

ABSTRAK

Judul : Kopi Celup 'GO PRAC' Kopi Hitam Khas Banyuwangi.
Nama : Andri Firwansyah, Leroy Lionel Yuhaniar, I Wayan Juliarta,
Irene Widianty M.
Program Studi : Magister Manajemen.

Kopi merupakan minuman yang telah dikenal di seluruh dunia. Untuk produk kopi olahan itu sendiri dibedakan menjadi dua jenis yaitu kopi tubruk & kopi instan. Semakin kompleksnya aktivitas manusia maka menyebabkan segala sesuatunya menuntut hal yang serba cepat atau instan termasuk dengan minuman kopi. Oleh karena itu terjadi perubahan perilaku konsumen yang tadinya mengkonsumsi kopi tubruk saat ini beralih menjadi konsumen kopi instan. Berdasarkan uraian masalah tersebut, maka didapat peluang usaha yaitu membuat Kopi Celup GO PRAC memproduksi kopi tubruk dengan menggunakan filter sehingga ampas tersaring, praktis, namun aroma dan cita rasa kopi yang khas tetap ada. Strategi yang dipilih dari tahap pencocokan untuk pengembangan kopi celup Go Prac adalah memperluas distribusi jaringan pemasaran. Pangsa pasar yang dituju wilayah Jabodetabek dengan distribusi B2B dan B2C. NPV yang dihasilkan selama 5 tahun sebesar Rp Rp 3.742.543.423 dimana dari hasil NPV lebih besar dari nilai investasi yang diperlukan yaitu Rp 1.000.000.000. Selain itu tingkat periode pengembalian modal yang diperlukan dari arus kas bersih adalah 2,2 tahun. IRR yang didapatkan sebesar 63%.

Kata Kunci :
Kopi Celup, Praktis, Inovasi, Perencanaan Bisnis.

ABSTRACT

Title : Dip Coffee 'GO PRAC' Typical Black Coffee of Banyuwangi.
Name : Andri Firwansyah, Leroy Lionel Yuhaniar, I Wayan Juliarta,
Irene Widianty M.
Study program: Master of Business Administration

Coffee is a drink that has been known throughout the world. The processed coffee product itself is divided into two types, namely brewed coffee & instant coffee. The more complex human activity causes everything to demand fast or instantaneous things, including coffee drinks. Therefore, there has been a change in the behavior of consumers who previously consumed brewed coffee, now they have turned into instant coffee consumers. Based on the description of the problem, a business opportunity is obtained, namely making GO PRAC Coffee Celup to produce brewed coffee using a filter so that the pulp is filtered, practical, but the distinctive aroma and taste of coffee remains. The strategy chosen from the matching stage for the development of Go Prac dyed coffee was to expand the distribution network of the marketing. The market share aimed at the Jabodetabek area with B2B and B2C distribution. The NPV generated for 5 years is Rp 3.742.543.423 where the NPV results are greater than the required investment value, namely Rp. 1,000,000,000. In addition, the required payback period rate of net cash flow is 2.2 years. The IRR obtained is 63%.

Keywords :

Dip Coffee, Simple, Innovation, Business Plan.