

**A STRATEGIC BUSINESS PLAN
HANDROLL CIGARETTE MANUFACTURING
PT. FASTESINDO INOVASI JAYA**

TESIS

**OLEH :
ERWIN SUSANTO
NIM : 8112400027**



No. Tesis	0758/03
Tgl. Dik. / Dik. Dik.	03-02-2003
	MM
UUKU	MM
	sus
	S-1
	1 (satu)

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER
MARET 2002**

**A STRATEGIC BUSINESS PLAN
HANDROLL CIGARETTE MANUFACTURING
PT. FASTESINDO INOVASI JAYA**

TESIS
Diajukan kepada
Universitas Katolik Widya Mandala
untuk memenuhi persyaratan
dalam menyelesaikan program Magister
Manajemen

OLEH
ERWIN SUSANTO
NIM 811.24.00.027

UNIVERISTAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER
MARET 2002

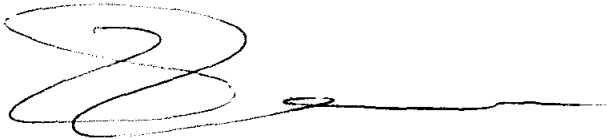
Tesis ini telah diuji dan dinilai
Oleh Panitia Penguji pada
Program Pascasarjana Unika Widya Mandala Surabaya
Pada tanggal 08 April 2002

Panitia Penguji

1. Ketua

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'B. W. S.', written over a horizontal line.

2. Sekretaris

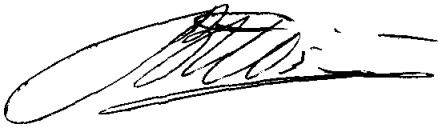
A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'Z' followed by a horizontal line.

3. Anggota

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'A. M. M. K.', written in a cursive style.

Tesis oleh Erwin Susanto ini telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 8 April 2002

Dewan Penguji



Prof. Budiman Christiananta, Ph.D, Ketua



Prof. Chan Kah Chee, Ph.D, Sekretaris



Bobby O.P. Soepangkat, Ph.D, Anggota

Mengetahui,

Direktur PPS

Prof. E. Sadtono, Ph.D

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur atas berkat dan rahmat dari Tuhan Yang Maha Esa, atas kebaikan dan anugrah-Nya hingga tesis ini dapat terselesaikan tepat waktunya.

Terima kasih kepada Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, khususnya pihak manajemen program Pasca Sarjana Magister Manajemen, atas bantuan dan dukungan yang diberikan, serta para tenaga administrasi yang tak henti-hentinya membantu kami.

Terima kasih kepada Prof. Chan Kah Chee, Ph.D yang telah dengan sabar dan teliti sudi membantu, meluangkan waktu, dan mendukung penulisan tesis ini. Pengalaman dan kemampuan beliau sangat membuka ide-ide sehingga mendorong kami untuk mengembangkan inovasi dan kreatifitas kami menjadi berkembang.

Terima kasih kepada Prof. Budiman Christiananta, Ph.D selaku ketua penguji dan Bobby O.P. Soepangkat, Ph.D sebagai tim penguji. Beliau berdua telah dengan sabar dan teliti membimbing serta memberi pandangan sehingga memberi wawasan terhadap kami untuk menyempurnakan tesis ini.

Terima kasih kepada seluruh dosen pengajar program MM di Unika Widya Mandala yang telah mendidik dan secara tidak langsung turut membantu materi penulisan tesis ini melalui setiap mata kuliah yang ada.

Terima kasih kepada Presdir PT. GD Bapak Willy Walla, Direktur PT. GD, Bapak Krisna Tanimihardja, dan para manager (Trisnawati, Hary, Akim, Tikto, Tirta, Michael, Sumarno, dan Chandra) yang telah mendukung dan memberi ijin kepada kami hingga selesainya tesis ini.

Terima kasih kepada kru “dapur bako” yaitu Tri Subagya, Anhar, Ibrahim & Lia yang telah membuatkan sampel, memberi masukan serta meminjamkan bukunya kepada kami.

Terima kasih kepada teman-teman angkatan I & II program MM Widya Mandala, untuk segala *sharing*, *supporting*, dan diskusi yang berharga baik di kelas, kantin, maupun di perpustakaan.

Terima kasih khusus untuk keluarga kami, ayah, ibu, dan kakah senantiasa mendukung penulis dalam doa dan nasehat yang tiada henti. Sungguh membanggakan dan bahagia memiliki keluarga seperti kalian.

Terima kasih kepada si imut-imut dan *lovely* Jie Christina yang selaku *advisor and second informal teacher* yang tak henti-hentinya mendukung serta membimbing.

Dan terima kasih kepada semua pihak dan orang-orang yang belum kami ucapkan diatas, atas bantuan dan dukungannya.

Seperti kata pepatah “tiada gading yang tak retak”, maka kami juga menerima saran dan kritik yang membangun dari para pembaca. Dan tak lupa kami mohon maaf, jika ada yang tidak berkenan terhadap tesis ini. Sekali lagi terima kasih semuanya. Salam.

Surabaya, April 2002

Penyusun

RINGKASAN

Di era persaingan yang ketat (*hypercompetition*) mau tidak mau kita harus siap menghadapinya. Sebagai salah satu andalan industri yang masih berkembang adalah industri rokok.

Melalui tesis ini penulis membuat suatu perusahaan dilengkapi dengan strategi bersaing untuk masuk dalam industri rokok. Nama perusahaan itu adalah PT. Fastesindo Inovasi Jaya dengan modal pendirian sebesar Rp 1.9 milyar. Penulis melihat adanya peluang untuk mendapatkan *share* di market rokok. Industri rokok merupakan industri yang sampai saat ini masih mengeliat di pasar domestik dan menjadi sumber penerimaan negara. Oleh sebab itu penulis berusaha memberikan masukan untuk membuat suatu produk baru (dari suatu bisnis baru) yang dapat menghasilkan keunggulan bersaing di industri rokok. Pembahasan ini dimulai hasil data yang diperoleh, gambaran usaha serta perhitungan analisa ekonomi kemudian dilakukan analisa SWOT, kemudian STP, setelah itu Strategi pemasaran yang dikaitkan dengan *Marketing Mix*.

PT Fastesindo Inovasi Jaya merupakan suatu industri yang layak untuk didirikan di Indonesia. Produk yang dihasilkan memiliki kriteria sebagai berikut :

- a. Berat rokok : 1.15 gr/batang
- b. Merk : Pro Mild
- c. Isi : 12 batang
- d. Kadar air : 11-12%
- e. Aroma : Vanilla

- f. Tembakau : Dominan FC (80%), Clove (20%)
- g. Kadar Nikotin : 1,5 mg
- h. Tar : 20 mg tar
- i. Kemasan : Terlampir. Dengan disain *Flip Top*.

Analisa STP beserta *Marketing Mix* diarahkan kearah bagaimana produk dapat diterima di pasar dengan baik. Segmentasi yang dituju adalah perokok pemula, *swicher* SKT reguler maupun tidak menutup kemungkinan dari perokok sigaret putih. Target yang ditetapkan adalah pertumbuhan produk di atas 20% pertahun. Dari analisis ekonomi didapat hasil sebagai berikut IRR = 43.35%, ROE = 51.45%, serta POT = 2.1 tahun. Selain itu diperlukan pula komitmen terhadap perencanaan strategi yang telah dicanangkan oleh manajemen. (gambar 6.2).

Dengan semangat jiwa entrepreneur serta sikap positif untuk maju, tesis ini dapat dijadikan sebagai gambaran bahwa bisnis dapat dijalankan dengan baik, karena “bisnis” apapun jenisnya jika didasari oleh tekad, niat yang disertai semangat kerja keras akan berhasil. *Ora et Labora*

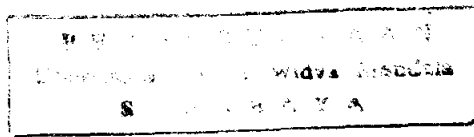
Abstract

In the Millennium era, the competition become changing faster than before. Now in Indonesia the way we compete is the must we think and pass through the challenging. The business that still grow up in Indonesia is Cigarette.

In this thesis, the topic is a business plan for handroll cigarette manufacturing PT. Fastesindo Inovasi Jaya. The vision is to create entrepreneur and to create jobs. The plant will be located at Bojonegoro (East Java). The product name is Pro Mild that will be an uniqueness product. Combination of Flue Cured Tobacco and Clove is bring unlimited taste for the smoker. The important thing is the Pro Mild suit to the Government Rule. Than the survey product result in Jakarta and Surabaya for acceptance test is good. For the economic analysis the Internal Rate of Return until 43%, Return On Equity until 54% and Break Even Point at 2.1 years.

So, for the conclusion of PT. Fastesindo Inovasi Jaya is a future bright company in Indonesia. By listening and sharing everyone experience and industry expertise also the customers needs, we transform ideas into successful business solutions.

Keyword : Always innovation one step ahead from the competitor and moving forward with listening to customers needs.



DAFTAR ISI

SAMPUL	i
SAMPUL DALAM	ii
PRASARAT GELAR	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
PENETAPAN PANITIA PENGUJI	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
RINGKASAN	viii
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan.....	5
1.3.1 Tujuan Umum.....	5
1.3.2 Tujuan Khusus.....	5
1.4. Manfaat.....	5
1.5. Batasan Masalah	5
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	6
2.1 Definisi Rokok.....	6
2.2.1 Tar	7
2.2.2 Nikotin.....	7
2.1.3 Karbon monoksida.....	7
2.2. Mekanisme Patofisiologi Merokok	7
2.3. Kualitas Rasa.....	8
2.4. <i>Marketing Process</i>	8
2.5. <i>Market Segmentation and Targeting</i>	9

2.6. <i>Marketing Mix</i>	11
2.6.1 Produk (<i>Product</i>).....	12
2.6.2 Harga (<i>Price</i>)	13
2.6.3 Promosi (<i>Promotion</i>).....	14
2.6.4 Distribusi (<i>Place</i>).....	15
2.7 Strategi Bersaing.....	16
2.8 <i>Five Forces Model Porter</i>	17
2.8.1 Pendatang Baru (<i>New Entrant</i>).....	18
2.8.2 Pemasok (<i>Supplier</i>).....	18
2.8.3 Pembeli (<i>Buyer</i>).....	19
2.8.4 Persaingan antar Industri.....	19
2.8.5 Produk Pengganti.....	19
2.8.6 Pemerintah.....	19
2.9 <i>Entrepreneur</i>	19
2.10 SWOT Analisis.....	20
2.11 Jenis-Jenis <i>Marketing Research Design</i>	21
 BAB 3 KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	 22
3.1 Kerangka Konsep Pemikiran.....	22
3.1.1 Test Market	23
3.1.1.1 Uji <i>Paired Test</i>	23
3.1.1.2 Survei Konsumen	23
3.1.1.3 Sistem Manufacturing	24
3.2 Hipotesis	24
 BAB 4 METODE PENELITIAN.....	 25
4.1 Obyek Penelitian.....	25
4.2 Metode Pengumpulan Data.....	26
4.2.1 Test Pendahuluan.....	26
4.2.2 Pengumpulan Data Produk	27
4.3 Analisa dan Intepretasi Data.....	28
 BAB 5 ANALISIS HASIL PENELITIAN.....	 29
5.1 Data Penelitian.....	29
5.1.1 Pra Survei Secara Langsung	29
5.1.2 Pra Survei Secara tidak langsung (diberi stiker)	29
5.1.3 Pra Survei secara silang (Perokok netral).....	30
5.1.4 Hasil Penelitian di Surabaya.....	30
5.1.5 Hasil Survey dari Pertanyaan di Surabaya.....	33
5.1.6 Hasil Penelitian di Jakarta	34
5.1.7 Hasil Survey dari Pertanyaan di Jakarta.....	36
5.1.8 Saran-Saran Pengisi Survei	37
5.2 Analisis dan Hasil Penelitian.....	38

BAB 6 PEMBAHASAN.....	41
6.1 Ruang Lingkup Bahasan.....	41
6.2. Gambaran Industri PT. Fastesindo Inovasi Jaya.....	41
6.3 <i>Uniqueness of the Product</i>	42
6.4 <i>Marketing Strategy</i>	42
6.4.1 Research dan Analysis.....	42
6.4.2 Kompetisi.....	44
6.4.3 Estimasi market Share.....	44
6.5 <i>Marketing Plan</i>	45
6.5.1 Harga.....	45
6.5.2 <i>Advertising dan Promotion</i>	46
6.5.3 Produk.....	46
6.5.4 Saluran Distribusi.....	47
6.5.5 <i>Technical Research Result</i>	47
6.6 Manufacturing.....	47
6.6.1 Management Team.....	52
6.7 Analisis SWOT.....	52
6.7.1 Kekuatan (<i>Strenght</i>).....	52
6.7.2 Kelemahan.....	53
6.7.3 Peluang.....	53
6.7.4 Ancaman.....	53
6.8 <i>Segmentasi, Targeting, Positioning</i>	53
6.9 Penentuan Strategi Pemasaran Produk Baru.....	54
6.10 Analisis Ekonomi.....	56
 BAB 7 SIMPULAN DAN SARAN.....	 58
7.1. Simpulan.....	58
7.2. Saran.....	58
 DAFTAR KEPUSTAKAAN	 60
 LAMPIRAN	 62

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Target Cukai di Indonesia	1
1.2 Pertumbuhan Rokok SKT	4
2.2 Kebutuhan Cengkeh tahun 1999	18
2.3 Perkiraan harga Cengkeh	18
5.1 Hasil Survey Secara Langsung (Merk diketahui)	29
5.2 Hasil Pra Survey Secara Tidak Langsung	29
5.3 Hasil Survey Secara Silang	30
5.4 Usia Responden di (Surabaya)	30
5.5 Pekerjaan (Surabaya)	30
5.6 Pendidikan Terakhir (Surabaya)	31
5.7 Pengeluaran per Bulan (Surabaya)	31
5.8 Merk Rokok Yang Biasa Dihisap (Surabaya)	31
5.9 Mulai Merokok (Surabaya)	32
5.10 Jumlah Rokok Yang Dihisap per Hari (Surabaya)	32
5.11 Tempat Pembelian rokok (Surabaya)	32
5.12 Harga Rokok yang biasa dibeli (Surabaya)	32
5.13 Usia Responden (Jakarta)	34
5.14 Pekerjaan (Jakarta)	34
5.15 Pendidikan Terakhir (Jakarta)	34
5.16 Pengeluaran per Bulan (Jakarta)	35
5.17 Merk Rokok Yang Biasa Dihisap (Jakarta)	35

Tabel	Halaman
5.18 Mulai Merokok (Jakarta)	35
5.19 Jumlah Rokok Yang Dihisap per Hari (Jakarta).....	35
5.20 Tempat Pembelian rokok (Jakarta).....	36
5.21 Harga Rokok yang biasa dibeli (Jakarta).....	36
5.22 Analisis Hasil Penelitian Pra Survei.....	38
5.23 Analisis Hasil Penelitian di Surabaya dan Jakarta.....	39
5.24 Hasil Uji t Produk Pro Mild di Surabaya.....	40
5.25 Hasil Uji t Produk Pro Mild di Jakarta.....	40
6.1 <i>Forecasting Sales</i>	44
6.2 Peralatan yang diperlukan	48
6.3 <i>Supplier</i>	48
6.4 Harga Bahan Baku	49
6.5 <i>Harga Supporting Material</i>	49
6.6 Biaya Utilitas	49
6.7 Harga Tanah dan Bangunan	50
6.8 <i>Total Capital Investment</i>	50
6.9 <i>Total Production Cost</i>	51
6.10 Asumsi-asumsi perhitungan <i>Cash Flow</i>	56
6.11 Analisis Ekonomi	57
6.11a <i>Cash Flow</i> PT. Fastesindo Inovasi Jaya	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Sigaret Kretek	1
2.1 <i>Marketing Process</i>	8
2.2 <i>Three Steps in Market STP</i>	9
2.3 <i>Steps in the Positioning Process</i>	11
2.4 Komponen 4P dari <i>Marketing Mix</i>	12
2.5 <i>Four Price Positioning Strategies</i>	14
2.6 Derajat Kepentingan dari Alat– Alat Promisi pada Barang barang konsumsi dan barang industri.....	14
2.7 Advertising decision	15
2.8 Saluran distribusi untuk Barang Konsumsi dan Barang Industri.	16
2.9 Tiga Strategi Generik	17
2.10 <i>Five Forces Model</i>	17
2.11 <i>Total Systems Approach to Strategy Planning</i>	20
2.12 SWOT Matrix	20
3.1 <i>Framework Handroll Cigarette Manufacturing</i>	22
3.2 Diagram Uji <i>Paired Test</i>	23
3.3 Diagram Survey konsumen.....	23
3.4 Diagram Proses <i>Manufacturing</i>	24
6.1 Demand Handroll Cigarettes	45
6.2 Struktur Organisasi.....	52
6.3 <i>Strategy Planning FIJ</i>	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Contoh <i>Respondent Profile</i>	62
2. <i>Company Profile</i>	64
3. Spesifikasi Bahan Pendukung	66
4. Spesifikasi Produk	67
5. <i>Cash Flow</i> PT. FIJ.....	68
6. Disain Ambri	70
7. Disain Pack	71
8. <i>Plant Lay Out</i>	72
9. <i>Budget Marketing</i>	73
10. <i>Time Schedule</i>	74