

ABSTRAK

Perusahaan kue cap Bintang Baturiti yang dipimpin Ni Nyoman Triyuti merupakan perusahaan yang memproduksi kue phia berlokasi di Denpasar Bali. Perusahaan kue cap Bintang merencanakan untuk memperluas wilayah pemasaran mereka ke Surabaya karena adanya permintaan dari pelanggan untuk memasarkan produknya di Surabaya. Mengingat besarnya investasi yang diperlukan serta kendala-kendala yang dihadapi dalam perluasan wilayah pemasaran, maka penelitian ini dirancang sebagai studi kelayakan untuk perluasan wilayah pemasaran produk kue Phia cap Bintang di Surabaya, dengan horizon perencanaan selama 3 tahun.

Perencanaan untuk pemasaran dilakukan secara kuantitatif dengan menghitung jumlah pangsa pasar di Surabaya. Besarnya permintaan pasar di Bali diestimasi dengan metode peramalan '*Box Jenkins*'. Hasilnya dijumlahkan untuk mendapatkan besarnya total permintaan yang harus dipenuhi. Secara kualitatif direncanakan strategi pemasaran dengan mempertimbangkan kondisi ekonomi saat ini.

Pada aspek teknis dilakukan perhitungan kapasitas produksi yang dibutuhkan karena adanya penambahan permintaan. Selanjutnya, karena kapasitas produksi saat ini tidak mencukupi dilakukan penambahan mesin oven pada tahun pertama dan ketiga, mesin yang dipilih adalah oven 'Daiko' dengan EUAC terkecil Rp.799.560,00. Pemilihan lokasi kantor distributor dilakukan dengan metode '*Brown-Gibson*', dipilih kos di daerah Tenggilis. Sarana transportasi yang dipilih adalah 'Sakura travel', dan dilakukan desain *packaging* untuk mencegah kerusakan produk selama proses pengiriman.

Pada aspek manajemen dilakukan perbaikan struktur organisasi, penambahan jabatan serta *job description*, serta dengan penjabaran prosedur operasional melalui alur sistem informasi manajemen.

Perencanaan pada aspek keuangan adalah dengan membuat proyeksi aliran kas, laporan rugi laba dan neraca untuk perencanaan selama 3 tahun proyek. Dalam menganalisis permasalahan keuangan digunakan metode NPV, *Discounted Payback period*, IRR, dan BEP. Hasil analisis kelayakan setelah dilakukan perhitungan NPV bernilai positif yaitu sebesar Rp.978.893.318,00 menunjukkan $IRR = 104,66\%$, jauh lebih besar dari $MARR = 15\%$, dan *Discounted Payback period* = 1,17 \approx 1 tahun 2 bulan lebih kecil dari umur perencanaan proyek. Sehingga dapat disimpulkan bahwa proyek perluasan wilayah pemasaran ini layak dilakukan. Analisis sensitivitas dilakukan untuk mengetahui berapa maksimal penurunan nilai penjualan, dan maksimal kenaikan harga bahan baku agar $NPV=0$. Dari perhitungan, penurunan harga jual maksimal adalah 34,67%, maksimal penurunan unit penjualan adalah 26,82%, sedangkan maksimal peningkatan biaya bahan baku adalah 50,02%.

Strategi pemasaran dibahas dengan mempertimbangkan *segmentation*, *targeting*, *positioning*, dan *differentiation*, serta menerapkan *marketing mix strategy* yang diharapkan mampu membantu perusahaan dalam memperluas wilayah pemasaran produk kue phia cap Bintang ke Surabaya.