan terlalu asam untuk selera mereka atau alasan lainnya. Sebagai pengusaha “Es Jeyuk” tentunya tidak bisa mengubah kebiasaan masyarakat yang tidak menyukai rasa asamnya keluarga citrus menjadi suka terhadap rasa asam.

Berdasarkan hasil survey quisioner, 100% dari 50 responden tertarik kepada produk yang di tawarkan oleh “Es Jeyuk”. Hal ini membuktikan bahwa mayoritas masyarakat DKI Jakarta tertarik dengan minuman segar yang berbahan dasar dari keluarga citrus.

#### IV. Strategi Promosi

##### a. Advertising

Advertising merupakan strategi dari 2 buah elemen yaitu pembuatan pesan iklan serta media iklan yang di gunakan untuk mengiklankan produk (Kotler P & Armstrong 2017). Dikarenakan perkembangan teknologi, kebutuhan internet menjadi sebuah hal yang pokok untuk mendapatkan berita seputar negara, informasi yang umum atau untuk berkomunikasi jarak jauh. “Es Jeyuk” memanfaatkan peluang internet spesifiknya menggunakan platform *media sosial* seperti *Instagram* dan *Facebook* serta platform *Food Delivery* seperti *Grab-Food*, *Shopee-Food* dan *Traveloka-Eats* untuk memasarkan produk kepada calon pelanggan.

##### b. Sales Promotion

Tujuan dari sales promotion adalah untuk memperkenalkan sebuah produk dan juga membangun *brand awareness* agar masyarakat mengetahui eksistensi usaha



(Kotler P & Armstrong G., 2017). Untuk membangun nama brand “Es Jeyuk” strategi yang dilakukan adalah untuk mengadakan sebuah promosi yang dapat menarik calon konsumen. Dikarenakan “Es Jeyuk” menggandeng platform *food delivery* (*Grab-food*, *Shopee-food* dan *Traveloka-Eats*) sebagai *partner* utamanya untuk dapat membangun *brand*. Dengan menjadi penjual pada ketiga aplikasi tersebut mempunyai keuntungan seperti mengikuti program diskon musiman yang dapat menarik calon konsumen untuk mengenal *brand* “Es Jeyuk”.

### c. Personal Selling

Strategi *Personal selling* dilakukan untuk dapat berinteraksi langsung kepada pelanggan dan dapat menyesuaikan karakteristik pelanggan yang datang membeli produk “Es Jeyuk”. Dalam strategi ini, pendekatan karyawan “Es jeruk” kepada calon konsumen dilakukan interaksi para calon konsumen untuk mengingatkan mereka menjaga kesehatan dan menjelaskan produk minuman yang ditawarkan beserta khasiatnya pada setiap produk. Untuk mempertahankan loyalitas konsumen, “Es Jeyuk” juga melakukan *lip-service* seperti menanyakan hal-hal kecil seperti kegiatan harian atau kabar pelanggan. Hal ini membuat citra karyawan “Es Jeyuk” menjadi ramah sehingga yang kemari akan senang di layanannya.

### d. Public Relation

*Public Relation* adalah sebuah aktivitas untuk membangun serta menciptakan sebuah citra *brand* produk kepada masyarakat. Strategi yang dilakukan “Es Jeyuk” untuk menciptakan citra yang positif kepada masyarakat adalah untuk rajin mengikuti sebuah pameran atau bazaar makanan dan minuman. Hal ini adalah untuk menjaga hubungan dengan masyarakat “Es Jeyuk” dengan menawarkan produk minuman keluarga buah citrus dan juga memberikan citra pemasaran yang baik untuk “Es Jeyuk”.



#### e. Direct Marketing

Direct Marketing merupakan kegiatan dimana karyawan melakukan komunikasi langsung dengan calon konsumen untuk dapat sebuah transaksi (Kotler P & Armstrong G., 2017). Strategi yang digunakan oleh “Es Jeyuk” adalah untuk menekankan *online marketing* pada platform *media sosial*. Dengan menggunakan *media sosial* sebagai platform pemasaran, dapat mengekspansi pemasaran ke skala masyarakat yang dari dahulunya hanya masyarakat Jakarta Utara sampai ke seluruh bagian DKI Jakarta. Pada jaman sekarang, anak-anak hingga orang tua mendapatkan sebuah informasi utamanya dari pencarian internet. Dengan mayoritas DKI Jakarta menggunakan *smartphone* sebagai kebutuhan setiap harinya, maka akan lebih gampang untuk melakukan pendekatan *online marketing* ke calon pelanggan pada platform *social media*. Sehingga masyarakat setempat dapat mengetahui apabila ada promosi atau menu baru “Es Jeyuk” dengan cepat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### Keuangan

Hasil kelayakan keuangan usaha “Es Jeyuk” dapat dilihat dari analisa perhitungan *Payback Period* yang maksimal kembalannya yaitu 5 tahun, dari hitungan usaha “Es Jeyuk” pada tabel 7.24 menyatakan bahwa pengembalian modal akan dikembalikan pada 1 Tahun 10 Bulan dan 14 Hari yang hasilnya masih di bawah 5 tahun menjadikan usaha layak untuk di jalankan karena tidak telat mengembalikan modal awal. Selanjutnya, bisa di lihat dari perhitungan *Net Present Value* yang hasilnya layak karena dapat di lihat dari Tabel 7.26 bahwa perhitungan NPV “Es Jeyuk” yang di dapatkan adalah Rp 291.763.935,- dan lebih dari nilai 0 (nol). Pada perhitungan analisa *Profitability Index* pada usaha “Es Jeyuk” menghasilkan 4,5 yang mengartikan bahwa usaha ini layak untuk di jalankan karena hasil perhitungan lebih dari 1.

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 suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

## VI. Pengendalian Resiko

### **© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### **Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

#### a. Faktor Risiko Internal

- 1) Untuk mengatasi resiko karyawan yang diambil kedai lain “Es Jeyuk” akan melakukan pemberian bonus pada setiap akhir bulan untuk membalaskan jasa berkerja keras karyawan di dalam lingkungan “Es Jeyuk”. contoh pemberian bonus ini seperti pemberian gaji yang lebih tinggi dari kontrak yang sudah di janjikan atau bisa dengan cara mengadakan makan bareng pada restoran untuk dapat mengenal karyawan lebih dekat.
- 2) Agar bahan baku khususnya pada buah-buahan segar tidak menjadi busuk maka akan buah-buahan yang tidak kelolah dan sudah di simpan di dalam kulkas dalam waktu lama akan di pisahkan terlebih dahulu buah jeruk yang tidak layak di olah dengan yang masih layak. Lalu, akan diproseskan menjadi minuman gratis untuk karyawan bawakan pulang untuk keluarga atau kerabat karyawan. Hal ini juga dapat menumbuhkan pemasaran brand “Es Jeyuk” melalui keluarga atau kerabat karyawan.

#### b. Faktor Risiko Eksternal

- 1) Jika kendala pemasok masih berulang yaitu memberikan bahan-bahan baku yang kualitasnya tidak meningkat, maka pihak manager akan mencari pemasok bahan baku buah-buahan keluarga citrus yang baru yang harganya sesuai dengan kualitas.
- 2) Untuk mengatasi pesaing sejenis baru pada lingkungan pasar, “Es Jeyuk” akan lebih menekankan promosi-promosi menarik seperti pada hari minggu atau pada musim kemarau yaitu *buy 3 get 1 free* atau *family bundle* yang berisikan 5 minuman pilihan dengan harga paket yang jauh lebih murah dari harga beli satuan.

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 suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



- 3) Untuk mengatasi konsumen yang sudah bosan dengan minuman “Es Jeyuk”. Maka, pada setiap pertengahan tahun diadakan sebuah *menu seasonal* atau menu sementara sebagai pengukur berapakah persen ketertarikan menu sementara ini bertahan. Jika, ketertarikan menu baru bertahan dalam jangka waktu yang lama akan diubah menjadi menu permanen dalam list menu “Es Jeyuk”, dan jika menunya hanya berlaku dalam jangka pendek akan tidak dikeluarkan lagi.
- 4) Untuk menghindari penolakan kontrak sewa Gedung maka akan diadakan kontrak matang berjangka panjang pada saat perjanjian dengan si penyewa gedung. Hal ini bisa di buktikan dengan kalkulasi proyeksi dan juga laporan keuangan yang sudah di rencanakan hingga akhir kontrak.

### © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## VII. Daftar Pustaka

### Buku Teks

- Bukit, B., Malusa, T.& Rahmat,A (2017). *Pengembangan sumber daya manusia*. Zahir Publishing.
- Dyson, J. R. (John R.), & Franklin, E. (2017). *Accounting for non-accounting students (9<sup>th</sup> ed.)* Pearson Education Limited.
- Hopkin Paul. (2017). *Fundamentals of Risk Management 4th Edition*. Koga Page Limited.
- Kotler P. & Armstrong G. (2017). *Principles of Marketing (Seventeenth Edition)*. Pearson Education.
- Noam, H. M. (2019). *Managing Media and Digital Organizations*. In *Managing Media and Digital Organizations*. Springer International Publishing.
- Stephen A. Ross, Randolph W. Westerfield, & Brandford D. Jordan. (2020). *Essentials of Corporate Finance (Tenth Edition)*. Mc Graw Hill Education.



Team FME. (2018a). *Porter's Five Forces - Strategy Skills*. Free Management E-Books.

Team FME. (2018b). *Strategy Skills PESTLE Analysis*. Free Management E-Books.

### Internet dan Website

Google Trends, Diakses 23 Desember 2021  
<https://trends.google.co.id/trends/explore?q=es%20jeruk&geo=ID>

Kartika D. H. (2018), *Produksi jeruk lokal terus naik, Indonesia tak perlu impor besar*, Kontan, Diakses 24 Januari 2022 <https://industri.kontan.co.id/news/produksi-jeruk-lokal-terus-naik-indonesia-tak-perlu-impor-besar>

Nurhayati H. (2022), *Type of food ordered on delivery apps in Indonesia 2020*, Statista , Diakses 22 Desember 2021 <https://www.statista.com/statistics/1140811/indonesia-type-of-food-ordered-on-delivery-apps/>

Dewanto K. (2020) , *Permintaan jeruk saat pandemi COVID-19 meningkat*, Antara, Diakses 24 Januari 2022 <https://www.antaranews.com/berita/1547156/permintaan-jeruk-saat-pandemi-covid-19-meningkat>

Badan Pusat Statistik , *Rata-rata Pengeluaran Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Makanan Minuman Jadi Per Kabupaten/kota (Rupiah/Kapita/Minggu), 2021*, Diakses 20 Januari 2022 <https://www.bps.go.id/indicator/5/2123/1/rata-rata-pengeluaran-perkapita-seminggu-menurut-kelompok-makanan-minuman-jadi-per-kabupaten-kota.html>

Pajak.go.id , *Pemerintah Turunkan Tarif PPh Final UMKM Jadi 0,5%* , Diakses 20 Januari 2022 <https://www.pajak.go.id/pemerintah-turunkan-tarif-pph-final-umkm-jadi-05>

Elena M (2021), *Survei BI , Infasi 2021 Dipekirakan mencapai 3,12 persen*, Diakses 20 Februari 2022 <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210417/9/1382404/survei-bi-inflasi-2021-diperkirakan-mencapai-312-persen>

### Undang-Undang

Republik Indonesia. 2020. *Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja*. Lembaran Negara RI Tahun 2020, No 438. Sekretariat Negara. Jakarta.

Peraturan Gubernur Provinsi DKI Jakarta No 142 Tahun 2019. *Kewajiban penggunaan kantong belanja ramah lingkungan.*

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

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 suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

