

EXECUTIVE SUMMARY

Fruit is considered as a good source of natural nutrients which highly beneficial for health. Vitamins, minerals and antioxidants that contained in fruits are believed as a support to maintain fitness and also reducing the risk of disease. These superficial health benefits of fruit haven't been exposed in a specific-beneficial way, especially by the existing provider of fruit juice. Of Juicia's research findings, consumers expecting the presence of a fruit juice product with criterias such as truly original and fresh, no sugar and water mixture, and most importantly, consumers are perceiving that real fresh juice is a juice that the making process could be seen directly. Juicia presenting itself as a provider of healthy juices that **have a better hygiene and quality** in aims to answer the needs of the consumer.

Juicia is a **provider of processed fruit drinks that prioritizing freshness and purity in order to support health maintenance, with practical consumption, and ensured hygienic process , all of which to facilitate the initiation of healthy lifestyle.** Juicia carries several distinguishing factor to be more superior than competitors, including the mixture of effective composition, which means Juicia products are **consists of fruit mixture intended to maintain a healthy body in a specific aim,** and the production process is done in **transparent and clean environment** so that consumers will have **more assurance in Juicia's product,** booth presence are **designed to be close with consumer in addition to the excellent service** as multiple added value in the eyes of Juicia's consumers.

Indonesia rapid population growth rate of 15% per year in average coincide with the increasing awareness of community preferences for healthy lifestyle, indicated by the growth in fruit and vegetable consumption level of about **6.9% per annum** since 2006, a compelling background for Juicia to start its business. The magnitude of the needs from white collar professionals which populated in office superblock (**more than 3000 potential buyers**) and their demand for healthy lifestyle channel has reflecting huge market potential that can be work on by Juicia (**more than 400 million Rupiah per annum**).

Juicia competitive strategy used to reach the potential market is **Focus Differentiation**. Strategy planning are also based on **Internal External Matrix analysis that generates Market Penetration and Product Development**. Gradually, this analysis begins by analyzing **IFE (Internal Factor Evaluation)** scored **2,645** which means Juicia strength is **well enough** to compete in the industry and overcome the weaknesses as well as analysis of **EFE (External Factors Evaluation)** scored **2.98** which means that the strategy adopted by Juicia now This has been **quite effective** in response to factors that occur in the market.

In marketing strategy, Juicia opened inaugural stores in Plaza Bapindo the date of **May 13th, 2013** and has served **more than 2000 customers**. Juicia dissemination of brochures, along with delivery services, launching **Office Boy Incentive Program** to increase sales, and discounts program called **Healthy Friday**. The next year's marketing focus is to optimizing the market of prime outlets in Plaza Bapindo through emphasis on product awareness. Next, Juicia will do **market**

penetration to the location which embody the characteristics of the target market in the next five-year plan through the plan in opening new stores.

In operational strategy, Juicia produce and ensure the products are in accordance with the **standard quality of operational working standards** (House of Quality and standard operating policies) that have been made, the raw materials delivery system by suppliers on the planned day (**Monday and Wednesday each week**), emphasising in **production agility and high quality products** for the first year. In the next five years operational division will focus on the **cost reduction** and promoting strategies in terms of **expediting Juicia SIPOC operations flow** (Supply-Input-Process-Output-Customer).

In the human resources strategy, Juicia recruited two employees to fill each position of **outlet manager (Dian, female 22 years, have work experience, Rp 1,200,000.00 in salary)** and **production manager (Ilham, male, 18 years old, no working experience, Rp 1,000,000.00 in salary)**, incentivied by commission for each cup sold to increase their motivation, provide related training, job evaluation based on **competency and Key Performance Indicator** of each person on which to base salary increases. In the next five years there is a **general manager** position to support the business strategy.

In financial strategy, Juicia targetting a **net profit of Rp 52,093,594.91 a year which gives the rate of return of 10% and a payback period analysis within 7.5 operating month**. In five years running, the NPV of business is projected to reach **753 million Rupiah , with an IRR of 289%**.

RINGKASAN EKSEKUTIF

Buah merupakan salah satu sumber nutrisi alami yang sangat bermanfaat bagi kesehatan tubuh. Vitamin, mineral dan antioksidan yang terkandung dalam buah-buahan diyakini dapat membantu menjaga kebugaran tubuh serta mengurangi resiko penyakit. Manfaat buah yang baik ini masih dirasakan belum banyak ditonjolkan secara spesifik oleh para penyedia jus yang ada. Dari riset Juicia konsumen menginginkan hadirnya sebuah jus yang benar-benar asli dan segar, tidak ada campuran gula dan air dan yang terpenting konsumen menganggap jus yang segar adalah jus yang bisa dilihat proses pembuatannya. Juicia hadir sebagai penyedia jus sehat yang **lebih bersih dan lebih baik** dan bertujuan menjawab kebutuhan konsumen tersebut.

Juicia adalah penyedia **minuman buah olahan asli dan segar** yang berfungsi **menjaga kesehatan tubuh**, praktis dikonsumsi dan disajikan secara **higienis**, sebagai **kemudahan memulai gaya hidup sehat**. Juicia mempunyai faktor pembeda yang unggul dibanding kompetitor, diantaranya adalah **komposisi resep tepat guna**, yang berarti produk Juicia terdiri dari campuran buah yang **ditujukan untuk menjaga kesehatan tubuh secara spesifik**, proses produksi dilakukan secara **terbuka dan bersih** sehingga konsumen **akan lebih percaya produk Juicia**, kehadiran gerai yang **dekat dengan konsumen** serta **pelayanan Juicia yang lebih baik** menjadi nilai tambah dari usaha Juicia secara keseluruhan dimata konsumen.

Meningkatnya laju pertumbuhan penduduk Indonesia secara rata – rata **15% per tahun** yang bersamaan dengan peningkatan preferensi kelompok masyarakat akan gaya hidup sehat (pertumbuhan konsumsi buah dan sayuran) sekitar **6.9 % per tahun** sejak tahun 2006 menjadi latar belakang yang kuat untuk memulai usaha Juicia. Besarnya kebutuhan kaum profesional yang berada di kawasan *superblock* perkantoran (**lebih dari 3000 pembeli berpotensi**) akan suatu pemenuhan gaya hidup sehat merupakan cerminan besarnya potensi pasar yang bisa diraih Juicia (**lebih dari 400 juta Rupiah per tahun**).

Strategi bersaing yang digunakan Juicia untuk meraih potensi pasar adalah ***Focus Differentiation***. Perencanaan strategi juga dibuat berdasarkan analisa ***Internal External Matrix*** yang menghasilkan ***Market Penetration*** dan ***Product Development***. Analisa ini didahului dengan analisa ***IFE (Internal Factors Evaluation)*** dengan hasil **2.645** yang berarti kekuatan Juicia sudah **cukup baik** untuk bersaing di industri dan mengatasi kelemahan yang dimiliki serta analisa ***EFE (External Factors Evaluation)*** **2,98** yang berarti strategi yang diterapkan oleh Juicia sekarang ini telah **cukup efektif** dalam menanggapi faktor-faktor yang terjadi di pasar.

Dalam strategi pemasaran, Juicia membuka gerai perdana di Plaza Bapindo sejak tanggal **13 Mei 2013** dan telah melayani lebih dari **2000 konsumen**. Juicia melakukan penyebaran brosur yang disertai dengan layanan pengantaran, meluncurkan ***Office Boy Insentif Program*** demi membantu dalam peningkatan penjualan, serta program diskon ***Healthy Friday***. Satu tahun kedepan fokus pemasaran adalah **optimalisasi pasar** gerai perdana Juicia di Plaza Bapindo melalui penekanan pada ***product awareness***. Setelah itu, Juicia akan melakukan **penetrasi**

pasar pada lokasi dengan karakteristik pasar yang sama dalam rencana lima tahun kedepan melalui **rencana pembukaan gerai baru**.

Dalam strategi operasional, Juicia membuat dan memastikan produk yang dihasilkan berada dalam **standar kualitas** berdasarkan **standar operasional kerja** (*House of Quality* dan kebijakan standar operasional) yang telah dibuat, sistem pengantaran produk oleh pemasok pada hari yang direncanakan (**Senin dan Rabu setiap minggunya**), penekanan pada **kecepatan produksi** dan **kualitas produk** untuk satu tahun pertama. Dalam lima tahun kedepan divisi operasional akan fokus pada **penurunan biaya** dan mendukung strategi Juicia dalam hal **mempelancar arus operasi SIPOC** (*Supply-Input-Process-Output-Customer*).

Dalam strategi ketenagakerjaan, Juicia merekrut dua orang pegawai untuk mengisi masing-masing jabatan **manajer gerai** (**Dian, wanita 22 tahun, mempunyai pengalaman kerja, gaji pokok Rp 1,200,000.00**) dan **manajer produksi** (**Ilham, pria 18 tahun, tidak berpengalaman kerja gaji pokok Rp 1,000,000.00**), memberikan komisi per gelas terjual untuk menambah motivasi kerja, memberikan pelatihan terkait, evaluasi pekerjaan berdasarkan **kompetensi** dan **Key Performance Indicator** masing-masing orang yang menjadi dasar kenaikan gaji. Dalam lima tahun kedepan terdapat jabatan **manajer umum** untuk mendukung strategi usaha.

Dalam strategi keuangan, Juicia menetapkan target akan mendapatkan **laba bersih dalam setahun sebesar Rp 52,093,594.91** yang memberikan tingkat pengembalian sebesar **10%** dan analisa balik modal dalam waktu **7.5 bulan operasional usaha berjalan**. Dalam lima tahun berjalan, **NPV** usaha diproyeksikan mencapai **753 juta Rupiah**, dengan **IRR** sebesar **289%**.