

BAB V

BUSINESS PLAN

Business plan dibawah ini merupakan rangkuman dari kajian teori, penelitian lapangan, serta kajian rencana pendirian perusahaan baru PT. GM, terkait dengan strategi rantai pasokan dan perencanaan operasional.

5.1 Executive Summary

PT. GM didirikan guna meng-*capture* peluang dan potensi yang ada pada bisnis produk hortikultura Indonesia, khususnya di daerah Bandungan dan Nyatnyono di Jawa Tengah. Buah manggis dan alpukat memiliki potensi ekonomi yang cukup tinggi. Buah manggis memiliki kandungan Xanthone dan anti-oksidan yang sangat bermanfaat dalam menjaga kesehatan manusia sehingga bernilai jual tinggi. PT. GM akan didirikan dalam bentuk perseroan terbatas (PT). Ini akan melindungi para investor dari masalah *personal liability*.

Aspek-aspek operasional dan manajemen rantai pasokan, sebagai bagian yang utuh dari *business plan* PT. GM, pada intinya mencakup visi, misi, objektif, kunci sukses, risiko-risiko dan tantangan, yang dijelaskan dengan detail sebagai berikut.

5.1.1 Visi

Menjadi perusahaan distribusi buah-buahan alam yang terkemuka di Indonesia dengan rantai pasokan dan operasional yang berstandar internasional.

5.1.2 Misi

Seiring dengan berjalannya perusahaan baru ini serta meningkatnya *experience* dan kapabilitas internal perusahaan, maka PT. GM mampu menyediakan rantai pasokan buah-buahan alam Indonesia yang memenuhi standar internasional dengan menggunakan pengetahuan ilmiah dan teknologi pasca panen terkini yang didukung oleh teknologi informasi berbasis internet dan manajemen operasional yang efisien, demi meningkatkan nilai jual buah-buahan

alam Indonesia dan memberikan kontribusi maksimal dalam peningkatan kesejahteraan para petani pemasok.

Perusahaan berharap dapat menjadi *role model* bagi pengembangan usaha sejenis di Indonesia.

5.1.3 Objektif

Objektif yang hendak dicapai oleh PT. GM dalam 3 tahun pertama operasionalnya a.l:

- Pendirian perusahaan baru dengan seluruh fasilitas-fasilitas operasional dan pendukung yang dibutuhkan untuk memulai usahanya.
- Seluruh operasional dan fasilitas pendukung dapat beroperasi dengan baik sebagaimana direncanakan, dengan memperhatikan efisiensi biaya dan sumber daya.
- Membangun *relationship* serta kerja sama yang konstruktif dengan petani produsen di satu pihak dan konsumen di lain pihak.
- Pencapaian kualitas produk sebagaimana direncanakan.
- Memperhitungkan utilisasi atas fasilitas produksi yang terus meningkat dari tahun ke tahun seiring dengan pertumbuhan permintaan (*demand*).
- Implementasi *green strategy* di tingkat petani sebagaimana direncanakan.
- Peningkatan kesejahteraan petani sebagaimana direncanakan.
- Pengembangan kerjasama dengan petani pemasok di daerah lain di Jawa Tengah.

5.1.4 Kunci Sukses (*Keys to Success*)

- *Relationship* dan kerja sama yang baik dengan para petani pemasok.
- *Relationship* dan kerja sama yang baik dengan para konsumen.
- Dukungan pemerintah setempat (Kecamatan dan Kabupaten).
- Peningkatan pamor buah alpukat dan buah manggis yang secara otomatis akan meningkatkan permintaan atas buah-buahan tersebut.
- Perbaikan kelembagaan di tingkat petani.
- Ketersediaan SDM yang berkualitas.
- Kondisi alam, iklim dan tanah yang mendukung.

- Penerapan teknologi informasi dan komunikasi, serta kolaborasi dalam perencanaan (CPFR).

5.1.5 Risiko-risiko

- Kondisi iklim dan alam yang menyebabkan produktifitas, kualitas dan volume produksi tidak seperti yang direncanakan.
- Penolakan dari para petani pemasok untuk bekerja sama aktif sesuai program yang direncanakan oleh perusahaan.
- Gangguan dari para *middle-man* yang keberadaannya akan tergantikan dengan eksistensi PT. GM.
- Kondisi ekonomi global yang semakin parah dan menurunnya daya beli masyarakat lebih dalam lagi yang akan menurunkan *demand*.
- Aplikasi sistem informasi, sebagai tulang punggung dalam operasional perusahaan, tidak berjalan sebagai mana direncanakan.
- Bencana alam.

5.1.5 Tantangan

- Yang menjadi tantangan utama dalam agribisnis, khususnya buah-buahan alam, adalah menjaga kestabilan pasokan, baik itu dalam hal harga, volume, kualitas, dan *delivery*.
- Sustainability di dalam rantai pasokan, *food safety and security*, *food traceability* merupakan permasalahan-permasalahan utama yang kini dihadapkan industri agribisnis di dunia.

5.2 Produk

5.2.1 Deskripsi Produk

Produk yang akan dipasarkan oleh PT. GM adalah buah-buahan segar manggis dan alpukat, untuk konsumsi pasar domestik dan ekspor. Produk yang akan dipasarkan oleh PT. GM adalah dengan kualitas *grade A* (Super A dan A), B1 dan B2.

PT. GM akan melengkapi produk-produknya dengan informasi yang akurat mengenai asal, tanggal panen, dan kualitas dari buah-buahan tersebut. Informasi

tersebut akan didesain sedemikian rupa, baik itu berupa label, *tag*, ataupun *stamp*, sehingga dapat dengan mudah di akses oleh konsumen.

5.2.2 Teknologi

Penerapan teknologi-teknologi pada bidang bisnis produk hortikultura, minimal perusahaan akan menguasai teknologi a.l:

- *Post-harvest management*.
- *Food safety control*.
- *Modified atmosphere packaging*.
- Sistem informasi terintegrasi.
- *Website, web-based application*, dan penggunaan internet.
- *Collaborative planning, forecasting, and replenishment (CPFR)*.

5.2.3 Future Products

PT. GM menargetkan dalam 5 sampai 10 tahun beroperasi akan menambah *line of products* yang dimiliki dengan mengolah dan memasarkan produk olahan/turunan manggis seperti jus dan sirup serta teh bunga rosella sebagai bagian difersivikasi yang dijalin dengan para petani.

5.3 Strategy and Implementation Summary

5.3.1 Desain dan Strategi Rantai Pasokan

Rantai pasokan didesain seramping mungkin (*lean value stream*) dengan mengeliminasi *waste* dan aktivitas-aktivitas *non-value creation*, guna mencapai standar *food safety, quality, taste*, dan *traceability* yang dikehendaki. Desain rantai pasokan tersebut menggunakan pendekatan *efficient supply chain*.

PT. GM sedapat mungkin akan berinteraksi langsung dengan para petani atau pedagang pengumpul kecil dan mengeliminasi *middle-man* yang tidak memberikan kontribusi terhadap *value creation*. PT. GM mengambil peranan sebagai perantara yang menghubungkan para petani petani dengan para konsumen perusahaan dan eksportir yang membutuhkan pasokan buah-buahan alam tersebut (B2B), sehingga PT. GM hanya akan memasok bagi sektor modern dengan skala besar dan membiarkan sektor pasar tradisional diisi oleh para pemain tradisional.

Alur informasi, barang, dan uang di dalam rantai pasokan akan diperbaiki dengan penerapan *collaborative planning, forecasting, and replenishment* (CPFR) melalui adopsi teknologi informasi yang tepat.

5.3.2 Perencanaan Kapasitas

Kapasitas yang direncanakan oleh PT. GM tersaji dalam tabel berikut:

Tabel 5.1 Perencanaan Kapasitas PT. GM

Kapasitas	Volume
<i>Chiller Room/Gudang</i>	20 ton
<i>Receiving, Sortasi</i>	2 ton / jam
<i>Grading (conveyor belt)</i>	2 ton / jam
<i>Packaging</i>	2 ton / jam
<i>Ripening Room</i>	5 ton
<i>Loading</i>	5 ton / jam
Areal Parkir	285 m ² (cukup untuk sekitar 10 unit truk)

Untuk tahap awal operasional, perusahaan merencanakan dapat mencapai 50% dari kapasitas yang direncanakan, dan akan terus meningkat hingga pada tahun ke 3 dapat tercapai hingga 100% atas kapasitas terpasang.

5.3.3 Lokasi dan Bangunan

PT. GM merencanakan untuk membangun fasilitas gudang dan kantor di areal seluas 1 Ha di Jl. Raya Bandungan, Ungaran, Semarang. Dengan luas bangunan tersaji dalam tabel berikut:

Tabel 5.2 Luas Bangunan yang akan dibangun oleh PT. GM

Bangunan	Luas (m ²)
Gudang	405
Kantor	175
Fasilitas pendukung	38.5

Proses konstruksi seluruh bangunan ditargetkan selesai dalam waktu 2 sampai 3 bulan, dan perusahaan ditargetkan dapat mulai beroperasi dan memproduksi dalam waktu 6 bulan sejak didirikan.

5.3.4 Proses Produksi dan Logistik

Proses produksi terdiri atas tahapan-tahapan *receiving, sorting, grading, packaging, storing, ripe control* dan *shipping*. Seluruh proses produksi akan berlangsung di fasilitas gudang milik PT. GM dengan menggunakan peralatan dan sistem sebagaimana telah direncanakan. Fasilitas gudang didesain dengan model *product layout*, agar proses produksi dapat berlangsung dengan efektif dan efisien.

Sementara untuk *inbound* dan *outbound* logistik, PT. GM akan menggunakan 6 unit kendaraan yang dimiliki sendiri.

5.3.5 Sistem Informasi

PT. GM berencana mengembangkan suatu sistem informasi yang *semi-integrated* guna meningkatkan efektifitas dan efisiensi operasional-nya dan memaksimalkan kepuasan pelanggan. Sistem informasi yang akan dikembangkan oleh PT. GM terdiri atas:

- Sistem Enterprise Resource Planning (ERP)
- Sistem Informasi Keuangan dan Akuntansi
- Sistem Operasional Kantor
- *Local area network* (LAN)
- *Web site e-Marketing*

5.3.6 *Relationship* di dalam Rantai Pasokan

Guna membangun *trust* dalam rangka komitmen membangun *long-term relationship*, PT. GM akan mengambil langkah-langkah sbb.:

- Menyediakan penyuluhan-penyuluhan bagi para petani terkait perawatan pohon, proses panen dan penanganan pasca panen yang baik
- Pemberian harga yang baik
- Melakukan investasi terhadap produktifitas petani secara selektif
- *Sharing* atas informasi-informasi pasar yang sensitif

- Menghindari transaksi-transaksi yang bersifat jangka pendek dan oportunistik
- Berpartisipasi dalam pengembangan desa dan pengembangan kelembagaan desa.

5.4 Management Summary

PT. GM mengembangkan suatu filosofi manajemen yang berlandaskan tanggung jawab dan saling menghormati, dimana akan dikembangkan sebuah *environment* yang mendukung terciptanya produktifitas yang tinggi serta rasa hormat dan kepedulian terhadap pelanggan, pemasok, dan rekan sekerja.

5.4.1 Departemen

PT. GM membagi operasionalnya ke dalam 7 departemen sbb.:

1. Departemen Pemasaran (*marketing*)
2. Departemen *Procurement*
3. Departemen Gudang dan Produksi
4. Departemen *Fleet Management*
5. Departemen Keuangan dan Akuntansi
6. Departemen *General Affairs* dan Sumber Daya Manusia
7. Departemen *Green Research and Development*

5.4.2 Personnel Planning

PT. GM nantinya akan dipimpin oleh 3 orang direksi, serta dalam awal pendiriannya akan memiliki 32 karyawan baik tetap ataupun harian, yang terbagi sebagai berikut:

- | | |
|---|------------|
| ➤ Pemasaran (<i>marketing</i>) | = 2 orang |
| ➤ <i>Procurement</i> | = 1 orang |
| ➤ Gudang dan Produksi | = 12 orang |
| ➤ <i>Fleet Management</i> | = 7 orang |
| ➤ Keuangan dan Akuntansi | = 2 orang |
| ➤ <i>General Affairs</i> dan SDM | = 7 orang |
| ➤ <i>Green Research & Development</i> | = 1 orang |