

BISNIS PROPOSAL

COCOPOT

Nucifera Nusantara Agraria



EXECUTIVE SUMMARY

Kelapa merupakan salah satu komoditas yang dapat diunggulkan oleh Indonesia, sebab kelapa di Indonesia, pertumbuhannya cukup merata di seluruh wilayah. Sayangnya, penyerapan produksi serta pemanfaatan kelapa masih sangat sedikit. Produk kelapa di Indonesia banyak yang berujung hanya pada santannya saja, padahal sangat banyak produk turunan lainnya yang dapat dihasilkan oleh kelapa. Dengan potensi baik dimasa depan, Cocopot akan menawarkan produk unik dan berguna bagi masyarakat di pedesaan maupun perkotaan di Indonesia. Cocopot adalah inovasi pot tanaman dengan bahan dasar sabut kelapa. Nilai yang dapat ditawarkan oleh produk ini adalah produk yang ramah lingkungan, memberikan manfaat lebih baik pada pertumbuhan tanaman, dan memberi sentuhan seni yang alami. Bisnis ini sangat menjanjikan karena diprediksi dapat mampu bersaing baik di pasar nasional maupun internasional.



KELOMPOK 2

PRESIDENT UNIVERSITY

ABOUT US

Nucifera Nusantara Agraria berdiri pada tahun 2022 di Indonesia yang memberikan pelayanan distribusi produk berkualitas dan ramah lingkungan yang berasal dari limbah kelapa yang menumpuk di Indonesia. Perusahaan ini mengedepankan profesionalitas dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan pasar baik secara nasional dan internasional.



VISION

Menjadi salah satu perusahaan yang dapat memberikan solusi dan kontribusi dalam membangun kesejahteraan ekosistem ekonomi petani kelapa lokal Indonesia, mendistribusikan produk unggulan dan berkualitas baik didalam negeri maupun ke luar negeri, serta mengurangi penumpukan limbah kelapa di Indonesia.

MISSION

1. Memberikan pelayanan yang optimal, ramah dan efisien bagi calon nasabah dan nasabah.
2. Menjaga kualitas produk agar tetap unggul dan ramah lingkungan sebagai nilai tambah di pasar nasional dan internasional.
3. Menjalinkan komunikasi yang sehat dengan petani kelapa lokal.
4. Mengelola perusahaan dengan tata pemerintahan yang baik dan kepemimpinan yang kuat, posisi sumber daya manusia sebagai aset berharga dan meningkatkan kesejahteraan karyawan melalui kesehatan perusahaan.

VALUES

Kompeten dan Adaptif

Menjaga antusiasme belajar dalam mengembangkan kapabilitas dan berinovasi dalam menghadapi segala perubahan.

Amanah

Memegang teguh kepercayaan dari berbagai pihak yang telah diberikan.

Harmonis

Saling menghargai dan peduli akan perbedaan yang ada di antara pekerja dan nasabah.

Loyal

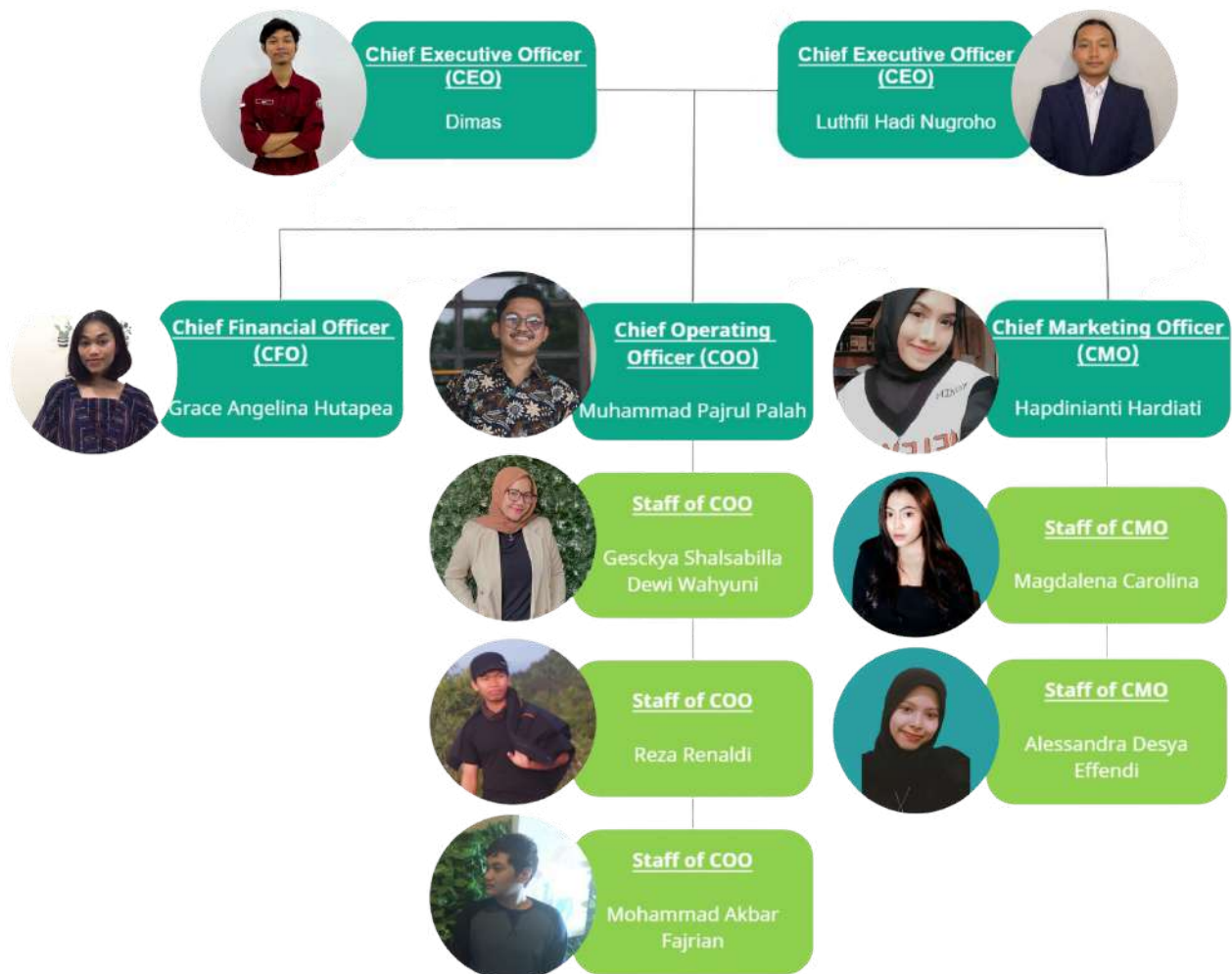
Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara Indonesia.

Kolaboratif

Membangun kerjasama yang sinergis secara nasional dan internasional.



ORGANIZATIONAL STRUCTURE



OBJECTIVES

Terdapat beberapa hal yang menjadi target dari Nucifera Nusantara Agraria, diantaranya:

1. Mendorong Republik Indonesia untuk meningkatkan angka kebutuhan sabut kelapa dunia dari 3% menjadi 6% dalam 2 tahun.
2. Menggapai pengikut di media sosial instagram sebanyak 5.000 orang dalam waktu 6 bulan.
3. Mendapatkan 1 investor tetap dalam waktu 3 bulan.
4. Meningkatkan nilai saham perusahaan 3% di tahun ini.



GOALS

Terdapat beberapa tujuan yang mendasari kerja Nucifera Nusantara Agraria, diantaranya:

1. Menjaga hubungan baik dengan calon nasabah dan nasabah melalui pemberian customer service yang baik.
2. Meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya penggunaan produk-produk ramah lingkungan bagi bumi.
3. Meningkatkan profit.
4. Mampu beradaptasi dan mempertahankan nilai produk untuk bisa bersaing baik dipasar nasional maupun internasional.
5. Meningkatkan kenyamanan dan efisiensi kerja pada kinerja karyawan.



OUR PRODUCT



PRODUCT DESCRIPTION

Kelapa merupakan salah satu komoditas yang diunggulkan oleh Indonesia, sebab penyebaran pertumbuhannya cukup merata ditanah Indonesia. Namun, pemanfaatannya masih belum maksimal. Melalui niatan untuk memaksimalkan pemanfaatan komoditas kelapa serta pengurangan limbah sampah sabut kelapa di Indonesia melahirkan sebuah ide yang diberi nama “COCOPOT”.

Cocopot merupakan sebuah inovasi pot tumbuhan yang berbahan dasar sabut kelapa. Cocopot akan berkontribusi besar dalam penanganan limbah sampah sabut kelapa di Indonesia. Kemudian, menjadi produk unggulan baru baik bagi pasar Indonesia hingga ke kancah Internasional. Dengan keunikan yang tidak dimiliki oleh jenis pot lainnya, Cocopot diyakini dapat bersaing dengan baik.

PRODUCT FEATURES

Produk Cocopot dilengkapi oleh berbagai kelebihan, diantaranya:

1. Produk berbahan dasar sabut kelapa yang ramah lingkungan dan bisa diolah kembali.
2. Kemasan berbahan dasar rotan yang ramah lingkungan.
3. Dilengkapi dengan gantungan panjang untuk menggantung produk Cocopot yang berbahan dasar sabut kelapa.



PRODUCT ADVANTAGES



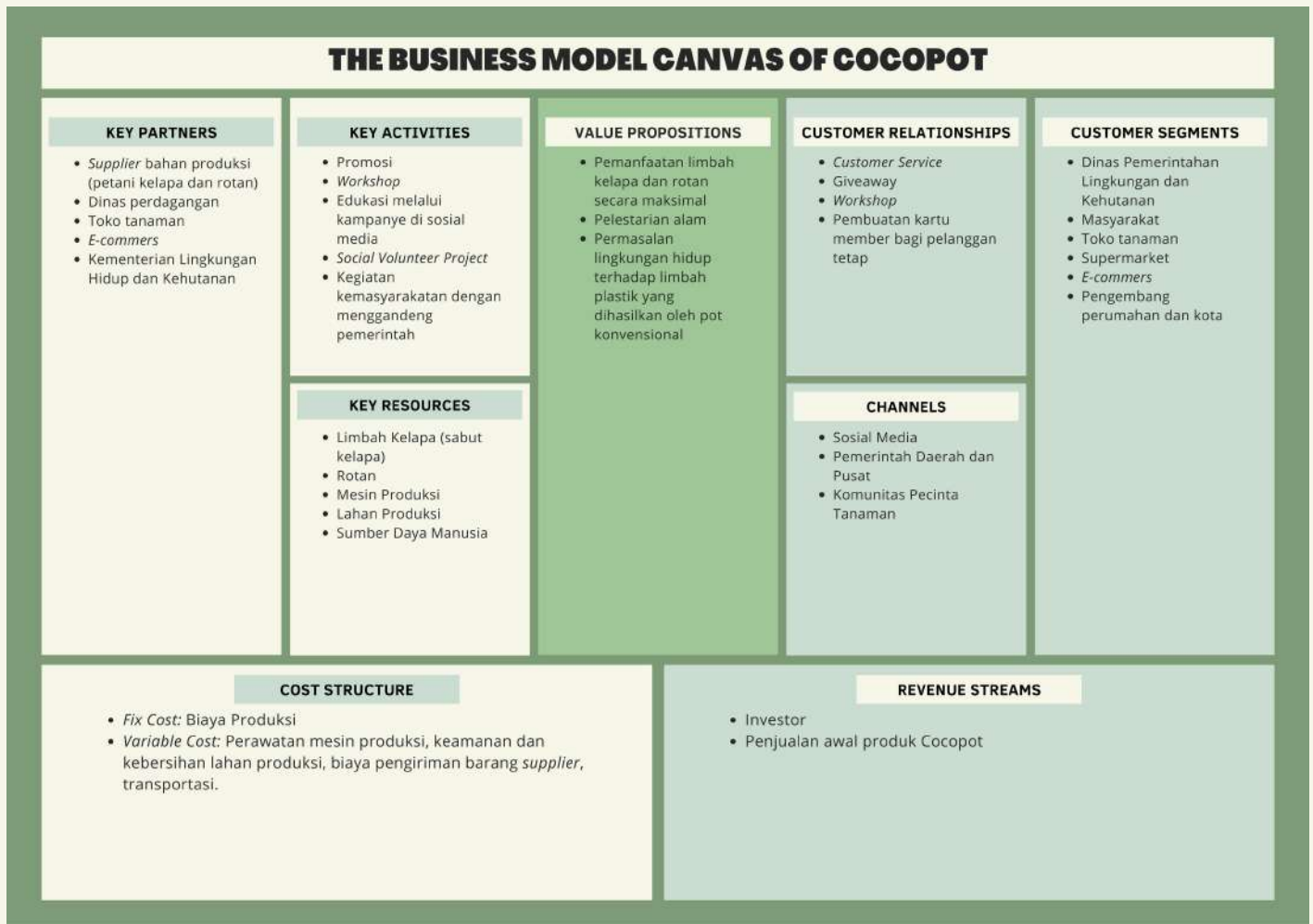
Cocopot merupakan sebuah inovasi pot tumbuhan yang berbahan dasar sabut kelapa. Hal tersebut pula yang membuat Cocopot menjadi sebuah inovasi terbaharukan yang 'ramah lingkungan'. Tidak hanya penggunaan sabut pada produk utama. Kemasan dan pelengkap yang disiapkan juga akan berbahan dasar 'ramah lingkungan'. Untuk barang pelengkap yang menjadi daya tarik tambahan produk ini adalah tali gantung yang berbahan dasar sabut kelapa. Kegunaan tali ini akan menjadi nilai tambah produk dikarenakan fungsinya yang dapat membuat Cocopot tidak hanya dapat ditata di dataran tapi juga bisa menjadi hiasan gantung di rumah anda,

terlebih lagi jika rumah anda tidak memiliki lagi cukup ruang untuk menyimpan Cocopot. Melalui kemasan, produk Cocopot akan menggunakan bahan dasar kardus. Hal ini bertujuan untuk memaksimalkan visi dan misi kami dalam menjaga lingkungan hidup.

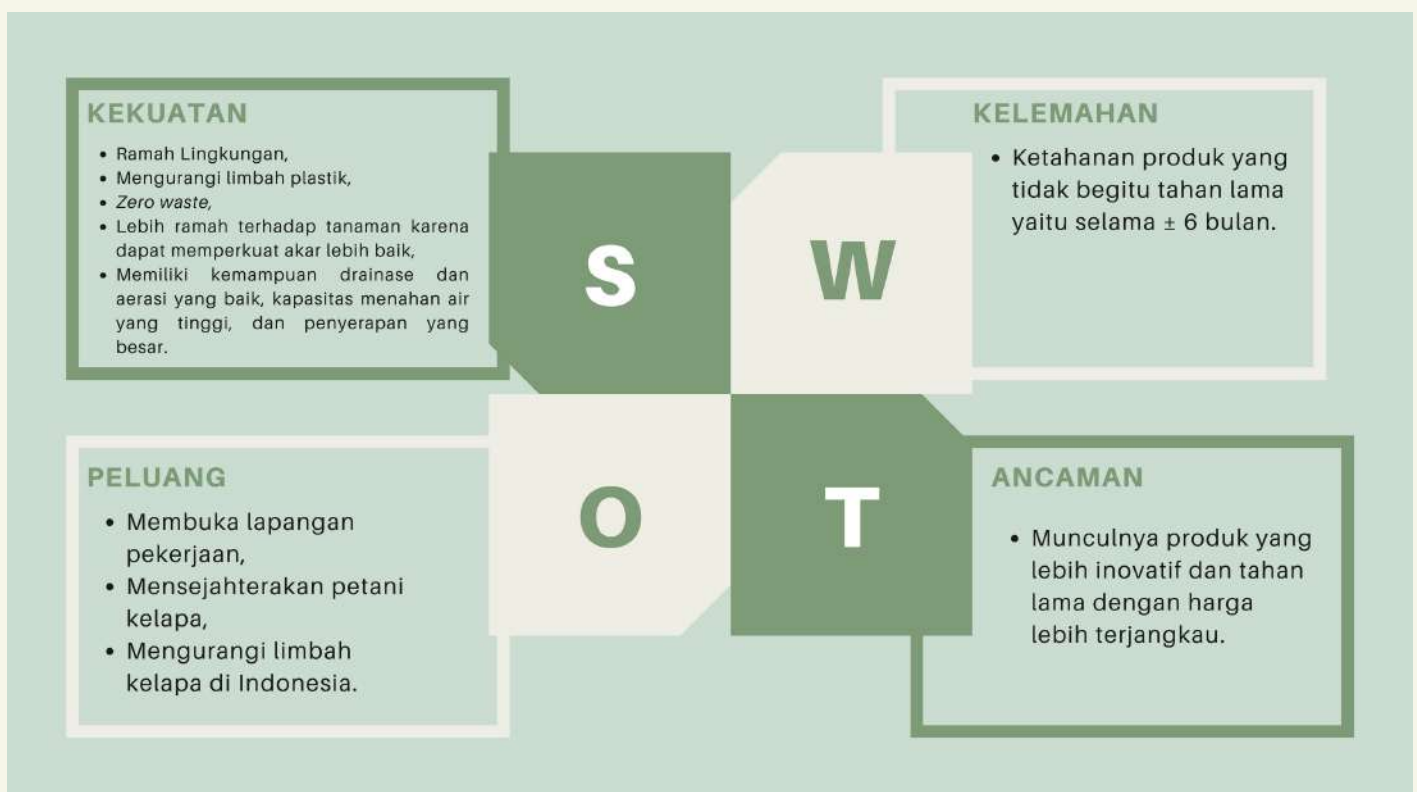
Cocopot juga mampu memberikan kelebihan unik dan menarik lainnya yang tidak dapat diberikan oleh pot berbahan dasar lain. Cocopot memberikan visual yang lebih alami dan otentik. Selain itu, Cocopot merupakan jenis pot yang tahan lama dan dapat memberikan sirkulasi udara yang lebih baik kepada tanaman sehingga membuat perkembangan tanaman tersebut lebih maksimal dan mudah.



BUSINESS MODEL CANVAS



SWOT ANALYSIS



COMPETITIVE RESEARCH

Bisnis ini tentunya memiliki pesaing yang memiliki produk yang sama. Skala pesaing dalam jenis bisnis ini relatif kecil karena ekosistem bisnis ini jarang dijalankan oleh pengusaha lain. Setelah dilakukannya beberapa analisis, MagniKaryaAgritek ditemukan sebagai salah satu pesaing yang memiliki jenis bisnis yang sama dengan Cocopot dan dapat menimbulkan tantangan atau risiko untuk diatasi.

Menentukan Produk yang Kompetitor Tawarkan

MagniKaryaAgritek bergerak dibidang harga yang terjangkau, mereka menargetkan pasar secara luas khususnya mereka menargetkan pasar untuk semua kalangan dari kalangan kelas atas hingga kalangan kelas bawah. Karakteristik dan Kebutuhan pelanggan MagniKaryaAgritek adalah pelanggan yang memelihara tanaman dirumah maupun di tempat lainnya yang mereka suka dan senang terhadap tanaman.

MagniKaryaAgritek mendistribusikan produk mereka berbasis online, karena seperti yang kita tahu sejak adanya pandemi covid-19 kemarin segala aktivitas telah dilakukan secara daring/online begitupun dengan kebiasaan masyarakat yang sekarang berganti lebih menyukai belanja online karena mudahnya akses dan banyaknya promo yang ditawarkan sehingga MagniKaryaAgritek mendistribusikan produk mereka secara online. Keunikan dari produk mereka terletak pada sistem harga penjualannya yang relatif terjangkau hingga murah sehingga pelanggan akan sangat tertarik membeli produk yang didistribusikan oleh MagniKaryaAgritek karena harga produknya yang relatif murah.

Strategi Penjualan Kompetitor

Setelah melakukan research tentang kompetitor kami yaitu MagniKaryaAgritek, mereka melakukan strategi di bagian harga yang terjangkau hingga bisa dikatakan murah sehingga banyaknya pelanggan tergoda untuk membeli produk yang ditawarkan oleh MagniKaryaAgritek.

MagniKaryaAgritek mendistribusikan produk mereka secara online karena seperti yang sudah dikatakan sebelumnya bahwa pandemi Covid-19 telah merubah segalanya secara online dan hal ini menjadi salah satu kebiasaan masyarakat berubah menjadi sering berbelanja ataupun berjualan secara online karena mudahnya akses dan banyaknya penawaran serta promo yang ditawarkan.

Strategi Marketing Kompetitor

Kompetitor yang kami sebutkan sebelumnya ialah MagniKaryaAgritek hanya menggunakan strategi marketing secara online, mereka menawarkan produknya melalui sosial media yang mereka miliki.

COMPETITIVE RESEARCH

Analisis SEO kompetitor

Dikarenakan kompetitor kami yaitu MagniKaryaAgrotek tidak memiliki blog ataupun website, ini menjadi salah satu kesempatan kami untuk berada di peringkat teratas halaman Google dan nantinya konten yang berisikan penawaran produk kami akan menjadi lebih maksimal dan lebih efektif yang bisa dilihat secara berkala oleh banyak pelanggan dengan kemudahan menggunakan akses website kami di halaman google.

Competitive Advantage

Berdasarkan hasil analisis yang ada, diketahui competitive advantage yang dapat dijadikan strategi nilai jual Cocopot. Cocopot memiliki competitive advantage berupa keunggulan differensial dan keunggulan jaringan. Maksud dari keunggulan differensial itu sendiri adalah produk yang diproduksi oleh Cocopot memiliki keunikan tersendiri dikarenakan produk berupa cocopot yang dihasilkan jarang ditemui dan diketahui oleh masyarakat Indonesia dan produk yang dihasilkan berbeda dengan media tanam dan pot konvensional namun tanpa meninggalkan fungsi penggunaan media tanam dan pot pada umumnya.

Competitive advantage lainnya yang dimiliki oleh Cocopot adalah keunggulan jaringan. Saat ini, Cocopot sudah memiliki banyak dukungan dari berbagai lembaga, diantaranya: Dinas Perdagangan, HIPMI Kabupaten Bekasi, pemerintah setempat, pemerintah daerah, komunitas bisa ekspor serta Jaringan Pengusaha Nasional. Dengan begitu, Cocopot beroptimis dapat menjadi salah satu perusahaan besar dan memiliki relasi kerja sama yang cukup baik dengan lembaga pemerintah maupun non - pemerintah guna merealisasikan rencana jangka panjang.

COMPETITIVE RESEARCH

	Cocopot	Kompetitor
Produk	SEO	-
Pangsa Pasar	10%	25%
Pertumbuhan Pasar	5%	8%
Target Konsumen	Dinas Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Petani, Masyarakat, Toko tanaman, Supermarket, Pengembang perumahan	Semua kalangan masyarakat yang menyukai tanaman
Biaya yang dikenakan untuk produk	Biaya Perbulan	Biaya Perbulan
Strategi Penjualan	Email, Sosial Media, Online Shop, Website	Online Shop
Keunggulan	Kualitas tinggi dengan harga yang terjangkau	penawaran paket
Kelemahan	Ketahanan produk yang tidak begitu tahan lama yaitu selama \pm 6 bulan	Harga yang relatif mahal

MARKET RESEARCH

Cocopot sendiri juga memiliki market research, tidak jauh dari produk lainnya Cocopot ini merupakan satu ide bisnis yang kami buat dengan inovasi mengedepankan ramah lingkungan. Mengapa demikian? Saat ini limbah kemasan yang tidak ramah lingkungan banyak kita jumpai disekitar seperti sampah plastik dan styrofoam semakin meningkat di Indonesia. Tanpa kita sadari dengan berbelanja tidak membawa kantong belanja sendiri dari rumah lalu anda berbelanja disebuah toko dan membawanya memakai plastik, hal itu juga merupakan salah satu bentuk tidak menjaga lingkungan dengan baik. Oleh karena itu, kami mengedepankan produk ini menggunakan bahan dasar alami yang ramah lingkungan dan tidak menyebabkan limbah baru untuk lingkungan itu sendiri.

Pembatasan berskala besar saat ini yaitu melakukan segala aktifitas serba online dan masih diberlakukan saat ini. Akibat dari pandemic Covid-19 sebelumnya, telah menciptakan berbagai kebiasaan baru di masyarakat. Salah satunya adalah berkebun yang juga masih dilakukan hingga saat ini. Hal ini pun menguntungkan kami dalam memasarkan produk Cocopot ini. Selain ramah lingkungan, Cocopot dapat mempercantik sudut rumah anda dengan kealamian warna yang dimiliki dan cocopot juga bisa ditata dirumah anda disegala tempat. Selain itu, pandemic Covid-19 ini mengubah aktivitas masyarakat serba daring hingga saat ini. Berakibat pemenuhan kebutuhan rumah tangga dengan pembelian secara e-commerce maupun media sosial. Hal ini mempermudah setiap individu untuk berbelanja tanpa harus datang ke toko. Peluang seperti ini kami manfaatkan menjadi media penjualan dari Cocopot ini. Kita akan menjual Cocopot ini pada e-commerce, instagram, dan website. Market research yang dapat kita lakukan adalah membuat media platform tentang produk coconusa ini. Melalui penjabaran Market Research tersebut, yakin dengan adanya media platform ini masyarakat dari berbagai kota, bahkan sampai orang-orang di luar indonesia bisa membeli Cocopot tanpa harus jauh - jauh datang ke toko kami. Dengan begitu produk kami akan lebih cepat diketahui banyak orang.

TARGET MARKET



Cocopot memiliki beberapa target pasar guna untuk bisa mengembangkan posisi produk dan strategi marketing untuk setiap target pasar yang bersangkutan. Maka dari itu, Cocopot memiliki target pasar, diantaranya: Dinas Pemerintahan Lingkungan Hidup dan Kehutanan, petani, masyarakat, toko tanaman, supermarket, pengembang perumahan dan kota.

Kompetitor

Bisnis ini tentunya memiliki pesaing bisnis yang mempunyai produk yang sama. Lingkup kompetitor di jenis bisnis ini bisa dibilang kecil dikarenakan ekosistem bisnis ini jarang disadari oleh para peguusaha lainnya. Setelah melakukan beberapa analisa, ditemukan salah satu kompetitor yang memiliki jenis bisnis yang sama dengan Cocopot dan bisa menjadi tantangan maupun resiko yang harus ditaklukan, kompetitor Cocopot yang dimaksud adalah Mugni Karya Agritek.



Bidang Persaingan Strategi

1. Jumlah produksi: Meningkatkan jumlah produksi.
2. Pemasaran produk: Memasarkan secara offline & online dan di luar. lingkup pemasaran MugniKaryaAgritek.
3. Website: Meningkatkan website Cocopot secara berkala dan konsisten.
4. Customer Service: Menerapkan reply otomatis untuk pemesanan dan konsultasi produk.

Pengguna Utama Produk / Target Pembeli

Pengguna Utama Produk Cocopot nantinya seperti yang dikategorikan sebelumnya pada target pasar adalah petani yang mempunyai kesibukan dengan olahan tanaman, Toko Tanaman di seluruh Indonesia, Supermarket yang mempunyai cabang di seluruh Indonesia, Dinas Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Masyarakat semua kalangan umur dan gender yang memelihara tanaman dan memiliki rasa suka dan senang pada tanaman yang tinggal di daerah seluruh Indonesia dengan target pembeli dari umur anak-anak sekitar 10 tahun sampai lansia sekitar 70 tahun, pengembang rumahan, dan lain sebagainya.

OUR STRATEGY

Strategi untuk penetrasi pasar produk Cocopot akan menggunakan pola penjualan tidak langsung melalui agen serta distributor importir yang berada di Indonesia maupun beberapa negara sasaran. Hal ini lebih memungkinkan agar lebih luas jangkauan konsumen yang dapat mengenal terlebih dahulu produk turunan kelapa. Adapun strategi pemasaran produk Cocopot direncanakan sebagai berikut:

Menyelenggarakan Workshop

Sosialisasi ke masyarakat terutama di sekitar tempat tinggal dan tempat produk.

Mengedukasi Masyarakat Melalui Sosial Media Cocopot

- Membuat konten kampanye secara berkala di Instagram Cocopot.
- Mengadakan Giveaway di sosial media Cocopot.

Menjalin Hubungan dengan Dinas Lingkungan dan Perdagangan

- Memberikan MoU kerja sama dengan dinas terkait.
- Menjalin Sponsorship dengan dinas terkait.
- Membuat kegiatan kemasyarakatan.

Menyelenggarakan Social Volunteer Project

Mengajak anak muda berkontribusi langsung dalam menggunakan dan menyebarkan kesadaran akan pentingnya penggunaan produk ramah lingkungan di kehidupan sehari-hari.

FINANCIAL PROJECTION

COST STRUCTURE

Rancangan Anggaran Biaya Produksi (FIX COST)

No.	Keterangan	Jenis Barang	Volume	Satuan	Harga Satuan (Rp.)	Jumlah Harga (Rp.)
1.	Bahan produksi	Serabut Kelapa	1	bh	Rp 4.500	Rp 4.500
		Kardus	1	bh	Rp 7.000	Rp 7.000
		Tali Serabut Kelapa	1,5	m	Rp 4.666	Rp 6.999
TOTAL						Rp 18.499

Rancangan Anggaran Kebutuhan Produksi (VARIABLE COST)

No.	Keterangan	Jenis Barang	Volume	Satuan	Harga Satuan (Rp.)	Jumlah Harga (Rp.)
1.	Mesin Produksi	Mesin molding	1	bh	Rp 5.000.000	Rp 5.000.000
		Mesin press serabut kelapa	1	bh	Rp 25.000.000	Rp 25.000.000
		Mesin pengurai serat kelapa	1	bh	Rp 24.000.000	Rp 24.000.000
		Mesin pengayak serabut kelapa	1	bh	Rp 16.500.000	Rp 16.500.000
2.	Tempat produksi	Gudang barang & Tempat produksi	1	th	Rp 25.000.000	Rp 25.000.000
3.	Transportasi	Mobil pick up	1	ls	Rp 50.000.000	Rp 50.000.000
4.	Perawatan mesin produksi	1. Bahan bakar mesin	10	Ltr	Rp 7.560	Rp 75.600
		2. Perawatan mesin	1	ls	Rp 5.000.000	Rp 5.000.000
5.	Keamanan dan kebersihan lahan produksi	1. Listrik	1	Watt	Rp 500.000	Rp 500.000
		2. Alat Kebersihan	1	bh	Rp 500.000	Rp 500.000
6.	Biaya pengiriman barang <i>supplier</i>	-	1	ls	Rp 500.000	Rp 500.000
7.	Transportasi	Bahan bakar mobil pick up	43	Ltr	Rp 7.560	Rp 325.080
TOTAL						Rp 152.400.680

TERIMA KASIH

