

RINGKASAN EKSEKUTIF

PT Sido Muncul mulai menjual kopi instan pada tahun 2004. Alasan utama PT Sido Muncul mulai menjual kopi instan yang diperoleh dari *Kompas* tanggal 13 oktober 2010 adalah keinginan Direktur Utama PT Sido Muncul Bapak Irwan Hidayat untuk melakukan diversifikasi produk. Pada tahun 2003 PT Sido Muncul meluncurkan produk Kuku Bima Ener-G!. Tahun-tahun berikutnya, penjualan Kuku Bima Energi mampu mengalahkan kompetitor terbesarnya pada saat itu, yaitu Extra Joss.

Menurut data yang diperoleh dari Dirjen Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian pada tahun 2008, diketahui bahwa Indonesia merupakan produsen kopi terbesar ke-4 terbesar di dunia setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia dengan pangsa pasar sebesar 5,4% dari total produksi dunia.

Pada tahun 2004, PT Sido Muncul mulai menjual produk Kopi instan dengan nama Kuku Bima Kopi Ginseng, yaitu kopi instan dengan ampas. Sejak penjualan perdananya hingga kuartal pertama pada tahun 2010, penjualan Kuku Bima Kopi Ginseng ini mengalami tren yang positif dengan meningkat kurang lebih 50% per tahun, meskipun selama periode tersebut Kuku Bima Kopi Ginseng tidak melakukan promosi di media massa secara gencar.

Dengan bermodalkan tren positif yang dilihat dari Kuku Bima Kopi Ginseng, pada tahun 2009 PT Sido Muncul mengeluarkan varian lain dari produk kopi dengan nama Kuku Bima Kopi Ener-G!. Kopi instan tanpa ampas ini ternyata mampu diterima pada 3 bulan pertama. Pada tahun 2010 kuartal ke 2, penjualan Kuku Bima Kopi Ener-G! ini mengalami penurunan penjualan yang cukup signifikan.

Berdasarkan uraian inilah penulis akan menganalisa mengenai penyebab utama dan penyebab lain menurunnya penjualan Kuku Bima Kopi Ener-G! yang signifikan dan juga solusi bagi produk Kuku Bima Kopi Ener-G! sehingga dapat bertahan dalam industri kopi instan dan mampu meningkatkan penjualan Kuku Bima Kopi Ener-G!.

EXECUTIVE SUMMARY

PT Sido Muncul start selling instant coffee in 2004. The main reason PT Sido Muncul start selling instant coffee is, herbal medicine consumption, which at that time accounted for the largest corporate earnings decline. This was quickly captured by the CEO of PT Sido Muncul Mr Irwan Hidayat to make other mainstay products. In 2003, PT Sido Muncul Kuku Bima Energi product launches. In the following years, sales of Kuku Bima Energi able to beat its biggest competitor at the time, namely Extra Joss. Based on the information from Kompas in October 13, 2010, this encourages PT Sido Muncul to find other products that can improved by the company.

According to data obtained from the Directorate General of Processing and Marketing of Agricultural Products, July 24, 2008, shows that Indonesia is the largest coffee producer to 4 in the world after Brazil, Vietnam and Colombia with a market share of 5.4% of total world production.

In 2004, PT Sido Muncul start selling instant coffee product with the name of Kuku Bima Kopi Ginseng. Since its inaugural sale until the first quarter in 2010, sales of Kuku Bima Kopi Ginseng is experiencing a positive trend with increased about 50% per year, although during that period, Kuku Bima Kopi Ginseng does not advertise in mass media.

In 2009, with positive trends seen capitalize from its predecessor, Kuku Bima Kopi Ginseng, PT Sido Muncul introduced the other variants of coffee products by name: Kuku Bima Kopi Ener-G!. At first, the sales of Kuku Bima Kopi Ener-G! is quite good. But it turns out in the 2nd quarter of 2010, sales of these Kuku Bima Kopi Ener-G! sales declined significantly.

Based on this story, the author will analyze the main causes and other causes of declining sales in Kuku Bima Kopi Ener-G and also the solution for Kuku Bima Kopi Ener-G! so the Kuku Bima Kopi Ener-G! sales can survive in the competition and increase sales in the next period.