



YAYASAN TRISAKTI

# SEKOLAH TINGGI PARIWISATA TRISAKTI

Jl. IKPN, Tanah Kusir, Jakarta 12330  
Telp. (021) 737.7738-41, Fax. (021) 7388.7763, 7369.2286, E-mail: info@stptrisakti.ac.id, Website: stptrisakti.ac.id

## SURAT TUGAS PEMBIMBING PROYEK AKHIR MAHASISWA SEKOLAH TINGGI PARIWISATA TRISAKTI TAHUN AKADEMIK 2022/2023 - GASAL

Nomor: 338/STPT/ST-HTL/D-4/AKAD/X/2022

Merujuk Surat Keputusan Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti nomor 09/STPT/SKK/Akad/PA.KTA/X/2021 tanggal 15 Oktober 2021 tentang DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI PROYEK AKHIR MAHASISWA SEKOLAH TINGGI PARIWISATA TRISAKTI 2022/2023 - GASAL, Wakil Ketua Bidang Akademik Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti dengan ini menugaskan kepada:

N a m a : FIFI NOFIYANTI, M.Pd  
N I P / N I D N : 012102190176 / 0317118903  
Jabatan Fungsional Akademik : LEKTOR  
Pangkat / Golongan : III/b - PENATA MUDA TK. I

Untuk membimbing proyek akhir kelompok 5A:

NIM	NAMA LENGKAP	PROGRAM STUDI	PERAN
1941010292	AZAHRA KINANTI PUTRI	STr / PENGELOLAAN PERHOTELAN	ANGGOTA
1941010300	ARIEL SETIAWAN NUR	STr / PENGELOLAAN PERHOTELAN	ANGGOTA
1941010321	REZKY TRI KURNIAWAN	STr / PENGELOLAAN PERHOTELAN	KETUA

Judul : LAPORAN PERENCANAAN PENJUALAN PRODUK "MIYO DRINK"

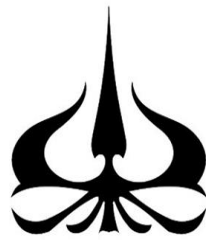
- Proyek Akhir harus sudah diserahkan ke Bagian Administrasi Akademik paling lambat tanggal 28 Februari 2023.
- Tugas membimbing/pendampingan terhadap mahasiswa bimbingan adalah sampai dengan mahasiswa melaksanakan perbaikan setelah proses pengujian/sidang.
- Dosen pembimbing wajib hadir saat persidangan.

Jakarta, 10 Oktober 2022  
Wakil Ketua Bidang Akademik

( DJONI WIBOWO, SE. MM )  
NIP: 010112790020

Tembusan kepada:

1. Mahasiswa yang bersangkutan
2. Bagian Administrasi Akademik
3. Bagian Administrasi Keuangan



SEKOLAH TINGGI  
**PARIWISATA**  
TRISAKTI

**LAPORAN PERENCANAAN PRODUK “MIYO DRINK”**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI PERSYARATAN  
GUNA MEMPEROLEH SEBUTAN SARJANA TERAPAN PARIWISATA**

**Azzahra Kinanti Putri**

**Ariel Setiawan Nur**

**Rezky Tri Kurniawan**

**Dosen Pembimbing: Fifi Nofiyanti, M.Pd., M.Par.**

**DEPARTEMEN PARIWISATA  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA TRISAKTI  
JAKARTA**

**2023**

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Bisnis makanan (kuliner) merupakan salah satu bisnis yang dewasa ini berkembang pesat dan memiliki potensi berkembang yang cukup besar. Sudah banyak pelaku usaha yang meraup untung dari usaha kuliner ini. Namun tidak sedikit pula pelaku usaha kuliner yang gulung tikar alias bangkrut, karena strategi pemasaran yang digunakan kurang tepat dan kualitas pelayanan yang kurang optimal.

Susu merupakan bahan pangan yang memiliki kandungan protein, lemak, laktosa, mineral dan vitamin yang dapat membantu memenuhi kebutuhan manusia (Widodo : 2003). Susu sapi diolah menjadi berbagai macam olahan oleh masyarakat di Indonesia. *Yoghurt* merupakan salah satu contoh dari olahan susu sapi dengan menggunakan teknik fermentasi. Menurut Jay dkk. (2005), fermentasi adalah proses perubahan kimiawi, dari senyawa kompleks menjadi lebih sederhana dengan bantuan enzim yang dihasilkan oleh mikroba. Fermentasi menjadi populer karena proses tersebut tidak hanya dapat mengubah makanan untuk menjadi lebih awet, namun juga memberikan cita rasa, aroma yang enak, dan meningkatkan kandungan nutrisi makanan (Surono, 2004: 118; Farnworth, 2008: 2).

*Yoghurt* adalah produk olahan susu sapi yang memanfaatkan hasil metabolisme Bakteri Asam Laktat (BAL). Bakteri asam laktat yang biasa digunakan dalam proses pembuatan *Yoghurt* ada dua macam yaitu *Lactobacillus bulgaricus* dan *Streptococcus thermophilus*. Campuran dari bakteri starter *Lactobacillus bulgaricus* dan *Streptococcus thermophilus* menciptakan karakteristik rasa yang lebih asam dibanding jika bakteri starter ini tidak di campur secara bersamaan. Penggunaan starter campuran menjadikan akumulasi asam laktat 5 lebih banyak dengan waktu yang relatif lebih cepat, diindikasikan dengan cepatnya penurunan *pH*, di mana untuk mencapai *pH* sekitar 4 pada suhu 42 °C diperlukan waktu 3,5 jam sedangkan dengan starter *Yoghurt* saja, diperlukan waktu 4 sampai 5 jam (Senaka Ranadheera et al : 2012).

Mengonsumsi *Yoghurt* sangat bermanfaat bagi Kesehatan, terutama dalam kesehatan saluran pencernaan. Selain itu mengonsumsi *Yoghurt* juga dapat membantu mengatasi masalah *lactose intolerance* karena BAL memiliki enzim  $\beta$ -galaktosidase yang dapat memecah laktosa susu menjadi glukosa dan galaktosa (Winarno dan Fernandez : 2007). *Yoghurt* juga dapat menurunkan kolesterol, menghambat pertumbuhan bakteri patogen dan mengurangi risiko terjadinya kanker (Tamime dan Robinson : 2007). Menurut Peraturan BPOM No. 30 Tahun 2018 tentang Angka Konsumsi Pangan, angka konsumsi susu fermentasi termasuk *Yoghurt* di kalangan masyarakat Indonesia per harinya adalah sebanyak 155 gram/orang. Meskipun angka tersebut jauh lebih kecil dari angka konsumsi *Yoghurt* di negara lain, tetapi angka tersebut diprediksi akan meningkat tiap tahunnya. Menurut data Kementerian Perindustrian pada tahun 2020 menunjukkan angka impor *Yoghurt* dari tahun 2012 sampai 2016 mengalami 6 peningkatan sebanyak 225,98%. Hal ini berarti beriringan dengan peningkatan kebutuhan masyarakat Indonesia untuk mengonsumsi *Yoghurt*.

Masyarakat perlu mengetahui lebih dalam mengenai manfaat *yoghurt* sebagai salah satu minuman pro biotik. *Yoghurt* dapat diproduksi dalam skala besar maupun kecil baik untuk keperluan komersial maupun untuk konsumsi rumah tangga. *Yoghurt* sebagai minuman kesehatan belum banyak diketahui oleh masyarakat luas. Seberapa jauh pengetahuan masyarakat tentang manfaat *yoghurt*, masih perlu untuk sering dilakukan penyuluhan, mengingat banyak sekali manfaat yang dikandung *yoghurt* ini untuk peningkatan kesehatan.

Selama ini produk *yoghurt* yang beredar di pasaran cenderung memiliki rasa asam yang terlalu mendominasi dan juga belum banyak produk minuman *yoghurt* yang dipadukan dengan buah asli di dalamnya. Usaha *Miyo (Milk Yoghurt) Drink* ini adalah salah satu usaha yang tujuannya untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap minuman *Yoghurt* yang disajikan dengan kemasan kekinian, cita rasa yang seimbang antara asam *Yoghurt*, manis susu dan selai buah dengan potongan buah asli membuat usaha ini bisa diterima dan disukai semua kalangan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam usaha kali ini, yaitu:

1. Apakah produk *Miyo Drink* dapat bersaing dengan produk yang sudah ada sebelumnya/pesaingnya?
2. Apakah *Miyo Drink* dapat diminati dan diterima oleh masyarakat?
3. Apakah strategi pemasaran produk *Miyo Drink* sudah sesuai dan dapat dikenal masyarakat umum?
4. Apakah *Miyo Drink* dapat menjadi peluang usaha?

## 1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dapat diketahui tujuan untuk membuat usaha ini, yaitu:

1. Mengetahui apakah produk *Miyo Drink* dapat bersaing dengan produk yang sudah ada sebelumnya/pesaingnya.
2. Mengetahui apakah masyarakat berminat dan bisa menerima produk *Miyo Drink* ini.
3. Mengetahui strategi pemasaran produk *Miyo Drink* yang sesuai dan dapat dikenal masyarakat umum.
4. Mengetahui peluang usaha dibidang *food and beverage* khususnya minuman *yoghurt*.

## 1.4 Luaran

Luaran yang dihasilkan dari usaha ini adalah:

1. *Miyo Drink* yang dapat menjadi solusi bagi masyarakat yang tidak terlalu menyukai rasa asam dari *Yoghurt* karna adanya paduan manis susu yang menyegarkan.
2. Media Sosial *Miyo Drink*.
3. Nomor Induk Berusaha (NIB).
4. Surat Mitra Dengan Pemilik Usaha Warung di Daerah Tangerang dan Jakarta Selatan.
5. Pendaftaran UMKM di Dinas PPKUKM (Perindustrian, Perdagangan, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah) (Dalam Proses)

### **1.5 Manfaat Dan Kegunaan**

Produk luaran yang dihasilkan mempunyai manfaat dan kegunaan sebagai berikut:

1. Bersifat menyehatkan karena dapat membantu mengatasi berbagai penyakit sehingga dapat mendongkrak Kesehatan dan kebugaran tubuh,
2. Sebagai alternatif bagi masyarakat yang kurang minat terhadap *Yoghurt* karena paduan rasanya yang seimbang,
3. Meningkatkan inovasi dalam membuat produk yang dapat yang dapat digunakan sebagai peluang usaha yang menjanjikan.
4. Mengembangkan jiwa kreativitas dan kewirausahaan pada mahasiswa..

## BAB II

### GAMBARAN UMUM USAHA

#### 2.1 Identitas Usaha

Usaha yang bernama MIYO (*Milk Yogurt*) ini dibuat karena kami ingin meningkatkan minat masyarakat terhadap produk *Yoghurt*, khususnya minuman *Yoghurt*. Saat ini masyarakat di Indonesia belum familier dengan minuman ini, dengan dalih, minuman *Yoghurt* ini sangat asam, maka dari sinilah kami berinisiatif untuk membuat minuman *Yoghurt* yang tidak terlalu asam dan sangat cocok untuk lidah masyarakat Indonesia khususnya untuk usia lansia dan anak-anak, produk ini akan sangat bagus untuk kesehatan juga aman dikonsumsi oleh segala usia.

Ide muncul dari pengamatan yang dilakukan pada saat kami sedang meminum *Yoghurt* kemasan yang telah beredar di masyarakat dan kami melihat orang tua kami bahkan nenek kami juga ikut meminum minuman *Yoghurt* dengan dari mengerut dan dilanjutkan dengan kata 'ih, asam sekali'. Minuman ini selain menyegarkan juga sangat bagus untuk kesehatan apalagi untuk pencernaan, karena bakteri baik yang terkandung di dalam minuman ini yang membuat anak-anak atau lansia yang sedang kesusahan untuk membuang air besar menjadi lancar sesaat setelah mengonsumsi minuman ini tanpa harus menggunakan obat pelancar lainnya. Berikut data mengenai kandungan gizi dalam *yoghurt*.

Tabel 2.1 Kandungan Gizi *Yoghurt* per 100 Gram

No.	Kandungan Gizi	Jumlah
1.	Energi	52 kKal
2.	Protein	3.30 gr
3.	Lemak	2.50 gr
4.	Karbohidrat	4.00 gr
5.	Kalsium	120.00 mg
6.	Fosfor	90 mg
7.	Vitamin A	73 mg
8.	Vitamin B1	0.04 mg

Sumber: Daftar Komposisi Bahan Makanan (DKBM), 2017

## 1. Produk

Usaha yang kami kembangkan adalah sebuah usaha minuman *Yoghurt* dengan berbagai varian rasa. Keunggulan produk kami dibandingkan dengan minuman *Yoghurt* yang lain adalah rasanya yang seimbang antara manis dan asam, selain itu kami juga menggunakan buah asli dan *yoghurt* yang kami gunakan adalah hasil produksi sendiri, serta bahan-bahan yang kami gunakan tentunya berkualitas. Produk kami memiliki 4 varian rasa yaitu *Original*, *Strawberry*, *Blueberry*, dan *Mango*.

## 2. Kemasan

Produk minuman *Yoghurt* ini akan di kemas dengan menggunakan botol kekinian. Botol yang digunakan adalah botol dengan ukuran 250 ml dengan bentuk seperti buah pir, dengan stiker lambang MIYO di tengah botol dan pada belakang botolnya terdapat komposisi juga tanggal kadaluwarsa.



Gambar 2.1 Foto Kemasan *Miyo Drink*

## 2.2 Potensi Peluang Pasar

Riset Pasar Riset pasar bertujuan untuk mengetahui gambaran keadaan pasar. Kami membagi pembahasan riset pasar menjadi riset konsumen dan riset pesaing.

### 2.2.1 Riset Konsumen

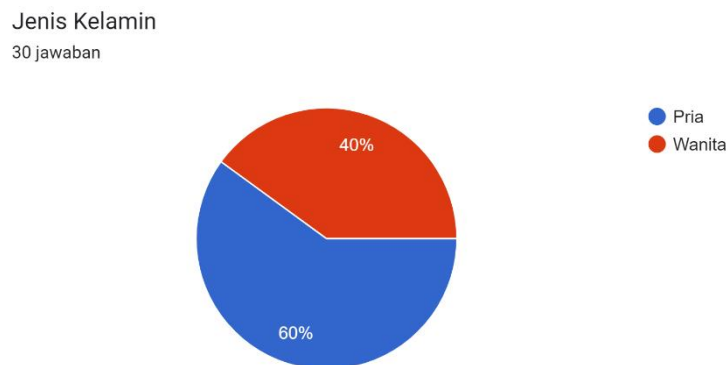
Kami telah menyebarkan angket kuesioner penelitian mengenai tingkat kepuasan konsumen *Miyo Drink*. Sebanyak 30 orang kami pilih secara acak dari konsumen kami untuk mengisi kuesioner tersebut.



Berdasarkan angket kuesioner tersebut, didapatkan data demografi responden sebagai berikut.

### 1. Jenis Kelamin

Penyajian data responden berdasarkan jenis kelamin konsumen *Miyo Drink* adalah sebagai berikut:

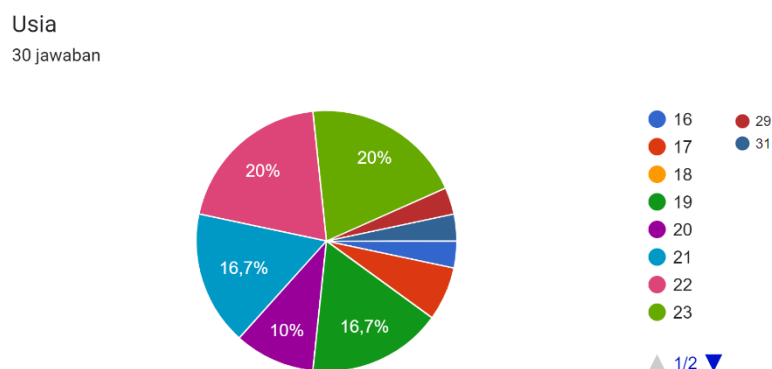


Gambar 2.2 Data Jenis Kelamin Responden *Miyo Drink*

Berdasarkan data di atas terdapat hasil survei dari 30 responden yang menyatakan bahwa konsumen terbesar *Miyo Drink* adalah pria dengan persentase sebesar 40% kemudian diikuti dengan konsumen Wanita dengan persentase sebesar 60%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa produk *Miyo Drink* dapat diterima dan disukai oleh pria dan wanita.

### 2. Usia

Penyajian data responden berdasarkan usia konsumen *Miyo Drink* adalah sebagai berikut:



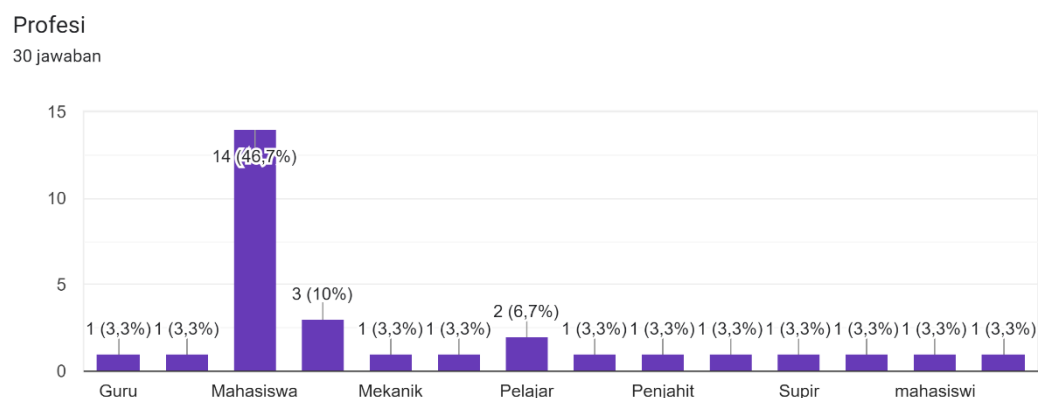
Gambar 2.3 Data Usia Responden *Miyo Drink*

Berdasarkan data di atas terdapat hasil survei dari 30 responden yang menyatakan bahwa usia responden terbanyak adalah pada usia 22 tahun dan 23 tahun dengan persentase sebesar 20% diikuti dengan konsumen usia 21 tahun dan 19 tahun dengan persentase sebesar 16,7%. Dan sisanya usia 20 tahun (10%), usia 17 tahun (6,7%), serta usia 16 tahun, 31 tahun, 29 tahun dengan persentase (3,3%).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa produk *Miyo Drink* dapat diterima oleh berbagai kalangan usia dan sesuai dengan target pasar kami di mana produk *Miyo Drink* akan menjangkau kalangan anak-anak, remaja, hingga dewasa.

### 3. Pekerjaan

Penyajian data responden berdasarkan jenis pekerjaan konsumen *Miyo Drink* adalah sebagai berikut:



Gambar 2.4 Data Pekerjaan Responden *Miyo Drink*

Berdasarkan data di atas terdapat hasil survei dari 30 responden yang menyatakan bahwa pekerjaan terbesar konsumen *Miyo Drink* adalah mahasiswa/i dengan persentase 60%, kemudian pada urutan kedua adalah pelajar/siswa dengan persentase 10%. Sisanya adalah profesi guru, ibu rumah tangga, mekanik, pedagang, penjahit dan sopir dengan persentase masing-masing 3,3%.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa produk *Miyo Drink* dapat diterima oleh segala jenis profesi dan tingkat ekonomi masyarakat. sesuai dengan target pasar kami di mana produk *Miyo Drink* akan menjangkau berbagai kalangan baik dari kalangan menengah ke bawah hingga menengah ke atas.

Berikutnya kami membuat pertanyaan mengenai pandangan responden terhadap minuman-minuman yoghurt yang sebelumnya sudah ada di pasaran. Berdasarkan angket kuesioner tersebut, didapatkan data responden sebagai berikut.

1. Apakah Anda Menyukai Yoghurt?

Penyajian data responden berdasarkan pertanyaan tersebut adalah sebagai berikut:

Apakah anda menyukai yogurt?  
30 jawaban



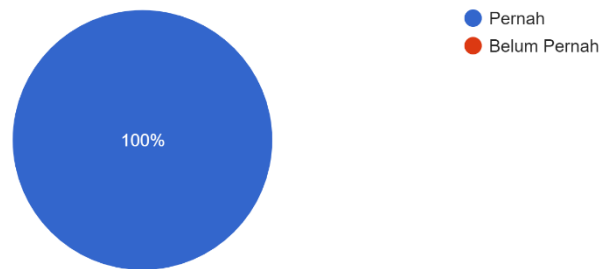
Gambar 2.5 Data Peminatan Yoghurt Responden *Miyo Drink*

Berdasarkan data di atas terdapat hasil survei dari 30 responden yang menyatakan bahwa sebanyak 100% dari responden mengatakan bahwa mereka menyukai yoghurt. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa produk *Miyo Drink* sesuai dengan selera dan preferensi mereka terhadap minuman yoghurt.

2. Apakah Anda pernah membeli minuman yoghurt dalam kemasan?  
Penyajian data responden berdasarkan pertanyaan tersebut adalah sebagai berikut:

Apakah anda pernah membeli minuman yogurt dalam kemasan?

30 jawaban



Gambar 2.6 Data Riwayat Pembelian Responden *Miyo Drink*

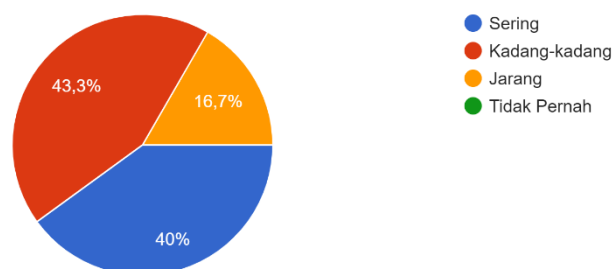
Berdasarkan data di atas terdapat hasil survei dari 30 responden yang menyatakan bahwa sebanyak 100% dari responden mengatakan bahwa mereka pernah membeli minuman yoghurt dari kemasan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa masyarakat sudah mengenal produk yoghurt kemasan dan produk yoghurt kemasan sudah memiliki *market share*-nya di pasar.

### 3. Seberapa sering Anda membeli minuman yoghurt?

Penyajian data responden berdasarkan pertanyaan tersebut adalah sebagai berikut:

Seberapa sering anda membeli minuman yogurt?

30 jawaban



Gambar 2.7 Data Frekuensi Pembelian Responden *Miyo Drink*

Berdasarkan data di atas terdapat hasil survei dari 30 responden yang menyatakan bahwa sebanyak 43,3% responden “kadang-kadang” membeli minuman yoghurt, sebanyak 40% responden “sering”

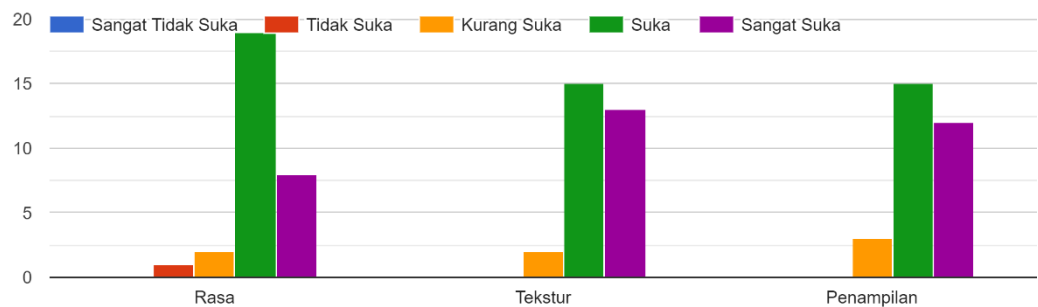
membeli minuman yoghurt dan sebanyak 16,7% responden “jarang” membeli minuman yoghurt yang terdapat di pasaran.

Dari hasil penjualan yang telah dilakukan, kami meminta kepada 30 orang responden untuk menilai produk *Miyo Drink* berdasarkan karakteristik rasa, tekstur dan penampilan. Skala penilaian terdiri dari sangat suka, tidak suka, kurang suka, suka dan sangat suka. Berdasarkan angket kuesioner tersebut, didapatkan data penilaian responden sebagai berikut.

### 1. *Miyo Original Yogurt*

Penyajian data berdasarkan penilaian responden terhadap produk *Miyo Original yogurt* adalah sebagai berikut:

Miyo Original Yogurt



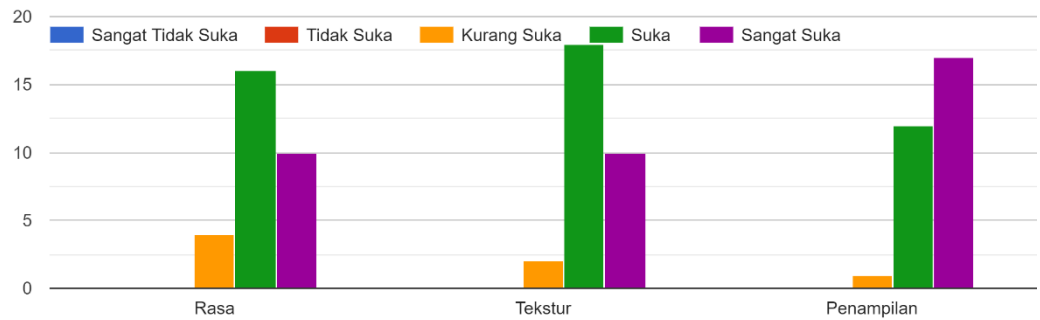
Gambar 2.8 Data Uji Kesukaan *Miyo Original Yogurt*

Berdasarkan grafik di atas yang didapatkan dari 30 responden dapat dilihat bahwa dari segi rasa *Miyo Original Yogurt* didominasi oleh pernyataan “suka” sebanyak 19 responden atau 63,3%. Lalu dari segi tekstur dan penampilan sama-sama didominasi dengan pernyataan “suka” sebanyak 15 responden atau 50% dari total keseluruhan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Miyo Original Yogurt* dapat diterima dan diminati oleh masyarakat luas.

### 2. *Miyo Strawberry Yogurt*

Penyajian data berdasarkan penilaian responden terhadap produk *Miyo Strawberry Yogurt* adalah sebagai berikut:

## Miyo Strawberry Yogurt



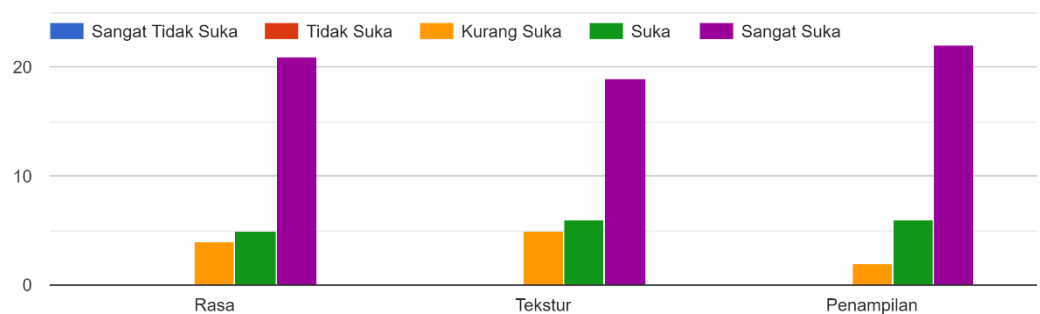
Gambar 2.9 Data Uji Kesukaan *Miyo Strawberry Yoghurt*

Berdasarkan grafik di atas yang didapatkan dari 30 responden dapat dilihat bahwa dari segi rasa *Miyo Strawberry Yogurt* didominasi oleh pernyataan “suka” sebanyak 16 responden atau 53,3%. Lalu dari segi tekstur didominasi oleh pernyataan “suka” sebanyak 18 responden atau 60%, dan penampilan didominasi dengan pernyataan “sangat suka” sebanyak 17 responden atau 56.7% dari total keseluruhan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Miyo Strawberry Yogurt* dapat diterima dan diminati oleh masyarakat.

### 3. *Miyo Blueberry Yogurt*

Penyajian data berdasarkan penilaian responden terhadap produk *Miyo Blueberry yogurt* adalah sebagai berikut:

## Miyo Blueberry Yogurt

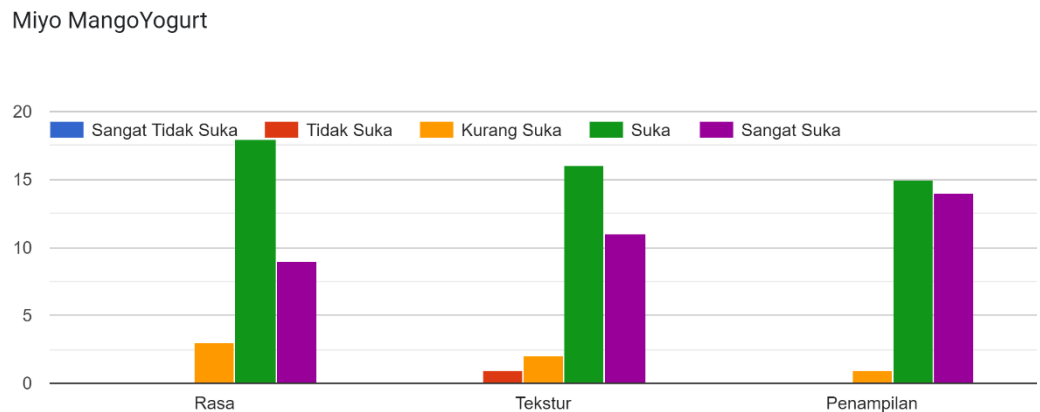


Gambar 2.10 Data Uji Kesukaan *Miyo Blueberry Yoghurt*

Berdasarkan grafik di atas yang didapatkan dari 30 responden dapat dilihat bahwa baik dari segi rasa, tekstur maupun penampilan *Miyo Blueberry Yogurt* didominasi oleh pernyataan “sangat suka”. Sebanyak 21 responden atau 70% untuk segi rasa, 19 responden atau 63,3% untuk segi tekstur, dan 22 responden atau 73,3% untuk segi penampilan dari total keseluruhan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Miyo Blueberry Yogurt* sangat diterima dan diminati oleh masyarakat luas.

#### 4. *Miyo Mango Yogurt*

Penyajian data berdasarkan penilaian responden terhadap produk *Miyo Mango Yogurt* adalah sebagai berikut:









Gambar 2.11 Data Uji Kesukaan *Miyo Mango Yoghurt*

Berdasarkan grafik di atas yang didapatkan dari 30 responden dapat dilihat bahwa dari segi rasa *Miyo Mango Yogurt* didominasi oleh pernyataan “suka” sebanyak 18 responden atau 60%. Lalu dari segi tekstur didominasi oleh pernyataan “suka” sebanyak 16 responden atau 53,3%, dan penampilan didominasi dengan pernyataan “suka” sebanyak 15 responden atau 50% dari total keseluruhan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Miyo Mango Yogurt* dapat diterima dan diminati oleh masyarakat luas.

### 2.2.2 Riset Pesaing (*Competitors*)

Pesaing utama dari “*Miyo Drink*” adalah produk-produk minuman *Yoghurt* atau berbahan *Yoghurt* lainnya. Strategi diferensiasi yang digunakan *Miyo Drink* untuk membedakan dari produk yang sudah ada di pasaran antara lain: menggunakan bahan-bahan berkualitas dan menggunakan susu sapi sebagai bahan utama yang digunakan. Selain itu, *Miyo Drink* juga menggunakan buah asli di dalamnya. Produk ini juga tanpa menggunakan pengawet dan pemanis buatan sehingga aman untuk dikonsumsi. Berikut data kompetitor *Miyo Drink* yang beredar di pasaran:

Tabel 2.2 *Competitor Set Miyo Drink*

No	Nama Produk	Harga Jual	Tahun Kemunculan	Foto	Keunggulan Produk
1.	<i>Heavenly Blush GREEK Style Yoghurt Classic</i>	Rp. 14.500/200 ml	2015	 (Sumber: Google Image)	Tekstur yoghurt cukup <i>creamy</i> sehingga mengenyangkan
2.	<i>KIN Bulgarian Style Yoghurt Lychee</i>	Rp. 10.500/200 ml	2020	 (Sumber: Google Image)	Lebih ramah di perut karena tidak terlalu asam
3.	<i>Kalbe Nutrive Benecol Blackcurrant</i>	Rp. 7.500/100 ml	2010	 (Sumber: Google Image)	Bantu turunkan kadar kolesterol dalam tubuh
4.	<i>YoyiC Minuman Yoghurt Mangga</i>	Rp. 10.100/200 ml	2018	 (Sumber: Google Image)	Kaya kandungan serat pangan dan multivitamin
5.	<i>Cimory Yoghurt Drink Strawberry</i>	Rp. 9.500/250 ml	2006	 (Sumber: Google Image)	Pilihan kemasan dan rasa sangat bervariasi
6.	<i>Greenfields Yoghurt Drink</i>	Rp. 12.000/250 ml	2019	 (Sumber: Google Image)	Rendah gula dan lemak, cocok untuk yang sedang diet



Kunci kesuksesan pemasaran adalah kemampuan produk tersebut untuk diterima oleh konsumen. Adanya perubahan tren serta variabel-variabel lain yang mempengaruhi selera pasar menuntut kami untuk mengetahui selera pasar dari konsumen. Kami berencana untuk terus melakukan inovasi dan meningkatkan mutu dari *Miyo Drink* agar dapat menguasai *mind share* sebagai komoditi yang berkualitas internasional. Usaha yang kami lakukan adalah penyebaran angket selera konsumen secara berkala, *quality control* yang baik serta membuka layanan informasi kepada konsumen.

### 2.3 Perencanaan Kegiatan Pemasaran

Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*), yang dilakukan oleh *Miyo Drink* antara lain:

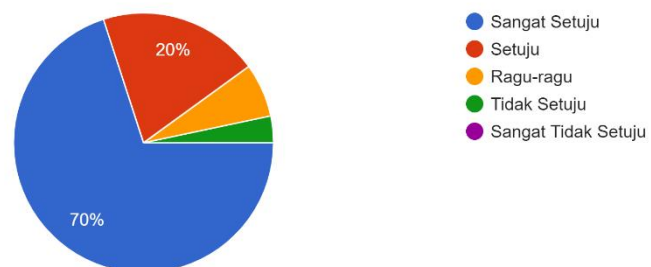
#### 1. Produk (*Product*)

Dalam upaya membidik semua lapisan masyarakat, *Miyo Drink* hadir dalam satu ukuran, bentuk dan harga. Kemasan terbuat dari botol plastik dengan berat bersih per produk 250 ml. Adanya persamaan kemasan ini diharapkan dapat menekan biaya produksi.

#### 2. Harga (*Price*)

Dalam pemasaran *Miyo Drink* tidak ada diferensiasi harga. Strategi ini dipilih untuk membuat produk ini terjangkau oleh semua kalangan serta untuk memaksimalkan margin laba yang didapatkan.

Apakah *Miyo Drink* dijual dengan harga terjangkau?  
30 jawaban



Gambar 2.12 Data Penerimaan Harga Jual *Miyo Drink*

Berdasarkan data di atas terdapat hasil survei dari 30 responden yang menyatakan bahwa *Miyo Drink* dijual dengan harga yang terjangkau

sebanyak 70% mengatakan “sangat setuju”, 20% mengatakan “setuju”, 6,7% mengatakan “ragu-ragu”, dan 3,3% mengatakan “tidak setuju”. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa harga jual *Miyo Drink* dapat diterima oleh semua kalangan dan apa yang didapatkan sepadan dengan uang yang dikeluarkan.

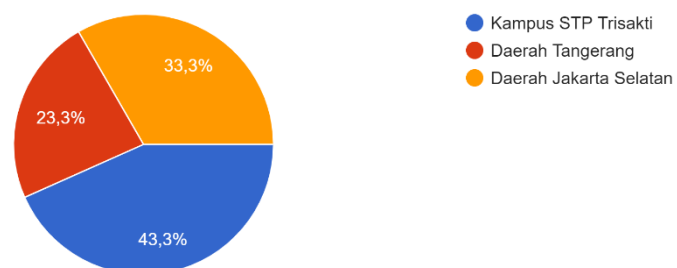
### 3. Tempat (*Place*)

Mendukung strategi pemasaran yang ditetapkan, *Miyo Drink* akan didistribusikan ke beberapa tempat strategis, antara lain:

- a. *Miyo Drink* akan dipasarkan di pusat-pusat perbelanjaan di beberapa perumahan yang bersifat strategis. Kami juga berusaha melakukan promosi melalui media sosial agar mudah dijangkau
- b. Kami berusaha untuk lebih memaksimalkan distribusi ke *event* tertentu atau bazar yang diselenggarakan oleh kampus atau kelompok masyarakat

Dalam penjualannya saat ini *Miyo Drink* berpusat di daerah sekitar Tangerang dan Jakarta Selatan. Selain itu kami juga rutin berjualan di Kampus STP Trisakti dan juga pada *event-event* kampus maupun luar kampus. Penyajian data responden berdasarkan lokasi pembelian konsumen *Miyo Drink* adalah sebagai berikut:

Dimana Lokasi Anda Membeli Miyo Drink?  
30 jawaban



Gambar 2.13 Data Lokasi Pembelian Responden *Miyo Drink*

Berdasarkan data di atas terdapat hasil survei dari 30 responden yang menyatakan bahwa sebagian besar konsumen *Miyo Drink* membeli produk *Miyo Drink* yang berlokasi di Kampus STP Trisakti dengan persentase

43,3%. Kemudian diikuti dengan daerah Jakarta Selatan (33,3%) dan Daerah Tangerang (23,3%). Para konsumen dari kedua lokasi ini membeli melalui warung mitra yang sudah bekerja sama dengan *Miyo Drink* maupun membeli secara langsung kepada kami.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa produk saat ini *Miyo Drink* sudah menjangkau daerah sekitar STP Trisakti, Tangerang dan Jakarta Selatan, dan semoga di masa mendatang akan memperluas lagi jaringan distribusinya.

#### 4. Promosi (*Promotion*)

Salah satu elemen penting untuk mendukung usaha pencitraan produk adalah strategi promosi. Promosi akan dilakukan secara intensif dan efektif sebagai upaya membangun citra *Miyo Drink* sebagai minuman segar dan menyehatkan. Usaha promosi yang kami rencanakan antara lain:

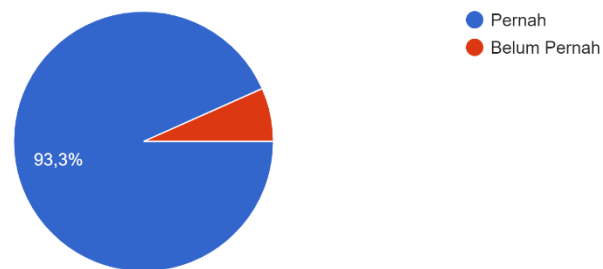
##### a. Pemberian informasi secara langsung (*direct promotion*)

Promosi secara langsung dianggap cukup efektif karena adanya interaksi langsung antara konsumen dan produsen. Pemberian informasi secara langsung dilakukan oleh para personil tim ketika melakukan *direct selling*. Juga dengan ikut serta dalam *event-event* bazar yang diselenggarakan oleh Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti atau kelompok masyarakat.

##### b. Pemberian informasi secara tidak langsung (*indirect promotion*)

Promosi tidak langsung dilakukan dalam bentuk menyebarkan konten-konten kreatif dan edukatif kepada konsumen melalui media sosial. Promosi ini merupakan pendukung dari pemasaran yang menurut kami efektif dan efisien. Dalam penggunaannya, media sosial tidak mengeluarkan banyak biaya namun efeknya berdampak luas. Dengan memanfaatkan *tools* yang ada di media sosial seperti *Instagram Story, Reels, Whatsapp Story* maupun *Whatsapp Business* kita dapat memaksimalkan upaya pemasaran. Terdapat juga layanan berbayar berupa *Advertisement* dan *Endorsement* dari para *influencer* yang bisa kita pakai untuk mempromosikan produk kita.

Apakah anda pernah mengunjungi Instagram @Miyo.Drinkk?  
30 jawaban



Gambar 2.14 Data Kunjungan Instagram *Miyo Drink*

Berdasarkan data di atas terdapat hasil survei dari 30 responden yang menyatakan bahwa sebanyak 93,3% responden pernah mengunjungi laman Instagram *Miyo Drink* dan 6,7% menyatakan belum pernah mengunjungi laman Instagram *Miyo Drink*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Instagram sangat penting untuk media promosi *Miyo Drink* karena hampir seluruh konsumen *Miyo Drink* merupakan pengguna aktif media sosial.

## 2.4 Analisis SWOT

Analisis SWOT menurut Freddy (2013), adalah analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Analisis SWOT menilai antara faktor luar perusahaan (peluang dan ancaman) dengan faktor dalam perusahaan (kekuatan dan kelemahan). Faktor dalam perusahaan termasuk ke dalam metrik yang disebut metrik faktor strategi internal atau IFAS (*Internal Strategic Factor Analisis Summary*) sedangkan faktor dari luar perusahaan termasuk ke dalam metrik yang disebut metrik faktor strategi eksternal atau EFAS (*Eksternal Strategic Factor Analisis Summary*).

Metrik SWOT adalah alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Metrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Berikut merupakan metrik SWOT dalam usaha minuman *Miyo Drink*:

Table 2.3 Analisis SWOT

<p><b>IFAS</b></p> <p><b>EFAS</b></p>	<p><b><u>STRENGTH</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bahan baku mudah didapat</li> <li>• <i>Miyo drink</i> hadir dengan inovasi produk minuman berbahan dasar <i>Yoghurt</i> yang dapat dinikmati oleh segala kalangan usia.</li> <li>• Rasa yang unik, inovatif dan masih serta seimbang antara asam dan manis</li> <li>• <i>Miyo drink</i> memiliki varian rasa yang beragam sehingga dapat menyesuaikan dengan selera pelanggan</li> </ul>	<p><b><u>WEAKNESS</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat kemungkinan produk rusak (mencair, basi, dll.)</li> <li>• Minuman kekinian bukan kebutuhan primer (tidak seperti makanan)</li> <li>• Perlu ditunjang sarana pendukung pada saat berjualan seperti kulkas/<i>sterofoam</i> pada saat penjualan agar menjaga suhu minuman tetap dingin</li> </ul>
<p><b><u>OPPORTUNITIES</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Miyo drink</i> cenderung dapat diterima seluruh kalangan usia, ekonomi, dan gender.</li> <li>• Cuaca yang panas meningkatkan permintaan akan minuman dingin yang menyegarkan</li> <li>• Terdapat berbagai pilihan minuman dan rasa yang dapat disesuaikan dengan selera pelanggan</li> </ul>	<p><b><u>STRATEGI (SO)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menghadirkan produk minuman sehat menyegarkan dengan rasa yang seimbang dan berbagai varian serta melakukan promosi melalui media sosial sehingga dapat menjangkau masyarakat luas.</li> </ul>	<p><b><u>STRATEGI(WO)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menghadirkan produk minuman dengan konsep "<i>Healthy and Fresh</i>" dan bekerja sama dengan platform <i>social media</i> seperti <i>Instagram, Whatsapp</i></li> </ul>
<p><b><u>THREAT</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Banyaknya kompetitor bisnis minuman yang sudah memiliki <i>brand positioning</i>.</li> <li>• Potensi permintaan yang akan menurun jika terjadi hujan pada saat acara berlangsung.</li> </ul>	<p><b><u>STRATEGI (ST)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan diskon produk <i>Miyo Drink</i> di awal <i>grand opening</i>.</li> <li>• Membuat SOP sehingga cita rasa dan kualitas pelayanan dapat tetap terjaga.</li> </ul>	<p><b><u>STRATEGI (WT)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Packaging</i> produk <i>Miyo Drink</i> menggunakan botol plastik vakum, d sehingga kualitas dan keamanan produk terjaga dan dapat bersaing dengan para kompetitor.</li> </ul>

## 2.5 Business Model Canvas

Tabel 2.4 Business Model Canvas

Business Model Canvas				
<b>Key Partners</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Toko Buah Alifa sebagai pemasok buah segar</li> <li>- Toko Tiga Saudara sebagai pemasok susu, <i>jelly</i> dan selai</li> <li>- Pemilik beberapa toko-toko kelontong di daerah Jakarta Selatan dan Tangerang Selatan</li> </ul>	<b>Key Activities</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menjual produk minuman yogurt “miyo drink”</li> <li>- Mempertahankan branding aktif dengan cara melakukan promosi melalui media sosial</li> </ul>	<b>Value Propositions</b> <p>Miyo Yogurt adalah Produk minuman yogurt dari susu sapi dengan berbagai varian rasa (original, blueberry, strawberry, dan manga).</p> <p>Meningkatkan tingkat asupan gizi masyarakat dengan mengonsumsi olahan susu dengan biaya yang terjangkau</p>	<b>Customer Relationships</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten interaktif media sosial</li> <li>- Promo dan giveaway rutin</li> </ul> <b>Channels</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Media sosial (instagram, wa)</li> <li>- Toko makanan</li> <li>- Event/Festival kuliner</li> </ul>	<b>Customer Segments</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Milenial dan gen-Z usia 20-30 tahun</li> <li>- Anak – anak</li> <li>- Pecinta makanan sehat</li> <li>- Pengguna aktif media sosial</li> </ul>
<b>Cost Structure</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Biaya bahan baku</li> <li>- Gaji pegawai</li> <li>- Biaya produksi pengolahan produk</li> <li>- Biaya Marketing</li> <li>- Biaya kemasan dan packaging</li> </ul>		<b>Revenue Streams</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penjualan produk yoghurt aneka rasa buah</li> <li>- Penjualan special item: bolsu (bola-bola susu)</li> <li>- Penjualan bundling item</li> </ul>		

## BAB III METODE PELAKSANAAN

### 3.1 Perencanaan Produksi

Sebelum kita melakukan tahap produksi, kami melakukan survei pasar sebagai langkah awal, dan merencanakan inovasi. Tujuan kami melakukan survei ini adalah untuk mengetahui kondisi pasar, minat konsumen.



Setelah itu yang akan kami lakukan setelah survei pasar adalah study kelayakan terhadap usaha yang akan kami jalankan. Studi kelayakan ini dilakukan untuk mengetahui apakah kegiatan ini memiliki prospek yang menguntungkan dan memiliki prospek jangka panjang.

Tahap terakhir adalah pemilihan bahan dan penyediaan tempat serta sarana dan prasarana untuk menunjang proses produksi.

#### 1. Bahan Baku Produksi

Tabel 3.1 Bahan Baku Produksi

Maret	Nama Bahan	Foto	Keterangan
1.	<i>Yoghurt Plain</i>	 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)	Produksi sendiri
2.	<i>Yoghurt Stater</i>	 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)	Merek: <i>Origien Bulgaria</i>
3.	Susu	 (Sumber: <i>Google Image</i> )	Merek: <i>Diamond UHT Milk</i>
4.	Gula	 (Sumber: <i>Google Image</i> )	Merek: <i>Gulaku</i>

5.	Air Mineral	 (Sumber: <i>Google Image</i> )	Merek: <i>Aqua</i>
6.	Selai	 (Sumber: <i>Google Image</i> )	Merek: <i>Zealandia,</i> <i>Goldefill</i>

## 2. Alat dan Mesin Produksi

Alat dan mesin yang digunakan adalah sebagai berikut:

### a. Kompor

Kompor digunakan untuk memanaskan susu yang akan dijadikan *Yoghurt*

### b. Panci

Panci digunakan untuk merebus susu yang akan dijadikan *Yoghurt*

### c. Bowl

*Bowl* digunakan untuk pencampuran susu, air dan *Yoghurt* agar menyatu dengan rata.

### d. Rubber Spatula

*Rubber Spatula* digunakan untuk mengaduk bahan-bahan yang akan dicampurkan.

### e. Strainer

*Strainer* digunakan untuk menyaring campuran *Yoghurt* apabila terjadi gumpalan.

### f. Food Scale

Alat ini digunakan untuk menimbang bahan-bahan yang akan digunakan.

### g. Timer

Alat ini digunakan untuk mengatur waktu pada saat proses pembuatan *Yoghurt* berlangsung.



h. *Cutting Board*

*Cutting board* digunakan untuk tatakan pada saat memotong buah segar dan juga *jelly*.

i. *Knife*

*Knife* digunakan untuk memotong buah segar dan *jelly*.

j. *Food Thermometer*

Alat ini digunakan untuk menentukan suhu susu pada saat perebusan, agar suhu susu tetap terjaga konsistensinya.

k. *Ballon Whisk*

Alat ini berfungsi untuk mengaduk minuman pada saat diletakan di *bowl*

### 3.2 Proses Produksi

1. Pembuatan *Yoghurt Plain*

Tahap awal pada pembuatan *Miyo Drink* adalah membuat *Yoghurt Plain* dengan menggunakan alat pembuat *Yoghurt*. Campurkan susu hangat dengan bibit *Yoghurt* lalu diamkan di dalam alat pembuat *Yoghurt* selama 12-14 jam tergantung dengan kondisi suhu pada ruangan sekitar.

2. Pembuatan Selai

Setelah selesai dengan pembuatan *Yoghurt Plain*, dilanjut dengan mempersiapkan campuran buah asli dengan selai. Timbang buah *strawberry* dan *blueberry* dan siapkan selai yang sudah dibeli, dengan perbandingan adalah 1 untuk buah asli dan 2 untuk selai. Selanjutnya campurkan kedua bahan tersebut, lalu sisihkan.

3. Pembuatan *Jelly*

Berikutnya pembuatan *jelly*, dengan mencampurkan 1 bungkus *nutrijel plain* dengan 800 ml air, didihkan lalu tuang ke tempat, biarkan dingin, lalu potong kotak kecil. Kemudian, dilanjut dengan pembuatan *Yoghurt plain* yang sudah didinginkan, akan dicampur dengan susu, air dan gula cair.

#### 4. Pengemasan

Tahap terakhir yaitu tinggal mencampurkan semua bahan yang telah disiapkan tadi ke dalam botol, diatur dengan sedemikian rapi dan cantik agar terlihat sangat menarik untuk calon pelanggan.

#### 5. Distribusi

Proses penyaluran produk kepada konsumen melalui beberapa cara di antaranya: pembelian langsung seperti di acara-acara *event/expo*, melalui agen warung yang telah bekerja sama dengan *Miyo Drink* maupun melalui pengantaran ojek *online*.

### 3.2.1 Faktor Keamanan Pangan

Keamanan pangan pada tahap produksi menjadi fokus utama kami untuk menjadikan produk *Miyo Drink* sebagai produk fermentasi dari susu sapi yang menyehatkan dan tentunya aman untuk dikonsumsi. Prinsip keamanan pangan yang kami terapkan saat proses produksi antara lain:

1. Mencuci tangan sebelum mengolah produk dan menggunakan *handglove* saat proses produksi.

Mencuci tangan menggunakan sabun di air mengalir dan menggunakan sarung tangan plastik/lateks yang sudah standar *food grade*.

2. Mensterilkan seluruh peralatan produksi dengan menggunakan air panas.

Peralatan yang sudah dicuci bersih dengan sabun antibakteri dan dikeringkan kemudian akan disiram dengan air panas guna mensterilkan peralatan lebih lanjut

3. Menggunakan bahan-bahan berkualitas.

Semua bahan makanan yang dipakai untuk memproduksi *Miyo Drink* akan dipastikan kelayakannya sebelum digunakan. Apabila *yoghurt* yang kami gunakan sudah terdapat tanda-tanda kerusakan, maka tidak akan kami toleransi penggunaannya, demikian juga dengan bahan-bahan lainnya.

4. Menyimpan produk yang sudah di siap jual di dalam *chiller/freezer*. Setelah minuman selesai dikemas, kami segera menyimpan di *chiller/freezer* guna menghindari kerusakan pada produk yang sudah siap konsumsi. Masa simpan produk *Miyo Drink* adalah 24 jam di suhu ruang, 8 hari di *chiller* dan 2 bulan untuk di *freezer*.

### **3.2.2 Lokasi Produksi**

Pada tahap awal produksi akan dilaksanakan di salah satu rumah anggota kelompok yang terletak di GG. Dasa II No. 15 RT009/RW01, Gandaria Utara, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Yang kemudian menambah lokasi produksi di Jl. Lantur III No. 29 RT02/RW002, Larangan Selatan, Larangan, Tangerang, Banten. 15154, yang juga merupakan salah satu kediaman anggota kelompok kami.

### **3.2.3 Kapasitas Produksi**

Produksi akan dilaksanakan selama 6 tahap setiap bulannya. Setiap tahap terdiri dari satu hari. Dalam satu hari tersebut dilakukan produksi *Miyo Drink* dan kemudian langsung dilakukan pengemasan. Setiap tahap ditargetkan menghasilkan 20pcs dalam kemasan 250mL. Produk akan ditawarkan kepada konsumen dengan harga Rp 10.000,- per kemasan dengan analisis keuntungan terlampir di bab 4.

## **3.3 Tahap Evaluasi**

Tahap ini yang akan kami lakukan adalah tahap evaluasi yang akan di lakukan pada saat produksi produk kami telah selesai. Tahap evaluasi ini berisikan laporan pada kegiatan mulai dari tahap pra-produksi sampai tahap produksi dengan lama waktu tertentu. Tahap pelaporan ini kami buat dan keuntungan yang di dapat, sehingga diperoleh data yang akurat sebagai bahan evaluasi.

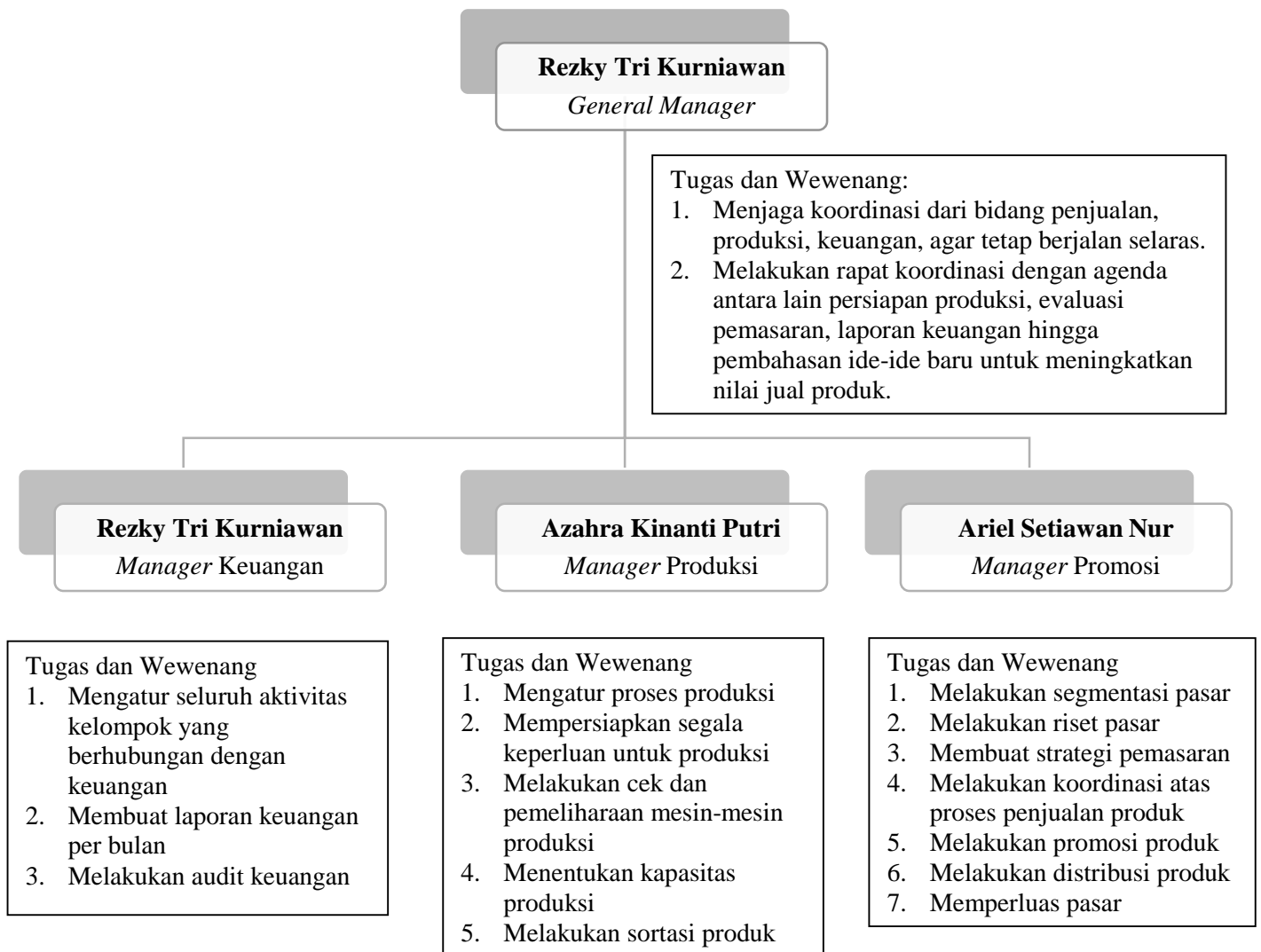
### 3.4 Jadwal Kegiatan

Tabel 3.2 Jadwal Kegiatan

No	Kegiatan	Bulan I (Oktober 2022)	Bulan II (November 2022)	Bulan III (Desember 2022)	Bulan IV (Januari 2023)	Bulan V (Februari 2023)	Bulan VI (Maret 2023)
1.	Pembelian Alat	■					
2.	Pembelian Bahan		■	■	■	■	■
3.	Riset Pasar	■					
4.	Cetak Kemasan	■	■	■	■	■	■
5.	Uji Organoleptik	■					
6.	Produksi	■	■	■	■	■	■
7.	Promosi	■	■	■	■	■	■
8.	Pemasaran	■	■	■	■	■	■
9.	Evaluasi		■	■	■	■	■
10.	Konsultasi		■	■	■	■	■
11.	Pembuatan Laporan				■	■	
12.	Penyerahan Laporan					■	

### 3.5 Manajemen Organisasi

Kelompok kami menggunakan istilah *Manager* dalam struktur organisasi karena kami yakin bahwa istilah ini secara psikologis akan meningkatkan motivasi untuk bekerja secara *profesional* dan bertanggung jawab. Masing-masing personil tim akan memegang jabatan yang disesuaikan dengan kemampuan dan latar belakang pendidikan.



Gambar 3.1 Bagan Struktur Organisasi

### 3.6 Rencana Pengembangan Usaha

Beberapa strategi yang akan dilakukan ke depannya sebagai pengembangan dari bisnis *Miyo Drink*, antara lain:

1. Pendaftaran Legalitas Usaha lebih lanjut serta Pengujian laboratorium

Melakukan pengajuan legalitas usaha untuk UMKM seperti PIRT, Pendaftaran merek dagang, Sertifikasi Halal, dan lain sebagainya. Pengujian laboratorium juga diperlukan untuk pengajuan izin-izin tersebut dan juga untuk mendukung data ilmiah produk *Miyo Yoghurt* ke depannya. Pengujian laboratorium ini dapat berupa uji bebas mikroorganisme seperti bebas bakteri dan virus patogen maupun berupa uji kandungan gizi yang dapat di cantumkan ke dalam label kemasan *Miyo Drink*.

2. Pengembangan untuk *Advertisement* dan *Endorsement*

*Advertisement* berupa pengiklanan berbayar di berbagai media sosial dan juga penggunaan jasa artis/*influencer* untuk memberikan testimoni yang disiarkan kepada pengikutnya sebagai bagian dari strategi promosi untuk memperluas jangkauan pasar.

3. Peningkatan Kapasitas Produksi dan Penyerapan Tenaga Kerja

Kebutuhan masa depan saat kapasitas produksi sudah tidak dapat memenuhi permintaan pasar maka dibutuhkan penggunaan peralatan produksi yang lebih efisien. Sejalan dengan hal tersebut maka kebutuhan karyawan untuk operasional produk *Miyo Drink* akan meningkat.

4. Inovasi Varian Rasa Produk.

Inovasi produk dibutuhkan agar eksistensi produk di pasaran tetap berkembang dan mampu memenuhi lebih banyak keinginan dari konsumen. *Miyo Drink* akan meluncurkan varian-varian rasa yang belum pernah tercipta sebelumnya di pasaran.

## BAB IV ANALISIS KEUANGAN

Bab ini terdiri dari perhitungan harga jual, daftar barang investasi di awal, biaya beban bulanan, perhitungan *cashflow* dan prediksi penjualan selama 5 tahun, *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Profitability Index* (PI) dan *Average Rate of Return* (ARR).

### 4.1 Perhitungan Harga Jual

Perhitungan *cost*, harga jual serta pembagian *contribution margin* *Miyo Original Drink* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 *Food Cost* *Miyo Original Yoghurt*

1. Menu Name: <i>Miyo Original Yoghurt</i> (Per Pcs)				
I. Production Cost				
No.	Ingredient	Size	Market Data	Cost (Rp)
1	Fresh Milk	85 ml	Rp. 14.000/ltr	Rp 1.190
2	Base Yogurt	85 gr	Rp. 14.000/ltr	Rp 1.190
3	Air	75 ml	Rp. 19.000/galon	Rp 75
4	Gula	28 gr	Rp. 12.000/kg	Rp 336
5	Jelly Powder	0,2 gr	Rp. 5000/7 gr	Rp 143
<b>Sub Total</b>				Rp 2.934
II. Packaging Cost				
No.	Ingredient	Size	Market Data	Cost (Rp)
1	Botol Plastik @250 ml	1 pcs	Rp. 690/pcs	Rp 690
2	Logo Kemasan	2 pcs	Rp. 180/pcs	Rp 360
<b>Sub Total</b>				Rp 1.050
<b>Total Keseluruhan</b>				Rp 3.984
<b>Misc. 4%</b>				Rp 159
<b>Total Cost Per Portion</b>				<b>Rp 4.143</b>
1. <i>Selling Price</i> (Rp)=100/45 x 4.143 = Rp. 9.206 ----> Rp. 10.000				
2. CM 55%= <i>Selling Price</i> - <i>Food Cost</i>				
= Rp. 10.000 - Rp. 4.143				
= Rp. 5.857				
<i>Contribution Margin</i> tersebut dibagi ke dalam beberapa aspek, yaitu:				
Penyusutan Alat (7,5%)	=	7,5/55 x 5.857	=	Rp. 799
Bahan Bakar (2,5%)	=	2,5/55 x 5.857	=	Rp. 266
Karyawan (10%)	=	10/55 x 5.857	=	Rp. 1.065
Laba (35%)	=	35/55 x 5.857	=	Rp. 3.727 +
				Rp. 5.857

Perhitungan *cost*, harga jual serta pembagian *contribution margin* *Miyo Strawberry Drink* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 *Food Cost Miyo Strawberry Yoghurt*

<b>2. Menu Name: Miyo Strawberry Yogurt (Per Pcs)</b>				
<b>I. Production Cost</b>				
No.	Ingredient	Size	Market Data	Cost (Rp)
1	Fresh Milk	70 ml	Rp. 14.000/ltr	Rp 980
2	Base Yogurt	70 gr	Rp. 14.000/ltr	Rp 980
3	Air	75 ml	Rp. 19.000/galon	Rp 75
4	Gula	15 gr	Rp. 12.000/kg	Rp 180
5	Jelly Powder	0.2 gr	Rp. 5.000/7gr	Rp 143
6	Strawberry Jam	15 gr	Rp. 32.000/kg	Rp 380
7	Fresh Strawberry	25 gr	Rp. 25.000/kg	Rp 625
<b>Sub Total</b>				Rp 3.298
<b>II. Packaging Cost</b>				
No.	Ingredient	Size	Market Data	Cost (Rp)
1	Botol Plastik @250 ml	1 pcs	Rp. 690/pcs	Rp 690
2	Logo Kemasan	1 pcs	Rp. 180/pcs	Rp 360
<b>Sub Total</b>				Rp 1.050
<b>Total Keseluruhan</b>				Rp 4.348
<b>Misc. 4%</b>				Rp 87
<b>Total Cost Per Portion</b>				<b>Rp 4.435</b>
1. <i>Selling Price</i> (Rp)=100/45 x 4.143 = Rp. 9.856 ----> Rp. 10.000				
2. CM 55%= <i>Selling Price</i> - <i>Food Cost</i>				
= Rp. 10.000 - Rp. 4.345				
= Rp. 5.655				
<i>Contribution Margin</i> tersebut dibagi ke dalam beberapa aspek, yaitu:				
Penyusutan Alat (7,5%)	=	7,5/55 x 5.655	=	Rp. 771
Bahan Bakar (2,5%)	=	2,5/55 x 5.655	=	Rp. 258
Karyawan (10%)	=	10/55 x 5.655	=	Rp. 1.028
Laba (35%)	=	35/55 x 5.655	=	Rp. 3.600 +
				Rp. 5.655



Perhitungan *cost*, harga jual serta pembagian *contribution margin* *Miyo Blueberry Drink* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3 *Food Cost Miyo Blueberry Yoghurt*

<b>3. Menu Name: Miyo Blueberry Yogurt (Per Pcs)</b>				
<b>I. Production Cost</b>				
No.	Ingredient	Size	Market Data	Cost (Rp)
1	Fresh Milk	70 ml	Rp. 14.000/ltr	Rp 980
2	Base Yogurt	70 gr	Rp. 14.000/ltr	Rp 980
3	Air	75 ml	Rp. 19.000/galon	Rp 75
4	Gula	13 gr	Rp. 12.000/kg	Rp 156
5	Jelly Powder	0.2 gr	Rp. 5.000/7gr	Rp 143
6	Blueberry Jam	15 gr	Rp. 32.000/kg	Rp 380
7	Blueberry Puree	20 gr	Rp. 36.000/kg	Rp 720
<b>Sub Total</b>				Rp 3.359
<b>II. Packaging Cost</b>				
No.	Ingredient	Size	Market Data	Cost (Rp)
1	Botol Plastik @250 ml	1 pcs	Rp. 690/pcs	Rp 690
2	Logo Kemasan	1 pcs	Rp. 180/pcs	Rp 360
<b>Sub Total</b>				Rp 1.050
<b>Total Keseluruhan</b>				Rp 4.409
<b>Misc. 4%</b>				Rp 88
<b>Total Cost Per Portion</b>				<b>Rp 4.497</b>
1. <i>Selling Price</i> (Rp)=100/45 x 4.497 = Rp. 9.993 ----> Rp. 10.000				
2. CM 55%= <i>Selling Price</i> - <i>Food Cost</i>				
= Rp. 10.000 - Rp. 4.497				
= Rp. 5.503				
<i>Contribution Margin</i> tersebut dibagi ke dalam beberapa aspek, yaitu:				
Penyusutan Alat (7,5%)	=	7,5/55 x 5.503	=	Rp. 750
Bahan Bakar (2,5%)	=	2,5/55 x 5.503	=	Rp. 250
Karyawan (10%)	=	10/55 x 5.503	=	Rp. 1.001
Laba (35%)	=	35/55 x 5.503	=	Rp. 3.502 +
				Rp. 5.503

Perhitungan *cost*, harga jual serta pembagian *contribution margin* *Miyo Mango Drink* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 *Food Cost Miyo Mango Yoghurt*

4. Menu Name: Miyo Mango Yogurt (Per Pcs)				
<b>I. Production Cost</b>				
No.	Ingredient	Size	Market Data	Cost (Rp)
1	Fresh Milk	70 ml	Rp. 14.000/ltr	Rp 980
2	Base Yogurt	70 gr	Rp. 14.000/ltr	Rp 980
3	Air	75 ml	Rp. 19.000/galon	Rp 75
4	Gula	18 gr	Rp. 12.000/kg	Rp 156
5	Jelly Powder	0.2 gr	Rp. 5.000/7gr	Rp 143
6	Mango Jam	15 gr	Rp. 32.000/kg	Rp 510
7	Fresh Mango	35 gr	Rp. 16.000/kg	Rp 460
<b>Sub Total</b>				Rp 3.304
<b>II. Packaging Cost</b>				
No.	Ingredient	Size	Market Data	Cost (Rp)
1	Botol Plastik @250 ml	1 pcs	Rp. 690/pcs	Rp 690
2	Logo Kemasan	1 pcs	Rp. 180/pcs	Rp 360
<b>Sub Total</b>				Rp 1.050
<b>Total Keseluruhan</b>				Rp 4.354
<b>Misc. 4%</b>				Rp 87
<b>Total Cost Per Portion</b>				<b>Rp 4.441</b>
1. <i>Selling Price</i> (Rp)=100/45 x 4.441 = Rp. 9.868 ----> Rp. 10.000				
2. CM 55%= <i>Selling Price</i> - <i>Food Cost</i>				
= Rp. 10.000 - Rp. 4.441				
= Rp. 5.559				
<i>Contribution Margin</i> tersebut dibagi ke dalam beberapa aspek, yaitu:				
Penyusutan Alat (7,5%)	=	7,5/55 x 5.559	=	Rp. 758
Bahan Bakar (2,5%)	=	2,5/55 x 5.559	=	Rp. 252
Karyawan (10%)	=	10/55 x 5.559	=	Rp. 1.002
Laba (35%)	=	35/55 x 5.559	=	Rp. 3.537 +
				Rp. 5.559

Perhitungan *cost*, harga jual serta pembagian *contribution margin* Menu *special item* kita yaitu Bolsu (bola-bola susu) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5 *Food Cost* Bolsu (Bola-Bola Susu)

<b>5. Menu Name: Bolsu (Bola-bola Susu) [SPECIAL ITEM] (Per Pcs)</b>				
<b>I. Production Cost</b>				
No.	Ingredient	Size	Market Data	Cost (Rp)
1	Tepung Tapioka	60 gr	Rp. 14.000/kg	Rp 840
2	Milk Powder	15 gr	Rp. 35.000/kg	Rp 525
3	Susu Kental Manis	25 gr	Rp. 24.500/kg	Rp 490
4	Susu Kental Manis Cokelat	25 gr	Rp. 26.000/kg	Rp 520
5	Cocoa Powder	5 gr	Rp. 48.000/kg	Rp 144
6	Gula Halus	5 gr	Rp. 18.000/kg	Rp 90
7	Air	15 ml	Rp. 19.000/galon	Rp 10
<b>Sub Total</b>				Rp 2.619
<b>II. Packaging Cost</b>				
No.	Ingredient	Size	Market Data	Cost (Rp)
1	Toples Mini @200ml	1 pcs	Rp. 1220/pcs	Rp 1.220
2	Logo Kemasan	1 pcs	Rp. 250/pcs	Rp 250
<b>Sub Total</b>				Rp 1.470
<b>Total Keseluruhan</b>				Rp 4.089
<b>Misc. 4%</b>				Rp 82
<b>Total Cost Per Portion</b>				<b>Rp 4.171</b>
1. <i>Selling Price</i> (Rp)=100/35 x 4.171 = Rp. 11.917 ---> Rp. 12.000				
2. CM 65%= <i>Selling Price</i> - <i>Food Cost</i>				
= Rp. 12.000 - Rp. 4.171				
= Rp. 7.829				
<i>Contribution Margin</i> tersebut dibagi ke dalam beberapa aspek, yaitu:				
Penyusutan Alat (7,5%)	=	7,5/65 x 7.829	=	Rp. 903
Bahan Bakar (7,5%)	=	7,5/65 x 7.829	=	Rp. 903
Karyawan (10%)	=	10/65 x 7.829	=	Rp. 1.205
Laba (40%)	=	40/65 x 7.829	=	Rp. 4.818 +
				Rp. 7.829

## 4.2 Investasi Awal

Tabel 4.6 Investasi Awal *Miyo Drink*

Peralatan Produksi	Jumlah	Harga Perkiraan	Jumlah Harga Perkiraan	Biaya Penyusutan	
Kompore 2 Tungku Kuantum	1	Rp 262.000	Rp 262.000	Penyusutan Peralatan Produksi 5 Tahun Rp 3.262.000 /60 bulan = Rp 54.367	
Chiller GEA 180w	1	Rp 1.200.000	Rp 1.200.000		
Yogurt Machine 10 L	1	Rp 1.800.000	Rp 1.800.000		
		Total	Rp 3.262.000		
Perlengkapan Produksi					
Gas Tabung 3kg	1	Rp 125.000	Rp 125.000	Penyusutan Perlengkapan Produksi 3 Tahun Rp 874.000 /36 bulan = Rp 24.278	
Sauce Pan	1	Rp 100.000	Rp 100.000		
Strainer	1	Rp 30.000	Rp 30.000		
Rubber Spatula	2	Rp 40.000	Rp 80.000		
Bowl	3	Rp 30.000	Rp 90.000		
Food Scale	1	Rp 60.000	Rp 60.000		
Timer	2	Rp 23.000	Rp 46.000		
Cutting board	1	Rp 20.000	Rp 20.000		
Knife	2	Rp 30.000	Rp 60.000		
Food Thermometer	1	Rp 139.000	Rp 139.000		
Ballon Whisk	1	Rp 79.000	Rp 79.000		
Tong sampah	1	Rp 45.000	Rp 45.000		
		Total	Rp 874.000		
Packaging					
Botol PET @250ml	1000	Rp 690	Rp 690.000		
Stiker Kemasan	2000	Rp 180	Rp 360.000		
Eco-friendly bag	500	Rp 200	Rp 100.000		
		Total	Rp 1.150.000		
<b>Total Investasi Alat</b>			<b>Rp 5.286.000</b>	<b>Total Biaya Penyusutan Rp 78.644</b>	

## 4.3 Beban Bulanan

Tabel 4.7 Biaya Promosi dan Utilitas *Miyo Drink*

Promosi							
Giveaway							
	1 item/minggu						
	free item	=	Rp 10.000	x	4	=	Rp 40.000
Ads/paid promote							
	1 paket promosi/bulan	=	Rp 25.000				
	Dalam 1 bulan	=	Rp 25.000	x	1	=	Rp 25.000
<b>Total biaya promosi/bulan</b>							<b>Rp 65.000</b>
Biaya Utilitas							
Gas, Listrik, dan Air						=	Rp 50.000
Sewa tempat/tenant						=	Rp 50.000
<b>Total biaya utilitas/bulan</b>							<b>Rp 100.000</b>

#### 4.4 Cashflow

Tabel 4.8 *Cashflow Miyo Drink*

<b>Rata-rata penjualan</b>			
= (Harga Termahal + Harga Termurah) / 2			
= (10.000 + 12.000) / 2			
= Rp	<b>11.000</b>		
	<b>7 item per hari</b>		
	<b>11.000/item</b>		
<b>Estimasi Penjualan</b>	Rp	77.000	sales/day
	Rp	539.000	sales/week
	Rp	2.274.000	sales/month
	Rp	27.288.000	sales/year
<b>Cash Flow (perbulan)</b>			
Monthly Revenue = 11.000 x 8pcs x 30 hari	Rp	2.274.000	
Food Cost (45%)	Rp	1.023.300	
Promosi	Rp	65.000	
Biaya Utilitas	Rp	100.000	
Penyusutan	Rp	78.644	
	EBT	Rp	1.007.056
	PPN 10%	Rp	100.706
	<b>Earning/month</b>	Rp	<b>906.350</b>
	<b>EAT/year</b>	Rp	<b>10.876.200</b>

Tabel 4.9 Prediksi Pertumbuhan *Cashflow* Dalam 5 Tahun

<b>Periode</b>	<b>Cash Flow</b>	
6%	Rp	652.572
Tahun 1	Rp	10.876.200
Tahun 2	Rp	11.528.772
Tahun 3	Rp	12.181.344
Tahun 4	Rp	12.833.916
Tahun 5	Rp	13.486.488
Rata-Rata	Rp	12.181.344

#### 4.5 Payback Period (PP)

Tabel 4.10 Payback Period Miyo Drink

Payback Period		
I(o)	=	5.286.000
Tahun 1	=	10.876.200
		(5.590.200)
=		5.286.000
		10.876.200
=		5,83 Bulan
=		5 bulan 25 hari

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa usaha ini akan menemui titik balik modal dalam 5 bulan 25 hari. Jika menghitung jumlah barang yang harus terjual untuk mencapai *payback period*, maka dapat menggunakan perhitungan 7 paket penjualan/hari x 30 hari x 5,83 bulan = ~1.225 paket penjualan yang harus dijual untuk mencapai *payback period*.

#### 4.6 Net Present Value (NPV)

Tabel 4.11 Net Present Value Miyo Drink

Periode	CF		IF	
			5%	
Tahun 1	10.876.200	x	0,9524	10.358.286
Tahun 2	11.528.772	x	0,9070	10.456.936
Tahun 3	12.181.344	x	0,8638	10.522.703
Tahun 4	12.833.916	x	0,8227	10.558.494
Tahun 5	13.486.488	x	0,7835	10.567.016
			Total PV	52.463.435
			I(o)	5.286.000
			NPV	47.177.435

#### 4.7 Internal Rate of Return (IRR)

IRR	=	I(+)	+	NPV+			*	I(-)	-	I(+)
				NVP+	+	NVP-				

Tabel 4.12 Internal Rate of Return Miyo Drink

Periode	CF		IF	
			220%	
Tahun 1	10.876.200	x	0,3125	3.398.813
Tahun 2	11.528.772	x	0,0977	1.125.857
Tahun 3	12.181.344	x	0,0305	371.745
Tahun 4	12.833.916	x	0,0095	122.394
Tahun 5	13.486.488	x	0,0030	40.193
			Total PV	5.059.001
			I(o)	5.286.000
			NPV	(226.999)

IRR	=	5%	+	47.177.435			*	220%	-	5%
				47.177.435	+	(226.999)				
IRR	=	221%								

#### 4.8 Profitability Index (PI)

Tabel 4.13 Profitability Index Miyo Drink

Profitability Index	=	Total PV			*Layak jika PI>1
		Investasi Awal			
	=	52.463.435			
	=	5.286.000			
	=	10			

#### 4.9 Average Rate of Return (ARR)

Tabel 4.14 Average Rate of Return Miyo Drink

ARR	=	Rata-rata Cash Flow	*	100%
		I(o)		
	=	12.181.344	*	100%
		5.286.000		
	=	230%		

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian mengenai bisnis *Miyo Drink* yang telah dipaparkan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Miyo Drink* dapat bersaing dengan produk yang sudah ada sebelumnya/pesaingnya. Strategi diferensiasi yang digunakan *Miyo Drink* untuk membedakan dari produk yang sudah ada di pasaran antara lain: menggunakan bahan-bahan berkualitas dan menggunakan susu sapi sebagai bahan utama yang digunakan. Selain itu, *Miyo Drink* juga menggunakan buah asli di dalamnya. Produk ini juga tanpa menggunakan pengawet dan pemanis buatan sehingga aman untuk dikonsumsi.
2. *Miyo Drink* dapat diminati dan diterima oleh masyarakat. Produk *Miyo Drink* disajikan dengan kemasan kekinian, cita rasa yang seimbang antara *Yoghurt* dan susu serta selai buah dengan potongan buah asli. Selain itu, harganya yang cocok untuk semua kalangan membuat usaha ini bisa diterima dan disukai semua orang baik anak-anak, remaja, hingga orang tua.
  - a. Berdasarkan data pada kuesioner terdapat hasil survei dari 30 responden yang menyatakan bahwa usia responden terbanyak adalah pada usia 22 tahun dan 23 tahun dengan persentase sebesar 20% diikuti dengan konsumen usia 21 tahun dan 19 tahun dengan persentase sebesar 16,7%. Dan sisanya usia 20 tahun 10%, usia 17 tahun 6,7%, serta usia 16 tahun, 31 tahun, 29 tahun dengan persentase 3,3%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa produk *Miyo Drink* dapat diterima oleh berbagai kalangan dari anak-anak, remaja, hingga dewasa.
  - b. Berdasarkan data pada kuesioner terdapat hasil survei dari 30 responden yang menyatakan bahwa pekerjaan terbesar konsumen *Miyo Drink* adalah mahasiswa/i dengan persentase 60%, kemudian pada urutan kedua adalah pelajar/siswa dengan persentase 10%. Sisanya adalah profesi guru, ibu rumah tangga, mekanik, pedagang,



penjahit dan sopir dengan persentase masing-masing 3,3%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa produk *Miyo Drink* dapat diterima oleh segala jenis profesi dan tingkat ekonomi masyarakat. sesuai dengan target pasar kami di mana produk *Miyo Drink* akan menjangkau berbagai kalangan baik dari kalangan menengah ke bawah hingga menengah ke atas.

3. Strategi pemasaran produk *Miyo Drink* sudah sesuai dan dapat dikenal masyarakat umum. Strategi promosi *Miyo Drink* dilakukan secara intensif dan efektif demi membangun *branding* sebagai minuman Yoghurt yang segar dan menyehatkan. Strategi pemasaran *Miyo Drink* berupa pemberian informasi langsung ketika melakukan *direct selling*, dan juga pemberian informasi tidak langsung dalam bentuk konten kreatif dan edukatif di media sosial. Terdapat berbagai fitur seperti *Instagram Story*, dan *Reels*, maupun layanan berbayar berupa *Advertisement* dan *Endorsement*, yang juga digunakan guna memaksimalkan upaya pemasaran. Sesuai dengan strategi yang telah kami terapkan maka penjualan kami dalam waktu kurang lebih 2,5 bulan dapat menjual sebanyak 506 produk dan memperoleh omset sebesar Rp5.104.000 (bukti terdapat pada lampiran 1)
4. *Miyo Drink* dapat menjadi peluang usaha. Produk ini menghasilkan keuntungan yang cukup menjanjikan. Produk ini dijual dengan harga Rp.10.000 per/buah. Dengan periode penjualan selama 2,5 bulan terjual sekitar 484 buah dan menghasilkan omset sebesar Rp.5.685.000 dengan laba bersih Rp2.258.375 Dengan modal Investasi sebesar Rp.5.286.000 produk kami menghasilkan NVP sebesar 47.177.435, dan juga tingkat IRR sebesar 221%, dengan *payback period* dari usaha kami adalah 5 bulan 25 hari. Dengan demikian, produk ini memiliki kelayakan usaha yang cukup tinggi.

## 5.2 Saran

Berdasarkan uraian mengenai bisnis *Miyo Drink* yang telah dipaparkan di atas, ada beberapa saran yang dapat dilakukan yakni:

1. Dari kegiatan bisnis *Miyo Drink* yang sudah berjalan ini, diharapkan *Miyo Drink* dapat beradaptasi demi menghadapi perubahan yang selalu terjadi di pasar.
2. *Miyo Drink* perlu menggunakan strategi promosi yang lebih inovatif agar mendapatkan jejaring pemasaran bukan hanya untuk konsumsi perseorangan, melainkan jaringan korporasi atau lembaga sehingga cakupan pasar menjadi lebih luas.
3. *Miyo Drink* perlu menggunakan sistem pembukuan keuangan yang lebih canggih sehingga riwayat pemesanan dapat di lacak dengan jelas dan laporan keuangan lebih mudah untuk dibuat.
4. Diharapkan dapat dilakukan penelitian lebih lanjut terkait informasi nilai gizi dan keamanan pangan sehingga dapat mengajukan perizinan legalitas usaha lainnya seperti PIRT dan Sertifikasi Halal.
5. Besar harapan kami agar produk *Miyo Drink* ini terus berkembang dan dapat dinikmati oleh semua orang. Semoga di masa mendatang *Miyo Drink* akan semakin dikenal dan dinikmati oleh siapa pun dan di mana pun dari berbagai penjuru daerah

**DAFTAR PUSTAKA**

- Adams, M. R. & M. J. R. Nout. 2001. *Fermentation and food safety*. Aspen Publication, Gaithersburg.
- Departemen Kesehatan RI. 2000. *DKBM (Daftar Komposisi Bahan Makanan)*. Departemen Kesehatan RI. Jakarta.
- Surono, I. S. 2004. *Probiotik susu fermentasi dan Kesehatan*. Jakarta : Tri Cipta Karya.
- Surono. 2004. *Yoghurt Untuk Kesehatan*. Yogyakarta : Penebar Swadaya.
- Susilorini, T.E., M.E. Sawitri. 2007. *Produk Olahan Susu, Cetakan ke-4*. Jawa Barat: Penebar Swadaya.
- Widodo, W. 2003. *Bioteknologi Industri Susu*. Lacticia Press. Yogyakarta.
- Winarno, F. 2007. *Susu dan Produk Fermentasinya*. Bogor: M-Brio Press.

## LAMPIRAN

## Lampiran 1. Laporan Kegiatan Penjualan

Uraian	Bulan 1 (November 2022)				Bulan 2 (Desember 2022)				Bulan 3 (Minggu ke-2 Januari 2023)						
	Jumlah	Satuan	Harga	Debit	Kredit	Jumlah	Satuan	Harga	Debit	Kredit	Jumlah	Satuan	Harga	Debit	Kredit
<b>Pemasukan</b>															
<b>Penjualan Langsung</b>				<b>1.080.000</b>					<b>1.368.000</b>					<b>658.000</b>	
a. Miyo Original Yogurt	24	pcs	10.000/pcs	240.000		20	pcs	10.000/pcs	200.000		18	pcs	10.000/pcs	180.000	
b. Miyo Strawberry Yoghurt	34	pcs	10.000/pcs	340.000		36	pcs	10.000/pcs	360.000		15	pcs	10.000/pcs	150.000	
c. Miyo Blueberry Yoghurt	42	pcs	10.000/pcs	420.000		45	pcs	10.000/pcs	450.000		20	pcs	10.000/pcs	200.000	
d. Miyo Mango Yoghurt	8	pcs	10.000/pcs	80.000		25	pcs	10.000/pcs	250.000		8	pcs	10.000/pcs	80.000	
e. <del>Bolsu</del> (Bola-bola Susu)	0	pcs	12.000/pcs	0		9	pcs	12.000/pcs	108.000		4	pcs	12.000/pcs	48.000	
<b>Penjualan Mitra</b>				<b>500.000</b>					<b>857.000</b>					<b>646.000</b>	
a. Miyo Original Yogurt	12	pcs	10.000/pcs	120.000		26	pcs	10.000/pcs	260.000		20	pcs	10.000/pcs	200.000	
b. Miyo Strawberry Yoghurt	10	pcs	10.000/pcs	100.000		16	pcs	10.000/pcs	160.000		10	pcs	10.000/pcs	100.000	
c. Miyo Blueberry Yoghurt	28	pcs	10.000/pcs	280.000		24	pcs	10.000/pcs	240.000		23	pcs	10.000/pcs	230.000	
d. Miyo Mango Yoghurt	0	pcs	10.000/pcs	0		12	pcs	10.000/pcs	120.000		8	pcs	10.000/pcs	80.000	
e. <del>Bolsu</del> (Bola-bola Susu)	0	pcs	12.000/pcs	0		6	pcs	12.000/pcs	72.000		3	pcs	12.000/pcs	36.000	
<b>Pengeluaran</b>															
a. Bahan Baku					568.800									801.000	419.400
b. Packaging dan Label					173.800									244.700	143.400
c. Listrik, Gas dan Air					50.000									50.000	50.000
d. <del>Biaya Sewa Tempat</del>					125.000									60.000	0
e. <del>Transportasi</del>					0									0	36.000
f. <del>Biaya Promosi</del>					45.000									55.000	30.000
<b>Total Pemasukan</b>				<b>1.580.000</b>					<b>2.225.000</b>					<b>1.304.000</b>	
<b>Total Pengeluaran</b>					<b>962.600</b>					<b>1.210.700</b>					<b>678.800</b>
<b>Laba/Rugi Sebelum Pajak</b>				<b>+ Rp. 617.400,00</b>					<b>+ Rp. 1.014.300,00</b>					<b>+ Rp. 625.200,00</b>	
<b>Pajak 10%</b>				<b>- 61.740,00</b>					<b>-101.430</b>					<b>-62.520</b>	
<b>Laba/Rugi Setelah Pajak</b>				<b>+ 555,660</b>					<b>+912,870</b>					<b>+562,680</b>	
<b>Total Laba/Rugi kurun waktu 2,5 bulan</b>									<b>2.031.210</b>						

**Tabel Rekapitulasi Penjualan:**

No.	Nama Produk	Jumlah Terjual		Jumlah Terjual Berdasarkan Varian
		Penjualan Langsung	Penjualan Mitra	
1.	<i>Miyo Original Yogurt</i>	62	58	120
2.	<i>Miyo Strawberry Yoghurt</i>	85	36	121
3.	<i>Miyo Blueberry Yoghurt</i>	107	75	182
4.	<i>Miyo Mango Yoghurt</i>	41	20	61
5.	<i>Bolsu (Bola-bola Susu)</i>	13	9	22
Sub total Terjual		308	198	
Total Terjual		484 (belum termasuk bolsu) 506 (termasuk bolsu)		

### Lampiran 2. Susunan Organisasi Tim Kegiatan

No	Nama (NIM)	Program Studi	Uraian Tugas
1.	Rezky Tri Kurniawan (1941010321)	D4 Pengelolaan Perhotelan H 2019	Ketua
2.	Azahra Kinanti Putri (1941010292)	D4 Pengelolaan Perhotelan H 2019	Anggota 1
3.	Ariel Setiawan Nur (1941010300)	D4 Pengelolaan Perhotelan H 2019	Anggota 2
4.	Fifi Nofiyanti, M.Pd., M.Par.	Dosen Pengelolaan Perhotelan	Dosen Pembimbing

Nama Ketua Tim dan <i>Manager</i> Keuangan	: Rezky Tri Kurniawan
Keahlian	: - Mempunyai sifat pemimpin yang membimbing dan memotivasi. - Mempunyai ketelitian dalam pembukuan dan juga perhitungan <i>food cost</i> yang tepat.
Tugas dan Tanggung Jawab	: - Menjaga koordinasi dari bidang penjualan, produksi, keuangan, agar tetap berjalan selaras. - Melakukan rapat koordinasi dengan agenda antara lain persiapan produksi, evaluasi pemasaran, laporan keuangan hingga pembahasan ide-ide baru untuk meningkatkan nilai jual produk. - Mengatur seluruh aktivitas yang berhubungan dengan keuangan - Membuat laporan keuangan per bulan - Melakukan audit keuangan
Nama <i>Manager</i> Produksi	: Azahra Kinanti Putri
Keahlian	: - Mempunyai latar pendidikan di bidang kuliner dan <i>hospitality</i> . - Dapat mencari vendor untuk bahan & alat yang sesuai untuk UMKM.
Tugas dan Tanggung Jawab	: - Mengatur proses produksi - Mempersiapkan segala keperluan untuk produksi

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan cek dan pemeliharaan mesin-mesin produksi</li> <li>- Menentukan kapasitas produksi</li> </ul>
Nama <i>Manager</i> Pemasaran : Ariel Setiawan Nur	
Keahlian	<ul style="list-style-type: none"> <li>: - Mempunyai keahlian dalam pengeditan foto/video produk</li> <li>- Menguasai kemampuan <i>public speaking</i> dalam memasarkan produk.</li> <li>- Mengerti dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi.</li> </ul>
Tugas dan Tanggung Jawab	<ul style="list-style-type: none"> <li>: - Melakukan segmentasi pasar</li> <li>- Melakukan riset pasar</li> <li>- Membuat strategi pemasaran</li> <li>- Melakukan koordinasi atas proses penjualan produk</li> <li>- Melakukan promosi produk</li> <li>- Melakukan distribusi produk</li> <li>- Memperluas jaringan pemasaran</li> </ul>

Lampiran 3. Gambaran Produk Usaha



Foto Produk Miyo Drink



Foto Produk Bolsu (Bola-bola Susu) dan *Bundling Item*



Lampiran 4. Dokumentasi Kegiatan Produksi



Dokumentasi Kegiatan *R&D Product* Sebelum Mulai Penjualan



Dokumentasi Kegiatan Proses Produksi *Miyo Drink*

Lampiran 5. Dokumentasi Kegiatan Penjualan



Dokumentasi Kegiatan Penjualan di Kampus STP Trisakti



Dokumentasi Kegiatan Penjualan Pada Acara UNIOTRI yang diselenggarakan di STP Trisakti tanggal 26 November 2022

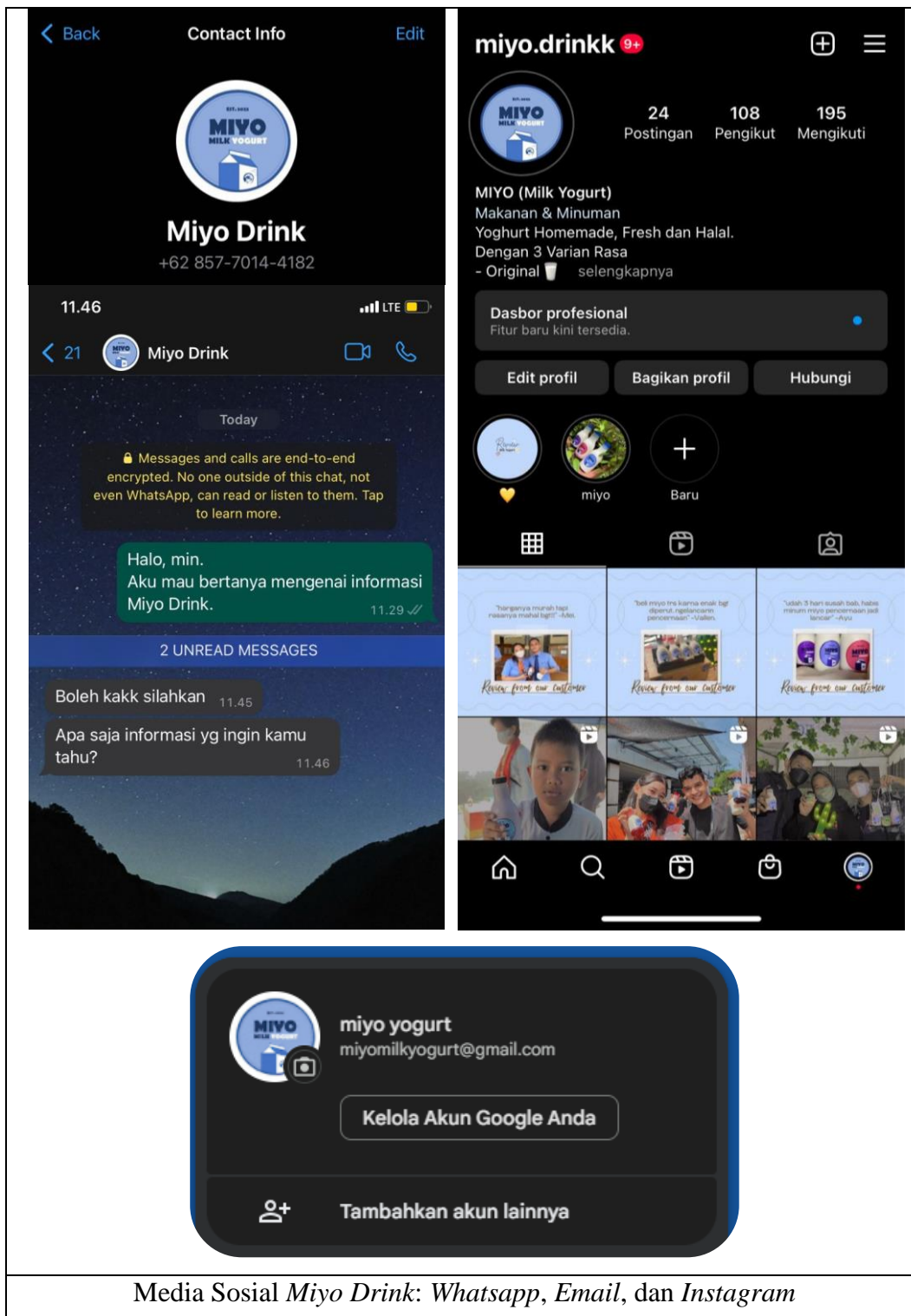


Dokumentasi Kegiatan Penjualan Pada Acara Maulid Nabil Kelurahan Cipulir yang diselenggarakan di SDN Cipulir 03 Pagi Jakarta Selatan tanggal 27 November 2022



Dokumentasi Kegiatan Penjualan Pada Acara *Trisakti Tourism Expo* yang diselenggarakan di STP Trisakti tanggal 10 Desember 2022

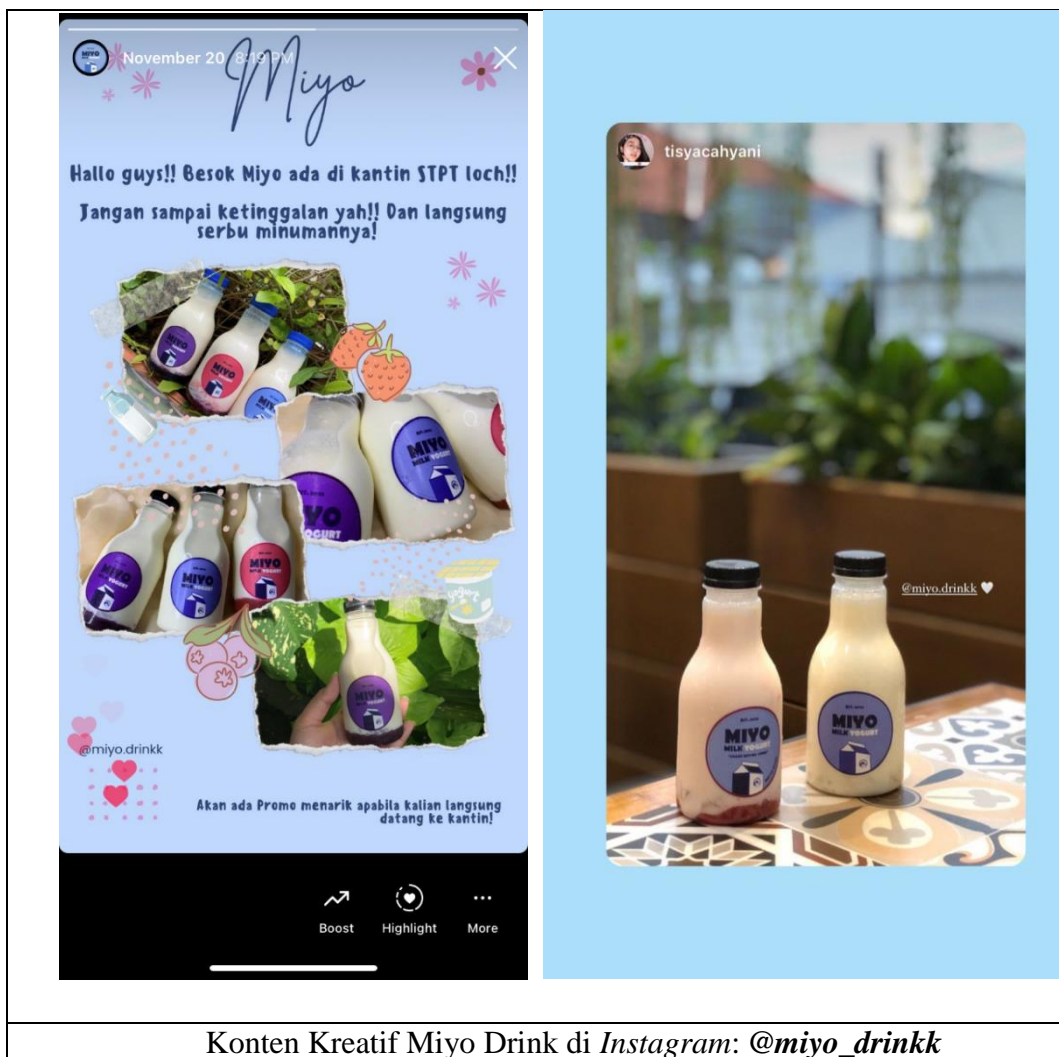
## Lampiran 6. Media Sosial *Miyo Drink*



Media Sosial *Miyo Drink*: *Whatsapp, Email, dan Instagram*












Konten Edukatif Miyo Drink di *Instagram*: @miyo\_drinkk



Konten Kreatif Miyo Drink di *Instagram*: @miyo\_drinkk

### Lampiran 7. Ulasan Pelanggan

<p>"bel miyo trs karna enak bgt diperut, ngelancarin pencernaan" -Vallen.</p>  <p>Review from our customer</p>	<p>"harganya murah tapi rasanya mahal bgt!!!" -Mei.</p>  <p>Review from our customer</p>	<p>"udah 3 hari susah bab, habis minum miyo pencernaan jadi lancar" -Ayu</p>  <p>Review from our customer</p>
<p>Terima Kasih TELAH MEMBELI</p>  <p>Review From our customer</p>	<p>Terima Kasih TELAH MEMBELI</p>  <p>Review From our customer</p>	<p>Review Milk Yogurt</p>  <p>@miyo.drinkk</p>
 <p>Makan pop mie barang @miyo.drinkk yang bikin nagih 🤤🤤</p>	 <p>Mencari minuman terkini yang rasanya enak? Semuanya ada di @miyo.drinkk</p>	 <p>Nonton ditemenin minuman dari @miyo.drinkk Jujur ini enak dan nyegerin banget Perpaduan rasanya klop banget Pokoknya kalian wajib cobain ⭐10/10</p>

Ulasan Pelanggan Miyo Drink yang di Unggah ke Media Sosial Miyo

### Lampiran 8. Surat Kerja Sama Mitra



Mitra Miyo yang berlokasi di Jl. Gaga Setu No. 14, Gaga, Larangan, Tangerang



Mitra Miyo yang berlokasi di Jl. Dasa II No.8 RT08/RW01, Gandaria Utara, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan.



Mitra Miyo yang berlokasi di Jl. Dasa Raya No.23 RT08/RW01, Gandaria Utara, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan.



## Lampiran 9. Surat Nomor Induk Berusaha (NIB)



### PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

#### PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO NOMOR INDUK BERUSAHA: 3001230046036

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

- |  |   |
|--|---|
| 1. Nama Pelaku Usaha                                     | : AZAHRA KINANTI PUTRI  |
| 2. Alamat  | : JL. DASA III, Desa/Kelurahan Gandaria Utara, Kec. Kebayoran Baru, Kota Adm. Jakarta Selatan, Provinsi DKI Jakarta |
| 3. Nomor Telepon Seluler                                 | : +6285770144182  |
| Email  | : -   |
| 4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) | : Lihat Lampiran  |
| 5. Skala Usaha   | : Usaha Mikro   |

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai Angka Pengenal Impor (API-P), hak akses kepabeanaan, serta pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan.

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

NIB ini merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai sertifikasi jaminan produk halal berdasarkan pernyataan mandiri pelaku usaha dan setelah memperoleh pembinaan dan/atau pendampingan Proses Produk Halal (PPH) dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 30 Januari 2023

Menteri Investasi/  
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 30 Januari 2023

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSR-BSSN.
4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.





**PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA**  
**PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO**  
**LAMPIRAN**  
**NOMOR INDUK BERUSAHA: 3001230046036**

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk:

No.	Kode KBLI	Judul KBLI	Lokasi Usaha	Tingkat Risiko	Perizinan Berusaha		
					Jenis	Status	Keterangan
1	11040	Industri Minuman Ringan	Jalan Dasa III RT 09 RW 01, Desa/Kelurahan Gandaria Utara, Kec. Kebayoran Baru, Kota Adm. Jakarta Selatan, Provinsi DKI Jakarta Kode Pos: 12140	Rendah	NIB	Terbit	-


1. Dengan ketentuan bahwa NIB tersebut hanya berlaku untuk Kode dan Judul KBLI yang tercantum dalam lampiran ini.
2. Pelaku Usaha wajib memenuhi persyaratan dan/atau kewajiban sesuai Norma, Standar, Prosedur, dan Kriteria (NSPK) Kementerian/Lembaga (K/L).
3. Pengawasan pemenuhan persyaratan dan/atau kewajiban Pelaku Usaha dilakukan oleh Kementerian/Lembaga/Pemerintah Daerah terkait.
4. Lampiran ini merupakan bagian tidak terpisahkan dari dokumen NIB tersebut.

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSR-BSSN.
4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.



## Lampiran 10. Bukti Pendaftaran UMKM Dinas Koperasi (Dalam Proses)

11:59



**Dinas PPKUKM**  
Perindustrian Perdagangan Koperasi  
Usaha Kecil dan Menengah

**Semua isian dibawah ini diperlukan.**

Identitas Pemohon

Nama Lengkap

Azahra Kinanti Putri

Kategori Permohonan

Perorangan

Alamat

Jln Dasa II no.15 Rt.009 Rw.01,

Email

azahrakinanti1501@gmail.com

No. Telepon


085770144182

Pekerjaan

11:14

ukm.jakarta.go.id

Download Kontak Permohonan Publik



**Dinas PPKUKM**  
Perindustrian Perdagangan Koperasi  
Usaha Kecil dan Menengah

PERMOHONAN PUBLIK

**Formulir Permohonan Publik**

Beranda > Formulir Permohonan Publik

Terima kasih. Isian formulir permintaan publik Anda telah kami simpan.

**Semua isian dibawah ini diperlukan.**

Identitas Pemohon

### Lampiran 11. Daftar Pertanyaan Kuesioner

Link Gform: <https://forms.gle/wk476NWHGWH6sP6N8>

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban										
1.	Usia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, Lainnya.</li> </ul>										
2.	Jenis Kelamin	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pria</li> <li>• Wanita</li> </ul>										
3.	Profesi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mahasiswa/I, Guru, Ibu Rumah Tangga, Mekanik, Pedagang, Pelajar/Siswa, Penjahit, Supir, Wiraswasta.</li> </ul>										
4.	Dimana Lokasi Anda membeli Miyo Drink?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• STP Trisakti</li> <li>• Daerah Jakarta Selatan</li> <li>• Daerah Tangerang</li> </ul>										
5.	Apakah anda menyukai yogurt?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ya</li> <li>• Tidak</li> <li>• Belum Pernah Mencoba</li> </ul>										
6.	Apakah anda pernah membeli minuman yogurt dalam kemasan?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pernah</li> <li>• Belum Pernah</li> </ul>										
7.	Seberapa sering anda membeli minuman yogurt?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sering</li> <li>• Kadang-Kadang</li> <li>• Jarang</li> <li>• Tidak Pernah</li> </ul>										
8.	Apakah anda pernah mengunjungi Instagram @Miyo.Drinkk?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pernah</li> <li>• Belum Pernah</li> </ul>										
9.	Apakah Miyo Drink dijual dengan harga terjangkau?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sangat Setuju</li> <li>• Setuju</li> <li>• Ragu-Ragu</li> <li>• Tidak Setuju</li> <li>• Sangat Tidak Setuju</li> </ul>										
10.	Miyo Original Yogurt	<table border="1"> <tr> <td>• Rasa</td> <td>• Sangat Suka</td> </tr> <tr> <td>• Tekstur</td> <td>• Suka</td> </tr> <tr> <td>• Penampilan</td> <td>• Kurang Suka</td> </tr> <tr> <td></td> <td>• Tidak Suka</td> </tr> <tr> <td></td> <td>• Sangat Tidak Suka</td> </tr> </table>	• Rasa	• Sangat Suka	• Tekstur	• Suka	• Penampilan	• Kurang Suka		• Tidak Suka		• Sangat Tidak Suka
• Rasa	• Sangat Suka											
• Tekstur	• Suka											
• Penampilan	• Kurang Suka											
	• Tidak Suka											
	• Sangat Tidak Suka											
11.	Miyo Strawberry Yogurt											
12.	Miyo Blueberry Yogurt											
13.	Miyo Mango Yogurt											
14.	Kritik dan Saran	(Bila Ada)										