



PELATIHAN PROFIL BISNIS CONSUMER GOODS

PROFESSIONAL FACILITATOR

A. Firman Taufick



Profesional Experience :

1. Marketing Communication
2. Consumer Product & Services Business Roadmap & Strategy
3. Consumer Product & Services Branding
4. Digital Marketing
5. Activation

- Memiliki pengalaman lebih dari 35 tahun di bidang Retail & Consumer Industry.
- Posisi terakhir sebagai Executive Vice President - Marketing Communication Division Head di PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) selama 10 tahun. Pengalaman lainnya sebagai Board of Commissionaire of PTPN VIII (Tea Plantation) selama 5 tahun dan Advisor to Commercial Director of BULOG selama 3 tahun.
- Sebagai Expert terutama di bidang Consumer Product & Services Business Roadmap And Strategy, Consumer Product And Services Branding, Comprehensive Marketing Communication Strategy And Implementation, Digital Marketing Strategy.

- **Tujuan Pelatihan**

Setelah mengikuti pelatihan ini, para peserta mampu:

01

Memahami secara umum (*Overview*) mengenai pengertian, ekosistem dan SIPOC dari profil bisnis Consumer goods

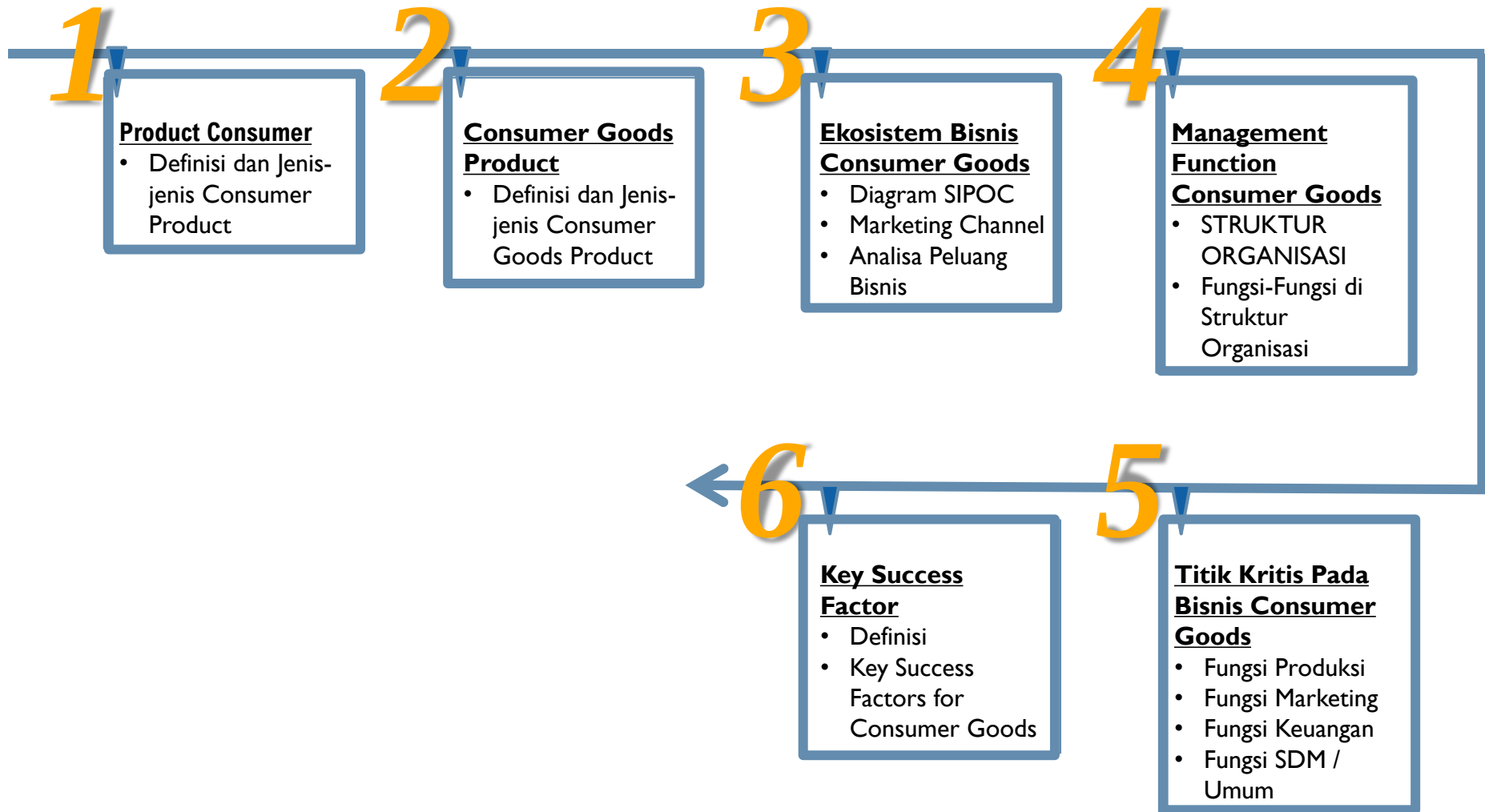
02

Melakukan identifikasi titik kritis dan melakukan mitigasi resiko dalam rangka memberikan pembiayaan kepada calon nasabah yang berasal dari profil bisnis Consumers Goods,

03

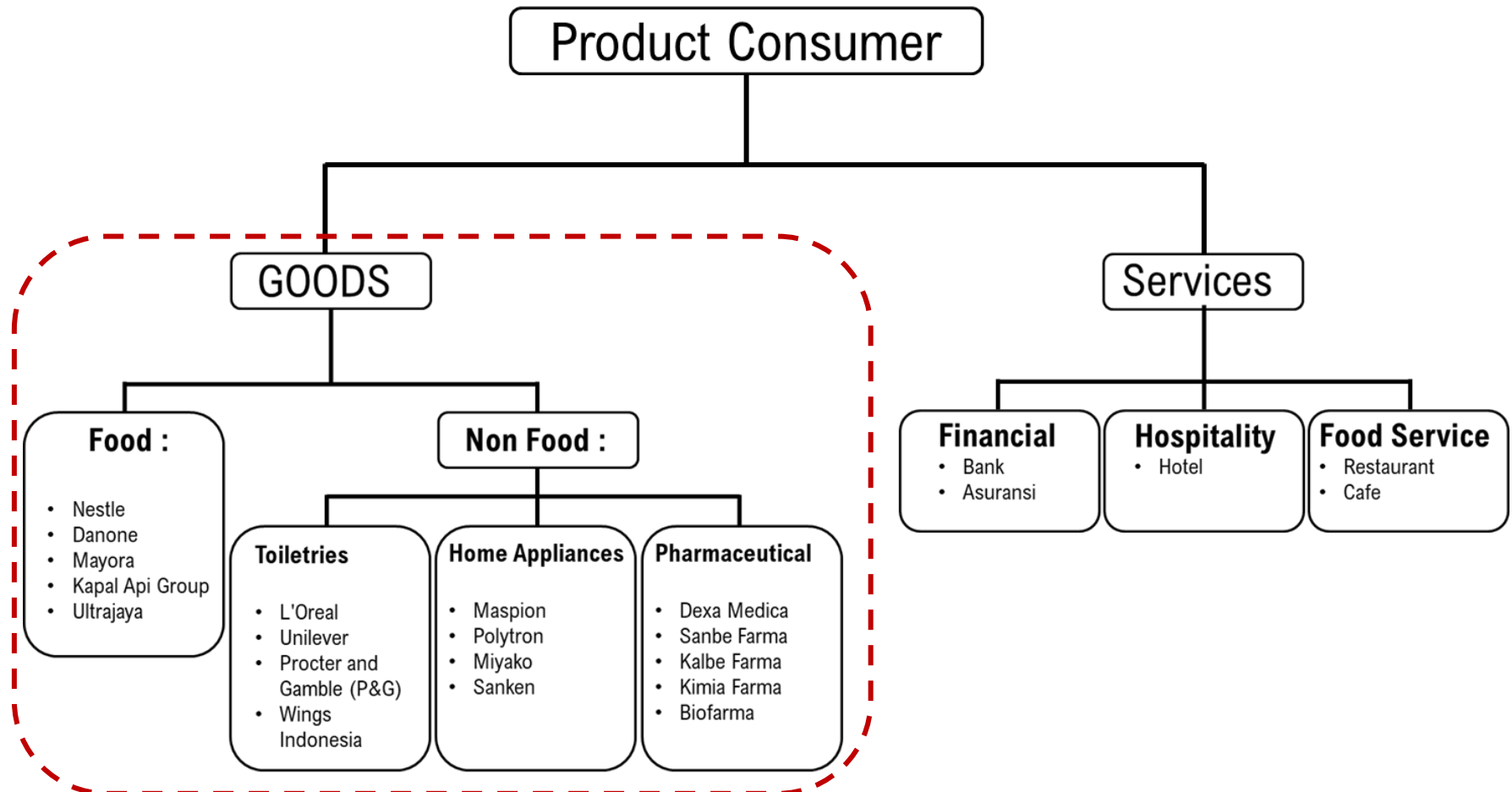
Memahami secara umum (*Overview*) mengenai pengertian, ekosistem dan SIPOC dari profil bisnis Consumer goods

- Training Agenda Profil Bisnis Consumer Goods



1. Product Consumer

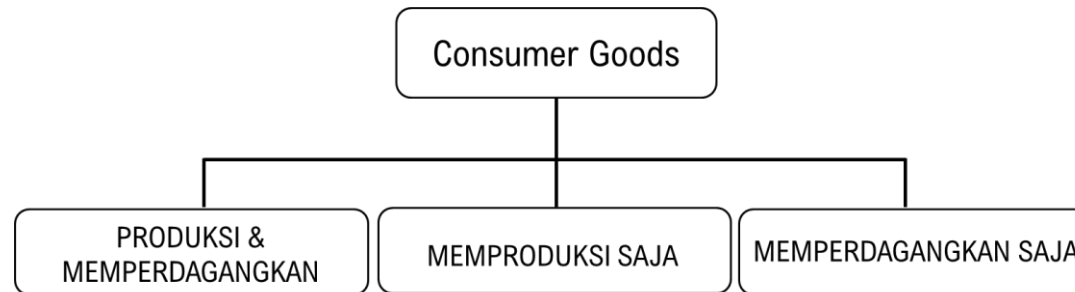
Consumer product atau produk konsumen adalah produk yang dibeli oleh individu atau rumah tangga untuk penggunaan pribadi.



2. Consumer Goods Product

Consumer goods adalah bentuk produk yang dikonsumsi oleh konsumen secara langsung tanpa digunakan untuk memproduksi barang kembali. Di mana *consumer goods* adalah produk yang dikonsumsi oleh konsumen akhir. Produk ini juga banyak dikenal dengan istilah barang konsumen.

2.1. Consumer Goods Product Berdasarkan Fungsi



Produksi dan Perdagangan:

- Unilever
- Nestle
- Indofood
- Kalbe Farma

Perdagangan:

- Wicaksana Overseas
- Tempo Scan Pacific
- Enseval

Produk:

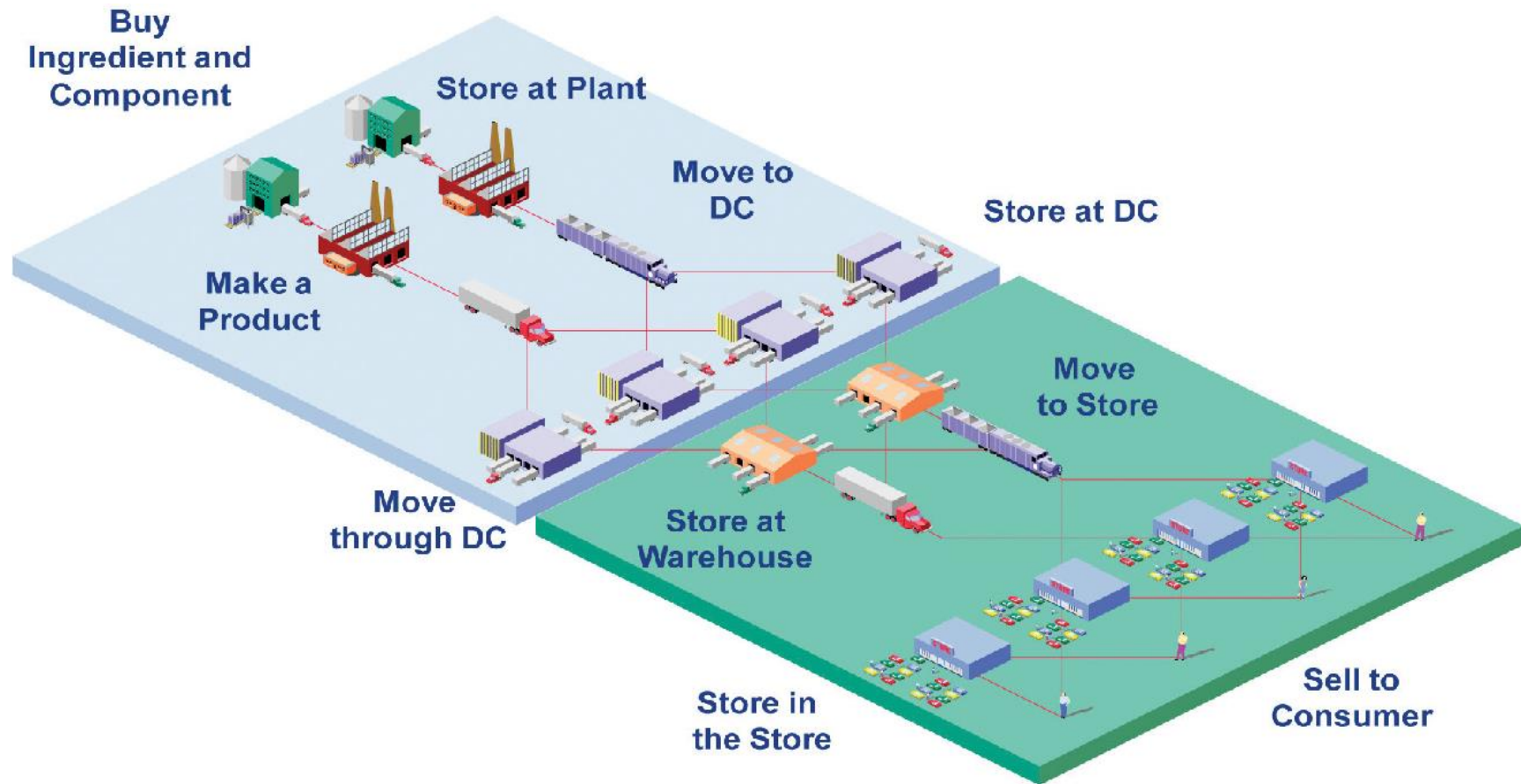
- Makloon Company
- AMDK (Air Minum Dalam Kemasan)
- Tetra Packed
- PT KEMFOODS

2. Consumer Goods Product

2.2. Consumer Goods Product Berdasarkan Perspektif Pemasaran

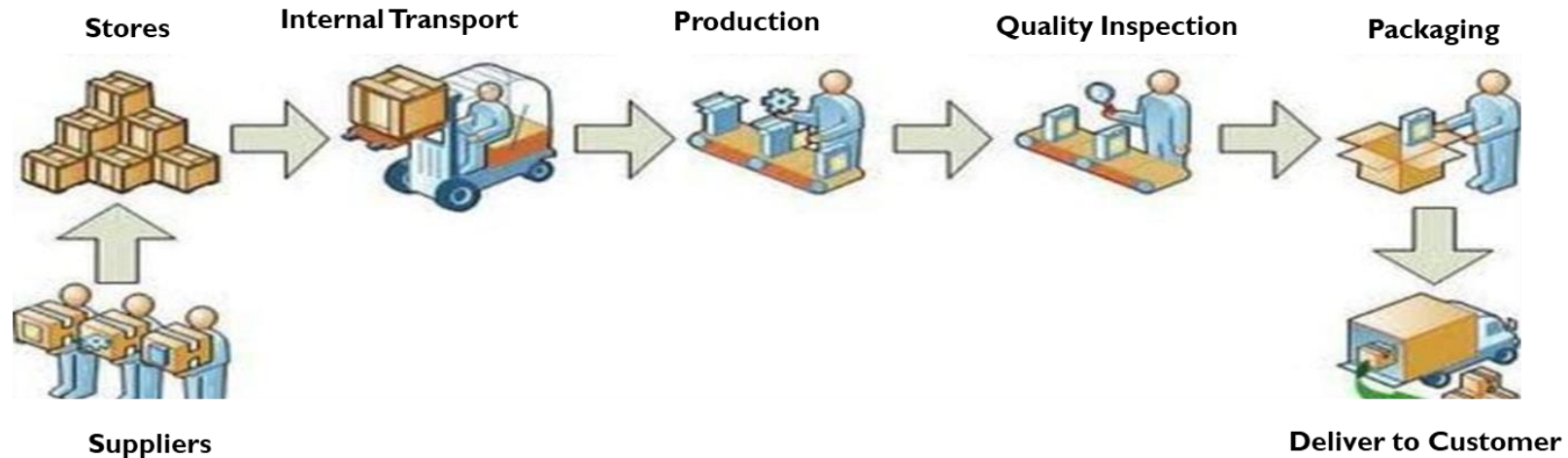
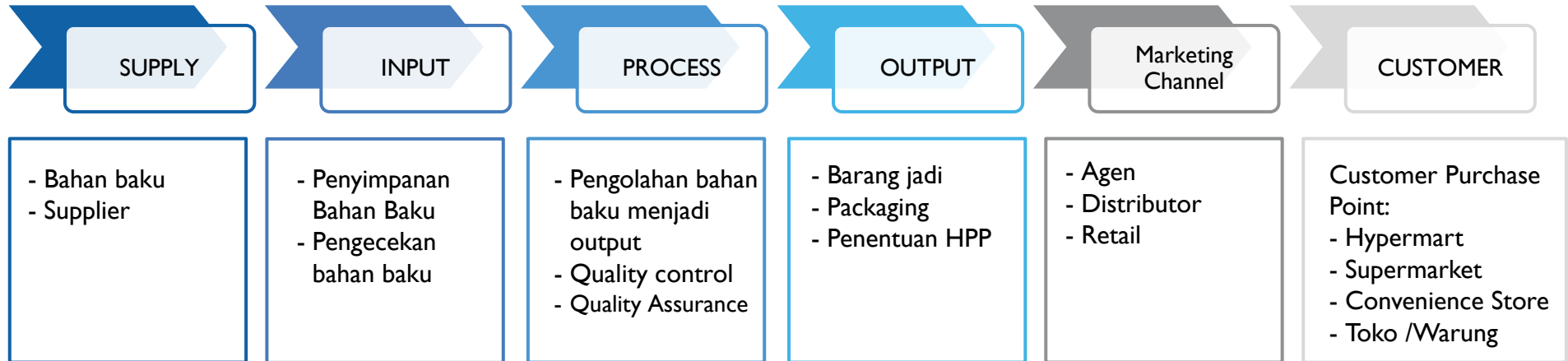
CONVENIENCE GOODS	Convenience goods atau barang yang digunakan oleh konsumen dan dijual oleh pedagang secara teratur. Sebagai contoh, rokok, roti, produk susu, sabun, dan pasta gigi.
SHOPPING GOODS	Shopping goods adalah barang consumer goods yang mempunyai harga satuan lebih tinggi dan jarang dibeli oleh konsumen, contohnya seperti furniture dan pakaian, elektronik dll. Pembelian produk ini biasanya memerlukan pertimbangan dan perencanaan dibandingkan convenience goods.
SPECIAL GOODS	Barang-barang ini sering dikenal dengan sebutan barang mewah, sehingga pihak pemasar akan mengarahkan target pasar mereka pada kelas ekonomi menengah ke atas. Contoh paling umum adalah produk perhiasan.
UNSOUGHT GOODS	Barang-barang termasuk juga pelayanan yang masuk ke dalam kategori ini adalah barang yang selalu tersedia namun tidak banyak dicari oleh pelanggan. Hanya beberapa kalangan konsumen yang membeli barang-barang jenis ini meskipun selalu tersedia. Biasanya barang tersebut ada dan tersedia untuk memenuhi permintaan tertentu, salah satu contohnya adalah asuransi.

3. Ekosistem Bisnis Consumer Goods



3. Ekosistem Bisnis Consumer Goods

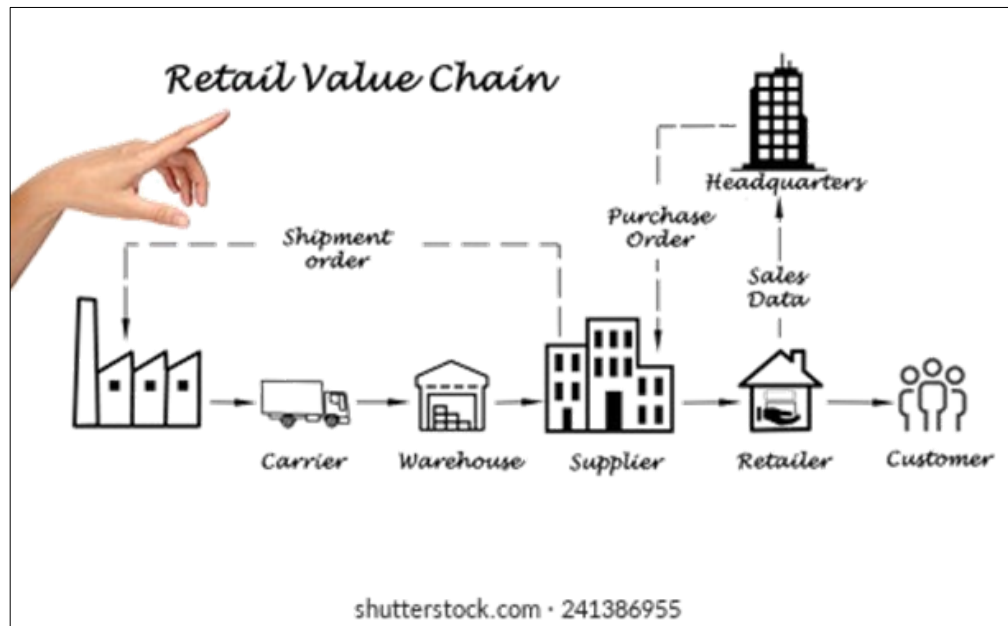
3.1. Diagram SIPOC



3. Ekosistem Bisnis Consumer Goods



3. Ekosistem Bisnis Consumer Goods



3.1. Marketing Channel



- **Direct Channel**

PRODUCERS

CUSTOMERS



- **Retail Channel**

PRODUCERS

RETAILERS

CUSTOMERS



- **Wholesale Channel**

PRODUCERS

WHOLESELLERS/
DISTRIBUTORS

RETAILERS

CUSTOMERS



- **Agent Channel**

PRODUCERS

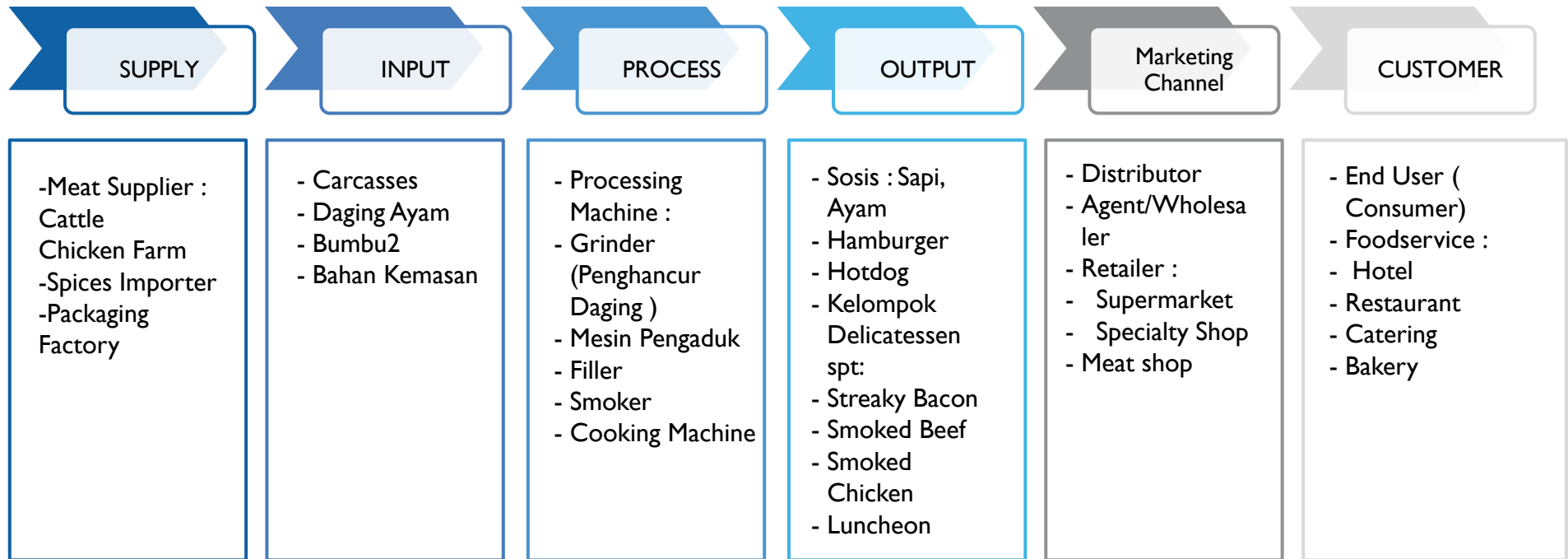
AGENTS

WHOLESELLERS/
DISTRIBUTORS

RETAILERS

CUSTOMERS

3.2. Analisa SIPOC Pada Perusahaan Sosis

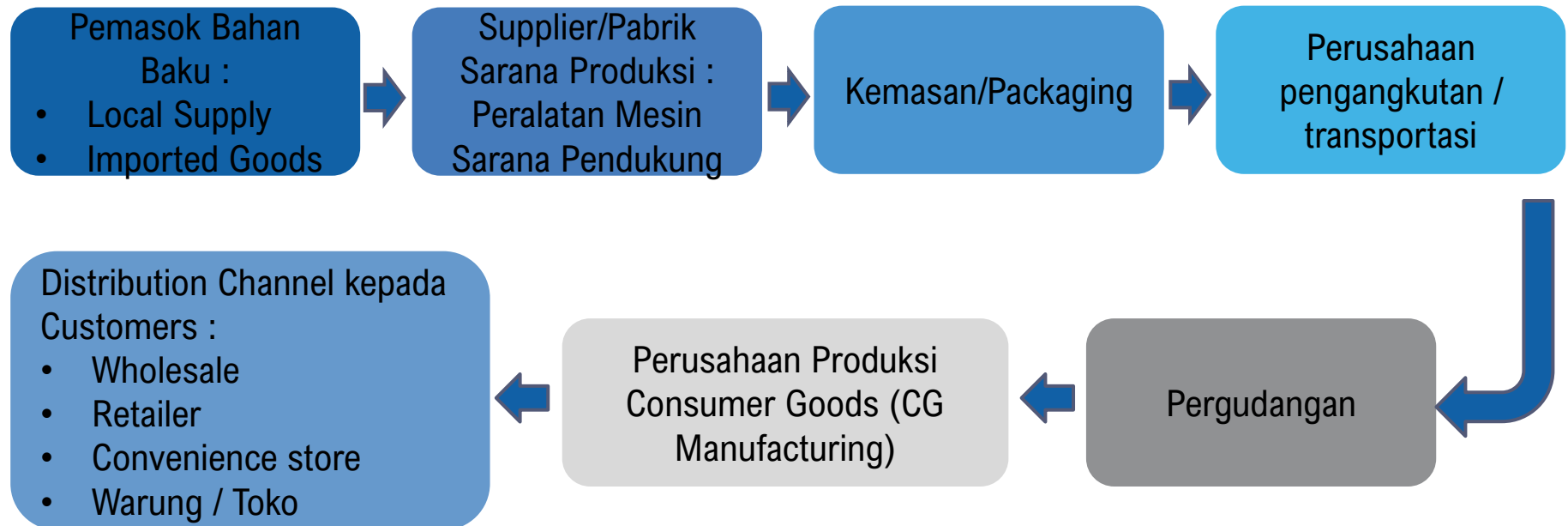


PT Kemfoods Indonesia



3.4. Analisa Peluang Bisnis

Berdasarkan ekosistem dan supply chain dari bisnis Consumer Goods, terdapat peluang bisnis bagi Bank dalam pemberian kredit pembiayaan



4. Management Function Consumer Goods

4.2. STRUKTUR ORGANISASI

Position

President Director

Vice President, Fast Moving Consumer Goods

General Manager, Health Care

Country People & Organization Manager, Central Services

Country IT Manager, Central Services

Senior Manager, Finance

PT WICAKSANA OVERSEAS



PT Wicaksana O.I. Tbk.



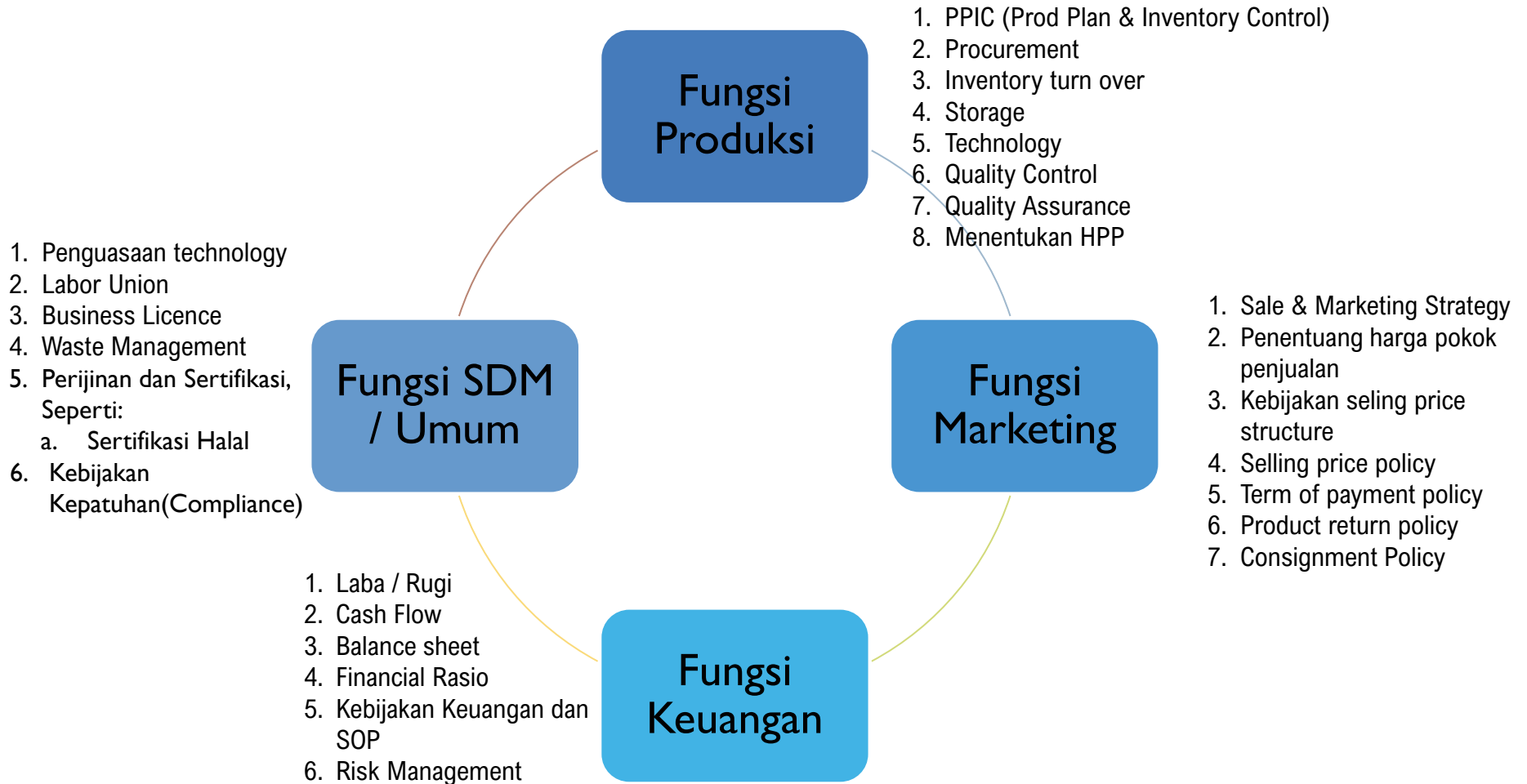
4. Management Function Consumer Goods

4.3. Fungsi-Fungsi di Struktur Organisasi

Direksi	- Seseorang yang memiliki tugas dan wewenang untuk mengurus perusahaan, khususnya perseroan terbatas. - Jabatan ini berupa jajaran individu yang memiliki peran penting dalam struktur organisasi. - Mereka memiliki wewenang dalam hal pengambilan keputusan terhadap kelangsungan dan perkembangan perusahaan. - Seperti jenis bisnis yang akan dikembangkan dan produk apa yang akan diproduksi. - Selain membuat keputusan, direksi juga punya wewenang untuk mengatur jadwal kegiatan di perusahaan. - Umumnya, sebuah perusahaan mempunyai satu orang sebagai direktur utama (dirut), tiga orang sebagai wakil direktur utama, dan enam orang direktur.
Manajer	- Manajer perusahaan adalah orang yang berperan untuk mengintegrasikan potensi dan karakteristik para karyawan demi tercapainya tujuan perusahaan. - Mulai dari mengadakan pembinaan dan arahan, membuat kebijakan, monitoring, dan supervisi, untuk meningkatkan profit perusahaan. - Umumnya, tiap tim memiliki seorang manajer sebagai pengelola utama dari divisi tersebut, contohnya manajer pemasaran, manajer personalia, manajer keuangan, dan lain-lain.
Departemen atau Divisi	- Dalam sebuah struktur organisasi terdapat beberapa departemen atau divisi yang tentunya sesuai dengan jenis dan kebutuhan perusahaan. - Bagian ini umumnya dipimpin oleh kepala departemen atau kepala divisi, dan biasa juga disebut dengan istilah team leader. - Beberapa divisi yang biasanya ada di setiap struktur organisasi sebuah perusahaan adalah divisi pemasaran, produksi, administrasi, personalia, dan sebagainya.
Administrasi dan Gudang	- Posisi ini berperan dalam mengatur dan menganalisis keuangan perusahaan (catatan pengeluaran, pemasukan, dan lain sebagainya). - Jabatan ini juga bertanggung jawab terhadap inventaris perusahaan, mulai dari keluar masuknya inventaris hingga pemeliharaan stok.

5. Titik Kritis Pada Bisnis Consumer Goods

Pada Bisnis Consumer Goods ada beberapa titik kritis yang perlu di perhatikan



5. Titik Kritis Pada Bisnis Consumer Goods

5.1. Fungsi Produksi

Fungsi Produksi – Procurement

Procurement adalah suatu bentuk kegiatan untuk membeli bahan baku untuk memproduksi barang.

Pentingnya melakukan proses procurement

bertujuan untuk membantu pihak perusahaan dalam memperoleh barang yang **sesuai dengan keperluan dan kebutuhannya** secara kuantitas, lokasi, kualitas, waktu, dan dengan biaya yang semurah mungkin.

Pemilihan dan seleksi vendor berkualitas menjadi penting

$$\begin{array}{c}
 \text{Inventory Turnover} \\
 \text{Ratio Formula}
 \end{array}
 =
 \frac{
 \begin{array}{c}
 \text{Cost of Goods Sold} \\
 \text{Average Inventories}
 \end{array}$$




Fungsi Produksi – PPIC

Pengertian Inventory Turnover Ratio adalah **rasio yang menggambarkan waktu persediaan pada perusahaan terjual dan tergantikan**. Semakin tinggi nilai Inventory Turnover Ratio maka dapat dikatakan perusahaan semakin baik karena menandakan perusahaan dapat menjual barang persediaan dengan cepat.

Hal yang harus diperhatikan dalam menghitung Inventory Turn Over

Merinci berapa banyak persediaan yang terjual selama suatu periode.

Terlalu banyak persediaan tanpa menghasilkan penjualan akan menimbulkan kerugian

Persediaan yang terlalu sedikit menyebabkan Pelanggan mungkin akan memilih untuk berbelanja di tempat

5. Titik Kritis Pada Bisnis Consumer Goods

5.1. Fungsi Produksi

Fungsi Produksi – Storage

Hal-hal yang penting diperhatikan dalam storage management

1. Membuat Data Akurat
2. Membuat *Forecast* Persediaan
3. Lakukan Pengecekan
4. Memisahkan Stok Barang Lama dan Baru
5. Jadwal Persediaan Barang
6. Mengatur Tata Letak

Fungsi PPIC (Production Plan and Inventory Control)

1. Perencanaan Produksi yg accurate : kuantitas, kualitas, keragaman,
2. Inventory Control : Buffer Stock Management
3. Zero Waste Policy

Fungsi Produksi – Technology

Digitalisasi dan otomatisasi menjadi penting pada perusahaan utamanya manufaktur yang memproduksi Consumer Goods yaitu untuk

1. Mendapatkan keakuratan
2. mengurangi terjadinya Human Error

Beberapa Trend technology :

1. Green Manufacturing
2. Artificial Intelligence (AI) dan Machine Learning
3. Internet of Things (IoT)
4. Mobile ERP (Enterprise Resource Planning)
5. Real Time Operations

5. Titik Kritis Pada Bisnis Consumer Goods

5.1. Fungsi Produksi

Fungsi Produksi – QC

Fungsi QC ada di setiap lini proses produksi

Hal-hal yang harus diperhatikan dalam QC:

1. Memastikan kinerja sesuai WPS (work plan sheet)
2. Memastikan barang hasil produksi di cek dengan baik
3. Memastikan barang yang tidak lolos cek diketahui kesalahan dan cara menanggulangi nya
4. Memastikan koordinasi dengan shift lain terlaksana dengan baik
5. Memastikan laporan kerja dibuat tepat waktu
6. Memastikan target produksi tercapai dengan maksimal
7. Menjaga nama baik perusahaan

Fungsi Produksi – QA

Fungsi QA adalah untuk memastikan penjaminan kualitas atas barang yang di produksi sebelum di jual ke customer

Perbedaan QC & QA:

Quality Assurance (QA) bertugas untuk memastikan bahwa keseluruhan sistem pada produk berjalan dengan baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh pengguna.

Sedangkan, tugas dari **Quality Control (QC)** adalah memastikan dan memantau kualitas dari standarisasi sistem telah tercapai dengan ketentuan yang telah disepakati sebelumnya oleh perusahaan.

5. Titik Kritis Pada Bisnis Consumer Goods

5.1. Fungsi Produksi

Fungsi Produksi – Menentukan Harga Pokok Produksi

Cara Menghitung Harga Pokok Produksi =

Persediaan awal pekerjaan dalam proses (WIP) + Total biaya produksi (Biaya Bahan Langsung) +
Biaya Tenaga Kerja Langsung + Overhead Manufaktur) – Persediaan akhir WIP

Pentingnya Penentuan Harga pokok produksi

- 1 Memberikan gambaran umum kepada manajemen tentang keseluruhan biaya produksi dan apakah biaya ini terlalu tinggi atau terlalu rendah.
- 2 Mengetahui dan memahami biaya produksi akan berguna untuk memaksimalkan perolehan keuntungan perusahaan secara keseluruhan.
- 3 Membantu perusahaan untuk melakukan perencanaan dan penyesuaian strategi bisnis.

5. Titik Kritis Pada Bisnis Consumer Goods

5.1. Fungsi Marketing

Fungsi Marketing- Penentuan Harga Pokok Penjualan

Harga Pokok Penjualan (HPP) =
Harga Pokok Produksi + Persediaan Awal Barang Jadi –
Persediaan Akhir Barang Jadi.

Harga pokok penjualan merupakan komponen kunci untuk menentukan 2 metrik penting dalam bisnis, yaitu laba kotor perusahaan dan margin kotor perusahaan

Faktor-faktor yang mempengaruhi HPP:

1. Biaya pengiriman barang
2. Potongan Tunai / Discount
3. Retur barang
4. Sisa Inventoy

Fungsi Marketing- Kebijakan Selling Price Structure

Penentuan Selling Price structure, biasanya dibuat berdasarkan customer :

1. Harga Distributor
2. Harga Wholesaler
3. Harga Retailer

Fungsi Marketing- Term of Payment

Kesepakatan aturan pembayaran perlu ditetapkan dengan customer agar perusahaan dapat mengatur cash flow dengan baik.

Tanpa jadwal dan ketentuan, pelanggan dapat memilih untuk membayar sesuai keinginan dan tentu akan berdampak pada cash flow dan laba rugi perusahaan

5. Titik Kritis Pada Bisnis Consumer Goods

5.1. Selling Price Structure

Industry	% of Revenue Spent on Marketing
Consumer Packaged Goods	24%
Consumer Services	15%
Tech Software/Biotech	15%
Communications/Media	13%
Mining/Construction	13%
Service Consulting	12%
Education	11%
Healthcare/Pharmaceuticals	10%
Retail Wholesale	10%
Banking/Finance/Insurance	8%
Transportation	8%
Manufacturing	8%
Energy	4%

5. Titik Kritis Pada Bisnis Consumer Goods

Beberapa kebijakan
perlu diperhatikan
dalam fungsi
marketing



Selling Price Policy

Return Policy

Consignment Policy

5. Titik Kritis Pada Bisnis Consumer Goods

5.2. Fungsi Keuangan

Manfaat Analisa Laporan Keuangan



5. Titik Kritis Pada Bisnis Consumer Goods

5.2. Fungsi Keuangan

Liquidity Ratio

RATIOS	FORMULA	INTERPRETATION
CURRENT RATIO (CR)	$\frac{\text{Current Assets}}{\text{Current Liabilities}}$	Menunjukkan berapa rupiah aktiva lancar perusahaan untuk menutup setiap rupiah kewajiban lancarnya
QUICK RATIO (QR)	$\frac{\text{Current Assets} - \text{Inventory}}{\text{Current Liabilities}}$	Menunjukkan berapa rupiah aktiva lancar yang scr cepat dapat menutup setiap rupiah kewajiban lancarnya
CASH RATIO	$\frac{\text{Cash} + \text{Bank}}{\text{Current Liabilities}}$	Ratio ini menunjukkan berapa uang tunai yang tersedia untuk memenuhi kewajiban lancarnya.
NET WORKING CAPITAL (NWC)	$\text{Current Assets} - \text{Current Liabilities}$	Menunjukkan apakah perusahaan memiliki modal kerja yang cukup untuk menjalankan usahanya

5. Titik Kritis Pada Bisnis Consumer Goods

5.2. Fungsi Keuangan

Activity Ratio

RATIOS	FORMULA	INTERPRETATION
INVENTORY TURNOVER (ITO)	$\frac{\text{Cost of Goods Sold}}{\text{Average Inventory}}$	Menunjukkan berapa kali dalam setahun inventory Berubah menjadi cash.
DAYS OF INVENTORY	$\frac{360 \text{ days}}{\text{Inventory Turn Over}}$	Menunjukkan berapa lama (hari) persediaan berubah Menjadi kas.
FIXED ASSETS TURNOVER (FATO)	$\frac{\text{Net Sales}}{\text{Fixed Assets}}$	Menunjukkan efisiensi penggunaan (utilisasi) fixed assets. Semakin tinggi, semakin efisien perusahaan mengelola fixed assets
TOTAL ASSETS TURNOVER (TATO)	$\frac{\text{Net Sales}}{\text{Total Assets}}$	Menunjukkan efisiensi Penggunaan (utilisasi) Total assets perusahaan. Semakin tinggi, semakin efisien perusahaan mengelola assets

5. Titik Kritis Pada Bisnis Consumer Goods

5.2. Fungsi Keuangan

Activity Ratio

RATIOS	FORMULA	INTERPRETATION
ACCOUNT RECEIVABLE TURNOVER	$\frac{\text{Net Credit Sales}}{\text{Average Account Recievable}}$	Mengukur seberapa baik perusahaan mengelola kredit yang diberikan kepada pelanggan dengan mengevaluasi berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk menagih hutang selama periode akuntansi.
ACCOUNTS PAYABLE TURNOVER	$\frac{\text{Supplier Credit Purchases}}{\text{Average Accounts Payable}}$	Menunjukkan kewajiban perusahaan kepada pihak lain yang harus segera dipenuhi dalam jangka waktu tertentu.

5. Titik Kritis Pada Bisnis Consumer Goods

5.2. Fungsi SDM / Umum

Hal-hal penting yang harus diperhatikan pada fungsi ini diantaranya :



Penguasaan Teknologi oleh Perusahaan dan SDM

Kelengkapan perizinan

Waste Management (Green Concern, AMDAL)

Sertifikasi Halal

Serikat Buruh

Compliance Terhadap Peraturan2 Negara (Ketenaga Kerjään)

6. Key Success Factor

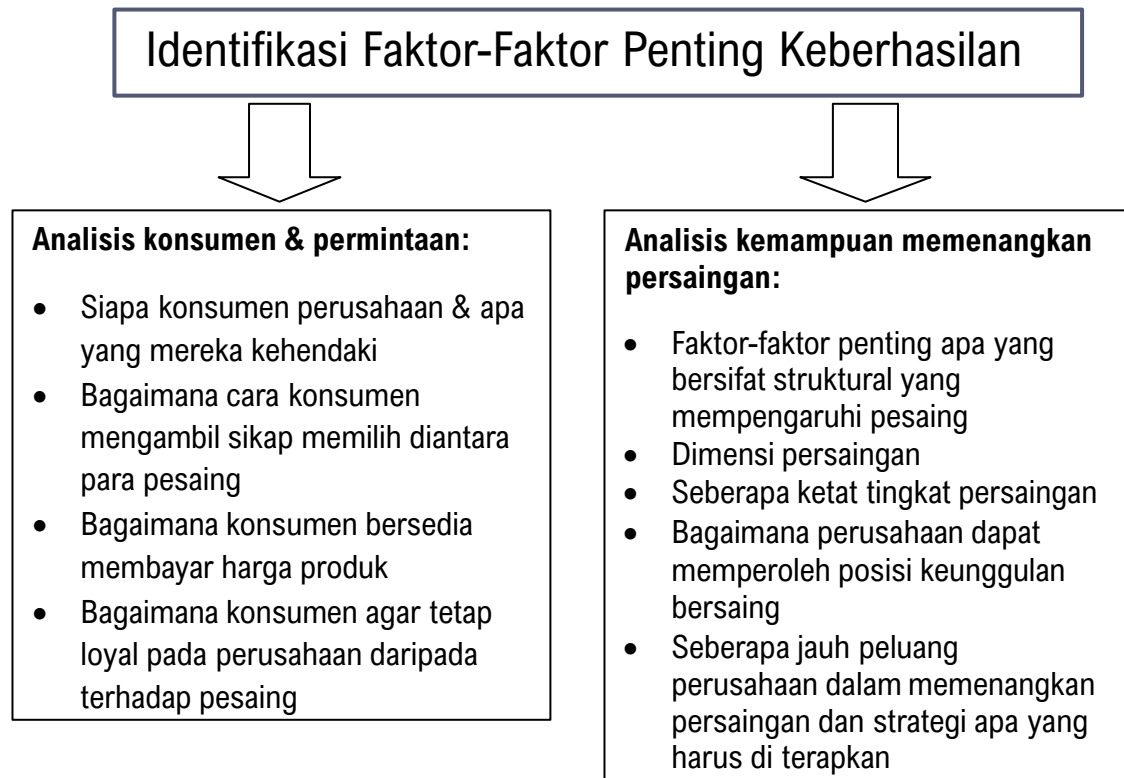
Key Success Factors for Consumer Goods :

1. Meet a genuine consumer need
2. Make sure product performance measures up
3. Ensure strong price-value relationship
4. Proper positioning and differentiation
5. Carefully targeted advertising
6. Strong product economics
7. Effective distribution channels
8. Being on the right timing
9. Sufficient funding
10. Organizational support



6. Key Success Factor

Key Success Factors (faktor kunci keberhasilan) merupakan faktor-faktor atau variabel-variabel yang penting bagi badan usaha untuk menunjang keberhasilan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien baik didalam lingkungan internal maupun eksternal.



thanks.