

**RENCANA PENDIRIAN USAHA  
BRIKET ARANG “TERRA CHARCOAL”  
DI KOTA JAKARTA UTARA**

**Oleh :**

**Nama : Herviana Arinta**

**NIM : 76200169**

**RENCANA BISNIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat**

**Untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis**

**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

**Konsentrasi Kewirausahaan**



**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**FEBRUARI 2024**

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



**(C) 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 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.

**PENGESAHAN PENDIRIAN USAHA BRIKET ARANG  
"TERRA CHARCOAL" DI KOTA JAKARTA UTARA**

**Diajukan oleh**

**Nama: Herviana Arianta**

**NIM: 76200169**

**Jakarta, 23 Februari 2024**

**Disetujui Oleh**

**Pembimbing**



**(Dr. M. Budi Widiyo Iryanto, M.E.)**

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE  
JAKARTA  
FEBRUARI 2024**



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, anugerah dan penyertaan-Nya yang tak terhingga kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan rencana bisnis yang berjudul "Rencana Bisnis Pendirian Usaha Briket Arang *Terra Charcoal*" di Jakarta Utara" dengan baik dan tepat waktu. Penulisan rencana bisnis ini diajukan sebagai syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam proses penyusunan rencana bisnis ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan:

1. Terlebih dahulu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. M. Budi Widiyo Iryanto, M.E., sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, kritik, dan saran berharga serta meluangkan waktu untuk membantu penulis menyelesaikan rencana bisnis ini. Semoga segala upaya dan dedikasi beliau membuahkan hasil yang baik dan selalu diberikan kesehatan yang melimpah.
2. Ibu Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos, M.Si., sebagai Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan dukungan dalam segala proses perkuliahan yang membantu penulis dalam menyusun rencana bisnis ini.
3. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar dan memberi penulis ilmu pengetahuan dan wawasan selama penulis menjadi mahasiswa dalam proses perkuliahan.
4. Orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan dukungan dan banyak bantuan, baik berupa bantuan materiil maupun bantuan spiritual, serta motivasi selama proses penyusunan rencana bisnis.



5. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu namun telah memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan rencana bisnis ini. Semua kontribusi dan dukungan mereka sangat berarti bagi kelancaran penyelesaian proyek ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan rencana bisnis ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan dalam pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Akhir kata, penulis memohon maaf bila terdapat kekurangan atau ketidaksempurnaan yang kurang berkenan dihati pembaca dan berharap rencana bisnis ini dapat bermanfaat bagi para pihak pihak yang membutuhkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip selangit 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.



## ABSTRAK

Herviana Arinta / 76200169 / 2024 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha Briket Arang “*Terra Charcoal*” di Kota Sunter, Jakarta Utara / Dosen Pembimbing: Dr. M. Budi Widiyo Iryanto, M.E.

*Terra Charcoal* merupakan usaha yang bergerak dalam bidang Bahan Bakar Alternatif. *Terra Charcoal* mendirikan usahanya di Kota Sunter, Jakarta Utara.

*Terra Charcoal* dalam menjalankan usahanya memiliki Visi yaitu “Menyediakan briket arang sesuai dengan kebutuhan dan menjadikan briket arang yang berkualitas untuk pasaran Indonesia terutama untuk makanan *Barbeque*, seperti Korean *BBQ* dan *Japanese BBQ*.”

Jenis Briket Arang yang ditawarkan oleh *Terra Charcoal* diantaranya adalah Arang Hexagonal, Arang Kubus & Arang Silinder. Briket Arang dari *Terra Charcoal* memiliki keunggulan dalam kualitas yang lebih baik, produk yang lengkap dan harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan dengan pesaing.

Briket Arang *Terra Charcoal* menggunakan berbagai strategi pemasaran, dengan strategi awal Personal Selling guna memperkenalkan merek kepada masyarakat sebelum usaha mulai dijalankan. Selanjutnya, *Terra Charcoal* melibatkan pemasaran rutin yaitu Instagram Ads & Google Ads untuk mendorong produk yang di jual. Selain itu *Terra Charcoal* merencanakan promo paket *bundling* pada saat hari launching.

Sumber Daya Manusia yang dibutuhkan *Terra Charcoal* berjumlah 4 orang, yang terdiri dari Manager, Admin, Produksi dan Supir.

Investasi awal yang dibutuhkan oleh *Terra Charcoal* adalah sebesar Rp 342.898.781, besaran dana tersebut digunakan untuk kas awal perusahaan, peralatan, building image, bahan baku, sewa tempat usaha dan sewa mobil.

Analisis kelayakan usaha *Terra Charcoal* dilakukan menggunakan beberapa metode, yaitu *payback period*, *net present value (NPV)*, *profitability index (PI)*, *internal rate of return (IRR)*, dan *break even point (BEP)*. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Terra Charcoal* layak secara finansial, dengan payback period 2 tahun 2 hari, NPV sebesar Rp 694.309.974, PI sebesar 2,82, IRR mencapai 82%, dan BEP terpenuhi dengan penjualan yang melebihi nilai BEP. Oleh karena itu, usaha *Terra Charcoal* memiliki potensi yang baik untuk berkembang dan memberikan keuntungan bagi pemiliknya.

**Kata Kunci:** Rencana Bisnis, *Terra Charcoal*, Briket Arang



## ABSTRACT

Herviana Arinta / 76200169 / 2024 / Business Plan for the "Terra Charcoal" Charcoal Briquette Business in North Jakarta City / Supervisor: Dr. M. Budi Widiyo Iryanto, M.E.

*Terra Charcoal is a business that operates in the Alternative Fuel sector. Terra Charcoal established its business in North Jakarta City.*

*In running its business, Terra Charcoal has a vision, namely "Providing charcoal briquettes according to needs and making quality charcoal briquettes for the Indonesian market, especially for Barbeque food, such as Korean BBQ and Japanese BBQ."*

*The types of Adang Briquettes offered by Terra Charcoal include Hexagonal Charcoal, Cube Charcoal & Cylindrical Charcoal. Charcoal Briquettes from Terra Charcoal have the advantage of better quality, complete products and lower prices compared to competitors.*

*Terra Charcoal Charcoal Briquettes uses various marketing strategies, with the initial strategy being Personal Selling to introduce the brand to the public before the business starts running. Furthermore, Terra Charcoal involves routine marketing, namely Instagram Ads & Google Ads to encourage the products it sells. Apart from that, Terra Charcoal is planning a bundling package promo on launching day.*

*The human resources required by Terra Charcoal are 4 people, consisting of Manager, Admin, Production and Driver.*

*The initial investment required by Terra Charcoal is IDR 342.898.781, this amount of funds for initial company cash, equipment, building image, raw materials, business premises rental and car rental.*

*The Terra Charcoal business feasibility analysis was carried out using several methods, namely payback period, net present value (NPV), profitability index (PI), internal rate of return (IRR), and break even point (BEP). The analysis results show that Terra Charcoal is financially feasible, with a payback period of 2 years 2 days, NPV of IDR 694.309.974, PI of 2.82, IRR reaching 82%, and BEP met with sales that exceed the BEP value. Therefore, the Terra Charcoal business has good potential to develop and provide profits for its owner.*

**Keyword: Business Plan, Terra Charcoal, Charcoal Briquettes**



## DAFTAR ISI

PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Ide Bisnis .....	1
B. Gambaran Usaha.....	2
C. Besarnya Peluang Bisnis.....	6
D. Kebutuhan Dana .....	9
BAB II LATAR BELAKANG PERUSAHAAN .....	11
A. Data Perusahaan.....	11
B. Biodata Pemilik Usaha.....	11
C. Jenis dan Ukuran Usaha .....	11
BAB III ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING.....	12
A. Tren dan Pertumbuhan Industri .....	12
B. Analisis Pesaing .....	15



C. Analisa PESTEL (Political, Economy, Technology, Environment, dan Legal) .....	19
--	----

D. Analisis Pesaing: Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (Porter Five Forces Business Model) .....	27
--	----

E. Analisis Faktor-faktor Kunci Sukses ( <i>Competitive Profile Matrix / CPM</i> ).....	33
---	----

F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal ( <i>SWOT Analysis</i> ) .....	36
--	----

<b>BAB IV ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN</b> .....	45
--	----

A. Produk yang Dihasilkan.....	45
--------------------------------	----

B. Gambaran Pasar .....	47
-------------------------	----

C. Target Pasar yang Dituju.....	52
----------------------------------	----

D. Strategi Pemasaran.....	52
----------------------------	----

<b>BAB V RENCANA PRODUKSI DAN KEBUTUHAN OPERASIONAL</b> .....	60
---	----

A. Proses Operasi Produk.....	60
-------------------------------	----

B. Nama Pemasok .....	62
-----------------------	----

C. Deskripsi Rencana Operasi .....	63
------------------------------------	----

D. Rencana Alur Produk.....	67
-----------------------------	----

E. Rencana Alur Pembelian dan penggunaan Bahan Persediaan.....	68
--	----

F. Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Perusahaan .....	68
---	----

G. <i>Lay Out</i> Bangunan Tempat Usaha .....	70
---	----

<b>BAB VI RENCANA ORGANISASI DAN SUMBER DAYA MANUSIA</b> .....	71
--	----

A. Kebutuhan Jumlah Tenaga Kerja.....	71
---------------------------------------	----

B. Proses Rekrutmen dan Seleksi Tenaga Kerja.....	71
---	----



C. Uraian Kerja ( <i>Job Description</i> ).....	73
D. Spesifikasi dan Kualifikasi Pekerjaan.....	74
E. Struktur Organisasi Perusahaan .....	76
F. Kompensasi dan Balas Jasa Karyawan.....	77
<b>BAB VII RENCANA KEUANGAN.....</b>	<b>78</b>
A. Sumber dan Penggunaan Data .....	78
B. Biaya Pemasaran Tahunan .....	79
C. Biaya Administrasi dan Umum.....	79
D. Biaya Tenaga Kerja.....	80
E. Biaya Penyusutan Peralatan .....	80
F. Biaya Pemeliharaan .....	81
G. Biaya Utilitas .....	82
H. Biaya Peralatan dan Perlengkapan.....	83
I. Biaya Bahan Baku .....	84
J. Proyeksi Keuangan .....	87
K. Analisis Kelayakan Investasi .....	91
L. Analisis Kelayakan Usaha Menggunakan Analisis Break Even Point (BEP).....	93
<b>BAB VIII ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA .....</b>	<b>95</b>
A. Dampak Terhadap Masyarakat Sekitar .....	95
B. Dampak Terhadap Lingkungan .....	96
C. Analisis Resiko Usaha.....	97



D. Antisipasi Resiko Usaha .....	97
----------------------------------	----

<b>BAB IX RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI .....</b>	<b>99</b>
---	-----------

A. Ringkasan Kegiatan Usaha .....	99
-----------------------------------	----

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>104</b>
-----------------------------	------------

<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>107</b>
-----------------------------	------------

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.



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tujuan Perusahaan .....	6
Tabel 1.2 Kebutuhan Dana .....	9
Tabel 3.1 Identifikasi Keunggulan dan Kelemahan Pesaing .....	16
Tabel 3.2 Analisis PESTEL Terra Charcoal .....	19
Tabel 3.3 Analisis CPM Matriks .....	34
Tabel 3.4 Tabel Matrix Analisis SWOT Terra Charcoal .....	41
Tabel 4.1 Variasi Bentuk Terra Charcoal .....	46
Tabel 4.2 Ramalan Penjualan Produk Terra Charcoal Tahun 2025 .....	49
Tabel 4.3 Proyeksi Ramalan Penjualan Tahun 2025 – 2029 .....	50
Tabel 4.4 Anggaran Penjualan Produk Terra Charcoal Tahun 2025 – 2029 .....	50
Tabel 4.5 Anggaran Advertising Terra Charcoal per Tahun .....	57
Tabel 4.6 Anggaran Sales Promotion Terra Charcoal per Tahun .....	58
Tabel 5.1 Daftar Pemasok Terra Charcoal .....	62
Tabel 5.2 Rencana Operasi Terra Charcoal .....	63
Tabel 5.3 Rencana Kebutuhan Peralatan Perusahaan Terra Charcoal .....	69
Tabel 5.4 Rencana Kebutuhan Persediaan Perusahaan Terra Charcoal .....	69
Tabel 6.1 Rencana Kebutuhan Jumlah Tenaga Kerja Terra Charcoal .....	71
Tabel 6.2 Kompensasi dan Balas Jasa Karyawan Terra Charcoal 2025 .....	77
Tabel 6.3 Kompensasi dan Balas Jasa Karyawan Terra Charcoal 2025-2029 .....	77
Tabel 7.1 Kebutuhan Dana Terra Charcoal .....	78
Tabel 7.2 Anggaran Pemasaran Terra Charcoal .....	79
Tabel 7.3 Biaya Administrasi dan Umum Terra Charcoal .....	79
Tabel 7.4 Biaya Tenaga Kerja Terra Charcoal Tahun 2025 .....	80
Tabel 7.5 Biaya Tenaga Kerja Terra Charcoal Tahun 2025 - 2029 .....	80



Tabel 7.6 Biaya Penyusutan Peralatan Terra Charcoal .....	81
Tabel 7.7 Biaya Pemeliharaan Terra Charcoal.....	81
Tabel 7.8 Proyeksi Biaya Pemeliharaan Terra Charcoal 2025 – 2029.....	81
Tabel 7.9 Biaya Utilitas Terra Charcoal Tahun 2025.....	82
Tabel 7.10 Proyeksi Biaya Utilitas Terra Charcoal Tahun 2025 - 2029 .....	83
Tabel 7.11 Biaya Peralatan Terra Charcoal.....	83
Tabel 7.12 Biaya Persediaan Terra Charcoal Tahun 2025 .....	84
Tabel 7.13 Proyeksi Biaya Persediaan Terra Charcoal Tahun 2025 – 2029 .....	84
Tabel 7.14 Biaya Bahan Baku Terra Charcoal Tahun 2025 .....	85
Tabel 7.15 Proyeksi Bahan Baku Terra Charcoal Tahun 2025 – 2029 .....	85
Tabel 7.16 Proyeksi Total HPP Terra Charcoal Tahun 2025-2029... ..	86
Tabel 7.17 Proyeksi Laba Rugi Terra Charcoal Tahun 2025 – 2029 .....	88
Tabel 7.18 Proyeksi Arus Kas Terra Charcoal Tahun 2025 – 2029 .....	89
Tabel 7.19 Proyeksi Neraca Terra Charcoal Tahun 2025 – 2029.....	90
Tabel 7.20 Payback Period Terra Charcoal.....	91
Tabel 7.21 Net Present Value Terra Charcoal .....	92
Tabel 7.22 Analisis Break Even Point Terra Charcoal Tahun 2025 - 2029.....	94
Tabel 8.1 Analisis Antisipasi Resiko Usaha .....	98
Tabel 9.1 Analisis Kelayakan Usaha Terra Charcoal.....	103



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Milestone Visi .....	3
Gambar 1.2	Eksportir Arang Kayu Dunia Tahun 2021 .....	8
Gambar 3.1	Grafik Konsumen Terhadap Briket Arang dari Google Trends .....	13
Gambar 3.2	Review <i>Dcharcoaldotcom</i> dalam Aplikasi <i>E-Commerce</i> Tokopedia.....	18
Gambar 3.3	Review <i>Bosarang</i> dalam Aplikasi <i>E-Commerce</i> Tokopedia.....	18
Gambar 3.4	Model Lima Kekuatan Persaingan Model Porter .....	28
Gambar 3.5	IE Matriks .....	44
Gambar 4.1	Logo Terra Charcoal .....	47
Gambar 4.2	Saluran Distribusi Terra Charcoal.....	56
Gambar 5.1	Proses Operasi Produk Terra Charcoal .....	60
Gambar 5.2	Rencana Alur Produk Terra Charcoal .....	67
Gambar 5.3	Rencana Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Persediaan Terra Charcoal .....	68
Gambar 5.4	Layout Bangunan Tempat Usaha .....	70
Gambar 6.1	Proses Rekrutmen dan Seleksi Tenaga Kerja Terra Charcoal .....	72
Gambar 6.2	Struktur Organisasi Perusahaan Terra Charcoal .....	76
Gambar 4.1	.....	47
Gambar 4.2	.....	56



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Umur Responden.....	107
Lampiran 2. Jenis Kelamin Responden .....	107
Lampiran 3. Pekerjaan Responden .....	108
Lampiran 4. Survei Peringkat Faktor Kunci Sukses Sebuah Bisnis.....	108
Lampiran 5. Survei Peringkat Faktor Kunci Sukses Sebuah Bisnis.....	109
Lampiran 6. Survei Peringkat Faktor Kunci Sukses Sebuah Bisnis.....	109
Lampiran 7. Survei Peringkat Faktor Kunci Sukses Sebuah Bisnis.....	110
Lampiran 8. Survei Peringkat Faktor Kunci Sukses Sebuah Bisnis.....	110
Lampiran 9. Survei Peringkat Faktor Kunci Sukses Sebuah Bisnis.....	111
Lampiran 10. Survei Peringkat Faktor Kunci Sukses Sebuah Bisnis.....	111
Lampiran 11. Faktor Kunci Sukses Bisnis .....	111
Lampiran 12. Faktor Kunci Sukses Bisnis .....	112
Lampiran 13. Faktor Kunci Sukses Bisnis .....	112
Lampiran 14. Faktor Kunci Sukses Bisnis .....	113
Lampiran 15. Faktor Kunci Sukses Bisnis .....	113
Lampiran 16. Faktor Kunci Sukses Bisnis .....	114
Lampiran 17. Faktor Kunci Sukses Bisnis .....	114
Lampiran 18. Faktor Kunci Sukses Bisnis .....	115
Lampiran 19. Penentuan Bobot Faktor Internal (Strength & Weakness) dan Faktor Eksternal (Opportunity & Threat).....	115
Lampiran 20. Penentuan Bobot Faktor Internal (Strength & Weakness) dan Faktor Eksternal (Opportunity & Threat).....	116



Lampiran 21. Penentuan Bobot Faktor Internal (Strength & Weakness) dan Faktor Eksternal

(Opportunity & Threat)..... 116

Lampiran 22. Penentuan Bobot Faktor Internal (Strength & Weakness) dan Faktor Eksternal

(Opportunity & Threat)..... 117

Lampiran 23. Penentuan Bobot Faktor Internal (Strength & Weakness) dan Faktor Eksternal

(Opportunity & Threat)..... 117



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Ide Bisnis

Ide bisnis adalah pemikiran tentang bagaimana seseorang atau kelompok dapat membangun sebuah usaha yang dapat bersumber dari kebutuhan dan permintaan pasar, potensi individu, pengalaman, relasi dan lainnya. Pemikiran ini dapat menjadi batu loncatan untuk memulai suatu usaha yang dapat dilakukan dengan membuat rencana pendirian bisnis guna membantu dalam merealisasikan pemikiran seseorang maupun kelompok.

Terra Charcoal merupakan brand atau usaha yang menyediakan briket arang, terutama untuk makanan *Barbeque* seperti Korean bbq dan Japanese bbq. Terra Charcoal berdiri karena penulis menyukai makanan berupa daging yang dibakar seperti *Barbeque* dan sering mencoba berbagai macam restoran, setelah itu riset di beberapa restoran ternyata briket arang berpengaruh terhadap aroma daging yang dibakar menjadi lebih wangi dan gurih, sehingga mempunyai peluang bisnis untuk menjual briket arang.

Briket arang memerlukan perluasan pasar dengan menambah kapasitas produksi dan Briket Arang dari Terra Charcoal dibuat secara berkala sehingga kualitas dari tekstur dan kebersihannya sangat terjaga. Terra Charcoal bertujuan untuk memperoleh keuntungan dengan menjadi perusahaan yang mampu menyuplai, menjual dan menawarkan briket arang yang berkualitas. Terra Charcoal mencoba untuk fokus dalam eksplorasi komoditas briket yang sangat banyak manfaatnya bagi lingkungan. Dengan produk berkualitas yang disupply, Terra Charcoal dapat memenuhi permintaan yang ada baik dari pasar domestik ataupun pasar Internasional / Ekspor.

Indonesia merupakan salah satu negara yang cukup banyak mengalami perkembangan, terutama dibidang kuliner, diberbagai sudut kota-kota besar UMKM kuliner dapat kita jumpai. Peminat usaha kuliner ini sangat banyak sehingga dapat mengurangi pengangguran yang ada



di Indonesia. Terdapat beberapa UMKM kuliner memanfaatkan Arang sebagai sarana dalam proses memasak, seperti sate, ayam bakar, ikan bakar, Korean bbq, japanese bbq yang merupakan makanan khas dari Indonesia. Harapan saya, Terra Charcoal dapat berkembang dan sukses. Briket arang memiliki daya guna yang lama karena tidak cepat habis saat dibakar, dalam proses pembakaran pada asap yang dihasilkan briket arang tidak sebanyak arang biasa, hal ini dapat mengurangi polusi asap di kota Jakarta.

Dengan demikian, briket arang diharapkan mampu bersaing di pasar zaman sekarang.

Dengan memperkenalkan produk Terra Charcoal ke masyarakat, diharapkan banyak orang bisa beralih dari bahan bakar konvensional ke bahan bakar alternatif yang lebih efisien dan terjangkau.

## B. Gambaran Usaha

Terra Charcoal merupakan usaha yang bergerak di bidang bahan bakar alternatif perdagangan yang menjual Briket Arang dari serbuk kayu yang direncanakan akan masuk ke berbagai restoran dan UMKM yang menggunakan arang sebagai media masak untuk membakar daging. Terra Charcoal berupaya memperkenalkan briket arang agar digunakan di restoran, UMKM bahkan supermarket di kota Jakarta, dilihat dari kelebihan dari briket arang ini sangat banyak dibandingkan dengan penggunaan arang biasa.

Terra Charcoal menggunakan satu lokasi milik keluarga yang berlokasi di Sunter Agung berfungsi sebagai gudang barang. Alasan memilih lokasi ini karena memudahkan proses pengiriman dan pengambilan barang, lokasi ini cukup strategis dan termasuk dalam daerah tengah kota Jakarta. Terra Charcoal menawarkan produk berupa briket arang yang memiliki kualitas baik yang terbuat dari kayu yang sudah diolah menjadi serbuk kayu menggunakan mesin, dicampur tempurung kelapa, tepung kanji dan air, sehingga produk briket arang yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik dan berkualitas untuk dipasarkan.

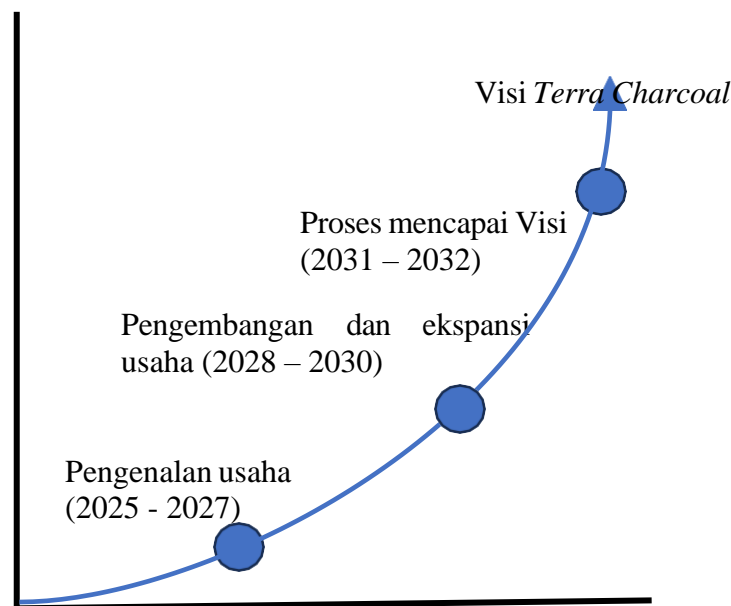
## Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan

### 1. Visi

Visi yang jelas memberikan fondasi dalam mengembangkan pernyataan misi yang kompherensif. Pernyataan visi sebaiknya singkat, lebih baik hanya satu kalimat, dan sebanyak mungkin manajer harus turut serta dalam mengembangkan pernyataan. (David & David, 2019). Terra Charcoal memiliki Visi 2032 yaitu menyediakan briket arang sesuai dengan kebutuhan dan menjadikan briket arang yang berkualitas untuk pasaran Indonesia terutama untuk makanan BBQ, seperti Korean Bbq dan Japanese Bbq.

Dalam mencapai sebuah visi yang telah ditetapkan, berikut ini adalah tahapannya :

**Gambar 1.1**  
**Milestone Visi**



Sumber : Terra Charcoal, 2024

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.



Dengan rincian sebagai berikut :

Tahun	Kegiatan
2025 – 2027	<ul style="list-style-type: none"><li>Memperkenalkan bisnis ke masyarakat dengan promosi</li><li>Melakukan penjualan dan meningkatkan service terhadap pelanggan</li></ul>
2028 – 2030	<ul style="list-style-type: none"><li>Menambah Sumber Daya Manusia yang dimiliki</li><li>Melakukan pengembangan produk</li><li>Ekspansi usaha dengan gudang yang lebih luas</li></ul>
2031 – 2032	<ul style="list-style-type: none"><li>Melakukan penjualan ekspor</li><li>Visi tercapai</li></ul>

Sumber: *Terra Charcoal*, 2024

## 2. Misi

Setelah menetapkan visi, maka selanjutnya perusahaan harus merumuskan pernyataan misi untuk mendukung visi yang telah ditetapkan. Terra Charcoal memiliki misi yaitu :

- Memberikan pelayanan terbaik kepada setiap produsen dan konsumen.
- Menciptakan produk berkualitas premium dengan berinovasi
- Menjaga kepercayaan konsumen dengan mempertahankan konsistensi kualitas produk melalui quality control berstandar tinggi dan memilih bahan baku yang bermutu
- Membuat konsumen memiliki nilai yang berbeda terhadap arang yang lain.

## 3. Tujuan Perusahaan

Tujuan perusahaan dibagi menjadi 3 kategori yaitu tujuan jangka pendek (1-2 tahun), tujuan jangka menengah (3-4 tahun) dan tujuan jangka panjang (tahun ke 5 dan seterusnya). Asumsi dalam merumuskan tujuan adalah pembuatan briket dilakukan dengan proses penekanan atau pemadatan yang bertujuan untuk meningkatkan nilai



kalor per satuan luas dari suatu biomassa yang akan digunakan sebagai energi alternatif, sehingga dengan ukuran biomassa yang relatif kecil akan dihasilkan energi yang besar.

Selain itu bentuk biomassa menjadi lebih seragam, sehingga akan lebih mudah dalam proses penyimpanan dan pendistribusian. Briket dapat dibuat dari bahan baku yang banyak kita temukan dalam kehidupan sehari-hari, seperti batok kelapa, sekam padi, arang sekam, serbuk kayu (serbuk gergaji), bongkol jagung, daun, dan lain sebagainya.

Berikut tujuan dari Terra Charcoal adalah :

- a) Untuk menambah jangka waktu bakar dan menghemat biaya
- b) Sebagai sumber energi alternatif yang memanfaatkan limbah sumber daya alam dalam pembuatannya
- c) Bisa mengurangi sampah karena bahan baku pembuatan briket terbuat dari bahan-bahan natural dan murni tanpa bahan kimia, seperti serbuk kayu, serbuk gergaji, sampah kertas, berbagai macam tepung, dan lain-lain

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.



**Tabel 1.1**  
**Tujuan Perusahaan**

<b>Jangka Pendek</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mempermudah konsumen dalam mendapatkan dan menggunakan briket arang</li><li>• Menghemat biaya konsumen dalam menggunakan bahan bakar alternatif</li><li>• Melakukan promosi berbasis digital dan non digital yang beresensi dalam memperluas pangsa pasar</li><li>• Mendapat kepercayaan konsumen dari segi kualitas barang maupun pelayanan</li></ul>
<b>Jangka Menengah</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Melakukan inovasi dalam menerima pesanan dan mengirim produk kepada konsumen</li><li>• Mencapai Break Even Point ( BEP )</li><li>• Memperluas pangsa pasar di Jabodetabek</li><li>• Menciptakan lapangan pekerjaan</li></ul>
<b>Jangka Panjang</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat mengenai peran pasar komoditi dalam meningkatkan efisiensi pasar</li><li>• Menjadikan usaha jasa yang dikenal baik dan dibutuhkan oleh banyak orang terutama pemilik restoran</li></ul>

Sumber: Terra Charcoal, 2024

### C. Besarnya Peluang Bisnis

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), ekspor produk arang Indonesia (HS 4402) mengalami peningkatan 4,69% dari USD 145,1 juta pada tahun 2019 menjadi USD 151,9 juta pada tahun 2020. Hingga saat ini, produk briket arang Indonesia diminati oleh sejumlah negara



sahabat, seperti Turki, Brazil, dan sejumlah negara-negara lain di Amerika Latin dan Timur Tengah. Pandemi Covid - 19 di tahun 2020 memberikan dampak yang besar bagi berbagai sektor di Indonesia, begitu juga sektor properti yang mengakibatkan harga properti menurun dengan sangat pesat. Virus Covid – 19 juga menyebabkan peningkatan kewaspadaan masyarakat terhadap pengeluaran akibat pandemi menyebabkan minimnya permintaan akan bahan bakar alternatif. Permasalahan yang dihadapi selama pandemi ini adalah kekurangan bahan baku serbuk kayu. Penyebab kurangnya bahan baku dikarenakan fase kekeringan pada tahun lalu menimbulkan produksi menurun. Selain itu juga turunnya harga kopra membuat proses pembuatan kopra oleh petani berkurang sehingga pasokan arang serbuk kayu mengalami penurunan. Petani lebih suka menjual kayu utuh untuk ekspor daripada mengolah menjadi kopra. Hal ini menjadi ancaman serius bagi perekonomian nasional terlebih lagi terhadap kelangsungan pelaku usaha. (sumber: Mediaperkebunan, 2020).

Briket arang adalah komoditas bernilai tinggi yang mulai diminati karena potensi sebagai bahan bakar alternatif. Permintaan meningkat karena digunakan dalam berbagai industri dan tren makanan seperti barbeque. Indonesia memiliki potensi besar dalam industri ini dengan ketersediaan serbuk kayu yang melimpah. Pembuatan briket arang relatif mudah dan harga jualnya terjangkau. Terra, salah satu produsen, memiliki gudang di Sunter Niaga untuk memastikan kualitas produk yang ditawarkan kepada pelanggan.

Lokasi adalah faktor terpenting dalam membangun semua jenis usaha, Terra Charcoal memilih lokasi di daerah Jakarta Utara karena tempatnya hidup untuk berjualan kemudian minat para penduduk tinggi dan lokasinya bertepatan dengan wisata kuliner *Barbeque*. Briket arang merupakan salah satu alternatif bahan bakar yang diminati oleh masyarakat dan dalam perkembangan zaman ini, banyak sekali masyarakat yang melihat briket arang sebagai bahan bakar yang lebih praktis dan ekonomis. Sehingga masyarakat banyak meninggalkan bahan bakar seperti gas & kayu bakar dan beralih menjadi briket arang. Selama beberapa tahun,

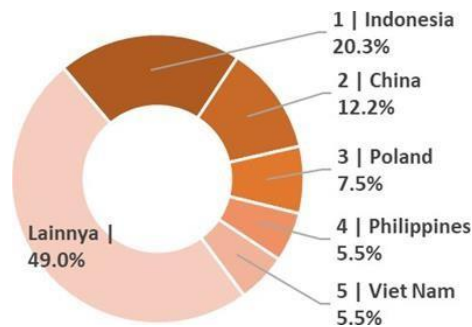


Indonesia telah menjadi negara eksportir produk Kelapa terbesar di dunia, termasuk diantaranya yakni produk briket arang.

Dengan keunggulan sebagai bahan bakar dengan tingkat panas yang lebih tinggi dan lebih ramah lingkungan dibandingkan sumber lainnya, membuat permintaan terhadap produk briket arang kelapa Indonesia terus mengalami peningkatan, khususnya untuk keperluan memasak dan *grilling*, serta sebagai bahan bakar shisha.

Gambar 1.2

### Eksportir Arang Kayu Dunia Tahun 2021



Sumber: ITC, Trademap, 2022 (diolah)

Indonesia menempati peringkat keempat sebagai pemasok arang kayu ke Jepang, dengan nilai impor mencapai USD 17,5 Juta pada tahun 2021. Meskipun terjadi penurunan tren impor dari Indonesia sebesar 2,8% per tahun dalam lima tahun terakhir, Indonesia masih menjadi pemasok utama arang kayu dunia dengan pangsa pasar mencapai 20,3% pada tahun 2021. Nilai ekspor arang kayu Indonesia ke seluruh dunia mencapai USD 292,1 Juta pada tahun 2021, mengalami pertumbuhan sebesar 7,3% dari tahun sebelumnya. Indonesia berhasil menjadi eksportir terbesar arang kayu di pasar global, menunjukkan minat yang besar dari pasar luar negeri terhadap produk arang kayu Indonesia. Standar Nasional Indonesia (SNI) telah diterapkan untuk memastikan kualitas produk arang kayu, termasuk berbagai jenis seperti arang kayu, arang kayu peleburan logam, bubuk arang tempurung kelapa, dan briket arang kayu.



## D. Kebutuhan Dana

Perusahaan biasanya menetapkan sejumlah kas minimum untuk memastikan kelancaran operasional dan menghindari masalah kelebihan atau kekurangan kas. Besarnya kas minimum ini disesuaikan dengan kegiatan dan kebutuhan spesifik perusahaan, seperti pembelian bahan baku, pembayaran gaji, dan pembelian perlengkapan. Untuk memulai bisnis, modal awal diperlukan untuk mencakup berbagai kebutuhan seperti pembelian peralatan, biaya sewa, renovasi, dan transportasi. Berikut adalah rinciannya:

**Tabel 1.2**  
**Kebutuhan Dana**

No	Keterangan	Jumlah
1	Kas Awal	Rp 25.000.000
2	Pembelian Peralatan	Rp 55.197.000
3	Building Image	Rp 2.000.000
4	Bahan Baku	Rp 10.701.781
5	Sewa Tempat Usaha	Rp 250.000.000
6	Sewa Mobil	Rp 50.000.000
<b>Total</b>		<b>Rp 342.898.781</b>

Sumber : Terra Charcoal, 2024

*Terra Charcoal* menetapkan kas minimum sebesar Rp 25.000.000 yang akan dipergunakan untuk biaya tidak terduga dan kebutuhan transaksi operasional bisnis sehari – hari. Berdasarkan tabel diatas, Modal yang diperlukan untuk membangun usaha *Terra Charcoal* adalah sebesar Rp 342.898.781 dengan biaya sewa kantor sebesar Rp 250.000.000 dalam 5 tahun lalu terdapat biaya sewa mobil Pick up per tahun dengan membayar Rp 50.000.0000 dan terdapat kas usaha sebesar Rp 25.000.000 untuk mencukupi kebutuhan atau biaya yang tidak terduga, serta peralatan sebesar Rp 55.197.000 yang dimana dana tersebut akan dialokasikan dengan sebaik mungkin. Selain itu, ada Building Image yang terdiri dari Hak Paten serta Promo Launching sebesar Rp 2.000.000 dan Bahan Baku untuk tahun pertama sebesar Rp 10.701.781.



Sumber pendanaan Terra berasal dari penulis sendiri yang didapat sebagian besar dari dana pribadi dan sisanya mendapat bantuan dana dari orang tua. Pendanaan dilakukan oleh penulis sendiri karena ingin menjual briket arang tanpa menginginkan adanya perjanjian yang rumit dan beban bunga dikemudian hari. Sumber dana yang akan digunakan berasal dari dana pribadi.

© Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



## BAB II

### LATAR BELAKANG PERUSAHAAN

#### A. Data Perusahaan

Terra Charcoal merupakan usaha yang bergerak di bidang bahan bakar alternatif dengan badan hukum perusahaan perseorangan. Produk yang dijual adalah briket arang dari serbuk kayu untuk membakar daging. Usaha ini mulai berdiri pada bulan Januari tahun 2025, berlokasi di Sunter Agung Niaga, Jakarta Utara. Terra Charcoal dapat dihubungi melalui nomor WA (082E23332523) dan email ([terracharcoalabadi@gmail.com](mailto:terracharcoalabadi@gmail.com)). Terra Charcoal memiliki bank perusahaan yaitu BCA untuk mempermudah proses transaksi baik dengan pemasok maupun pelanggan.

#### B. Biodata Pemilik Usaha

Pemilik usaha Terra Charcoal adalah Herviana Arinta yang merupakan Mahasiswi karya akhir dari Kwik Kian Gie School of Business dengan jurusan Administrasi Bisnis. Herviana lahir di Jakarta pada 17 Agustus 2001 dan bertempat tinggal di Jl. Alamanda II Sunter, Jakarta Utara. Pemilik dari Terra Charcoal dapat dihubungi melalui WA di nomor 081290746385 atau melalui email yaitu [hervianaarinta@gmail.com](mailto:hervianaarinta@gmail.com)

#### C. Jenis dan Ukuran Usaha

Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, usaha Terra Charcoal masuk dalam kategori Usaha Mikro dikarenakan memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000 (Lima Puluh Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000 (Tiga Ratus Juta Rupiah).



## BAB III

### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

#### A. Tren dan Pertumbuhan Industri

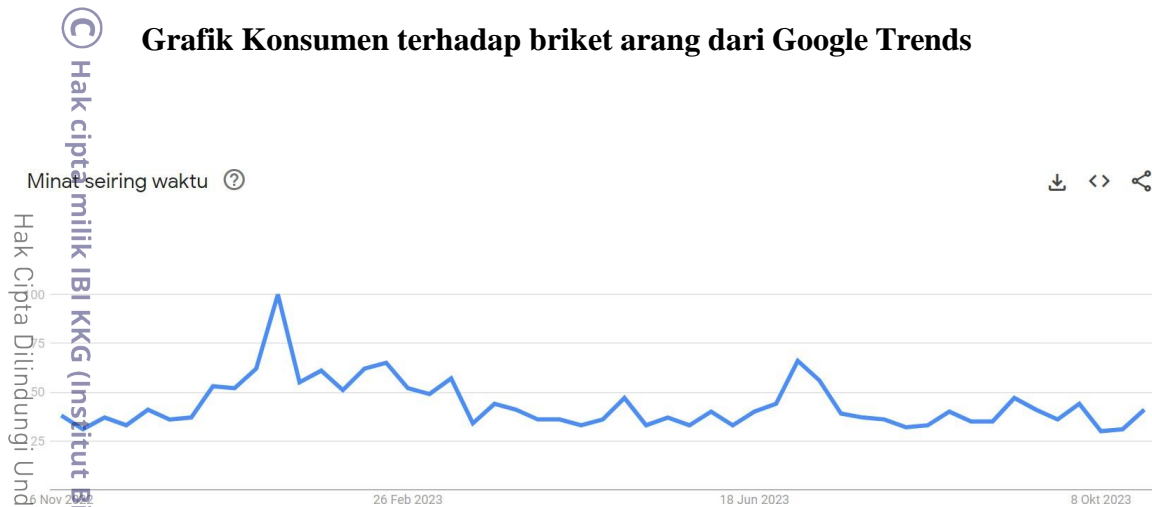
Seorang pebisnis Ketika hendak membuat perencanaan bisnis yang baru harus mengikuti segala perkembangan zaman, salah satunya adalah perkembangan industri. Namun, pebisnis juga harus mengetahui terkait tren yang berlangsung atau ada hal apa saja yang sedang disukai oleh banyak konsumen zaman sekarang. Bisnis di bidang bahan bakar alternatif menjadi salah satu bentuk bisnis yang cukup menjanjikan. Selama beberapa tahun, Indonesia telah menjadi negara eksportir produk briket arang terbesar di dunia, termasuk diantaranya yaitu Sawdust Charcoal. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), ekspor produk arang Indonesia (HS 4402) mengalami peningkatan 4,69% dari USD 145,1 juta pada tahun 2019 menjadi USD 151,9 juta pada tahun 2020.

Hingga saat ini, produk briket arang di Indonesia diminati oleh sejumlah negara sahabat, seperti Turki, Brazil, dan sejumlah negara-negara lain di Amerika Latin dan Timur Tengah. Total Perdagangan Indonesi - Jepang pada 2021 mencapai 32,5 miliar dolar AS dan pada Januari Juli 2022 tercatat total 20,2 miliar dolar AS atau naik 38,9 persen dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Ekspor Indonesia ke Jepang tercatat 11,8 miliar dollar AS sedangkan impor Indonesia ke Jepang 8,4 miliar dolar AS.



**Gambar 3.1**

**Grafik Konsumen terhadap briket arang dari Google Trends**



Sumber: Google Trends

Grafik 3.1 di atas menunjukkan bahwa tren Briket Arang cenderung mengalami peningkatan yang positif dan minat konsumen terhadap briket arang termasuk tinggi dan cukup stabil. Dengan demikian, membuka bisnis briket arang merupakan salah satu peluang yang cukup tinggi untuk meramaikan industri bahan bakar alternatif sehingga memberikan peluang yang baik bagi keberlangsungan bisnis. Briket arang merupakan salah satu alternatif bahan bakar yang diminati oleh masyarakat. Dalam perkembangan jaman ini, banyak sekali masyarakat yang melihat briket arang sebagai bahan bakar yang lebih praktis dan ekonomis. Sehingga masyarakat banyak meninggalkan bahan bakar seperti gas & kayu bakar dan beralih menjadi briket arang.

Permintaan terhadap produk briket arang Indonesia terus meningkat karena keunggulannya sebagai bahan bakar dengan tingkat panas tinggi dan ramah lingkungan. Indonesia merupakan salah satu produsen arang terbesar di dunia, mengalahkan Filipina dan India, dengan kontribusi mencapai 31% dari total produksi arang di dunia. Kementerian Pertanian menekankan perlunya memanfaatkan potensi arang di Indonesia dengan memperkuat hilirisasi untuk memberikan nilai tambah langsung ke petani dan memperluas akses pasar. Ekspor arang Indonesia pada tahun 2018 mencapai 200,1 ribu ton dengan nilai USD 155,6 juta.



Permintaan briket arang sangat prospektif, terutama untuk keperluan memasak, grilling, dan sebagai bahan bakar shisha. Pemanfaatan biomassa menjadi arang bersifat ramah lingkungan dan praktis, dengan briket arang menghasilkan asap pembakaran yang relatif rendah dan memiliki panas tinggi serta aroma alami yang khas. Dengan pangsa pasar ekspor yang besar, Indonesia memiliki peluang untuk meningkatkan performa ekspornya melalui penguatan pangsa pasar di negara-negara tujuan ekspor. Arang menjadi alternatif bahan bakar yang diminati secara global karena harganya yang terjangkau dan nilai kalorinya yang tinggi, menjadi sumber energi yang efisien.

Permintaan arang terus meningkat, didorong oleh tren hidangan barbeque, industri logam, kimia, farmasi, dan kosmetik. Indonesia dapat memanfaatkan potensi ini untuk meningkatkan kinerja ekspor produk arang dan mendukung pertumbuhan ekonomi. Arang kini banyak digunakan untuk berbagai keperluan seperti memasak, industri, konstruksi, perawatan kesehatan, filtrasi, dan aplikasi farmasi. Briket arang memiliki keunggulan harga terjangkau, tahan terhadap suhu tinggi, bebas bau, dan stabil, cocok digunakan di restoran kelas atas yang memerlukan bahan bakar tahan lama untuk hidangan panggang.

Produk briket arang umumnya tersedia dalam berbagai ukuran untuk memenuhi kebutuhan komersial, mulai dari 10kg hingga lebih besar. Briket arang adalah pilihan bahan bakar alternatif terbaik untuk mengurangi pemanasan global. Di negara-negara berkembang, produksi dan perdagangan briket arang berkontribusi terhadap perekonomian nasional dengan memberikan pendapatan pajak dan lapangan kerja. Briket arang berbahan dasar kayu diperkirakan akan mendominasi ukuran industri.

Berdasarkan data di atas, maka dapat disimpulkan bahwa usaha bahan bakar alternatif berupa briket arang dengan olahan dari serbuk kayu memiliki peluang yang cukup besar.



## B. Analisis Pesaing

Perkembangan industri bahan bakar alternatif yang semakin meningkat membuat para pebisnis tertarik untuk memasuki industri ini. Berbagai macam jenis bahan bakar terus bermunculan dengan ragam kreatifitas yang unik dan menarik. Para pebisnis dapat lebih unggul dari pesaingnya karena melihat suatu celah dan menciptakan inovasi. Celah tersebut dapat kita temukan dengan cara menganalisa pesaing terkait kelebihan dan kelemahannya. Setelah dianalisis maka data yang dihasilkan tersebut dapat menjadi dasar pertimbangan kita untuk menyusun strategi atau menciptakan inovasi yang lebih baik.

Untuk menganalisis kelebihan dan kekurangan pesaing, perusahaan membutuhkan informasi terkait perusahaan pesaing seperti produk yang dihasilkan, harga yang ditawarkan, lokasi, pelayanan yang tersedia, dan strategi pemasaran yang digunakan. *Terra Charcoal* memilih dua pesaing yang dianggap potensial, sebagai tolak ukur untuk melihat kekurangan dan kelebihan *Terra Charcoal* dalam menjalankan usahanya. Pemilihan kedua pesaing ini didasarkan pada ukuran usaha dan produk yang hampir menyerupai *Terra Charcoal* yaitu penjualan briket arang serbuk kayu. Berdasarkan pengalaman pribadi dan analisis yang dilakukan penulis dengan melihat media sosial serta *review* produk pesaing dalam aplikasi layanan pesan - antar, berikut adalah pesaing potensial yang dapat mengungguli *Terra Charcoal* baik dari segi internal maupun eksternal perusahaan.

1. Dilarang mengutip seluruh atau sebagian karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.1

Identifikasi Keunggulan dan Kelemahan Pesaing

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Deharcoal.com	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempunyai 6 macam jenis arang</li> <li>2. Manufacturer, Supplier dan Exporter</li> <li>3. Aktif di berbagai platform E-commerce (Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Lazada)</li> <li>4. Pelayanan dan pengiriman cepat</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurang aktif di social media</li> <li>2. Kurang responsif dalam membalas pesan</li> <li>3. Kurang promosi secara online</li> </ol>
Bosarang	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aktif di social media yaitu Instagram</li> <li>2. Mempunyai 4 macam jenis arang</li> <li>3. Pembelian bisa dengan eceran yaitu minimal 1kg</li> <li>4. Bisa pemesanan atau pengiriman barang melalui Grab/Gojek</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hanya mengirimkan ke lokal saja.</li> <li>2. Website kurang detail dan informatif</li> </ol>

Sumber: Hasil *review* dalam aplikasi e-commerce yaitu Tokopedia dan media sosial merek terkait (2024).



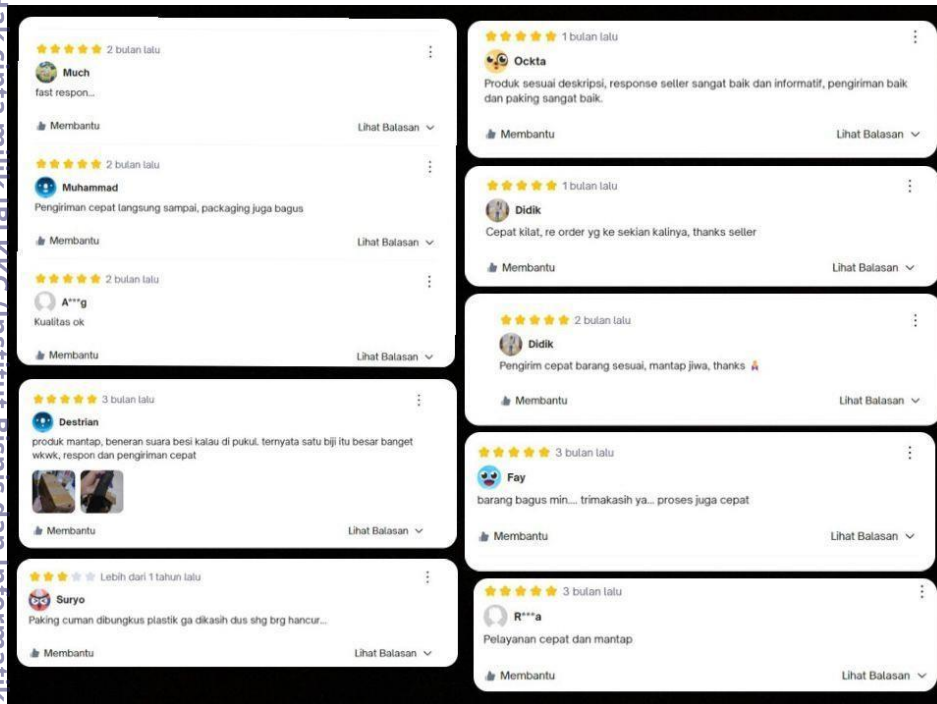
Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa kedua merek pesaing memiliki kelebihan dan kekurangannya masing – masing. *Dharcoal* merupakan suatu brand arang yang berdiri pada tahun 2017 dan berlokasi di daerah Tanah Abang, Jakarta Pusat. *Dcharcoal* kurang aktif, terlihat dari di social media yang dimiliki seperti Instagram, jarang mengunggah postingan baik di *feeds* maupun *Instagram story* karena bisa melihat semua produknya melalui website. *DCharcoal* mempunyai 6 macam jenis arang, yaitu: Coconut Shell Charcoal, Wood Charcoal, Binchontan White Charcoal, Briquette Charcoal for Bbq, Briquette Charcoal for Shisha & Swadust Briquette Charcoal. Bahan untuk semua produk 100% berasal dari Indonesia, negara tropis terbaik untuk produk alami dan murni dari bahan organic tanpa tambahan bahan kimia. Variasi arang dari *Dcharcoal* cukup beragam dan harga ditawarkan mulai dari Rp 100.000 per 10kg hingga Rp 155.000 per 10kg. *Dcharcoal* jarang membuat iklan promosi karena mengutamakan ekspor dan sudah mengikuti *international standards*.

*Bosarang* merupakan suatu brand arang yang berdiri pada tahun 2018 dan berlokasi di daerah Curug, Tangerang. Ada 4 jenis barang dari *Bosarang* yaitu Briquettes Cube Premium, Rectangle Briquettes Premium, Briquettes BBQ Hexagonal dan Sawdust Grade AB for BBQ. *Bosarang* cukup aktif di media sosial yaitu Instagram dengan mengunggah berupa testimoni pembelian pelanggan hingga mencapai hamper 700 foto yang diunggah. Selain itu, dari *Bosarang* bisa mengantar atau mengambil pesanan pelanggan melalui aplikasi ojek online yaitu Grab dan Gojek. Kemasan produk dari *Bosarang* berupa kardus yang merupakan ramah lingkungan sehingga bisa dipakai kembali. Harga yang ditawarkan berkisar antara Rp 8.500 untuk 1kg hingga Rp 9.250 untuk 1kg. *Bosarang* cukup aktif di media sosial Instagram dengan mengunggah testimoni pembayaran dari pelanggan. Sayangnya, hanya bisa kirim ke Jakarta & Tangerang saja karena masih menjual untuk restoran-restoran lokal, belum sampai ke ekspor. Dan ada beberapa testimoni dari pelanggan *Dcharcoaldotcom* & *Bosarang* sebagai berikut.



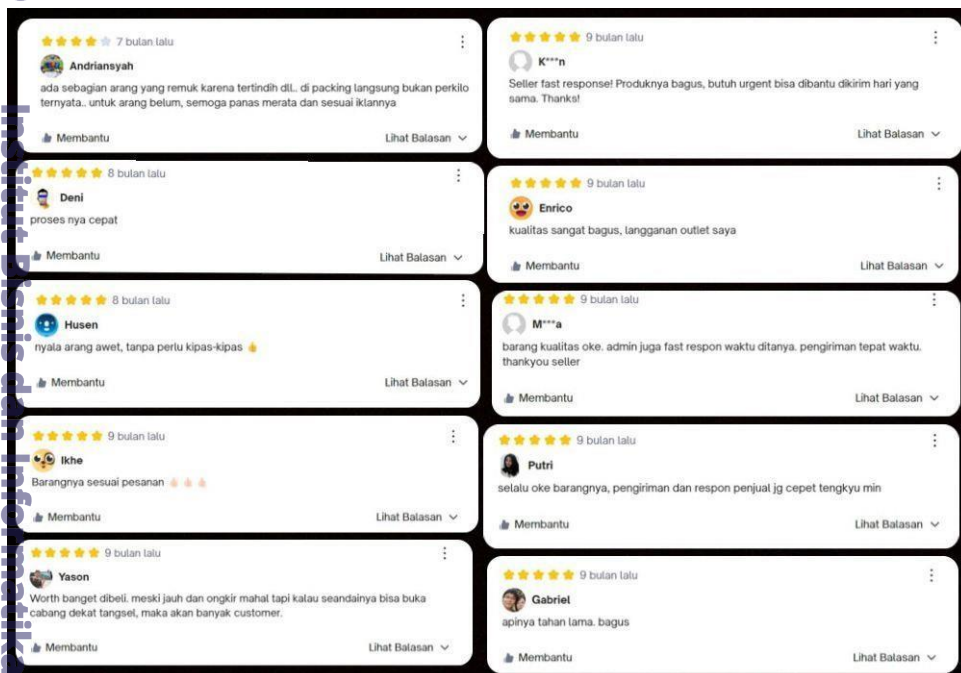
Gambar 3.2

### Review *Dharcoaldotcom* dalam aplikasi e-commerce Tokopedia



Gambar 3.3

### Review *Bosarang* dalam aplikasi e-commerce Tokopedia



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 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.



### C. Analisa PESTEL (Political, Economy, Technology, Environment, dan Legal)

Analisis PESTEL digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan eksternal yang memengaruhi suatu organisasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Faktor – faktor tersebut meliputi political, economy, social, technological, environmental, dan legal. Analisis PESTEL dilakukan dengan cara memantau, menemukan, dan mengenali tekanan-tekanan eksternal, kemudian merumuskan respons terbaik terhadap perubahan lingkungan makro yang terjadi (Riyanto, 2022). Dalam analisis ini, bisnis atau organisasi memeriksa dampak dan implikasi dari setiap faktor ini terhadap operasi Terra Charcoal.

Hal ini membantu bisnis dalam merencanakan strategi yang lebih baik, mengidentifikasi peluang dan ancaman, serta mengantisipasi perubahan di lingkungan eksternal. Analisis PESTEL memungkinkan perusahaan untuk menjadi lebih responsif terhadap perubahan lingkungan, memitigasi risiko, dan mengoptimalkan peluang untuk pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang. Berikut adalah analisis PESTEL untuk bisnis Terra Charcoal:

**Tabel 3.2**

#### Analisis PESTEL Terra Charcoal

Faktor	Indikator	Uraian
1. Politik	Regulasi Lingkungan	Perubahan aturan lingkungan dapat mempengaruhi produksi dan biaya Terra Charcoal. Investasi dalam teknologi bersih diperlukan untuk mematuhi standar yang lebih ketat.
	Kebijakan Perpajakan	Fluktuasi dalam tarif pajak dapat mempengaruhi biaya produksi dan harga jual produk. Insentif fiskal yang diberikan oleh pemerintah dapat memengaruhi adopsi briket arang sebagai solusi bahan bakar ramah lingkungan.



Faktor	Indikator	Uraian
<b>Ekonomi</b>  <b>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b> 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.	Insentif Fiskal	Dukungan pemerintah dapat memberikan dorongan besar bagi penggunaan bahan bakar alternatif, termasuk briket arang.
	Kebijakan Energi Terbarukan	Dukungan pemerintah terhadap energi terbarukan dapat memperluas pasar untuk briket arang.
	Dampak Pandemi Covid-19	Ketidakpastian pasar akibat pandemi dapat mengubah pola pengeluaran konsumen dan permintaan terhadap bahan bakar alternatif.
	Ketidakpastian Pasar	Penurunan harga dan pergeseran dalam pola pengeluaran konsumen dapat mempengaruhi permintaan terhadap briket arang.
	Fluktuasi Harga Bahan Baku	Fluktuasi harga dan ketersediaan serbuk kayu dapat mengganggu pasokan bahan baku.
<b>Sosial</b>  <b>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</b>	Hubungan dengan Pemasok	Hubungan yang kuat dengan pemasok diperlukan untuk menjaga ketersediaan dan stabilitas pasokan bahan baku.
	Kesadaran Lingkungan	Peningkatan kesadaran akan isu lingkungan mempengaruhi permintaan terhadap bahan bakar alternatif yang ramah lingkungan, seperti briket arang.
	Tren <i>Barbeque</i>	Peningkatan tren hidangan barbeque menciptakan permintaan tambahan untuk arang sebagai bahan bakar.
	Tren Penggunaan Arang	Penggunaan arang dalam proses barbeque meningkat, menciptakan pasar potensial bagi briket arang sebagai solusi bahan bakar alternatif yang bersih.



Faktor	Indikator	Uraian
<b>(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b> Lingkungan	Keberlanjutan dan Pelestarian Lingkungan	Terra Charcoal berkontribusi pada keberlanjutan dengan menyediakan bahan bakar alternatif yang ramah lingkungan.
	Kepatuhan terhadap Regulasi Lingkungan	Pematuhan terhadap regulasi lingkungan, termasuk pengelolaan limbah, merupakan bagian penting dari operasi Terra Charcoal.
	Dukungan Konsumen Peduli Lingkungan	Kesadaran konsumen tentang pentingnya lingkungan dapat mendukung adopsi briket arang sebagai solusi bahan bakar bersih.
	Membangun Merek Berkelanjutan	Terra Charcoal dapat membangun citra merek yang berkelanjutan dengan fokus pada produk yang ramah lingkungan dan praktik-produksi yang berkelanjutan.
<b>(G) Hukum</b> Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie	Ketaatan Regulasi Lingkungan	Terra Charcoal harus memastikan ketaatan terhadap regulasi lingkungan yang berlaku dalam operasinya.
	Perizinan Bisnis	Memastikan pemenuhan semua persyaratan perizinan yang diperlukan untuk menjalankan operasional secara sah.
	Kontrak dan Hukum Kontraktual	Menjaga kepatuhan terhadap kontrak dan hukum kontraktual dalam hubungan dengan pemasok dan mitra bisnis lainnya.
	Perlindungan Konsumen dan Kualitas Produk	Memastikan kualitas produk dan perlindungan konsumen sesuai dengan regulasi yang berlaku.

Sumber: Terra Charcoal, 2024



## 1. Faktor Politik (*Politic*)

Dalam berbisnis, sangat penting bagi perusahaan untuk memperhatikan resiko politik dan kemungkinan dampak yang dapat berpengaruh bagi perusahaan. Hal ini harus diperhatikan karena segala pergerakan politik atau keputusan – keputusan yang dibuat dapat berdampak besar terhadap sector keuangan dan perekonomian di suatu Negara. Faktor politik yang dapat mempengaruhi meliputi kebijakan perpajakan, peraturan ketenagakerjaan, peraturan daerah, peraturan tentang perdagangan, dan stabilitas politik di wilayah tempat bisnis itu berada. Salah satu aspek politik yang dapat memiliki dampak signifikan adalah regulasi lingkungan. Pemerintah memiliki kekuatan untuk mengenakan aturan ketat terkait dengan emisi dan dampak lingkungan yang dihasilkan oleh industri pembuatan briket arang. Sebagai bahan bakar alternatif, briket arang mungkin akan berada di bawah sorotan ketat terkait dengan isu-isu lingkungan.

Oleh karena itu, Terra Charcoal harus selalu siap untuk menghadapi perubahan dalam peraturan lingkungan dan berinvestasi dalam teknologi yang lebih bersih jika diperlukan untuk mematuhi standar yang lebih ketat. Selain itu, kebijakan perpajakan dan insentif fiskal dari pemerintah juga dapat mempengaruhi bisnis ini. Perubahan dalam tarif pajak atau insentif yang diberikan oleh pemerintah dapat memengaruhi biaya produksi dan harga jual produk. Jika pemerintah memberikan insentif yang kuat untuk penggunaan bahan bakar alternatif atau energi terbarukan, ini dapat memberikan dorongan besar bagi briket arang sebagai solusi bahan bakar yang ramah lingkungan.

Kebijakan energi terbarukan juga menjadi faktor politik yang relevan. Dukungan pemerintah dalam bentuk insentif, subsidi, atau peraturan yang membatasi penggunaan bahan bakar fosil dapat memperluas pasar untuk briket arang.



## 2. Faktor Ekonomi (*Economic*)

© Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Faktor ekonomi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kegiatan bisnis. Analisis faktor ekonomi meliputi suku bunga, tingkat inflasi, kondisi dan pertumbuhan ekonomi. Kondisi ekonomi sangat berpengaruh terhadap daya beli masyarakat. Pertumbuhan ekonomi yang meningkat akan mendorong peningkatan pendapatan masyarakat sehingga daya beli masyarakat meningkat. Peningkatan daya beli masyarakat yang tentunya akan berpengaruh terhadap pendapatan dan pertumbuhan bisnis. Pertumbuhan ekonomi nasional

Pada triwulan III-2022 tercatat sebesar 5,72% (yoy). Menguatnya pemulihan ekonomi ditunjukkan oleh pertumbuhan ekonomi Q3 2022 dibandingkan Q2 2022 sebesar 1,8% (qto). Dengan tingkat pertumbuhan ini, level PDB nasional secara kumulatif s.d. triwulan III-2022 berada 6,6% di atas level kumulatif I-III 2019 (Kemenkeu, 2022).

Pandemi Covid-19 telah menciptakan ketidakpastian dalam pasar. Penurunan harga secara signifikan dapat memengaruhi daya beli masyarakat, mengakibatkan pergeseran dalam pola pengeluaran. Pengurangan pengeluaran konsumen dapat memengaruhi permintaan terhadap bahan bakar alternatif, termasuk briket arang. Oleh karena itu, Terra Charcoal perlu mengidentifikasi cara untuk menjangkau konsumen yang mungkin mengalami penurunan pengeluaran atau menyesuaikan produk sesuai dengan perubahan kebutuhan pelanggan. Selain pengaruh ekonomi yang berasal dari pandemi, fluktuasi harga bahan baku, seperti serbuk kayu juga menjadi faktor penting. Penurunan pasokan serbuk kayu akibat faktor cuaca dan penurunan harga yang mengurangi minat dapat mengganggu pasokan bahan baku. Oleh karena itu, Terra Charcoal perlu menjaga ketersediaan dan stabilitas pasokan bahan baku melalui hubungan yang kuat dengan para pemasok

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. Faktor Sosial (*Social*)

Faktor sosial memainkan peran penting dalam mengarahkan perkembangan bisnis Terra Charcoal. Salah satu perubahan signifikan dalam masyarakat adalah meningkatnya kesadaran akan isu lingkungan dan kebutuhan untuk mengadopsi bahan bakar alternatif yang lebih ramah lingkungan. Kesadaran akan dampak negatif perubahan iklim, polusi udara, dan degradasi lingkungan telah mendorong masyarakat untuk mencari alternatif yang lebih berkelanjutan. Dalam hal ini, briket arang yang dihasilkan oleh Terra Charcoal memainkan peran penting sebagai bahan bakar alternatif yang lebih hijau.

Tidak hanya itu, tren hidangan *barbeque* dan penggunaan arang telah mengalami peningkatan yang signifikan. Kebiasaan memanggang dan *Barbeque* telah menjadi bagian integral dari budaya kuliner di banyak negara, dan arang adalah salah satu elemen kunci dalam proses ini. Terra Charcoal berada dalam posisi yang baik untuk memanfaatkan perubahan sosial ini. Produk briket arang yang dihasilkan adalah jawaban atas peningkatan kesadaran lingkungan dan kebutuhan akan bahan bakar alternatif yang lebih bersih. Dengan mengkomunikasikan manfaat lingkungan dan ekonomis dari penggunaan briket arang kepada masyarakat dan pelanggan potensial, Terra Charcoal dapat memperluas pangsa pasarnya dan menjelma sebagai pilihan utama dalam industri bahan bakar alternatif yang berkelanjutan.

### 4. Faktor Teknologi (*Technology*)

Laporan We Are Social menunjukkan jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta pada Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri. Teknologi memainkan peran yang semakin penting dalam dunia bisnis modern, dan bisnis bahan bakar alternatif seperti Terra Charcoal tidak



terkecuali. Pertama, inovasi dalam proses produksi bisa menjadi kunci untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produk. Proses produksi yang lebih efisien dan ramah lingkungan dapat mengurangi biaya produksi dan memberikan produk yang lebih berkualitas kepada pelanggan. Oleh karena itu, Terra Charcoal perlu mempertimbangkan teknologi terbaru yang dapat diterapkan dalam produksi briket arang.

Selain itu, teknologi dapat memainkan peran dalam pengiriman dan distribusi produk. Pengelolaan rantai pasokan yang lebih efisien, pelacakan inventaris *real-time*, dan pengiriman yang tepat waktu dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan efisiensi operasional. Di sisi pemasaran dan penjualan, teknologi digital dan internet telah mengubah cara bisnis berinteraksi dengan pelanggan. Pemanfaatan platform online dan media sosial dapat membantu Terra Charcoal mencapai audiens yang lebih luas dan mempromosikan produk secara efektif.

## 5. Faktor Lingkungan (*Environment*)

Bisnis Terra Charcoal berfokus pada bahan bakar alternatif yang ramah lingkungan, yaitu briket arang. Kesadaran akan dampak negatif perubahan iklim, polusi udara dan kerusakan lingkungan telah meningkat secara signifikan di kalangan konsumen dan masyarakat. Dalam konteks ini, Terra Charcoal memegang peran yang penting dalam menyediakan alternatif yang lebih bersih dan berkelanjutan dalam hal bahan bakar. Dengan menghasilkan briket arang yang dibuat dari serbuk kayu dan menggunakan proses produksi yang lebih ramah lingkungan, Terra Charcoal dapat menjadi bagian dari solusi dalam mengurangi dampak buruk yang disebabkan oleh penggunaan bahan bakar fosil.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dalam Proses Produksi pastinya akan ada limbah yang terbuang, namun untuk tetap menjaga kelestarian lingkungan Terra Charcoal meminimalisir dengan cara menggunakan packaging yang ramah lingkungan seperti kardus yang bisa diolah kembali dan Terra Charcoal berlokasi di Sunter, Jakarta Utara yang strategis untuk membuka usaha pada bidang industri akan berdampak bagi usaha yang didirikan, dengan membuka tempat yang memiliki akses dengan mudah.

## 6. Faktor Hukum (*Legal*)

Pertama-tama, Terra Charcoal harus mematuhi regulasi lingkungan yang berlaku. Karena bisnis ini berfokus pada produksi dan penjualan briket arang sebagai bahan bakar alternatif yang lebih ramah lingkungan, kemungkinan besar ada regulasi dan standar lingkungan yang harus diikuti. Ini dapat termasuk aturan terkait dengan emisi, pengelolaan limbah, dan praktik-produksi berkelanjutan. Dalam hal ini, pemahaman yang mendalam tentang regulasi lingkungan dan ketaatan terhadapnya adalah penting. Selain itu, perizinan bisnis juga mungkin menjadi hal yang harus dipertimbangkan.

Terra Charcoal perlu memastikan bahwa memenuhi semua persyaratan perizinan yang diperlukan untuk menjalankan operasional secara sah. Ini termasuk perizinan lokal, provinsi, atau nasional yang mungkin diperlukan untuk produksi, pengiriman, dan distribusi produk briket arang. Dalam hal ini, Terra Charcoal harus memastikan bahwa memiliki pemahaman yang kuat tentang kerangka hukum yang berlaku dan mematuhi semua regulasi dan persyaratan yang relevan. Dengan ketaatan hukum yang baik, perusahaan dapat menjaga reputasi yang baik, mencegah potensi konsekuensi hukum, dan memastikan kelangsungan operasi bisnis yang sukses.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## D. Analisis Pesaing: Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (Porter Five Forces Business Model)

Teori Michael Porter tentang Lima Kekuatan digunakan untuk menganalisis persaingan dalam industri dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang memengaruhi profitabilitas perusahaan.

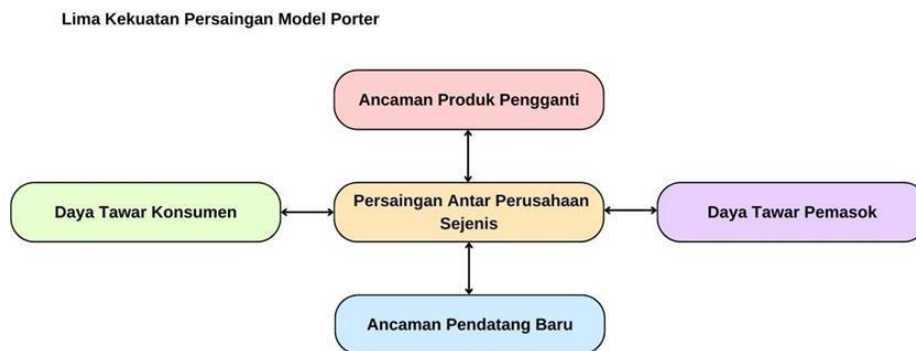
Model ini mengidentifikasi lima kekuatan utama yang mempengaruhi dinamika persaingan dalam industri:

1. Persaingan antara pesaing sejenis: Tingkat persaingan antara perusahaan dalam industri yang sama dapat berdampak langsung pada profitabilitas dan strategi perusahaan.
2. Potensi masuknya pesaing baru: Kemungkinan munculnya pesaing baru dapat mengancam posisi perusahaan yang sudah mapan di pasar, sehingga perusahaan perlu mempertimbangkan strategi untuk menghadapi potensi pesaing baru.
3. Potensi berkembangnya produk substitusi: Ketersediaan produk substitusi dapat mempengaruhi permintaan dan harga produk dalam industri tertentu, sehingga perusahaan harus memahami potensi ancaman dari produk pengganti.
4. Kekuatan tawar pemasok: Pemasok yang memiliki kekuatan tawar yang tinggi dapat memengaruhi harga dan ketersediaan bahan baku bagi perusahaan, sehingga perusahaan harus dapat mengelola hubungan dengan pemasok secara efektif.
5. Kekuatan tawar konsumen: Konsumen yang memiliki kekuatan tawar yang tinggi dapat mempengaruhi harga dan kualitas produk, sehingga perusahaan perlu memahami kebutuhan dan preferensi konsumen serta beradaptasi dengan perubahan tersebut.

Analisis Lima Kekuatan Porter membantu perusahaan untuk memahami dinamika persaingan dalam industri dan merancang strategi yang tepat untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi profitabilitas dan keunggulan kompetitif, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang efektif untuk

mencapai tujuan bisnis. Kelima kekuatan utama dalam persaingan usaha ini dapat digambarkan dalam model berikut :

**Gambar 3.4**  
**Model Lima Kekuatan Persaingan Model Porter**



Sumber: Strategic Management: Fred R. David (2019)

Setiap kekuatan tersebut akan dianalisis dan dijelaskan lebih lanjut terkait dengan bisnis *Terra Charcoal* sebagai berikut:

#### 1. Persaingan antar Perusahaan sejenis (*Rivalry Among Competing Firms*)

Untuk masuk dalam industri penyedia bahan bakar alternatif membutuhkan dana yang besar dan harus memiliki jaringan luas. Bisnis briket arang berada dalam industri bahan bakar alternatif, terutama dalam produksi briket arang, di mana terdapat sejumlah pesaing yang menawarkan produk serupa. Namun, potensi pertumbuhan dalam industri bahan bakar alternatif yang berkelanjutan memberikan peluang besar. Pesaing utama dalam hal ini adalah produsen briket arang lainnya yang bersaing untuk memenuhi permintaan konsumen yang semakin meningkat.

Untuk mengatasi adanya persaingan dengan Perusahaan yang sejenis, *Terra Charcoal* memiliki strategi untuk membedakan diri dari kompetitor. Bisnis ini fokus pada aspek lingkungan dan berkomitmen untuk menyediakan produk briket arang yang



lebih ramah lingkungan. Selain itu, Terra Charcoal juga menempatkan penekanan kuat pada kualitas produk yang lebih tinggi. Dengan demikian, kami mencoba menarik pelanggan yang peduli dengan masalah lingkungan dan mencari produk bahan bakar alternatif yang berkualitas tinggi. Hal ini adalah strategi karena tidak hanya memungkinkan Terra Charcoal untuk bersaing dengan pesaing yang ada, tetapi juga menciptakan pangsa pasar baru dalam kalangan konsumen yang mengutamakan keberlanjutan dan kualitas.

## 2. Ancaman Pendatang Baru (*Threat of New Entrants*)

Dalam menjalankan usahanya, tentunya *Terra Charcoal* akan menghadapi ancaman pendatang baru yang tinggi. Meskipun produksi briket arang tidak terlalu kompleks, ada beberapa hambatan masuk yang dapat menghambat pesaing baru. Pertama, perizinan yang diperlukan untuk menjalankan bisnis ini mungkin memerlukan waktu dan upaya yang signifikan. Perizinan lingkungan dan regulasi terkait lainnya adalah hal yang harus diperhatikan dan dipatuhi. Selain itu, teknologi produksi yang efisien dan ramah lingkungan adalah aspek penting dalam industri ini. *Terra Charcoal* telah mengembangkan proses produksi yang sesuai dengan standar kualitas dan lingkungan, dan pesaing baru mungkin perlu berinvestasi dalam teknologi serupa untuk bersaing.

Jaringan distribusi yang luas dan efisien juga dapat menjadi hambatan bagi pesaing baru. *Terra Charcoal* telah membangun hubungan dengan pelanggan dan mitra distribusi yang dapat mempermudah distribusi produk. Meskipun ada hambatan-hambatan ini, potensi pertumbuhan bisnis bahan bakar alternatif yang berkelanjutan mungkin menarik bagi pemain baru untuk masuk ke pasar. Dengan demikian, *Terra Charcoal* harus tetap berinovasi, menjaga kualitas produk, dan membangun merek yang

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.



kuat untuk tetap menjadi pilihan utama di pasar dan mengatasi ancaman dari produk baru.

### 3. Ancaman Produk Substitusi (*Threat of Substitution Product*)

Produk pengganti adalah produk yang dapat memenuhi kebutuhan yang sama dengan produk utama baik berupa produk yang dihasilkan Perusahaan ataupun produk yang diproduksi sendiri oleh konsumen. Ancaman dari produk pengganti adalah faktor penting yang harus dievaluasi dalam bisnis Terra Charcoal. Sejauh mana produk briket arang memiliki pengganti yang mudah digunakan akan memengaruhi tingkat ancaman ini. Produk pengganti dalam konteks ini mungkin mencakup bahan bakar fosil atau metode memasak lainnya seperti gas alam atau listrik. Meskipun ada potensi pengganti, terdapat beberapa faktor yang mengurangi ancaman produk pengganti. Pertama, peningkatan kesadaran lingkungan di kalangan konsumen telah mendorong permintaan untuk bahan bakar alternatif yang lebih ramah lingkungan. Hal ini memberikan peluang bagi Terra Charcoal untuk menjelaskan manfaat lingkungan dari produk kepada konsumen yang peduli dengan pelestarian lingkungan.

Kedua, dengan pertumbuhan tren berkelanjutan, terdapat dorongan yang kuat untuk mengurangi ketergantungan pada bahan bakar fosil, yang seringkali menciptakan polusi dan dampak lingkungan negatif. Ini membuat briket arang sebagai produk bahan bakar alternatif memiliki daya tarik yang tetap bagi konsumen yang mencari opsi yang lebih bersih dan berkelanjutan.

Oleh karena itu, meskipun produk pengganti tetap menjadi potensi ancaman, peningkatan kesadaran lingkungan dan permintaan untuk bahan bakar alternatif yang ramah lingkungan mungkin dapat mengurangi tingkat ancaman ini bagi Terra Charcoal.

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.



#### 4. Daya Tawar Pemasok (*Bargaining Power of Supplies*)

Daya tawar pemasok dalam operasi Terra Charcoal merupakan faktor penting yang memengaruhi kelangsungan bisnis. Pemasok memiliki kekuatan tawar menawar terhadap industri, dapat mengecam untuk menaikkan harga atau menurunkan kualitas produk atau jasa yang dibeli. Daya tawar pemasok yang tinggi tentunya akan berpengaruh buruk bagi bisnis. Potensi keuntungan yang akan diterima bisnis akan semakin kecil. Sebaliknya, apabila daya tawar pemasok rendah maka bisnis akan semakin diuntungkan. Peran pemasok sangat berpengaruh terhadap ketersediaan bahan baku *Terra Charcoal*. Bahan baku utama yang digunakan dalam produksi briket arang adalah serbuk kayu yang memiliki ketersediaan yang relatif berlimpah di Indonesia. Hal ini memberikan Terra Charcoal keunggulan dalam negosiasi dengan pemasok bahan baku.

Kemampuan perusahaan ini untuk memanfaatkan ketersediaan bahan baku yang cukup dapat memberikan kestabilan dalam pasokan, yang penting dalam menjaga kelancaran produksi. Terra Charcoal mungkin dapat bernegosiasi harga yang kompetitif dengan pemasok karena ketersediaan yang baik. Meskipun Terra Charcoal memiliki keuntungan dalam hal ketersediaan bahan baku, fluktuasi harga dan kualitas bahan baku tetap menjadi faktor yang harus dipertimbangkan. Perubahan musiman, cuaca, dan faktor-faktor lain dapat memengaruhi ketersediaan dan harga bahan baku. Selain itu, kualitas bahan baku memainkan peran penting dalam kualitas akhir produk briket arang. Oleh karena itu, perusahaan ini perlu menjaga hubungan yang kuat dengan pemasok, memantau kualitas bahan baku, dan memiliki strategi cadangan untuk mengatasi fluktuasi yang mungkin terjadi.



Secara keseluruhan, kekuatan pemasok adalah faktor yang mendukung bagi

Terra Charcoal, tetapi perlu tetap waspada terhadap fluktuasi harga dan kualitas bahan baku yang mungkin mempengaruhi operasional bisnis.

## 5. Daya Tawar Konsumen (*Bargaining Power of Buyers*)

Daya tawar pembeli dapat menjadi suatu ancaman atau peluang bagi bisnis.

Daya tawar konsumen dapat dikatakan kuat apabila konsumen dapat dengan mudah berpindah dari satu produk ke produk lainnya tanpa biaya perpindahan atau biaya yang murah, dan apabila konsumen memiliki banyak pilihan produk yang dapat dipilih maka kekuatan tawar konsumen akan semakin tinggi. Sebaliknya apabila produk dengan biaya perpindahan besar, terdapat sedikit penjual sedangkan pembeli banyak maka kekuatan tawar pembeli rendah. Pelanggan, seperti restoran, UMKM, dan supermarket, memiliki beragam opsi dalam memilih pemasok briket arang. Daya tawar pembeli *Terra Charcoal* dapat dikatakan tinggi sehingga merupakan ancaman bagi bisnis, terdapat banyak kompetitor yang menawarkan produk serupa dengan harga yang bersaing.

Sebagai konsekuensinya, Terra Charcoal memiliki kekuatan tawar yang signifikan dalam menentukan dengan siapa akan berbisnis. Namun, Terra Charcoal dapat meminimalisir potensi ancaman dari kekuatan pembeli dengan strategi yang tepat. Salah satu pendekatan adalah dengan membangun kepercayaan dan hubungan yang kuat dengan pelanggan. Fokus pada kualitas produk yang konsisten, pelayanan yang responsif, dan perhatian pada aspek lingkungan dapat menjadi nilai tambah yang signifikan dalam memenangkan kepercayaan pelanggan.

Selain itu, Terra Charcoal dapat memanfaatkan peluang untuk memberikan edukasi kepada pembeli tentang manfaat briket arang, termasuk dampak positifnya pada lingkungan dan kualitas masakan. Dengan menyediakan informasi yang baik,

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



perusahaan dapat menciptakan kesadaran dan pemahaman yang lebih baik di kalangan pembeli, yang mungkin menjadi alasan tambahan bagi untuk memilih Terra Charcoal sebagai pemasok briket arang.

Dalam menghadapi kekuatan pembeli, Terra Charcoal perlu mempertimbangkan strategi pemasaran, pelatihan tim penjualan, dan upaya untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan yang dapat membantu mempertahankan basis pelanggan dan mengurangi ancaman kekuatan pembeli. Meskipun daya tawar pembeli tinggi karena banyaknya pesaing serupa, namun Terra Charcoal tetap optimis dapat bersaing di pasar dengan terus berinovasi melalui variasi menu, promosi, dan terus meningkatkan kualitas pelayanan dan produk untuk mendapatkan pelanggan yang loyal.

### E. Analisis Faktor-faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix / CPM*)

Menurut David (2017:236), Competitive Profile Matrix (CPM) adalah alat penting dalam manajemen strategis untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing utama serta membandingkannya dengan posisi strategis perusahaan. CPM membantu dalam mengungkap kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam persaingan dengan pesaing utama. Nilai CPM dihitung berdasarkan Critical Success Factors yang diukur dalam skala yang sama, dengan dua indikator utama: bobot (weight) dan penilaian (ratings). Bobot menunjukkan pentingnya masing-masing faktor dalam mencapai tujuan perusahaan, sementara penilaian mengukur seberapa baik perusahaan melakukan faktor-faktor tersebut. Berdasarkan hasil analisis CPM Terra Charcoal, akan terlihat secara jelas kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam hubungannya dengan pesaing utama.



**Tabel 3.3**

**Analisis CPM Matriks**

Critical Success Factor	Weight		Terra Charcoal		Dcharcoaldotcom		Bosarang	
			Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Lokasi usaha	37	0,13	3	0,40	4	0,54	3	0,40
Kualitas Produk	55	0,20	4	0,80	3	0,60	4	0,80
Pelayanan	48	0,17	3	0,52	3	0,52	2	0,35
Harga Produk	43	0,16	4	0,62	3	0,47	4	0,62
Kualitas SDM	34	0,12	3	0,37	4	0,49	3	0,37
Promosi Usaha	42	0,15	3	0,46	2	0,30	2	0,30
Brand Nama Usaha	17	0,06	1	0,06	3	0,18	3	0,18
	276	1		3,23		3,11		3,03

Sumber: Terra Charcoal

Terdapat 7 faktor kunci keberhasilan yang dimiliki oleh bisnis bahan bakar alternatif yaitu Lokasi Usaha, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga Produk, Kualitas SDM, Promosi usaha dan Nama Usaha. Angka Weight pada hasil CPM Terra Charcoal diperoleh dari hasil survei kuesioner yang telah dilakukan terhadap 58 responden yang berprofesi sebagai mahasiswa, karyawan dan wirausaha dengan rentang usia 20 – 40 tahun. Angka yang telah didapatkan di atas menunjukkan kekuatan dan kelemahan dari masing-masing *brand*.

**1. Lokasi usaha**

Untuk membuat bisnis, hal yang termasuk penting dilihat oleh para konsumen adalah mengenai lokasi. Lokasi memiliki bobot 0,13 dan merupakan salah satu faktor yang tidak kalah penting juga didalam sebuah bisnis. Lokasi Terra Charcoal berada ditengah kota sehingga lokasi Terra Charcoal bisa dikatakan strategis.

**2. Kualitas Produk**

Kualitas Produk menjadi salah satu bobot paling tinggi dalam CPM dan bobot yang dihasilkan adalah 0,20. Dengan adanya kualitas produk yang berkualitas, maka konsumen akan puas dengan barang tersebut. Untuk briket arang, nilai kalor sangat menentukan kualitas briket



arang, semakin tinggi nilai kalor briket arang semakin baik pula kualitas briket yang dihasilkan dan nilai kalor dari briket arang Terra Charcoal adalah 7000 – 8000.

### 3. Pelayanan

Pelayanan menjadi salah satu bobot tertinggi kedua dengan angka 0,17 yang artinya faktor ini merupakan yang paling penting menurut para responden. Pelayanan akan mempengaruhi rasa nyaman terhadap setiap konsumen, ketika pelayanan yang diberikan baik maka konsumen akan senang untuk berkunjung. Pelayanan dari Terra Charcoal pastinya akan ramah kepada setiap konsumen yang bertanya-tanya mengenai briket arang.

### 4. Harga Produk

Harga berdasarkan tabel CPM diatas memiliki bobot tertinggi ketiga yaitu dengan angka 0,16, yang artinya ketika seseorang ingin membeli sebuah produk yang dilihat untuk pertama kalinya adalah harga. Terra Charcoal akan memberikan harga yang kompetitif dengan kualitas produk briket arang yang baik juga. Harga yang ditawarkan oleh Terra Charcoal dimulai dari Rp 10.000/kg.

### 5. Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)

Dari Kualitas SDM, bobot yang dihasilkan adalah 0,12. Ketika sebuah bisnis hendak didirikan, pastinya butuh SDM yang berkualitas dengan kinerja dan produktivitas yang tinggi.

Salah satu contoh SDM dari Terra Charcoal adalah mempunyai karyawan yang berpotensi untuk berkembang dan mampu bekerja baik secara logika atau fisik.

### 6. Promosi Usaha

Promosi memiliki bobot tertinggi ketiga selain harga produk yaitu dengan angka 0,15. Zaman sekarang promosi harus sering dilakukan khususnya pada sosial media, dikarenakan akan banyak orang mengetahui bisnis yang ditawarkan melalui sosial media. Terra Charcoal menggunakan sosial media Instagram dan Website untuk mempromosikan bisnis briket arang.



Promosi yang berencana dilakukan oleh Terra Charcoal adalah dengan membuat iklan di sosial media.

#### 7. Nama Usaha

Dari hasil responden & bobot yang dihasilkan adalah 0,06. Ternyata untuk memulai suatu bisnis baru, nama usaha belum penting dibandingkan dengan aspek lainnya.

Berdasarkan tabel 3.2, analisis CPM Matrix menunjukkan faktor yang paling penting dalam pendirian usaha bahan bakar alternatif Terra Charcoal adalah Kualitas Produk dan Pelayanan. Hasil analisis CPM yang dilakukan Terra Charcoal menunjukkan bahwa total skor yang dimiliki oleh Terra Charcoal adalah sebesar 3,23 dimana berada pada tingkat pertama, lebih tinggi dibandingkan dengan Dcharcoaldotcom yang memiliki total skor 3,11 dan Bosarang yang memiliki total skor sebesar 3,03. Bosarang memiliki total nilai yang lebih unggul dibandingkan dengan Dcharcoaldotcom disebabkan karena keunggulan yang dimilikinya dalam kualitas produk dan harga produk yang lebih murah.

### F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Analisis SWOT merupakan awal dari proses perumusan strategi yang mengharuskan para manajer strategi untuk menemukan kesesuaian strategi antara mengeksploitasi peluang eksternal dan membangun kekuatan internal perusahaan, meminimalisir ancaman eksternal dan melindungi kelemahan internal perusahaan. Istilah SWOT merupakan akronim dari *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat* pada perusahaan, sebagai daftar penting mengenai situasi perusahaan secara keseluruhan dengan mengidentifikasi keempat komponen SWOT, untuk menarik kesimpulan dan kemudian menerjemahkan kesimpulan tersebut menjadi tindakan strategic dengan menyesuaikan strategi perusahaan berdasarkan analisis SWOT.

Tujuan analisis SWOT adalah menciptakan, menjelaskan, atau menyempurnakan model bisnis perusahaan yang akan menyesuaikan sumber daya atau kapabilitas perusahaan dengan



tuntutan lingkungan eksternal dimana perusahaan beroperasi. Para manajer membandingkan dan menyesuaikan berbagai alternative strategi kemudian mengidentifikasi serangkaian strategi yang akan menciptakan dan mempertahankan keunggulan bersaing (Hajar, 2019). Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk Terra Charcoal memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang posisi perusahaan dalam industri briket arang dan faktor-faktor kunci yang memengaruhi keberhasilannya. Berikut merupakan analisis SWOT bagi Terra Charcoal:

## 1. Kekuatan (*Strengths*)

### a. Kualitas Produk Unggul

Terra Charcoal menawarkan produk serta layanan dengan kualitas yang baik dan menggunakan bahan baku yang fresh, premium dan berkualitas sehingga produk yang dihasilkan memiliki kualitas tinggi. Dalam proses pembuatan briket arang, seluruh karyawan diwajibkan untuk menggunakan masker dan sarung tangan sehingga produk yang dihasilkan terjamin kebersihannya. Briket arang Terra terbuat dari bahan baku berkualitas tinggi, menghasilkan briket arang dengan daya bakar tinggi dan rendah emisi. Kualitas produk ini dapat membantu memenangkan loyalitas pelanggan dan membedakan diri dari pesaing.

### b. Harga lebih rendah dari pesaing

Terra Charcoal memiliki harga yang lebih rendah dari pesaingnya dengan harga dimulai dari Rp 10.000/kg.

## 2. Kelemahan (*Weaknesses*)

### a. Nama Usaha belum terkenal

Sebagai bisnis yang baru berdiri, tentunya bisnis belum dikenal oleh masyarakat luas sehingga kesadaran terhadap merek cenderung rendah. Jika dibandingkan dengan



merek lainnya maka Terra Charcoal masih kalah, belum menjadi merek top of mind masyarakat.

b. Kurang berpengalaman dalam manajemen usaha

Mengelola bisnis bahan bakar seperti Terra Charcoal merupakan suatu hal yang baru bagi penulis. Penulis kurang memiliki pengalaman dalam pengelolaan bisnis kuliner seperti ini. Oleh karena itu, manajemen bisnis belum dapat dibandingkan dengan usaha briket arang lainnya yang telah berjalan dan berkembang.

c. SDM tergolong rendah

Dikarenakan baru memulai bisnis, maka Terra Charcoal belum mampu memperkerjakan banyak karyawan. Untuk saat ini karyawan Terra Charcoal ada 4 orang, yaitu Manajer, Admin, Produksi dan Supir.

3. Peluang (*Opportunities*)

a. Pertumbuhan Bahan Bakar Alternatif

Dengan meningkatnya kesadaran akan keberlanjutan dan bahan bakar alternatif, pasar briket arang memiliki peluang pertumbuhan yang signifikan. Terra Charcoal dapat memanfaatkan tren ini untuk memperluas pangsa pasar.

b. Pengembangan Produk Baru

Perusahaan dapat menggali potensi pengembangan produk baru yang lebih inovatif. Misalnya, dapat mengembangkan produk briket arang dengan berbagai rasa atau varian yang dapat menarik konsumen yang lebih beragam.

c. Ekspansi Pasar

Mengambil langkah menuju ekspansi ke wilayah atau negara lain, terutama di mana permintaan bahan bakar alternatif meningkat adalah peluang pertumbuhan. Dengan strategi yang tepat, Terra Charcoal dapat menghadirkan produk briket arang ke pasar yang lebih luas.



d. Pesatnya menggunakan Sosial Media

Pesatnya perkembangan teknologi terutama dalam penggunaan media sosial membuat peredaran informasi menjadi lebih luas dan cepat. Hal ini dapat mempermudah dan mempercepat bisnis untuk menjangkau masyarakat luas. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Tik-tok dan Google review merupakan peluang yang baik sebagai media promosi dengan memanfaatkan fitur ads seperti Instagram ads, Tik-tok ads dan Google ads. Melalui fitur ini Terra Charcoal dapat dengan mudah menargetkan target pasar yang ingin dituju. Selain itu, media sosial yang dimiliki Terra Charcoal dapat digunakan sebaik mungkin untuk membagikan promosi dengan konten yang menarik dan berguna untuk meningkatkan keterlibatan dengan pelanggan.

4. Ancaman (*Threats*)

a. Ketatnya persaingan

Untuk tetap bersaing, Terra Charcoal perlu terus meningkatkan kualitas produk serta melakukan inovasi dalam proses produksi maupun pemasaran. Industri briket arang memiliki pesaing yang ada, yang dapat memengaruhi pangsa pasar dan persaingan harga. Terra Charcoal harus tetap waspada terhadap pesaing dan terus meningkatkan kualitas produk dan layanan.

b. Perubahan dari Harga Bahan Baku

Harga bahan baku yang tidak dapat diprediksi merupakan ancaman yang cukup signifikan bagi bisnis Terra Charcoal. Menjadi suatu ancaman ketika harga bahan baku mengalami kenaikan. Kenaikan harga bahan baku tentunya membuat keuntungan bisnis



menurun. Tidak menentunya harga dan kualitas bahan baku yang berupa kenaikan atau penurunan nilai harga seperti serbuk kayu dapat memengaruhi biaya produksi.

Menurut Hajar (2019) matrix SWOT merupakan alat yang penting dalam penyusunan strategi yang membantu dalam mengembangkan empat jenis strategi, yaitu SO, WO, ST, dan WT. Strategi SO memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk mengambil peluang eksternal. Strategi WO bertujuan untuk mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal yang ada. Strategi ST menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi pengaruh ancaman eksternal. Sedangkan strategi WT adalah upaya untuk mengurangi kelemahan internal dan menghadapi ancaman eksternal, sehingga membantu perusahaan untuk bertahan dalam situasi yang tidak menguntungkan.

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.



**Tabel 3.4**

**Tabel Matrix Analisis SWOT Terra Charcoal**

<p><b>SW/OT</b></p>	<p><b>Strengths(S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas Produk Unggul</li> <li>2. Harga lebih rendah dari Pesaing</li> </ol>	<p><b>Weakness(W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nama usaha belum terkenal</li> <li>2. Kurang berpengalaman dalam manajemen usaha</li> <li>3. SDM tergolong rendah</li> </ol>
<p><b>Opportunities (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pertumbuhan Bahan Bakar Alternatif</li> <li>2. Pengembangan Produk Baru</li> <li>3. Ekspansi Pasar</li> <li>4. Pesatnya menggunakan sosial media</li> </ol>	<p><b>Strategi SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan peluang pertumbuhan bahan bakar alternatif dengan meningkatkan produksi (S1, O1)</li> <li>2. Mengembangkan produk briket arang yang inovatif (S1, O2)</li> <li>3. Melakukan ekspansi pasar ke wilayah atau negara lain yang memiliki permintaan bahan bakar alternatif yang tinggi (S1, O3)</li> </ol>	<p><b>Strategi WO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan upaya dalam membangun kepuasan pelanggan (W2, O2)</li> <li>2. Mengambil langkah menggunakan efektifitas dari sosial media untuk memperkenalkan brand ke calon pembeli (W1, O3, O4)</li> </ol>
<p><b>Threats (T)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketatnya persaingan</li> <li>2. Perubahan dari Harga Bahan Baku</li> </ol>	<p><b>Strategi ST</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menekankan kualitas produk dan membedakan diri dari pesaing yang ada (S1, T1)</li> <li>2. Bahas baku alternatif dari sebuk kayu menjadikan produk unggulan (S1, T2)</li> </ol>	<p><b>Strategi WT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memprioritaskan peningkatan informasi dan pengalaman di bidang briket arang dengan kerja sama dengan pemasok briket arang lainnya (W2, W3, T1)</li> <li>2. Meningkatkan kepuasan pelanggan dan memahami kebutuhan pelanggan (W1, T1)</li> </ol>

Sumber : Terra Charcoal, 2024



Berdasarkan analisis SWOT yang telah dibuat, Terra Charcoal memiliki strategi – strategi yang dapat membantu perusahaan dalam menghadapi permasalahan yang ada dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki perusahaan. Strategi- strategi tersebut dikelompokkan berdasarkan jangka waktu pelaksanaannya, antara lain

#### 1. Jangka Pendek (2025-2027)

##### a. Meningkatkan Kualitas Produk (SO)

Terra Charcoal dapat fokus pada perbaikan dan pengembangan produk untuk mempertahankan kualitas unggul. Ini dapat memungkinkan untuk memenangkan lebih banyak pelanggan dan mempertahankan pangsa pasar.

##### b. Memantau Perubahan Regulasi (WT)

Dalam jangka pendek, perusahaan perlu lebih memperhatikan pembaruan regulasi lingkungan dan bisnis yang dapat memengaruhi operasional. Hal ini akan membantu untuk tetap patuh dan menghindari masalah hukum.

#### 2. Jangka Menengah (2028-2030)

##### a. Ekspansi Pasar Regional (SO)

Terra Charcoal dapat memanfaatkan peluang ekspansi pasar ke wilayah atau negara lain yang memiliki permintaan tinggi untuk bahan bakar alternatif. Dengan menjalankan strategi pemasaran yang efektif dapat memperluas cakupan geografis.

b. Pengembangan Produk Baru (SO)

Perusahaan dapat menggali potensi pengembangan produk briket arang yang lebih inovatif, seperti produk dengan berbagai rasa atau varian. Ini akan membantu menarik lebih banyak konsumen yang beragam.

c. Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (WT)

Dalam jangka menengah, Terra Charcoal harus memprioritaskan usaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Ini dapat menciptakan hubungan jangka panjang yang kuat dan mengurangi potensi beralih ke produk pengganti.

3. Jangka Panjang (2031 – seterusnya)

a. Mengembangkan Inovasi Lingkungan (SO)

Terra Charcoal dapat terus menggali inovasi yang lebih ramah lingkungan dalam produksi briket arang. Ini akan memungkinkan untuk memenuhi tuntutan konsumen yang semakin peduli dengan keberlanjutan.

b. Diversifikasi Portofolio Produk (WO)

Dalam jangka panjang, perusahaan dapat mempertimbangkan diversifikasi portofolio produk dengan memasukkan produk-produk terkait dengan bahan bakar alternatif, seperti peralatan masak yang efisien energi.

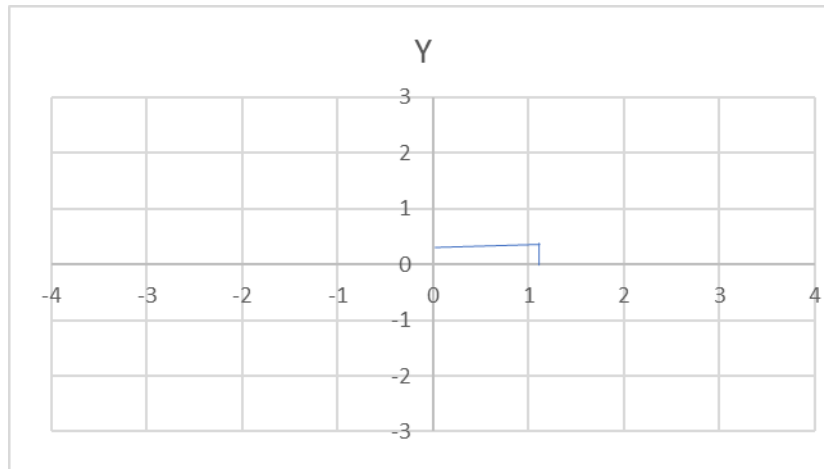
c. Menjalinkan Kemitraan Strategis (SO)

Terra Charcoal dapat menjalin kemitraan strategis dengan restoran, UMKM, atau supermarket yang memiliki visi yang sejalan dengan keberlanjutan. Ini akan memperkuat posisi Terra Charcoal dalam pasar dan memungkinkan pertumbuhan jangka panjang yang berkelanjutan

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.



**Gambar 3.5**  
**IE Matriks**



Berdasarkan Gambar 3.5 di atas, kuadran SWOT menunjukkan posisi Terra Charcoal berada pada kuadran I (positif, positif) dimana titik X terletak pada 1.10 dan titik Y terletak pada 0.45. Posisi ini menandakan sebuah strategi yang kuat dan berpeluang sehingga sangat menguntungkan Perusahaan. Strategi yang dapat digunakan adalah growth oriented strategy atau mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

**© 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 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.



## BAB IV

### ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

#### A. Produk yang Dihasilkan

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Kotler & Armstrong, 2018). Untuk itu, seorang pebisnis harus mengetahui kebutuhan pasar sebelum memulai usaha, sehingga produk yang ditawarkan dapat terjual dan benar – benar memenuhi kebutuhan pasar. Terra Charcoal merupakan suatu usaha yang bergerak di bidang bahan bakar alternatif yang dibuat dari serbuk kayu sehingga menghasilkan briket arang. Terra Charcoal menghadirkan briket arang berbahan dasar serbuk kayu dengan keunggulan dapat mempermudah proses pembakaran dan bahan makanan yang dibakar dengan briket arang dapat menghasilkan aroma yang lebih wangi dan rasa yang lebih maksimal.

Karena pembakaran briket arang menghasilkan panas yang lebih stabil dalam jangka waktu yang lebih lama. Briket arang ada berbagai macam variasi bentuk, biasanya disesuaikan dengan permintaan pasar dan juga kegunaannya agar lebih efektif. Terdapat beberapa bentuk dari briket arang Terra Charcoal, seperti hexagonal, kubus dan silinder. Untuk briket arang yang berbentuk Hexagonal (segi 6) atau dengan diameter umum 1 mm, panjangnya bervariasi dari 5cm hingga 10cm. Hexagonal umumnya dipakai untuk membakar tungku / boiler yang biasanya untuk membakar makanan barbeque (bbq). Untuk briket arang yang berbentuk Kubus, dengan ukuran 2,5cm x 2,5cm x 2,5cm biasa digunakan untuk keperluan pembakaran sate-satean dan juga penggunaan shisha. Untuk briket arang yang berbentuk Silinder, biasa digunakan untuk memasak atau menjadi bahan bakar tungku perapian, seperti membakar sate-satean.




Produk Terra Charcoal dikemas secara praktis menggunakan kardus yang ramah lingkungan dan design yang simple, dikarenakan pembelian briket arang biasanya per kilogram



sehingga memudahkan untuk dibawa. Berikut ada 3 jenis briket arang yang diproduksi oleh

Terra Charcoal :

**Tabel 4.1**  
**Variasi Bentuk Terra Charcoal**

No	Variasi Bentuk	Gambar
1	Terra Charcoal Hexagonal	
2	Terra Charcoal Kubus	
3	Terra Charcoal Silinder	

Sumber: Terra Charcoal, 2024

Logo merupakan suatu identitas visual terhadap suatu entitas yang mempunyai kriteria khusus tertentu, seperti bentuk, filosofi, dan warna (Accurate, 2020). Logo yang baik mewakili

produk atau perusahaan dan mudah diingat sehingga dapat mudah dikenal oleh masyarakat.

Berikut adalah gambar logo dari Terra Charcoal :

**Gambar 4.1**  
**Logo Terra Charcoal**



Sumber: Terra Charcoal, 2024

Terra Charcoal menggunakan logo yang sederhana agar mudah diingat oleh konsumen.

Pemilihan nama “Terra Charcoal” menyatakan bisnis bergerak dalam bidang bahan bakar alternatif dengan jenis briket arang dalam 1 varian jenis. Terra diambil dari *Bahasa Latin*, dan artinya adalah Bumi. Terra berarti bahan bakar yang berasal dari bumi. Untuk Logo Terra sendiri itu singkatan TCI yang berarti Terra Charcoal Indonesia. Warna Hitam melambangkan kekuatan, ketegasan, keseriusan dan warna putih melambangkan kesederhanaan dan kemurnian. Harapannya, produk briket arang dari Terra Charcoal dapat menjadi bahan bakar alternatif yang berguna dan bermanfaat bagi Masyarakat yang akan mengkonsumsi makanan Barbeque.

## **B. Gambaran Pasar**

Dalam menjalankan suatu bisnis, tentunya seorang pebisnis perlu melakukan peramalan mengenai penjualan produk / jasa yang dihasilkan dalam kurun waktu 5 tahun kedepan atau lebih. proyeksi penjualan ini bermanfaat bagi perusahaan untuk memperkirakan strategi yang



akan diambil. Untuk briket arang Terra Charcoal dalam tahun pertama sampai tahun kedua akan memasarkan kepada penjual sate-satean dan restoran-restoran *Barbeque* di Jakarta.

Selanjutnya, tahun ke tiga akan memasarkan ke restoran-restoran *Barbeque* di luar Jakarta, seperti Tangerang, Bandung dan Bogor. Tahun ke empat, Terra Charcoal fokus memperluas pasar dengan menaikkan penjualan ke restoran-restoran di Jakarta, Tangerang, Bandung dan Bogor. Pada tahun ke lima, Terra Charcoal mencoba untuk ekspor ke luar negeri, seperti menjual ke negara Jepang, Korea Selatan, Arab Saudi, Brazil dan Turki.

Data ramalan penjualan dalam Tabel 4.2 diambil berdasarkan hasil pengamatan penulis terhadap bisnis serupa serta survey terkait minat Terra Charcoal pada masyarakat. Berdasarkan survey, diantara tiga jenis briket arang yang diproduksi oleh Terra Charcoal, untuk Hexagonal memiliki paling banyak peminatnya. Lokasi operasional usaha Terra Charcoal dikelilingi oleh ruko-ruko, perkantoran, gudang usaha, restoran makanan, apartemen, kost karyawan, dan perumahan. Terra Charcoal buka pada setiap hari Senin hingga Sabtu dan jam operasional Terra Charcoal adalah pukul 8.00 – 17.00.

Produk yang dijual merupakan bahan bakar alternatif dan melihat banyaknya restoran makanan maka penjualan akan lebih ramai. Terra Charcoal berencana membuka bisnisnya untuk pertama kali pada bulan Januari tahun 2025. Pada hari pertama pembukaan bisnisnya, Terra Charcoal menghadirkan promo *Launching* dengan menjual kg Arang Hexagonal, 1kg Arang Kubus dan 1kg Arang Silinder secara Bundling dengan harga Rp 30.000 kepada 50 pembeli yang dimana harga normal adalah Rp 42.000. Penjualan diasumsikan akan mulai meningkat pada bulan februari dan bulan seterusnya karena produk sudah lebih dikenal masyarakat melalui program promosi yang dilakukan. Penjualan dalam setahun cukup stabil dan sempat mengalami penurunan di bulan – bulan tertentu seperti pada bulan april yakni bulan ramadhan dimana umat muslim menjalankan ibadah puasa, bulan juli dan desember merupakan holiday season dimana biasanya orang – orang pergi berlibur.



Penentuan estimasi jumlah produksi masa kini dan perkembangannya di masa yang akan datang dilakukan dengan melakukan perkiraan pada permintaan masa kini dan permintaan yang akan datang (Sukirno et al 2006). Kapasitas produksi pabrik dalam satu kali produksi memerlukan 2 ton arang kayu. Dalam satu bulan produksi akan dilakukan sebanyak 10 kali, dengan asumsi satu minggu terdapat 5 hari kerja. Dengan kapasitas tersebut maka dibutuhkan serbuk kayu sebanyak 20 ton per tahun. Pada tahun pertama rata-rata briket yang dapat dihasilkan hanya 1 ton per bulan, kemudian ditahun kedua dan seterusnya efisiensi yang dicapai dapat mencapai 100 persen sehingga dapat mencapai 3 ton per bulan. Berikut adalah ramalan penjualan produk Terra Charcoal:

**Tabel 4.2**  
**Ramalan Penjualan Produk Terra Charcoal Tahun 2025**

(dalam per kardus)

Bulan	Jenis Briket Arang			Total
	Hexagonal	Kubus	Silinder	
Januari	20	11	8	39
Februari	28	14	13	55
Maret	30	19	22	71
April	34	23	25	82
Mei	38	25	29	92
Juni	29	30	32	91
Juli	41	33	39	113
Agustus	43	38	42	123
September	28	32	47	107
Oktober	50	43	50	143
November	56	46	53	155
Desember	61	50	57	168
Total	458	364	417	1.239

Sumber: Terra Charcoal, 2024

Berdasarkan pengalaman Perusahaan sebelumnya dan target customer pada survei Rencana Bisnis yang tertera dalam CPM, bisa dikatakan bahwa penjualan briket Arang Hexagonal bisa mencapai 20 box, Arang Kubus 11 box dan Arang Silinder 8 box dalam bulan pertama pada tahun pertama bisnis berjalan.



**Tabel 4.3**

**Proyeksi Ramalan Penjualan Tahun 2025 – 2029**

(dalam per kardus atau 10 kg)

No	Varian Jenis	2025	2026	2027	2028	2029
1	Hexagonal	458	756	846	981	1.118
2	Kubus	364	620	693	804	916
3	Silinder	417	707	791	917	1.044
	Total	1.239	2.083	2.330	2.703	3.078

Sumber : Terra Charcoal, 2024

Berdasarkan data Proyeksi Ramalan Penjualan tahun 2025 – 2029 Terra Charcoal

dapat dikatakan setiap tahun mengalami peningkatan. Dari tahun 2025 hingga 2029 ramalan penjualan meningkat sebesar 2,48%.

**Tabel 4.4**

**Anggaran Penjualan Produk Terra Charcoal Tahun 2025 – 2029**

(dalam per 10 kg)

Ramalan Penjualan sesuai Harga dari Arang Hexagonal

Keterangan	2025	2026	2027	2028	2029
Volume	458	756	846	981	1.118
Harga Hexagonal	120.000	122.000	125.000	128.500	133.500
Total	Rp54.960.000	Rp92.260.261	Rp105.756.444	Rp126.113.554	Rp149.214.038

Ramalan Penjualan dari Arang Hexagonal mengalami peningkatan harga setiap tahunnya sebesar 1,5% dan penjualan setiap tahun meningkat dari tahun 2025 hingga tahun 2029 meningkat sebesar 660 kardus briket arang Hexagonal.



### Ramalan Penjualan sesuai Harga dari Arang Kubus

Keterangan	2025	2026	2027	2028	2029
Volume	364	620	693	804	916
Harga Kubus	150.000	152.000	154.500	157.500	161.000
<b>Total</b>	<b>Rp54.600.000</b>	<b>Rp94.219.025</b>	<b>Rp107.143.414</b>	<b>Rp126.700.802</b>	<b>Rp147.500.830</b>

Penjualan Arang Kubus mengalami peningkatan harga setiap tahun sebesar 1,5% dan penjualan jumlah kardus setiap tahun meningkat dari tahun 2025 – 2029 sebesar 552 kardus.

### Ramalan Penjualan sesuai Harga dari Arang Silinder

Keterangan	2025	2026	2027	2028	2029
Volume	417	707	791	917	1.044
Harga Silinder	150.000	152.000	154.500	157.500	161.000
<b>Total</b>	<b>Rp62.550.000</b>	<b>Rp107.409.689</b>	<b>Rp122.143.492</b>	<b>Rp144.438.914</b>	<b>Rp168.150.946</b>

Penjualan Arang Silinder mengalami peningkatan harga setiap tahun sebesar 1,5% dan penjualan jumlah kardus setiap tahun meningkat dari tahun 2025 – 2029 sebesar 627 kardus.

	2025	2026	2027	2028	2029
<b>Total Omzet</b>	<b>Rp172.110.000</b>	<b>Rp293.888.976</b>	<b>Rp335.043.351</b>	<b>Rp397.253.270</b>	<b>Rp464.865.814</b>

Sumber : Terra Charcoal, 2024

Tabel 4.4 menunjukan angka total penjualan Terra Charcoal yang dihasilkan dengan mengalikan jumlah briket arang per 1kg yang terjual untuk Hexagonal dengan harga jual Rp 12.000 , untuk Kubus dan Silinder dengan harga jual Rp 15.000. sebesar Total penjualan / omzet Terra Charcoal pada tahun 2025 sebesar Rp 172.110.000 dan pada 2029 sebesar Rp 464.865.814.



### C. Target Pasar yang Dituju

Penargetan pasar melibatkan evaluasi terhadap daya tarik setiap segmen pasar dan pemilihan segmen mana yang akan dilayani. Segmentasi pasar memecah pasar menjadi kelompok yang berbeda berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku, sehingga perusahaan dapat menyajikan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan secara lebih efisien dan efektif. Terra Charcoal menggunakan berbagai jenis segmentasi pasar, seperti geografis, demografis, psikografis, dan perilaku, untuk menentukan target pasar dan fokus pada strategi yang tepat. Misalnya, secara geografis, Terra Charcoal memilih lokasi strategis di Sunter Agung Niaga, Jakarta Utara, yang dikelilingi oleh berbagai fasilitas seperti perkantoran, restoran, dan perumahan. Secara demografis, Terra Charcoal menargetkan konsumen dari berbagai usia dan jenis kelamin, sedangkan secara psikografis dengan mengincar masyarakat yang serba cepat dan konsumtif serta yang lebih memperhatikan kesehatan pasca pandemi. Selain itu, Terra Charcoal juga memperhatikan perilaku konsumen, seperti kebiasaan memesan melalui media sosial dan platform e-commerce, untuk menarik minat pelanggan potensial.

### D. Strategi Pemasaran

#### 1. Diferensiasi

Diferensiasi adalah membedakan penawaran pasar untuk menciptakan nilai pelanggan yang unggul (Kotler & Armstrong, 2018). Diferensiasi pada produk briket arang yang ditawarkan oleh Terra Charcoal terletak pada service yang berkualitas yaitu jika pelanggan mendapatkan barang yang tidak sesuai, maka pelanggan bisa mengembalikan barang tersebut dan diganti dengan barang yang baru. Selain itu, Terra Charcoal langsung mengirimkan briket arang dari Gudang dan pelanggan bisa mendapatkan gratis ongkos kirim dengan minimal pembelian 5 kardus atau setara dengan 50kg briket arang. Admin akan membalas pesan pelanggan dengan cepat (*fast*



*respond*) dan pelanggan bisa memesan briket arang Terra Charcoal di hari dan waktu yang bersamaan karena barang dari Terra Charcoal selalu sedia.

## 2. Positioning

Positioning adalah menempatkan suatu produk secara jelas, berbeda, sesuai dengan apa yang diinginkan relative terhadap produk pesaing dalam benak konsumen sasaran (Kotler & Amstrong, 2018). Positioning Terra Charcoal adalah sebagai penyedia bahan bakar alternatif briket arang untuk membakar daging-daging *Barbeque*.

## 3. Penetapan Harga

Harga merupakan jumlah nilai yang dibayarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari suatu produk atau jasa. Penetapan harga memiliki peran krusial dalam menentukan pangsa pasar dan profitabilitas perusahaan. Ada beberapa strategi yang dapat digunakan dalam menetapkan harga produk atau jasa:

- a. Penetapan Harga Berbasis Nilai Pelanggan: Harga ditetapkan berdasarkan persepsi nilai yang dirasakan oleh pembeli. Ini berarti harga dipertimbangkan bersama dengan seluruh bauran pemasaran sebelum menetapkan program pemasaran. Ada dua jenis penetapan harga berdasarkan nilai:
- b. Penetapan Harga *Good-Value*: Menawarkan kombinasi kualitas dan layanan baik dengan harga yang wajar.
- c. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya: Harga ditetapkan berdasarkan biaya produksi, distribusi, dan penjualan produk ditambah dengan tingkat



keuntungan yang diinginkan. Ada dua jenis penetapan harga berdasarkan biaya.

- d. Penetapan Harga *Cost-Plus*: Harga ditetapkan dengan menambahkan tingkat keuntungan yang diinginkan ke biaya produk.

**4. Analisis Titik Impas dan Penetapan Harga Target Profit: Perusahaan berusaha menentukan harga di mana akan mencapai titik impas atau mencapai target pengembalian produksi dan pemasaran yang diinginkan.**

**a. *Cost – Based Pricing***

Penetapan harga berdasarkan biaya, atau *Cost-Based Pricing*, melibatkan pertimbangan biaya produksi, distribusi, dan penjualan produk, ditambah dengan tingkat pengembalian yang diinginkan untuk upaya dan risiko yang dikeluarkan. Terdapat dua pendekatan dalam penetapan harga berdasarkan biaya:

1. *Cost-Plus Pricing*: Strategi ini melibatkan penentuan harga dengan menambahkan tingkat keuntungan yang diinginkan ke biaya produk. Dengan cara ini, perusahaan memastikan bahwa biaya yang dikeluarkan untuk produksi, distribusi, dan penjualan produk tercakup, serta memperoleh keuntungan yang diinginkan.
2. *Break-Even Analysis and Target Profit Pricing*: Dalam strategi ini, perusahaan berusaha menentukan harga di mana akan mencapai titik impas atau mencapai target pengembalian produksi dan pemasaran yang diinginkan. Analisis titik impas membantu perusahaan untuk mengetahui jumlah penjualan yang diperlukan agar biaya dan pendapatan seimbang, sedangkan penetapan harga target profit

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.



mempertimbangkan tingkat keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan.

b. *Competition – Based Pricing*

Terra Charcoal menggunakan strategi penetapan harga berdasarkan persaingan, yang disebut Competition-Based Pricing, untuk menetapkan harga produk. Meskipun tidak selalu mengikuti harga pesaing secara persis, namun harga pesaing dijadikan patokan atau pembanding untuk menetapkan harga. Dalam konteks usaha kuliner seperti Terra Charcoal, strategi ini cocok digunakan karena memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan harga dengan harga pasar saat ini. Dengan melihat target pasar yaitu kalangan menengah ke atas, Terra Charcoal dapat menetapkan harga yang kompetitif namun tetap menguntungkan.

5. Saluran Distribusi

Saluran distribusi adalah sarana yang digunakan untuk mengantarkan produk atau jasa dari produsen hingga ke pengguna akhir melalui berbagai perantara seperti pengecer dan distributor. Terra Charcoal memilih saluran distribusi langsung, yang berarti menjual produk langsung kepada konsumen tanpa melalui perantara atau distributor. Produk Terra Charcoal dijual secara online melalui platform media sosial seperti Instagram, Tiktok dan situs web resmi. Selain itu, Terra Charcoal juga memanfaatkan e-commerce dengan menjual briket arang melalui platform seperti Tokopedia. Dengan menggunakan saluran distribusi langsung dan memanfaatkan platform online, Terra Charcoal dapat mencapai konsumen secara efisien dan langsung tanpa melibatkan perantara.



**Gambar 4.2**  
**Saluran Distribusi Terra Charcoal**



Sumber: Terra Charcoal, 2024

#### a. Strategi Promosi

Promosi merupakan salah satu aspek penting dalam suatu usaha. Pesatnya pertumbuhan internet dan teknologi di Indonesia membuat pengguna aktif media sosial kian meningkat. Data dari We Are Social (2022) menunjukkan bahwa jumlah pengguna aktif media sosial meningkat sebesar 12,35% dari tahun sebelumnya sebanyak 170 juta pengguna dan pada awal 2022 sebanyak 191 juta orang. Oleh karena itu, dalam program promosinya, Terra Charcoal lebih memfokuskan strategi promosi secara online dengan memanfaatkan platform media sosial. Berikut adalah rincian program sebagai strategi promosi Terra Charcoal :

##### (1) Advertising

*Advertising* adalah segala bentuk presentasi nonpribadi dan promosi ide, barang, atau jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu (Kotler & Armstrong, 2018). Hal ini bertujuan menarik perhatian *client* atau pelanggan yang untuk memengaruhi perilaku pembeli atau konsumen dengan pesan yang persuasif terkait produk atau layanan perusahaan. Periklanan merupakan salah satu cara untuk meningkatkan awareness seseorang terhadap suatu produk. Seiring perkembangan teknologi periklanan dan pesatnya pengguna media sosial, periklanan dilakukan secara digital melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube, Tik – tok, dan sebagainya dengan pemanfaatan fitur ads.



Program yang akan dilakukan adalah menggunakan media periklanan digital

yaitu melalui *Instagram Ads* agar merek dan produk lebih dikenal masyarakat serta meningkatkan penjualan dengan menargetkan jangkauan konsumen di wilayah DKI Jakarta terlebih dahulu, khususnya di Jakarta Utara. Terra Charcoal akan lebih banyak menggunakan fitur *Instagram Ads* untuk *story* mengingat masyarakat lebih sering membuka *story* serta dapat menyertakan *link* untuk melakukan pembelian. Selain itu, Terra Charcoal juga menggunakan *Google Ads* sebagai program promosi pada saat mencari briket arang di halaman *Google*. Berikut merupakan anggaran periklanan Terra Charcoal :

**Tabel 4.5**  
**Anggaran Advertising Terra Charcoal per Tahun**  
(Dalam Rupiah)

No	Periklanan	Jumlah Tayang	Harga	Total
<b>Advertising</b>				
1	Instagram Ads	24	Rp 50.000	Rp 1.200.000
2	Google Ads	12	Rp 100.000	Rp 1.200.000
<b>Sales Promotion</b>				
3	Free Trial Kubus / Silinder	30	Rp 10.000	Rp 300.000
<b>Total</b>				<b>Rp 2.700.000</b>

Sumber: Terra Charcoal, 2024

Berdasarkan tabel di atas, Terra Charcoal menetapkan *budget* untuk *Instagram Ads* sebesar Rp 50.000 per harinya, yang akan diselenggarakan dalam 2 kali seminggu. *Instagram Ads* terbagi atas penayangan *story* dengan jumlah penayangan yaitu 2 kali *story* dalam satu minggu. Selain itu, Terra Charcoal juga memakai *Google Ads* untuk beriklan yang akan diselenggarakan dalam 1 kali seminggu sebesar Rp 100.000 per bulan.



## (2) Sales Promotion



*Sales Promotion* adalah penawaran insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau layanan, meliputi diskon, kontes, kupon, dan lain - lain yang memiliki kualitas unik (Kotler & Armstrong, 2018). Berikut merupakan anggaran *Sales Promotion* Terra Charcoal dalam satu tahun :

**Tabel 4.6**  
**Anggaran *Sales Promotion* Terra Charcoal per Tahun**  
(Dalam Rupiah)

Promo <i>Launching</i>	50	Rp 30.000	Rp 1.500.000
Total			Rp 1.500.000

Sumber: Terra Charcoal, 2024

Berdasarkan Tabel 4.6, program promo *Launching* dengan menjual 1kg Arang Hexagonal, 1kg Arang Kubus dan 1kg Arang Silinder secara *Bundling* dengan harga Rp 30.000 kepada 50 pembeli yang dimana harga normal adalah Rp 42.000

## (3) Personal Selling

*Personal Selling* merupakan interaksi antara salesman dengan konsumen yang bertujuan menarik pelanggan, melakukan penjualan, dan membangun hubungan pelanggan. Program ini dapat membangun preferensi, keyakinan, dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Interaksi antara dua orang atau lebih membuat setiap orang dapat mengamati kebutuhan dan karakteristik orang lain dan membuat penyesuaian cepat (Kotler & Armstrong, 2018). Bagi bisnis Terra Charcoal yang berbasis toko online dan offline, strategi personal selling dijalankan dengan cara salah satu



karyawan kami menawarkan produk briket arang secara langsung ke restoran – restoran **Barbeque** yang memiliki peluang.

#### (4) *Direct Marketing*

*Direct Marketing* merupakan suatu program promosi dengan terlibat secara langsung dengan target konsumen individu atau komunitas secara hati – hati untuk mendapatkan tanggapan langsung dan membangun hubungan pelanggan yang langgeng. Pemasaran dapat berupa direct mail, catalog, pemasaran melalui telepon atau media sosial (Kotler & Armstrong, 2018). Terra Charcoal menggunakan platform media sosial untuk berinteraksi dengan konsumen dengan memposting konten yang menarik terkait produk atau promo yang sedang berlangsung. Selain bertujuan untuk menarik konsumen untuk melakukan pembelian, hal ini juga akan meningkatkan engagement dan loyalitas konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan.

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.



## BAB V

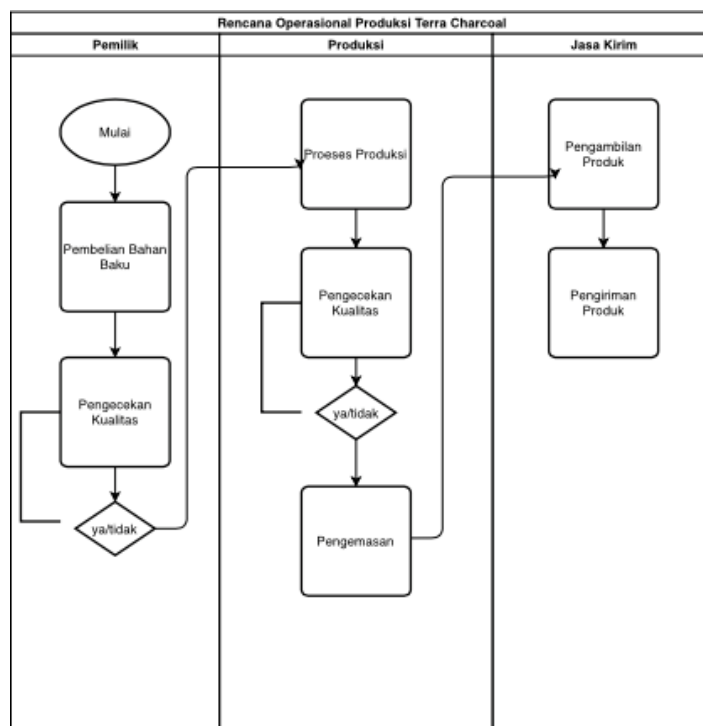
### RENCANA PRODUKSI DAN KEBUTUHAN OPERASIONAL

#### A. Proses Operasi Produk

Tujuan dari manajemen operasional adalah menggunakan berbagai variabel produksi seefisien mungkin, mulai dari bahan mentah, mesin, peralatan, dan sumber daya manusia hingga ke berbagai komoditas dan jasa. Manajemen operasi produk bagaimana penyelenggaraan proses konversi input menjadi output, baik yang menghasilkan barang atau jasa manufaktur (Ambarwati & Supardi, 2021). Terra Charcoal memiliki alur dari proses operasi produknya adalah sebagai berikut:

Gambar 5.1

#### Proses Operasi Produk Terra Charcoal



Sumber: Terra Charcoal, 2024



Dapat dilihat pada gambar 5.1 adalah proses operasi produk dari Terra Charcoal.

Proses dari operasi produk dari Terra Charcoal dengan cara online. Penjelasan dari proses operasi produk Terra Charcoal adalah berikut:

#### 1. Pembelian bahan baku

Terra Charcoal melakukan pembelian bahan baku seperti tempurung kelapa, serbuk kayu, dan tepung kanji untuk proses produksi dari briket arang. Setelah bahan baku di beli dilakukan pengecekan kualitas, jika kualitas tidak sesuai maka akan di balikan kepada produsen, jika sudah sesuai maka dilanjutkan ke proses selanjutnya.

#### 2. Bahan baku diproses oleh bagian produksi

Setelah bahan baku sudah dibeli dan sampai di tempat produksi yang berada di sunter, bahan baku langsung diolah menjadi briket arang. Hasil dari briket yang sudah selesai di lakukan pengecekan kualitas oleh bagian produksi, jika sudah sesuai maka akan dilakukan pengemasan, tetapi jika tidak sesuai akan di produksi ulang.

#### 3. Pengemasan produk

Briket arang yang sudah jadi di lakukan pengecekan kualitas dan di kemas ke dalam kemasan yang sudah ditentukan dan di taruh di dalam gudang.

#### 4. Pengiriman produk

Setelah pengemasan sudah selesai, dilakukan pengiriman produk kepada konsumen dengan menggunakan jasa kirim.

#### 5. Produk diterima oleh customer

Jasa kirim melakukan pengiriman kepada alamat yang sudah diberikan dan produk akan di terima oleh customer.



## B. Nama Pemasok

Pemasok adalah pihak yang menyediakan sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk memproduksi barang dan jasanya (Kotler & Amstrong, 2018). Pemasok memegang peranan penting dalam keberlangsungan suatu usaha. Kualitas produk yang dihasilkan bergantung pada pemilihan pemasok yang tepat. Perkembangan rantai pasokan dan pengoperasian tugas yang efisien sangat bergantung pada peran yang dimainkan oleh pemasok.

Berikut adalah nama pemasok dari Terra Charcoal:

**Tabel 5.1**  
**Daftar Pemasok Terra Charcoal**

No	Nama Pemasok	Alamat	No Telp	Kategori
1	Toko Agung Permai	Jl. Danau Sunter Utara, RT. 14/ RW.13, Sunter Agung, Jakarta Utara.	(021) 6405249	Kardus/Box, Stampel, Tinta Stampel, Kertas HVS A4, Tinta Printer, Sticker, Solatip, Tali Rafia, Gunting, Buku, Pulpen
2	Shopee	-	-	Meja, Kursi, Printer, Laptop, Etalase,
3	HB Jakarta Indonesia	Jakarta Timur	-	Serbuk Kayu, Tempurung Kelapa.
4	Anggrek Kang Raden	Jakarta Pusat	-	Tempurung Kelapa
5	Toko Bangunan Agung Sejahtera	Jalan Sunter Muara, RT. 11/05 No 55	081298926267	Terpal

Sumber: Terra Charcoal, 2024



## C. Deskripsi Rencana Operasi

Rencana operasi merupakan jadwal kegiatan yang perlu dilakukan dan segala persiapan sebelum memulai suatu usaha. Rencana operasi perlu disusun agar bisnis dapat berjalan dengan terorganisir dan tertata dengan baik sehingga dapat meminimalisir langkah pengerjaan yang kurang atau tertinggal untuk mendapatkan hasil kerja yang efektif. Berikut adalah rencana operasi dari Terra Charcoal:

**Tabel 5.2**  
**Rencana Operasi Terra Charcoal**

Kegiatan	Rencana Operasi																															
	Jun-24				Jul-24				Aug-24				Sep-24				Oct-24				Nov-24				Dec-24				Jan-25			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Analisis Bisnis																																
Survey Pesaing & Pemasok																																
Membuat SOP Usaha																																
Membuat NPWP & NIB																																
Membeli Perlengkapan, Peralatan & Bahan Baku																																
Merekrut & Melatih Karyawan																																
Produksi																																
Menyusun e-commerce & Media Sosial																																
Promosi																																
Menjalankan Usaha																																

Sumber: Terra Charcoal, 2024

Berikut adalah penjelasan dari rencana operasi dari Terra Charcoal:

### 1. Analisis Bisnis

Terra Charcoal melakukan kajian terhadap pasar dari arang briket dengan melakukan tren pasar, prospek usaha, dan permintaan konsumen. Hal ini untuk memastikan kelangsungan usaha bisnis yang ingin dijalankan, ukuran pasar pada saat ini, dan permintaan dari basis konsumen terhadap sasaran sehubungan dengan briket arang.

### Survey Pesaing dan Pemasok

Terra Charcoal mensurvey usaha terhadap persaingan pada pasar briket arang. Hal ini bertujuan untuk memastikan tingkat persaingan di pasar pakaian jadi serta kelebihan dan kekurangan pesaing. Terra Charcoal juga dapat memproduksi barang dan melaksanakan pemasaran yang efektif dengan data yang sudah dimiliki. Selain itu Terra Charcoal juga melakukan survey pemasok untuk menemukan produsen dan pemasok bahan mentah dengan biaya kompetitif yang dapat memenuhi standar kualitas yang sudah ditentukan oleh Terra Charcoal itu sendiri. Survey pemasok juga mencari tahu tentang kinerja masing – masing pemasok dan nilai produk adalah tujuan dari survey pemasok.

### 3. Membuat SOP Usaha

Terra Charcoal mengembangkan produsen operasi standar perusahaan atau yang biasa di singkat SOP. SOP memiliki tujuan untuk memungkinkan staff memahami pedoman yang telah ditentukan. Pembuatan SOP juga berupaya untuk menjamin seluruh pesanan, kedatangan produk dan penyiapan produk berjalan lancar dan tanpa kesalahan apa pun hingga produk sampai ke tangan pelanggan.



#### 4. Membuat NPWP & NIB



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

NPWP bertujuan sebagai salah satu syarat administrasi sebuah usaha dalam membuka usaha dan untuk memudahkan dalam membayar pajak. Berikut adalah langkah - langkah yang dibutuhkan dalam membuat NPWP bagi usaha dagang secara online (pajakku.com, 2021):

- Masuk ke dalam *website* <http://ereg.pajak.go.id> dan membuat akun.
- Setelah registrasi akun sudah berhasil dilakukan, maka akan muncul pemberitahuan dan terdapat keterangan sudah berhasil registrasi akun pada sistem Ditjen Pajak.
- Aktivasi e-Reg Pajak melalui *e-mail*.
- Mengisi formulir.
- Setelah formulir sudah di isi, maka dikirimkan formulir pendaftaran.
- Wajib pajak melakukan pencetakan dokumen dan mendatangi dokumen – dokumen yang sudah di cetak.
- Wajib pajak mengirimkan dokumen yang sudah ditanda tangani ke kantor pajak terdekat melalui pos paling lambat 14 hari setelah melakukan pendaftaran.
- NPWP akan dikirimkan oleh kantor pajak terdekat paling lama 3 – 14 hari kerja.

Sedangkan dalam membuat NIB yang bertujuan untuk sebuah usaha adalah sebagai berikut:

- Buka halaman web oss yaitu <https://oss.go.id> lalu melakukan klik pada bagian daftar.
- Melakukan pemilihan terhadap skala usaha
- Melakukan pemilihan pada jenis usaha



- d. Memasukan NIK dan melakukan verifikasi akun menggunakan nomor handphone atau dengan email
- e. Melengkapi profil usaha dan klik daftar.
- f. NIB akan muncul setelahnya.

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

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

**5. Membeli Perlengkapan, Peralatan, dan Bahan Baku**

Setelah menyelesaikan semua dokumen dan kewajiban dalam pembuatan usaha, Terra Charcoal melakukan pembelian bahan baku, perlengkapan dan juga peralatan untuk membantu operasional sehari – hari. Membeli bahan baku untuk produksi briket arang dari Terra Charcoal serta peralatan dan perlengkapan untuk mendukung fasilitas karyawan.

**6. Merekrut dan Melatih Karyawan**

Terra Charcoal membuka lowongan untuk berbagai peran yang diperlukan untuk mempertahankan operasi. Setelah proses perekrutan, Terra Charcoal melakukan penawaran informasi dan pelatihan untuk membantu anggota staff memahami pekerjaan yang dilakukan untuk usaha.

**7. Produksi**

Semua pembelian bahan baku sudah dilakukan dan Terra Charcoal saat ini dapat dilakukan. Produksi Terra Charcoal dilakukan secara langsung di sunter.

**8. Menyusun e-commerce dan Media Sosial**

Terra Charcoal hanya memiliki toko online untuk melakukan pembelian yaitu e-commerce dan media sosial instagram, tiktok, dan facebook. Terra Charcoal membuat konten dan design yang menarik agar customer bisa tertarik untuk melakukan pembelian di Terra Charcoal.

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.



## 9. Promosi



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
© Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Terra Charcoal menjalankan kampanye pemasaran untuk meningkatkan reputasi perusahaan dan menarik pelanggan baru. Customer diperkenalkan dengan Terra Charcoal melalui penawaran menarik selama promosi berlangsung.

## 10. Menjelaskan Usaha

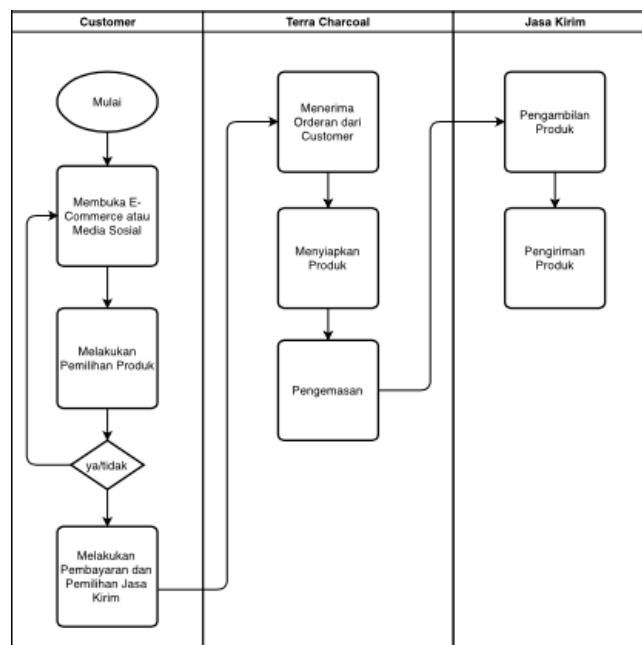
Pada bulan Januari 2025, Terra Charcoal mulai beroperasi setelah selesainya seluruh rencana operasional.

### D. Rencana Alur Produk

Rencana terhadap alur produk sangat penting untuk pengiriman hasil produksi yang tepat dan berencana kepada pelanggan dalam pengoperasian perusahaan yang menjual barang atau menyediakan jasa. Rencana alur produk dari Terra Charcoal adalah sebagai berikut:

Gambar 5.2

Rencana Alur Produk Terra Charcoal



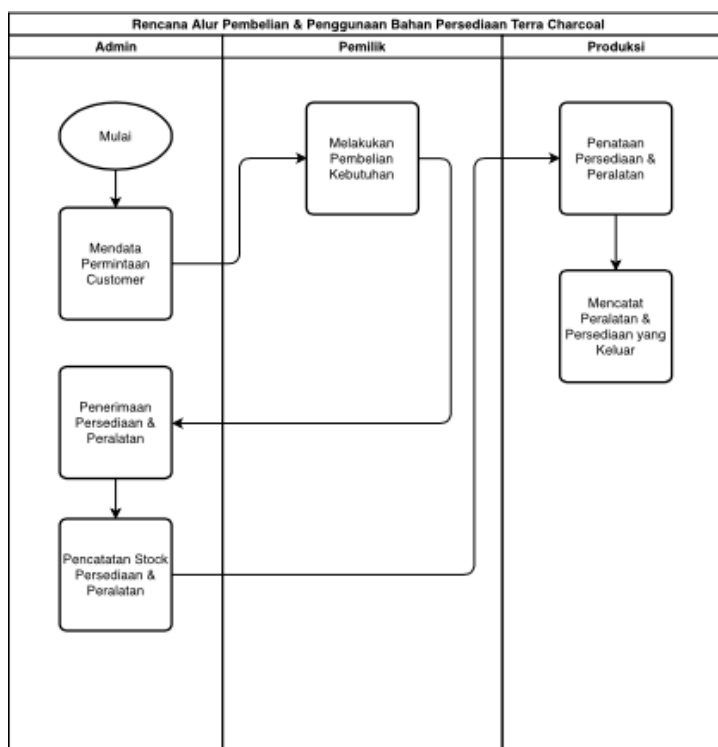
Sumber: Terra Charcoal, 2024

## E. Rencana Alur Pembelian dan penggunaan Bahan Persediaan

Selain berfungsi sebagai sarana manajemen biaya, alur dari pembelian dan pemanfaatan bahan persediaan perlu diatur dan dikelola untuk mencegah kesalahan dalam perolehan bahan persediaan dan penyalahgunaan bahan persediaan. Berikut adalah alur dari pembelian dan penggunaan bahan persediaan dari Terra Charcoal:

**Gambar 5.3**

### Rencana Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Persediaan Terra Charcoal



Sumber: Terra Charcoal, 2024

## F. Rencana kebutuhan Teknologi dan Peralatan Perusahaan

Sebuah perusahaan atau usaha membutuhkan banyak peralatan dan teknologi untuk menunjang operasionalnya, apalagi di zaman yang serba teknologi ini.

Dunia usaha dan masyarakat dapat beroperasi secara lebih produktif dan sukses dengan bantuan teknologi dan peralatan



Tabel 5.3

Rencana Kebutuhan Peralatan Perusahaan Terra Charcoal

No	Keterangan	Jumlah	Harga	Total
<b>Peralatan</b>				
1	Meja	1	Rp150,000	Rp150,000
2	Kursi	4	Rp15,000	Rp60,000
3	Printer	1	Rp570,000	Rp570,000
4	Laptop	1	Rp2,300,000	Rp2,300,000
5	Etalase	1	Rp156,000	Rp156,000
6	Oven	1	Rp1,200,000	Rp1,200,000
7	Kompor	1	Rp156,000	Rp156,000
8	Tumbukan Kayu	3	Rp15,000	Rp45,000
9	Ayakan	3	Rp55,000	Rp165,000
10	Baskom Besar	3	Rp15,000	Rp45,000
11	Spatula	5	Rp10,000	Rp50,000
12	Panci Besar	2	Rp200,000	Rp400,000
13	Mesin Cetak Briket Arang	2	Rp25,000,000	Rp50,000,000
<b>Total</b>				<b>Rp55,297,000</b>

Sumber: Terra Charcoal, 2024

Tabel 5.4

Rencana Kebutuhan Persediaan Perusahaan Terra Charcoal

No	Keterangan	Jumlah	Harga	Total
<b>Pelengkapan Produk</b>		1 Tahun		
1	Stampel	1	Rp30,000	Rp30,000
2	Tinta Stampel	2	Rp4,000	Rp8,000
3	Kertas HVS A4	2	Rp48,200	Rp96,400
4	Tinta Printer	1	Rp30,000	Rp30,000
5	Solatip	10	Rp2,621	Rp26,210
6	Tali Rafia	10	Rp10,000	Rp100,000
7	Gunting	5	Rp5,700	Rp28,500
8	Buku	2	Rp5,000	Rp10,000
9	Pulpen	2	Rp10,000	Rp20,000
10	Terpal	2	Rp28,500	Rp57,000
11	Cetakan Briket	15	Rp15,500	Rp232,500
12	Kardus	1500	Rp750	Rp1,125,000
<b>Total</b>				<b>Rp1,760,400</b>

Sumber Terra Charcoal, 2024



## G. Lay Out Bangunan Tempat Usaha

Dalam menjalankan perusahaan atau usaha sebagai pelaku usaha harus memiliki lokasi fisik. Seorang pendiri harus memiliki visi yang jelas sebelum membangun tempat usaha. Tentu saja juga harus mempertimbangkan setiap detail persyaratan untuk menjalankan pengoperasian produk dan menciptakan suasana kerja yang nyaman. Terra Charcoal tidak memiliki bangunan yang diperuntukan untuk penjualan secara offline, bangunan tempat usaha Terra Charcoal hanya diperuntukan untuk produksi dan tempat menyimpan produk yang berletak di Sunter.

Berikut adalah *lay out* bangunan dari tempat usaha Terra Charcoal. Luas lahan dari Terra Charcoal adalah 15mx6m dengan memiliki 6 ruangan yang difungsikan sebagai kantor dengan ukuran 4mx3m , gudang 4mx3m , tempat pengemasan 3mx3m , produksi 6mx4m , dapur 3mx4m , dan toilet 2mx3m. Berikut adalah layout dari bangunan Terra Charcoal :

**Gambar 5.4**  
**Lay Out Bangunan Tempat Usaha**



Sumber: Terra Charcoal, 2024



## BAB VI

### RENCANA ORGANISASI DAN SUMBER DAYA MANUSIA

#### A. Kebutuhan Jumlah Tenaga Kerja

Dalam menjalankan aktivitas bisnis, tentunya dibutuhkan tenaga kerja yang dapat mendukung keberlangsungan kegiatan operasional guna mencapai tujuan bisnis. Hungry Bowl merupakan perusahaan baru dengan ukuran yang kecil sehingga tenaga kerja yang dibutuhkan cenderung sedikit. Terra Charcoal mempekerjakan orang sesuai dengan kebutuhan. Berikut adalah Tenaga Kerja pada Terra Charcoal:

**Tabel 6.1**

**Rencana Kebutuhan Jumlah Tenaga Kerja Terra Charcoal**

No	Jabatan	Jumlah
1	Manajer	1
2	Admin	1
3	Produksi	1
4	Supir	1
Total		4

Sumber: Terra Charcoal, 2024

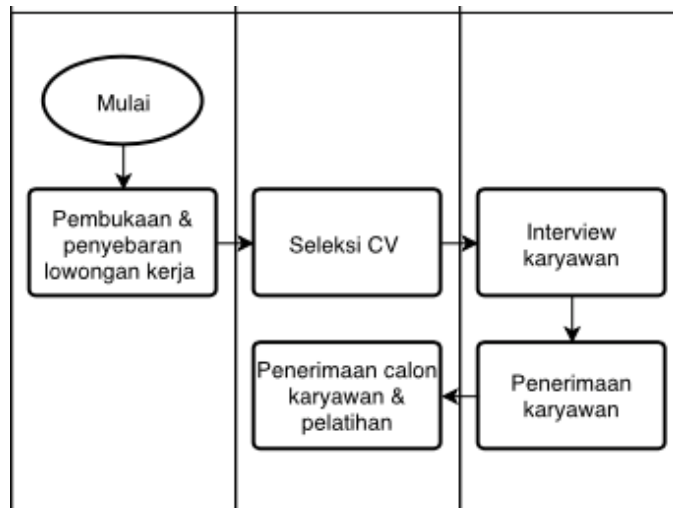
#### B. Proses Rekrutmen dan Seleksi Tenaga Kerja

Tujuan dari proses prekrutan adalah untuk menemukan atau menarik pelamar untuk lowongan kerja di suatu perusahaan. sebuah perusahaan dapat menemukan karyawan terbaik untuk suatu posisi melalui rekrutmen, atau dapat menemukan kandidat terbaik melalui iklan web, referensi, dan yang lainnya. sebagian besar pemilik bisnis mendasarkan keputusan pemilik tentang karyawan yang terbaik berdasarkan kuantitas kandidat. Pemilik bisnis memilih karyawan mana yang akan dipekerjakan berdasarkan lamaran yang diterima, atau berdasarkan

kinerja, pengalaman, keterampilan, kesesuaian, atau kualifikasi untuk posisi yang terbuka.

Berikut adalah flowchart proses rekrutmen dan seleksi tenaga kerja dari Terra Charcoal :

**Gambar 6.1**  
**Proses Rekrutmen dan Seleksi Tenaga Kerja Terra Charcoal**



Sumber: Terra Charcoal, 2024

Berikut adalah penjelasan dari proses rekrutmen dan seleksi tenaga kerja Terra Charcoal:

#### 1. Melakukan pembukaan dan penyebaran lowongan kerja

Pemilik melakukan pembukaan lowongan kerja dan melakukan penyebaran lowongan kerja di berbagai *social media* seperti, instagram, twitter, tiktok, facebook. Selain di *social media* Terra Charcoal menyebarkan di platform pencari kerja seperti *Jobstreet*, Glints, kalibr, dan lainnya.

#### 2. Menerima dan melakukan seleksi terhadap CV yang sudah diterima

Setelah dilakukan pembukaan dan penyebaran info lowongan kerja, CV yang sudah diterima oleh pemilik akan dilakukan tahap selanjutnya yaitu melakukan



seleksi terhadap kandidat karyawan Terra Charcoal berdasarkan kriteria yang sudah di tentukan oleh Terra Charcoal.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**3 Interview karyawan**

Pemilik sudah menentukan kandidat – kandidat karyawan yang sudah diseleksi dan dilakukan tahap selanjutnya yaitu interview karyawan yang sudah diterima seleksi CV. Interview dilakukan oleh pemilik dari Terra Charcoal secara langsung.

**4 Penerimaan karyawan**

Setelah dilakukan interview karyawan dilakukan seleksi lebih lanjut terhadap karyawan. Setelah karyawan yang berhasil lolos tahap seleksi akan dilakukan penerimaan dengan cara dari pihak pemilik menghubungi orang tersebut.

**5 Menerima calon karyawan dan melakukan pelatihan**

Karyawan yang sudah di terima akan langsung diberikan pelatihan dan pemberian informasi oleh pemilik yang sesuai dan tepat tentang pekerjaan yang akan dilakukan selama bekerja di Terra Charcoal.

**C Uraian Kerja (Job Description)**

Uraian kerja atau job description adalah informasi tertulis yang menguraikan tugas dan tanggung jawab, kondisi pekerjaan, hubungan pekerjaan dan aspek-aspek pekerjaan pada suatu jabatan tertentu dalam organisasi (Padli, 2020). Berikut adalah uraian kerja dari Terra Charcoal:

**Manajer**

- Melakukan dan pembuatan strategi, visi, misi, dan pengambilan keputusan pada perusahaan.
- Mengawasi alur dan proses dari operasional perusahaan.
- Melakukan pemasaran produk dan melakukan pencarian klien yang potensial.



- d. Melakukan pemantauan dari penerimaan dan pengeluaran keuangan perusahaan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### 2 Admin

- a. Menghasilkan data untuk laporan produk.
- b. Merespon pesanan dan keluhan klien.
- c. Memposting katalog produk ke media sosial dan situs e-commerce.
- d. Menangani penerimaan pesanan.
- e. Mendata barang dan masuk produk dan bahan baku.

#### 3 Produksi

- a. Melakukan penjadwalan produksi dan membuat produk.
- b. Melakukan pemeliharaan terhadap peralatan dan mesin produksi.
- c. Memasukkan produk ke dalam packaging
- d. Mendata persediaan dan pengeluaran produk.

#### 4 Supir

- a. Mengirim produk kepada customer.
- b. Mengambil bahan baku di pemasok.
- c. Melakukan perawatan terhadap kendaraan.

### D. Spesifikasi dan Kualifikasi Pekerjaan

Spesifikasi pekerjaan adalah uraian pesyaratan kualitas minimum orang yang bisa diterima agar dapat menjalankan satu jabatan dengan baik dan kompeten atau menyangkut kualifikasi petugas yang paling sesuai dengan pekerjaan yang dimaksud (Padli, 2020). Kualifikasi dan spesifikasi ini ditentukan sesuai dengan pekerjaan-pekerjaan yang disediakan perusahaan untuk mendukung proses operasi bisnis agar dapat mencapai tujuan perusahaan dengan baik. Spesifikasi dan kualifikasi pekerjaan dari karyawan Terra Charcoal sebagai berikut:



## 1. Manajer



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- a. Wanita
- b. Usia maksimal 30 tahun
- c. Pendidikan minimal S1 Bisnis atau Manajemen
- d. Diutamakan yang berdomisili di Jakarta
- e. Dapat mengoperasikan Microsoft Office dan *Google Technologies*
- f. Mempunyai sikap kepemimpinan dan memiliki komunikasi yang baik

## 2. Admin

- a. Diutamakan wanita
- b. Usia mulai dari 20 hingga 27 tahun
- c. Pendidikan minimal SMA, SMK/D3
- d. Diutamakan yang berdomisili di sekitar Sunter
- e. Dapat menggunakan Microsoft Excel dan Microsoft Word
- f. Memiliki komunikasi, ketelitian, jujur, bertanggung jawab
- g. Dapat bekerja di dalam tim

## 3. Produksi

- a. Diutamakan pria
- b. Usia mulai dari 20 hingga 30 tahun
- c. Pendidikan minimal SMA, SMK/D3
- d. Diutamakan yang berdomisili di sekitar Sunter
- e. Memiliki komunikasi, ketelitian, jujur, bertanggung jawab
- f. Dapat bekerja di dalam tim
- g. Dapat mengoperasikan peralatan dan mesin produksi

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.



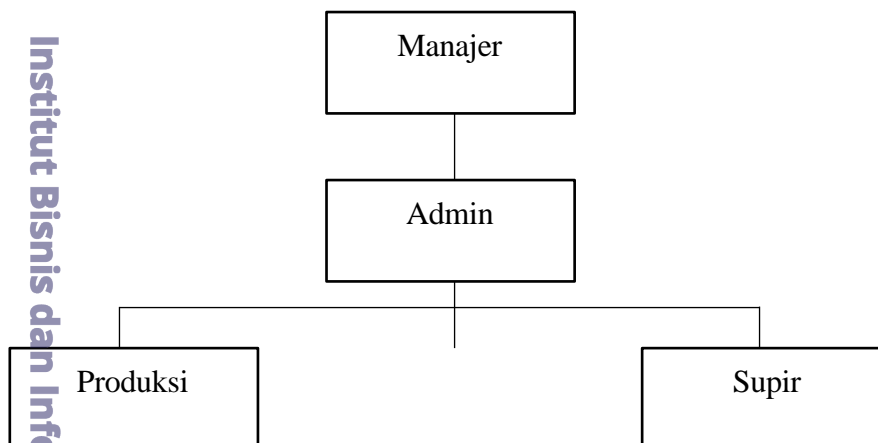
#### 4. Supir

- a. Diutamakan pria
- b. Usia mulai dari 25 hingga 30 tahun
- c. Pendidikan minimal SMA, SMK/D3
- d. Diutamakan yang berdomisili di sekitar Sunter
- e. Memiliki komunikasi, ketelitian, jujur, bertanggung jawab
- f. Memiliki SIM A dan SIM C
- g. Dapat membawa mobil atau motor.

#### E. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi adalah suatu manifestasi perwujudan organisasi yang menunjukkan hubungan antara fungsi otoritas dan tanggung jawab yang saling berinteraksi dari orang yang diberi tugas dan tanggung jawab atas setiap aktivitas (Hamali & Budihastuti, 2019). Berikut adalah struktur organisasi perusahaan dari Terra Charcoal adalah sebagai berikut:

**Gambar 6.2**  
**Struktur Organisasi Perusahaan Terra Charcoal**



Sumber: Terra Charcoal, 2024



## F. Kompensasi dan Balas Jasa Karyawan

Pekerja sangat penting bagi perusahaan, dan membayar karyawan dengan baik adalah salah satu cara untuk membentuk karyawan merasa nyaman dan dihargai atas kontribusi kerja.

Kompensasi yang mempertimbangkan perubahan sifat tempat kerja dan pekerjaan itu sendiri harus dirancang oleh pemilik usaha. Berbagai keuntungan dan hadiah, antara lain gaji, gaji pokok, gaji tambahan, tunjangan, pembayaran intensif, dan jasa lainnya, dapat digunakan sebagai bentuk imbalan usaha (Robbin & Coulter, 2017: 398).

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 2021 tentang Pengupahan, upah terendah bagi usaha mikro dan kecil terdapat pada Pasal 36 Bab VI ayat 2 yang menyatakan bahwa upah bagi usaha mikro dan kecil ditetapkan berdasarkan kesepakatan antara pengusaha dan pekerjaan atau buruh di perusahaan dengan ketentuan paling sedikit 50% dari rata – rata konsumsi masyarakat di tingkat provinsi dan nilai upah yang disepakati paling sedikit 25% di atas garis kemiskinan garis di tingkat provinsi. Berikut adalah rincian dari kompensasi dan balas jasa untuk karyawan Terra Charcoal:

**Tabel 6.2**

### Kompensasi dan Balas Jasa Karyawan Terra Charcoal tahun 2025

No	Jabatan	Jumlah	Gaji/bulan	Gaji/tahun	THR	Total 2025
1	Manajer	1	Rp2.500.000	Rp30.000.000	Rp 0	Rp30.000.000
2	Admin	1	Rp1.200.000	Rp14.400.000	Rp 0	Rp14.400.000
3	Produksi	1	Rp1.500.000	Rp18.000.000	Rp 0	Rp18.000.000
4	Supir	1	Rp1.200.000	Rp14.400.000	Rp 0	Rp14.400.000
<b>Total</b>						<b>Rp76.800.000</b>

Sumber : Terra Charcoal, 2024

**Tabel 6.3**

### Kompensasi dan Balas Jasa Karyawan Terra Charcoal 2025-2029

Tahun	2025	2026	2027	2028	2029
<b>Biaya</b>	Rp76,800,000	Rp88,320,000	Rp92,736,000	Rp97,372,800	Rp107,110,080

Sumber : Terra Charcoal, 2024



## BAB VII

### RENCANA KEUANGAN

#### A. Sumber dan Penggunaan Data

Modal yang terkadang disebut juga sebagai modal kerja, diperlukan untuk memulai dan menjalankan bisnis apa pun, tidak peduli seberapa besar atau kecilnya. Agar usaha dapat berjalan sebagaimana mestinya, operasionalnya harus dibiayai dengan menggunakan modal kerja. Sumber daya keuangan lain yang dibutuhkan oleh bisnis untuk mempertahankan operasi adalah modal kerja. Dana tersebut akan digunakan untuk menutupi pembayaran utang, biaya gaji karyawan, listrik, dan biaya lainnya. Modal tersebut dimaksudkan untuk penggunaan jangka pendek dan termasuk dalam asset lancar yang akan segera diubah menjadi uang tunai (Sudirman, *et. al.*, 2022). Terra Charcoal membutuhkan dana awal sebesar Rp 342.898.781 yang dimana uang tersebut didapatkan dari uang pribadi dari pemilik dan orang tua pemilik dari Terra Charcoal. Kebutuhan dana yang dibutuhkan oleh Terra Charcoal adalah sebagai berikut:

**Tabel 7.1**

#### Kebutuhan Dana Terra Charcoal

No	Keterangan	Jumlah
1	Kas Awal	Rp25,000,000
2	Pembelian Peralatan	Rp55,197,000
3	Building Image	Rp2,000,000
4	Bahan Baku	Rp10,701,781
5	Sewa Tempat Usaha	Rp250,000,000
6	Sewa Mobil	Rp50,000,000
<b>Total</b>		<b>Rp342,898,781</b>

Sumber: Terra Charcoal, 2024



## B. Biaya Pemasaran Tahunan

Terra Charcoal melakukan *budgeting* pemasaran dengan menggunakan *advertising* dan *sales promotion*. Terra Charcoal setiap tahunnya memiliki *budget* dalam pemasaran yang sama dan tidak mengalami kenaikan ataupun penurunan. Berikut adalah biaya pemasaran tahunan dari Terra Charcoal:

**Tabel 7.2**

### Anggaran Pemasaran Terra Charcoal

No	Periklanan	Jumlah Tayang	Harga	Total
<b>Advertising</b>				
1	Instagram Ads	24	Rp50,000	Rp1,200,000
2	Google Ads	12	Rp100,000	Rp1,200,000
<b>Sales Promotion</b>				
3	Free Trial Kubus / Silinder	30	Rp10,000	Rp300,000
<b>Total</b>				<b>Rp2,700,000</b>

Sumber: Terra Charcoal, 2024

## C. Biaya Administrasi dan Umum

Terra Charcoal memilih bank untuk biaya administrasi dan umumnya yaitu BCA. Terra Charcoal memilih untuk menggunakan bank tersebut dikarenakan kemudahan akses di seluruh tempat dan paling banyak penggunaanya di Indonesia. Terra Charcoal menggunakan kartu platinum dengan biaya kartu sebesar Rp. 20.000 perbulan (Tempo.com, 2022). Biaya administrasi dan umum dari Terra Charcoal adalah sebagai berikut:

**Tabel 7.3**

### Biaya Administrasi dan Umum Terra Charcoal

No	Keterangan	2025	2026	2027	2028	2029
1	Pembuatan Kartu ATM	Rp10,000				
2	Biaya Administrasi per bulan	Rp20,000	Rp21,000	Rp22,050	Rp23,153	Rp24,310
3	Biaya Administrasi per tahun	Rp240,000	Rp252,000	Rp264,600	Rp277,830	Rp291,722
<b>Total</b>		<b>Rp250,000</b>	<b>Rp252,000</b>	<b>Rp264,600</b>	<b>Rp277,830</b>	<b>Rp291,722</b>

Sumber: Terra Charcoal, 2024



#### D. Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja dari Terra Charcoal dibayar sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 2021 yang menyatakan bahwa usaha kecil atau mikro diperbolehkan membayar upah minimum sebesar 50% dari rata – rata konsumsi masyarakat provinsi. Berikut adalah biaya tenaga kerja dari Terra Charcoal

**Tabel 7.4**

**Biaya Tenaga Kerja Terra Charcoal Tahun 2025**

Tahun 2025						
No	Jabatan	Jumlah	Gaji/bulan	Gaji/tahun	THR	Total
1	Manajer	1	Rp 2.500.000	Rp 30.000.000	Rp -	Rp 30.000.000
2	Admin	1	Rp 1.200.000	Rp 14.400.000	Rp -	Rp 14.400.000
3	Produksi	1	Rp 1.500.000	Rp 18.000.000	Rp -	Rp 18.000.000
4	Supir	1	Rp 1.200.000	Rp 14.400.000	Rp -	Rp 14.400.000
<b>Total</b>						Rp 76.800.000

Sumber: Terra Charcoal, 2024

**Tabel 7.5**

**Biaya Tenaga Kerja Terra Charcoal Tahun 2025 - 2029**

Tahun	2025	2026	2027	2028	2029
Biaya	Rp76.800.000	Rp88.320.000	Rp98.336.000	Rp109.009.600	Rp127.811.040

Sumber: Terra Charcoal, 2024

#### E. Biaya Penyusutan Peralatan

Menurut teknik penyusutan garis lurus, asset tetap harus memberikan kontribusi jumlah yang sama selama masa manfaatnya dan disusutkan dengan tarif yang sama setiap periode sampai asset tersebut tidak diperlukan lagi untuk operasional (Olivia, *et. al.*, 2021). Berikut penyusutan peralatan adalah sebagai berikut:



**Tabel 7.6**

**Biaya Penyusutan Peralatan Terra Charcoal Tahun 2025 - 2029**

Keterangan	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Peralatan	55,197,000					
Penyusutan Peralatan		11,039,400	11,039,400	11,039,400	11,039,400	11,039,400
Akumulasi Penyusutan		11,039,400	22,078,800	33,118,200	44,157,600	55,197,000

Sumber: Terra Charcoal, 2024

**F. Biaya Pemeliharaan**

Pengeluaran tahunan yang dikeluarkan oleh bisnis untuk pemeliharaan rutin fasilitas dan mesin yang digunakannya untuk menjalankan operasinya dikenal dengan biaya pemeliharaan. Terra Charcoal memperkirakan kenaikan biaya pemeliharaan tahunan sebesar 5,28%, berdasarkan pertumbuhan inflasi tahunan di Indonesia. Berikut adalah biaya pemeliharaan Terra Charcoal:

**Tabel 7.7**

**Biaya Pemeliharaan Terra Charcoal Tahun 2025**

No	Keterangan	Harga	Per Tahun	Total
1	Service Oven	Rp120,000	1	Rp120,000
2	Service Kompor	Rp150,000	1	Rp150,000
3	Service Mesin Cetak	Rp500,000	1	Rp500,000
<b>Total</b>				<b>Rp770,000</b>

Sumber: Terra Charcoal, 2024

**Tabel 7.8**

**Proyeksi Biaya Pemeliharaan Terra Charcoal 2025 – 2029**

Tahun	2025	2026	2027	2028	2029
Biaya	Rp770,000	Rp810,656	Rp853,459	Rp898,521	Rp945,963

Sumber: Terra Charcoal, 2024



## G, Biaya Utilitas

Terra Charcoal memiliki biaya utilitas yang terdiri dari listrik, air, dan internet. Terra

Charcoal melakukan asumsi kenaikan setiap tahunnya sebanyak 5,28% dikarenakan rata – rata dari inflasi yang ada di Indonesia. Berikut adalah rincian biaya utilitas dari Terra Charcoal:

### 1. Listrik

Terra Charcoal masuk ke dalam golongan B-2/TR Dengan memiliki daya 6.600

VA-200 Kva dengan biaya sebesar Rp. 1.44,70 per kWh (cnbcindonesia, 2023).

### 2. Air

Terra Charcoal masuk ke dalam kelompok IV A dengan biaya 10 m<sup>3</sup> – 20 m<sup>3</sup> sebesar Rp. 8.150,00. Terra Charcoal masuk ke dalam kategori ini dikarenakan membutuhkan 15 m<sup>3</sup> (Pamjaya, 2023)

### 3. Internet

Terra Charcoal menggunakan wifi indihome dengan biaya Rp. 115.000 perbulan dan kecepatan 20 Mbps (money.kompas, 2022). Berikut adalah rincian biaya utilitas dari Terra Charcoal:

**Tabel 7.9**

**Biaya Utilitas Terra Charcoal Tahun 2025**

No	Biaya Utilitas	Harga Perbulan	Harga Pertahun
1	Listrik	Rp48,720	Rp584,640
2	Air	Rp122,250	Rp1,467,000
3	Internet	Rp115,000	Rp1,380,000
4	Bensin mobil	Rp200,000	Rp2,400,000
<b>Total</b>			<b>Rp3,431,640</b>

Sumber: Terra Charcoal, 2024



**Tabel 7.10**

**Proyeksi Biaya Utilitas Terra Charcoal Tahun 2025- 2029**

Tahun	2024	2025	2026	2027	2028
<b>Biaya Utilitas</b>	Rp3,431,640	Rp3,527,726	Rp3,626,502	Rp3,728,044	Rp3,832,430

Sumber: Terra Charcoal, 2024

**Biaya Peralatan dan Perlengkapan**

Terra Charcoal membutuhkan sumber daya untuk menjalankan bisnis. Sumber daya ini mencakup peralatan dan perlengkapan yang diperlukan untuk operasi sehari – hari. Biaya peralatan dan perlengkapan di asumsikan oleh Terra Charcoal sebesar 5,28% per tahun karena rata – rata inflasi tahunan di Indonesia. Biaya peralatan dan perlengkapan dari Terra Charcoal adalah sebagai berikut:

**Tabel 7.11**

**Biaya Peralatan Terra Charcoal Tahun 2025**

No	Keterangan	Jumlah	Harga	Total
<b>Peralatan</b>				
1	Meja	1	Rp150,000	Rp150,000
2	Kursi	4	Rp15,000	Rp60,000
3	Printer	1	Rp570,000	Rp570,000
4	Laptop	1	Rp2,300,000	Rp2,300,000
5	Etalase	1	Rp156,000	Rp156,000
6	Oven	1	Rp1,200,000	Rp1,200,000
7	Kompor	1	Rp156,000	Rp156,000
8	Tumbukan Kayu	3	Rp5,000	Rp15,000
9	Ayakan	3	Rp40,000	Rp120,000
10	Baskom Besar	3	Rp15,000	Rp45,000
11	Spatula	5	Rp10,000	Rp50,000
12	Panci Besar	3	Rp125,000	Rp375,000
13	Mesin Cetak Briket	2	Rp25,000,000	Rp50,000,000
<b>Total</b>				<b>Rp55,197,000</b>

Sumber: Terra Charcoal, 2024



**Tabel 7.12**

**Biaya Persediaan Terra Charcoal Tahun 2025**

No	Keterangan	Jumlah	Harga	Total
<b>Perlengkapan Produk</b>		1 Tahun		
	Stampel	1	Rp30,000	Rp30,000
	Tinta Stampel	2	Rp5,000	Rp10,000
	Kertas HVS A4	2	Rp48,200	Rp96,400
	Tinta Printer	1	Rp30,000	Rp30,000
	Solatip	10	Rp3,500	Rp35,000
	Tali Rafia	10	Rp10,000	Rp100,000
	Gunting	5	Rp5,700	Rp28,500
	Buku	2	Rp5,000	Rp10,000
	Pulpen	2	Rp3,000	Rp6,000
	Terpal	2	Rp28,500	Rp57,000
	Cetakan Briket	15	Rp15,500	Rp232,500
	Kardus	1500	Rp750	Rp1,125,000
<b>Total</b>				<b>Rp1,760,400</b>

Sumber: Terra Charcoal, 2024

**Tabel 7.13**

**Proyeksi Biaya Persediaan Bahan Baku Terra Charcoal Tahun 2025 – 2029**

Tahun	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Biaya	Rp325,775	Rp12,116,660	Rp19,066,286	Rp22,085,656	Rp26,308,634	Rp30,606,905

Sumber: Terra Charcoal, 2024

**I. Biaya Bahan Baku / HPP Produk**

Dalam proses produksi, bahan mentah merupakan bahan pokok atau primer yang diubah menjadi barang jadi. Bahan mentah memiliki nilai yang tinggi jika dikaitkan dengan pesanan atau barang tertentu. Biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh bahan mentah dan menyiapkannya untuk diolah menjadi suatu produk disebut biaya bahan baku (Mashud, 2021).

Berikut bahan baku Terra Charcoal:



**Tabel 7.14**

**Biaya Bahan Baku Terra Charcoal Tahun 2025**

Pengeluaran untuk Bahan Baku				
No	Jenis Produk	Modal	Penjualan	Total
1	Arang Hexagonal	7.511	458	3.439.840
2	Arang Kubus	9.298	364	3.384.567
3	Arang Silinder	9.298	417	3.877.374
<b>Total Biaya Bahan Baku</b>				<b>10.701.781</b>

Sumber: Terra Charcoal, 2024

**Tabel 7.15**

**Proyeksi Bahan Baku Terra Charcoal Tahun 2025 – 2029**

No	Jenis Produk	2025	2026	2027	2028	2029
1	Arang Hexagonal	IDR 3,439,840	IDR 5,838,762	IDR 6,715,152	IDR 8,007,755	IDR 9,375,051
2	Arang Kubus	IDR 3,384,567	IDR 5,925,020	IDR 6,814,357	IDR 8,126,056	IDR 9,513,553
3	Arang Silinder	IDR 3,877,374	IDR 6,754,523	IDR 7,768,368	IDR 9,263,704	IDR 10,845,450
<b>Total Pengeluaran Bahan Baku per Tahun</b>		<b>IDR 10,701,781</b>	<b>IDR 18,518,304</b>	<b>IDR 21,297,877</b>	<b>IDR 25,397,516</b>	<b>IDR 29,734,054</b>

Sumber: Terra Charcoal, 2024

**Tabel 7.16**

**Proyeksi total HPP Produk Terra Charcoal tahun 2025 – 2029**

Jenis Produk	2025			2026			2027			2028			2029		
	HPP Produk	Jumlah Unit	Total HPP	HPP Produk	Jumlah Unit	Total HPP	HPP Produk	Jumlah Unit	Total HPP	HPP Produk	Jumlah Unit	Total HPP	HPP Produk	Jumlah Unit	Total HPP
Arang Hexagona	IDR 7.511	458	IDR 3.439.840	IDR 7.721	756	IDR 5.838.762	IDR 7.937	846	IDR 6.715.152	IDR 8.159	981	IDR 8.007.755	IDR 8.388	1118	IDR 9.375.051
Arang Kubus	IDR 9.298	364	IDR 3.384.567	IDR 9.559	620	IDR 5.925.020	IDR 9.826	693	IDR 6.814.357	IDR 10.101	804	IDR 8.126.056	IDR 10.384	916	IDR 9.513.553
Arang Silinder	IDR 9.298	417	IDR 3.877.374	IDR 9.559	707	IDR 6.754.523	IDR 9.826	791	IDR 7.768.368	IDR 10.101	917	IDR 9.263.704	IDR 10.384	1044	IDR 10.845.450
<b>Total HPP per Tahun</b>	<b>IDR 10.701.781</b>			<b>IDR 18.518.304</b>			<b>IDR 21.297.877</b>			<b>IDR 25.397.516</b>			<b>IDR 29.734.054</b>		

Sumber : Terra Charcoal, 2024



## J. Proyeksi Keuangan

Proyeksi keuangan berfungsi sebagai anggaran untuk operasional yang sedang berlangsung dan dimaksud untuk memberikan gambaran umum mengenai aliran dana masuk dan keluar suatu perusahaan. Segala sesuatu yang berkaitan dengan pembiayaan anggaran bisnis akan dimasukkan dalam prediksi ini. di antara perkiraan keuangan tersebut adalah:

### 1. Proyeksi Laba Rugi

Pengeluaran laba dan rugi suatu bisnis untuk jangka waktu tertentu dimasukkan dalam proyeksi laporan laba rugi, yaitu laporan yang membantu untuk menentukan apakah sebuah bisnis memperoleh keuntungan atau kerugian. Proyeksi Laba Rugi dari Terra Charcoal adalah sebagai berikut:

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.



**Tabel 7.17**

**Proyeksi Laba Rugi Terra Charcoal Tahun 2025 – 2029**

Keterangan	Tahun				
	2025	2026	2027	2028	2029
Penjualan	172.110.000	293.888.976	335.043.351	397.253.270	464.865.814
<b>Biaya Variabel</b>					
Biaya Perlengkapan	1.848.420	1.940.841	2.037.883	2.139.777	2.246.766
Biaya Bahan Baku	10.701.781	18.518.304	21.297.877	25.397.516	29.734.054
<b>Total Biaya Variabel</b>	<b>12.550.201</b>	<b>20.459.145</b>	<b>23.335.760</b>	<b>27.537.293</b>	<b>31.980.820</b>
<b>MARGIN KONTRIBUTSI</b>	<b>159.559.799</b>	<b>273.429.830</b>	<b>311.707.591</b>	<b>369.715.977</b>	<b>432.884.994</b>
<b>Biaya Tetap</b>					
Biaya Pemasaran	2.700.000	2.700.000	2.700.000	2.700.000	2.700.000
Biaya Amortisasi Tidak Berwujud	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000
Biaya Tenaga Kerja	76.800.000	88.320.000	92.736.000	97.372.800	107.110.080
Biaya Penyusutan Peralatan	11.039.400	11.039.400	11.039.400	11.039.400	11.039.400
Biaya Administrasi	250.000	252.000	264.600	277.830	291.722
Biaya Penyusutan Tempat Usaha	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000
<b>Total Biaya Tetap</b>	<b>141.189.400</b>	<b>152.711.400</b>	<b>157.140.000</b>	<b>161.790.030</b>	<b>171.541.202</b>
<b>Total Biaya</b>	<b>153.739.601</b>	<b>173.170.545</b>	<b>180.475.760</b>	<b>189.327.323</b>	<b>203.522.022</b>
<b>EBT</b>	<b>18.370.399</b>	<b>120.718.430</b>	<b>154.567.591</b>	<b>207.925.947</b>	<b>261.343.792</b>
<b>Tax (0.5%)</b>					
<b>EAT</b>	<b>18.370.399</b>	<b>120.718.430</b>	<b>154.567.591</b>	<b>207.925.947</b>	<b>261.343.792</b>

Sumber: Terra Charcoal, 2024

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau seluruh atau sebagian isi dari laporan ini untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 2. Proyeksi Arus Kas

Arus kas suatu perusahaan mempunyai dampak besar terhadap seberapa baik fungsi dari operasionalnya. Ketika suatu perusahaan kekurangan dana, hal ini dapat mengakibatkan biaya yang tidak terbayar seperti bunga bank, gaji staf, dan hutang perusahaan. Laporan Arus Kas yang dapat diantisipasi dari Terra Charcoal adalah sebagai berikut:

**Tabel 7.18**  
**Proyeksi Arus Kas Terra Charcoal Tahun 2025 – 2029**

Keterangan	2024	2025	2026	2027	2028	2029
<b>Arus Kas Masuk</b>						
Penjualan		172.110.000	293.888.976	335.043.351	397.253.270	464.865.814
Setor Modal	342.898.781					
<b>Total Arus Kas Masuk</b>	<b>342.898.781</b>	<b>172.110.000</b>	<b>293.888.976</b>	<b>335.043.351</b>	<b>397.253.270</b>	<b>464.865.814</b>
<b>Arus Kas Keluar</b>						
Persediaan Bahan Baku	10.701.781	10.701.781	18.51.304	21.297.877	25.397.516	29.734.054
Biaya Perlengkapan		1.848.420	1.940.841	2.037.883	2.139.777	2.246.766
Biaya Utilitas		3.431.640	3.527.726	3.626.502	3.728.044	3.832.430
Biaya Pemeliharaan		770.000	810.656	853.459	898.521	945.963
Biaya Tenaga Kerja		76.800.000	88.320.000	92.736.000	97.372.800	107.110.080
Biaya Pemasaran		2.700.000	2.700.000	2.700.000	2.700.000	2.700.000
Biaya Administrasi		250.000	252.000	264.600	277.830	291.722
Biaya Transportasi		55.000.000	56.540.000	58.123.120	59.750.567	61.423.583
Biaya Sewa Tempat Usaha	250.000.000					
Biaya Pajak		-	-	-	-	-
<b>Pengeluaran Investasi</b>						
Investasi Aktiva Tetap Berwujud						
Pembelian Peralatan	55.197.000					
Building Image	2.000.000					
<b>Total Arus Kas Keluar</b>	<b>317.898.781</b>	<b>151.501.841</b>	<b>172.609.527</b>	<b>181.639.441</b>	<b>192.265.056</b>	<b>208.284.598</b>
Jumlah Arus Kas Bersih	25.000.000	20.608.159	121.279.448	153.403.910	204.988.214	256.581.216
Saldo Kas Awal		25.000.000	45.608.159	166.887.607	320.291.517	525.279.732
<b>Saldo Kas Akhir</b>	<b>25.000.000</b>	<b>45.608.159</b>	<b>166.887.607</b>	<b>320.291.517</b>	<b>525.279.732</b>	<b>781.860.948</b>

Sumber: Terra Charcoal, 2024



### 3. Proyeksi Neraca

Jika sebuah bisnis yang akan beroperasi sebagai pemilik, dapat memaami bagaimana keadaan keuangannya, maka neraca harus dibuat. Informasi mengenai keadaan keuangan suatu bisnis selama periode waktu tertentu dapat dilihat pada neraca.

Neraca dari Terra Charcoal adalah sebagai berikut:

**Tabel 7.19**  
**Proyeksi Neraca Terra Charcoal Tahun 2025 – 2029**

Keterangan	2024	2025	2026	2027	2028	2029
<b>AKTIVA</b>						
<b>Aktiva Lancar</b>						
Kas	10.801.781	45.608.159	166.887.607	320.291.517	525.279.732	781.860.948
Persediaan Bahan Baku Langsung	325.775	12.116.660	19.066.286	22.085.656	26.308.634	30.606.905
Persediaan Bahan Baku tidak Langsung	55.197.000	60.716.700	66.788.370	73.467.207	80.813.928	88.895.320
Persediaan Perlengkapan	1.760.400	1.809.691	1.860.363	1.912.453	1.966.001	2.021.049
Total Aktiva Lancar	68.084.956	120.251.210	254.602.626	417.756.833	634.368.295	903.384.222
<b>Aktiva Tetap</b>						
Peralatan	60.716.700	60.716.700	60.716.700	60.716.700	60.716.700	60.716.700
Akumulasi Penyusutan Peralatan		(11.039.400)	(11.039.400)	(11.039.400)	(11.039.400)	(11.039.400)
Tempat usaha	250.000.000	250.000.000	250.000.000	250.000.000	250.000.000	250.000.000
Akumulasi Penyusutan Tempat Usaha		(50.000.000)	(50.000.000)	(50.000.000)	(50.000.000)	(50.000.000)
Total Aktiva Tetap Berwujud	310.716.700	249.677.300	249.677.300	249.677.300	249.677.300	249.677.300
<b>Aktiva Tidak Berwujud</b>						
Aktiva Tidak Berwujud	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Akumulasi Amortisasi Aktiva Tidak Berwujud		400.000	800.000	1.200.000	1.600.000	2.000.000
Total Aktiva Tidak Berwujud	2.000.000	2.400.000	2.800.000	3.200.000	3.600.000	4.000.000
Total Aktiva Tetap	312.716.700	252.077.300	252.477.300	252.877.300	253.277.300	253.677.300
Total Aktiva	380.801.656	372.328.510	507.079.926	670.634.133	887.645.595	1.157.061.522
<b>PASIVA</b>						
Modal sendiri	380.801.656	353.958.111	367.991.097	395.348.112	525.152.056	687.791.783
Laba Ditahan			18.370.399	120.718.430	154.567.591	207.925.947
Laba Tahun Berjalan		18.370.399	120.718.430	154.567.591	207.925.947	261.343.792
Total Pasiva	380.801.656	372.328.510	507.079.926	670.634.133	887.645.595	1.157.061.522

Sumber: Terra Charcoal, 2024



## K. Analisis Kelayakan Investasi

Perusahaan harus menilainya secara finansial berdasarkan sejumlah kriteria sebelum menentukan apakah akan melakukan investasi di dalamnya. Standar – standar ini sebagian besar ditentukan oleh kebutuhan masing – masing bisnis dan pendekatan yang dipilih (Yuliana, 2022).

Analisis kelayakan investasi dari Terra Charcoal adalah sebagai berikut:

### 1. Payback Period (PP)

*Payback period* adalah pendekatan evaluasi jangka yang mengukur laba atas investasi proyek perusahaan selama jangka waktu yang telah ditentukan (Yuliana, 2022). *Payback period* memiliki rumus untuk melakukan perhitungannya, yaitu:

Keterangan:

$$\text{Payback Periode} = n + \frac{a - b}{c - b} \times 1 \text{ tahun}$$

N Arus kas pada tahun terakhir yang tidak menutup investasi awal

C Total kumulatif pada arus kas pada tahun (n+1)

A Total investasi

B = Total kumulatif arus kas (tahun ke-n)

**Tabel 7.20**  
**Payback Period Terra Charcoal**

Investasi		380.801.656
Tahun	PV of Net Cash Flow (NCF)	Akumulasi NCF
2024	(380.801.656)	
2025	39.752.601	Rp 39.752.601
2026	126.785.650	Rp 166.538.251
2027	212.087.199	Rp 378.625.449
2028	303.167.519	Rp 681.792.968
2029	393.318.663	Rp 1.075.111.630

Sumber: Terra Charcoal, 2024

Dari hasil perhitungan pada Tabel 7.19 dapat dilihat bahwa *payback period* dari Terra Charcoal adalah 2 tahun 2 hari. Hal tersebut menjelaskan bahwa Terra Charcoal dapat dijalankan atau layak karena pengembalian investasi yang didapat tidak melebihi waktu 5 tahun.

## 2. Net Present Value (NPV)

Hasil dari perbandingan dua angka VP dan *net present value*. Membandingkan nilai kas bersih dan nilai investasi sekarang selama investasi dilakukan dengan menggunakan pendekatan *net present value* (Yuliana, 2022). *Net present value* memiliki kriteria dalam melihat layak atau tidaknya sebuah usaha, berikut adalah kriteria dari *net present value*:

- $NPV > 0$ , Diterima
- $NPV < 0$ , Ditolak

**Tabel 7.21**  
**Net Present Value Terra Charcoal**

Tahun	Net Cash Flow	14,73%	PV of NCF
		$1/(1+r)^t$	
1	45.608.159	0,872	39.752.601
2	166.887.607	0,760	126.785.650
3	320.291.517	0,662	212.087.199
4	525.279.732	0,577	303.167.519
5	781.860.948	0,503	393.318.663
Total PV of NCF			1.075.111.630
Initial Investment			380.801.656
NPV			694.309.974

Sumber: Terra Charcoal, 2024

Terra Charcoal mendapatkan NPV sebesar Rp. 694.309.974. Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa NPV yang dimiliki Terra Charcoal dapat diterima karena memiliki hasil NPV di atas 0.



### 3. *Profability Index* (PI)



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

Sebuah teknik yang disebut *profability index* menghitung rasio aktivitas antara nilai bersih pada saat ini dan total dari nilai saat ini serta pengeluaran investasi yang dilakukan selama periode investasi (Yuliana, 2022). *Profability index* memiliki kriteria dalam melihat layak atau tidaknya sebuah usaha, berikut adalah kriteria dari *profability index*:

- PI > 0, Layak
- PI < 1, Tidak Layak

Rumus untuk menghitung *profability index* adalah sebagai berikut:

$$PI = \frac{PV \text{ of NCF}}{\text{Investasi Awal}}$$

<b>Indeks Profitabilitas =</b>	<b><u>Nilai Investasi Sekarang</u></b>	Rp 1.029.556.808	
	<b>Modal Awal</b>	Rp 380.801.656	2,70

Berdasarkan dari perhitungan dari *profability index* mendapatkan hasil 6.62 yang dimana berdasarkan kriteria yang sudah dijelaskan sebelumnya jika PI > 0 maka usaha layak untuk di jalankan.

### L. Analisis Kelayakan Usaha Menggunakan Analisis Break Even Point (BEP)

Titik dimana suatu bisnis tidak menghasilkan uang disebut *break even point*. Suatu perusahaan juga dikatakan telah mencapai *break event point* jika seluruh pendapatannya sesuai dengan seluruh pengeluarannya atau jika margin keuntungannya dibatasi untuk membayar pengeluaran tetap (Mulyadi, dalam Brahim, 2021:30). Rumus dari *break even point* adalah sebagai berikut:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

$$BEP = \frac{\text{Total biaya tetap (FC)}}{1 - \frac{\text{Total biaya variabel (VC)}}{\text{Total penjualan}}}$$

Tabel 7.22

Analisis Break Even Point Terra Charcoal Tahun 2025 - 2029

Tahun	Penjualan	Biaya Variabel (VC)	Biaya Tetap (FC)	1-(VC/Penjualan)	Break Even Point (BEP)
2025	172.110.000	12.550.201	141.189.400	0,93	152.294.675
2026	293.888.976	20.459.145	152.711.400	0,93	164.137.896
2027	335.043.351	23.335.760	157.140.000	0,93	168.904.171
2028	397.253.270	27.537.293	161.790.030	0,93	173.840.522
2029	464.865.814	31.980.820	171.541.202	0,93	184.214.379

Sumber: Terra Charcoal, 2024

Berdasarkan Tabel 7.21 di atas mendapatkan hasil penjualan dari Terra Charcoal lebih besar dari hasil *break even point*. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut dapat diartikan kalau usaha dari Terra Charcoal dapat dan layak untuk dijalankan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.



## BAB VIII

### ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA

#### A. Dampak Terhadap Masyarakat Sekitar

##### 1. Dampak pemasaran terhadap masyarakat

Pemasaran yang dijalankan oleh Terra Charcoal dirancang untuk menghadirkan penawaran yang menarik dan akan meningkatkan penjualan arang briket. Selain itu hal ini juga mempengaruhi masyarakat yang memiliki kesempatan untuk mempelajari lebih lanjut bagaimana arang briket dapat membantu dan menghemat energi untuk memasak. Pengenalan Terra Charcoal kepada public dapat meningkatkan merek dengan pemasaran yang dilakukan. Membangun citra merek yang positif akan meningkatkan penjualan arang briket dan meningkatkan persepsi masyarakat terhadap arang briket.

##### 2. Dampak produksi dan teknologi terhadap masyarakat

Produksi arang briket menggunakan teknologi modern dan dapat memiliki beberapa dampak positif bagi masyarakat. Produksi arang briket cenderung lebih ramah lingkungan dibandingkan arang tradisional karena mengurangi penebangan pohon. Hal ini dapat mendukung konservasi hutan dan mengurangi polusi udara. Teknologi pembuatan arang briket bisa membuka peluang usaha bagi masyarakat lokal, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan. penggunaan arang briket juga bisa mengurangi pengeluaran rumah tangga untuk bahan bakar, memberikan akses yang lebih terjangkau pada energi untuk memasak dan pemanasan.

##### 3. Dampak organisasi dan SDM terhadap masyarakat

Penggunaan arang briket dalam usaha dapat memiliki dampak yang signifikan pada organisasi dan sumber daya manusia yang terlibat. Organisasi yang terlibat dalam produksi arang briket harus memperhatikan berbagai aspek, termasuk manajemen rantai



pasok, pengelolaan produksi, pemasaran, dan distribusi. Dari segi SDM, usaha arang briket dapat menciptakan peluang bagi pelatihan dan peningkatan keterampilan bagi tenaga kerja lokal. Hal ini dapat meningkatkan daya saing pekerja dalam industri energi terbarukan serta membantu dalam mengurangi pengangguran di masyarakat.

## B. Dampak Terhadap Lingkungan

### 1. Dampak produksi dan teknologi terhadap lingkungan

Produksi arang briket dengan teknologi modern cenderung memiliki dampak yang lebih rendah pada lingkungan dibandingkan dengan produksi arang tradisional. Penggunaan teknologi arang briket dapat mengurangi tekanan terhadap hutan karena menggunakan bahan baku non kayu atau limbah biomasa. Teknologi produksi arang briket modern cenderung menghasilkan emisi gas rumah kaca yang lebih rendah dibandingkan arang tradisional, membantu mengurangi dampak terhadap perubahan iklim.

### 2. Penanganan limbah yang dihasilkan akibat proses produksi

Penanganan limbah yang dihasilkan dari proses produksi arang briket adalah salah satu aspek yang sangat penting dalam menjaga lingkungan dan keberlanjutan. Limbah yang dihasilkan dari arang briket akan dilakukan pengolahan ulang seperti limbah debu arang atau sisa – sisa yang tidak dapat digunakan kembali kepada industri lainnya. Debu arang dapat diolah menjadi karbon aktif untuk digunakan dalam filter air atau pengolahan limbah lainnya.



## C. Analisis Resiko Usaha

### 1. Resiko internal

Resiko internal yang dapat terjadi pada Terra Charcoal adalah sebagai berikut:

#### a. Kualitas produk

Risiko terkait kualitas produk dapat muncul jika ada kesalahan dalam proses produksi yang mengakibatkan arang briket tidak sesuai standar atau memiliki performa yang rendah.

#### b. Manajemen operasional

Masalah dalam manajemen operasional seperti kegagalan peralatan, kurangnya perawatan, atau kesalahan dalam manajemen stok bahan baku bisa mempengaruhi produktivitas dan kualitas produk.

#### c. Ketergantungan pada pasokan bahan baku

Jika terjadi ketidakstabilan atau kelangkaan dalam pasokan bahan baku seperti serbuk kayu atau biomasa, bisa menyebabkan gangguan produksi atau peningkatan biaya produksi.

### 2. Resiko eksternal

Resiko eksternal yang dapat terjadi pada Terra Charcoal antara lain adalah perubahan kebijakan dan regulasi, perubahan dalam regulasi lingkungan pajak atau kebijakan pemerintah lainnya bisa mempengaruhi operasi bisnis dan biaya produksi. Selain itu juga persaingan dengan produsen arang briket lainnya atau produk pengganti bisa mengurangi pangsa pasar dan menurunkan harga jual dari arang briket itu sendiri.

## D. Antisipasi Resiko Usaha

Dalam mengantisipasi resiko usaha dalam produksi arang briket, ada beberapa langkah yang dapat diambil untuk meminimalisir dampaknya. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat membantu mengurangi resiko usaha Terra Charcoal:

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



**Tabel 8.1**

**Analisis Antisipasi Resiko Usaha**

Resiko Usaha	Antisipasi Resiko Usaha
Kualitas Produk	Analisis Pasar dan Perilaku Konsumen
Manajemen Operasional	Manajemen Stock dan Kualitas Bahan Baku
Ketergantungan Pada Pasokan Bahan Baku	Diversifikasi Sumber Bahan Baku
Perubahan Kebijakan dan Regulasi	Pengembangan Karyawan dan Tenaga Kerja

Sumber: Terra Charcoal, 2024

Berikut adalah penjelasan analisis antisipasi resiko usaha:

**1. Diversifikasi sumber bahan baku**

Diversifikasi pasokan bahan baku seperti serbuk kayu atau biomassa dari beberapa sumber dapat membantu mengurangi resiko ketergantungan pada satu supplier.

**2. Manajemen stock dan kualitas bahan baku**

Memiliki sistem manajemen stock yang baik dan memastikan kualitas bahan baku dapat mengurangi resiko terkait kekurangan pasokan atau produk akhir yang buruk karena bahan baku yang tidak memenuhi standar.

**3. Analisis pasar dan perilaku konsumen**

Mengikuti tren pasar dan perilaku konsumen dapat membantu memprediksi perubahan permintaan dan menyesuaikan strategi bisnis secara tepat waktu.

**4. Pengembangan karyawan dan tenaga kerja**

Investasi dalam pelatihan dan pengembangan karyawan dapat membantu meningkatkan keterampilan, produktivitas, dan kepuasan kerja, sehingga mengurangi resiko terkait tenaga kerja.

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.



## BAB IX

### RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

#### A. Ringkasan Kegiatan Usaha

##### 1. Konsep Bisnis

Terra Charcoal merupakan usaha yang bergerak di bidang bahan bakar alternative perdagangan yang menjual briket arang dari serbuk kayu yang direncanakan akan masuk ke berbagai restoran dan UMKM yang menggunakan arang agar digunakan di restoran, UMKM bahkan supermarket di kota Jakarta, dilihat dari kelebihan dari briket arang ini sangat banyak dibandingkan dengan penggunaan arang biasa.

Konsep bisnis ini bermula dari pemikiran tentang bagaimana seseorang atau kelompok dapat membangun sebuah usaha yang dapat bersumber dari kebutuhan dan permintaan pasar, potensi individu, pengalaman, relasi dan lainnya. Terra Charcoal dibuat karena pemilik menyukai makanan berupa daging yang dibakar dan sering mencoba berbagai macam restoran, setelah itu riset di beberapa restoran ternyata briket arang sangat berpengaruh terhadap aroma daging yang dibakar mejadi lebih wangi dan gurih. Maka dari itu pemilik ingin membuat usaha briket arang.

##### 2. Visi dan Misi Usaha

- a. Visi Terra Charcoal memiliki Visi 2032 yaitu menyediakan briket arang sesuai dengan kebutuhan dan menjadikan briket arang yang berkualitas untuk pasaran Indonesia terutama untuk makanan BBQ, seperti Korean Bbq dan Japanese Bbq.

##### a. Misi

- 1) Memberikan pelayanan terbaik kepada setiap produsen dan konsumen.
- 2) Menciptakan produk yang berkualitas premium dengan berinovasi.



- 3) Menjaga kepercayaan konsumen dengan mempertahankan konsistensi kualitas produk melalui quality control yang memiliki standart tinggi dan memilih bahan baku yang bermutu
- 4) Membuat konsumen memiliki nilai yang berbeda terhadap arang yang lain.

## C Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

### 2. Produk

Terra Charcoal menghadirkan briket arang berbahan dasar serbuk kayu dengan keunggulan dapat mempermudah proses pembakaran dan bahan makanan yang dibakar dengan briket arang dapat menghasilkan aroma yang lebih wangi dan rasa yang lebih maksimal. Briket arang Terra Charcoal memiliki berbagai macam variasi bentuk, biasanya disesuaikan dengan permintaan pasar dan juga kegunaannya agar lebih efektif.

Terdapat beberapa bentuk dari briket arang Terra Charcoal, seperti hexagonal, kubus dan silinder. Untuk briket arang yang berbentuk Hexagonal (segi 6) atau dengan diameter umum 1 mm, panjangnya bervariasi dari 5cm hingga 10cm. Hexagonal umumnya dipakai untuk membakar tungku / boiler yang biasanya untuk membakar makanan barbeque (bbq). Untuk briket arang yang berbentuk Kubus, dengan ukuran 2,5cm x 2,5cm x 2,5cm biasa digunakan untuk keperluan pembakaran sate-satean dan juga penggunaan shisha. Untuk briket arang yang berbentuk Silinder, biasa digunakan untuk memasak atau menjadi bahan bakar tungku perapian, seperti membakar sate-satean. Produk Terra Charcoal dikemas secara praktis menggunakan kardus yang ramah lingkungan dan design yang simple, dikarenakan pembelian briket arang biasanya per kilogram sehingga memudahkan untuk dibawa.

### 3. Persaingan

Dengan keunggulan sebagai bahan bakar dengan tingkat panas yang lebih tinggi dan lebih ramah lingkungan dibandingkan sumber lainnya, membuat permintaan

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



terhadap produk briket arang Indonesia terus mengalami peningkatan, khususnya untuk keperluan memasak dan *grilling*, serta sebagai bahan bakar shisha.

Terra Charcoal juga memiliki 2 pesaing utama yaitu Dcharcoaldotcom dan Bosarang yang dimana memiliki keunggulan dan kelemahan masing – masing. Dibandingkan kedua pesaing dari Terra Charcoal hasil analisis CPM yang sudah dilakukan Terra Charcoal berada di urutan pertama sebesar 3,23 dan diurutan kedua ada Dcharcoaldotcom dengan nilai 3,11 dan yang terakhir Bosarang dengan nilai 3,03.

#### 4. Target dan Ukuran Pasar

Terra Charcoal menargetkan segmen pasar yang meliputi anak-anak hingga orang tua, baik laki-laki maupun perempuan, dengan rentang usia 20 hingga 60 tahun, yang memiliki gaya hidup serba cepat dan konsumtif. Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Terra Charcoal tergolong dalam usaha Mikro dengan kriteria sebagai berikut:

- a. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

#### 5. Strategi Pemasaran

Strategi yang digunakan oleh Terra Charcoal adalah strategi pemasaran advertising, sales promotion, personal selling, dan direct marketing. Strategi pemasaran yang digunakan melakukan pemasaran melalui social media instagram dan google ads, selain itu juga memberikan promo – promo yang menarik kepada customer. Terra



Charcoal juga melakukan pemasaran secara langsung kepada restoran – restoran yang memiliki peluang dan memaksimalkan pemasaran melalui media social untuk berinteraksi dengan customer.

## 6. Tim Manajemen

Terra Charcoal memiliki struktur organisasi yang terdiri dari Manajer 1 orang, Admin 1 orang, Produksi 1 orang, dan Supir 1 orang. Jam kerja Terra Charcoal dari hari Senin hingga Sabtu dengan waktu kerja mulai dari jam 08.00 – 18.00 dengan waktu 1 jam istirahat.

## 7. Kelayakan Keuangan

Kelayakan usaha Terra Charcoal dapat dilihat dari laporan keuangan yang terdiri dari laporan laba – rugi, laporan arus kas, dan laporan neraca. Setiap tahunnya, pendapatan usaha Terra Charcoal terus meningkat dari tahun 2025 hingga 2029. Berdasarkan proyeksi laporan laba rugi, perusahaan mengalami laba dan mendapatkan profit yang terus meningkat dari tahun 2025 – 2029. Total keuntungan yang dihasilkan Terra Charcoal pada tahun 2025 yaitu sebesar Rp 18.370.399 dan pada tahun 2029 yaitu sebesar Rp 261.343.792. Berdasarkan proyeksi laporan arus kas, saldo kas akhir Terra Charcoal pada setiap tahunnya mengalami peningkatan yang signifikan. Saldo kas awal di tahun 2024 ditetapkan sebesar Rp 25.000.000 dan saldo kas akhir pada tahun 2029 adalah sebesar Rp 781.860.948. Berdasarkan proyeksi laporan neraca, Terra Charcoal memiliki total investasi awal pada 2024 sebesar Rp 342.898.781 dan pada akhir tahun 2029 total investasi yaitu sebesar Rp 1.075.111.360.

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



## 8. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Terra Charcoal melakukan analisis usaha dengan menggunakan beberapa metode. Metode yang digunakan adalah *payback period*, *net present value*, *profitability index*, dan *break event point*. Berikut adalah hasil dari analisis kelayakan usaha Terra Charcoal:

**Tabel 9.1**  
**Analisis Kelayakan Usaha Terra Charcoal**

Keterangan	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
<i>Payback Period</i> (PP)	5 Tahun	2 tahun 2 hari	Layak
<i>Net Present Value</i> (NPV)	> 0	Rp 694.309.974	Layak
<i>Profitability Index</i> (PI)	> 1	2,82	Layak
<i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	> 14,73 %	82%	Layak
<i>Break Event Point</i> (BEP)	Penjualan > Nilai BEP	Penjualan > Nilai BEP	Layak

Sumber: Terra Charcoal, 2024



## DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, R, dan Supardi. (2021). *Manajemen Operasional dan Impelemntasi dalam Industri*.  
Mungkid: Penerbit Pustaka Rumah Cinta.
- Arda, M. Andriany, D. Affandy, S.M. & Putra, Y.A. (2022). “*Perencanaan Bisnis dan Cara Mudah Menyusun Business Plan*”. Medan: Umsu Press.
- Brahm, N.E. (2021). “*Akuntansi Keuangan Lembaga*”. Edisi revisi 2019. Yogyakarta: Andi.
- David, F. R., & David, F. R. (2019). *Management Strategic*. Jakarta: Salemba Empat.
- Disnaker Bulelengkab 2019, *Pengertian Angkatan dan Tenaga Kerja*, diakses 13 November 2023, <https://disnaker.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/pengertian-angkatan-dan-tenaga-kerja->
- Dessler, G. (2020). “*Human resource management-Pearson*”. Edisi 16. New York: Pearson.
- Djeni Hendra, Saptadi Darmawan (2000), *Pembuatan Briket Arang dari Serbuk Gergajian Kayu dengan Penambahan Tempurung Kelapa*,  
<https://www.neliti.com/id/publications/179816/pembuatan-briket-arang-dari-serbuk-gergajian-kayu-dengan-penambahan-tempurung-ke>
- Dwi, A. (2022). *8 Jenis Kartu ATM BCA, Beserta Limit dan Biaya Administrasi*, Bisnis Tempo, diakses 29 November 2023, <https://bisnis.tempo.co/read/1636092/8-jenis-kartu-atm-bca-beserta-limit-dan-biaya-adminnya>
- Idis, M. (2022). Berapa Tagihan Berlangganan Wifi Indihome Dalam Sebulan?, Money kompas, diakses 29 November 2023, <https://money.kompas.com/read/2022/06/28/091346026/berapa-tagihan-berlangganan-wifi-indihome-dalam-sebulan?page=all>
- Jakarta Badan Pusat Statistik 2023, *Konsumsi dan Pengeluaran*, diakses 16 November 2023, <https://jakarta.bps.go.id/subject/5/konsumsi-dan-pengeluaran.html>



Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Harlow: Pearson Education

Mashud. (2021). *"Akuntansi Biaya"*. Cijerah: CV. Media Sains Indonesia.

Muliawati, F.D. (2023). *Resmi Gak Naik! Ini Daftar Tarif Listrik Terbaru 13 Golongan*.

cnbcindonesia.com. diakses 29 November 2023,

[https://www.cnbcindonesia.com/news/20230918083318-4-473262/resmi-gak-naik-ini-](https://www.cnbcindonesia.com/news/20230918083318-4-473262/resmi-gak-naik-ini-daftar-tarif-listrik-terbaru-13-golongan)

[daftar-tarif-listrik-terbaru-13-golongan](https://www.cnbcindonesia.com/news/20230918083318-4-473262/resmi-gak-naik-ini-daftar-tarif-listrik-terbaru-13-golongan)

Olivia, H.Tri, D.F & Suci, R. (2021). *"Akuntansi Keuangan"*. Cetakan 1. Medan: CV Merdeka Kreasi Group.

Padli, H. A. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Banjarmasin: Poliban Press. Pamjaya.

(2023). *Tarif Air Minum*. pamjaya.co.id. diakses 29 November 2023.

<https://www.pamjaya.co.id/infopelanggan>

Pertumbuhan Ekonomi Nasional Triwulan III-2022 Sebesar 5,72%, Menkeu : Cerminan

Menguatnya Pemulihan Ekonomi Nasional di Tengah Ketidakpastian Ekonomi Global,

Kementrian Keuangan, diakses 21 November 2022, 130

[https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/beritautama/Perekonomian-](https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/beritautama/Perekonomian-Indonesia-Triwulan-III-2022-5,7)

[Indonesia-Triwulan-III 2022-5,7](https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/beritautama/Perekonomian-Indonesia-Triwulan-III-2022-5,7)

Riyanto, S. (2022). *Analisis Pemecahan Masalah dan Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.

Robbins, S.P. Coulter, M. (2018). *"Management"*. Edisi 14E. New York: Pearson.

Sudirman, A. Syahrani, et al. (2022). *"Studi Kelayakan Bisnis"*. Cijerah: CV Media Sains Indonesia.

Syamil, A., Deni, M.D., & Rina. M.H., (2023). *Buku Ajar Manajemen Rantai Pasok*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.

Sjahrudin, H., Nyoman, T.S., & Ade, S. (2023). *Pengenalan Dasar Manajemen*. Batam: CV. Rey Media Grafika.



Trisnawati, E. & Kurniawan, S. (2019). *“Pengantar Manajemen”*. Cetakan 12. Jakarta: Prenadamedia Group.

Yuliana. (2022). *“Studi Kelayakan Bisnis”*. Cetakan Pertama. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

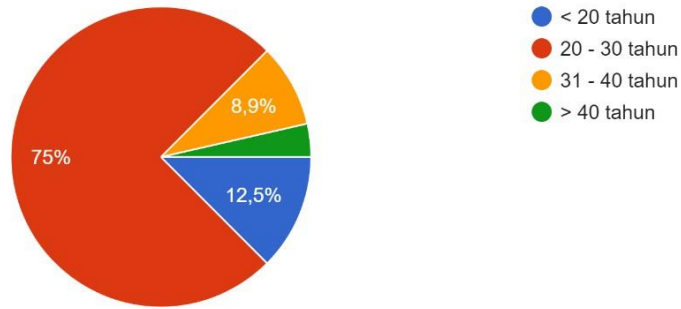
Hak Cipta Dilindungi IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

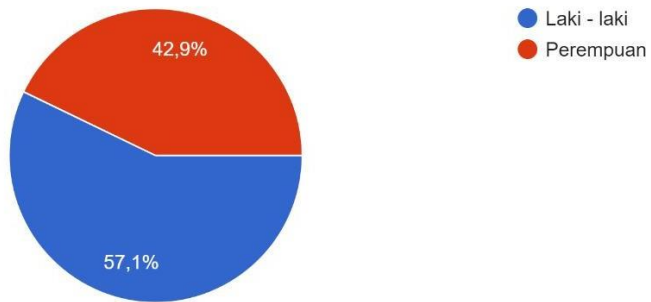
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran 1. Umur Responden



### Lampiran 2. Jenis Kelamin Responden



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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

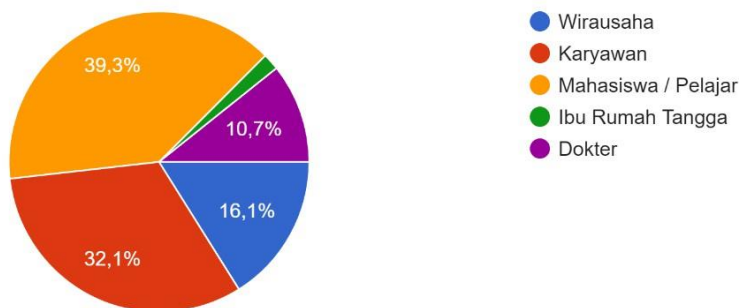


**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

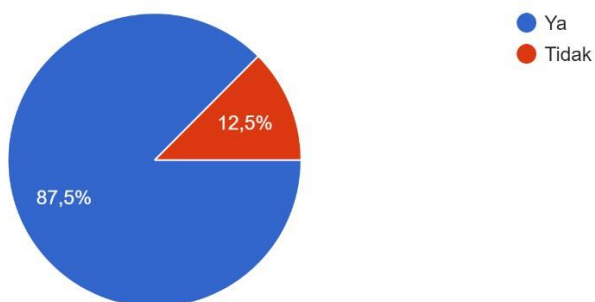
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



### Lampiran 3. Pekerjaan Responden



### Lampiran 4. Survei Peringkat Faktor Kunci Sukses Sebuah Bisnis



**C**

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Pekerjaan  
56 jawaban

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.

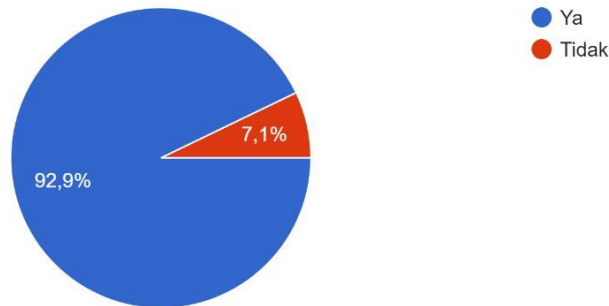
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## Lampiran 5. Survei Peringkat Faktor Kunci Sukses Sebuah Bisnis

C

Apakah Anda mengetahui tentang Briket Arang?

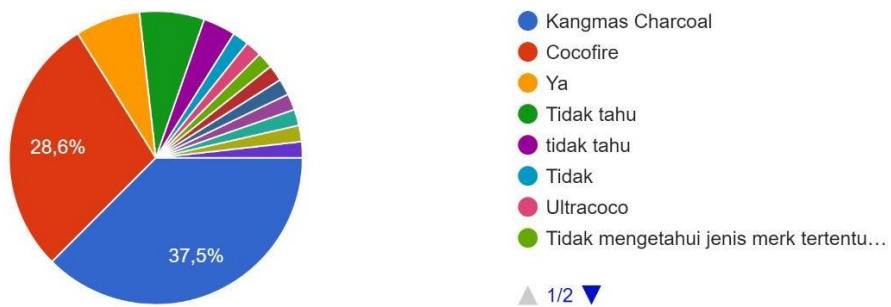
56 jawaban



## Lampiran 6. Survei Peringkat Faktor Kunci Sukses Sebuah Bisnis

Berdasarkan pilihan di bawah ini, merek briket arang apa yang Anda ketahui?

56 jawaban



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

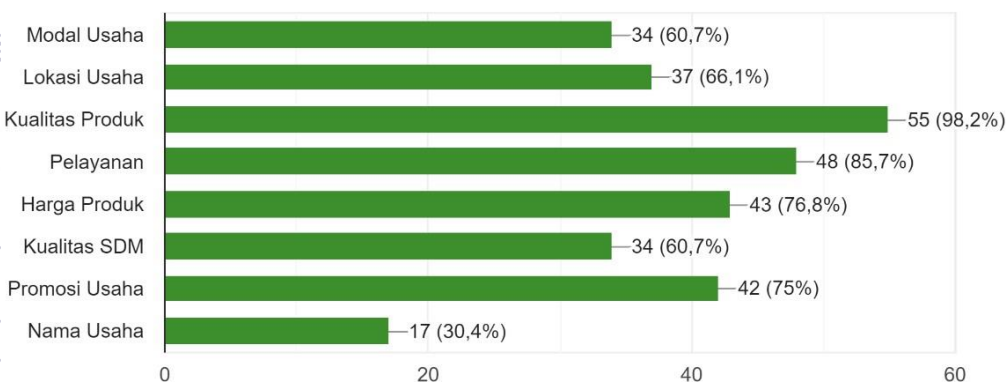
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

## Lampiran 7. Survei Peringkat Faktor Kunci Sukses Sebuah Bisnis

(C)

Menurut Anda, faktor manakah yang menjadi kunci kesuksesan dalam sebuah bisnis? (pilih minimal 5)

56 jawaban



## Lampiran 8. Survei Peringkat Faktor Kunci Sukses Sebuah Bisnis

Menurut Anda, apakah ada faktor kunci penentu kesuksesan sebuah bisnis lainnya selain yang telah disebutkan diatas? \*Sebutkan minimal 1 faktor kunci penentu kesuksesan lainnya.

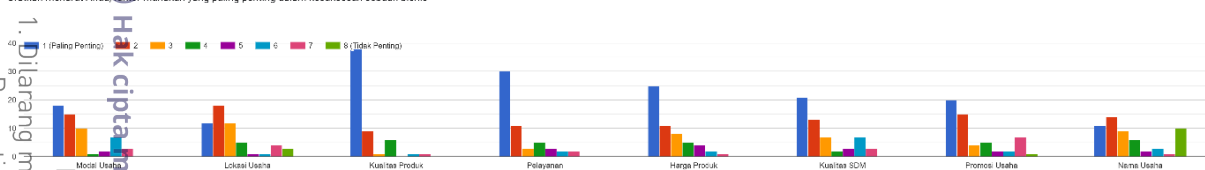
56 jawaban





## Lampiran 9. Survei Peringkat Faktor Kunci Sukses Sebuah Bisnis

Urutkan menurut Anda faktor manakah yang paling penting dalam kesuksesan sebuah bisnis



## Lampiran 10. Survei Peringkat Faktor Kunci Sukses Sebuah Bisnis

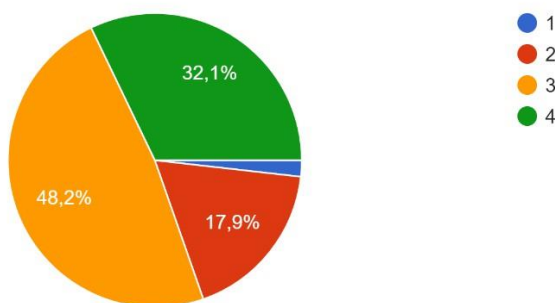
Menurut Anda, apakah ada faktor penentu dalam memilih bahan bakar alternatif (briket arang) selain yang telah disebutkan di atas? Jika ada, sebutkan dan berikan alasannya.



## Lampiran 11. Faktor Kunci Sukses Bisnis

Apakah Modal Usaha menjadi faktor pertama dalam membentuk sebuah bisnis bahan bakar alternatif?

56 jawaban

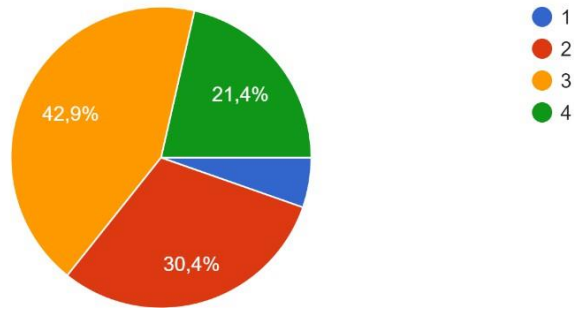


## Lampiran 12. Faktor Kunci Sukses Bisnis

(C)

Apakah Lokasi Usaha yang strategis menjadi faktor dalam memilih untuk membeli bahan bakar alternatif?

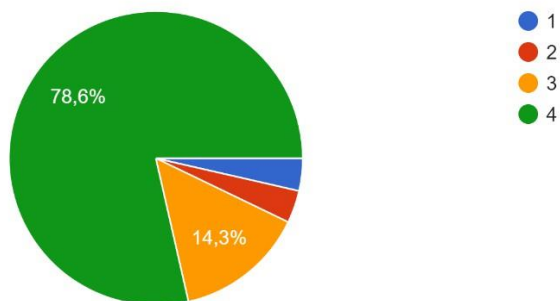
56 jawaban



## Lampiran 13. Faktor Kunci Sukses Bisnis

Apakah Kualitas Produk yang bagus menjadi faktor dalam memilih untuk membeli bahan bakar alternatif?

56 jawaban



Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

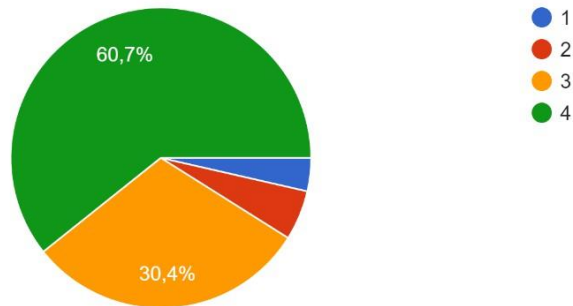
1. Apakah Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
  - a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
    - 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.

## Lampiran 14. Faktor Kunci Sukses Bisnis

**C**

Apakah Pelayanan yang baik menjadi faktor dalam melakukan pembelian briket arang?

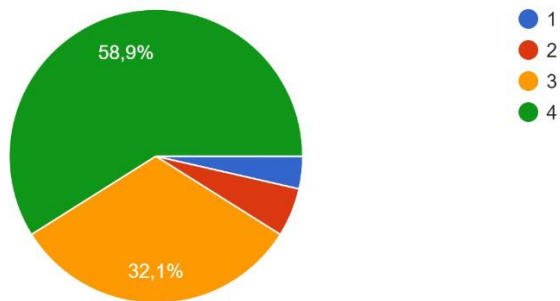
56 jawaban



## Lampiran 15. Faktor Kunci Sukses Bisnis

Apakah Harga Produk yang kompetitif merupakan faktor penting dalam memilih bahan bakar alternatif?

56 jawaban



**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

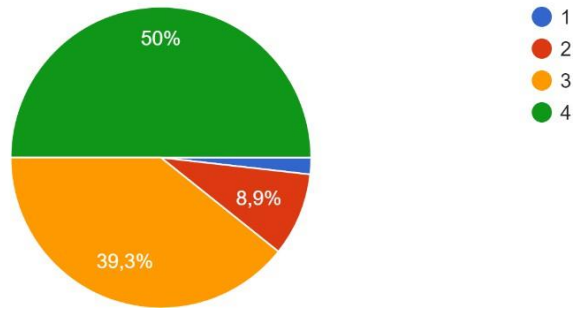
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

## Lampiran 16. Faktor Kunci Sukses Bisnis

C

Apakah Kualitas SDM (Kebersihan, Ketelitian, Terlatih dalam proses produksi) merupakan faktor penting ketika membeli bahan bakar alternatif?

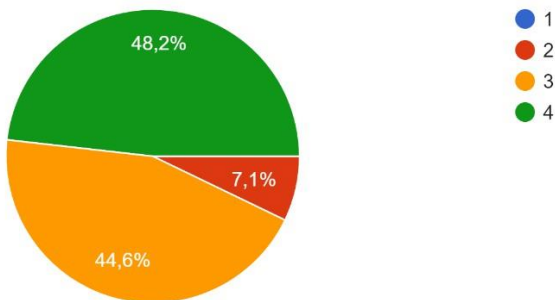
56 jawaban



## Lampiran 17. Faktor Kunci Sukses Bisnis

Apakah Promosi Usaha yang menarik menjadi faktor dalam memilih untuk membeli bahan bakar alternatif?

56 jawaban



Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

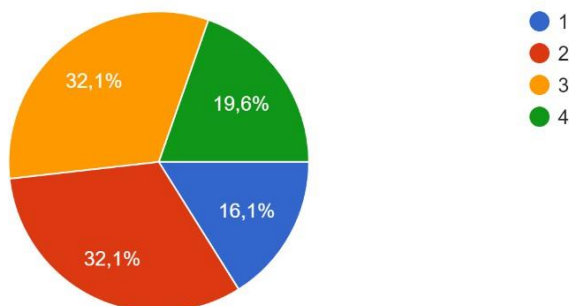
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

## Lampiran 18. Faktor Kunci Sukses Bisnis

C

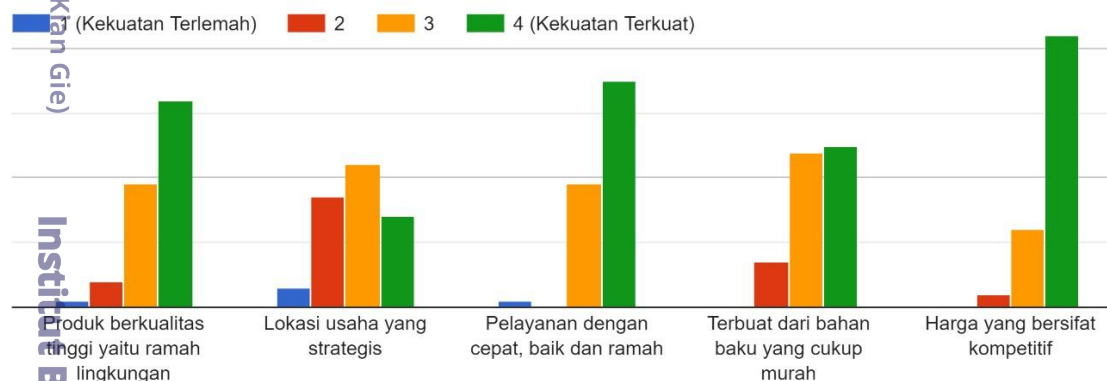
Apakah Nama Usaha menjadi faktor penting dalam memilih bahan bakar alternatif?

56 jawaban



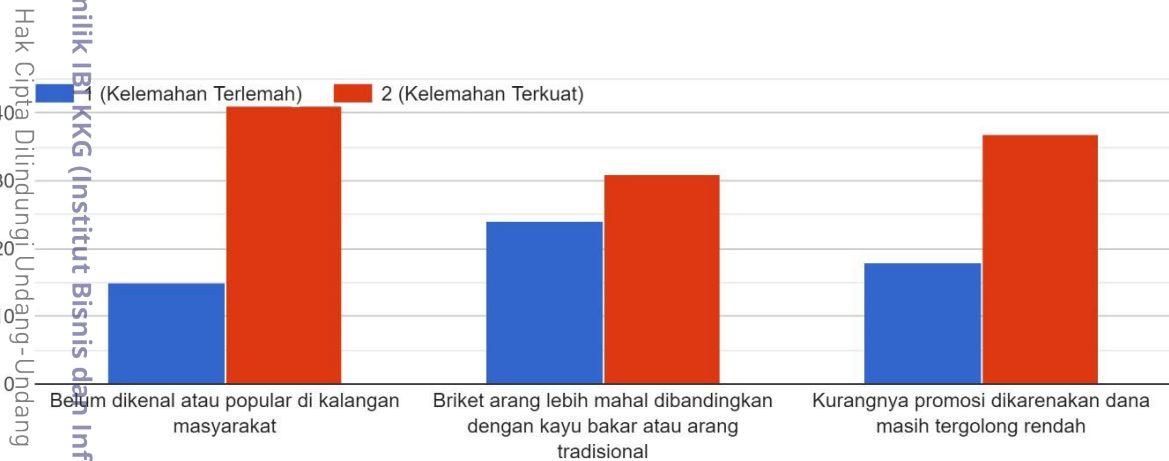
## Lampiran 19. Penentuan Bobot Faktor Internal (Strength & Weakness) dan Faktor Eksternal (Opportunity & Threat)

STRENGTH (Internal) Tentukan Bobot setiap faktor Kekuatan antara 1 sampai 4 1 = Sangat Tidak Penting 2 = Tidak Penting 3 = Penting 4 = Sangat Penting



## Lampiran 20. Penentuan Bobot Faktor Internal (Strength & Weakness) dan Faktor Eksternal (Opportunity & Threat)

**WEAKNESS (Internal)** Tentukan Bobot setiap faktor Kelemahan antara 1 sampai 2 1 = Tidak Penting 2 = Penting



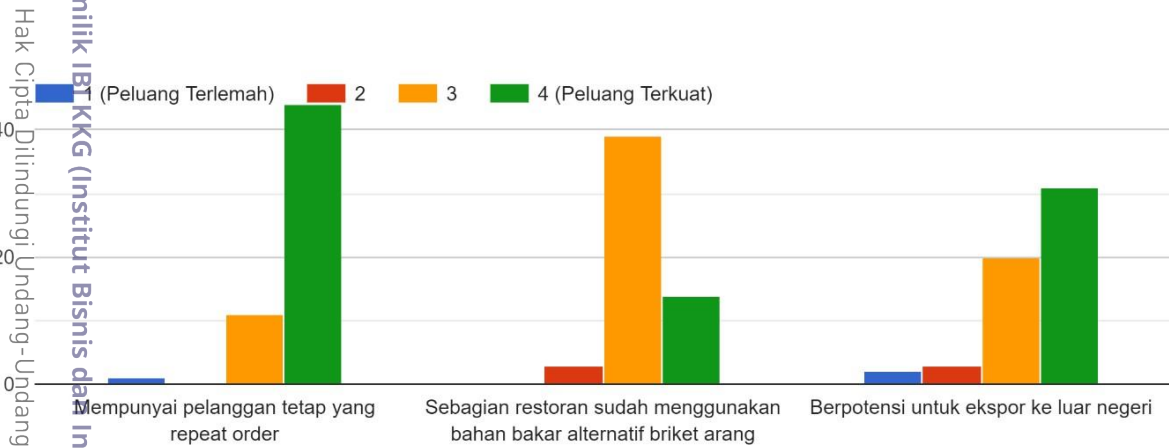
## Lampiran 21. Penentuan Bobot Faktor Internal (Strength & Weakness) dan Faktor Eksternal (Opportunity & Threat)

**WEAKNESS (Internal)** Tentukan Bobot setiap faktor Kelemahan antara 1 sampai 2 1 = Tidak Penting 2 = Penting



## Lampiran 22. Penentuan Bobot Faktor Internal (Strength & Weakness) dan Faktor Eksternal (Opportunity & Threat)

**OPPORTUNITY (Eksternal)** Tentukan Bobot setiap faktor Peluang antara 1 sampai 4 1 = Sangat Tidak Penting 2 = Tidak Penting 3 = Penting 4 = Sangat Penting



## Lampiran 23. Penentuan Bobot Faktor Internal (Strength & Weakness) dan Faktor Eksternal (Opportunity & Threat)

**THREAT (Eksternal)** Tentukan Bobot setiap faktor Ancaman antara 1 sampai 4 1 = Sangat Tidak Penting 2 = Tidak Penting 3 = Penting 4 = Sangat Penting

