

ABSTRAK

ANISA FARHANNA DILLA S. *Analisis Struktur Biaya Produk Pada Bisnis Rintisan AFDS Product (Eksperimentasi Proposisi Nilai dan Saluran Pemasaran)*. Dibimbing oleh Dr. Chandra Situmeang, S.E., M.S.M., M.Pd., Ak., CA., CPA. dan . Maryam Monika Rangkuti, S.E., M.Si.

Pesatnya pertumbuhan pada dunia bisnis mengakibatkan sebuah persaingan yang sangat ketat. Persaingan bisnis membuat para pelaku bisnis ingin menunjukkan produk yang baik agar selalu dikenal oleh masyarakat. Dengan begitu pelaku bisnis seharusnya memahami *Value Proposition* Perusahaan untuk dapat memahami secara cermat pola perilaku konsumen yang semakin dinamis, agar perusahaan juga mengetahui informasi mengenai apa yang diharapkan konsumen dari suatu produk. Hal ini bertujuan agar perusahaan dapat selalu menciptakan produk dan jasa yang sesuai dengan keinginan calon konsumen dan saluran pemasaran sebagai alat bagaimana cara produk yang dihasilkan sampai kepada konsumen. Perusahaan harus membuat strategi-strategi agar produk yang dihasilkan dapat diterima pasar. Dalam hal tersebut perusahaan tidak akan terlepas dari namanya biaya, penepatan biaya yang kurang tepat pada sebuah produk dapat mempengaruhi kurang/tidak diterima oleh pasar. Tentu saja hal tersebut tidak diinginkan oleh siapapun. Struktur biaya membantu perusahaan dalam membuat sebuah keputusan ataupun membantu dalam membuat sebuah perencanaan. Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan gambaran terkait struktur biaya melalui eksperimentasi proposisi nilai dan saluran pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode penelitian *mixed method* yang menggabungkan antara data kualitatif dengan kuantitatif. Dalam penelitian ini dilakukan pengujian inovasi model bisnis selama satu bulan dengan menggunakan *Business Model Canvas*, *Progress Board*, *Testing Card* dan *Learning Card*. Dari analisis tersebut didapatkan bahwa adanya perbedaan antara biaya penggunaan botol plastik dan botol kaca, dan pemahaman customer dalam memilih market place sebagai tempat mudah dalam menemukan dan membeli sebuah produk. Dan diperoleh bahwa, jenis biaya dibagi atas dua yaitu biaya menurut fungsi pokok dan biaya berdasarkan volume produksi. Biaya berdasarkan fungsi didapatkan bahwa biaya produksi pada AFDS Produk adalah botol kaca Rp.762.751 dan botol plastik sebesar Rp.717.751, biaya pemasaran hanya Layanan *Market Place shopee* dikenai 4% dari harga jual dan dibebankan jika produk dijual ke market place, biaya administrasi dan umum berupa bahan bakar minyak dan kuota internet. Pada perhitungan keseluruhan biaya didapatkan harga pokok produksi dengan metode full costing sebesar Rp.835.751 pada botol kaca dan Rp.790.751 pada botol plastik. Mendapatkan *MarkUp* sebesar 17% botol kaca dan 23% botol kaca dengan harga jual yang diharapkan Rp.65.000.

Kata kunci: Struktur Biaya, Value Proposition, Saluran Pemasaran, Harga Pokok Produksi, Harga Jual

ABSTRACT

Anisa Farhanna Dilla S. *Analysis of Cost Structure Product in the AFDS Product Start-up Business (Experimentation Value Proposition and Marketing Channels)*. Guide by Dr. Chandra Situmeang, S.E., M.S.M., M.Pd., Ak., CA., CPA. and Maryam Monika Rangkuti, S.E., M.Si.

The rapid growth in world business has resulted in very tight competition. Business competition makes business people want to show good products so that they are always known by the public. In this way, business people should understand the Company's Value Proposition in order to be able to understand carefully the increasingly dynamic patterns of consumer behavior, so that companies also know information about what consumers expect from a product. This is intended so that companies can always create products and services that are in accordance with the wishes of potential consumers and marketing channels as a tool for how the products produced reach consumers. Companies must make strategies so that the products produced can be accepted by the market. In this case the company will not be separated from the name of the cost, inaccurate costing of a product can have an impact that is less/not accepted by the market. Of course this is not wanted by anyone. The cost structure helps companies in making a decision or helps in making a plan. The purpose of this study is to provide an overview of the cost structure through experimentation of value propositions and marketing channels. This study uses a mixed method research method that combines qualitative and quantitative data. In this research, testing of business model innovations was carried out for one month using the Business Model Canvas, Progress Board, Testing Cards and Learning Cards. From this analysis, it was found that there is a difference between the costs of using plastic bottles and glass bottles, and the understanding of customers in choosing a market place as an easy place to find and buy a product. And it is found that, the types of costs are divided into two, namely costs according to the main function and based on the cost of production volume. Costs based on function found that production costs at AFDS Products are glass bottles Rp. 762,751. and plastic bottles Rp. 717.751, marketing costs only for Market Place Shopee services are charged 4% of the selling price and costs if the product is sold to the market place, administrative and general costs in the form of fuel oil and internet quota. In the calculation of the overall cost of production cost using the full costing method of IDR 835,751 for glass bottles and IDR 790,751 for plastic bottles. Get a markup of 17% for glass bottles and 23% for glass bottles with an expected selling price of IDR 65,000.

Keywords: Cost Structure, Value Proposition, Marketing Channel, Cost of Production, Selling Price.