

**PROGRESS REPORT
CV. PRIMANTO PANGAN SELARAS**

Javanís

Oleh:

Muhammad Zainul Hakim
Universitas Ma Chung

Raga Etsenna Wattimena
Universitas Ma Chung

Husnul Khotimatussaudah
Universitas Nahdatul Wahtan Mataram

ABSTRACT

The Primanto Pangan Selaras company is a food producer which produce fruit chips and “jenang”, located in the Batu City, precisely on Sumber Urip street number. 239, Tlekung, the owner of this company is Mr. Efri Gunawan. We choose Australia as a destination country, because the number of fruit chips like snake fruit & jackfruit are located the most in Asia, especially in Southeast Asia, and it’s quite rare in Australia, but from company data that has been obtained, it is known that the company is still focused on developing business in the home city because the company is relatively new. For the marketing strategy, our group advises the company to be more focus on promoting it products on social media, because nowadays, there are many social media users, and the other benefit is that marketing can be done abroad, we also plan to establish cooperation with Garuda in the export process. For human resources in this company, the company employs 4 employees, the reason the company employs 4 people is because the company's production machinery is quite efficient, and the marketing costs are carried out by the owner of the company itself, so there’s no marketing fee.

Keywords: *local business, fruit chips, export.*

1. PROFIL PERUSAHAAN

Javanis

Javanis merupakan merek yang memproduksi dan menjual oleh-oleh khas Kota Batu, yaitu keripik tempe dan keripik buah. Merek Javanis berdiri pada tahun 2015 di bawah CV Primanto Pangan Selaras.

Saat ini Javanis berlokasi di Jalan Sumber Urip nomor 239, Batu, Jawa Timur. Pemilik dari Javanis adalah Efri Gunawan.

Visi dari Javanis yaitu “memberikan kepuasan pelanggan yang senantiasa menginginkan produk makanan ringan dengan sentuhan inovasi baru.” Berikut adalah misi dalam mencapai visi perusahaan adalah sebagai berikut.

1. Memobilisasi ekonomi berbasis masyarakat pertanian.
2. Menyediakan produk makanan kesehatan berkualitas tinggi bagi konsumen.
3. Memberikan kualitas layanan prima.

CV. Primanto Pangan Selaras

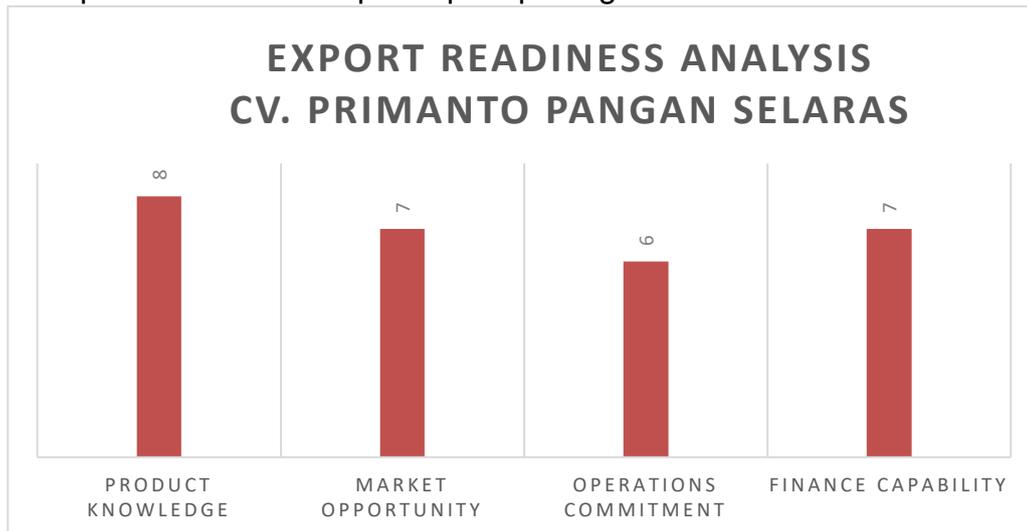
Contact Person : +62818155790 (Efri Gunawan)

Email : info@javanisfood.com

Website : <http://javanisfood.com/>

2. ANALISIS KESIAPAN PERUSAHAAN

Terdapat 4 pertimbangan dalam menentukan kesiapan perusahaan dalam melakukan ekspor. Berikut adalah analisis perusahaan terhadap kesiapan melakukan ekspor seperti pada grafik di bawah ini:



1.1 *Product Knowledge*

Perusahaan menyediakan makanan ringan khas Kota Batu dengan memerhatikan nilai gizi yang terkandung dalam produk yang ditawarkan.

Nilai: 8

1.2 *Market Opportunity*

Dari data Kemendagri tahun 2014, jumlah kota di Indonesia yaitu sebanyak 93 kota. Masing-masing kota memiliki makanan ringan khas daerah, dan Deduwa menyediakan makanan ringan dari berbagai kota di Indonesia. Data yang diperoleh dari Kemenperin, industri makanan menduduki peringkat pertama pendapatan ekspor. Sedangkan pada sub-sektor industri makanan, kerupuk, keripik, peyek, dan sejenisnya

menempati peringkat ke-27, namun jumlahnya meningkat dari tahun 2012 hingga 2016 (44.174.100 USD pada tahun 2016).

Nilai: 7

1.3 Operations Commitment

Komitmen adalah janji perusahaan. Pada faktor ini, dijumpai komitmen yang kurang oleh perusahaan Javanis karena terfokus pada aktivitas usaha di gerai utama.

Nilai: 6

1.4 Finance Capability

Kuangan perusahaan adalah sumber dari segalanya. Secara keuangan, perusahaan sangat mampu untuk melakukan ekspansi, namun untuk saat ini hanya terfokus pada penjualan dalam negeri.

Nilai: 7

3. IDE PRODUK EKSPOR

A. Produk

Fokus produk yang akan diekspor yaitu produk keripik apel. Buah apel merupakan ciri khas dari Kota Batu.

B. Negara Tujuan

Negara Australia merupakan tujuan dari ekspor produk Javanis, karena di sana jarang ada keripik buah (salak, nangka) & keripik tempe. Di Australia juga banyak orang Indonesia yang ingin merasakan produk keripik dari Indonesia. Di samping itu, jarak Australia dengan Indonesia juga sangat dekat sehingga dapat memudahkan urusan logistik dari segi biaya dan waktu. Selain itu, Indonesia memiliki tarif masuk ke Australia sebesar 0 persen. Hal ini didasari oleh perjanjian Indonesia-Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement (AI-CEPA) yang disepakati oleh kedua negara pada September 2018.

C. Ide Produk

Berikut adalah tabel kondisi terkini dari produk yang akan diekspor

Produk Aspek	Keripik Buah
Kemasan	<ul style="list-style-type: none"> - Penggunaan <i>zip</i> sehingga dapat menjaga kerenyahan keripik buah. - Penambahan deskripsi produk pada kemasan. - Penambahan informasi gizi pada kemasan. - Penambahan Bendera Indonesia dan logo Kota Batu pada kemasan untuk memunculkan kekhasan. - Penggunaan Bahasa Inggris untuk tulisan pada kemasan.

4. STRATEGI PEMASARAN

Berikut adalah uraian strategi pemasaran berdasarkan *STP* dan bauran pemasaran (4P) yaitu:

A. *STP* (Segmentation, Targeting, and Positioning)

1) Segementasi:

Segmen	Alasan
Berdasarkan usia:	
Usia 20-25 tahun	Usia ini merupakan usia eksploratif, sehingga ingin mencoba sesuatu yang unik.

Usia 26-30 tahun	Usia ini merupakan usia konsumtif, karena telah memiliki penghasilan yang lebih baik dari segmen usia 20-25 tahun
Usia 30-35 tahun	Usia ini merupakan usia yang mulai sadar akan kesehatan.
Berdasarkan pekerjaan:	
Pekerja kantor	Pekerjaan tersebut bisa saja membutuhkan camilan sebagai teman dalam bekerja.
Berdasarkan kebutuhan kondisional:	
Program diet	Orang diet memilih camilan dengan rendah kalori.

- 2) *Targeting*: Target dari segmentasi yang telah ditetapkan sebelumnya yaitu mengarah pada konsumen dengan demografi usia 20-25 tahun, karena pada usia tersebut merupakan masa eksploratif, yaitu memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap sebuah produk yang unik.
- 3) *Positioning*: Javanis memiliki kompetitor yang berasal dari Kota Malang, yaitu So Kressh yang juga sudah menembus pasar ekspor. Berikut adalah perbandingan antara Javanis dengan So Kressh.

Aspek	Javanis	So Kressh
Tahun berdiri	2015	2000
Lini produk	Keripik buah, keripik tempe, jenang buah.	Keripik buah, keripik tempe, keripik kentang, kacang mete, manisan buah
Pasar ekspor	-	Singapura, Arab
Rentang Harga (domestik)	Rp 10.000,- — Rp 18.000,-	Rp 8.500,- — Rp 17.000,-
<i>Packaging</i>	Kemasan press standart dan zip.	Kemasan press standart dan zip.

B. Marketing Mix (4P)

Bauran pemasaran dibagi menjadi 4 klasifikasi, yaitu:

- 1) *Product* (produk): Fokus produk yang akan diekspor adalah produk keripik buah dan keripik tempe dari Javanis.
- 2) *Price* (harga): Rentang harga yang ditawarkan oleh Javanis yaitu Rp 10.000,- hingga Rp 18.000,- tergantung dengan varian. Untuk saat ini, terdapat 3 variasi dalam pengemasan untuk pembelian dalam jumlah banyak, yaitu:
 - a) Box kecil, yaitu dengan ukuran 20x25x23 cm dengan isi maksimal 15 bungkus.
 - b) Box sedang, yaitu dengan ukuran 39x24x36 cm dengan isi maksimal 30 bungkus.
 - c) Box besar, yaitu dengan ukuran 55x25x36 cm dengan isi maksimal 50 bungkus.
- 3) *Place* (tempat): Kantor dari Javanis yaitu berada di Jalan Taman Siswa No. 5 Kecamatan Blimbing, Kota Malang. Untuk produk dapat dibeli di Toko oleh-oleh Deduwa.
- 4) *Promotion* (promosi)

Upaya promosi yang dapat dilakukan yaitu dengan menggunakan Facebook Fanpage, Facebook Ads, dan Instagram. Nantinya, akun Instagram Javanis diselaraskan dengan akun Facebook, sehingga dapat memasang iklan di kedua media sosial tersebut. Data yang diperoleh dari SocialMediaNews.com.au,

penggunaan sosial media terbanyak di Australia per Januari 2018 yaitu Facebook, dengan jumlah pengguna aktif bulanan sebanyak 15 juta, pengguna terbanyak kedua yaitu Youtube dengan jumlah pengunjung 15 juta, dan ketiga yaitu Instagram dengan jumlah pengguna aktif per bulan. Demografi pengguna Facebook terbanyak yaitu berada pada rentang usia 25—39 tahun dengan jumlah pengguna aktif 6,1 juta.

Untuk konten dari sosial media Javanis, tim kami menyarankan untuk melakukan foto produk yang lebih representatif, seperti ketika foto produk keripik buah salak, maka di sekitar produk terdapat buah salak. Komposisi warna dalam foto juga diperhatikan dalam proses foto produk. Berikut adalah contoh dari foto produk Javanis Keripik Buah.



5. PROSES EKSPOR

Dalam melakukan ekspansi, perusahaan perlu melakukan ekspor agar nama perusahaan semakin dikenal oleh banyak orang. Namun, terdapat beberapa regulasi yang harus dipenuhi perusahaan agar dapat melakukan ekspor. Berikut adalah langkah-langkah dalam melakukan ekspor.

1. Telah memiliki izin dari BPOM
2. Mengetahui *HS Code* untuk keripik buah. *HS Code (Harmonized System Code)* merupakan suatu daftar penggolongan barang yang dibuat secara sistematis dengan tujuan mempermudah penarifan, transaksi perdagangan, pengangkutan, dan statistik yang telah diperbaiki dari sistem klasifikasi sebelumnya.
3. Memiliki izin ekspor, meliputi NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) perusahaan, SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan), NIK (Nomor Induk Kependudukan), TDP (Tanda Daftar Perusahaan), API (Angka Pengenal Importir), dan izin dari BPOM (Badan Pengawasan Obat dan Makanan).
4. Izin impor di negara tujuan.

Dari prosedur di atas, kondisi yang ada pada perusahaan saat ini yaitu belum memiliki izin dari BPOM dan API, sehingga ketika hendak melakukan ekspor, perlu mengurus kedua izin tersebut. Selain dokumen, kode *HS* untuk keripik buah juga belum diketahui sehingga perlu untuk menghubungi Bea Cukai untuk mempermudah penggolongan komoditas karena kode *HS* merupakan penggolongan yang diakui oleh internasional.

Sedangkan untuk pengiriman, tim telah melakukan survei di dua kargo, yaitu Prima International Cargo dan Garuda Indonesia Cargo. Berikut adalah perbandingan dari kedua kargo tersebut.

Aspek \ Kargo	Garuda Indonesia Cargo	Prima International Cargo
Coverage layanan	Australia: Melbourne, Sydney.	Australia: Melbourne.
Klasifikasi kargo	Tonase	Kubikasi, kontainer
Informasi tambahan	- Menyediakan layanan <i>all-in-service</i> . - <i>Certificate of origin</i>	- <i>HS Code</i>

6. SUMBER DAYA MANUSIA

CV Primanto Pangan Selaras memperkerjakan 4 pegawai dengan pendapatan berkonsep borongan, kurang lebih pendapatan pegawai sekitar Rp 1.500.000 per orang dalam 1 bulan, perusahaan tidak memperkerjakan banyak pegawai karena telah menggunakan mesin yang cukup efisien. Untuk biaya pemasaran, karena belum terlalu gencar, maka hanya memanfaatkan pemasaran dari mitra outlet seperti PT Deduwa dan juga lewat website Javanis. Selain itu terkadang perusahaan ini mendapat undangan untuk memasarkan produknya di pameran yang ada di beberapa kota di Jawa Timur. Kesimpulannya, pada pemasaran, perusahaan hampir tidak mengeluarkan biaya. (hanya biaya transportasi saja).

7. RANCANGAN KEMASAN

Dalam melakukan ekspor, perlu dilakukan perlakuan khusus terhadap produk, termasuk dengan kemasan yang akan digunakan untuk mengemas keripik buah. Berikut adalah saran dari tim untuk kemasan.

1. Kemasan

Untuk kemasan, sebaiknya menggunakan *standing pouch* kertas seperti pada gambar di bawah ini karena kertas lebih ramah lingkungan. Sedapat mungkin merek Javanis menunjukkan bila produk yang dijual mendukung aksi menjaga lingkungan (*go green*). Pada *standing pouch* tersebut terdapat *zip* yang memudahkan konsumen untuk menutup kembali kemasan apabila telah selesai makan.



Gambar. *Standing pouch* kertas

2. Labelling

Berikut adalah rancangan desain label pada kemasan yang merupakan hasil *remake* dari kemasan yang telah ada seperti pada gambar di bawah ini.

Javanis

Apple Chips



- High Fiber
- Vitamin C
- Sugar free

*A fresh Apple
from Batu City
fried with
vegetable oil,
served with love.*

Produced by
Primanto Pangan Selaras
Batu 65327, Indonesia
Net weight: 80 gram

Nutrition Fact

Total Fat	20g	11%
Saturated Fat	1.43g	3%
Total Carbohydrate	57.1g	9%
Dietary Fiber	5.71g	8%
Sugar	31.4g	26%
Protein	0g	0%
Vitamin A	0IU	0%
Vitamin C	51.4ug	24%
Sodium	42.9mg	1%
Water	3g	



Penjelasan:

- Logo merek sebaiknya didesain ulang dengan bentuk simbol agar konsumen mudah untuk mengingat merek Javanis. Apabila hanya tulisan, konsumen akan kesulitan untuk mengingat dalam jangka panjang, terlebih kebudayaan negara yang berbeda. Dengan menggunakan simbol, konsumen akan lebih mudah mengingat merek Javanis.
- Informasi keunggulan produk. Hal ini sangat penting karena konsumen harus paham akan nilai dari produk yang ditawarkan. Keunggulan produk diungkapkan dengan 3 kalimat pendek, agar mudah diingat oleh konsumen.
- Barcode untuk memudahkan dalam proses *warehouse*.
- "A fresh Apple from..." merupakan tulisan yang menjelaskan komposisi yang tersirat.
- Nilai gizi. Hal ini merupakan hal yang paling sensitif khususnya di pasar Australia karena konsumen sadar akan nilai dari sebuah kesehatan. Untuk itu, nilai gizi harus amat sangat diperhatikan. Sebaiknya, untuk pasar ekspor pemberian gula pada keripik dikurangi, bahkan dihilangkan, karena konsumen Australia tidak terlalu suka makanan yang manis.

8. KEUANGAN

Keuangan merupakan aspek yang harus diperhitungkan dengan benar. Penentuan harga jual yang optimal menciptakan keseimbangan antara penjual dan pembeli, terlebih untuk menembus pasar ekspor. Tentu terdapat biaya yang lebih banyak ketika melakukan penjualan di pasar ekspor.

Dalam bertransaksi di pasar ekspor, perlu adanya *Letter of Credit (L/C)* sebagai penjamin keberhasilan transaksi antara eksportir dan importir. *Letter of Credit (L/C)* dapat digunakan untuk mengulas latar belakang penjual dan pembeli khususnya dalam bidang keuangan. Berikut adalah dokumen prasyarat untuk melakukan penerbitan *L/C*.

- a. Angka Pengenal Impor (API)
- b. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
- c. Nomow Pokok Wajib Pajak (NPWP)
- d. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

Berikut adalah isi dari dokumen *L/C*.

- a. Bentuk *L/C*.
- b. Nama dan alamat eksportir.
- c. Nilai dan jenis valuta dalam *L/C*.
- d. Metode pembayaran *L/C*.
- e. Tenor dan nama penarik wesel.
- f. Deskripsi barang, meliputi rincian jumlah dan harga per unit.
- g. Syarat penyerahan barang.
- h. Dokumen yang diisyaratkan.
- i. Nama pelabuhan muat dan pelabuhan tujuan.
- j. Tanggal terakhir pengiriman.
- k. Tanggal dan tempat jatuh tempo *L/C*.
- l. Tanggal terakhir penyerahan dokumen bank untuk memperoleh kepastian pembayaran.
- m. Jenis sarana komunikasi yang digunakan untuk mengadviskan *L/C* yang akan dibuka.

Untuk melakukan penerbitan *L/C*, setidaknya harus menjadi nasabah satu bank selama 1 tahun (satu tahun). Dalam satu tahun bank akan melihat transaksi ke belakang.

Berikut adalah rincian biaya yang dibebankan kepada produk dan harga jual untuk pasar ekspor.

NO.	KEBUTUHAN	BIAYA (dalam rupiah)
1.	Pengurusan API, NIK, BPOM	0
2.	Tes laboratorium	300.000
3.	Packaging per pcs	1.500
4.	Tarif	0
5.	Ongkos kirim (per 50 kg)	150.000
6.	Biaya pemasaran selama 3 bulan	500.000
TOTAL		951.500

Adjust keuangan per 3 bulan

NO.	KEBUTUHAN	BIAYA (dlm rupiah)	ADJUST (dlm rupiah)
1.	Tes laboratorium	300.000	75.000
2.	Ongkos kirim per 50 kg (1 bulan 50kg)	150.000	450.000
3.	Biaya pemasaran selama 3 bulan	500.000	500.000
TOTAL ADJUST			1.025.000

Catatan:

- Produktivitas keripik apel 300 bungkus per minggu.
- Tes laboratorium hanya dilakukan sekali dalam setahun

- Berat bersih per kemasan 100 gram
- Target penjualan 500 bungkus per bulan (50 kilogram).
- Biaya iklan per minggu selama 3 bulan Rp 25.000,00
- Ongkos admin sosial media per 3 bulan Rp 200.000,00

Harga Pokok Penjualan (dalam satuan rupiah)

$$HPP \text{ Ekspor} = HPP \text{ Produksi} + \frac{\text{Biaya Ekspor}}{\text{Target Penjualan}} + \text{Packaging}$$

$$HPP \text{ Ekspor} = 7.000 + \frac{1.025.000}{150} + 1.500$$

$$HPP \text{ Ekspor} = 15.350$$

Harga Jual untuk Pasar Ekspor (dalam satuan rupiah)

$$\text{Harga Jual} = HPP \text{ Ekspor} + 30\% HPP \text{ Ekspor}$$

$$\text{Harga Jual} = 15.350 + 4.605$$

$$\text{Harga Jual} = 19.955$$

Proyeksi Keuntungan (dalam satuan rupiah)

- Target penjualan selama 3 bulan adalah 500 bungkus

$$\text{Profit} = \text{Target Penjualan} * \text{Margin Profit}$$

$$\text{Profit} = 500 \text{ pcs} * 4.605$$

$$\text{Profit} = 2.302.500 \text{ per 3 bulan}$$

$$\text{Profit} = 767.500 \text{ per bulan}$$

Return on Investment (ROI) (dalam satuan rupiah)

$$ROI = \frac{\text{Total Penjualan} - \text{Biaya}}{\text{Biaya}} * 100\%$$

$$ROI = \frac{9.977.500 - 7.675.000}{7.675.000} * 100\%$$

$$ROI = 30\%$$

9. REKOMENDASI

Dalam menjalankan ide ekspor dalam proyek ini, tentu saja diperlukan sebuah strategi agar rencana yang dijalankan dapat berjalan dengan efisien. Berikut adalah rekomendasi langkah-langkah dalam menjalankan proyek tersebut.

1. Mengurus izin dari BPOM.
2. Mencari informasi mengenai HS Code untuk keripik buah.
3. Mengurus NIK dan API terkait izin ekspor.
4. Mencari supplier packaging dengan harga yang optimal.
5. Melakukan foto ulang untuk produk ekspor.
6. Membuat dan menata akun sosial media Facebook Fanpage.
7. Beriklan menggunakan Facebook dengan target audiens negara Australia.

REFERENSI

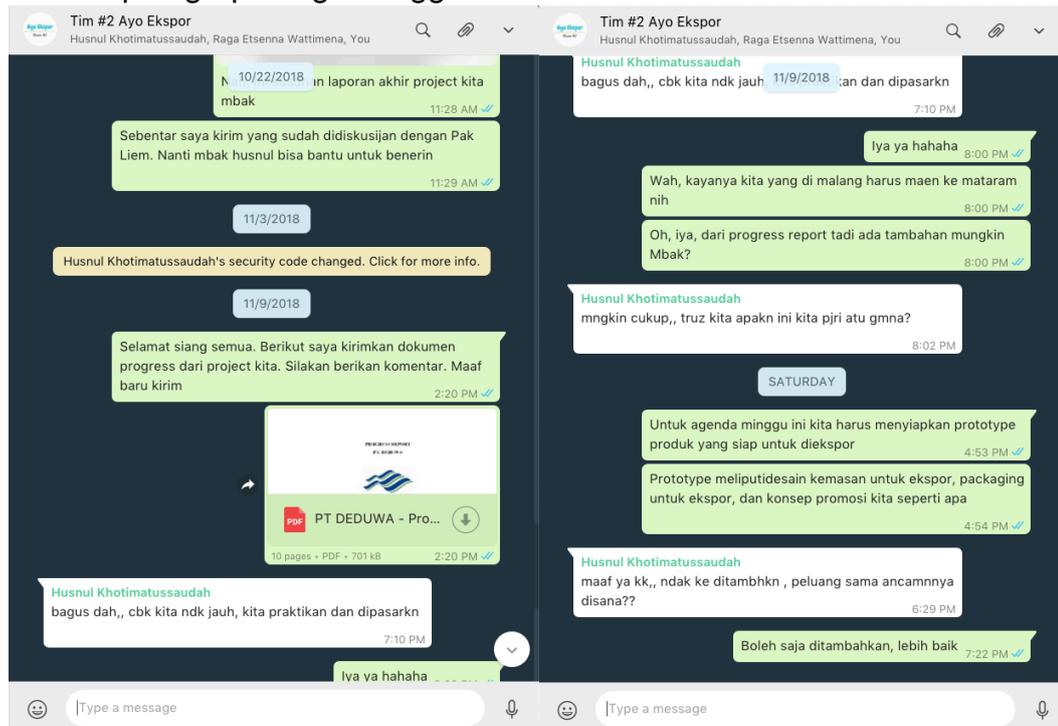
- HS Code: Definisi & Manfaat.* (2011). Retrieved from http://djpen.kemendag.go.id/app_frontend/contents/147-definisi-manfaat
- Laisa, Amalia. *Segmenting, Targeting, dan Positioning.* (2018). Retrieved from <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-pemasaran-segmenting-targeting-positioning-stp/13248/2>
- Manisnya Bisnis Keripik Buah.* (2010). Retrieved from <https://finance.detik.com/solusiukm/d-1289918/manisnya-bisnis-keripik-buah>
- Penerapan Strategi STP (Segmenting, Targeting, and Positioning) untuk Mereduksi Bargaining Position of Supplier Petani bagi Pengembang tebu di Madura (bagian I).* (2014). Retrieved from <http://ptpn10.co.id/blog/penerapan-strategi-stp-segmenting-targeting-and-positioning-untuk-mereduksi-bargaining-position-of-supplier-petani-bagi-pengembangan-tebu-di-madura-bagian-i>
- Deny, Septian, *Produk RI Nikmati Bea Masuk 0 Persen ke Australia.* (2018). Retrieved from <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3638825/produk-ri-nikmati-bea-masuk-0-persen-ke-australia>
- Produk Kripik Malang Javanis Food.* (n.d.). Retrieved from <http://javanisfood.com/produk>

LAMPIRAN

Foto produk Javanis keripik buah



Percakapan grup dengan anggota tim



COPYRIGHT STATEMENT & DECLARATION OF THE ORIGINALITY OF PAPER

The work contained in this paper has not been previously submitted either in whole or in part. The best of my knowledge and belief, the material presented in this paper is original except where due reference is made in text. This paper may be freely published in any journal or conference by AIBPM. The authorship of paper is the authors and supervisor (lecturer). It may be freely copied and distributed for private use and study, however, no part of this paper or the information contained therein may be included in or referred to in publication without prior written permission of the author and/or any reference fully acknowledged.

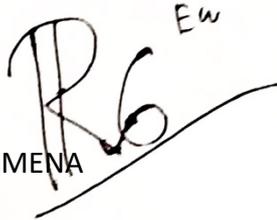
Date Signed: 6 December 2018

Team members

1. MUHAMMAD ZAINUL HAKIM



2. RAGA ETSENNA WATTIMENA



3. HUSNUL KHOTIMATUSSAUDAH

