

**LAPORAN KEGIATAN PROYEK AKHIR
BERBASIS WORKSHOP KEWIRAUSAHAAN**

“PASTA’LAH”



Disusun Oleh :

Regina Darma Tanjung (2041010079)

Maximiliana Wijaya (2041010080)

Zhafira Annisa Cintawijaya (2041010081)

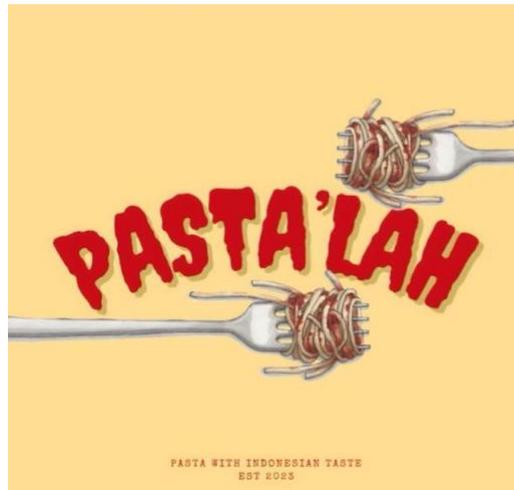
INSTITUT PARIWISATA TRISAKTI

JAKARTA

2024

**LAPORAN KEGIATAN PROYEK AKHIR
BERBASIS WORKSHOP KEWIRAUSAHAAN**

“PASTA’LAH ”



Disusun Oleh :

Regina Darma Tanjung (2041010079)

Maximiliana Wijaya (2041010080)

Zhafira Annisa Cintawijaya (2041010081)

**INSTITUT PARIWISATA TRISAKTI
JAKARTA
2024**

Lampiran 15 Surat Tugas Bimbingan



YAYASAN TRISAKTI

INSTITUT PARIWISATA TRISAKTI

 Jl. RDPN, Tanah Kusir, Jakarta 12330
 Telp. (021) 737 7738-41, Fax. (021) 7388 7783, 7369 2286, E-mail: info@trisakti.ac.id, Website: iptrisakti.ac.id

SURAT TUGAS PEMBIMBING PROYEK AKHIR MAHASISWA INSTITUT PARIWISATA TRISAKTI TAHUN AKADEMIK 2023/2024 - GASAL

Nomor: 039/STPT/ST-HTL/ST/IKAD/IK/2023

Merujuk Surat Keputusan Rektor Institut Pariwisata Trisakti nomor 09/STPT/SKK/Akad/PA.KTA/X/2021 tanggal 15 Oktober 2021 tentang DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI PROYEK AKHIR MAHASISWA INSTITUT PARIWISATA TRISAKTI 2023/2024 - GASAL, Wakil Rektor Bidang Akademik Institut Pariwisata Trisakti dengan ini menugaskan kepada:

Nama : FIFI NOFIYANTI, M.Pd
 NIP / NIDN : 012102190176 / 0317118903
 Jabatan Fungsional Akademik : LEKTOR
 Pangkat / Golongan : III/b - PENATA MUDA TK. I

Untuk membimbing proyek akhir kelompok 12A:

NIM	NAMA LENGKAP	PROGRAM STUDI	PERAN
2041010079	REGINA DARMA TANJUNG	ST / PENGELOLAAN PERHOTELAN	KETUA
2041010080	MAXIMILIANA WIJAYA	ST / PENGELOLAAN PERHOTELAN	ANGGOTA
2041010081	ZHAFIRA ANNISA CINTAWIJAYA	ST / PENGELOLAAN PERHOTELAN	ANGGOTA

Judul : INOVASI PASTA ITALIA DENGAN CITA RASA INDONESIA

- Proyek Akhir harus sudah diserahkan ke Bagian Administrasi Akademik paling lambat tanggal 29 Februari 2024.
- Tugas membimbing/pendampingan terhadap mahasiswa bimbingan adalah sampai dengan mahasiswa melaksanakan perbaikan setelah proses pengujian/sidang.
- Dosen pembimbing wajib hadir saat persidangan.

 Jakarta, 29 September 2023
 Wakil Rektor Bidang Akademik

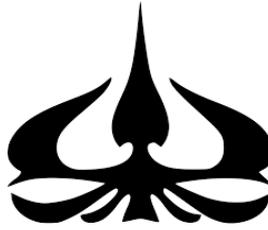
 (FETTY ASMAWIATI) (Jawab)
 NIP: 010109890047

- Tembusan kepada:
- Mahasiswa yang bersangkutan
 - Bagian Administrasi Akademik
 - Bagian Administrasi Keuangan

Lampiran 16 Kartu Bimbingan

KARTU KONSULTASI UNTUK PENYUSUNAN PROYEK AKHIR				
Nama / NIM	:	REGINA DARMA TANJUNG / 2041010079		
	:	MAXIMILIANA WIJAYA / 2041010080		
	:	ZHAFIRA ANNISA CINTAWIJAYA / 2041010081		
Departemen	:	<input checked="" type="checkbox"/> Pengelolaan Perhotelan <input type="checkbox"/> Usaha Perjalanan Wisata		
Judul PA	:			
Nama Pembimbing:	FIFI NOFIYANTI			
No.	Tanggal Konsultasi	Materi	Catatan Pembimbing	Tanda Tangan Pembimbing
1	2 Oktober 23	Diskus menu, factoring, nama brand	Pengertian menu dan Variasi	
2	6 Oktober 23	Test menu pertama, yaitu pendang, tongkol dan ayam	Resep rasa dan tampilan	
3	16 Oktober 23	Test menu kedua, yaitu cemilak milih dan macaroni cheese bomb.	ACC	
4	18 Oktober 23	Pemilihan menu dan kemasan, diskusi metode pemasaran (membuka booth di Karim IP Trisakti)	Revisi dapat dibuat	
5	30 Oktober 23	Diskusi progres laporan akhir dan revisi di Karim IP Trisakti	Revisi detail laporan	
6	6 November 2023	Konsultasi video pemuliharaan produk dan laporan akhir	Video dibuat interaktif	
7	28 November 2023	Diskus revisi di EXPO (TTE 2023)	Expo bagus dan perjalanan meningkat	

KARTU KONSULTASI UNTUK PENYUSUNAN PROYEK AKHIR				
Nama / NIM	:	REGINA DARMA TANJUNG / 2041010079		
	:	MAXIMILIANA WIJAYA / 2041010080		
	:	ZHAFIRA ANNISA CINTAWIJAYA / 2041010081		
Departemen	:	<input checked="" type="checkbox"/> Pengelolaan Perhotelan <input type="checkbox"/> Usaha Perjalanan Wisata		
Judul PA	:			
Nama Pembimbing:	FIFI NOFIYANTI			
No.	Tanggal Konsultasi	Materi	Catatan Pembimbing	Tanda Tangan Pembimbing
8	08 Desember 2023	Bimbingan laporan proyek akhir bab 11 (bagian rekomendasi)	Laporan keanggen diteliti hasil perijalan	
9	11 Desember 2023	Revisi laporan mengenai uji coba produk akhir (bab 2)	Laporan uji coba produk akhir	
10	14 Desember 2023	Revisi bab 11 dengan tabel risiko, menambahkan SWOT	Tulislah SWOT	
11	20 Desember 2023	Pendaftaran NID baru melalui OSS	Pendaftaran NID	
12	22 Desember 2023	Mendaftar di pasar di UMKR Binaan	Pendaftaran UMKR Binaan	
13	4 Januari 2024	Membuat video proses pembuatan revisi dan mendata HKI	Pendaftaran HKI	
14	5 Januari 2024	Laporan akhir di cek kembali dan ACC sidang	ACC Sidang	



**INSTITUT PARIWISATA TRISAKTI
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG PROYEK AKHIR**

JUDUL PROYEK AKHIR : Pengembangan Usaha *Pasta'lah*
DEPARTEMEN : Perhotelan

NAMA KETUA : Regina Darma Tanjung
NIM : 2041010079
KELAS : B
NAMA ANGGOTA I : Maximiliana Wijaya
NIM : 2041010080
KELAS : B
NAMA ANGGOTA II : Zhafira Annisa Cintawijaya
NIM : 2041010081
KELAS : B

NAMA DOSEN PEMBIMBING : Fifi Nofiyanti, M. Pd., M.Par.

Jakarta, 28 Desember 2023

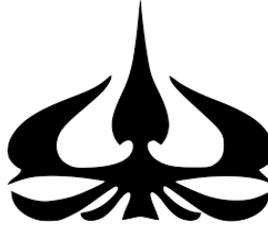
Mengetahui,

Pembimbing Materi/Teknis

Fifi Nofiyanti, M. Pd., M.Par.

Kepala Departemen
Pengelolaan Perhotelan

Robiatul Adawiyah, M.Par.



**INSTITUT PARIWISATA TRISAKTI
BERITA ACARA SIDANG PROYEK AKHIR**

Pada hari tanggal ... tahun bertempat di ruang ... telah diselenggarakan sidang proyek akhir untuk :

Judul Proyek Akhir : Pengembangan Usaha *Pasta'lah*
Departemen : Perhotelan
Nama Ketua : Regina Darma Tanjung
NIM : 2041010079
Kelas : B
Nama Anggota I : Maximiliana Wijaya
NIM : 2041010080
Kelas : B
Nama Anggota II : Zhafira Annisa Cintawijaya
NIM : 2041010081
Kelas : B
Tim Penguji :
Ketua Penguji :
Anggota Penguji I :
Anggota Penguji II :

Keputusan Tim Penguji adalah :

Nilai/Hasil Ujian : Dengan Predikat :

Demikian berita acara ini dibuat dengan sesungguhnya sesuai dengan jalannya sidang proyek akhir tersebut.

	Tim Penguji,	
Ketua Penguji	Anggota Penguji I	Anggota Penguji II
(.....)	(.....)	(.....)
	Mengetahui,	
	Ketua Panitia Sidang Proyek Akhir	

Yuli Astuti, SE., MM

BIODATA KELOMPOK

NAMA KETUA : Regina Darma Tanjung

NIM : 2041010079

KELAS : B

NAMA ANGGOTA I : Maximiliana Wijaya

NIM : 2041010080

KELAS : B

NAMA ANGGOTA II : Zhafira Annisa Cintawijaya

NIM : 2041010081

KELAS : B

NAMA DOSEN PEMBIMBING : Fifi Nofiyanti, M. Pd., M.Par.

HALAMAN MOTTO

“ The money you make is a symbol of the value you create.”

- Pasta'lah

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya sehingga tim *Pasta'lah* dapat menyelesaikan proyek akhir kami yaitu penjualan produk *Pasta'lah* yang disusun dalam rangka memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Pariwisata pada Program Studi Sarjana Terapan Perhotelan di Institut Pariwisata Trisakti Jakarta pada tahun 2023/2024.

Kami menyadari bahwa dalam proses penulisan proyek akhir ini terdapat berbagai hambatan dan kesulitan dalam menyelesaikannya, sangatlah tidak mudah bagi tim *Pasta'lah* untuk menyelesaikannya namun dengan adanya bimbingan, doa, serta bantuan dari berbagai pihak, tim *Pasta'lah* dapat menyelesaikan proyek akhir ini hingga selesai. Dengan hati yang tulus, Tim *Pasta'lah* ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Fetty Asmaniati, SE., MM., Rektor Institut Pariwisata Trisakti.
2. Djoni Wibowo, SE., MM., Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Kemahasiswaan Institut Pariwisata Trisakti.
3. Dr. Nurbaeti, M.M., Wakil Rektor II Bidang SDM dan Keuangan Institut Pariwisata Trisakti.
4. Ismeth Emier Otsman, M.M., Wakil Rektor III Bidang Pemasaran dan Alumni Institut Pariwisata Trisakti.
5. Robiatul Adawiyah, SST.Par., M.Par., Kepala Departemen Pengelolaan Perhotelan Institut Pariwisata Trisakti.
6. Dra. Wijayanti Dewi Prabandari, MM., Dosen Pembimbing Akademik Perhotelan B 2020.
7. Fifi Nofiyanti, M.Pd., M.Par., Dosen Pembimbing Proyek Akhir.
8. Kepala Laboratorium Departemen Usaha Perjalanan Wisata dan Departemen Pengelolaan Perhotelan.
9. Tim Sekretariat Vokasi Institut Pariwisata Trisakti.
10. Bapak Arief Darma Tanjung dan Ibu Lina Hidayat selaku orang tua dari Regina Darma Tanjung.
11. Bapak Surya Wijaya dan Ibu Rohani selaku orang tua dari Maximiliana Wijaya.

12. Bapak Rudi Ganda Wijaya dan Ibu Amalia Dwi Hasnuri selaku orang tua dari Zhafira Anissa Cintawijaya.
13. Semua saudara dan teman yang selalu mendukung penulis dan memberikan semangat.
14. Serta seluruh pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung membantu kami dalam menyelesaikan *Workshop* dan Proyek Akhir ini.

Kami menyadari bahwa dalam menyusun proyek akhir ini masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu kami menerima kritik dan saran yang membangun dari pembaca untuk hasil yang baik. Akhir kata, kami berharap semoga Tuhan YME memberkati dan membalas kebaikan semua pihak atas bantuan dan partisipasinya sehingga Proyek Akhir ini dapat bermanfaat untuk kedepannya, baik dalam bidang Perhotelan/ Usaha Perjalanan Wisata maupun masyarakat semuanya.

Jakarta, 28 Desember 2023

Pasta'lah

RINGKASAN LAPORAN

Latar Belakang : *Pasta'lah* berinovasi menggabungkan pasta khas Italia dengan cita rasa nusantara yang menghasilkan 3 menu yang terdiri dari Spageti Sambal Matah, Spageti Rendang, dan *Macaroni Brulee Bomb* dengan Sambal Matah. Hidangan berbahan dasar pasta umumnya dijual di restoran menengah ke atas dengan kisaran harga tinggi dibandingkan dengan makanan kaki lima. Membuat pasta dikenal sebagai makanan mewah yang hanya dapat dikonsumsi oleh sebagian kalangan saja. Karena dari segi harga yang dapat dikategorikan tinggi dan penggunaan bumbu/saus barat berbahan dasar krim dan keju.

Pasta'lah menyadari bahwa kurangnya akses akan pasta dengan harga yang terjangkau serta cita rasa untuk pasta itu sendiri yang cocok dengan lidah masyarakat Indonesia. Gurih, pedas, dan kaya akan rempah-rempah adalah ciri khas makanan Indonesia. Oleh karena itu, *Pasta'lah* menghadirkan pasta dengan harga ekonomis yang mudah dijangkau dengan cita rasa khas nusantara yang cocok dengan mayoritas masyarakat Indonesia.

Selain dapat memperluas pasar kuliner pasta, *Pasta'lah* sekaligus melestarikan dan memperkenalkan budaya khas Indonesia agar dapat terus diturunkan ke generasi berikutnya. Di mana makanan Indonesia sudah populer di mancanegara akan keunikannya dan dengan adanya *Pasta'lah* maka masyarakat turut andil melestarikannya.

Tujuan : Menjadi pelopor *fusion food* pasta *mix* cita rasa Indonesia dengan menghadirkan inovasi makanan yang ekonomis, enak, dan tentunya unik kepada masyarakat Indonesia. Ikut melestarikan budaya khas Indonesia, yaitu tidak melupakan warisan budaya (masakan khas nusantara) namun memperluasnya sehingga semakin dikenal. Mematahkan stigma bahwa pasta adalah hidangan yang tidak dapat dikonsumsi oleh semua kalangan menjadi pasta merupakan hidangan yang cocok untuk dikonsumsi oleh siapa saja dan kapan saja.

Metode Usaha : Metode usaha yang *Pasta'lah* gunakan ada 2, yaitu sistem order *online* melalui sosial media *Instagram/Whatsapp* dan pembelian *offline* di outlet utama *Pasta'lah*, yaitu di kantin IP Trisakti. Sehingga pelanggan

yang di dekat dengan IP Trisakti maupun pelanggan yang berlokasi jauh dari *outlet Pasta'lah* dapat merasakan nikmatnya pasta dicampur dengan cita rasa Indonesia.

Laporan Keuangan : Penjualan produk *Pasta'lah* menghasilkan keuntungan yang dapat dibilang menjanjikan, dengan harga produk di Rp20.000/porsi. Total produksi perbulannya stabil bahkan meningkat di angka 402 porsi terdiri dari 121 porsi Spageti Sambal Matah, 62 porsi Spageti Rendang, dan 219 porsi *Macaroni Brulee Bomb* di bulan pertama dengan laba bersih sebesar Rp4.070.684,74 dan terus meningkat di bulan berikutnya. Dengan modal Investasi sebesar Rp12.553.496. *Pasta'lah* menghasilkan NPV sebesar Rp210.214.924 dengan *Payback Period* dari usaha *Pasta'lah* adalah 0 tahun 3 bulan 17 hari, *Discounted Payback Period* dari usaha *Pasta'lah* adalah 0 tahun 3 bulan 22 hari. Sehingga dapat disimpulkan produk *Pasta'lah* memiliki kelayakan usaha yang tergolong tinggi.

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
BERITA ACARA SIDANG	iv
BIODATA KELOMPOK	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
RINGKASAN LAPORAN	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan	4
1.4. Luaran	4
1.5. Manfaat	4
BAB II METODE PENELITIAN RESEARCH AND DEVELOPMENT.....	5
2.1 Penelitian dan Pengumpulan Data	5
2.2 Perencanaan	6
2.3. Pengembangan Produk Awal	6
2.4. Uji Coba Produk Awal.....	7
2.5. Penyempurnaan Produk Awal.....	7
2.6. Uji Coba Lapangan	7
2.7. Penyempurnaan Produk Hasil Uji Coba Lapangan.....	8
2.8. Uji coba Produk Akhir	11
2.9. Revisi / Penyempurnaan Produk Akhir.....	11
2.10. Diseminasi atau Implementasi.....	12
BAB III MEMBENTUK TIM USAHA.....	13
BAB IV RINGKASAN EKSEKUTIF.....	16
4.1 Profil Bisnis.....	16

4.2	Masalah dan Solusi	18
4.3	Jenis Paket Menu	19
4.4	Nilai Penjualan Perbulan.....	20
4.5	Segmentasi Pasar.....	21
4.6	Kompetitor	22
4.7	Manajemen.....	24
4.8	Keuangan	25
4.9	Pencapaian	25
BAB V NOBLE PURPOSE.....		27
BAB VI DISKRIPSI USAHA		29
BAB VII DESAIN PRODUK.....		31
BAB VIII VALIDASI DESAIN		34
BAB IX UJICOBA PRODUK.....		36
BAB X PENGUJIAN PRODUK AKHIR DAN PRODUK MASAL		38
10.1	Rasa.....	39
10.2	Tekstur	40
10.3	Penampilan Keseluruhan.....	41
10.4	Aroma.....	43
10.5	Tingkat Rasa	44
10.6	Tingkat Tekstur	45
10.7	Tingkat Aroma	47
10.8	Tingkat Kepedasan.....	48
10.9	Tingkat Penampilan Keseluruhan	49
BAB XI SEGMENTASI PASAR.....		51
BAB XII ANALISIS PESAING.....		55
BAB XIII PROMOSI.....		59
BAB XIV OPERASIONAL USAHA.....		61
14.1	Pembelanjaan Investasi Barang Modal	61
14.2	Perhitungan Biaya Setiap Tahun	62
14.2.1	Biaya Operasional	62
14.2.2	Biaya Non Operasional	67
14.3	Estimasi Penjualan dan Pendapatan	68
14.4	Proyeksi Laporan Laba Rugi	70
14.5	Proyeksi Arus Kas	71

BAB XV EVALUASI PRODUK, PENJUALAN DAN KEPUASAN PELANGGAN	73
15.1 Evaluasi Produk dan Penjualan	73
15.2 Kepuasan pelanggan	75
BAB XVI KESIMPULAN DAN SARAN	79
16.1 Kesimpulan	79
16.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81
DAFTAR LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

Tabel	
Tabel 3.1 Profil Tim Usaha.....	13
Tabel 4. 1 Penjualan Perbulan Pasta'lah.....	21
Tabel 4. 2 Anggaran Keuangan Pasta'lah.....	25
Tabel 6.1 Jadwal Kegiatan Usaha <i>Pasta'lah</i>	31
Tabel 12.1 SWOT	56
Tabel 14.1 Investasi Modal Awal (Alat).....	61
Tabel 14.2 Spageti Sambal Matah	62
Tabel 14.3 Ayam Sambal Matah.....	62
Tabel 14.4 Sambal Matah	63
Tabel 14.5 <i>Garnish</i> Sambal Matah	63
Tabel 14.6 <i>Packaging</i> Sambal Matah	63
Tabel 14.7 <i>Food Cost</i> Spageti Sambal Matah.....	63
Tabel 14.8 Spageti Rendang	64
Tabel 14.9 Ayam Rendang.....	64
Tabel 14.10 Rendang	64
Tabel 14.11 <i>Garnish</i> Rendang	64
Tabel 14.12 <i>Packaging</i> Rendang	65
Tabel 14.13 <i>Food Cost</i> Spageti Rendang.....	65
Tabel 14.14 <i>Macaroni</i>	65
Tabel 14.15 <i>Bolognese Sauce</i>	65
Tabel 14.16 <i>Béchamel</i>	66
Tabel 14.17 <i>Coating & Frying</i>	66
Tabel 14.18 Sambal Matah <i>Brulee</i>	66
Tabel 14.19 <i>Packaging Macaroni Brulee Bomb</i>	66
Tabel 14.20 <i>Food Cost Macaroni Brulee Bomb</i>	67
Tabel 14.21 Biaya Non Operasional	67
Tabel 14.22 Estimasi <i>Sales</i> Tahun Ke-1	68
Tabel 14.23 Estimasi <i>Sales</i> Tahun Ke-2	69
Tabel 14.24 Estimasi <i>Sales</i> Tahun Ke-3	69
Tabel 14.25 Estimasi <i>Sales</i> Tahun Ke-4	70

Tabel 14.26 Estimasi <i>Sales</i> Tahun Ke-5	70
Tabel 14.27 Proyeksi Laba Rugi.....	71
Tabel 14.28 Proyeksi Arus Kas <i>Pasta'lah</i>	72
Tabel 15.1 Hasil Evaluasi	73
Tabel 15.2 Perencanaan Usaha 5 Tahun Kedepan	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Hasil Kuisisioner Keseluruhan Rasa Produk	8
Gambar 2.2 Hasil Kuisisioner Harga Jual	9
Gambar 2.3 Hasil Kuisisioner Desain Logo	9
Gambar 2.4 Hasil Kuisisioner Kelayakan Kemasan.....	10
Gambar 2.5 Hasil Kuisisioner Pelayanan	10
Gambar 3.1 Bagan Tim Usaha <i>Pasta 'lah</i>	13
Gambar 4.1 Logo Usaha <i>Pasta 'lah</i>	16
Gambar 4.2 Spageti Sambal Matah.....	19
Gambar 4.3 Spageti Rendang.....	19
Gambar 4.4 <i>Macaroni Brulee Bomb</i>	20
Gambar 4.5 Pastaria	23
Gambar 4.6 Almia Pasta	23
Gambar 4.7 Warung Pasta	24
Gambar 7.1 Desain Stiker <i>Pasta 'lah</i>	33
Gambar 7.2 Produk <i>Pasta 'lah</i>	33
Gambar 8.1 Bimbingan Validasi Desain.....	35
Gambar 9.1 <i>Packaging</i> dan Cutleries.....	37
Gambar 10. 1 Hasil Uji Hedonik Rasa Spageti Rendang.....	39
Gambar 10. 2 Hasil Uji Hedonik Rasa Spageti Sambal Matah.....	39
Gambar 10. 3 Hasil Uji Hedonik Rasa Macaroni Brulee Bomb	39
Gambar 10. 4 Hasil Uji Hedonik Tekstur Spageti Rendang	40
Gambar 10. 5 Hasil Uji Hedonik Tekstur Spageti Sambal Matah	40
Gambar 10. 6 Hasil Uji Hedonik Tekstur Macaroni Brulee Bomb.....	41
Gambar 10. 7 Hasil Uji Hedonik Penampilan Spageti Rendang	41
Gambar 10. 8 Hasil Uji Hedonik Penampilan Spageti Sambal Matah	42
Gambar 10. 9 Hasil Uji Hedonik Penampilan Macaroni Brulee Bomb.....	42
Gambar 10. 10 Hasil Uji Hedonik Aroma Spageti Rendang	43
Gambar 10. 11 Hasil Uji Hedonik Aroma Spageti Sambal Matah	43
Gambar 10. 12 Hasil Uji Hedonik Aroma Macaroni Brulee Bomb.....	43
Gambar 10. 13 Hasil Uji Sensoris Tingkat Rasa Spageti Rendang	44

Gambar 10. 14 Hasil Uji Sensoris Tingkat Rasa Spageti Sambal Matah	44
Gambar 10. 15 Hasil Uji Sensoris Tingkat Rasa Macaroni Brulee Bomb	45
Gambar 10. 16 Hasil Uji Sensoris Tingkat Tekstur Spageti Rendang	45
Gambar 10. 17 Hasil Uji Sensoris Tingkat Tekstur Spageti Sambal Matah	46
Gambar 10. 18 Hasil Uji Sensoris Tingkat Tekstur Macaroni Brulee Bomb	46
Gambar 10. 19 Hasil Uji Sensoris Tingkat Aroma Bumbu Spageti Rendang	47
Gambar 10. 20 Hasil Uji Sensoris Tingkat Aroma Bumbu Spageti Matah	47
Gambar 10. 21 Hasil Uji Sensoris Tingkat Aroma Bumbu Macaroni Brulee Bomb	47
Gambar 10. 22 Hasil Uji Sensoris Tingkat Kepedasan Spageti Rendang	48
Gambar 10. 23 Hasil Uji Sensoris Tingkat Kepedasan Spageti Sambal Matah	48
Gambar 10. 24 Hasil Uji Sensoris Tingkat Kepedasan Macaroni Brulee Bomb ...	48
Gambar 10. 25 Hasil Uji Sensoris Tingkat Penampilan Keseluruhan Spageti Rendang	49
Gambar 10. 26 Hasil Uji Sensoris Tingkat Penampilan Keseluruhan Spageti Matah	49
Gambar 10. 27 Hasil Uji Sensoris Tingkat Penampilan Keseluruhan Macaroni Brulee Bomb	49
Gambar 11. 1 Hasil Kuisisioner Usia Responden	52
Gambar 11. 2 Hasil Kuisisioner Jenis Kelamin Responden	52
Gambar 11. 3 Hasil Kuisisioner Pekerjaan Responden	53
Gambar 11. 4 Hasil Kuisisioner Domisili Responden	53
Gambar 11. 5 Hasil Kuisisioner Penghasilan Per Bulan Responden.....	54
Gambar 11. 6 Hasil Kuisisioner Pendidikan Responden	54
Gambar 15. 1 Proses <i>Output</i> dan <i>Input</i>	73
Gambar 15. 2 Hasil Kuisisioner Kepuasan Pelanggan	76
Gambar 15. 3 Hasil Kuisisioner Informasi Mengenai <i>Pasta 'lah</i>	77
Gambar 15. 4 Hasil Kuisisioner Pembelian Kembali Produk <i>Pasta 'lah</i>	77
Gambar 15. 5 Hasil Kuisisioner Perekomendasi <i>Pasta 'lah</i>	78
Gambar 15. 6 Hasil Kuisisioner Harapan Konsumen	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Penjualan di Luar Area IP Trisakti	82
Lampiran 2 Penjualan Trisakti Tourism Expo	83
Lampiran 3 Penjualan di Area IP Trisakti.....	84
Lampiran 4 Desain Packaging	85
Lampiran 5 Analisis Pesaing.....	86
Lampiran 6 Kuisisioner	89
Lampiran 7 Bukti Pembayaran	90
Lampiran 8 Media Sosial Sebagai Media Pemasaran	91
Lampiran 9 Profitability Index (PI)	92
Lampiran 10 Net Present Value (NPV)	92
Lampiran 11 Payback Period (PP)	93
Lampiran 12 Break Even Point (BEP).....	93
Lampiran 13 Business Model Canvas (BMC)	94
Lampiran 14 Pembelian Bahan Baku	95
Lampiran 15 Surat Tugas Bimbingan	96
Lampiran 16 Kartu Bimbingan	96
Lampiran 17 JakPreneur	97
Lampiran 18 Sertifikat HKI	98
Lampiran 19 NIB (Nomor Induk Berusaha)	99
Lampiran 20 Penerbitan Surat Pernyataan Kesanggupan Pengelolaan Lingkungan Hidup (PHPLH)	99
Lampiran 21 Pernyataan Mandiri.....	106
Lampiran 22 Izin Edar Pangan Olahan	107
Lampiran 23 Data Kegiatan Usaha	107
Lampiran 24 Permohonan Sertifikat Halal	108
Lampiran 25 Link Video Proses Pemasakan Produk Pasta'lah	108

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis makanan adalah salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat, karena selain menghasilkan pendapatan yang tinggi, makanan juga menjadi sumber kebutuhan pokok bagi setiap orang (*Dalam Widjoyo dkk, 2014*). Saat ini pertumbuhan sektor usaha terutama pada bisnis makanan yang semakin maraknya bermunculan saat ini, membuat para pengusaha makanan yang dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang berbeda-beda sehingga diperlukannya keunggulan agar dapat bersaing dengan para pesaingnya dalam bidang kuliner.

Pasta adalah makanan olahan yang digunakan pada masakan Italia, yang biasanya terbuat dari adonan tidak beragi berbahan tepung gandum durum (semolina) yang dicampur dengan air atau telur dan dibentuk menjadi lembaran-lembaran atau bentuk-bentuk yang beragam, yang kemudian dimasak dengan cara direbus atau dipanggang. Jenis pasta di Indonesia yang populer adalah *spaghetti*, *macaroni* dan *lasagna*. Namun, sebenarnya ada banyak lagi jenis pasta lainnya, seperti *vermiseli*, *fetucini*, *fusilli*, *penne*, *ravioli* dan sebagainya.

Pasta dibuat dari tepung terigu semolina yang merupakan hasil gilingan biji gandum durum dicampur telur sehingga sedikit berwarna kuning cerah, dan bila dimasak dengan benar akan menghasilkan tekstur sedikit kenyal. Pasta buatan Amerika sering dibuat dari campuran tepung terigu farina dan semolina, sehingga mempunyai tekstur yang lebih lembut untuk dijadikan hidangan seperti kaserol.

Namun, saat di kalangan masyarakat makanan dari olahan “pasta” umumnya terkesan sebagai makanan mahal. Jarang adanya tempat makanan, warung, dan sejenisnya yang berada di kalangan menengah ke bawah menjual pasta. Selain itu, pasta identik dengan perpaduan krim, keju, jamur kancing, daging asap, salmon, dan lainnya. Sedangkan mayoritas masakan Indonesia

berasal dari rempah-rempahan dengan cita rasa gurih, asin, dan pedas sehingga tidak semua masyarakat dapat menikmati cita rasa pasta itu sendiri.

Tentu saja dapat dilihat dari restoran menengah ke atas dan bahan-bahan yang digunakan, harga pasta perporci dapat dibandrol dengan harga yang tergolong tinggi. Dengan harga yang tinggi dan sulit dijangkau maka penulis berinovasi menghasilkan hidangan pasta khususnya spageti dengan cita rasa Rendang dari Sumatera Barat, Spageti Sambal Matah dari Bali, dan *Macaroni Brulee Bomb* yang dikombinasikan dengan Sambal Matah.

Rendang adalah hidangan berbahan dasar daging sapi yang dihasilkan dari proses memasak suhu rendah dalam waktu lama dengan menggunakan aneka rempah-rempah dan santan. Proses memasaknya memakan waktu berjam-jam (umumnya kurang lebih empat jam) hingga kuah berwarna coklat menyusut menjadi warna hitam pekat dan potongan daging lembut. Rendang yang dimasak dalam waktu yang lebih singkat, berwarna coklat terang keemasan, dan santannya belum mengering disebut kalio. Walau pada umumnya rendang menggunakan daging sapi, untuk meminimalisir biaya dan waktu pemasakan *Pasta'lah* mensubstitusi daging sapi menjadi daging ayam untuk menjadi bahan dasar dari rendang.

Sambal matah adalah sambal tradisional Bali yang dapat ditemukan di seluruh daerah di Provinsi Bali. Matah dalam bahasa Bali bila diterjemahkan ke bahasa Indonesia memiliki arti mentah. Nama sambal ini telah diubah demi diperkenalkan ke luar masyarakat Bali, nama asli sambal ini yakni sambel bawang, namun untuk menghindari persamaan dengan sambal bawang yang dikenal di luar Bali, maka sambal ini diberi nama sambal matah oleh pihak pariwisata. Sambal matah merupakan sambal yang berbahan mentah tanpa digerus (diulek). Bahan-bahan sambal matah, yaitu: bawang merah, cabai merah, garam, sereh, lemon, dan minyak.

Jika mendengar kata *Brulee* maka identik dengan spageti, namun *Pasta'lah* berinovasi menggabungkan *Macaroni* saus *bolognese* dengan *béchamel* dan diberi lapisan tepung panir sehingga ada tekstur *creamy* dari *Brulee*, asam gurih dari saus *bolognese*, kenyal *Macaroni*, dan tekstur krispi dari tepung panir. Tak hanya itu, jika dikombinasikan dengan sambal matah

maka akan menghasilkan pengalaman perpaduan rasa pedas, asin, gurih, segar, dan asam dari *brulee*, *macaroni*, dan sambal matah.

Dari pembahasan di atas, *Pasta'lah* melihat peluang untuk melakukan pengembangan bisnis. Maka dari itu, penulis memutuskan untuk membuat menu baru yang akan menjadi salah satu fokus pembahasan dalam laporan ini dengan nama dagang *Pasta'lah*. *Pasta'lah* bergerak di bisnis makanan dengan sistem penjualan via media sosial dan penjualan *offline*. Penjualan pertama di hari Minggu, 22 Oktober 2023 di Taman Kota BSD dan menetap di kantin Intitut Pariwisata Trisakti yang dimulai pada hari Selasa, 24 Oktober 2023 oleh 3 mahasiswi IP Trisakti.

Nama *Pasta'lah* sendiri jika dibaca maka dapat terdengar seperti kata persuasif, yaitu “Hari ini makan siang apa?” dan dijawab “pasta lah”. Seperti mengajak orang yang bertanya untuk ikut bersama mengkonsumsi pasta. Selain itu, *Pasta'lah* berharap bahwa *brand* ini mudah diingat dan mudah untuk dilafalkan.

Dengan dibangunnya usaha *Pasta'lah* bertujuan agar makanan Indonesia terus dapat dilestarikan dan diperkenalkan ke banyak orang, memutuskan pemikiran banyak orang bahwa pasta adalah makanan mahal yang sulit untuk dijangkau, dan perpaduan antara pasta dengan cita rasa Indonesia bukanlah hal yang tabu namun lezat dan bergizi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah bisnis *Pasta'lah* dapat menjadi peluang usaha?
2. Apakah keunggulan yang dimiliki oleh *Pasta'lah* sehingga dapat bersaing dengan kompetitor lain?
3. Apakah minat masyarakat tinggi akan inovasi pasta dengan cita rasa nusantara?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dapat disimpulkan tujuan pembuatan usaha *Pasta'lah* yaitu :

1. Memperkenalkan peluang usaha baru dibidang kuliner dengan cara mengasimilasikan kedua makanan khas dari negara berbeda.
2. Memperkenalkan *Pasta'lah* sebagai inovasi kuliner *fusion*.
3. Mengetahui tingkat ketertarikan masyarakat akan inovasi pasta dengan cita rasa nusantara.

1.4 Luaran

Adapun luaran yang ditargetkan oleh *Pasta'lah* yaitu:

1. Menghasilkan sebuah inovasi rasa baru pasta Italia dengan varian sambal matah dan rendang.
2. *Pasta'lah* dapat menjadi solusi bagi mereka yang ingin menikmati hidangan pasta namun kurang cocok dengan cita rasa Italia.
3. Mendaftarkan usaha *Pasta'lah* di NIB sebagai identitas pelaku usaha yang diterbitkan oleh pemerintah.
4. Membuat dan mempublikasi rekaman iklan mengenai proses pembuatan produk *Pasta'lah* yang diunggah di *Youtube*.
5. Menjadikan aplikasi sosial media *Instagram* sebagai wadah promosi utama *Pasta'lah*.
6. Sertifikat HKI video proses pembuatan pasta dengan citarasa Indonesia.

1.5 Manfaat

Produk yang *Pasta'lah* hasilkan memiliki manfaat dan kegunaan sebagai berikut :

1. Membangun inovasi dan kreatifitas dalam bidang kuliner khususnya pasta.
2. Memperkenalkan sambal khas daerah-daerah Indonesia.
3. Memberikan kandungan gizi yang lengkap didalam satu porsi hidangan yang nikmat.

BAB II

METODE PENELITIAN

RESEARCH AND DEVELOPMENT

2.1 Penelitian dan Pengumpulan Data

Dalam tahap penelitian dan pengumpulan data, terdapat 2 tahap studi yang dilaksanakan, yaitu studi literatur dan studi lapangan. Dalam studi literatur, *Pasta'lah* merupakan *fusion food* dikarenakan menurut *e-journal.id* masakan *fusion* adalah perpaduan dari berbagai masakan dari beberapa daerah atau lebih luas lagi dari berbagai negara yang mempunyai ciri khasnya tersendiri sehingga menghadirkan menu baru dengan dengan rasa yang berbeda dalam satu masakan.

Pasta'lah menggunakan karbohidrat berupa pasta khas Italia, yaitu spageti dan *macaroni* digabungkan dengan protein bercita rasa Indonesia menghasilkan suatu inovasi hidangan baru dan unik yang cocok dengan lidah masyarakat Indonesia. Karena pada dasarnya, masyarakat Asia menyukai tekstur mie yang kenyal dan relatif mudah dijangkau dengan harga yang ekonomis.

Dalam tahap studi lapangan, *Pasta'lah* melakukan riset harga di beberapa pasar secara langsung seperti pasar *modern* Bintaro, pasar *modern* BSD, pasar tradisional Serpong, pasar tradisional Kelapa Dua, dan *supermarket*. Dari riset pasar yang dilakukan, *Pasta'lah* menjatuhkan pilihan pada pasar tradisional dikarenakan segi harga yang ditawarkan jauh lebih murah dari pasar *modern* dengan kualitas bahan yang sama bagusnya.

Pasta'lah melakukan pengamatan secara langsung dan lisan kepada kerabat terdekat mengenai pendapat mereka terkait inovasi pasta dengan cita rasa nusantara. Setelah melakukan pengamatan, *Pasta'lah* mengumpulkan saran kemudian menjadikannya landasan perencanaan produk awal yang akan diluncurkan.

2.2 Perencanaan

Setelah melakukan penelitian, selanjutnya masuk ke tahap perencanaan produk. Di mana tujuan utama *Pasta'lah*, yaitu mempopulerkan pasta Italia yang masih awam dikonsumsi oleh mayoritas masyarakat Indonesia sebagai karbohidrat pokok dan sekaligus melestarikan hidangan khas nusantara. Dengan target pasar yang cukup besar meliputi segala umur, kalangan, jenis kelamin, dan sebagainya.

Di tahap ini *Pasta'lah* mempunyai gagasan mengenai cita rasa Indonesia apakah yang akan dipakai, yaitu Rendang khas Sumatera dengan protein ayam dan Sambal Matah khas Bali. Rendang merupakan masakan yang berbahan dasar santan, cabai besar, cabai keriting, bawang merah, bawang putih, ketumbar, kemiri, daun salam, daun kunyit, daun jeruk, serih, kapulaga, biji pala, jahe, kunyit, jahe, dan lengkuas. Selanjutnya, Sambal Matah merupakan sambal khas Pulau Dewata Bali yang terdiri dari bawang merah, cabai rawit, serai, daun jeruk yang disiram dengan minyak dan perasan air lemon.

2.3 Pengembangan Produk Awal

Pada tahap ini *Pasta'lah* mengeksekusi menu pasta Rendang ayam dan Sambal matah yang dipadukan dengan emping melinjo dan *garnish* daun bawang lalu melakukan uji coba dengan dosen pembimbing demi mendapatkan kritik dan saran yang nantinya akan *Pasta'lah* jadikan bahan pertimbangan untuk pematapan produk akhir. Hasil yang didapat setelah beberapa kali melakukan uji coba dan bimbingan menghasilkan keputusan bahwa *Pasta'lah* menghasilkan 2 menu, yaitu Spageti Rendang dan Spageti Sambal Matah dengan protein ayam.

Seiring berjalannya waktu *Pasta'lah* berinovasi dengan menambah menu baru berbahan dasar yang sama yaitu pasta namun menggunakan pasta tipe *macaroni* yang dimasak menjadi bola-bola berisikan saus *béchamel* yang selanjutnya dimasak dengan cara di goreng atau di *deep fry* lalu disajikan dengan sambal matah sebagai pelengkap, tentu menu ini sudah di rundingkan dan disetujui oleh dosen pembimbing. Menjadikan varian menu yang

Pasta'lah tawarkan menjadi 3, yaitu Spageti Rendang, Spageti Sambal Matah, dan *Macaroni Brulee Bomb*.

2.4 Uji Coba Produk Awal

Pasta'lah pertama kali melakukan penjualan salah satu menu, yaitu Spageti Rendang Ayam dengan membuka *booth* di Taman Kota daerah BSD, Tangerang Selatan dengan total penjualan sebanyak 22 porsi dengan harga Rp20.000 per porsi dan mendapatkan omset sebesar Rp440.000. Setelah melakukan penjualan pertama, *Pasta'lah* menerima banyak kritik dan saran yang membangun salah satunya dari segi rasa dan tekstur dimana pelanggan menginginkan konsistensi bumbu yang lebih kuat dan lebih bersaus yang selanjutnya dijelaskan pada point selanjutnya.

2.5 Penyempurnaan Produk Awal

Menindaklanjuti kritik dan saran yang *Pasta'lah* terima dari para pembeli maka *Pasta'lah* melakukan penyempurnaan pada menu Spageti Rendang dengan cara melakukan penambahan santan cair dan santan kental 2x lipat pada proses pemasakan rendang agar mencapai konsistensi saus yang lebih basah serta penambahan rempah-rempah yang sebanding dengan santan agar bumbu yang dihasilkan lebih kuat dan beraroma. Untuk menu lainnya seperti Spageti Sambal Matah dan *Macaroni Brulee Bomb* tidak dilakukan penyempurnaan dikarenakan dari segi rasa, tekstur, dan aroma sudah seimbang.

2.6 Uji Coba Lapangan

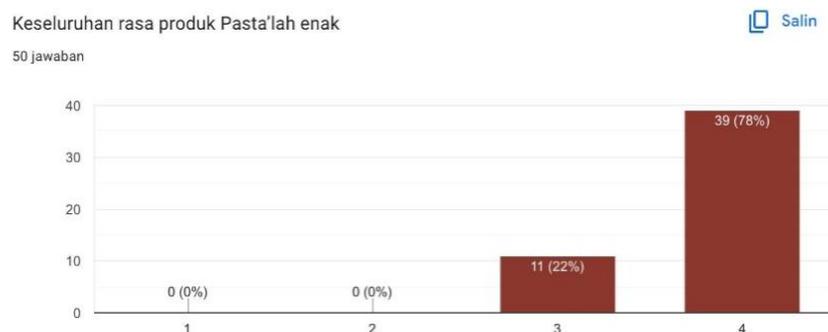
Setelah melakukan riset tempat dan pelanggan, *Pasta'lah* memutuskan untuk menjadikan kantin IP Trisakti sebagai lokasi utama penjualan *Pasta'lah*. Pada Senin, 23 Oktober 2023 *Pasta'lah* melakukan Uji Lab Organoleptik, yaitu Uji Sensoris dan Uji Hedonik yang diadakan IP Trisakti dengan jumlah panelis sebanyak 30 panelis. Dari hasil Uji Sensoris dan Uji Hedonik, terdapat hasil dimana rata-rata konsumen menyukai produk *Pasta'lah* dari segi rasa, tekstur, kepedasan, dan penampilan keseluruhan.

Pada Selasa, 24 Oktober 2023 *Pasta'lah* melakukan penjualan produk pertama kali di kantin IP Trisakti dengan 3 varian Spageti Rendang Ayam, Spageti Ayam Sambal Matah, dan *Macaroni Brulee Bomb* dan mencapai 45 porsi penjualan meliputi 16 porsi *Macaroni Brulee Bomb*, 11 porsi Spageti Rendang Ayam, dan 18 porsi Spageti Ayam Sambal Matah dengan harga jual Rp20,000.

2.7 Penyempurnaan Produk Hasil Uji Coba Lapangan

Pasta'lah membuat dan menyebarkan kuisisioner untuk para konsumen mengenai keseluruhan produk yang berisikan hal mengenai :

a. Tingkat Rasa



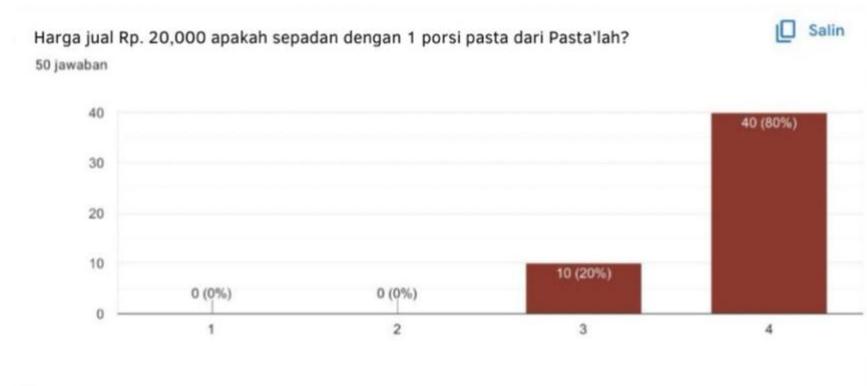
Gambar 2.1 Hasil Kuisisioner Keseluruhan Rasa Produk

Dari pernyataan kuisisioner yang dimaksud ingin diketahui apakah konsumen menyukai tingkat rasa hidangan yang disajikan *Pasta'lah*.

Berdasarkan hasil kuisisioner di atas, menunjukkan bahwa 78% konsumen sangat setuju dengan pernyataan bahwa keseluruhan rasa produk *Pasta'lah* enak, dan sisanya 22% setuju dengan pernyataan tersebut.

b. Harga Jual

Dari pernyataan kuisisioner yang dimaksud ingin diketahui apakah konsumen setuju mengenai harga jual yang ditawarkan *Pasta'lah*.

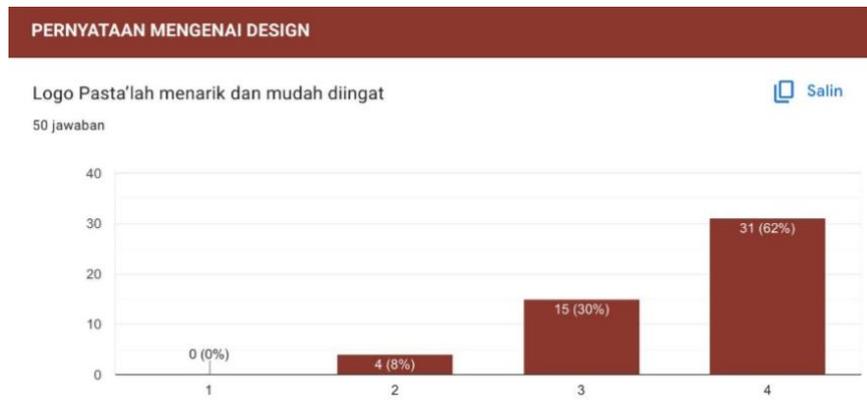


Gambar 2.1 Hasil Kuisisioner Harga Jual

Berdasarkan hasil kuisisioner di atas, 80% konsumen sangat setuju dengan harga jual *Pasta'lah* di harga Rp20.000 dan 20% setuju.

c. Desain Logo

Dari pernyataan kuisisioner di bawah ini, *Pasta'lah* ingin mengetahui pendapat konsumen mengenai desain logo usaha.

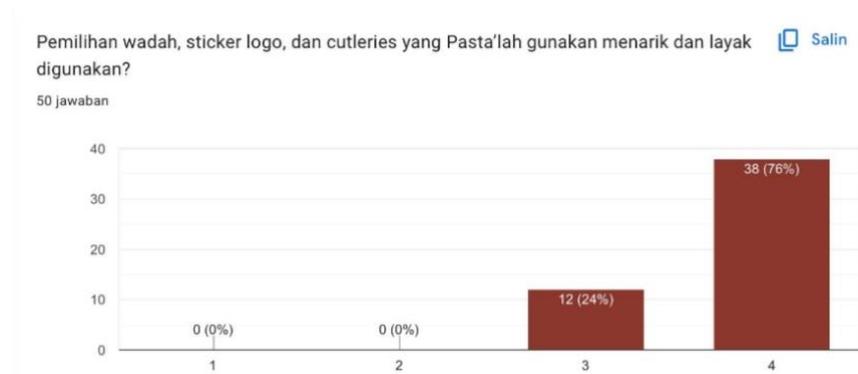


Gambar 2.2 Hasil Kuisisioner Desain Logo

Dan hasil kuisisioner menyatakan 62% konsumen sangat setuju, 30% setuju, dan 8% tidak setuju bahwa logo *Pasta'lah* menarik dan mudah diingat.

d. Kemasan dan Desain Logo

Dari pernyataan kuisioner yang dimaksud ingin diketahui apakah konsumen setuju mengenai keseluruhan *packaging Pasta'lah*, seperti wadah, stiker logo, dan alat makan.



Gambar 2.3 Hasil Kuisioner Kelayakan Kemasan

Berdasarkan hasil kuisioner di atas, 76% konsumen sangat setuju dengan penggunaan kemasan dan alat makan dan 24% setuju.

e. Pelayanan

Dari pernyataan kuisioner yang dimaksud ingin diketahui apakah pendapat konsumen mengenai pelayanan yang diberikan kepada pelanggan *Pasta'lah*, apakah sudah puas dan cepat serta tepat.



Gambar 2. 4 Hasil Kuisioner Pelayanan

Berdasarkan hasil kuisioner di atas, 82% konsumen sangat setuju dan puas dengan kualitas pelayanan dan 18% setuju.

2.8 Uji coba Produk Akhir

Dari hasil kuisioner yang telah disebarakan sebelumnya, hasil yang *Pasta'lah* dapatkan sangat baik sehingga mendorong *Pasta'lah* untuk tetap menjaga cita rasa dan kualitas produk yang ditawarkan demi menjaga kepuasan pelanggan. Disaat pelanggan merasa puas dengan produk yang ditawarkan maka sangat besar kemungkinan pelanggan tersebut akan melakukan pembelian kembali, menjadi pelanggan dalam jangka waktu yang panjang, serta menjadikan produk *Pasta'lah top of mind* konsumen saat menentukan pilihan.

2.9 Revisi / Penyempurnaan Produk Akhir

Setelah dilakukannya Uji Hedonik dan Uji Sensoris serta penyebaran kuisioner, *Pasta'lah* juga meminta pendapat ahli yang merupakan dosen mata kuliah *kitchen* IP Trisakti yaitu *Chef David*. *Pasta'lah* memeberikan sampel dan meminta pendapat akan produk yang *Pasta'lah* buat. Pendapat yang diterima cukup baik yakni menurut beliau rasa, tekstur, dan tingkat kepedasan yang disajikan sudah sesuai. Hanya saja menurutnya Pasta Ssambal Matah terlalu berminyak jika dimakan bersamaan antar pasta dan sambal. Maka dari itu, telah terjadi beberapa perubahan guna penyempurnaan produk *Pasta'lah*.

Diantaranya pemasakan ayam rendang yang awalnya diungkep bersama bumbu rendang menjadi ayam yang telah dimarinasi kemudian di panggang bersama bumbu rendang. Pada menu Spageti Sambal Matah, proses pembuatan pasta yang dimasakan menggunakan minyak yang lebih sedikit. Selain itu, di menu *Macaroni Brulee Bomb Pasta'lah* menerima saran seperti penggunaan saus sambal akan lebih menyempurnakan rasa dari *Brulee bomb* itu sendiri. Dikarenakan tekstur dan cita rasa sambal matah tidak cocok disemua kalangan konsumen dan *Pasta'lah* memberikan opsi lain agar sesuai dengan lidah pelanggan. Dari segi alat makan, spageti umumnya disantap menggunakan garpu oleh karena itu *Pasta'lah* menyediakan *spork*. Namun kebiasaan orang Indonesia dalam menyantap mie menggunakan sumpit. Dengan itu *Pasta'lah* menyediakan 2 pilihan untuk alat makan spageti, yaitu *spork* dan sumpit.

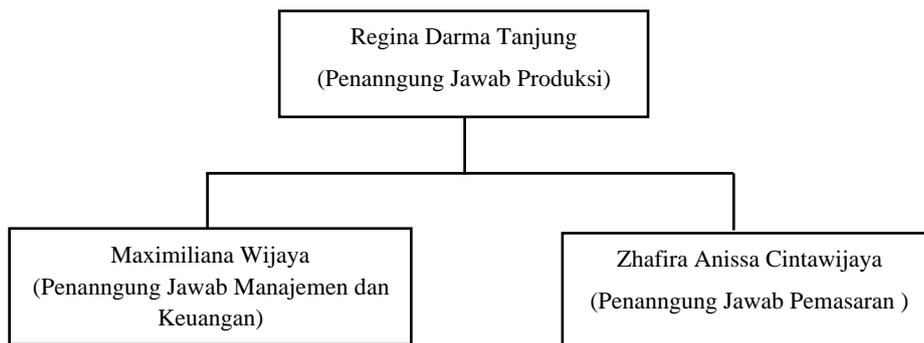
2.10 Diseminasi atau Implementasi

Pada penjualan berikutnya *Pasta'lah* dapat menjual 37 porsi meliputi 15 porsi *Macaroni Brulee Bomb*, 12 porsi Spageti Ayam Sambal Matah, dan 10 porsi Spageti Rendang Ayam yang menghasilkan omset sebesar Rp740.000. Selanjutnya, Pada Jumat, 27 Oktober 2023 dapat menjual sebanyak 20 porsi diluar lingkungan IP Trisakti tepatnya daerah Gading Serpong, Kabupaten Tangerang. Penjualan meliputi 10 *Macaroni Brulee Bomb*, 5 Spageti Rendang Ayam, dan 5 Spageti Sambal Matah dengan total omset Rp400.000.

Pada hari Minggu, 29 Oktober 2023 *Pasta'lah* menerapkan sistem *pre-order* untuk daerah Bogor dan sekitarnya untuk memperluas segmentasi pasar dan *Pasta'lah* mendapatkan respon yang sangat baik terbukti dengan respon pembeli yang ingin memesan produk *Pasta'lah* kembali. Penjualan di hari tersebut meliputi 15 porsi *Macaroni Brulee Bomb*, 8 porsi Spageti Rendang Ayam, dan 7 porsi Spageti Ayam Sambal Matah dengan total omset Rp600.000. Salah satu konsumen membeli produk *Pasta'lah* dalam jumlah besar sebagai menu tambahan pada acara keluarga.

BAB III MEMBENTUK TIM USAHA

Dalam suatu usaha, tentu saja sosok dibelakang layar yang membangun dan mengelola usaha tersebut. Dan ada kalanya di mana diperlukan lebih dari 1 orang untuk membangun usaha. Dengan latar belakang, minat, kemampuan, dan kompetensinya masing-masing berikut ini adalah tim *Pasta'lah* :



Gambar 3. 1 Bagan Tim Usaha *Pasta'lah*

No	Nama	Peran	Tugas
1	Regina Darma Tanjung	Ketua	Penanggung jawab produksi
2	Maximiliana Wijaya	Anggota	Penanggung jawab manajemen dan keuangan
3	Zhafira Annisa Cintawijaya	Anggota	Penanggung jawab pemasaran

Tabel 3. 1 Profil Tim Usaha

Tim *Pasta'lah* yang beranggotakan 3 mahasiswi dari kelas B perhotelan 2020 berasal dari latar belakang, pendidikan, dan minat yang berbeda. Dimulai dari ketua *Pasta'lah* , yaitu Regina Darma Tanjung. Regina merupakan lulusan dari SMA Kesatuan Bogor dengan penjurusan minat di bidang *kitchen*. Regina telah melakukan pelatihan *kitchen* di *Renaissance Uluwatu Resort* selama 6 bulan di bidang *cold kitchen* dan *western food*. Tak hanya pelatihan, Regina juga memiliki pengalaman menjadi *daily worker* di *Ritz Carlton Pacific Place, Golden Boutique Hotel*, dll. Peran utama Regina adalah memastikan produksi *Pasta'lah* sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan, penghitungan stok bahan, dan mempersiapkan bahan dan alat.

Selanjutnya, anggota *Pasta'lah* lainnya adalah Maximiliana Wijaya. Mili merupakan lulusan dari SMA Xaverius Lampung dan peran utama dalam *Pasta'lah* adalah mengatur alur keluar masuk keuangan dan penjualan, mengelola *social media Pasta'lah (Instagram)*, mencatat orderan, membantu proses memasak dan juga *plating*. Saat masa pelatihan selama 6 bulan, Mili mengambil bidang *beverage and food service* di *Renaissance Uluwatu Resort*. Dan di masa senggang kuliah, Mili juga menambah pengalamannya dengan *daily work* di *Roosterfish Beach Club* di bawah naungan *Rennaisance Marriott* selama 4 bulan.

Terakhir, namun tidak kalah penting anggota terakhir *Pasta'lah*, yaitu Zhafira Annisa Cintawijaya atau bisa dipanggil Cinta. Cinta merupakan lulusan SMA Lazuardi GIS tahun 2020. Sebagai penanggung jawab pemasaran tugas utama Cinta di *Pasta'lah*, yaitu menawarkan produk *Pasta'lah* ke sekitar sehingga dikenal, membantu dalam proses memasak tentunya, dan transportasi serta pembelian bahan baku. Tidak seperti Regina dan Mili yang memilih mendapatkan pelatihan di Bali, Cinta lebih memilih Hotel *Langham SCBD* di bidang *housekeeping* selama 6 bulan mulai dari Juli 2022-Januari 2023 dan terus menambah pengalaman dengan *daily work* di *Langham*.

Selain pengalaman di industri, *Pasta'lah* sering mengikuti seminar-seminar yang membangun karakter dan memperluas wawasan dalam segala bidang. Contohnya di hari Rabu, 1 November 2023 *Pasta'lah* mengikuti seminar yang diadakan Institut Trisakti dengan tema “*Chile goes to Campus Trisakti!*”. Dengan narasumber *Chef Didi Kamajaya, Executive Chef Botanica Dining* dan *Jeanne K. Hadi, South America Brand Manager*. Di acara tersebut *Chef Didi* mendemokan tahapan memasak *steak* dan udang beserta kondimennya. Selain itu, *Chef Didi* memberikan pengetahuan mengenai *food pairing* makanan dengan *wine*. Yang selanjutnya di sambung oleh Ms *Jeanne* mengenai *wine* baik *white wine, red wine, dan rose wine*. Meliputi defisini dan *history*, proses dan variasi, dan *wine dengan pairing food* lebih lanjut.

Dapat dilihat dari penjabaran di atas bahwa tim *Pasta'lah* berasal dari latar belakang, pendidikan, minat, dan keterampilan yang berbeda. Tim *Pasta'lah* dapat bersama-sama bekerja sama, mengatur strategi, mengelola bisnis agar *Pasta'lah* dapat berkembang semakin baik. Tentu saja ada perbedaan pendapat

dan cara kerja, namun semuanya dapat diatasi dengan kepala dingin dan saling bertekad kuat untuk kemajuan usaha bersama.

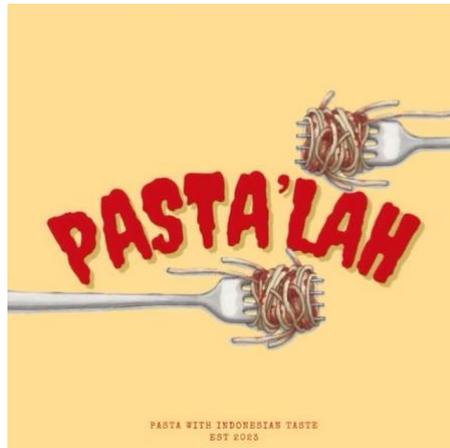
BAB IV RINGKASAN EKSEKUTIF

4.1 Profil Bisnis

Secara singkat berikut ini pengenalan *Pasta'lah* berupa :

a. Nama perusahaan dan lokasi usaha

Nama perusahaan kami yaitu, *Pasta'lah*. Alasannya pemilihan nama *brand Pasta'lah* karena menurut penulis mudah diingat dan nama *Pasta'lah* terdengar persuasif sehingga dapat diartikan seperti mengajak sesama untuk datang dan mengonsumsi pasta kami. Dengan logo sebagai berikut:



Gambar 4.1 Logo Usaha *Pasta'lah*

Lokasi usaha *Pasta'lah* adalah kantin Institut Pariwisata Trisakti dengan alamat Jl. IKPN Bintaro Tanah Kusir No.1, RT.4/RW.10, Bintaro, Kec. Pesanggrahan, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12330.

b. Visi dan Misi perusahaan

Visi adalah tujuan dan gambaran yang perusahaan akan capai di masa yang akan datang, sedangkan Misi adalah pernyataan dan tindakan spesifik yang dilakukan dalam jangka pendek guna mencapai visi perusahaan. Berikut ini adalah visi dan misi perusahaan *Pasta'lah*, yaitu :

Visi :

Menjadi pelopor inovasi pasta Italia dengan berbagai cita rasa khas Indonesia

Ikut andil dalam melestarikan dan mempertahankan kuliner khas Indonesia

Berkomitmen memberikan kepuasan pelanggan dengan menjaga kualitas, harga, dan waktu pengerjaan

Menjadi perusahaan yang berkompeten, professional, dan mampu bersaing

Misi :

Memberikan pelayanan terbaik dari segi waktu, harga, dan kualitas guna mencapai kepuasan pelanggan

Memperkenalkan inovasi fusion pasta dengan cita rasa Indonesia

Menciptakan inovasi menu unik dengan harga terjangkau agar dapat bersaing dengan kompetitor sejenis

c. Deskripsi tentang perusahaan

Pasta'lah merupakan usaha mikro kecil menengah yang dibangun oleh 3 mahasiswi Intitut Pariwisata Trisakti dalam rangka penyelesaian Studi Program Sarjana Terapan Pariwisata D4 Perhotelan. Alasan penulis menggabungkan pasta Italia dengan cita rasa Indonesia yang dijual dengan harga ekonomis karena penulis ingin memperkenalkan bahwa kuliner Indonesia dapat digabungkan dengan pasta khas Italia.

Mungkin bagi sebagian orang, pasta dengan campuran sambal dan rendang terkesan tidak cocok dan tabu. Namun, penulis ingin membuktikan bahwa pada dasarnya kuliner khas Indonesia dapat dinikmati dengan berbagai cara. Selain itu, pasta juga dikenal sebagai makanan dengan harga yang cukup tinggi dan penulis ingin membantah hal tersebut dengan menjual pasta yang dapat terjangkau dengan harga yang ekonomis.

d. Bidang usaha

Bidang usaha *Pasta'lah* adalah usaha kuliner atau bisnis yang bergerak dalam bidang produksi, distribusi, penjualan produk makanan.

e. Jenis produk/jasa

Produk *Pasta'lah* terdiri dari 3 menu, yaitu Spageti Sambal Matah, Spageti Rendang, dan *Macaroni Brulee Bomb*.

f. Alamat sosial media

Beberapa *platform* sosial media yang kami gunakan, yaitu *Instagram* (pasta.lahh) dan nomor telepon (+62895320155699).

4.2 Masalah dan Solusi

Permasalahan pokok yang penulis rasakan adalah disekitar kita banyak orang yang memiliki pemikiran bahwa pasta harus disajikan dengan cita rasa khas Italia juga, seperti *carbonara*, *marinara*, dan lainnya. Selain itu, umumnya pasta dijual di restoran menengah ke atas dengan harga dikisaran Rp50.000 ke atas. Membuat pasta sulit dijangkau oleh segala kalangan.

Oleh karena itu, *Pasta'lah* menciptakan pasta dikombinasikan dengan cita rasa Indonesia dan menggunakan bahan premium namun dijual dengan harga yang terjangkau. Selain itu, kami juga memadukan pasta dengan pilihan sambal dan bumbu yang cocok dengan lidah masyarakat Indonesia seperti sambal matah dan rendang.

Dengan ini, *Pasta'lah* berharap bahwa masyarakat dapat menjangkau hidangan pasta lebih mudah dengan harga terjangkau dan menghilangkan pemikiran bahwa pasta adalah makanan mahal yang sulit dijangkau. Dan dengan harapan lainnya, yaitu cita rasa Indonesia terus dapat dilestarikan dan diperkenalkan terutama ke generasi sekarang ini.

4.3 Jenis Paket Menu

Jenis daftar menu makanan yang *Pasta 'lah* sediakan ada 3, yaitu:

a) Spageti Sambal Matah

Spageti 11, dengan bumbu dasar bawang putih, ayam panggang, dan sambal matah.



Gambar 4.2 Spageti Sambal Matah

b) Spageti rendang

Spageti 11, dengan *base* bumbu rendang, dan rendang ayam.



Gambar 4.3 Spageti Rendang

c) *Macaroni Brulee Bomb*

Macaroni Bolognese, saus *béchamel*, dan *dipping* sambal matah.



Gambar 4. 4 *Macaroni Brulee Bomb*

4.4 Nilai Penjualan Perbulan

Penjualan perbulan atau omset usaha perbulan adalah pendapatan secara keseluruhan dari hasil penjualan produk sebuah perusahaan tanpa adanya pengurangan biaya. Omset bisa disamakan dengan pendapatan kotor, dikarenakan omset belum dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan sebagai biaya modal seperti biaya produksi, gaji pegawai dan juga biaya operasional lainnya.

No	Produk	Basic Data			
		FC/Portion	Selling Price	FC%	
1	Spageti Sambal Matah	Rp 10.305	Rp 20.000	52%	
2	Spageti Rendang	Rp 11.411	Rp 20.000	57%	
3	Makaroni Brulee Bomb	Rp 9.599	Rp 20.000	48%	

EST/WEEK						
QTY	CM/Portion	CM	FC	Sales	Sales (%)	
32	Rp 9.695	Rp 310.240	Rp 329.760	Rp 640.000	28%	
20	Rp 8.589	Rp 171.780	Rp 228.220	Rp 400.000	17%	
64	Rp 10.401	Rp 665.664	Rp 614.336	Rp 1.280.000	55%	
116	Rp 28.685	Rp 1.147.684	Rp 1.172.316	Rp 2.320.000	100%	

EST/MONTH						
QTY	CM/Portion	CM	FC	Sales	Sales (%)	
128	Rp 9.695	Rp 1.240.960	Rp 1.319.040	Rp 2.560.000	28%	
80	Rp 8.589	Rp 687.120	Rp 912.880	Rp 1.600.000	17%	
256	Rp 10.401	Rp 2.662.656	Rp 2.457.344	Rp 5.120.000	55%	
464	Rp 28.685	Rp 4.590.736	Rp 4.689.264	Rp 9.280.000	100%	

Tabel 4. 1 Penjualan Perbulan *Pasta'lah*

Berdasarkan pendapatan *real* usaha *Pasta'lah* di Bulan 1, dapat disimpulkan bahwa pendapatan perbulan *Pasta'lah* dari 3 menu yang ditawarkan di angka Rp9.280.000 dengan penjualan 464 porsi. Menu favorit yang menjadi *best seller* adalah *Macaroni Brulee Bomb* dengan penjualan di 256 porsi, kedua Spageti Sambal Matah di 128 porsi, dan Spageti Rendang di 80 porsi.

4.5 Segmentasi Pasar

Dalam memasarkan produk diperlukan segmentasi pasar agar dapat berkembang dan tertuju kepada konsumen yang memang dituju. Dengan adanya segmentasi pasar maka bisnis dapat berkembang dan menghasilkan keuntungan.

Berikut ini merupakan segmentasi pasar *Pasta'lah* berdasarkan :

a. Segmentasi Demografis

Produk *Pasta'lah* ini menargetkan calon konsumen yang berusia 11-42 tahun baik laki-laki maupun perempuan.

b. Segmentasi Geografis

Pasta'lah menargetkan calon konsumen yang tinggal/ berdomisili di daerah Jakarta dan Tangerang.

c. Segmentasi Psikografis

Produk *Pasta'lah* menyasar calon konsumen yang masih menempuh pendidikan atau sudah bekerja.

Hal ini dikarenakan kedua kelompok tersebut memiliki gaya hidup yang cenderung sama dimana mereka memerlukan konsumsi yang mudah di santap dan dengan harga yang terjangkau ditengah kesibukan sehari-hari. Varian *Macaroni Brulee Bomb* yang penulis jual dibuat untuk orang-orang yang tidak bisa menyantap makanan yang pedas agar tetap dapat menikmati produk *Pasta'lah*.

4.6 Kompetitor

Tentu saja segala bisnis memiliki kompetitor yang bersaing dengan bisnis yang kita bangun. Karena itu, penulis melakukan riset terkait pihak mana saja yang berpotensi menjadi pesaing *Pasta'lah* mulai dari segi harga, menu yang disajikan, dan lokasi penjualan.

Berikut ini adalah penjelasannya :

1. Pastaria

Pastaria *by Legit Group* merupakan restoran pasta pertama menjadi kompetitor dengan slogannya "*Resto Quality Pasta In Your Own Home*". Pastaria dengan nama *Instagram @pastaria.idn* memiliki 48 cabang disekitar Jabodetabek dan cabang terdekat dengan alamat *Gandaria Office Tower 8 Floor 3rd* Jakarta, RT.10/RW.6, Kby. Lama Utara, Kec. Kby. Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12240.



Gambar 4.5 Pastaria

Menu *popular* dan *best seller* di Pastaria adalah *Spageti Tuna Garlic*, *Spageti Bolognese Brulee*, *Spageti Chicken Aglio Olio*, dan *Mac and Cheese*. Range harga pasta yang dijual di Pastaria adalah Rp52.000 – Rp59.000.

2. Almia Pasta

Restoran pasta satu ini merupakan restoran yang menjual beraneka ragam olahan pasta hingga nasi goreng yang beroperasi di ojek *online*, salah satunya di aplikasi gojek (*gofood*). Almia pasta merupakan *super partner* yang direkomendasikan gojek bagi para pembeli di bagian *pizza & pasta* dengan *ratings* 4.8/5. Berlokasi di Jalan Kemajuan V RT 07 RW 04 No. 15 Petukangam Selatan, Jakarta Selatan, DKI Jakarta jika dibandingkan dengan lokasi berjualan *Pasta 'lah* berjarak sekitar 2,7 km.



Gambar 4.6 Almia Pasta

Menu yang disajikan berupa *Spageti Chicken Aglio Olio*, *Spageti Bolognese*, dan *Mozzarella Cheese Stick* dengan kisaran harga Rp 24,000

– Rp 35,000 untuk hidangan pembuka dan Rp 36,000 – Rp 47,000 untuk hidangan beratnya.

3. Warung Pasta

“Menyediakan pasta enak sejak 2006” merupakan slogan yang tertulis di sosial media *Instagram* dengan *username* @warungpasta milik warung pasta. Menu rekomen dan favorit di Warung Pasta adalah *Chucky Flucky* dan *Meat Lover* dikisaran harga Rp35.000 – Rp40.000.



Gambar 4.7 Warung Pasta

Warung pasta menyediakan sensasi tempat nongkrong dengan menu pasta dan juga kopi di 4 daerah, yaitu Kemang, Rawamangun, Depok, dan Bogor. Untuk cabang terdekat dengan *Pasta'lah*, yaitu Jl. Kemang Raya No.81, RT.2/RW.2, Bangka, Kemang, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12730.

4.7 Manajemen

Manajemen dalam suatu usaha dapat diartikan sebagai kegiatan perencanaan dan pengerjaan yang bertujuan untuk mencapai tujuan usaha itu sendiri. Terdapat 3 orang dibalik berdirinya usaha *Pasta'lah*, diantaranya Regina Darma Tanjung, Maximiliana Wijaya, dan Zhafira Annisa Cintawijaya. Di dalam tim *Pasta'lah* terdapat pembagian tugas yang menunjang proses berjalannya usaha, diantaranya manajemen keuangan, *marketing*, produksi, distribusi, dan sumber daya manusia (SDM).

Manajemen keuangan diatur oleh Mili, di mana mengatur jalan masuk dan keluarnya uang dengan harapan keuangan *Pasta'lah* dapat tetap stabil, teratur, dan terealisasikan dengan baik. Selanjutnya *marketing* dan distribusi, kendali akan manajemen ini diketuai oleh Cinta. Di mana memastikan bahwa

pemasaran produk terus berjalan dengan lancar sehingga pelanggan terus berdatangan hingga ke distribusi bahan baku dan distribusi produk agar sampai tepat waktu dan sampai pada sasaran yang tepat. Regina merupakan tokoh utama dalam produksi *Pasta'lah* karena Regina mengatur sebagian besar proses pembuatan produk, menjaga SOP dan kualitas, dan kestabilan rasa.

4.8 Keuangan

Anggaran Biaya usaha *Pasta'lah* yang diperlukan sebagai modal investasi awal, yaitu di Rp12.553.496. Biaya tersebut di estimasikan dari keseluruhan biaya dari peralatan penunjang dan peralatan habis pakai.

REKAPAN ANGGARAN BIAYA					
No	Uraian Biaya	Unit/QTY	Harga	Jumlah	Cakupan(%)
1	Peralatan Penunjang	1	Rp 6.797.496	Rp 6.797.496	54%
2	Peralatan Habis Pakai	1	Rp 5.756.000	Rp 5.756.000	46%
3	Lain-lain	-	-	-	-
TOTAL				Rp12.553.496	100%

Tabel 4.2 Anggaran Keuangan *Pasta'lah*

4.9 Pencapaian

Dalam suatu usaha, pasti terdapat target penjualan yang ingin dicapai. Oleh karena itu, *Pasta'lah* berekspansi dari daerah Jakarta Selatan, Jakarta Pusat, Jakarta Utara, Gading Serpong, hingga 59,5 km ke Bogor. Dengan penjualan tertinggi perhari, yaitu 65 porsi terdiri dari 62 *Macaroni Brulee Bomb* dan 3 porsi Spageti Sambal Matah.

Selain berjualan di kantin IP Trisakti, *Pasta'lah* juga telah menjadi salah satu pilihan variasi makan siang pekerja kantoran. Di mana *Brulee Bomb* menjadi opsi/pilihan menu favorit bagi kalangan pekerja. Penjualan *Pasta'lah* di area perkantoran pertama kali di hari Selasa, 7 November 2023 sebanyak 30 porsi *Macaroni Brulee Bomb*. Pesanan ini dipesan oleh PT. Tritama Mega Persada yang berlokasi di Wisma BNI 46, Jakarta Pusat dengan omset sebesar Rp600.000.

Kedua, penjualan *Macaroni Brulee Bomb* sebanyak 20 porsi di tanggal yang sama namun berbeda PT, yaitu PT. Arjuna Petrogas Indonesia *Treasury Tower*, SCBD, Jakarta Selatan dengan omset sebesar Rp400.000.

Penjualan di area perkantoran yang ketiga memiliki total 15 porsi, meliputi 3 Spageti Sambal Matah, 3 Spageti Rendang, dan 9 *Macaroni Brulee Bomb* dengan omset sebesar Rp300.000. Dengan lokasi perkantoran di FWD *Insurance* Indonesia yang terletak di *Pacific Century Place*, SCBD, Jakarta Selatan.

Pasta'lah mengikuti *Trisakti Tourism Expo 2023* dan menjadi salah satu tenant yang terlaris dengan penjualan 50 porsi *Macaroni Brulee Bomb* dan total omset sebesar Rp1.000.000.

Pasta'lah juga melayani pesanan ke daerah Tebet, Jakarta Selatan tepatnya di KORNAS salah satu pendukung partai. Dengan total pesanan sebesar 20 porsi, yang terdiri dari 5 Spageti Sambal Matah, 5 Spageti Rendang, dan 10 *Macaroni Brulee Bomb*. Total omset dari penjualan ini adalah Rp400.000. Selain daerah sekitar Jakarta, *Pasta'lah* pernah mengadakan penjualan di daerah Bogor dengan sistem *pre-order* dan pengantaran di hari Minggu, 29 Oktober 2023. Dengan total pesanan 15 porsi, meliputi 4 Spageti Sambal Matah dan 11 *Macaroni Brulee Bomb*.

Dan di lingkup kantin IP Trisakti, *Pasta'lah* melakukan penjualan rutin di setiap hari Senin, Selasa, Kamis, dan Jumat di jam 09.00 – 14.00 WIB. *Pasta'lah* memiliki beberapa pelanggan setia yang terus melakukan pembelian kembali.

BAB V

NOBLE PURPOSE

Noble purpose atau lebih mudah disebut dengan cita-cita mulia merupakan tujuan hidup suatu usaha yang tidak hanya menguntungkan bagi usaha itu sendiri, namun meningkatkan kesadaran bahwa pemahaman *noble purpose* juga dapat menguntungkan bagi sekitar lingkungan juga. Cita-cita merupakan impian dan keinginan dalam benak seseorang yang ingin dicapai suatu hari nanti dengan usaha dan kerja keras sebagai tujuan akhir. Namun jika cita-cita tersebut tidak hanya dapat dirasakan oleh diri sendiri melainkan dirasakan juga oleh lingkungan sekitar maka hal tersebut dapat disebut cita-cita mulia.

Cita-cita mulia *Pasta'lah* dalam menjalankan usaha, yaitu memperkenalkan sekaligus melestarikan cita rasa nusantara. Di era globalisasi dan zaman *modern* seperti sekarang, budaya-budaya asing tanpa disaring sangatlah mudah masuk ke Indonesia. Mulai dari gaya berpakaian, musik, maupun makanan. Seperti yang kita tahu, bahwa makanan khas Indonesia berbumbu kuat dan sangat sedap bukan hanya dinilai sebagai makanan yang enak namun memiliki nilai budaya yang tinggi. Dengan masuknya budaya asing dan mudahnya akses mengakibatkan generasi muda teralihkan fokus dengan budaya asing. Jika sebagai warga Indonesia melupakan budaya Negara sendiri dan mengagungkan budaya asing maka lambat laun budaya kita akan memudar. Oleh karena itu, pelestarian makanan nusantara sangatlah penting di era globalisasi ini.

Selain itu, *Pasta'lah* menangkap bahwa pasta atau mie khas Italia ini kurang populer di segala kalangan di Indonesia. Banyak stigma bahwa pasta merupakan makanan mewah yang hanya dapat dikonsumsi di restoran menengah ke atas dengan cita rasa barat seperti *carbonara*, *marinara*, *aglio olio*, dan sebagainya. Dengan itu, *Pasta'lah* berinovasi untuk menggabungkan pasta khususnya spageti dan *Macaroni* dengan cita rasa Indonesia. Selain itu, dengan harga yang ekonomis yaitu Rp20.000. *Pasta'lah* menjual 3 varian menu, yaitu Spageti Sambal Matah, Spageti Rendang, dan *Macaroni Brulee Bomb* Matah yang cocok dengan lidah masyarakat Indonesia. Dengan inovasi yang ekonomis, unik,

dan enak masyarakat dengan mudah menjangkau pasta dan *Pasta'lah* sebagai UMKM melestarikan budaya Indonesia serta mendapat pendapatan/keuntungan.

BAB VI

DISKRIPSI USAHA

Deskripsi bisnis merupakan komponen perencanaan usaha yang bertujuan untuk menjelaskan secara singkat mengenai konsep bisnis dan bidang usaha yang akan dijalankan beserta potensi produk dan kemungkinannya untuk bertahan dan berkembang di masa depan.

Melalui deskripsi bisnis, diharapkan semua pihak yang akan terlibat dalam bisnis akan mengetahui potensi dan arah pengembangan dari bisnis tersebut. Berikut ini deskripsi usaha secara singkat :

a. Profil Usaha

Usaha kuliner *Pasta'lah* merupakan UKM (usaha kecil menengah) yang dijalankan oleh 3 mahasiswa perhotelan Institut Pariwisata Trisakti kelas B angkatan 2020, yaitu Regina Darma Tanajung sebagai ketua, Maximiliana Wijaya sebagai anggota 1, dan Zhafira Annisa Cintawijaya sebagai anggota 2.

Pasta'lah menggunakan salah satunya media sosial untuk melakukan pemasaran produk, diantaranya *Instagram* dengan *username* @pasta.lahh dan nomor telepon/*whatsapp* +62895320155699 yang bisa di kontak untuk melakukan pemesanan atau menanyakan produk *Pasta'lah*.

Gerai utama *Pasta'lah* berlokasi di kantin Institut Pariwisata Trisakti dengan alamat Jl. IKPN Bintaro Tanah Kusir No.1, RT.4/RW.10, Bintaro, Kec. Pesanggrahan, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12330.

Pasta'lah melakukan metode jualan secara *offline* atau langsung di hari Senin, Selasa, Kamis, dan Jumat dibuka jam 09.00 – 14.00 WIB. Selain itu, *Pasta'lah* juga menerima pesanan disekitar maupun diluar area IP Trisakti baik secara langsung maupun *pre-order* dengan minimal jumlah order tertentu sesuai dengan jarak pengantaran.

b. Perkembangan Usaha

Dimulai dari mata kuliah SKB di mana penulis pertama kali meluncurkan ide produk pasta dengan cita rasa nusantara dan peluang pasar dari pasta nusantara ini baik. Setelah melakukan beberapa kali percobaan produk,

Pasta'lah memutuskan untuk mengangkat cita rasa nusantara Sambal Matah, Bali dan Rendang, Padang. Kemudian *Pasta'lah* *rebranding* dari usaha pasta sebelumnya untuk mengubah citra *brand* kembali ketujuan semula agar lebih sukses.

Dengan harga yang ekonomis namun tidak menurunkan kualitas dari produk, *Pasta'lah* kini secara rutin melakukan penjualan. Memperkenalkan cita rasa nusantara digabungkan dengan pasta Italia sekaligus melestarikan budaya Indonesia kepada pelanggan.

c. Jenis Produk

Dengan segala pertimbangan, lahirlah *Pasta'lah* dengan 3 menu, yaitu Spageti Sambal Matah, Spageti Rendang, dan *Macaroni Brulee Bomb*. Harga yang ditawarkan yaitu Rp 20,000 sama rata untuk semua menu yang *Pasta'lah* jual. Dengan harga di atas, *Pasta'lah* menyajikan pasta, ayam panggang, dan tentunya bumbu khas Indonesia, yaitu sambal matah dan rendang dengan porsi yang cukup untuk orang dewasa sekali makan. Untuk menambah tekstur *Pasta'lah* menyediakan emping melinjo yang cocok dipadukan dengan ayam, spageti, dan bumbu nusantara. Selain spageti, ada juga *Macaroni Brulee Bomb* yang terbuat dari *Macaroni Bolognese* dengan isian *bechamel* dan dibaluri dengan tepung panir serta di *deep fried* merupakan inovasi terbaru apalagi dicocol dengan sambal matah. Tekstur kenyal, asam *Bolognese*, asin gurih *bechamel*, dan *crunchy* dipadukan dengan sambal matah yang pedas, gurih dan segar.

Penampilan yang menarik dengan porsi yang pas dan harga yang ramah di kantong maka produk *Pasta'lah* sepadan/*worth it* untuk dicoba.

d. Jadwal Kegiatan

No.	Kegiatan	Oktober				November				Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan	■											
2	Pembuatan Usaha		■	■									
3	Proses Produksi				■	■	■	■	■	■			
4	Monitoring dan Pemasaran					■	■	■	■	■			
5	Pembuatan Laporan Akhir							■	■	■	■		

Tabel 6.1 Jadwal Kegiatan Usaha *Pasta'lah*

BAB VII DESAIN PRODUK

Sebelum mengeluarkan suatu produk tentunya ada proses perencanaan, pengekskusion, hingga revisi sampai desain produk akhir sempurna dan siap disebar luaskan. Dari pembuatan desain produk ada yang harus diperhatikan, yaitu kegunaan dari produk, penampilan produk, dan harga produk.

Produk *Pasta'lah* dikemas menggunakan *paper bowl* berwarna coklat dengan diameter tutup 13 cm, tinggi 6 cm, dan diameter mangkuk 11 cm dengan kapasitas 650 ml atau 22 oz. Kemasan yang digunakan *semi eco craft* karena mangkuk kemasan *Pasta'lah* berbahan dasar karton yang dilaminasi bagian dalam (SPE) sehingga mangkuk kertas ini tahan terhadap panas dan dapat digunakan dalam *microwave*. Selain itu kemasan yang digunakan juga tahan terhadap minyak, air dan berkualifikasi *food grade*. Terdapat lubang kecil di bagian tutup kemasan untuk sirkulasi udara agar makanan yang disajikan tetap terjaga dan menghindari makanan basi sebelum waktunya.

Cutleries atau alat makan yang *Pasta'lah* pakai berbahan dasar plastik PS dengan warna transparan yang memiliki lebar 3,5 cm dan panjang 16 cm. *Pasta'lah* menggunakan perpaduan antara sendok dan garpu yang umumnya disebut *spork* dan dibungkus dengan plastik sehingga diberikan ke tamu dalam keadaan steril. Varian menu yang *Pasta'lah* sediakan berbahan dasar pasta dan *Macaroni* sehingga penggunaan *spork* dirasa lebih efisien dan multifungsi serta meminimalisir pengeluaran.

Desain stiker yang *Pasta'lah* pilih berwarna dasar kuning dan merah yang mendeskripsikan warna dari pasta dan saus *Bolognese* itu sendiri, terdapat gambar garpu pada stiker dikarnakan pasta identik disantap menggunakan garpu dan juga dapat memberikan informasi secara sekilas tentang apa yang *Pasta'lah* jual tanpa harus membaca nama *brand*. Pemilihan gaya huruf pada stiker ialah *Jeepers* dengan aksent *melting* yang menggambarkan saus *béchamel* pada produk *Pasta'lah*. Pada stiker juga dicantumkan informasi terkait *Pasta'lah* seperti alamat media sosial, nomor telepon/*Whatsapp*, dan lokasi. Bentuk stiker *Pasta'lah* ialah

lingkaran yang diameter 4,5cm yang ditempelkan pada bagian tengah tutup kemasan.



Gambar 7. 1 Desain Stiker *Pasta'lah*

Yang terakhir ada proses *plating* dimana tahap ini merupakan proses menata dan mendekorasi makanan untuk menyempurnakan penyajian. *Pasta'lah* memikirkan sedemikian rupa agar penampilan pasta di dalam kemasan *paper bowl* tetap dapat terlihat *appetizing* sehingga pelanggan tidak kecewa saat membuka tutup kemasan produk *Pasta'lah*. Komponen utama menu spaghetti rendang dan sambal matah terdiri dari spaghetti, ayam, *garnish*/sambal, dan emping sehingga untuk tatanan di kemasan dimulai dari spaghetti di dasar, kemudian di tata ayam potong, dan disiram dengan sambal matah/rendang serta pemberian emping melinjo sebagai pemanis.



Gambar 7. 2 Produk *Pasta'lah*

BAB VIII

VALIDASI DESAIN

Dalam desain produk bukan hanya estetika yang dilihat, namun ada faktor lain yang mempengaruhi seperti kegunaan dan juga harga. Jika penggunaan kemasan menarik dan cantik maka pelanggan akan lebih tertarik akan produk yang dijual, namun tidak semua *Packaging* yang dianggap cantik akan nyaman dan aman saat digunakan. Jika kemasan tersebut menarik dan unik serta nyaman, dari sisi penjual harus memikirkan lagi mengenai *budget* dan target pasar karena *Packaging* mempengaruhi harga jual produk. Dengan kemasan yang menarik, aman digunakan, nyaman, dan harga ekonomis maka dapat bersaing dengan kompetitor lainnya.

Pasta'lah membandingkan 2 jenis kemasan untuk produk pasta dan berkonsultasi dengan dosen pembimbing, yang pertama *paper bowl* dengan pilihan warna coklat atau putih dan *rice box* coklat. Kualifikasi *rice box* adalah bermaterial kraft paper 290 gram dengan laminasi dalam, *food grade paper* PE (dapat didaur ulang), *eco friendly*, dan tahan panas/*microwave safe* dengan harga jual Rp505/pcs. Untuk kualifikasi *paper bowl* adalah berbahan dasar kertas karton dengan lapisan di bagian dalam (SPE), *food safe/grade quality*, anti bocor/aman untuk makanan berkuah, tahan panas dan dingin, *microwave safe* dengan harga satuan Rp890/pcs.

Dari segi harga, *rice box* jauh lebih murah dibandingkan dengan *paper bowl* namun dari segi penggunaan dan efisiensi *paper bowl* dirasa lebih aman. Karena *rice box* harus dilipat terlebih dahulu sebelum penggunaan sehingga terkesan ribet dan dari segi produk yang *Pasta'lah* jual tidak kering atau disebut lembab/sedikit berminyak sehingga penggunaan *rice box* akan ada indikator bocor/rembes. Sedangkan dari sisi *paper bowl* ada penutup yang kokoh serta rapat dan bersirkulasi sehingga makanan di dalam kemasan aman dan mangkuk yang kokoh anti bocor. Dari segi spesifikasi *paper bowl* menang, namun jika dilihat dari harga antara *rice bowl* dan *paper bowl* memiliki selisih harga, yaitu Rp385.

Setelah melihat baik kelebihan dan kekurangan antara 2 kemasan tersebut, *Pasta'lah* memutuskan untuk memilih *paper bowl* sebagai kemasan produk.

Walaupun harga per kemasan lebih mahal Rp385 namun dari segi keamanan dan kenyamanan lebih aman sehingga pelanggan akan merasa lebih nyaman. Kemudian setelah *fix* menggunakan *paper bowl Pasta'lah* membandingkan 2 warna *paper bowl* putih dan coklat dicocokkan dengan produk yang dijual dan beberapa faktor lainnya. *Paper bowl* putih memberi kesan bersih dan membuat warna dari pasta dan saus lebih menonjol sehingga cocok jika dipadukan. Namun, bagian *paper bowl* yang memiliki lapisan hanya di bagian dalam sehingga saat proses *plating* bagian luar *paper bowl* putih rentan terkena saus dan minyak sehingga memberi kesan kemasan yang kotor. Oleh karena itu, *Pasta'lah* memutuskan untuk menggunakan *paper bowl* coklat dengan tutup bening dan stiker logo *Pasta'lah* berserta beberapa informasi seperti nomor telepon dan sosial media.

Saat dilakukannya bimbingan di hari kemudian dengan dosen pembimbing, *Pasta'lah* menggunakan *paper bowl* berwarna coklat beserta dengan produk yang akan dinilai. Dan setelah ditinjau, hasilnya memuaskan dan tidak ada yang perlu diperbaiki lagi. Dari segi penampilan, efisiensi, kegunaan, dan juga harga sudah pas serta cocok dengan produk *Pasta'lah*.



Gambar 8.1 Bimbingan Validasi Desain

BAB IX

UJICoba PRODUK

Pada tahap awal, ide penggabungan pasta Italia dengan cita rasa Indonesia berawal dari mata kuliah SKB Kewirausahaan semester 4. Kemudian ide tersebut *Pasta'lah* kembangkan dari segi rasa dan penampilan serta harga. Dari beberapa menu yang diluncurkan saat SKB, *Pasta'lah* mengeliminasi beberapa menu yang dirasa kurang diminati. Diantaranya Pasta Acar Kuning dan Pasta Dabu-dabu kemudian melanjutkan Pasta Sambal Matah sebagai menu pertama.

Salah satu anggota *Pasta'lah* berasal dari Sumatera Barat, Padang maka dari itu *Pasta'lah* mencetuskan ide Pasta Rendang Ayam dan Ikan Tongkol dengan topping daun bawang selanjutnya melakukan uji coba dan meminta pendapat ahli. Pada tahap percobaan awal rendang yang dihasilkan terlalu kering sehingga saat dikombinasikan dengan pasta bumbu tidak dapat menyelimuti pasta dan rasa yang dihasilkan kurang maksimal. Sedangkan rendang tongkol tidak cocok jika dikombinasikan dengan pasta. Di percobaan kedua, *Pasta'lah* mengubah resep bumbu dengan menambahkan kuantitas santan sehingga menghasilkan konsistensi tekstur bumbu rendang yang seimbang namun rasa dan aroma rempah kurang terasa bila disatukan dengan pasta. Di tahap terakhir uji coba, *Pasta'lah* menambahkan rempah yang sebanding dengan santan menghasilkan konsistensi rasa dan bumbu yang pas.

Pasta'lah tidak melakukan perubahan dari segi rasa untuk pasta sambal matah, namun terdapat perubahan dari segi pengemasan. Di mana saat mata kuliah SKB pasta sambal matah dibungkus dengan daun pisang serta dibakar, sedangkan *Pasta'lah* mengemas pasta sambal matah dengan *paper bowl*. Hal itu dikarenakan *Pasta'lah* ingin meminimalisir biaya pengemasan dan waktu pengerjaan. Selain dari segi pengemasan, *Pasta'lah* menambahkan *condiment* emping melinjo pada setiap menu spageti sebagai pelengkap sekaligus menambah tekstur *crispy*.

Tidak hanya spageti, *Pasta'lah* juga menambahkan variasi menu dari *Macaroni* berupa *Macaroni Brulee Bomb*. Umumnya *Brulee* merupakan spageti *Bolognese* yang disajikan dengan saus *béchamel* yang di *torch* dalam wadah *aluminium foil*. Namun *Pasta'lah* mengkreasiannya dengan mengganti spageti

menjadi *Macaroni* dan membentuknya menjadi bola. Sehingga disebut sebagai “*bomb*” yang selanjutnya *dicoating* dan digoreng. Selain itu, *Pasta’lah* menggabungkannya dengan sambal matah untuk mempertahankan slogan *Pasta’lah* dan daya tarik tersendiri bagi konsumen.

Pada percobaan penjualan pertama, *Pasta’lah* menggunakan ayam yang diungkap bersamaan dengan bumbu rendang. Namun, untuk meminimalisir waktu *Pasta’lah* mengganti ayam rendang dengan ayam panggang yang sama pada menu spageti sambal matah. Perbedaan antara menu spageti rendang ayam dan sambal matah ialah pada proses pemanggangan ayam, dimana pada varian rendang ayam dipanggang dengan bumbu rendang.

Setelah selesai penyempurnaan menu, *Pasta’lah* melanjutkan untuk penyempurnaan dari segi desain *Packaging*. Setelah berdiskusi dengan ahli, *Pasta’lah* memutuskan untuk menggunakan *paperbowl* ukuran 650 ml berwarna putih tetapi setelah diaplikasikan *paper bowl* putih rawan kotor. Maka dari itu, *Pasta’lah* mengganti *paper bowl* putih menjadi *paper bowl* coklat. Menyesuaikan ukuran tutup kemasan, *Pasta’lah* mencoba 3 ukuran stiker, yaitu 3 cm, 4,5 cm, dan 5 cm yang kemudian menghasilkan keputusan bahwa 4,5 cm merupakan ukuran yang pas. Untuk alat makan, *Pasta’lah* menyediakan spork untuk menu *Macaroni Brulee Bomb* dan sumpit untuk menu spageti yang sudah dibungkus plastik sehingga steril.



Gambar 9.1 *Packaging* dan *Cutleries*

BAB X

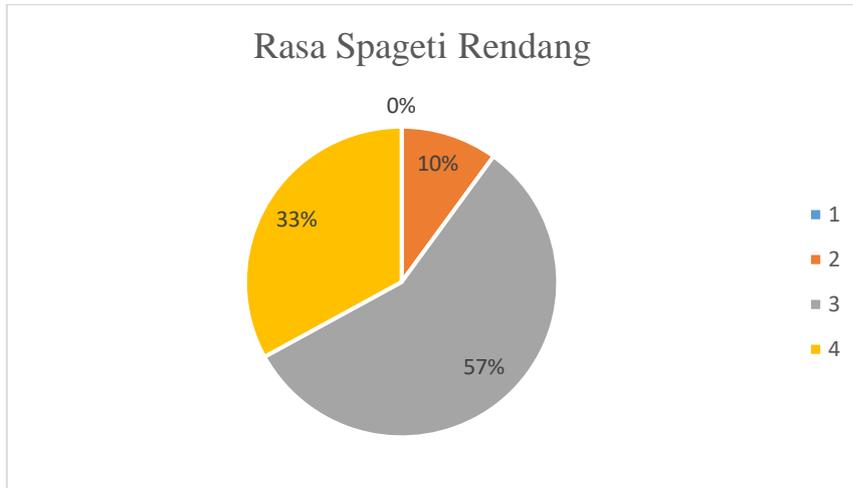
PENGUJIAN PRODUK AKHIR DAN PRODUK MASAL

Pada tahap ini *Pasta'lah* menguji Lab Organoleptik produk – produk yang akan dijual yaitu Spageti Ayam Rendang, Spageti Ayam Sambal Matah, dan *Macaroni Brulee Bomb* dengan panelis yang berjumlah 30 panelis. Uji Organoleptik yang diadakan IP Trisakti sendiri terbagi menjadi dua diantaranya Uji Sensoris dan Hedonik yang masing – masing mempunyai empat indikator penilaian yaitu:

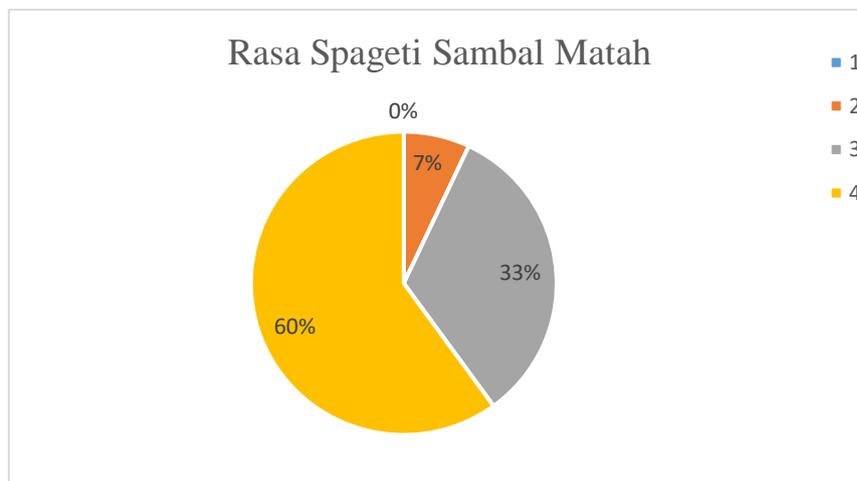
1. Hedonik
 - a) Rasa secara keseluruhan setiap produk
 - b) Tekstur secara keseluruhan setiap produk
 - c) Penampilan secara keseluruhan setiap produk
 - d) Aroma secara keseluruhan setiap produk
2. Sensoris
 - a) Tingkat Rasa dengan empat pilihan penilaian yaitu Sangat Tidak Asin (STA), Tidak Asin (TA), Asin (A), dan Sangat Asin (SA)
 - b) Tingkat Tekstur Pasta dengan empat pilihan penilaian yaitu Sangat Tidak Kenyal (STK), Tidak Kenyal (TK), Kenyal (K), dan Sangat Kenyal (SK)
 - c) Tingkat Aroma Bumbu dengan empat pilihan penilaian yaitu Sangat Tidak Beraroma (STB), Tidak Beraroma (TB), Beraroma (B), dan Sangat Beraroma (SB)
 - d) Tingkat Kepedasan dengan empat pilihan penilaian yaitu Sangat Tidak Pedas (STP), Tidak Pedas (TP), Pedas (P), dan Sangat Pedas (SP)

Berikut adalah diagram hasil Uji Hedonik semua varian produk *Pasta 'lah*.

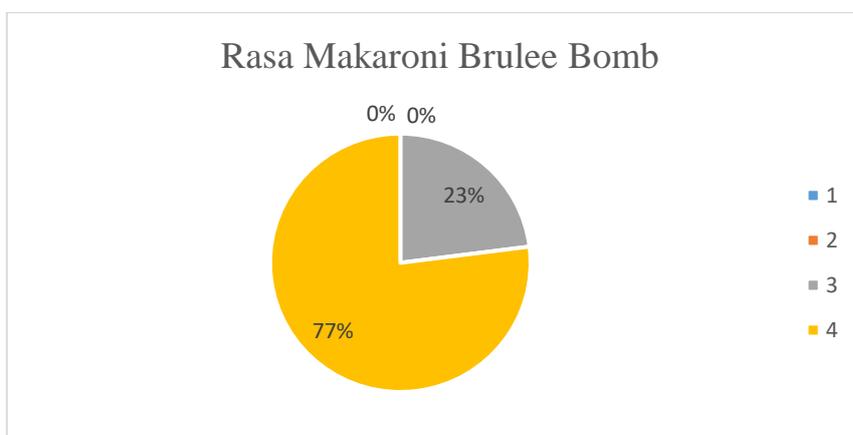
10.1. Rasa



Gambar 10. 1 Hasil Uji Hedonik Rasa Spageti Rendang



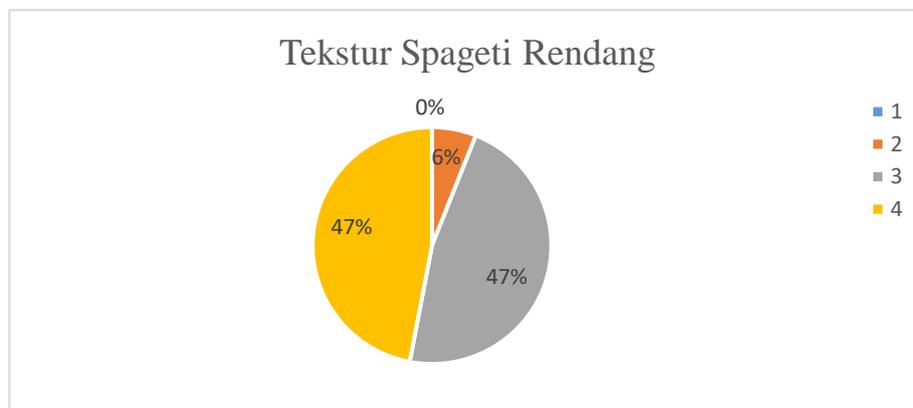
Gambar 10. 2 Hasil Uji Hedonik Rasa Spageti Sambal Matah



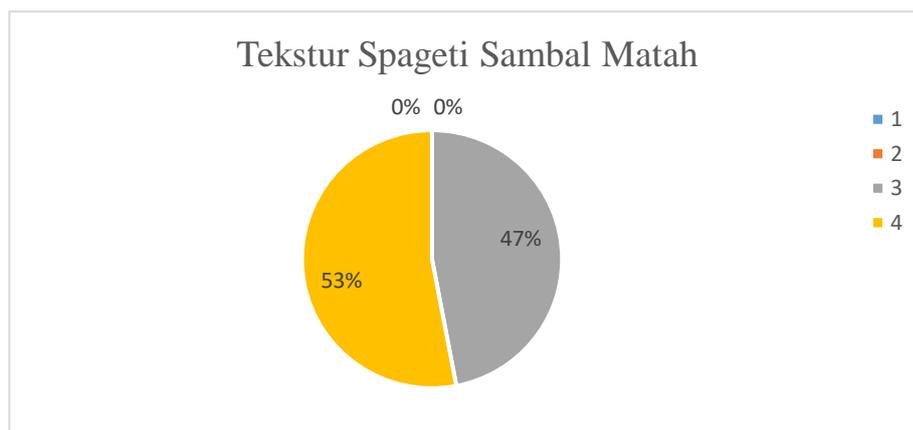
Gambar 10. 3 Hasil Uji Hedonik Rasa Macaroni Brulee Bomb

Dapat disimpulkan dari diagram diatas bahwa mayoritas responden menyukai rasa dari Spageti Rendang Ayam, Spageti Ayam Sambal Matah, dan *Macaroni Brulee Bomb*. *Macaroni Brulee Bomb* mendapatkan peringkat tertinggi dengan 77% panelis memilih 4 (Sangat Suka) dan 23% memilih 3 (suka). Selanjutnya Spageti Sambal Matah dengan 60% panelis memilih 4 (sangat suka), 33% memilih 3 (suka) dan 7% memilih 2 (tidak suka). Yang terakhir Spageti Rendang dengan 33% panelis memilih 4 (sangat suka), 57% memilih 3 (suka) dan 10% memilih 2 (tidak suka). Alasan para panelis tersebut menyukai rasa dari ketiga produk *Pasta'lah* karena cita rasa yang disajikan cocok dengan selera para panelis.

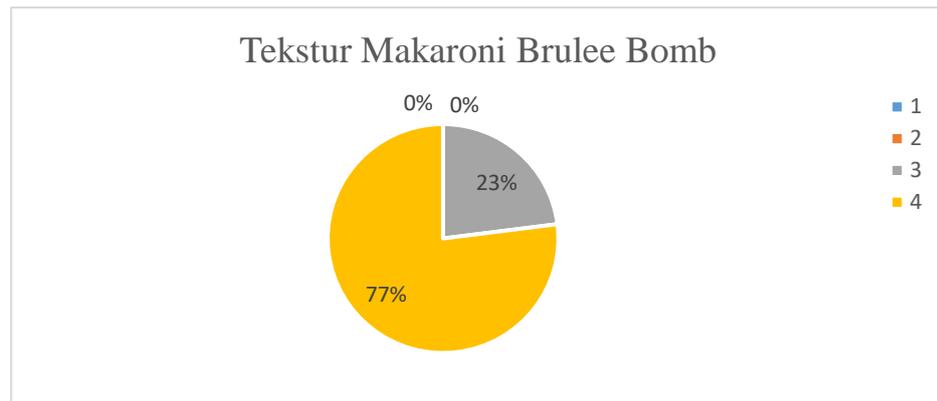
10.2. Tekstur



Gambar 10. 4 Hasil Uji Hedonik Tekstur Spageti Rendang



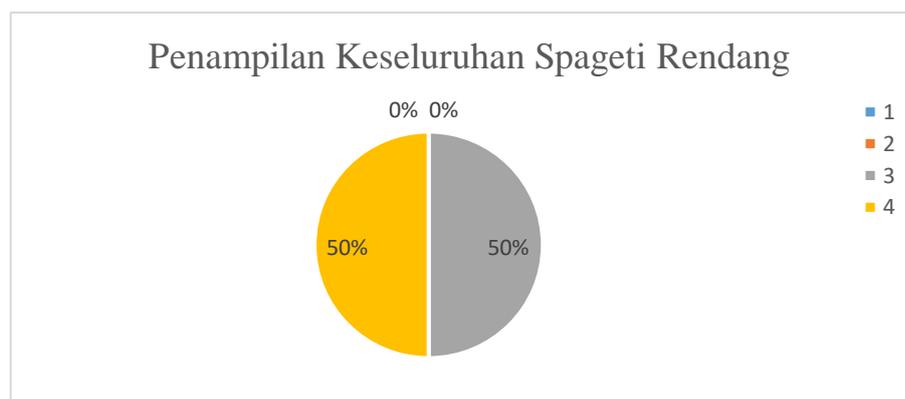
Gambar 10. 5 Hasil Uji Hedonik Tekstur Spageti Sambal Matah



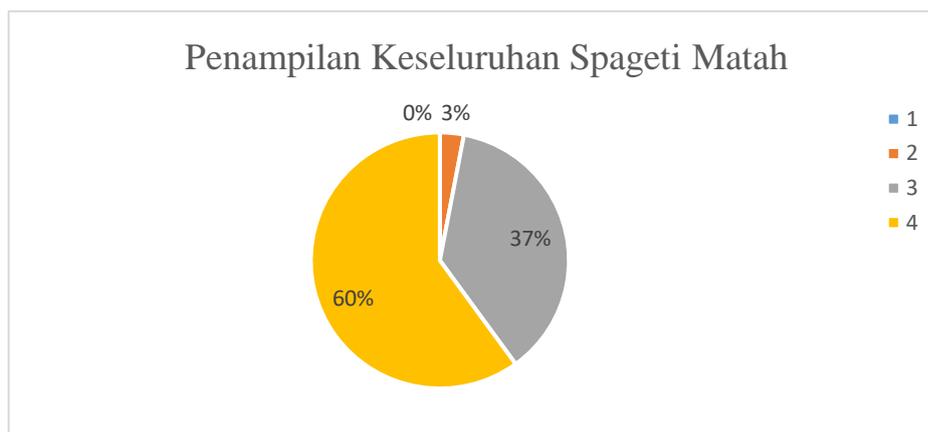
Gambar 10. 6 Hasil Uji Hedonik Tekstur *Macaroni Brulee Bomb*

Dapat disimpulkan dari diagram diatas bahwa responden sangat menyukai tekstur dari pasta yang *Pasta'lah* masak. *Macaroni Brulee Bomb* mendapatkan peringkat tertinggi dengan 77% panelis memilih 4 (Sangat Suka) dan 23% memilih 3 (suka). Selanjutnya Spageti Sambal Matah dengan 53% panelis memilih 4 (sangat suka) dan 47% memilih 3 (suka). Yang terakhir Spageti Rendang dengan 47% panelis memilih 4 (sangat suka), 47% memilih 3 (suka) dan 6% memilih 2 (tidak suka). Alasan para panelis tersebut menyukai tekstur dari ketiga produk *Pasta'lah* dikarenakan tekstur pasta yang disajikan sangat sesuai/ *al dente*.

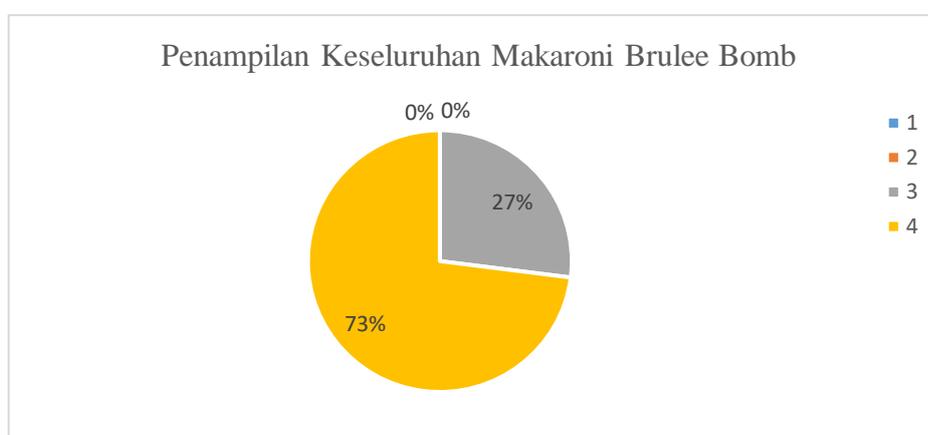
10.3. Penampilan Keseluruhan



Gambar 10. 7 Hasil Uji Hedonik Penampilan Spageti Rendang



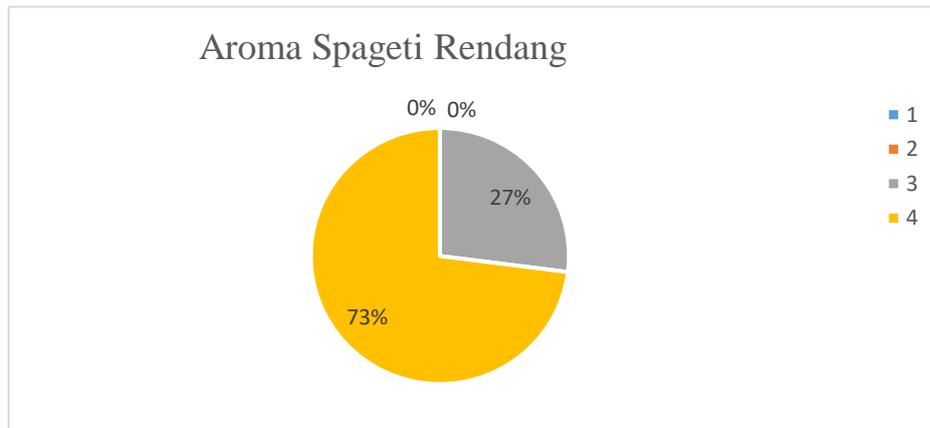
Gambar 10. 8 Hasil Uji Hedonik Penampilan Spageti Sambal Matah



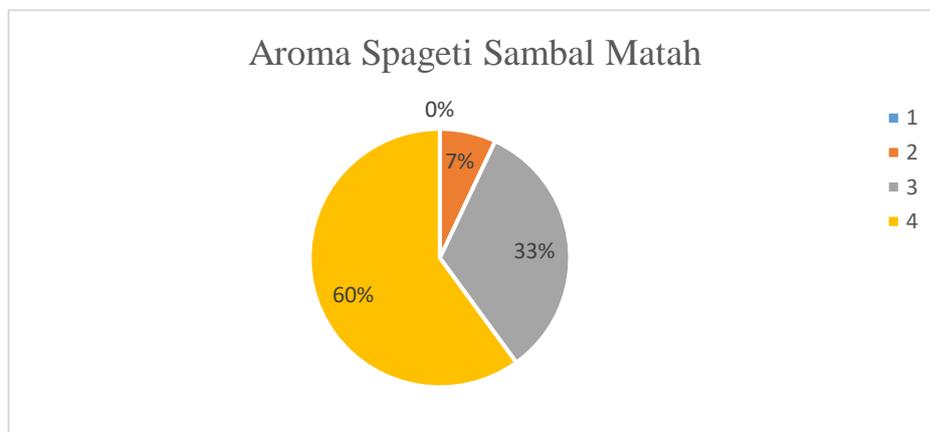
Gambar 10. 9 Hasil Uji Hedonik Penampilan *Macaroni Brulee Bomb*

Dapat disimpulkan dari diagram diatas bahwa responden sangat menyukai tampilan keseluruhan dari produk-produk *Pasta'lah* terbukti dari persenan angka yang memilih nilai 3 dan 4 melebihi 50%. Dapat disimpulkan dari diagram diatas bahwa responden sangat menyukai penampilan keseluruhan dari pasta yang *Pasta'lah* masak. *Macaroni Brulee Bomb* mendapatkan peringkat tertinggi dengan 73% panelis memilih 4 (Sangat Suka) dan 27% memilih 3 (suka). Selanjutnya Spageti Sambal Matah dengan 60% panelis memilih 4 (sangat suka), 37% memilih 3 (suka) dan 3% memilih 2(tidak suka). Yang terakhir Spageti Rendang dengan 50% panelis memilih 4 (sangat suka) dan 50% memilih 3 (suka). Alasan para panelis tersebut menyukai penampilan keseluruhan dari ketiga produk *Pasta'lah* dikarenakan tampilannya yang menarik, bersih dan higienis.

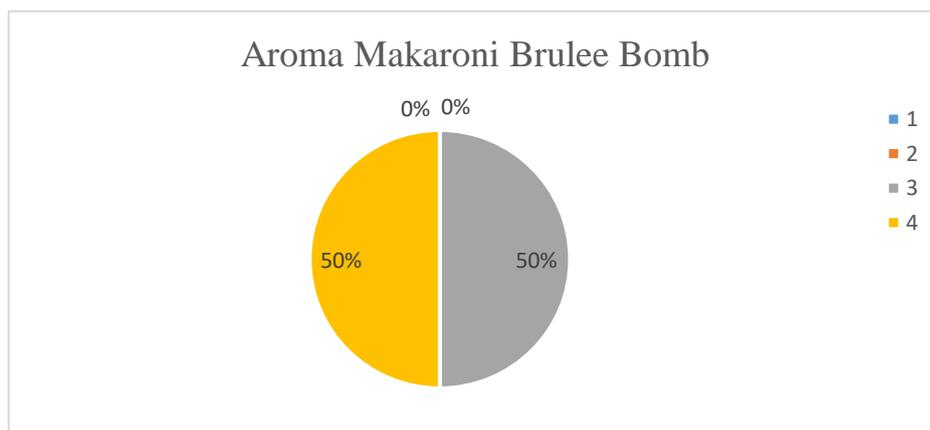
10.4. Aroma



Gambar 10. 10 Hasil Uji Hedonik Aroma Spageti Rendang



Gambar 10. 11 Hasil Uji Hedonik Aroma Spageti Sambal Matah



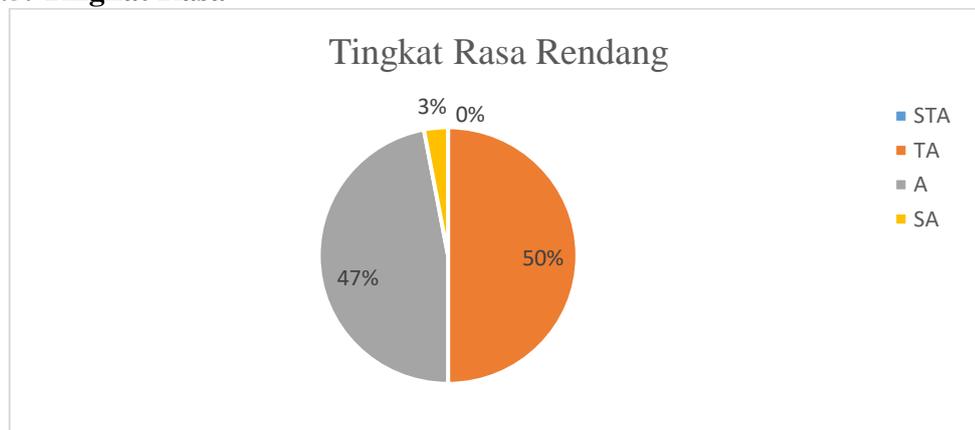
Gambar 10. 12 Hasil Uji Hedonik Aroma *Macaroni Brulee Bomb*

Dapat disimpulkan dari diagram diatas bahwa aroma dari Spageti Rendang Ayam, Spageti Ayam Sambal Matah, dan *Macaroni Brulee Bomb* mendapatkan nilai yang memuaskan. . Spageti Rendang mendapatkan peringkat tertinggi

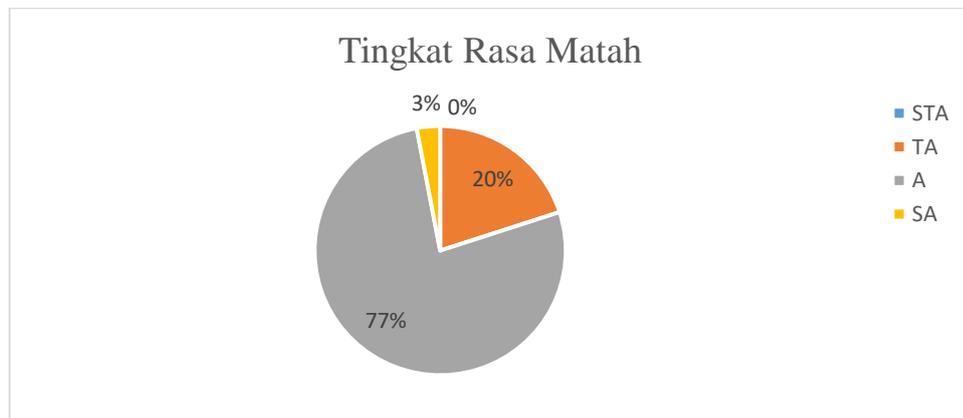
dengan 73% panelis memilih 4 (Sangat Suka) dan 27% memilih 3 (suka). Selanjutnya Spageti Sambal Matah dengan 60% panelis memilih 4 (sangat suka), 33% memilih 3 (suka) dan 7% memilih 2 (tidak suka). Yang terakhir *Macaroni Brulee Bomb* dengan 50% panelis memilih 4 (sangat suka) dan 50% memilih 3 (suka). Alasan para panelis tersebut menyukai aroma dari ketiga produk *Pasta'lah* dikarenakan bumbu yang digunakan sepadan dengan pasta sehingga menghasilkan aroma menonjol.

Berikut adalah diagram hasil Uji Sensoris semua varian produk *Pasta'lah*

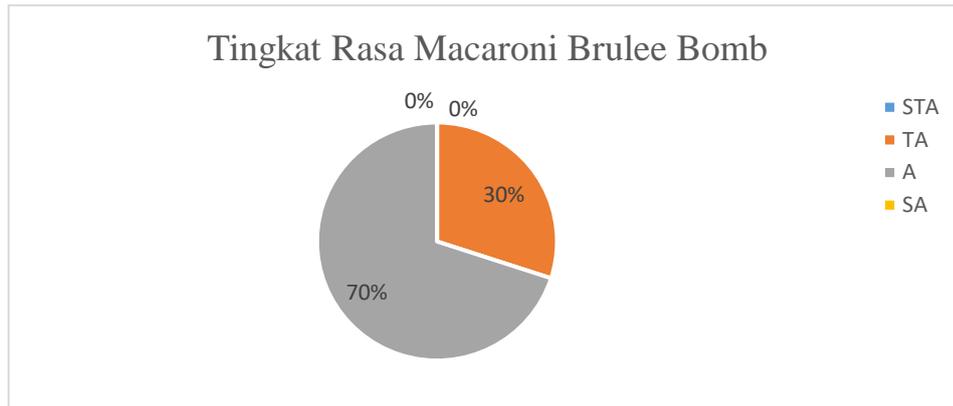
10.5. Tingkat Rasa



Gambar 10. 13 Hasil Uji Sensoris Tingkat Rasa Spageti Rendang



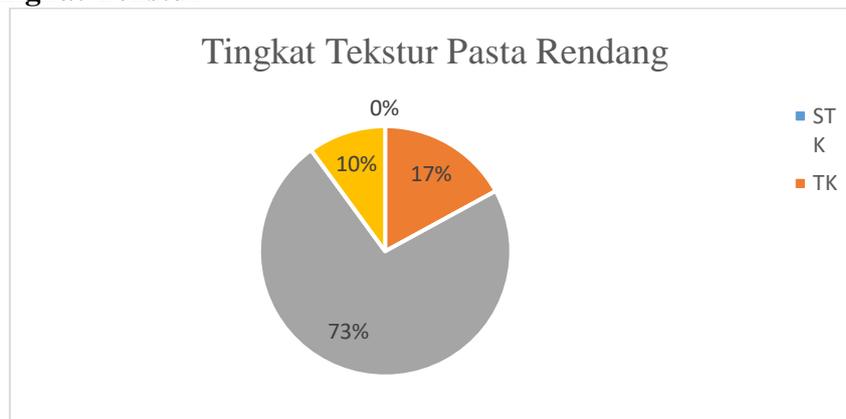
Gambar 10. 14 Hasil Uji Sensoris Tingkat Rasa Spageti Sambal Matah



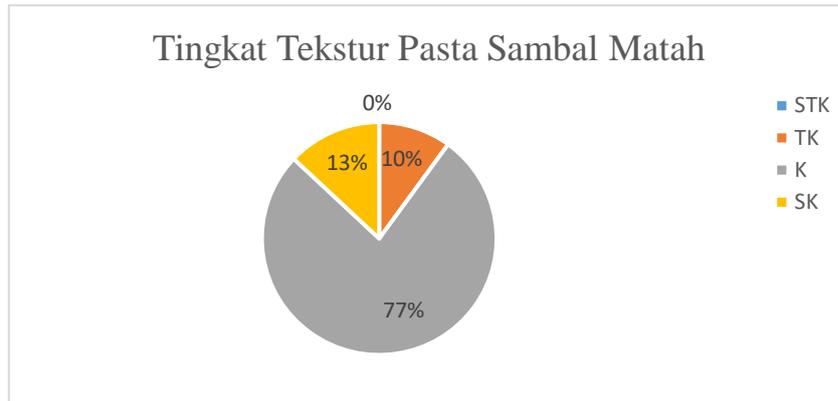
Gambar 10. 15 Hasil Uji Sensoris Tingkat Rasa *Macaroni Brulee Bomb*

Dapat disimpulkan bahwa tingkat rasa dari produk-produk *Pasta'lah* dikategorikan sesuai karena Spageti Rendang mendapatkan nilai dengan 50% panelis memilih TA (Tidak Asin) dan 47% memilih A (Asin). Selanjutnya Spageti Sambal Matah dengan 77% panelis memilih A (Asin), 20% memilih TA (Tidak Asin) dan 3% memilih SA (Sangat Asin). Yang terakhir *Macaroni Brulee Bomb* dengan 70% panelis memilih A (Asin) dan 30% memilih TA (Tidak Asin). Alasan para panelis tersebut menyukai rasa dari ketiga produk *Pasta'lah* karena rasa pada produk-produk sebanding.

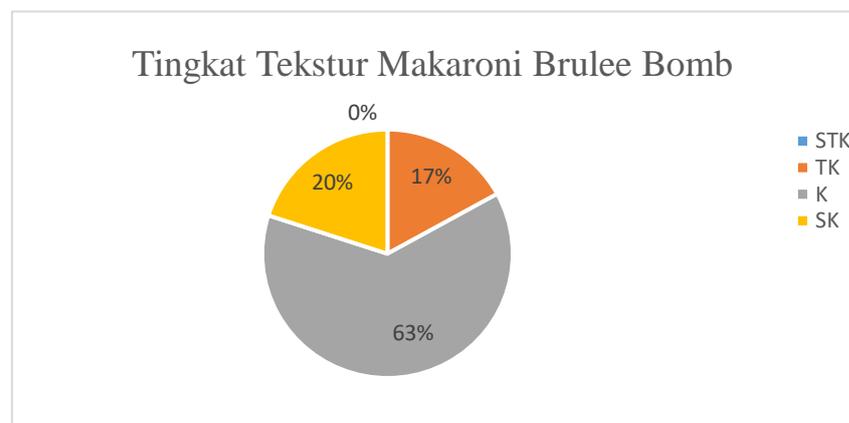
10.6. Tingkat Tekstur



Gambar 10. 16 Hasil Uji Sensoris Tingkat Tekstur Spageti Rendang



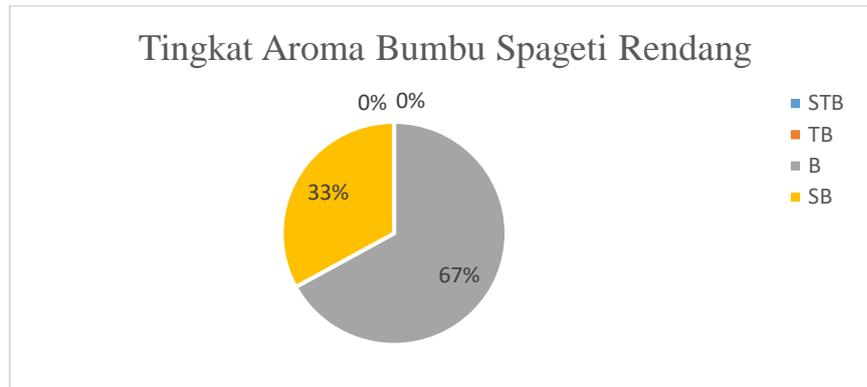
Gambar 10. 17 Hasil Uji Sensoris Tingkat Tekstur Spageti Sambal Matah



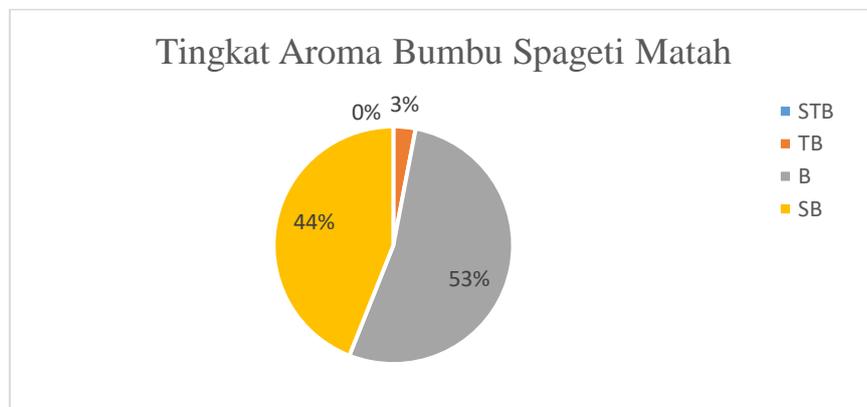
Gambar 10. 18 Hasil Uji Sensoris Tingkat Tekstur Macaroni Brulee Bomb

Dapat disimpulkan bahwa tektur pasta yang *Pasta'lah* jual dikategorikan Kenyal atau sepadan dibuktikan dari hasil diagram diatas mayoritas responden banyak memilih nilai Kenyal (K) dengan nilai 73% untuk Spageti Rendang, 77% untuk Spageti Sambal Matah, dan 63% untuk *Macaroni Brulee Bomb*.

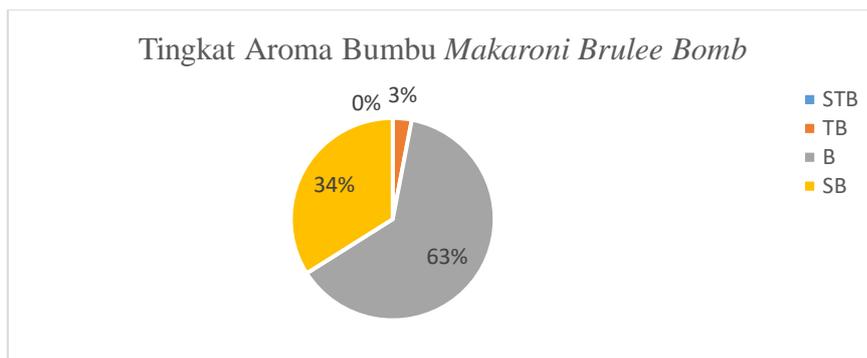
10.7. Tingkat Aroma



Gambar 10. 19 Hasil Uji Sensoris Tingkat Aroma Bumbu Spageti Rendang



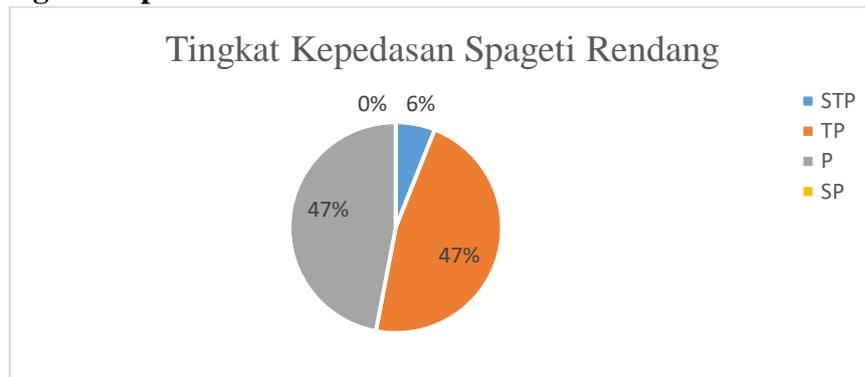
Gambar 10. 20 Hasil Uji Sensoris Tingkat Aroma Bumbu Spageti Matah



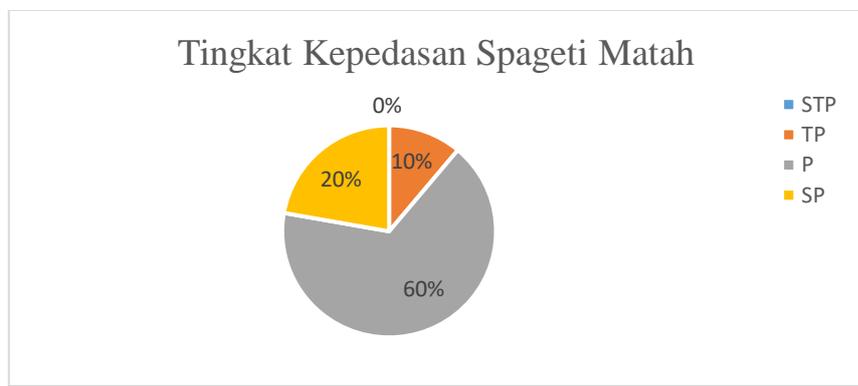
Gambar 10. 21 Hasil Uji Sensoris Tingkat Aroma Bumbu *Macaroni Brulee Bomb*

Dapat disimpulkan dari diagram diatas mayoritas responden menilai produk-produk *Pasta'lah* beraroma (B) dengan nilai 67% untuk Spageti Rendang, 53% untuk Spageti Sambal Matah, dan *Macaroni Brulee Bomb* 63%.

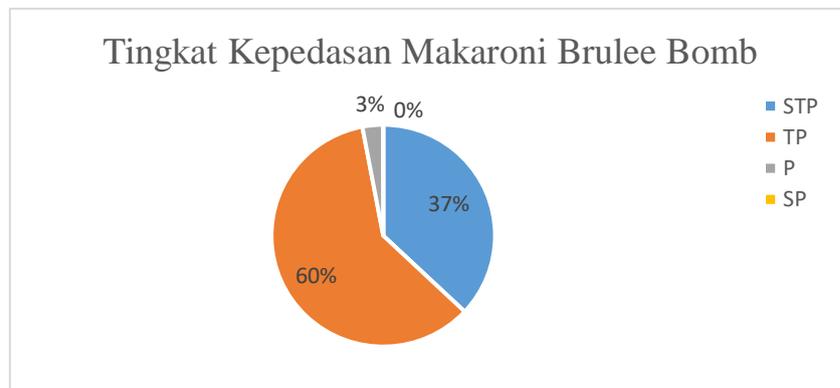
10.8. Tingkat Kepedasan



Gambar 10. 22 Hasil Uji Sensoris Tingkat Kepedasan Spageti Rendang



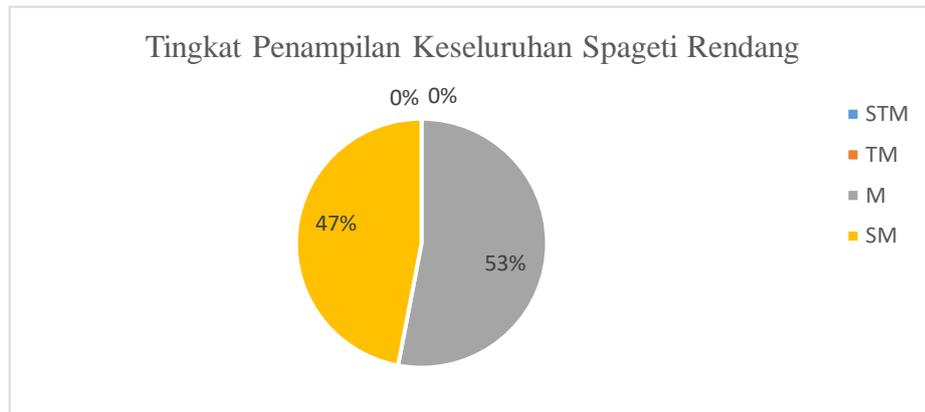
Gambar 10. 23 Hasil Uji Sensoris Tingkat Kepedasan Spageti Sambal Matah



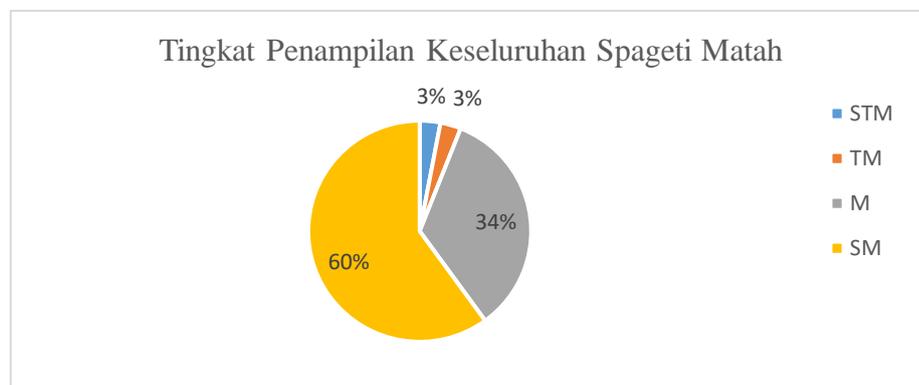
Gambar 10. 24 Hasil Uji Sensoris Tingkat Kepedasan *Macaroni Brulee Bomb*

Dapat disimpulkan dari diagram diatas bahwa produk Spageti Rendang Ayam memperoleh 47% P (Pedas) dan TP (Tidak Pedas), Spageti Sambal Matah memperoleh 60% P (Pedas), dan *Macaroni Brulee Bomb* memiliki tingkat kepedasan 60% TP (Tidak Pedas).

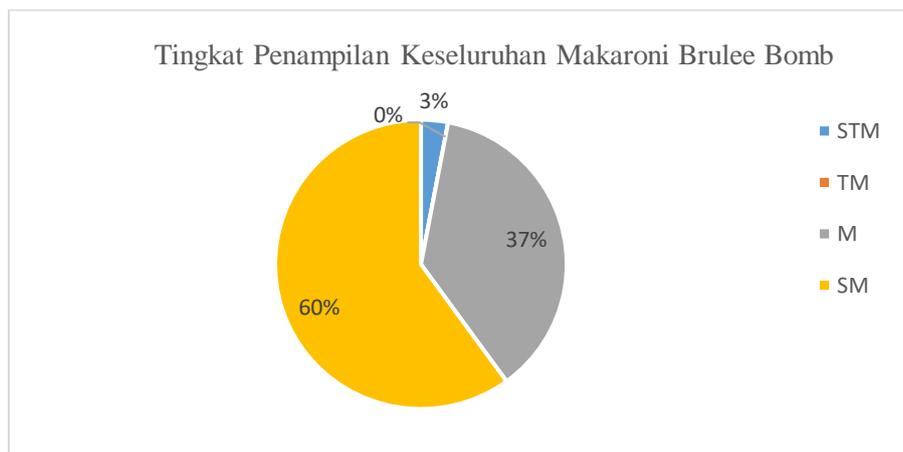
10.9. Tingkat Penampilan Keseluruhan



Gambar 10. 25 Hasil Uji Sensoris Tingkat Penampilan Keseluruhan Spageti Rendang



Gambar 10. 26 Hasil Uji Sensoris Tingkat Penampilan Keseluruhan Spageti Matah



Gambar 10. 27 Hasil Uji Sensoris Tingkat Penampilan Keseluruhan Macaroni Brulee Bomb

Melihat diagram diatas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas panelis tertarik pada produk *Pasta'lah* hal itu dibuktikan Spageti Rendang memiliki nilai 53% M (Menarik) dan 47% SM (Sangat Menarik), Spageti Sambal Matah memiliki nilai 60% SM (Sangat Menarik) dan 34% M (Menarik), dan *Macaroni Brulee Bomb* memiliki nilai 60% SM (Sangat Menarik) dan 37% M (Menarik). Selain itu, banyak pertanyaan mengenai kapan *Pasta'lah* memulai penjualan produk di kantin IP Trisakti dengan begitu dapat disimpulkan pula bahwa besarnya rasa antusias panelis dan calon pembeli terhadap produk – produk buatan *Pasta'lah* .

BAB XI

SEGMENTASI PASAR

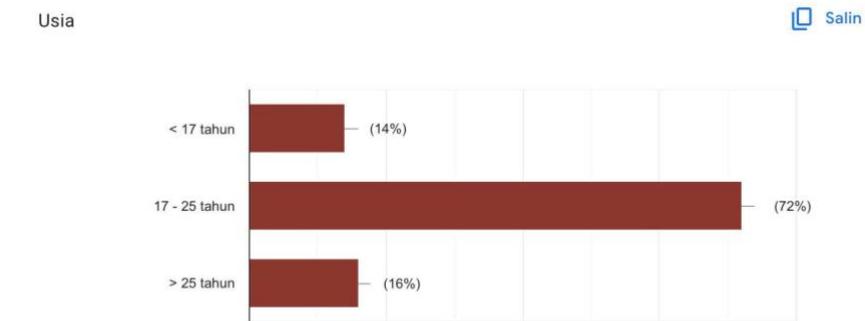
Segmentasi pasar adalah strategi pemetaan target konsumen berdasarkan karakteristik, kebutuhan, ataupun perilakunya agar perusahaan mampu mengenali kelompok konsumen tersebut dengan lebih baik. Hal ini bertujuan agar penulis dapat mengetahui target konsumen yang tepat untuk *Pasta'lah* sehingga mendapatkan hasil secara optimal dan memiliki efektifitas pemasaran yang tinggi. Lingkungan eksternal merupakan hal yang tidak dapat di kendalikan, sehingga semua bisnis harus bisa menyesuaikan diri dari ancaman yang ada. Peluang bisnis dari "*Pasta'lah* " cukup besar dikarenakan tidak banyak yang menjual pasta dengan cita rasa Indonesia dengan kualitas premium dan harga yang terjangkau. "*Pasta'lah*" memiliki keunggulan dari segi harga varian produk. *Pasta'lah* menjual 3 varian pasta yaitu Spageti Sambal Matah, Spageti Rendang, dan *Macaroni Brulee Bomb* dimana varian-varian tersebut jarang dijual oleh pesaing lainnya dengan harga yang sangat terjangkau yaitu Rp20.000. Aspek tersebut merupakan daya tarik yang dimiliki usaha ini dan membedakan produk kami dari pesaing lainnya.

Dalam memasarkan produk diperlukan segmentasi pasar agar dapat berkembang dan tertuju kepada konsumen yang memang dituju. Dengan adanya segmentasi pasar maka bisnis dapat berkembang dan menghasilkan keuntungan.

Berikut ini merupakan segmentasi pasar *Pasta'lah* berdasarkan :

1. Segmentasi pasar berdasarkan demografi

Yang di maksud segmentasi pasar berdasarkan demografi adalah pembagian pasar ke dalam sebuah kelompok berdasarkan variabel-variabel, umumnya mengelompokkan usia, jenis kelamin, pendidikan, penghasilan, dan pekerjaan. *Pasta'lah* menargetkan pelanggan di usia 11 – 42 tahun, baik laki-laki maupun perempuan, profesi sebagai mahasiswa/i, karyawan, atau dosen, dengan penghasilan setara dengan UMR (upah minimum regional).



Gambar 11. 1 Hasil Kuisisioner Usia Responden

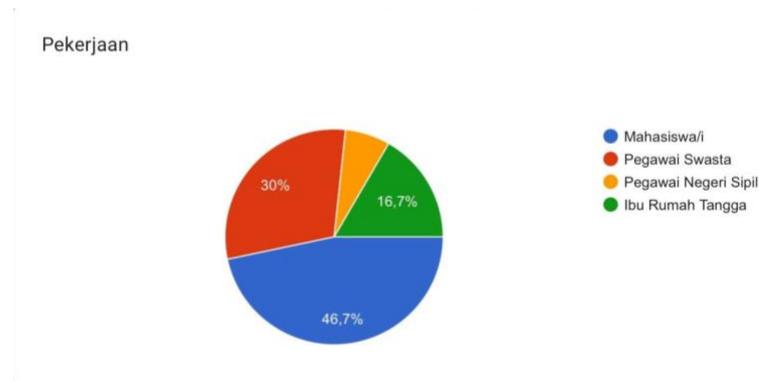


Gambar 11. 2 Hasil Kuisisioner Jenis Kelamin Responden

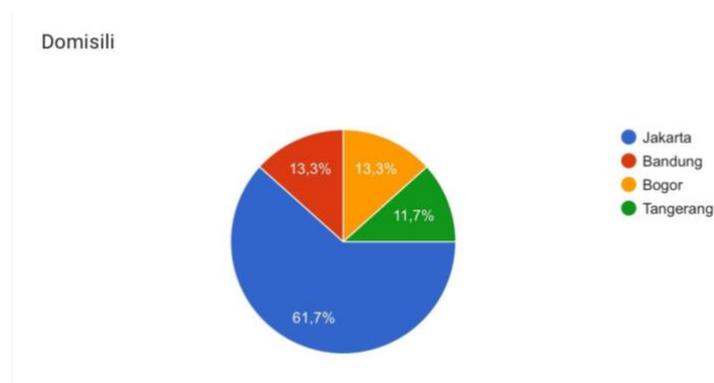
Dari hasil kuisisioner diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas pembeli produk *Pasta'lah* berusia 17-25 tahun (72%) dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 42% dan perempuan sebanyak 58%.

2. Segmentasi pasar berdasarkan geografis

Geografis adalah letak daerah dilihat dari bumi yang dapat diartikan segmentasi pasar berdasarkan geografis mengacu pada kelompok calon konsumen pada desa, kecamatan, kota, kabupaten, dan provinsi. Dilihat dari tempat *Pasta'lah* berjualan, yaitu Institut Pariwisata Trisakti maka target utamanya merupakan pelanggan dengan domisili Jalan IKPN Tanah Kusir, Bintaro, Jakarta Selatan, Kec. Pesanggrahan, DKI Jakarta.



Gambar 11. 3 Hasil Kuisisioner Pekerjaan Responden



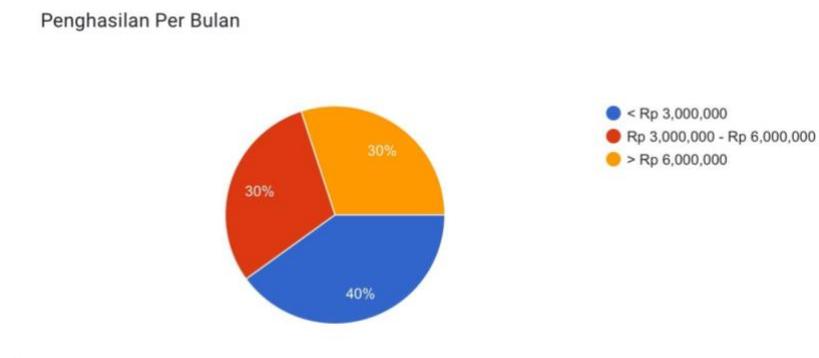
Gambar 11. 4 Hasil Kuisisioner Domisili Responden

Dari hasil kuisisioner diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas pembeli produk *Pasta'lah* berdomisili di Jakarta (61,7%), Bandung (13,3%), Bogor (13,3%), dan Tangerang sebesar (11,7%).

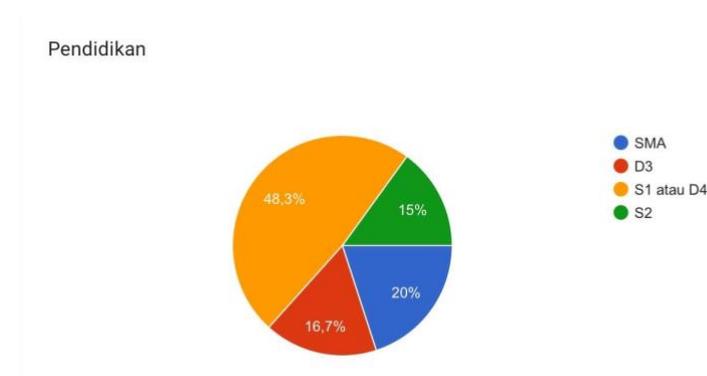
3. Segmentasi pasar berdasarkan psikografi

Target pasar psikografi dapat dikelompokkan berdasarkan gaya hidup, minat masyarakat, kepribadian, dan kelas sosial dikarenakan suatu kelompok masyarakat tertentu cenderung menunjukkan perbedaan terhadap pilihan tergantung dengan gaya hidup, dsb. *Pasta'lah* fokus dengan target pasar pelajar, mahasiswa/i, dan pekerja dikarenakan target pasar tersebut cenderung memiliki kebiasaan hidup yang sama. Di mana generasi milenial dan generasi Z telah mengenal sosial media dan internet sehingga pemasaran *Pasta'lah* lewat *Instagram* mudah dilihat. Mereka pun memiliki kesibukan dan pola hidup yang

mirip sehingga makanan yang mudah dijangkau dengan harga ekonomis dan tentunya inovatif cenderung diminati



Gambar 11. 5 Hasil Kuisisioner Penghasilan Per Bulan Responden



Gambar 11. 6 Hasil Kuisisioner Pendidikan Responden

Dari hasil kuisisioner diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas pembeli produk *Pasta'lah* mayoritas berpenghasilan kurang dari Rp3.000.000 sebanyak 40% dan masing-masing 30% berpenghasilan Rp3.000.000 sampai lebih dari Rp6.000.000.

BAB XII

ANALISIS PESAING

SWOT *Analysis* adalah sebuah cara untuk mengevaluasi dan mendeteksi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bagi suatu bisnis secara berkala. SWOT terdiri dari *Strenght* (Kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (Peluang), *Threats* (Ancaman).

Strength (kekuatan) dan *Weakness* (kelemahan) adalah berasal dari internal bisnis, hal tersebut dapat di kontrol dan dapat berubah. *Opportunity* (peluang) dan *Threats* (ancaman) adalah hal eksternal yang mempengaruhi bisnis atau hal-hal yang terjadi diluar perusahaan pada pasar yang lebih besar. Memanfaatkan peluang dapat melindungi bisnis dari ancaman tetapi tidak dapat mengubahnya.

INTERNAL	STRENGTH	WEAKNESSES
	Memiliki nilai produk yang kuat	Belum ada layanan pengiriman ke luar kota
	Memiliki tim dengan SDM berkualitas dalam hal pendidikan, keterampilan, dan jaringan	Kurangnya tenaga kerja sehingga menghambat kuantitas produksi
	Produk unik dengan kemasan menarik	Terjadinya ketidaksinambungan antara penjualan di area IP Trisakti dan pesanan area luar
	Harga terjangkau dan ekonomis bagi segala kalangan	Tidak adanya penjualan dan pengiriman via aplikasi <i>online</i> sehingga menghambat jangkauan pemasaran
EKSTERNAL	OPPORTUNITY	THREATS
	Kondisi pasar yang terus berkembang	Persaingan ketat antar bisnis sejenis

	Trend makanan fusion yang sedang naik daun	Perubahan perilaku konsumen
	Banyak event yang dapat dimanfaatkan untuk perkembangan bisnis	Harga bahan baku yang tidak stabil

Tabel 12. 1 SWOT

Dalam bidang ekonomi dan bisnis, persaingan atau kompetisi adalah hal yang wajar dimana bersaingnya para penjual yang sama-sama berusaha mendapatkan keuntungan, target pasar, dan jumlah penjualan. Para penjual biasanya berusaha mengungguli persaingan dengan membedakan harga, produk, distribusi dan promosi. Selain itu, setiap bisnis ataupun usaha pasti memiliki keunikannya tersendiri agar dapat unggul dari para kompetitor. Setiap perusahaan biasanya mencari tahu terlebih dahulu mengenai kekurangan dan kelebihan pesaing baik dari segi produk, kualitas pelayanan, dan harga agar dapat memasarkannya dengan cara yang lebih efektif. Berikut kelemahan dan kelebihan yang ditemukan oleh Pastaria terkait dengan produk pesaing:

1. Pastaria

Pastaria mendapatkan rating yang cukup kecil yakni 2.5-3.9 dan mendapatkan cukup banyak komentar negative dari segi pelayanan dan kualitas produk. Maka dari situ dapat disimpulkan bahwa kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh Pastaria ialah sebagai berikut:

a. Kelebihan

Pastaria memiliki varian menu yang cukup bervariasi mulai dari spageti *Bolognese*, *mac and cheese*, spageti tuna, dan masih banyak lainnya. Pastaria juga sudah mendaftarkan bisnisnya di beberapa *platform online* dan memiliki banyak cabang sehingga lebih mudah didapatkan.

b. Kekurangan

Kualitas pelayanan yang diberikan kurang maksimal dapat terlihat dari beberapa customer yang mengeluh karena mengantri cukup lama. Selain itu, terdapat beberapa orderan salah yang dikarenakan oleh kelalaian karyawan disana. Harga yang ditawarkan pun cukup mahal yakni

Rp.52.000- Rp.59.000. Harga tersebut cukup tinggi jika dibandingkan dengan pesaing lainnya seperti Almia Pasta dan Warung Pasta.

2. Almia Pasta

Banyak pembeli yang memberikan kritik perihal bumbu daripada pastanya yang kurang meresap dan juga tidak sesuai dengan yang diinginkan pembeli. Penjual merespon kritik tersebut dengan cepat dan memberikan penjelasan terkait menu yang di pesan serta memberikan permintaan maaf. Namun, banyak juga pembeli yang memberikan komentar positif terkait Almia Pasta dan memberikan penilaian yang cukup baik. Maka dari situ dapat disimpulkan bahwa kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh Almia Pasta ialah sebagai berikut:

a. Kelebihan

Pasta mendapatkan bintang yang cukup tinggi di salah satu *platform online* yakni 4.8. Cukup banyak yang mengatakan bahwa produk yang dijual oleh Almia Pasta mempunyai rasa yang enak walaupun ada beberapa kekurangan. Harga yang ditawarkan pun cukup terjangkau yakni mulai dari Rp.35.000- Rp.50.000.

b. Kekurangan

Pembelian harus dilakukan dengan cara order *online*, karena tidak adanya tempat untuk makan langsung. Selain itu terdapat beberapa komentar yang mengatakan bahwa produk yang dijual kurang enak seperti terlalu berminyak, kulit terlalu keras, dan terlalu asam.

3. Warung Pasta

Warung Pasta mendapatkan rating yang cukup tinggi yakni 4.3 tetapi mendapatkan cukup banyak komentar negative dari segi pelayanan dan kualitas produk. Maka dari situ dapat disimpulkan bahwa kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh Pastaria ialah sebagai berikut:

a. Kelebihan

Warung pasta menjual beberapa jenis hidangan seperti pasta panggang, pasta kuah, nasi panggang, dan juga pizza. Hal itu menjadi salah satu keunggulan Warung Pasta dimana konsumen mempunyai banyak pilihan makanan. Selain banyak, varian yang disajikan pun cukup unik seperti Pasta kuah *Tom Yum Seafood* dan Pasta Kuah *Spicy Beef/ Chicken*. Harga yang di tawarkan pun realtif terjangkau yaitu mulai dari Rp25.000-Rp 52.000

b. Kekurangan

Dapat dilihat dari komentar *customer* yang datang, dapat disimpulkan bahwa manajemen waktu Warung Pasta kurang baik karena banyaknya komplain tentang waktu penyajian makanan. Kurangnya *quality control* pun menjadi kelemahan Warung Pasta dimana Warung Pasta seharusnya memiliki keunggulan di bidang pasta tetapi sebaliknya Warung Pasta mendapatkan komentar tentang tekstur pasta yang terlalu keras.

BAB XIII

PROMOSI

Menurut Siswanto (2017) Penjualan merupakan cara seorang penjual dapat memberikan kepuasan atas kebutuhan dan apa yang diinginkan konsumen sehingga manfaat baik dari penjual atau pembeli dapat saling menguntungkan, dan pemasaran menurut Kotler (2009) merupakan proses seorang individu dalam memenuhi dan memahami kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial yang bersifat mutualisme atau saling menguntungkan. Selain itu, strategi pemasaran merupakan suatu paham dimana pemasaran diharapkan dapat menciptakan sebuah nilai sehingga dapat mendapatkan hasil. Strategi ini sebagai sebuah sistem yang memuat berbagai relasi guna melakukan perencanaan dan untuk menetapkan harga sampai terjadinya promosi dan mendistribusikan produk yang berguna untuk kepuasan konsumen.

Dikutip dari buku yang ditulis oleh Rusman Latief tentang Penjualan Produk (2018) menjelaskan elemen-elemen strategi pemasaran yang dikenal juga sebagai strategi 4P yaitu Produk, Price, Place, dan Promotion yang *Pasta'lah* jabarkan sebagai berikut :

1. Produk

Pasta'lah memproduksi hidangan *fashion food* Italia dan Indonesia baik secara matang maupun *frozen*. Produk yang dibuat selalu menggunakan bahan-bahan berkualitas dan sama sekali tidak menggunakan bahan pengawet. Keunggulan produk *Pasta'lah* ialah varian menu yang enak, unik, dan baru di lidah masyarakat Indonesia serta semua kalangan bisa menikmatinya.

2. Price

Pasta'lah membuka harga jual yang terjangkau bagi seluruh kalangan. Untuk menu Spageti Rendang Ayam seharga Rp20.000, Spageti Ayam Sambal Matah seharga Rp20.000 dan *Macaroni Brulee Bomb* seharga Rp20.000.

Agar memudahkan calon konsumen untuk mengetahui informasi terkait harga, *Pasta'lah* mencantumkan tarif harganya pada lembaran menu, spanduk, dan *Roll Banner* yang tercetak besar.

3. *Place*

Tempat produksi *Pasta'lah* ini berada pada Kota Jakarta Selatan karena lokasinya strategis pada beberapa lokasi pasar-pasar tradisional dan juga berdekatan dengan lokasi kampus para anggota *Pasta'lah* yaitu di Institut Pariwisata Trisakti. *Pasta'lah* memasarkan produk makanannya secara *online* dan *offline* yaitu membuka gerai yang berlokasi di kantin Institut Pariwisata Trisakti.

4. *Promotion*

Pastalah menggunakan media sosial untuk melakukan promosi produk-produknya diantaranya ialah *Instagram* dan *Whatsapp* yang secara rutin membagikan postingan *story* pada kedua platform berisikan informasi jam hari dan jam buka gerai *Pasta'lah* di kantin Institut Pariwisata Trisakti, selain itu pastalah juga menerima orderan melalui kedua platform tersebut untuk pesanan *pre-order*.

Cara lainnya untuk menjadikan pelanggan menjadi loyal antara lain memberikan produk yang sempurna (tidak cacat) baik secara rasa, tekstur, kemasan, dan ketepatan pemesanan, menyediakan pilihan antara matang atau mentah untuk produk *Macaroni Brulee Bomb* demi memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan, jika ada komplain maka *Pasta'lah* akan menyelesaikan keluhan tersebut sesegera mungkin dengan mencari solusi dan mengevaluasi agar tidak terulang kembali.

BAB XIV OPERASIONAL USAHA

14.1 Pembelanjaan Investasi Barang Modal

Untuk memulai sebuah bisnis dibutuhkan modal atau investasi awal. Jenis-jenis dari barang modal ditentukan berdasarkan jenis dari usaha. Di mana *Pasta'lah* menjual *workshop* paket produk *food and beverage*, yaitu Spageti Sambal Matah, Spageti Rendang, dan *Macaroni Brulee Bomb*.

Pembelanjaan alat yang dilakukan *Pasta'lah* sebagai

INVESTASI MODAL AWAL (ALAT)						
No.	Keterangan	Merk	Harga/pcs	Quantity	UOM	Jumlah
PERIODE 5 TAHUN						
1	Gerobak Kayu 1 meter	-	Rp 2.500.000	1	pcs	Rp 2.500.000
2	Kulkas 1 pintu	SHARP SJ-N162D	Rp 1.299.000	1	pcs	Rp 1.299.000
3	Kompos Gas 2 Tungku	RINAI RI302S	Rp 308.510	1	pcs	Rp 308.510
4	Selang dan Regulator Gas	QUANTUM QRL032	Rp 82.890	1	pcs	Rp 82.890
5	Tabung Gas	LPG	Rp 156.500	1	pcs	Rp 156.500
6	Blender 2 Liter	PHILIPS HR2221/30	Rp 325.000	1	pcs	Rp 325.000
7	Banner dan Spanduk	-	Rp 150.000	2	pcs	Rp 300.000
8	<i>Teflon</i> 18 cm	PERO	Rp 112.000	2	pcs	Rp 224.000
9	Panci 20cm x 12cm	GLOBAL EAGLE	Rp 37.000	2	pcs	Rp 74.000
10	Kuali Penggorengan	SUPER 899 No. 11	Rp 20.999	2	pcs	Rp 41.998
11	<i>Kitchen Tong</i> 9 inch	KOMODO	Rp 32.000	4	pcs	Rp 128.000
12	Pisau	FREMIR	Rp 65.000	2	pcs	Rp 130.000
13	Talenan 20cm x 33cm	NATIONAL	Rp 20.000	5	pcs	Rp 100.000
14	<i>Strainer</i>	-	Rp 25.000	2	pcs	Rp 50.000
15	Toples 5 liter	CLIO	Rp 25.000	2	pcs	Rp 50.000
16	Timbangan Digital	GOTO	Rp 42.700	2	pcs	Rp 85.400
17	Parutan Keju Stainless	-	Rp 2.400	5	pcs	Rp 12.000
18	Sutil Silikon	GOTO	Rp 11.900	5	pcs	Rp 59.500
19	<i>Food Container</i> 11,5 liter	DONATSU	Rp 39.000	4	pcs	Rp 156.000
20	<i>Container Set</i>	CALISTA	Rp 32.000	5	pack	Rp 160.000
21	<i>Bowl</i> 15 cm	VOOVA	Rp 3.800	9	pcs	Rp 34.200
22	Spoon Set (6 pcs)	KOMODO	Rp 11.500	2	pack	Rp 23.000
23	Galon Air Mineral	AQUA	Rp 37.000	3	pcs	Rp 111.000
24	Lap microfiber 35X35 cm	DAVID PALMER	Rp 5.500	15	pcs	Rp 82.500
25	Trash Bin 12 liter	LOVENIA	Rp 44.999	2	pcs	Rp 89.998
26	Meja Lipat 60cm x 120 cm	ZDZ-1	Rp 214.000	1	pcs	Rp 214.000
TOTAL						Rp 6.797.496

investasi di 5 tahun kedepan, yaitu:

Tabel 14.1 Investasi Modal Awal (Alat)

Dari tabel di atas, dapat dilihat rincian pembelanjaan alat yang dipergunakan oleh *Pasta'lah* 5 tahun kedepan dengan total investasi alat Rp6.797.496.

14.2 Perhitungan Biaya Setiap Tahun

Dalam menjalankan sebuah bisnis tentunya terdapat biaya yang harus dikeluarkan perusahaan baik biaya operasional maupun biaya non-operasional. Di usaha *Pasta'lah* biaya operasional meliputi biaya bahan baku dan biaya bahan kemasan sedangkan biaya non-operasional adalah biaya pemasaran, biaya listrik dan air, biaya bahan bakar, dan sebagainya.

14.2.1 Biaya Operasional

Food Cost adalah biaya produksi yang dikeluarkan untuk mengolah suatu bahan makanan menjadi hidangan yang siap disajikan, tidak termasuk biaya produksi lain seperti biaya gaji, biaya listrik, biaya sewa dan lain-lainnya (*Barnard, 1999, p.197*).

No	Ingredients	QTY	UOM	Market Price	Price / Unit	Cost
Spageti (Matah)						
1	Spageti	71,5 gr		Rp 27.499	1000 gr	Rp 27,499
2	Water	750 ml		Rp 20.000	19000 ml	Rp 1,053
3	Salt	4,1 gr		Rp 2.499	250 gr	Rp 9,996
4	Oil	5 ml		Rp 30.000	2000 ml	Rp 15
5	Garlic	5 gr		Rp 25.000	500 gr	Rp 50
6	Pepper	2,4 gr		Rp 10.000	40 gr	Rp 250
Biaya/1 Porsi						Rp3.721,64

Tabel 14.2 Spageti Sambal Matah

No	Ingredients	QTY	UOM	Market Price	Price / Unit	Cost
Ayam (Matah & Rendang)						
1	Chicken Breast	55 gr		Rp 45.000	1000 gr	Rp 45
2	Lime	2,5 gr		Rp 2.000	58 gr	Rp 34,48
3	Garlic	5 gr		Rp 25.000	500 gr	Rp 50
4	Chicken Powder	1 gr		Rp 9.250	250 gr	Rp 37
5	Salt	1 gr		Rp 2.499	250 gr	Rp 10
6	Pepper	0,5 gr		Rp 4.000	40 gr	Rp 100
7	Oil	5 ml		Rp 30.000	2000 ml	Rp 15
Biaya/1 Porsi						Rp 2.983,2

Tabel 14.3 Ayam Sambal Matah

No	Ingredients	QTY	UOM	Market Price		Price / Unit	Cost
Sambal Matah							
1	Shallot	14 gr		Rp 28.000	1000 gr	Rp 28	Rp 392
2	Bird's Eye Chili	7 gr		Rp 45.000	500 gr	Rp 90	Rp 630
3	Lemongrass	3 gr		Rp 3.000	200 gr	Rp 15	Rp 45
4	Lime Leaf	0,3 gr		Rp 2.000	50 gr	Rp 40	Rp 12
5	Lime	3,3 gr		Rp 2.000	58 gr	Rp 34,48	Rp 114
6	Oil	5 ml		Rp 30.000	2000 ml	Rp 15	Rp 75
7	Salt	1 gr		Rp 2.499	250 gr	Rp 10	Rp 10
8	Pepper	0,5 gr		Rp 4.000	40 gr	Rp 100	Rp 50
Biaya/1 Porsi							Rp 1.327,79

Tabel 14.4 Sambal Matah

No	Ingredients	QTY	UOM	Market Price		Price / Unit	Cost
Garnish Spageti Sambal Matah							
1	Emping Melinjo	10 gr		Rp 34.000	500 gr	Rp 68	Rp 680
Biaya/1 Porsi							Rp 680

Tabel 14.5 Garnish Sambal Matah

No	Ingredients	QTY	UOM	Market Price		Price / Unit	Cost
Packaging Cost							
1	Paper Bowl	1 pcs		Rp 21.000	25 pcs	Rp 840	Rp 840
2	Chopstick	1 pcs		Rp 4.900	50 pcs	Rp 96	Rp 96
3	Sticker	1 pcs		Rp 3.500	65 pcs	Rp 53,8	Rp 53,8
4	Plastick Bag	1 pcs		Rp 3.600	50 pcs	Rp 72	Rp 72
5	Plastick Clip	1 pcs		Rp 4.000	100 pcs	Rp 40	Rp 40
Biaya/1 Porsi							Rp 1.101,8

Tabel 14.6 Packaging Sambal Matah

No	Ingredients	QTY	UOM	Weight	Price
PASTA'LAH SPAGETI SAMBAL MATAH					
1	Spageti	1 pcs		165 gr	Rp 3.722
2	Ayam	1 pcs		55 gr	Rp 2.983
3	Sambal Matah	1 pcs		33 gr	Rp 1.328
4	Garnish	1 pcs		10 gr	Rp 680
5	Packaging	1 pcs		-	Rp 1.102
Biaya per Paket					Rp 9.814
Misc. 5%					Rp 491
Biaya Bahan (Food Cost)					52% Rp 10.305
Selling Price					Rp 20.000
Contribution Margin					Rp 9.695

Tabel 14.7 Food Cost Spageti Sambal Matah

No	Ingredients	QTY	UOM	Market Price		Price / Unit	Cost
Spageti (Rendang)							
1	Spageti	71,5 gr	Rp	27.499	1000 gr	Rp 27,5	Rp 1.966,18
2	Water	750 ml	Rp	20.000	19000 ml	Rp 1	Rp 150
3	Salt	0,5 gr	Rp	2.499	250 gr	Rp 10	Rp 5
4	Oil	3 ml	Rp	30.000	2000 ml	Rp 15	Rp 45
Biaya/1 Porsi							Rp 2.166

Tabel 14.8 Spageti Rendang

No	Ingredients	QTY	UOM	Market Price		Price / Unit	Cost
Ayam (Matah & Rendang)							
1	Chicken Breast	55 gr	Rp	45.000	1000 gr	Rp 45	Rp 2.475
2	Lime	2,5 gr	Rp	2.000	58 gr	Rp 34,48	Rp 86
3	Garlic	5 gr	Rp	25.000	500 gr	Rp 50	Rp 250
4	Chicken Powder	1 gr	Rp	9.250	250 gr	Rp 37	Rp 37
5	Salt	1 gr	Rp	2.499	250 gr	Rp 10	Rp 10
6	Pepper	0,5 gr	Rp	4.000	40 gr	Rp 100	Rp 50
7	Oil	5 ml	Rp	30.000	2000 ml	Rp 15	Rp 75
Biaya/1 Porsi							Rp 2.983

Tabel 14.9 Ayam Rendang

No	Ingredients	QTY	UOM	Market Price		Price / Unit	Cost
Rendang							
1	Cabai Keriting	7,8 gr	Rp	10.000	100 gr	Rp 100	Rp 780
2	Cabai Besar	6,25 gr	Rp	10.000	100 gr	Rp 100	Rp 625
3	Ketumbar	0,94 gr	Rp	2.500	100 gr	Rp 25	Rp 23,5
4	Daun Salam	0,1 gr	Rp	1.000	30 gr	Rp 33,3	Rp 3,33
5	Lengkuas	0,25 gr	Rp	2.000	100 gr	Rp 20	Rp 5
6	Jahe	0,25 gr	Rp	3.000	100 gr	Rp 30	Rp 7,5
7	Kapulaga	0,3 gr	Rp	6.500	50 gr	Rp 130	Rp 39
8	Cengkeh	0,125 gr	Rp	4.400	20 gr	Rp 220	Rp 27,5
9	Biji Pala	0,4 gr	Rp	2.000	10 gr	Rp 200	Rp 80
10	Daun Jeruk	0,1 gr	Rp	2.000	50 gr	Rp 40	Rp 4
11	Bawang Putih	15 gr	Rp	25.000	500 gr	Rp 50	Rp 750
12	Bawang Merah	12,5 gr	Rp	28.000	1000 gr	Rp 28	Rp 350
13	Sereh	1,25 gr	Rp	3.000	200 gr	Rp 15	Rp 18,8
14	Kelapa	0,1 pcs	Rp	8.000	1 pcs	Rp 8.000	Rp 800
15	Oil	15 ml	Rp	30.000	2000 ml	Rp 15	Rp 225
16	Sugar	0,3 gr	Rp	10.000	500 gr	Rp 20	Rp 6
17	Salt	1 gr	Rp	2.499	250 gr	Rp 10	Rp 10
18	Pepper	0,5 gr	Rp	4.000	40 gr	Rp 100	Rp 50
Biaya/1 Porsi							Rp 3.805

Tabel 14.10 Rendang

No	Ingredients	QTY	UOM	Market Price		Price / Unit	Cost
Garnish Spageti Rendang							
1	Green Onion	2,6 gr	Rp	2.000	100 gr	Rp 20	Rp 52
2	Emping Melinjo	10 gr	Rp	38.000	500 gr	Rp 76	Rp 760
Biaya/1 Porsi							Rp 812

Tabel 14.11 Garnish Rendang

No	Ingredients	QTY	UOM	Market Price		Price / Unit	Cost
Packaging Cost							
1	Paper Bowl	1 pcs	Rp	21.000	25 pcs	Rp 840	Rp 840
2	Chopstick	1 pcs	Rp	4.900	50 pcs	Rp 96	Rp 96
3	Sticker	1 pcs	Rp	3.500	65 pcs	Rp 53,8	Rp 53,8
4	Plastick Bag	1 pcs	Rp	3.600	50 pcs	Rp 72	Rp 72
5	Plastick Clip	1 pcs	Rp	4.000	100 pcs	Rp 40	Rp 40
Biaya/1 Porsi							Rp 1.102

Tabel 14.12 Packaging Rendang

No	Ingredients	QTY	UOM	Weight	Price	
PASTA'LAH SPAGETI RENDANG						
1	Spageti	1 pcs		165 gr	Rp	2.166
2	Ayam	1 pcs		55 gr	Rp	2.983
3	Rendang	1 pcs		60 gr	Rp	3.805
4	Garnish	1 pcs		10 gr	Rp	812
5	Packaging	1 pcs		-	Rp	1.102
Biaya per Paket					Rp	10.868
Misc. 5%					Rp	543
Biaya Bahan (Food Cost)					57%	Rp 11.411
Selling Price					Rp	20.000
Contribution Margin					Rp	8.589

Tabel 14.13 Food Cost Spageti Rendang

No	Ingredients	QTY	UOM	Market Price		Price / Unit	Cost
Makaroni							
1	Macaroni	28 gr	Rp	19.000	1000 gr	Rp 19	Rp 532
2	Water	215 ml	Rp	20.000	19000 ml	Rp 1	Rp 226
3	Salt	0,5 gr	Rp	2.499	250 gr	Rp 10	Rp 5
4	Oil	5 ml	Rp	30.000	2000 ml	Rp 15	Rp 75
Biaya/1 Porsi							Rp 838

Tabel 14.14 Macaroni

No	Ingredients	QTY	UOM	Market Price		Price / Unit	Cost
Bolognese Sauce							
1	Tomato	16,7 gr	Rp	6.000	500 gr	Rp 12	Rp 200
2	Onion	13,3 gr	Rp	20.000	1000 gr	Rp 20	Rp 266
3	Oregano	0,3 gr	Rp	14.600	42 gr	Rp 348	Rp 104
4	Garlic	3 gr	Rp	25.000	500 gr	Rp 50	Rp 150
5	Tomato Paste	5,7 gr	Rp	13.000	170 gr	Rp 76	Rp 436
6	Carrot	8,3 gr	Rp	4.000	250 gr	Rp 16	Rp 133
7	Milk	3,5 ml	Rp	18.000	1000 ml	Rp 18	Rp 63
8	Oil	15 ml	Rp	30.000	2000 ml	Rp 15	Rp 225
9	Sugar	0,3 gr	Rp	10.000	500 gr	Rp 20	Rp 6
10	Salt	1 gr	Rp	2.499	250 gr	Rp 10	Rp 10
11	Pepper	0,5 gr	Rp	4.000	40 gr	Rp 100	Rp 50
Biaya/1 Porsi							Rp 1.643

Tabel 14.15 Bolognese Sauce

No	Ingredients	QTY	UOM	Market Price		Price / Unit	Cost
Béchamel							
1	Margarine	21,7 gr		Rp 12.750	500 gr	Rp 25,5	Rp 553
2	Flour	15 gr		Rp 11.000	1000 gr	Rp 11,0	Rp 165
3	Milk	50 ml		Rp 18.000	1000 ml	Rp 18,0	Rp 900
4	Cheese	20 gr		Rp 108.500	2000 gr	Rp 54,3	Rp 1.085
5	Salt	1 gr		Rp 2.499	250 gr	Rp 10,0	Rp 10
6	Pepper	0,5 gr		Rp 4.000	40 gr	Rp 100,0	Rp 50
7	Nutmeg Powder	0,06 gr		Rp 18.900	35 gr	Rp 540	Rp 36
Biaya/1 Porsi							Rp 2.799

Tabel 14.16 *Béchamel*

No	Ingredients	QTY	UOM	Market Price		Price / Unit	Cost
Coating & Frying							
1	Flour	10 gr		Rp 11.000	1000 gr	Rp 11	Rp 110
2	Bread Crumb	10 gr		Rp 30.000	1000 gr	Rp 30	Rp 300
3	Egg	0,6 pcs		Rp 28.000	18 pcs	Rp 1.556	Rp 933
4	Oil	30 ml		Rp 30.000	2000 ml	Rp 15	Rp 450
Biaya/1 Porsi							Rp 1.793

Tabel 14.17 *Coating & Frying*

No	Ingredients	QTY	UOM	Market Price		Price / Unit	Cost
Sambal Matah							
1	Shallot	9 gr		Rp 28.000	1000 gr	Rp 28	Rp 252
2	Bird's Eye Chili	5 gr		Rp 45.000	500 gr	Rp 90	Rp 450
3	Lemongrass	3 gr		Rp 3.000	200 gr	Rp 15	Rp 45
4	Lime Leaf	0,2 gr		Rp 2.000	50 gr	Rp 40	Rp 8
5	Lime	1,3 gr		Rp 2.000	58 gr	Rp 34,48	Rp 45
6	Oil	2 ml		Rp 30.000	2000 ml	Rp 15	Rp 30
7	Salt	0,7 gr		Rp 2.499	250 gr	Rp 10	Rp 7
8	Pepper	0,3 gr		Rp 4.000	40 gr	Rp 100	Rp 30
Biaya/1 Porsi							Rp 867

Tabel 14.118 *Sambal Matah Brulee*

No	Ingredients	QTY	UOM	Market Price		Price / Unit	Cost
Packaging Cost							
1	Paper Bowl	1 pcs		Rp 21.000	25 pcs	Rp 840	Rp 840
2	Spork	1 pcs		Rp 19.500	100 pcs	Rp 195	Rp 195
3	Sticker	1 pcs		Rp 3.500	65 pcs	Rp 53,8	Rp 53,8
4	Plastick Bag	1 pcs		Rp 3.600	50 pcs	Rp 72	Rp 72
5	Plastick Clip	1 pcs		Rp 4.000	100 pcs	Rp 40	Rp 40
Biaya/1 Porsi							Rp 1.201

Tabel 14.19 *Packaging Macaroni Brulee Bomb*

No	Ingredients	QTY UOM	Weight	Price
PASTA'LAH MAKARONI BRULEE BOMB				
1	Makaroni	1 pcs	62 gr	Rp 838
2	Bolognese Sauce	1 pcs	30 gr	Rp 1.643
3	Bechamel	1 pcs	90 gr	Rp 2.799
4	Sambal Matah	2 pcs	20 gr	Rp 867
5	Coating & Frying	1 pcs	-	Rp 1.793
6	Packaging	1 pcs	-	Rp 1.201
Biaya per Paket				Rp 9.142
Misc. 5%				Rp 457
Biaya Bahan (Food Cost)				48% Rp 9.599
Selling Price				Rp 20.000
Contribution Margin				Rp 10.401

Tabel 14.20 Food Cost Macaroni Brulee Bomb

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa *Food Cost* Spageti Sambal Matah Rp10.305, *contribution margin* Rp9.695, dengan harga jual Rp20.000. Spageti Rendang dijual dengan harga Rp20.000, dengan *Food Cost* sebesar Rp11.411, dan *contribution margin* Rp8.589. Dan menu terakhir *Macaroni Brulee Bomb* dengan *Food Cost* Rp9.142, *contribution margin* Rp10.401, dengan harga jual Rp20.000.

14.2.2. Biaya Non Operasional

Beban non operasional adalah beban yang terjadi bukan karena kegiatan utama perusahaan atau tidak berkaitan langsung dengan kegiatan utama perusahaan dan yang sifatnya *incidental* atau diluar usaha. (Afkar, 2015).

No.	Fix Cost	Biaya	QTY	Vol	Jumlah
1	Listrik dan Air	Rp 100.000	1	1	Rp 100.000
2	Transportasi	Rp 10.000	2	4	Rp 80.000
3	Gas	Rp 20.000	1	4	Rp 80.000
4	Internet	Rp 24.000	1	4	Rp 96.000
5	Sewa Tempat	Rp 500.000	1	1	Rp 500.000
6	Penyusutan Alat	Rp 113.292	1	1	Rp 113.292
7	Lain-lain	Rp 100.000	1	1	Rp 100.000
TOTAL					Rp 1.069.292

Tabel 14.21 Biaya Non Operasional

14.3 Estimasi Penjualan dan Pendapatan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), estimasi adalah penilaian, perkiraan, atau pendapat. Penggunaan kata estimasi biasanya terkait suatu hal yang masih dalam prediksi, sehingga bisa benar ataupun salah. Dengan adanya estimasi penjualan maka dapat memperkirakan pendapatan penjualan dengan memprediksi jumlah produk atau layanan yang akan dijual. Dengan penjualan real *Pasta'lah* berikut ini estimasi penjualan produk *Pasta'lah* 5 tahun kedepan.

ESTIMASI SALES TAHUN KE-1										
No	Produk	Basic Data			EST/DAY					
		FC/Portion	Selling Price	FC%	QTY	FC	CM/Portion	Sales	CM	
1	Spageti Sambal Matah	Rp 10.305	Rp 20.000	52%	8	Rp 82.440	Rp 9.695	Rp 160.000	Rp 77.560	
2	Spageti Rendang	Rp 11.411	Rp 20.000	57%	5	Rp 57.055	Rp 8.589	Rp 100.000	Rp 42.945	
3	Makaroni Brulee Bomb	Rp 9.599	Rp 20.000	48%	16	Rp 153.584	Rp 10.401	Rp 320.000	Rp 166.416	
TOTAL					29	Rp 293.079	Rp 28.685	Rp 580.000	Rp 286.921	
Estimasi berdasarkan penjualan real bulan 1&2										
EST/WEEK					EST/MONTH					
QTY	FC	CM/Portion	Sales	CM	QTY	FC	CM/Portion	Sales	CM	
32	Rp 329.760	Rp 9.695	Rp 640.000	Rp 310.240	128	Rp 1.319.040	Rp 9.695	Rp 2.560.000	Rp 1.240.960	
20	Rp 228.220	Rp 8.589	Rp 400.000	Rp 171.780	80	Rp 912.880	Rp 8.589	Rp 1.600.000	Rp 687.120	
64	Rp 614.336	Rp 10.401	Rp 1.280.000	Rp 665.664	256	Rp 2.457.344	Rp 10.401	Rp 5.120.000	Rp 2.662.656	
116	Rp 1.172.316	Rp 28.685	Rp 2.320.000	Rp 1.147.684	464	Rp 4.689.264	Rp 28.685	Rp 9.280.000	Rp 4.590.736	
EST/YEAR										
QTY	FC	CM/Portion	Sales	CM						
1536	Rp 15.828.480	Rp 9.695	Rp 30.720.000	Rp 14.891.520						
960	Rp 10.954.560	Rp 8.589	Rp 19.200.000	Rp 8.245.440						
3072	Rp 29.488.128	Rp 10.401	Rp 61.440.000	Rp 31.951.872						
5568	Rp 56.271.168	Rp 28.685	Rp 111.360.000	Rp 55.088.832						

Tabel 14.22 Estimasi Sales Tahun Ke-1

Pada tahun pertama *Pasta'lah* melakukan perhitungan perkiraan penjualan berdasarkan pendapatan real yang *Pasta'lah* peroleh saat memasarkan produk berdasarkan harga jual yaitu Rp20.000. Perhari nya *Pasta'lah* menjual 29 porsi terdiri dari 8 porsi Spageti Sambal Matah, 5 porsi Spageti Rendang, dan 16 porsi *Macaroni Brulee Bomb*. Dan di tahun pertama ini *Pasta'lah* memilih untuk menggunakan metode penjualan offline di kantin IP Trisakti setiap hari Senin, Selasa, Kamis, dan Jumat dengan total 4 hari dalam seminggu. Dan juga menerima pesanan di luar area Trisakti dengan sistem pre-order.

ESTIMASI SALES TAHUN KE-2										
No	Produk	Basic Data			EST/DAY					
		FC/Portion	Selling Price	FC%	QTY	FC	CM/Portion	Sales	CM	
1	Spageti Sambal Matah	Rp 10.305	Rp 20.000	52%	9	Rp 92.745	Rp 9.695	Rp 180.000	Rp 87.255	
2	Spageti Rendang	Rp 11.411	Rp 20.000	57%	6	Rp 68.466	Rp 8.589	Rp 120.000	Rp 51.534	
3	Makaroni Brulee Bomb	Rp 9.599	Rp 20.000	48%	17	Rp 163.183	Rp 10.401	Rp 340.000	Rp 176.817	
TOTAL					32	Rp 324.394	Rp 28.685	Rp 640.000	Rp 315.606	
EST/WEEK					EST/MONTH					
QTY	FC	CM/Portion	Sales	CM	QTY	FC	CM/Portion	Sales	CM	
36	Rp 370.980	Rp 9.695	Rp 720.000	Rp 349.020	144	Rp 1.483.920	Rp 9.695	Rp 2.880.000	Rp 1.396.080	
24	Rp 273.864	Rp 8.589	Rp 480.000	Rp 206.136	96	Rp 1.095.456	Rp 8.589	Rp 1.920.000	Rp 824.544	
68	Rp 652.732	Rp 10.401	Rp 1.360.000	Rp 707.268	272	Rp 2.610.928	Rp 10.401	Rp 5.440.000	Rp 2.829.072	
128	Rp 1.297.576	Rp 28.685	Rp 2.560.000	Rp 1.262.424	512	Rp 5.190.304	Rp 28.685	Rp 10.240.000	Rp 5.049.696	
EST/YEAR										
QTY	FC	CM/Portion	Sales	CM						
1728	Rp 17.807.040	Rp 9.695	Rp 34.560.000	Rp 16.752.960						
1152	Rp 13.145.472	Rp 8.589	Rp 23.040.000	Rp 9.894.528						
3264	Rp 31.331.136	Rp 10.401	Rp 65.280.000	Rp 33.948.864						
6144	Rp 62.283.648	Rp 28.685	Rp 122.880.000	Rp 60.596.352						

Tabel 14.23 Estimasi Sales Tahun Ke-2

Tahun kedua *Pasta'lah* berbisnis di dunia kuliner, terjadi kenaikan pesanan perhari sebesar 1% dengan total penjualan 32 porsi perhari, terdiri dari 9 porsi Spageti Sambal Matah, 6 porsi Spageti Rendang, dan 17 porsi *Macaroni Brulee Bomb*.

ESTIMASI SALES TAHUN KE-3										
No	Produk	Basic Data			EST/DAY					
		FC/Portion	Selling Price	FC%	QTY	FC	CM/Portion	Sales	CM	
1	Spageti Sambal Matah	Rp 10.305	Rp 20.000	52%	10	Rp 103.050	Rp 9.695	Rp 200.000	Rp 96.950	
2	Spageti Rendang	Rp 11.411	Rp 20.000	57%	7	Rp 79.877	Rp 8.589	Rp 140.000	Rp 60.123	
3	Makaroni Brulee Bomb	Rp 9.599	Rp 20.000	48%	18	Rp 172.782	Rp 10.401	Rp 360.000	Rp 187.218	
TOTAL					35	Rp 355.709	Rp 28.685	Rp 700.000	Rp 344.291	
EST/WEEK					EST/MONTH					
QTY	FC	CM/Portion	Sales	CM	QTY	FC	CM/Portion	Sales	CM	
40	Rp 412.200	Rp 9.695	Rp 800.000	Rp 387.800	160	Rp 1.648.800	Rp 9.695	Rp 3.200.000	Rp 1.551.200	
28	Rp 319.508	Rp 8.589	Rp 560.000	Rp 240.492	112	Rp 1.278.032	Rp 8.589	Rp 2.240.000	Rp 961.968	
72	Rp 691.128	Rp 10.401	Rp 1.440.000	Rp 748.872	288	Rp 2.764.512	Rp 10.401	Rp 5.760.000	Rp 2.995.488	
140	Rp 1.422.836	Rp 28.685	Rp 2.800.000	Rp 1.377.164	560	Rp 5.691.344	Rp 28.685	Rp 11.200.000	Rp 5.508.656	
EST/YEAR										
QTY	FC	CM/Portion	Sales	CM						
1920	Rp 19.785.600	Rp 9.695	Rp 38.400.000	Rp 18.614.400						
1344	Rp 15.336.384	Rp 8.589	Rp 26.880.000	Rp 11.543.616						
3456	Rp 33.174.144	Rp 10.401	Rp 69.120.000	Rp 35.945.856						
6720	Rp 68.296.128	Rp 28.685	Rp 134.400.000	Rp 66.103.872						

Tabel 14.24 Estimasi Sales Tahun Ke-3

Tahun ketiga *Pasta'lah* berbisnis di dunia kuliner, terjadi kenaikan pesanan perhari sebesar 1% dengan total penjualan 35 porsi perhari, terdiri dari 10 porsi Spageti Sambal Matah, 7 porsi Spageti Rendang, dan 18 porsi *Macaroni Brulee Bomb*.

ESTIMASI SALES TAHUN KE-4										
No	Produk	Basic Data			EST/DAY					
		FC/Portion	Selling Price	FC%	QTY	FC	CM/Portion	Sales	CM	
1	Spageti Sambal Matah	Rp 10.305	Rp 20.000	52%	11	Rp 113.355	Rp 9.695	Rp 220.000	Rp 106.645	
2	Spageti Rendang	Rp 11.411	Rp 20.000	57%	8	Rp 91.288	Rp 8.589	Rp 160.000	Rp 68.712	
3	Makaroni Brulee Bomb	Rp 9.599	Rp 20.000	48%	19	Rp 182.381	Rp 10.401	Rp 380.000	Rp 197.619	
TOTAL					38	Rp 387.024	Rp 28.685	Rp 760.000	Rp 372.976	
EST/WEEK					EST/MONTH					
QTY	FC	CM/Portion	Sales	CM	QTY	FC	CM/Portion	Sales	CM	
44	Rp 453.420	Rp 9.695	Rp 880.000	Rp 426.580	176	Rp 1.813.680	Rp 9.695	Rp 3.520.000	Rp 1.706.320	
32	Rp 365.152	Rp 8.589	Rp 640.000	Rp 274.848	128	Rp 1.460.608	Rp 8.589	Rp 2.560.000	Rp 1.099.392	
76	Rp 729.524	Rp 10.401	Rp 1.520.000	Rp 790.476	304	Rp 2.918.096	Rp 10.401	Rp 6.080.000	Rp 3.161.904	
152	Rp 1.548.096	Rp 28.685	Rp 3.040.000	Rp 1.491.904	608	Rp 6.192.384	Rp 28.685	Rp 12.160.000	Rp 5.967.616	
EST/YEAR					EST/MONTH					
QTY	FC	CM/Portion	Sales	CM	QTY	FC	CM/Portion	Sales	CM	
2112	Rp 21.764.160	Rp 9.695	Rp 42.240.000	Rp 20.475.840	176	Rp 1.813.680	Rp 9.695	Rp 3.520.000	Rp 1.706.320	
1536	Rp 17.527.296	Rp 8.589	Rp 30.720.000	Rp 13.192.704	128	Rp 1.460.608	Rp 8.589	Rp 2.560.000	Rp 1.099.392	
3648	Rp 35.017.152	Rp 10.401	Rp 72.960.000	Rp 37.942.848	304	Rp 2.918.096	Rp 10.401	Rp 6.080.000	Rp 3.161.904	
7296	Rp 74.308.608	Rp 28.685	Rp 145.920.000	Rp 71.611.392	608	Rp 6.192.384	Rp 28.685	Rp 12.160.000	Rp 5.967.616	

Tabel 14.25 Estimasi Sales Tahun Ke-4

Tahun keempat *Pasta'lah* berbisnis di dunia kuliner, terjadi kenaikan pesanan perhari sebesar 1% dengan total penjualan 38 porsi perhari, terdiri dari 11 porsi Spageti Sambal Matah, 8 porsi Spageti

ESTIMASI SALES TAHUN KE-5										
No	Produk	Basic Data			EST/DAY					
		FC/Portion	Selling Price	FC%	QTY	FC	CM/Portion	Sales	CM	
1	Spageti Sambal Matah	Rp 10.305	Rp 20.000	52%	12	Rp 123.660	Rp 9.695	Rp 240.000	Rp 116.340	
2	Spageti Rendang	Rp 11.411	Rp 20.000	57%	9	Rp 102.699	Rp 8.589	Rp 180.000	Rp 77.301	
3	Makaroni Brulee Bomb	Rp 9.599	Rp 20.000	48%	20	Rp 191.980	Rp 10.401	Rp 400.000	Rp 208.020	
TOTAL					41	Rp 418.339	Rp 28.685	Rp 820.000	Rp 401.661	
EST/WEEK					EST/MONTH					
QTY	FC	CM/Portion	Sales	CM	QTY	FC	CM/Portion	Sales	CM	
48	Rp 494.640	Rp 9.695	Rp 960.000	Rp 465.360	192	Rp 1.978.560	Rp 9.695	Rp 3.840.000	Rp 1.861.440	
36	Rp 410.796	Rp 8.589	Rp 720.000	Rp 309.204	144	Rp 1.643.184	Rp 8.589	Rp 2.880.000	Rp 1.236.816	
80	Rp 767.920	Rp 10.401	Rp 1.600.000	Rp 832.080	320	Rp 3.071.680	Rp 10.401	Rp 6.400.000	Rp 3.328.320	
164	Rp 1.673.356	Rp 28.685	Rp 3.280.000	Rp 1.606.644	656	Rp 6.693.424	Rp 28.685	Rp 13.120.000	Rp 6.426.576	
EST/YEAR					EST/MONTH					
QTY	FC	CM/Portion	Sales	CM	QTY	FC	CM/Portion	Sales	CM	
2304	Rp 23.742.720	Rp 9.695	Rp 46.080.000	Rp 22.337.280	192	Rp 1.978.560	Rp 9.695	Rp 3.840.000	Rp 1.861.440	
1728	Rp 19.718.208	Rp 8.589	Rp 34.560.000	Rp 14.841.792	144	Rp 1.643.184	Rp 8.589	Rp 2.880.000	Rp 1.236.816	
3840	Rp 36.860.160	Rp 10.401	Rp 76.800.000	Rp 39.939.840	320	Rp 3.071.680	Rp 10.401	Rp 6.400.000	Rp 3.328.320	
7872	Rp 80.321.088	Rp 28.685	Rp 157.440.000	Rp 77.118.912	656	Rp 6.693.424	Rp 28.685	Rp 13.120.000	Rp 6.426.576	

Rendang, dan 19 porsi *Macaroni Brulee Bomb*.

Tabel 14.26 Estimasi Sales Tahun Ke-5

Tahun kelima *Pasta'lah* berbisnis di dunia kuliner, terjadi kenaikan pesanan perhari sebesar 1% dengan total penjualan 41 porsi perhari, terdiri dari 12 porsi Spageti Sambal Matah, 9 porsi Spageti Rendang, dan 20 porsi *Macaroni Brulee Bomb*.

14.4 Proyeksi Laporan Laba Rugi

Proyeksi laba rugi adalah laporan keuangan yang menampilkan perhitungan pendapatan, laba kotor, dan laba bersih suatu usaha sehingga dapat memberikan gambaran apakah usaha yang dijalankan mengalami keuntungan atau sebaliknya, yaitu buntung.

PENDAPATAN			Per Week	Month 1	Year 1
No	Penjualan	Harga			
1	Spageti Sambal Matah	Rp 20.000	Rp 640.000	Rp 2.560.000	Rp 30.720.000
2	Spageti Rendang	Rp 20.000	Rp 400.000	Rp 1.600.000	Rp 19.200.000
3	Makaroni Brulee Bomb	Rp 20.000	Rp 1.280.000	Rp 5.120.000	Rp 61.440.000
TOTAL PENDAPATAN			Rp 2.320.000	Rp 9.280.000	Rp 111.360.000
HPP			Per Week	Month 1	Year 1
No	Penjualan	Harga			
1	Spageti Sambal Matah		Rp 329.760	Rp 1.319.040	Rp 15.828.480
2	Spageti Rendang		Rp 228.220	Rp 912.880	Rp 10.954.560
3	Makaroni Brulee Bomb		Rp 614.336	Rp 2.457.344	Rp 29.488.128
TOTAL HPP			Rp 1.172.316	Rp 4.689.264	Rp 56.271.168
BRUTO (LABA KOTOR)			Rp 1.147.684	Rp 4.590.736	Rp 55.088.832
BIAYA OPERASIONAL				Rp 1.069.292	Rp 12.831.499
LABA BERSIH				Rp 3.521.444	Rp 42.257.333

Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Rp 34.560.000	Rp 38.400.000	Rp 42.240.000	Rp 46.080.000
Rp 23.040.000	Rp 26.880.000	Rp 30.720.000	Rp 34.560.000
Rp 65.280.000	Rp 69.120.000	Rp 72.960.000	Rp 76.800.000
Rp 122.880.000	Rp 134.400.000	Rp 145.920.000	Rp 157.440.000

Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Rp 17.807.040	Rp 19.785.600	Rp 21.764.160	Rp 23.742.720
Rp 13.145.472	Rp 15.336.384	Rp 17.527.296	Rp 19.718.208
Rp 31.331.136	Rp 33.174.144	Rp 35.017.152	Rp 36.860.160
Rp 62.283.648	Rp 68.296.128	Rp 74.308.608	Rp 80.321.088
Rp 60.596.352	Rp 66.103.872	Rp 71.611.392	Rp 77.118.912
Rp 13.473.074	Rp 14.146.728	Rp 14.854.064	Rp 15.596.767
Rp 47.123.278	Rp 51.957.144	Rp 56.757.328	Rp 61.522.145

Tabel 14. 27 Proyeksi Laba Rugi

Berdasarkan laporan laba rugi di atas berdasarkan pendapatan asumsi relatif tahun pertama hingga tahun kelima dengan total pendapatan bersih dikurang dengan biaya bahan baku dan biaya operasional laba bersih usaha *Pasta'lah*, yaitu: tahun pertama Rp42.257.333, tahun kedua Rp47.123.278, tahun ketiga Rp51.957.144, tahun keempat Rp56.757.328, dan tahun kelima Rp61.522.145.

14.5 Proyeksi Arus Kas

Proyeksi arus kas adalah perkiraan yang diharapkan mengalir masuk dan keluar dari bisnis usaha, termasuk semua pendapatan dan pengeluaran yang diproyeksikan selama periode tertentu.

PROYEKSI ARUS KAS					
KETERANGAN	TAHUN 1	TAHUN 2	TAHUN 3	TAHUN 4	TAHUN 5
PENJUALAN	Rp 111.360.000	Rp 122.880.000	Rp 134.400.000	Rp 145.920.000	Rp 157.440.000
HPP	Rp 56.271.168	Rp 62.283.648	Rp 68.296.128	Rp 74.308.608	Rp 80.321.088
LABA KOTOR	Rp 55.088.832	Rp 60.596.352	Rp 66.103.872	Rp 71.611.392	Rp 77.118.912
BEBAN OPERASIONAL	Rp 12.831.499	Rp 13.473.074	Rp 14.146.728	Rp 14.854.064	Rp 15.596.767
LABA BERSIH	Rp 42.257.333	Rp 47.123.278	Rp 51.957.144	Rp 56.757.328	Rp 61.522.145
PAJAK	Rp -				
NPAT (NET PROFIT AFTER TAX)	Rp 42.257.333	Rp 47.123.278	Rp 51.957.144	Rp 56.757.328	Rp 61.522.145

Tabel 14.28 Proyeksi Arus Kas *Pasta'lah*

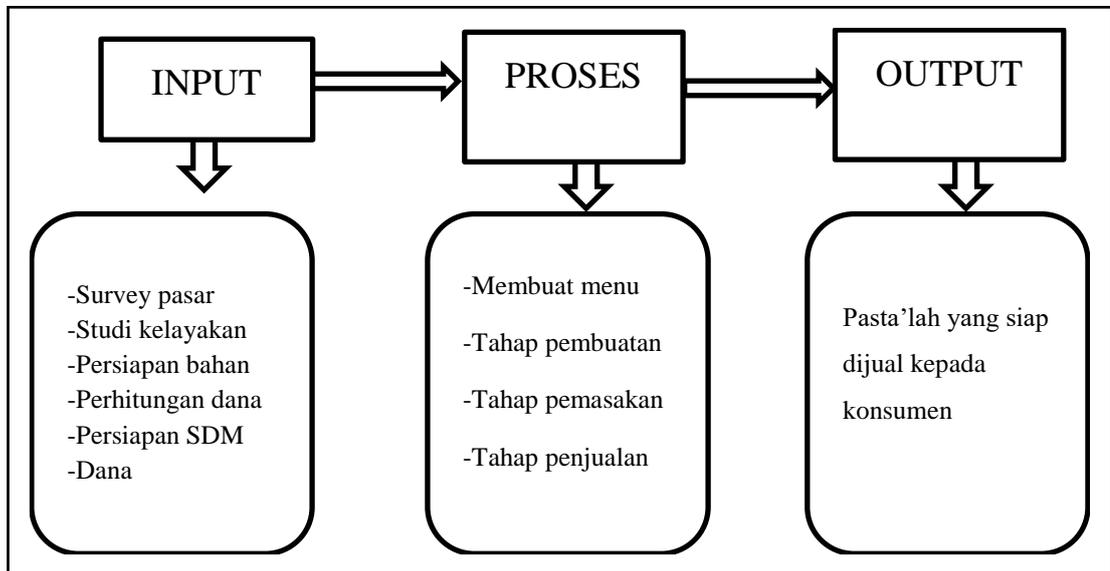
Di atas merupakan tabel penjelasan yang memproyeksikan arus kas usaha *Pasta'lah* yang membantu memberi gambaran jelas mengenai arah bisnis *Pasta'lah*.

BAB XV

EVALUASI PRODUK, PENJUALAN DAN KEPUASAN PELANGGAN

15.1 Evaluasi Produk dan Penjualan

Tahap ini yang akan *Pasta'lah* lakukan adalah tahap evaluasi yang akan dilakukan pada saat produksi produk *Pasta'lah* telah selesai. Tahap evaluasi ini berisikan laporan pada kegiatan mulai dari tahap pra produksi sampai tahap produksi dengan lama waktu tertentu. Tahap pelaporan ini *Pasta'lah* buat dan keuntungan yang didapat, sehingga diperoleh data yang akurat sebagai bahan evaluasi.



Gambar 15. 1 Proses *Output* dan *Input*

Tanggal Produksi	Hasil Evaluasi
22/10/23	<p>Pra Produksi 1 :</p> <p>Pada tahap ini <i>Pasta'lah</i> memiliki 2 varian yaitu Spageti Rendang Ayam dan Spageti Rendang Tongkol namun, rendang tongkol tidak mencapai rasa yang diinginkan sehingga <i>Pasta'lah</i> memutuskan untuk menghilangkan varian tersebut. Setelah itu, <i>Pasta'lah</i> memaksimalkan Rendang ayam dari segi tingkat rasa dan konsistensi tekstur. Lalu <i>Pasta'lah</i> menanyakan kepada pembeli secara lisan berupa kritik dan saran.</p>

22/10/23	<p>Pra Produksi 2 :</p> <p>Berdasarkan kritik dan saran yang diterima <i>Pasta'lah</i> pada penjualan pertama, beberapa konsumen mengkritik mengenai rasa dan aroma bumbu rendang yang kurang terasa akibat penambahan kuantitas santan. Selain tingkat rasa dan aroma, konsumen juga memberikan saran mengenai variasi menu. Maka dari itu, <i>Pasta'lah</i> memutuskan untuk menambah variasi menu, yaitu Spageti Sambal Matah dan <i>Macaroni Brulee Bomb</i>.</p>
24/10/23	<p>Pra produksi 3:</p> <p>Setelah menambahkan variasi menu, <i>Pasta'lah</i> mendapatkan <i>feedback</i> yang cukup baik dari para konsumen. <i>Pasta'lah</i> memutuskan untuk melanjutkan produksi dengan jumlah yang stabil.</p>

Tabel 15. 1 Hasil Evaluasi

Setelah *Output* yang kami buat sesuai dengan konsep yang dirancang , kami juga memiliki rencana 5 tahun kedepan terkait usaha yang ingin dirancang.

Tahun pertama	Tahun kedua	Tahun ketiga
Melakukan riset pasar dan konsep penjualan.	Merencanakan untuk menjual dalam jumlah besar seperti pemesanan untuk acara tertentu.	Menambah alat produksi agar mendukung jumlah penjualan.
Menentukan Harga Pokok Penjualan (HPP) dan sistem keuangan.	Memperluas kerja sama antar distributor serta produsen bahan baku.	Melakukan standarisasi tempat produksi yang sesuai dengan syarat BPOM dan MUI.
Memasarkan merk <i>Pasta'lah</i> dari mulut ke mulut serta online	Memastikan produk aman bagi konsumen.	Melakukan penjualan secara konsisten.
Melakukan penjualan offline di beberapa tempat.	Membuat hak paten merk dagang serta Nomor Induk Berusaha (NIB), Sertifikasi Pangan Induk Rumah	
Melakukan standarisasi produk mulai dari		

gramasi, bahan serta kemasan.	Tangga (PIRT), dan juga logo Halal	
-------------------------------	------------------------------------	--

Tahun keempat	Tahun kelima
<p>Meperluas jaringan untuk mendapatkan investor guna meningkatkan bisnis.</p> <p>Merencanakan kerja sama dalam bidang usaha dengan bagi hasil sesuai kesepakatan (<i>Franchise</i>).</p> <p>Konsisten dalam segi kualitas rasa dan pelayanan guna menciptakan kesan yang baik pada pelanggan.</p>	<p>Memulai Franchise guna memperluas penjualan baik di Pulau Jawa maupun diluar Pulau Jawa</p> <p>Memperluas relasi dan terus menambah jalur pemasaran mulai dari iklan, <i>digital marketing</i>, <i>endorse</i> melalui <i>social media</i></p> <p>Terus melakukan inovasi produk dan membuat <i>sub brand</i></p> <p>Terus beradaptasi dengan kondisi pasar dan permintaan konsumen</p>

Tabel 15. 2 Perencanaan Usaha 5 Tahun Kedepan

15.2. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) suatu produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja semakin melebihi harapan, pelanggan amat puas (Kotler dan Keller, 2007). Sedangkan menurut Irawan (2008:37) kepuasan pelanggan di tentukan oleh persepsi pelanggan atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Irawan juga berpendapat bahwa ada lima *driver* utama pelanggan yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya dan kemudahan.

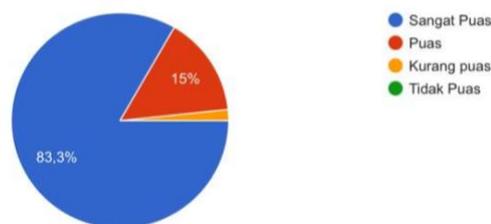
Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan tentang manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang sebenarnya diharapkan oleh pelanggan (Irawan, 2008), yaitu:

1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya)
Yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.
2. Selalu membeli produk yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.
3. Akan merekomendasikan kepada orang lain yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

Berikut diagram hasil kuisioner yang *Pasta'lah* bagikan kepada pelanggan tentang kepuasan pelanggan yang mengacu pada indikator kepuasan pelanggan menurut Irawan, 2008.

Apakah ada perasaan puas dengan produk dan pelayanan Pasta'lah?

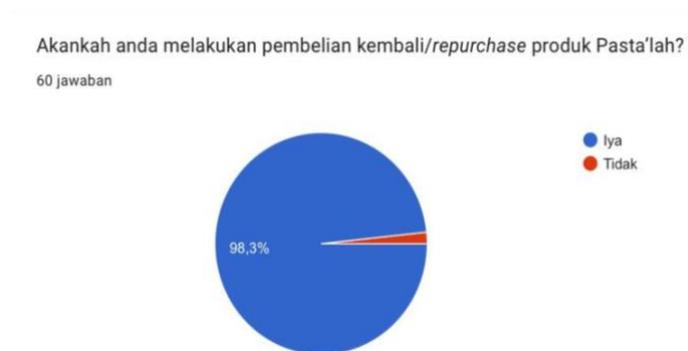
60 jawaban



Gambar 15.2 Hasil Kuisioner Kepuasan Pelanggan



Gambar 15.3 Hasil Kuisiner Informasi Mengenai *Pasta'lah*



Gambar 15.4 Hasil Kuisiner Pembelian Kembali Produk *Pasta'lah*

Dapat disimpulkan dari diagram diatas bahwa mayoritas pembeli *Pasta'lah* merasa sangat puas dengan produk dan pelayanan (83,3%). Para pembeli mengenal *Pasta'lah* melalui media sosial, *offline store*, dan mulut ke mulut, masing-masing memiliki presentase lebih dari 30%.

Akankah anda merekomendasikan Pasta'lah kepada orang lain?

 Salin

60 jawaban



Gambar 15.5 Hasil Kuisisioner Perekomendasiian *Pasta'lah*

Apakah harapan anda terpenuhi setelah membeli dan mengonsumsi produk Pasta'lah?

 Salin

60 jawaban



Gambar 15.6 Hasil Kuisisioner Harapan Konsumen

BAB XVI

KESIMPULAN DAN SARAN

16.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari awal produksi sampai akhir pembuatan *Pasta'lah* yang sudah penulis lakukan dapat di tarik kesimpulan bahwa:

1. Usaha *Pasta'lah* menghasilkan produk yang berkualitas baik untuk para calon pembeli. *Pasta'lah* juga memberikan pelayanan yang baik yaitu dengan memberikan orderan dengan cepat dan tepat kepada para pembeli.
2. Berdasarkan penilaian pembeli dapat disimpulkan bahwa para konsumen menyukai rasa, tekstur, dan aroma dari menu makanan yang *Pasta'lah* tawarkan. Selain itu, dari segi harga setiap porsi menu *Pasta'lah* juga mendapatkan respon yang bagus dari pembeli dari lingkungan IP Trisakti maupun pembeli dari luar dibuktikan dengan banyaknya konsumen yang melakukan pembelian kembali produk *Pasta'lah* dan menyarankan kepada orang lain.
3. Pemasaran produk dan merek *Pasta'lah* dilakukan dengan menggunakan platform media sosial *Instagram* dan *Whatsapp* sebagai sarana melakukan promosi dan pemesanan produk.
4. Respon konsumen mengenai produk *Pasta'lah* dari hasil pembagian kuisioner kepada 50 koresponden, yaitu 32% konsumen menyukai Spageti Sambal Matah, 30% konsumen menyukai Spageti Rendang, dan 38% konsumen menyukai *Macaroni Brulee Bomb*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen menyukai varian *Macaroni Brulee Bomb* diikuti dengan varian Spageti Sambal Matah diurutan kedua dan Spageti Rendang di urutan ketiga.
5. Produk yang dijual *Pasta'lah* memiliki prospek usaha yang menjanjikan bahkan untuk tahun-tahun berikutnya. Dibuktikan dengan penjualan yang stabil bahkan meningkat dan juga meluasnya lingkup penjualan.

Berikut ini hasil estimasi penjualan produk *Pasta'lah* 5 tahun kedepan:

1. Modal investasi sebesar Rp12.553.496 (selama 5 tahun).
2. Usaha *Pasta'lah* memiliki total BEP unit sebesar 104 produk dengan total BEP dalam rupiah sebesar Rp2.080.000.
3. Payback Period (BEP) dari usaha *Pasta'lah* ialah selama 0 tahun 3 bulan 17 hari.
4. Net Present Value (NPV) dari usaha *Pasta'lah* ialah Rp210.214.924 dengan nilai positif.
5. Profitability Index (PI) dari usaha *Pasta'lah* ialah 17,75.

Berdasarkan hasil estimasi kelayakan usaha produk *Pasta'lah* selama 5 tahun dapat disimpulkan bahwa produk memiliki kelayakan usaha yang cukup dengan produksi yang terus mengalami kenaikan setiap tahunnya.

16.2 Saran

Saran untuk usaha *Pasta'lah* untuk kedepannya yaitu:

1. Mengembangkan SDM agar dapat menambah jumlah produksi produk dan mempersingkat waktu pembuatan produk agar dapat lebih banyak melayani keinginan dan kepuasan pelanggan *Pasta'lah*.
2. *Pasta'lah* akan harus terus berinovasi dalam segi menu, kemasan, dan ide – ide promosi mengikuti tren yang ada sehingga merek *Pasta'lah* bisa terus bertahan di dunia kuliner dan dapat menjadi usaha kuliner yang lebih besar dan sukses.
3. Meningkatkan dan menjaga sanitasi, higienis, dan kualitas produk-produk *Pasta'lah*.
4. Pentingnya media teknologi informasi yang sedang berkembang saat ini, agar bisa membantu penjualan dan mendapatkan hasil yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Irawan, H. (2008) *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Elex Media
- Kotler, K. and Lane, K. (2008) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Langenberg, A. V. (2021). *Fusion Food: From Scalpel to Spade*. Hong kong: The Chinese University of Hong Kong Press.
<https://doi.org/10.2307/j.ctv1wvnd24.23>
- Rangkuti, F. (2008). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sajoto, M. (1998) *Peningkatan & Pembinaan Kekuatan Kondisi Fisik dalam Olahrag*. Semarang: Dahara Prize. Komputindo Kelompok Gramedia Jakarta.
- Widjoyo, S. P. *et al.* (2014) 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya', *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1).

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Penjualan di Luar Area IP Trisakti



Lampiran 2 Penjualan Trisakti *Tourism Expo*



Lampiran 3 Penjualan di Area IP Trisakti



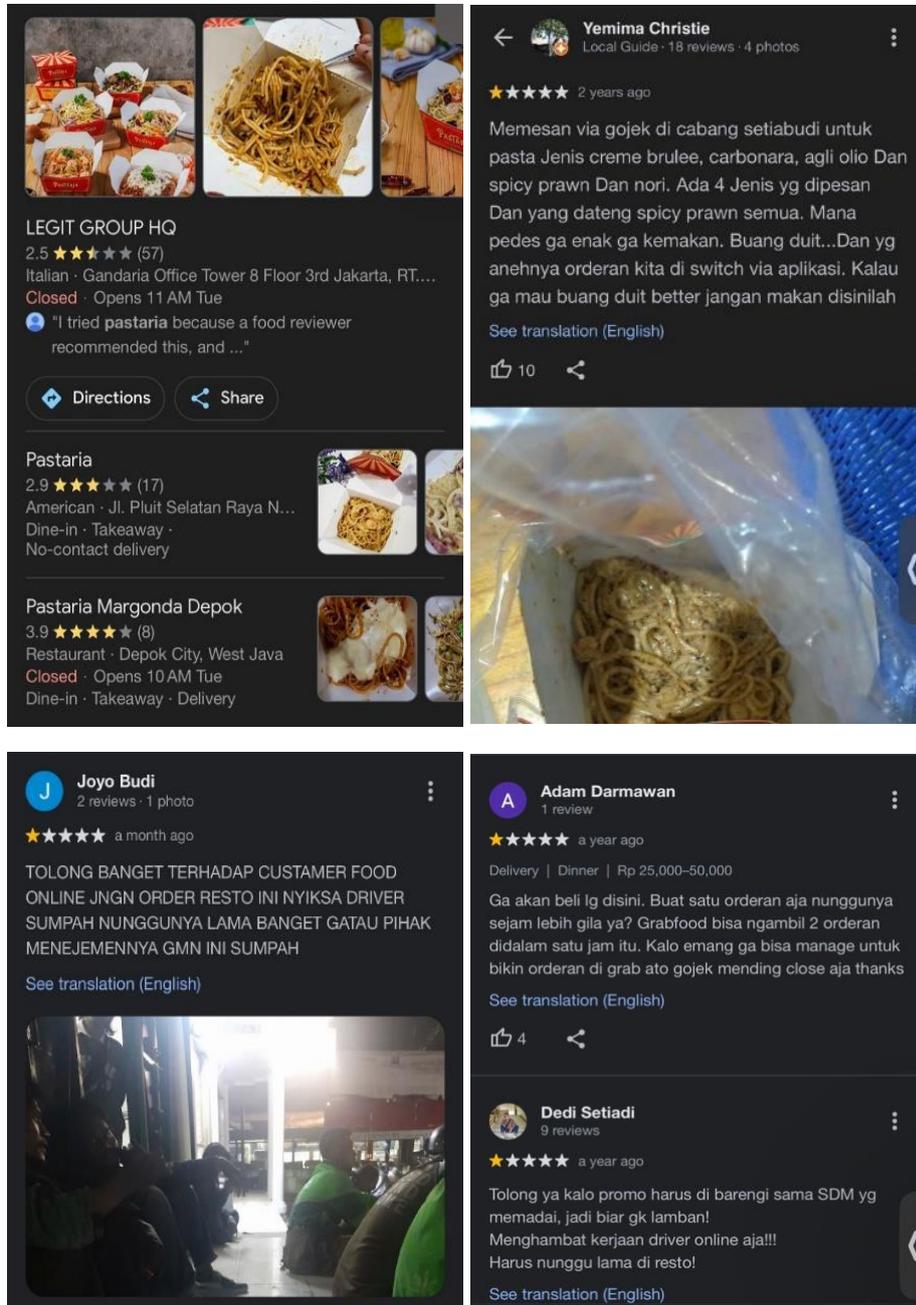
Lampiran 4 Desain *Packaging*



Lampiran 5 Analisis Pesaing

Berikut merupakan beberapa gambaran mengenai *rating* dan komentar dari konsumen mengenai produk pesaing:

a. Pastaria



The image displays a collage of screenshots from Google Maps and Google Reviews related to 'Pastaria' restaurants. The top-left screenshot shows the 'LEGIT GROUP HQ' listing with a 2.5-star rating and a customer review. The top-right screenshot shows a review by 'Yemima Christie' with a 5-star rating and a complaint about a delivery issue. The bottom-left screenshot shows a review by 'Joyo Budi' with a 5-star rating and a complaint about online ordering. The bottom-right screenshot shows a review by 'Adam Darmawan' with a 5-star rating and a complaint about delivery speed, and another review by 'Dedi Setiadi' with a 5-star rating and a complaint about a promotion.

LEGIT GROUP HQ
2.5 ★★★★★ (57)
Italian · Gandaria Office Tower 8 Floor 3rd Jakarta, RT...
Closed · Opens 11 AM Tue
"I tried pastaria because a food reviewer recommended this, and ..."

Pastaria
2.9 ★★★★★ (17)
American · Jl. Pluit Selatan Raya N...
Dine-in · Takeaway · No-contact delivery

Pastaria Margonda Depok
3.9 ★★★★★ (8)
Restaurant · Depok City, West Java
Closed · Opens 10 AM Tue
Dine-in · Takeaway · Delivery

Yemima Christie
Local Guide · 18 reviews · 4 photos
★★★★★ 2 years ago
Memesan via gojek di cabang setiabudi untuk pasta Jenis creme brulee, carbonara, agli olio Dan spicy prawn Dan nori. Ada 4 Jenis yg dipesan Dan yang datang spicy prawn semua. Mana pedes ga enak ga kemakan. Buang duit...Dan yg anehnya orderan kita di switch via aplikasi. Kalau ga mau buang duit better jangan makan disinilah
See translation (English)

Joyo Budi
2 reviews · 1 photo
★★★★★ a month ago
TOLONG BANGET TERHADAP CUSTOMER FOOD ONLINE JNGN ORDER RESTO INI NYIKSA DRIVER SUMPAAH NUNGGUNYA LAMA BANGET GATAU PIHAK MENEJEMENNYA GMN INI SUMPAAH
See translation (English)

Adam Darmawan
1 review
★★★★★ a year ago
Delivery | Dinner | Rp 25,000-50,000
Ga akan beli lg disini. Buat satu orderan aja nunggunya sejam lebih gila ya? Grabfood bisa ngambil 2 orderan didalam satu jam itu. Kalo emang ga bisa manage untuk bikin orderan di grab ato gojek mending close aja thanks
See translation (English)

Dedi Setiadi
9 reviews
★★★★★ a year ago
Tolong ya kalo promo harus di barengi sama SDM yg memadai, jadi biar gk lamban!
Menghambat kerjaan driver online aja!!!
Harus nunggu lama di resto!
See translation (English)

b. Almia Pasta

Almia Pasta

Super Partner Pizza & pasta

Open **Opening hours**

Jl Kemajuan V RT 07 Rw4 No15 Petukangan Selatan

★ 4.8 7.66 km \$\$\$ 5 rati
70+ Ratings Distance 40k-100k Fair port

YA yang aulia ★ 5.0
Gojek user since 30 June 2015

rasanya enak bgt, tp mnurutku oilnya bisa dikurangin sedikit supaya ga too much

🍲 Creamy Chicken

Ordered on 20 May 2022

semua masakannya enaaaaaaaak!
sampe beli terus tiap hari

★ 5.0

R****
Ordered on 18 November 2023

enak banget lasagnanya....meskipun keju atasnya keras tp ini enak banget..sausnya mantap

★ 5.0

K**** ★ 3.0
Gojek user since 15 May 2018

Kulitny masih keras kebanyakan bumbuny trs rasany agak asem

🍲 Seafood Aglio Olio - Beef Lasagna

Reply from Almia Pasta

Mohon maaf atas ketidak nyamanan ijinan kami klarifikasi untuk beef lasagna sudah sesuai standar pemanggangan ya ka dan untuk sauce beef lasagna karena kami menggunakan tomat fresh jadi memang rasa Italian tomato herb nya lebih kental dan lebih tasty.terima kasih 🙏

Ordered on 22 July 2023

c. Warung Pasta



Warung Pasta
4.3 ★★★★★ (2.4K) · \$\$
Asian restaurant · Open

★★★★★ 4 months ago
Delivery
Namanya aja Warung Pasta tp gabisa merebus Pasta dengan benar. Pas makan spaghettinya udah kayak makan ifumie.. alias keras! Bener2 pastanya tuh blm matang sempurna apalagi ujungnya 🤔🤔 mana lagi ngidam eh dateng2 mengecewakan. Saya pesan tgl ...

★★★★★ 2 weeks ago **NEW**
Dine in
Malam ini saya baru bgt pulang dari warung pasta locarasa ini, sangat kecewa kenapa? Krna pesan udh lebih dari 30menit baru dikasih tau **pizza** nya habis.. jadi disana nunggu hampir sejam cuma minum doang 👎

★★★★★ a month ago
Dine in | Other | Rp 75,000–100,000
Ternyata enak juga buat kerja.
- Wifi lancar
- Harga makanan ga overprice
- Parkir vallet dan cuma 15rb
- Ambience-nya ok, sepi dan Playlist-nya juga enak

★★★★★ 4 years ago
Pelayanan lamaaaa, 1 jam nunggu **pizza** belum juga datang

Lampiran 6 Kuisisioner

Berikut contoh kuisisioner kepuasan pelanggan terhadap produk *Pasta'lah* :

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfH6m-IVHXSfT_TnoT1SugjA37JS7zIdL713hVBqzTFC_D06w/closedform



KUISISIONER PENELITIAN PASTA'LAH

Dalam rangka penyelesaian skripsi dalam program studi perhotelan dengan anggota :

1. Regina Darna Tanjung
2. Maximiliana Wijaya
3. Zhaifra Anzisa Cintawijaya

Pasta'lah bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan proyek akhir dengan judul "Inovasi Pasta dengan cita rasa nusantara khas Indonesia".

Sehubungan dengan hal di atas, kami mengharapkan kesediaan anda untuk meluangkan waktunya sejenak mengisi beberapa pertanyaan pada kuisisioner ini.

Atas perhatian dan kerja samanya, saya ucapkan terima kasih.

wwaximiliana852@gmail.com Ganti akun
Tidak dibagikan

* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

PERNYATAAN MENGENAI PRODUK

1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Setuju
4 = Sangat Setuju

Pasta Italia cocok dikombinasikan dengan cita rasa Indonesia *

1 2 3 4

Sangat tidak setuju Sangat setuju

Pasta dengan cita rasa Indonesia menarik untuk dicoba *

1 2 3 4

Sangat tidak setuju Sangat setuju

PERNYATAAN MENGENAI DESIGN

1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Setuju
4 = Sangat Setuju

Logo Pasta'lah menarik dan mudah diingat *



1 2 3 4

Sangat tidak setuju Sangat setuju

PERNYATAAN MENGENAI KEPUASAN PRODUK DAN PELAYANAN

1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Setuju
4 = Sangat Setuju

Tekstur dan kenyalan pasta yang disajikan al dente *

1 2 3 4

Sangat tidak setuju Sangat setuju

Tingkatan pedas produk yang Pasta'lah yang disajikan pas *

1 2 3 4

Sangat tidak setuju Sangat setuju

Keseluruhan rasa produk Pasta'lah enak *

1 2 3 4

Sangat tidak setuju Sangat setuju

Dari manakah anda mengetahui informasi mengenai Pasta'lah? *

Media Sosial Instagram

Offline Store IP Trisakti

Lisan Mulut Ke Mulut

Akanakah anda merekomendasikan Pasta'lah kepada orang lain? *

Iya

Tidak

Apakah ada perasaan puas dengan produk dan pelayanan Pasta'lah? *

Sangat Puas

Puas

Kurang puas

Tidak Puas

Apakah harapan anda terpenuhi setelah membeli dan mengonsumsi produk Pasta'lah? *

Iya

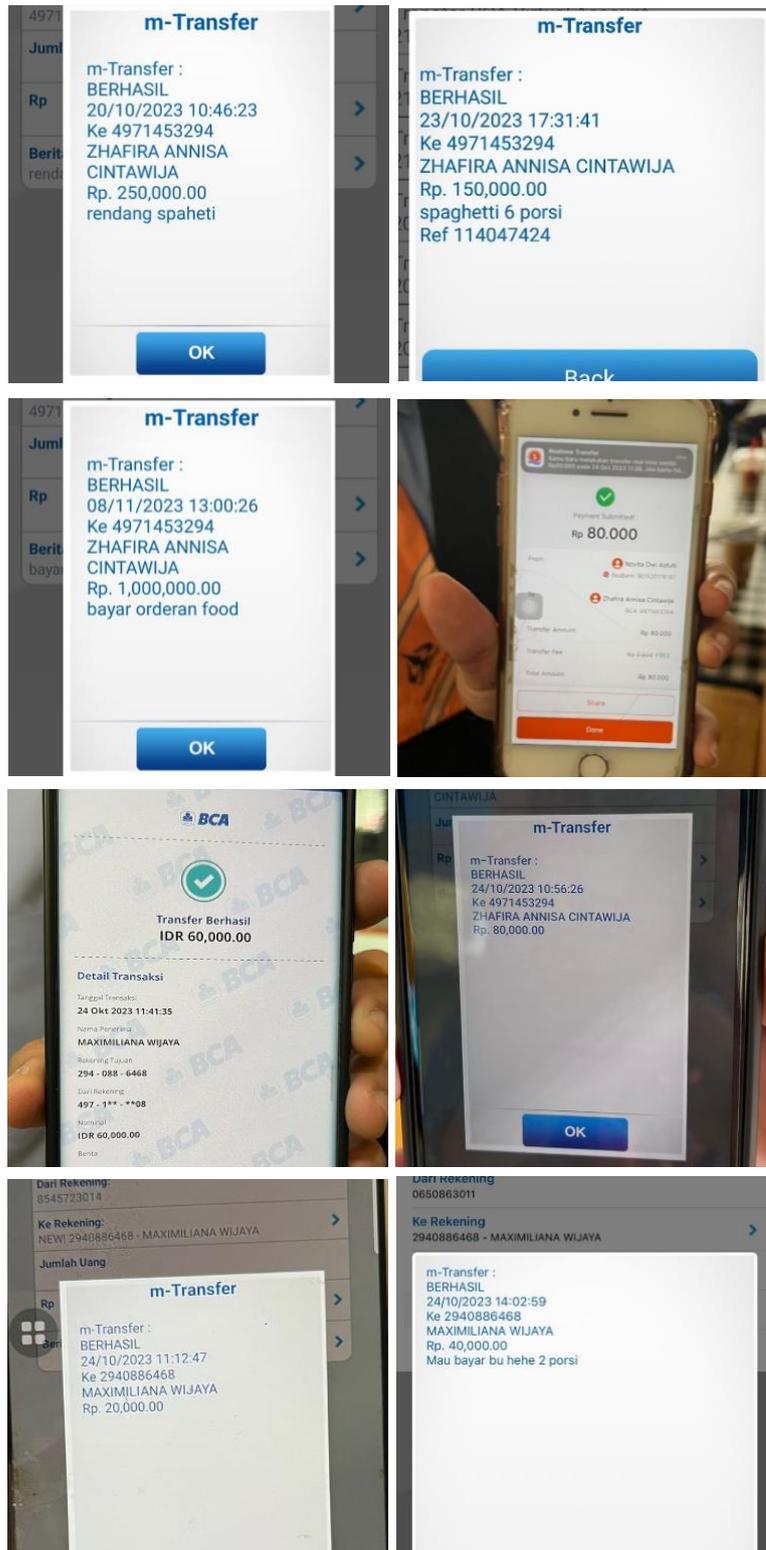
Tidak

Akanakah anda melakukan pembelian kembali/repurchase produk Pasta'lah? *

Iya

Tidak

Lampiran 7 Bukti Pembayaran

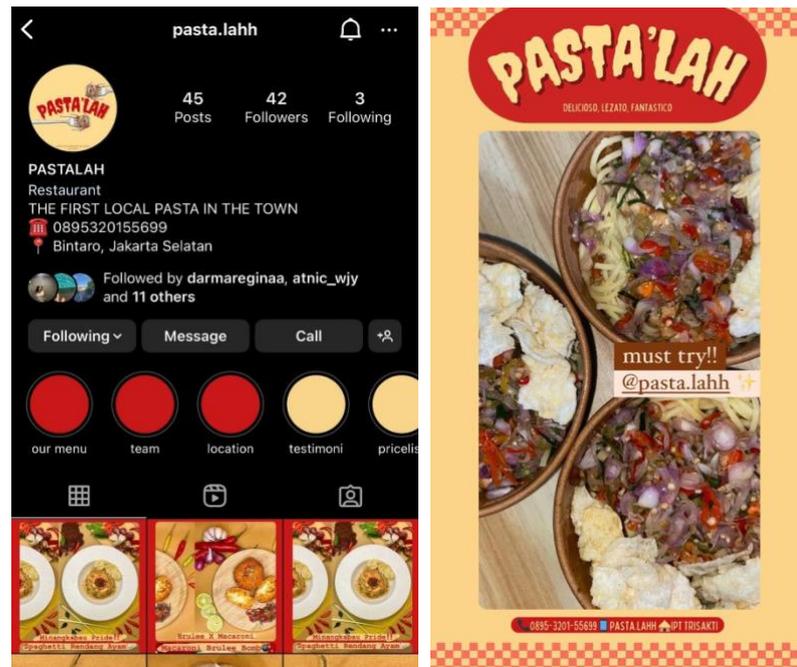


Lampiran 8 Media Sosial Sebagai Media Pemasaran

Penulis lampiran halaman utama *Instagram* yang *Pasta'lah* jadikan sebagai wadah dari media pemasaran *Pasta'lah*.

Berikut *Pasta'lah* lampirkan link website *Instagram* berikut:

https://www.Instagram.com/pasta.lahh?igshid=OGQ5ZDc2ODk2ZA%3D%3D&utm_source=qr



Dan wadah pemasaran *Pasta'lah* lainnya, yaitu via *chat Whatsapp* dengan profil sebagai berikut:



Lampiran 9 Profitability Index (PI)

Profitability Index (PI) atau Indeks Profitabilitas adalah metode penghitungan kelayakan proyek dengan membandingkan antara jumlah *present value* nilai arus kas dengan nilai investasi dari proyek.

PROFITABILITY INDEX			
Tahun	Arus Kas	Discount Factor 5%	Arus Kas Diskon
0	Rp12.553.496	1	Rp12.553.496
1	Rp 42.257.333	0,952	Rp 40.245.079
2	Rp 47.123.278	0,907	Rp 42.742.202
3	Rp 51.957.144	0,864	Rp 44.882.535
4	Rp 56.757.328	0,823	Rp 46.694.394
5	Rp 61.522.145	0,784	Rp 48.204.210
TOTAL			Rp 222.768.420
PI			17,75

Lampiran 10 Net Present Value (NPV)

Net Present Value adalah selisih yang didapatkan dari arus kas masuk saat ini dan arus kas keluar pada periode waktu tertentu.

NET PRESENT VALUE			
Tahun	Arus Kas	Discount Factor 5%	Arus Kas Diskon
0	Rp12.553.496	1	Rp12.553.496
1	Rp 42.257.333	0,952	Rp 40.245.079
2	Rp 47.123.278	0,907	Rp 42.742.202
3	Rp 51.957.144	0,864	Rp 44.882.535
4	Rp 56.757.328	0,823	Rp 46.694.394
5	Rp 61.522.145	0,784	Rp 48.204.210
TOTAL PV			Rp 222.768.420
INVESTASI			Rp12.553.496
NPV			Rp210.214.924

NPV Positif sebesar	Rp 210.214.924
Investasi sebesar	Rp12.553.496
LAYAK DIJALANKAN	

Lampiran 11 *Payback Period* (PP)

Payback Period adalah jangka waktu yang diperlukan untuk mengembalikan nilai investasi yang telah dikeluarkan mencakup semua biaya (biaya pembelian, biaya instalasi, dan biaya operasional awal).

PAYBACK PERIOD		
Tahun	Arus Kas	Arus Kas Kumulatif
0	Rp12.553.496	Rp12.553.496
1	Rp 42.257.333	Rp 29.703.837
2	Rp 47.123.278	Rp 76.827.115
3	Rp 51.957.144	Rp 128.784.259
4	Rp 56.757.328	Rp 185.541.587
5	Rp 61.522.145	Rp 247.063.731
Payback Period		3 Bulan 17 Hari

Perhitungan Bulan = $0,297 \times 12 \text{ bulan} = 3,56 \text{ bulan}$
 Perhitungan Hari = $0,56 \times 30 \text{ hari} = 16,80 \text{ hari}$

DISCOUNTED PAYBACK PERIOD				
Tahun	Arus Kas	Discount Factor 5%	Arus Kas Diskon	Arus Kas Kumulatif
0	Rp12.553.496	1	Rp12.553.496	Rp12.553.496
1	Rp 42.257.333	0,952	Rp 40.245.079	Rp27.691.583
2	Rp 47.123.278	0,907	Rp 42.742.202	Rp70.433.785
3	Rp 51.957.144	0,864	Rp 44.882.535	Rp115.316.320
4	Rp 56.757.328	0,823	Rp 46.694.394	Rp162.010.714
5	Rp 61.522.145	0,784	Rp 48.204.210	Rp210.214.924
Discounted Payback Period				3 Bulan 22 Hari

Perhitungan Bulan = $0,312 \times 12 \text{ bulan} = 3,74 \text{ bulan}$
 Perhitungan Hari = $0,74 \times 30 \text{ hari} = 22 \text{ hari}$

Lampiran 12 *Break Even Point* (BEP)

BEP atau Break Even Point adalah titik seimbang dari hasil perhitungan pendapatan yang dihasilkan dengan modal yang perusahaan keluarkan.

BEP (UNIT)	
BEP (UNIT) =	$\frac{\text{Biaya Tetap}}{(\text{CM Unit A} \times \text{Prop A}) + (\text{CM Unit B} \times \text{Prop B}) + (\text{CM Unit C} \times \text{Prop C})}$
=	$\frac{\text{Rp1.069.292}}{(10.305 \times 40\%) + (11.411 \times 20\%) + (9.599 \times 40\%)}$
=	$\frac{\text{Rp1.069.292}}{10243,8}$
=	104,38
=	104 unit
Produk A = $104 \times 40\%$	= 42 (Dibulatkan 42 unit, BEP dalam unit Produk A)
Produk B = $104 \times 20\%$	= 21 (Dibulatkan 21 unit, BEP dalam unit Produk B)
Produk C = $104 \times 40\%$	= 42 (Dibulatkan 42 unit, BEP dalam unit Produk C)
BEP (RUPIAH)	
BEP (Rp) = Unit x Harga Jual	
Produk A = 41,6 unit x Rp20.000	= Rp832.000
Produk B = 20,8 unit x Rp20.000	= Rp416.000
Produk C = 41,6 unit x Rp20.000	= Rp832.000
Rp2.080.000	

Keterangan =
 Produk A, yaitu Spageti Sambal Matah
 Produk B, yaitu Spageti Rendang
 Produk C, yaitu Makaroni Brulee Bomb

Lampiran 13 *Business Model Canvas (BMC)*

Berikut ini merupakan *Business Model Canvas (BMC) Pasta'lah* yang terdiri dari 9 elemen di dalamnya berguna sebagai alat strategi dalam melihat model bisnis yang dijalani.

Dari BMC di bawah, dapat dilihat bahwa pembelian bahan baku dilakukan di pasar tradisional Kelapa Dua, pasar tradisional Serpong, pasar *modern* BSD, toko plastik Sinar Gumanti, dan 2 *online shop*. Penjualan dilakukan secara *offline* dan *online* selama 4 hari dalam seminggu dengan target pasar mahasiswa/i, dosen, dan pekerja negeri maupun swasta. Dengan melakukan pelayanan yang cepat dan ramah, memberikan kualitas terbaik dan dapat berkomunikasi yang baik dengan pelanggan menjadikan *Pasta'lah* menjadi salah satu hidangan favorit untuk para konsumen. *Pasta'lah* menciptakan *fashion food* yang unik dengan menjual pasta menggunakan cita rasa Indonesia dengan harga yang ekonomis sehingga dapat dinikmati dari segala kalangan.

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
Pasar Kelapa Dua Uni Padang	Memproduksi makanan dengan bahan berkualitas	Pasta dengan citarasa Indonesia	Pelayanan yang ramah Berkomunikasi dengan tamu	Pelajar/mahasiswa
Pasar <i>Modern</i> BSD Blok 56	Memasarkan produk melalui sosial media Menyediakan layanan cepat, nyaman, dan informatif	Menghadirkan hidangan pasta ekonomis	Menanyakan kritik dan saran Memberikan kualitas terbaik	Pekerja Swasta
Pasar Serpong HR Jaya Abadi	Key Resources	Mencetuskan inovasi <i>fuston food</i> unik	Membuat konten di sosial media Menyediakan jasa antar	Pekerja Negeri
Toko Plastik Sinar Gumanti	Lokasi strategis dan mudah dijangkau Pekerja kompeten	Melestarikan hidangan khas Indonesia	Channels <i>Direct Selling</i>	Ibu Rumah Tangga
Somura <i>Mart</i>	Supplier bahan baku terpercaya Alat produksi yang memadai		Sosial media Layanan antar	Dosen
<i>Hygiene</i> Indonesia	Harga yang ramah di kantong		<i>Mouth to mouth</i>	Masyarakat berbagai kalangan
Cost Structure		Revenue Streams		
Bahan baku		Penjualan di toko utama		
Alat produksi		Penjualan <i>online</i>		
Sewa tempat		Penjualan di acara/ <i>event</i>		
<i>Marketing</i>				
Transportasi				

Lampiran 14 Pembelanjaan Bahan Baku

Berikut ini adalah dokumentasi yang diambil disaat proses pembelian bahan baku. Dari 4 dokumentasi di bawah ini diambil dari 3 pasar yang berbeda, yaitu Pasar Tradisional Serpong, Pasar Tradisional Kelapa Dua, dan Pasar Modern BSD.



Lampiran 15 Surat Tugas Bimbingan



YAYASAN TRISAKTI

INSTITUT PARIWISATA TRISAKTI

 Jl. RDPN, Tanah Kusir, Jakarta 12330
 Telp. (021) 737 7738-41, Fax. (021) 7388 7783, 7369 2286, E-mail: info@ptrisakti.ac.id, Website: ptrisakti.ac.id

SURAT TUGAS PEMBIMBING PROYEK AKHIR MAHASISWA INSTITUT PARIWISATA TRISAKTI TAHUN AKADEMIK 2023/2024 - GASAL

Nomor: 039/STPT/ST-HTL/ST/AKAD/IX/2023

Merujuk Surat Keputusan Rektor Institut Pariwisata Trisakti nomor 09/STPT/SKK/Akad/PA.KTA/X/2021 tanggal 15 Oktober 2021 tentang DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI PROYEK AKHIR MAHASISWA INSTITUT PARIWISATA TRISAKTI 2023/2024 - GASAL, Wakil Rektor Bidang Akademik Institut Pariwisata Trisakti dengan ini menugaskan kepada:

Nama : FIFI NOFIYANTI, M.Pd
 NIP / NIDN : 012102190176 / 0317118903
 Jabatan Fungsional Akademik : LEKTOR
 Pangkat / Golongan : III/b - PENATA MUDA TK. I

Untuk membimbing proyek akhir kelompok 12A:

NIM	NAMA LENGKAP	PROGRAM STUDI	PERAN
2041010079	REGINA DARMA TANJUNG	ST / PENGELOLAAN PERHOTELAN	KETUA
2041010080	MAXIMILIANA WIJAYA	ST / PENGELOLAAN PERHOTELAN	ANGGOTA
2041010081	ZHAFIRA ANNISA CINTAWIJAYA	ST / PENGELOLAAN PERHOTELAN	ANGGOTA

Judul : INOVASI PASTA ITALIA DENGAN CITA RASA INDONESIA

- Proyek Akhir harus sudah diserahkan ke Bagian Administrasi Akademik paling lambat tanggal 29 Februari 2024.
- Tugas membimbing/pendampingan terhadap mahasiswa bimbingan adalah sampai dengan mahasiswa melaksanakan perbaikan setelah proses pengujian/sidang.
- Dosen pembimbing wajib hadir saat persidangan.

 Jakarta, 29 September 2023
 Wakil Rektor Bidang Akademik

 (FETTY ASMANIATI) (Jawab)
 NIP: 010109890047

- Tembusan kepada:
- Mahasiswa yang bersangkutan
 - Bagian Administrasi Akademik
 - Bagian Administrasi Keuangan

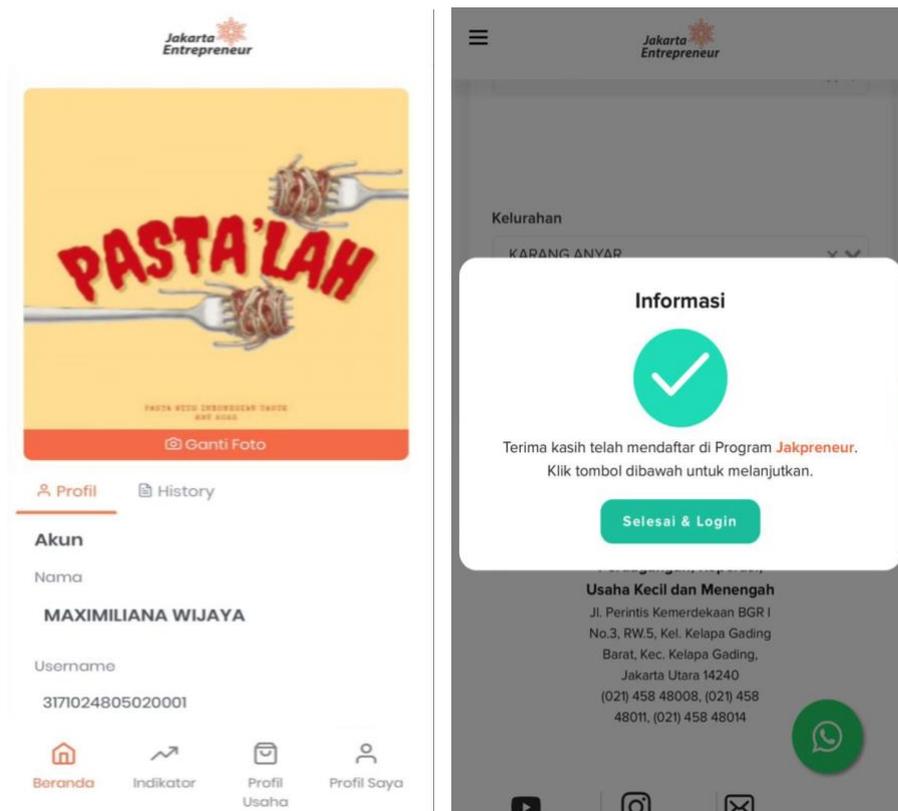
Lampiran 16 Kartu Bimbingan

KARTU KONSULTASI UNTUK PENYUSUNAN PROYEK AKHIR				
Nama/NIM	:	REGINA DARMA TANJUNG / 2041010079		
	:	MAXIMILIANA WIJAYA / 2041010080		
	:	ZHAFIRA ANNISA CINTAWIJAYA / 2041010081		
Departemen	:	<input checked="" type="checkbox"/> Pengelolaan Perhotelan <input type="checkbox"/> Usaha Perjalanan Wisata		
Judul PA	:			
Nama Pembimbing:	FIFI NOFIYANTI			
No.	Tanggal Konsultasi	Materi	Catatan Pembimbing	Tanda Tangan Pembimbing
1	2 Oktober 23	Diskus menu, factoring, nama brand	Pengertian menu dan Variasi	
2	6 Oktober 23	Test menu pertama, yaitu pendang, tongkol dan ayam	Resep rasa dan tampilan	
3	16 Oktober 23	Test menu kedua, yaitu cemilak, matak dan makaroni beku bomb.	ACC	
4	18 Oktober 23	Pemantapan menu dan kemasan, diskusi metode pemasaran (membuka booth di Karum IP Trisakti)	Revisi dapat diaku	
5	30 Oktober 23	Diskus progres laporan akhir dan revisi di Karum IP Trisakti	Revisi detail laporan	
6	6 November 2023	Konsultasi video pemuliharaan produk dan laporan akhir	Video dibuat intereagan	
7	28 November 2023	Diskus revisi di EXPO (TTE 2023)	Expo bags dan perjalanan mengingat	

KARTU KONSULTASI UNTUK PENYUSUNAN PROYEK AKHIR				
Nama/NIM	:	REGINA DARMA TANJUNG / 2041010079		
	:	MAXIMILIANA WIJAYA / 2041010080		
	:	ZHAFIRA ANNISA CINTAWIJAYA / 2041010081		
Departemen	:	<input checked="" type="checkbox"/> Pengelolaan Perhotelan <input type="checkbox"/> Usaha Perjalanan Wisata		
Judul PA	:			
Nama Pembimbing:	FIFI NOFIYANTI			
No.	Tanggal Konsultasi	Materi	Catatan Pembimbing	Tanda Tangan Pembimbing
8	08 Desember 2023	Bimbingan laporan proyek akhir bab 11 (bagian ke-1-anan)	Laporan keanggen ditiru hasil perjalan	
9	11 Desember 2023	Revisi laporan mengenai uji coba produk akhir (bab 2)	Laporan uji coba produk akhir	
10	14 Desember 2023	Revisi bab 11 dengan tabel produk, menambahkan SWOT	Tulislah SWOT	
11	20 Desember 2023	Pendaftaran NID baru dan melalui OSS	Pendaftaran NID	
12	22 Desember 2023	Mendaftar di pasar di UMKR BUNAN	Pendaftaran UMKR Bunan	
13	4 Januari 2024	Membuat video proses pembuatan masalah dan mendata HKI	Pendaftaran HKI	
14	5 Januari 2024	Laporan akhir di cek kembali dan ACC sidang	ACC Sidang	

Lampiran 17 JakPreneur

Jakarta *Entrepreneur* adalah *platform* kreasi, fasilitasi, dan kolaborasi pengembangan UMKM melalui ekosistem kewirausahaan, seperti *startup*, institusi pendidikan, maupun institusi pembiayaan. Bergabung dengan Jakarta *Entrepreneur* memungkinkan untuk membangun jaringan dalam lingkup kewirausahaan lainnya dan membantu menemukan peluang bisnis serta mempromosikan bisnis kepada jaringan yang lebih luas.



Lampiran 18 Sertifikat HKI

HKI (Hak Kekayaan Intelektual) didefinisikan sebagai hak untuk memperoleh perlindungan secara hukum atas kekayaan intelektual sesuai dengan peraturan perundang-undangan di bidang HKI, seperti UU Hak Cipta, Paten, Desain Industri, Rahasia Dagang, dll.

 REPUBLIK INDONESIA KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA	
SURAT PENCATATAN CIPTAAN	
Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:	
Nomor dan tanggal permohonan	14/00102/01/135.5 Januari 2024
Pencipta	Regita Darma Tanjung, Maximiliana Wijaya, Zhaifira Annisa Cindawijaya, Fifi Nufiyanti
Nama	
Alamat	Jalan IKPN Bintaro Timur Kasir No. 1, RT04/RW10, Bintaro, Kec. Pesanggrahan, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12530, Pesanggrahan, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12530
Kewarganegaraan	Indonesia
Pemegang Hak Cipta	
Nama	Sentra HKI Institut Pariwisata Trusmi
Alamat	Jl. IKPN Bintaro Timur Kasir, Pesanggrahan, Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12530
Kewarganegaraan	Indonesia
Jenis Ciptaan	Karya Rekaman Video
Judul Ciptaan	PASTA'LAH - INOVASI PASTA DENGAN CITA RASA INDONESIA
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di website Indonesia atau di luar wilayah Indonesia	20 Desember 2023, di Jakarta Selatan
Jangka waktu perlindungan	Berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak Ciptaan tersebut pertama kali dilakukan Pengumuman.
Nomor pencatatan	002576792
adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon. Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.	
an, MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA Direktur Hak Cipta dan Desain Industri	
 Anggoro Dusananto NIP. 196412081991031002	
 	
Disclaimer: Halane hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menyeri bertanggung untuk mencaibet surat pencatatan permohonan.	

Lampiran 19 NIB (Nomor Induk Berusaha)

Nomor Induk Berusaha merupakan identitas izin usaha yang diterbitkan lembaga OSS. OSS berada di bawah Badan Koordinasi Penanaman Modal.


PERMINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 211223048966

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

- Nama Pelaku Usaha : REGINA DARMA TANJUNG
- Alamat : J. LAYUNG SARI 1 NO 56 , Desa/Kelurahan Empang, Kec. Bogor Selatan, Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat
- Nomor Telepon Seluler : +
- Email : reginadarmati@gmail.com
- Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLU) : Usaha Mikro
- Siapa Usaha : Usaha Mikro

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepastian, penyalangan kepastian jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Laporan Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLKP).

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

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 21 Desember 2023

**Mensteri Investasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,**

Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 21 Desember 2023

1. Dokumen ini diterbitkan dalam OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, terlampir dalam sistem OSS yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.

2. Dalam hal terjadi kesalahan isi dokumen ini akan dibatalkan perubah sebagaimana mestinya.

3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSSC-BSSN.

4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.




PERMINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
LAMPIRAN
NOMOR INDUK BERUSAHA: 211223048966

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk:

No	Kode KBLU	Jumlah KBLU	Lokasi Usaha	Tingkat Risiko	Perizinan Berusaha		
					NIB	Status	Keterangan
1	10750	Industri Makanan dan Minuman	Jalan IKPN Bintaro RW 12, Desa/Kelurahan Pesanggrahan, Kec. Pesanggrahan, Kota Adm. Jakarta Selatan, Provinsi DKI Jakarta Kode Pos: 12520 Usaha Mikro berjalan sejak: Oktober 2023	Meningkat Rendah	Terbit	-	-

- Dengan kelahirannya bahwa NIB tersebut hanya berlaku untuk Kode dan Jumlah KBLU yang tercantum dalam lampiran ini.
- Pelaku Usaha wajib memenuhi persyaratan diarahkan kepastian sesuai Norma, Standar, Prosedur, dan Kriteria (NSPK) Kementerian/Lembaga (K/L).
- Pengawasan pemerintah secara elementer menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSSC-BSSN.
- Lampiran ini merupakan bagian tidak terpisahkan dari dokumen NIB tersebut.

1. Dokumen ini diterbitkan dalam OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, terlampir dalam sistem OSS yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.

2. Dalam hal terjadi kesalahan isi dokumen ini akan dibatalkan perubah sebagaimana mestinya.

3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSSC-BSSN.

4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.



Lampiran 20 Penerbitan Surat Pernyataan Kesanggupan Pengelolaan Lingkungan Hidup (PHPLH)


KEPUTUSAN WALIKOTA ADM. JAKARTA SELATAN
NOMOR : 2112230113170000

TENTANG
PERSETUJUAN PERNYATAAN KESANGGUPAN PENGELOLAAN LINGKUNGAN HIDUP
USAHA PASTA LAJI DI KOTA ADM. JAKARTA SELATAN, DKI JAKARTA OLEH REGINA DARMA TANJUNG

Menimbang : a. bahwa berdasarkan ketentuan Peraturan Pemerintah Nomor 22 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, ditetapkan:

- Paragraf 3 ayat (1) Ketentuan Lingkungan menjadi prasyarat penerbitan Perizinan Berusaha,
- Paragraf 6 ayat (1) Formulir dan Format UKL-UPL Standar Spesifik untuk usaha dengan tingkat risiko menengah rendah dilakukan secara otomatis melalui sistem OSS.

b. bahwa rencana Usaha Pasta Laji di Kota Adm. Jakarta Selatan, DKI Jakarta oleh Perorangan REGINA DARMA TANJUNG yang wajib memiliki UKL-UPL.

Memperhatikan : Pernyataan Kesanggupan Pengelolaan Lingkungan Hidup Usaha Pasta Laji Oleh Perorangan REGINA DARMA TANJUNG

MIMUTUSKAN

Menetapkan : **KEPUTUSAN WALIKOTA ADM. JAKARTA SELATAN TENTANG PERSETUJUAN PERNYATAAN KESANGGUPAN PENGELOLAAN LINGKUNGAN HIDUP USAHA PASTA LAJI DI KOTA ADM. JAKARTA SELATAN, DKI JAKARTA OLEH PERORANGAN REGINA DARMA TANJUNG.**

KESATU : Nama Usaha: Pasta Laji, dengan Lokasi Usaha: Jalan IKPN Bintaro RW 12, Desa/Kelurahan Pesanggrahan, Kec. Pesanggrahan, Kota Adm. Jakarta Selatan, Provinsi DKI Jakarta.

KEDUA : Penanggung Jawab Usaha dan Kegiatan ini adalah:

- Nama Pelaku Usaha : Perorangan REGINA DARMA TANJUNG
- Nomor Induk Berusaha (NIB) : 211223048966
- Nama Usaha dan/atau Kegiatan : Pasta Laji
- Jenis Usaha dan/atau : 10750 - Industri Makanan dan Minuman Olahan Keringan
- Nama Penanggung Jawab : REGINA DARMA TANJUNG
- Jabatan :
- Alamat : J. LAYUNG SARI 1 NO 56 , Desa/Kelurahan Empang, Kec. Bogor Selatan, Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat
- Lokasi Kegiatan : Jalan IKPN Bintaro RW 12, Desa/Kelurahan Pesanggrahan, Kec. Pesanggrahan, Kota Adm. Jakarta Selatan, Provinsi DKI Jakarta

1. Dokumen ini diterbitkan dalam OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, terlampir dalam sistem OSS yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.

2. Dalam hal terjadi kesalahan isi dokumen ini akan dibatalkan perubah sebagaimana mestinya.

3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSSC-BSSN.

4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.



9. No. Telepon : +

10. Email : reginadarmati@gmail.com

11. Ruang lingkup rencana Usaha ini adalah: Pasta Laji menjadi bagian utama dengan cita rasa semesta

KEEMPAT : Pelaku usaha wajib melakukan pengelolaan dan pemantauan lingkungan sebagaimana tercantum dalam Lampiran I keputusan ini.

KELIMA : Pelaku Usaha wajib mematuhi Perizinan Teknis, antara lain:

- Pemenuhan baku mutu air limbah sebagaimana tercantum dalam Lampiran II;
- Pemenuhan baku mutu emisi sebagaimana tercantum dalam Lampiran III;
- Pengelolaan limbah bahan beracun dan beracun sebagaimana tercantum dalam Lampiran IV;
- Analisis mengenai dampak lalu lintas sebagaimana tercantum dalam Lampiran V;
- Dalam melaksanakan kegiatan sebagaimana dimaksud dalam Aneks KETIGA, Pelaku Usaha wajib:
 - Melakukan pengendalian data serta lingkungan yang relevan dengan potensi dampak yang ditimbulkan, sesuai dengan melakukan kegiatan sebagai berikut;
 - Melaksanakan tata cara penyiraman semestara limbah B3 sebagaimana Lampiran VI Keputusan Menteri ini;
 - Memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup;
 - Melakukan pemantauan dengan metode point maupun darat, berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan ini;
 - Mempisahkan sampah Rebusan, Reser dan Recycle (3R) terhadap limbah-limbah yang dihasilkan;
 - Melakukan pengelolaan limbah non B3 sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku sebagaimana tercantum dalam Lampiran Lampiran VII;
 - Melaksanakan ketentuan pelaksanaan kegiatan sesuai dengan Standar Operatif Prosedur (SOP);
 - Melakukan perbaikan secara terus-menerus terhadap ketidaksihan teknologi yang digunakan dalam rangka meminimalisasi dampak yang ditimbulkan dari rencana kegiatan ini;
 - Mendokumentasikan seluruh kegiatan pengelolaan lingkungan yang dilakukan terkait dengan kegiatan tersebut;
 - Menyiapkan data pemantauan serta pemantauan fagis Lingkungan Hidup sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - Memenuhi laporan pelaksanaan kewajiban sebagaimana dimaksud pada angka 1 (satu) sampai dengan angka 10 (sepuluh), paling sedikit 1 (satu) kali setiap 6 (enam) bulan rencana Usaha berlangsung dan menyampaikan kepada Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia, Gubernur/Bupati/Walikota kota sesuai dengan kewenangannya;

KETUJUHI : Apabila dalam pelaksanaan usaha dan/atau kegiatan timbul dampak lingkungan hidup di luar dari dampak yang dikalokasikan, pelaku usaha wajib melaporkan kepada Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia, Gubernur/Bupati/Walikota kota sesuai dengan kewenangannya paling lama 30 (tiga puluh) hari kerja sejak diketemukannya timbulnya dampak lingkungan hidup di luar dampak yang wajib dikalokasikan sebagaimana dimaksud dalam Lampiran I Keputusan ini.

KEDELAPAN : Dalam pelaksanaan Keputusan ini, Menteri/Gubernur/Bupati/Walikota melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan usaha yang dilaksanakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan paling sedikit 1 (satu) kali dalam 1 (satu) tahun.

KESEMBILAN : Pelaku Usaha wajib mengupayakan pemenuhan Perizinan Lingkungan Hidup terkait perubahan data rencana usaha dan/atau kegiatannya dan/atau tidak boleh lain sesuai dengan kriteria perubahan yang tercantum dalam Pasal 89 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.

KESEPULUH : Pelaku Usaha wajib melakukan pemantauan lingkungan dengan instrumen Andal dalam hal berhadapan dengan usaha dan/atau kegiatan yang Andal, UKL-UPL dan SPLP, secara berkala dan/atau kegiatan termasuk wajib Andal sebelum usaha dan/atau kegiatan dilaksanakan.

1. Dokumen ini diterbitkan dalam OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, terlampir dalam sistem OSS yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.

2. Dalam hal terjadi kesalahan isi dokumen ini akan dibatalkan perubah sebagaimana mestinya.

3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSSC-BSSN.

4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.



KURBELAS : Pemetaan, Penyajian, Keunggulan Pengalaman Lapangan Hidup ini merupakan
KEDUBELAS : Kumpulan ini berlaku untuk seluruh Direktorat, dan berlaku bersamaan dengan
berlakunya Peraturan Bureaus.

Ditujukan di : Jakarta
Pada Tanggal : 31 Desember 2023



Wilayah Adm. Jakarta Selatan

- Terdahulu Oleh:
1. Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan
2. Kepala Dinas Lingkungan Hidup Kota Adm. Jakarta Selatan
3. Kepala Dinas Perencanaan Model Pelayanan Terpadu Kota Administrasi Jakarta Selatan

Formulir UKL-UPL Standar Spesifik
Untuk Usaha dan/atau Kegiatan Pesta/Tah

Kode KBLL : 10750

A. IDENTITAS PELAKU USAHA

- 1. Nama Perusahaan : REGINA DARMA TANJUNG
2. Alamat Perusahaan : JL. LAYUNG SAHJI 1 NO.26, Kel. Rempang, Kec. Deger
Selatan, Kota Deger, Provinsi Jawa Barat
3. Nomor Telp : +
4. Nomor Fax :
5. Penanggung Jawab : REGINA DARMA TANJUNG
6. Jabatan :

B. DESKRIPSI RENCANA USAHA DAN/ATAU KEGIATAN

1. Nama Rencana Usaha dan/atau Kegiatan dan Lokasi rencana kegiatan

Rencana Usaha dan/atau Kegiatan yang direncanakan adalah Pesta/Tah di Jalan IKPN
Bintaro RW 12 Kota Adm. Jakarta Selatan Provinsi DKI Jakarta Oleh REGINA DARMA
TANJUNG.

Jalan IKPN Bintaro RW 12

2. Kesesuaian Lokasi Rencana Usaha dan/atau Kegiatan dengan Tata Ruang

Rencana Usaha dan/atau Kegiatan yang direncanakan adalah Pesta/Tah di Jalan IKPN
Bintaro RW 12 Kabupaten/Kota Kota Adm. Jakarta Selatan Provinsi DKI Jakarta oleh
REGINA DARMA TANJUNG.

3. Skala Rencana Usaha

Usaha Pesta/Tah di Jalan IKPN Bintaro RW 12 Kabupaten/Kota Kota Adm. Jakarta
Selatan Provinsi DKI Jakarta oleh REGINA DARMA TANJUNG, dengan skala 25 ME.

4. Rincian Usaha dan/atau Kegiatan Yang akan dilaksanakan

a. Tahap Pra Konstruksi

Terdiri atas :

1) Pembebasan Lahan

- a) SOP A.2.1 Perubahan Persepsi Masyarakat Akibat Pembebasan Lahan

4. Dokumen ini diterbitkan oleh DKL berdasarkan data dan/atau informasi yang terdapat dalam dokumen ini yang bersifat sebagai
1. Lembar Kerja
2. Dokumen ini dapat digunakan sebagai acuan dalam melakukan kegiatan lapangan
3. Dokumen ini dapat digunakan sebagai acuan dalam melakukan kegiatan lapangan
4. Dokumen ini dapat digunakan sebagai acuan dalam melakukan kegiatan lapangan

- b) SOP A.2.2 Timbulnya konflik sosial akibat pembebasan lahan
- c) SOP A.2.4 Hilangnya mata pencarian akibat pembebasan lahan
- d) SOP A.2.5 Perubahan pendapatan akibat pembebasan lahan
- 2) Pengambilan data kondisi lingkungan (ruas lingkungan hidup awal)
a) SOP A.4.1 Perubahan persepsi masyarakat akibat pengambilan data kondisi lingkungan (ruas lingkungan hidup awal)
- 3) Sosialisasi
a) SOP A.1.1 Perubahan persepsi masyarakat akibat sosialisasi
- b. Tahap Konstruksi
Terdiri atas :
1) Pembangunan fasilitas/unit utama dan fasilitas/unit pendukung
a) SOP B.4.1 Peningkatan kebersihan akibat pembangunan fasilitas/unit utama dan fasilitas/unit pendukung
b) SOP B.4.2 Peningkatan TSP (debu) akibat pembangunan fasilitas/unit utama dan fasilitas/unit pendukung
c) SOP B.4.7 Gangguan Arus Lalu Lintas Akibat Pembangunan Fasilitas/Unit Utama dan Fasilitas/Unit Pendukung
2) Mobilisasi peralatan dan material
a) SOP B.3.1 Peningkatan Kebisingan Akibat Mobilisasi Peralatan dan Material
b) SOP B.3.2 Peningkatan TSP (debu) Akibat Mobilisasi Peralatan dan Material
c) SOP B.3.3 Perubahan Persepsi Masyarakat Akibat Mobilisasi Peralatan dan Material
d) SOP B.3.4 Gangguan Arus Lalu Lintas Akibat Mobilisasi Peralatan dan Material
e) SOP B.3.5 Kerusakan Jalan Akibat Mobilisasi Peralatan dan Material
3) Pembangunan fasilitas/unit utama dan fasilitas/unit pendukung / fasilitas budaya
a) SOP B.4.5 Penurunan Kualitas Air Permukaan Akibat Pembangunan fasilitas/unit utama dan fasilitas/unit pendukung
4) Penyerimaan tenaga kerja
a) SOP B.1.1 Peningkatan Kesempatan Kerja Akibat Penyerimaan Tenaga Kerja
b) SOP B.1.2 Peningkatan Peluang Berusaha dan Pendapatan akibat Penyerimaan Tenaga Kerja

- 3) Pembebasan dan pematangan lahan
a) SOP B.2.1 Penurunan Kualitas Air Permukaan Akibat Pembebasan Lahan dan Pematangan Lahan
b) SOP B.2.2 Peningkatan TSP (debu) akibat Pembebasan Lahan dan Pematangan Lahan
c) SOP B.2.3 Peningkatan Air Larian Akibat Pembebasan Lahan dan Pematangan Lahan
d) SOP B.2.4 Peningkatan Kebisingan Akibat Pembebasan dan Pematangan Lahan
e) SOP B.2.9 Potensi Banjir/Gerangan Akibat Pembebasan dan Pematangan Lahan
f) SOP B.2.10 Perubahan Persepsi Masyarakat Akibat Pembebasan dan Pematangan Lahan
g) SOP B.2.11 Gangguan Kenyamanan Masyarakat Akibat Pembebasan dan Pematangan Lahan
- c. Tahap Operasi
Terdiri atas :
1) Operasional unit/fasilitas utama dan unit/fasilitas pendukung
a) SOP C.1.2 Peningkatan Peluang Berusaha Akibat Penyerimaan Tenaga Kerja
b) SOP C.2.3 Peningkatan Limbah Padat (Sampah) Akibat Kegiatan Operasional Unit/Fasilitas Utama dan Unit/Fasilitas Pendukung
c) SOP C.2.4 Peningkatan Timbulan Limbah B3 Akibat Kegiatan Operasional Unit/Fasilitas Utama dan Unit/Fasilitas Pendukung
d) SOP C.2.6 Peningkatan Gangguan Lalu Lintas Akibat Kegiatan Operasional Unit/Fasilitas Utama dan Unit/Fasilitas Pendukung
e) SOP C.2.8 Penurunan Kesehatan Masyarakat Akibat Kegiatan Operasional Unit/Fasilitas Utama dan Unit/Fasilitas Pendukung
f) SOP C.2.9 Peningkatan Kerusakan dan Konflik Masyarakat Akibat Kegiatan Operasional Unit/Fasilitas Utama dan Unit/Fasilitas Pendukung
g) SOP C.2.11 Penurunan Kualitas Air Permukaan Akibat Kegiatan Operasional Unit/Fasilitas Utama dan Unit/Fasilitas Pendukung
h) SOP C.2.12 Penurunan Kualitas Air Tanah Akibat Kegiatan Operasional Unit/Fasilitas Utama dan Unit/Fasilitas Pendukung
i) SOP C.2.20 Kerusakan Jalan Akibat Kegiatan Operasional Unit/Fasilitas Utama dan Unit/Fasilitas Pendukung
j) SOP C.2.21 Penurunan Kualitas Udara (Emisi dari Cerebong) Akibat Kegiatan

Operasional Unit/Fasilitas Utama dan Unit/Fasilitas Pendukung

- 2) Penyerimaan tenaga kerja
a) SOP C.1.1 Peningkatan Kesempatan Kerja Akibat Penyerimaan Tenaga Kerja
b) SOP C.1.3 Peningkatan Pendapatan Akibat Penyerimaan Tenaga Kerja
c) SOP C.1.4 Peningkatan Keresahan dan Konflik Masyarakat Akibat Penyerimaan Tenaga Kerja
- d. Tahap Pasca Operasi
Terdiri atas :
1) Pelepasan Tenaga Kerja
a) SOP D.1.2 Peningkatan Keresahan Masyarakat Akibat Pelepasan Tenaga Kerja
2) Pembongkaran Fasilitas Operasional (Fasilitas Utama dan/atau Pendukung)
a) SOP D.3.1 Penurunan Kualitas Udara Akibat Pembongkaran Fasilitas Operasional (Fasilitas Utama dan/atau Pendukung)
b) SOP D.3.2 Peningkatan Kebisingan Akibat Pembongkaran Fasilitas Operasional (Fasilitas Utama dan/atau Pendukung)

LAMPIRAN 1
Peretujuan Teknis
Pembuangan Air Limbah Ke Badan Air Permukaan

A. Standar Teknis Pemenuhan Baku Mutu Air Limbah
1. Baku Mutu Air Limbah Usaha dan/atau Berbasis Lahan Dengan Penanganan Secara Prensaratasi

Parameter	Satuan	Kadar Paling Tinggi
Temperatur	°C	40
Zat padat larut (TDS)	mg/L	4.000
Zat padat suspensi (TSS)	mg/L	400
pH	-	6,9 - 9,0
Besi terlarut (Fe)	mg/L	10
Mangan terlarut (Mn)	mg/L	5
Barium (Ba)	mg/L	3
Tembaga (Cu)	mg/L	3
Seng (Zn)	mg/L	10
Krom Heksavalen (Cr ^{VI})	mg/L	0,5
Krom Total (Cr)	mg/L	1
Cadmium (Cd)	mg/L	0,1
Air Raksa (Hg)	mg/L	0,005
Timbal (Pb)	mg/L	1
Stannum (Sn)	mg/L	3
Arsen (As)	mg/L	0,5
Selenium (Se)	mg/L	0,5
Nikel (Ni)	mg/L	0,5
Kobalt (Co)	mg/L	0,6
Sianida (CN)	mg/L	0,5
Sulfida (H ₂ S)	mg/L	1
Fluorida (F)	mg/L	3
Klorin bebas (Cl ₂)	mg/L	2
Amonia Nitrogen (NH ₃ -N)	mg/L	10

- g. menyampaikan laporan secara lisan dan secara tertulis jika terjadi keadaan darurat; dan
h. melakukan penanggulangan Pencemaran Air dan pemulihan Mutu Air jika terjadi Pencemaran Air.

4. Larangan

- a. membuang Air Limbah secara sekaligus dalam 1 (satu) kali pembuangan;
b. mengoperasikan Air Limbah dalam upaya penataan batas kadar yang diproyeksikan; dan
c. membuang Air Limbah di luar titik penataan.

B. standar kompetensi sumber daya manusia:

1. memiliki penanggung jawab pengendalian Pencemaran Air; dan/atau
2. memiliki penanggung jawab operasional pengolahan Air Limbah.

C. Sistem Manajemen Lingkungan

Melakukan Sistem Manajemen Lingkungan dengan tahapan:

1. Perencanaan:

- a. menentukan lingkup dan menerapkan sistem manajemen lingkungan terkait pengendalian Pencemaran Air;
b. menetapkan kebijakan pengendalian Pencemaran Air;
c. memastikan kepemimpinan dan komitmen dari manajemen puncak terhadap pengendalian Pencemaran Air;
d. memastikan adanya struktur organisasi yang menaungi pengendalian Pencemaran Air;
e. menetapkan tanggungjawab dan kewenangan untuk peran yang sesuai;
f. menentukan aspek menetapkan kebijakan pengendalian Pencemaran Air;
g. mengidentifikasi dan memiliki akses terhadap kewajiban penataan menetapkan kebijakan pengendalian Pencemaran Air;

4. Tindakan:

- a. melakukan tindakan untuk menanggapi ketidaksesuaian; dan
b. melakukan tindakan perbaikan berkelanjutan terhadap sistem manajemen lingkungan yang sesuai dan efektif untuk meningkatkan kinerja pengendalian Pencemaran Air, Pengendalian Pencemaran dan/atau Kerusakan Laut.

Parameter	Satuan	Kadar Paling Tinggi
Nitrat (NO ₃ -N)	mg/L	30
Nitrit (NO ₂ -N)	mg/L	3
Total Nitrogen	mg/L	60
BOD ₅	mg/L	150
COD	mg/L	300
senyawa aktif beru metilen	mg/L	10
Fenol	mg/L	1
Minyak & Lemak	mg/L	20
Total Bakteri Koliform	MPN/100ml.	10.000

2. Baku Mutu Air Limbah Domestik

Parameter	Satuan	Kadar Paling Tinggi
pH	-	6 - 9
BOD	mg/L	30
COD	mg/L	100
TSS	mg/L	30
Minyak Lemak	mg/L	5
Amoniak	mg/L	10
Total Coliform	jumlah/100 mL	3000
Debit	L/orang/hari	100

3. Kewajiban:

- a. memisahkan saluran Air Limbah dengan saluran limbah air hujan;
b. memiliki unit pengolahan dan saluran Air Limbah ke badan air;
c. memiliki alat ukur debit/atau way setara
d. memiliki sistem tanggap darurat instalasi pengolahan Air Limbah;
e. melakukan pemantauan air limbah setiap 1 (satu) bulan sekali dan badan air 6 (enam) bulan sekali;
f. melakukan pemantauan pH dan debit harian;

- h. menentukan risiko dan peluang yang perlu ditangani;
i. merencanakan untuk mengambil aksi menanggapi risiko dan peluang serta evaluasi efektivitas dari kegiatan tersebut; dan/atau
j. menetapkan sasaran menetapkan kebijakan pengendalian Pencemaran Air, menentukan indikator dan proses untuk mencapainya.

2. Pelaksanaan:

- a. menentukan sumber daya yang diarsipkan untuk penataan dan pemeliharaan sistem manajemen lingkungan terkait pengendalian Pencemaran Air;
b. menentukan sumber daya manusia yang memiliki sertifikasi kompetensi pengendalian Pencemaran Air;
c. menetapkan, menerapkan, dan memelihara proses yang dibutuhkan untuk komunikasi internal dan eksternal;
d. memastikan kesesuaian metode untuk pembuatan dan pemutakhiran serta pengendalian informasi terdokumentasi;
e. menetapkan, menerapkan, dan mengedukasi proses pengendalian operasi yang dibutuhkan untuk memenuhi persyaratan sistem manajemen lingkungan terkait pengendalian Pencemaran Air; dan
f. menentukan potensi situasi darurat dan respon yang diperlukan.

3. Peningkatan:

- a. memantau, mengukur, menganalisa, dan mengawasi kinerja menetapkan kebijakan pengendalian Pencemaran Air;
b. mengawasi pemenuhan terhadap kewajiban penataan menetapkan kebijakan pengendalian Pencemaran Air;
c. melakukan internal audit secara berkala; dan
d. menguji sistem manajemen lingkungan organisasi terkait menetapkan kebijakan pengendalian Pencemaran Air, untuk memastikan kesesuaian, kecukupan, dan keefektifan.

LAMPIRAN 2

PERSETUJUAN TEKNIS PEMENUHAN BAKU MUTU AIR LIMBAH YANG DIBUANG KE LAUT

A. Standar Teknis Pemenuhan Baku Mutu Air Limbah

1. Baku Mutu Air Limbah

No.	Parameter	Kadar Air Limbah
1	pH	6-9
2	TSS	100 mg/l
3	Amoniak (NH ₃ -N)	10 mg/l
4	BOD	100 mg/l
5	COD	200 mg/l
6	Minyak dan Lemak	15 mg/l
7	Sulfida	1 mg/l

2. Kewajiban:

- a. melaksanakan pemantauan:
1) air limbah di titik penataan (outlet) setiap bulan;
2) air limbah di titik inlet setiap 6 (enam) bulan sekali;
3) kualitas air laut setiap 6 (enam) bulan sekali, 1 (satu) mutu air laut lampiran VIII Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, sesuai peruntukannya (biota/pelabuhan/wisata bahari); menggunakan laboratorium terregistrasi Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan,
b. Mencatat debit air limbah di titik penataan (outlet) setiap hari;
c. melaporkan hasil:
1) pemantauan kualitas air limbah setiap 3 (tiga) bulan sekali;

- 2) pemantauan kualitas air laut setiap 6 (enam) bulan sekali;
 - 3) perhitungan beban Air Limbah bulanan dari titik koordinat penataan (outlet) air limbah setiap 3 (tiga) bulan sekali;
 - 4) perhitungan beban air limbah bulanan dari inlet setiap 6 (enam) bulan sekali;
 - 5) perhitungan efisiensi pengolahan air limbah setiap 6 (enam) bulan sekali;
 - d. memisahkan saluran air limbah dengan saluran limpasan air hujan;
 - e. memiliki unit pengolahan dan saluran air limbah kedap air;
 - f. memiliki alat ukur debit atau alat ukur yang setara;
 - g. memiliki sistem tanggap darurat instalasi pengolahan air limbah; dan
 - h. sistem tanggap darurat pencemaran laut.
3. Larangan:
- a. membuang air limbah secara sekaligus dalam 1 (satu) kali pembuangan;
 - b. mengencerkan air limbah dalam upaya penataan batas kadar yang dipersyaratkan;
 - c. membuang air limbah di luar titik penataan.

B. Pemenuhan Standar Kompetensi Sumber Daya Manusia

Saat usaha dan/atau kegiatan telah memiliki persetujuan teknis wajib mempunyai sumber daya manusia yang sudah memiliki sertifikat kompetensi sebagai berikut :

1. penanggungjawab pengendalian pencemaran air; dan/atau
2. penanggungjawab operator instalasi pengolahan air limbah.

C. Sistem Manajemen Lingkungan

Sistem manajemen lingkungan terdiri dari:

- 1) perencanaan;
- 2) pelaksanaan;

- 3) pemeriksaan; dan
 - 4) tindakan.
- 1) Perencanaan yang meliputi:
- a. menentukan lingkup sistem manajemen lingkungan terkait Pengendalian Pencemaran dan/atau Kerusakan Laut;
 - b. menetapkan kebijakan Pengendalian Pencemaran dan/atau Kerusakan Laut;
 - c. menentukan sumber daya yang diperlukan untuk perencanaan dan pemeliharaan sistem manajemen lingkungan terkait Pengendalian Pencemaran dan/atau Kerusakan Laut;
 - d. menentukan sumber daya manusia yang memiliki sertifikasi kompetensi Pengendalian Pencemaran Air;
 - e. menetapkan kepemimpinan dan komitmen dari manajemen puncak terhadap Pengendalian Pencemaran dan/atau Kerusakan Laut;
 - f. menetapkan struktur organisasi yang menangani Pengendalian Pencemaran dan/atau Kerusakan Laut;
 - g. menetapkan tanggungjawab dan kewenangan untuk peran yang sesuai;
 - h. menentukan aspek Pengendalian Pencemaran dan/atau Kerusakan Laut dan dampaknya;
 - i. mengidentifikasi dan memiliki akses terhadap kewajiban penataan Pengendalian Pencemaran dan/atau Kerusakan Laut;
 - j. merencanakan untuk mengambil aksi menanggapi risiko dan peluang serta evaluasi efektivitas dari kegiatan tersebut;
 - k. menetapkan asasan pengendalian Pencemaran dan/atau Kerusakan Laut, serta menentukan indikator dan proses untuk pencapaian;
 - l. memastikan kesesuaian metode untuk pembuatan dan pemutakhiran serta pengendalian informasi terdokumentasi;

- m. menentukan risiko dan peluang yang perlu ditangani; dan/atau
 - n. menentukan potensi situasi darurat dan respon yang diperlukan.
- 2) Pelaksanaan yang meliputi:
- a. memantau, mengukur, menganalisa, dan mengevaluasi kinerja Pengendalian Pencemaran dan/atau Kerusakan Laut;
 - b. mendokumentasikan hasil pemantauan Air Limbah dan kualitas Air Laut;
 - c. melakukan evaluasi hasil pemantauan Air Limbah mengacu pada Baku Mutu Air Limbah yang telah ditetapkan dalam Persetujuan Teknis atau peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang Baku Mutu Air Limbah;
 - d. melaporkan sebuah kewajiban Pengendalian Pencemaran dan/atau Kerusakan Laut.
- 3) Pemeriksaan yang meliputi:
- a. mengawasi pemenuhan terhadap kewajiban penataan Pengendalian Pencemaran dan/atau Kerusakan Laut;
 - b. melakukan internal audit secara berkala; dan/atau
 - c. mengaji sistem manajemen lingkungan organisasi terkait Pengendalian Pencemaran dan/atau Kerusakan Laut untuk memastikan kesesuaian, kecukupan, dan keefektifan.
- 4) Tindakan yang meliputi:
- a. melakukan tindakan untuk menangani ketidaksesuaian; dan
 - b. melakukan tindakan perbaikan berkelanjutan terhadap sistem manajemen lingkungan yang sesuai dan efektif untuk meningkatkan kinerja Pengendalian Pencemaran dan/atau Kerusakan Laut.

LAMPIRAN 3

Persetujuan Teknis Pemenuhan Baku Mutu Emisi

A. Standar Teknis Pemenuhan Baku Mutu Emisi

1. Sumber Emisi
 Utilitas (Genset atau Boiler, tergantung bahan bakar yang digunakan oleh Usaha dan/atau Kegiatan)

Kapasitas Bakar	Bahan Bakar	Parameter	Nilai BME (mg/m ³)
101-500KW	Minyak	Nitrogen Oksida (NOx)	3400
		Karbon monoksida (CO)	170
	Gas	Nitrogen Oksida (NOx)	300
		Karbon Monoksida (CO)	450
501-1000 KW	Minyak	Nitrogen Oksida (NOx)	1850
		Karbon Monoksida (CO)	77
		Tiotal Partikulat Sulfur Dioksida (SO ₂)	95
	Gas	Nitrogen Oksida (NOx)	160
		Karbon Monoksida (CO)	300
		Sulfur Dioksida (SO ₂)	250
1001-3000 KW	Minyak	Nitrogen Oksida (NOx)	150
		Karbon Monoksida (CO)	2300
		Tiotal Partikulat Sulfur Dioksida (SO ₂)	168
	Gas	Nitrogen Oksida (NOx)	90
		Sulfur Dioksida (SO ₂)	150
		Nitrogen Oksida (NOx)	285

Karbon Monoksida (CO)	250
Sulfur Dioksida (SO ₂)	60

- Semua parameter dikoreksi sebesar 1,5%.
- Nitrogen Oksida (NO_x) ditentukan sebagai NO_x + NO
- Metoda pengujian menggunakan Standar Nasional Indonesia (SNI) atau metoda yang setara (seperti US EPA, JIS)

3. Baku Mutu Emisi Boiler

Ketel Uap (Boiler) bahan bakar biomassa berupa serabut dan/atau cangkang	Parameter Baku Mutu
Ketel Uap (Boiler) bahan bakar biomassa berupa ampas dan/atau daun tebu kering	1. Partikulat : 300 mg/m ³
	2. Sulfur Dioksida (SO ₂) : 600 mg/m ³
	3. Nitrogen Oksida (NO _x) : 800 mg/m ³
	4. Hidrogen Klorida (HCl) : 5 mg/m ³
	5. Gas Klorin (Cl ₂) : 5 mg/m ³
	6. Ammonia (NH ₃) : 1 mg/m ³
	7. Hidrogen Florida (HF) : 8 mg/m ³
	8. Opaasitas 30 %
Konsentrasi partikulat dikoreksi sebesar 6 % Oksigen.	
Ketel Uap (Boiler) bahan bakar biomassa selain serabut dan/atau cangkang	1. Partikulat : 250 mg/m ³
	2. Sulfur Dioksida (SO ₂) : 600 mg/m ³
	3. Nitrogen Oksida (NO _x) : 800 mg/m ³
	4. Opaasitas : 30 %
Konsentrasi partikulat dikoreksi sebesar 6 % Oksigen.	
Ketel Uap (Boiler) Bahan bakar biomassa selain a. serabut dan/atau cangkang	Rukan Logam
	1. Partikulat : 350 mg/m ³
	2. Sulfur Dioksida (SO ₂) : 800 mg/m ³
3. Nitrogen Oksida (NO _x) : 1000 mg/m ³	

b. ampas dan/atau daun tebu kering	4. Hidrogen Klorida (HCl) : 5 mg/m ³	
	5. Gas Klorin (Cl ₂) : 10 mg/m ³	
	6. Ammonia (NH ₃) : 0,5 mg/m ³	
	7. Hidrogen Florida (HF) : 10 mg/m ³	
	8. Opaasitas : 30 %	
	9. Total Sulfur Tereduksi (H ₂ S) : 35 mg/m ³	
	Logam	
	1. Air Raksa (Hg) : 5 mg/m ³	
	2. Arsen (As) : 8 mg/m ³	
	3. Antimon (Sb) : 8 mg/m ³	
	4. Kadmium (Cd) : 8 mg/m ³	
	5. Seng (Zn) : 50 mg/m ³	
	6. Timah Hitam (Pb) : 12 mg/m ³	
	Konsentrasi partikulat dikoreksi sebesar 6 % Oksigen.	
	Ketel Uap (Boiler) bahan bakar batubara	1. Partikulat : 230 mg/m ³
2. Sulfur Dioksida (SO ₂) : 750 mg/m ³		
3. Nitrogen Oksida (NO _x) : 825 mg/m ³		
4. Opaasitas : 20 %		
Konsentrasi partikulat dikoreksi sebesar 6 % Oksigen.		
Ketel Uap (Boiler) bahan bakar minyak	1. Partikulat : 200 mg/m ³	
	2. Sulfur Dioksida (SO ₂) : 700 mg/m ³	
	3. Nitrogen Oksida (NO _x) : 700 mg/m ³	
	4. Opaasitas : 15 %	
Konsentrasi partikulat dikoreksi sebesar 3 % Oksigen.		
Ketel Uap (Boiler) bahan bakar gas	1. Sulfur Dioksida (SO ₂) : 150 mg/m ³	
	2. Nitrogen Oksida (NO _x) : 650 mg/m ³	

4. Lokasi pemantauan emisi
 Titik Penataan: Emisi Sumber Tidak Bergerak (Cerobong Emisi)

- Peryaratan cerobong emisi dilengkapi dengan:
- Lebuang sampling emisi (Diameter 10 Cm)
 - Penutup lubang sampling (flap)
 - Posisi lubang sampling (SD/2D, D > diameter) setelah tidak ada gangguan seperti pembesar, pengelasan, tidak ada aliran *cyclonic flow*
 - Pagar pengaman
 - Platform
 - Tempang
 - Sumber listrik
 - Pemetaan (sude dan koordinat)
 - Jenis Alat pengendali emisi yang digunakan (Cyclone, bag house filter, Electric Precipitator (ESP), wet scrubber, Flue Gas Desulfurization (FGD), Selective Catalytic Reduction (SCR), Non Selective Catalytic Reduction (NSCR), Low NOx burner)

5. Lokasi Pemantauan Ambien

- Up wind
- Down Wind
- Lokasi yang berdekatan dengan masyarakat / titik kontrol

Lokasi Pemantauan	Parameter	Waktu Pengukuran	Baku Mutu (log/m ³)	Sistem Pengukuran
a. Up wind	Sulfur Dioksida (SO ₂)	1 jam	150	aktif kontinu
b. Down Wind				aktif manual
c. Lokasi yang berdekatan dengan masyarakat	Karbon Monoksida (CO)	1 tahun	75	aktif kontinu
		1 tahun	45	aktif kontinu
/ titik		1 jam	10000	aktif kontinu
		8 jam	4000	aktif kontinu
		1 jam	200	aktif kontinu

**** Konsentrasi yang dilaporkan untuk waktu pengukuran selama 3 fajar jam adalah konsentrasi dari waktu pengukuran yang dilakukan diantara jam 06:00 - 10:00 waktu setempat.

6. kewajiban:

- memiliki alat pengendali Emisi;
- menuhi Baku Mutu Emisi yang ditetapkan bagi Usaha dan/ atau Kegiatan;
- memenuhi persyaratan teknis pengambilan sampel Emisi;
- memantau Mutu Udara ambien dan konsentrasi Emisi secara berkala, menggunakan laboratorium yang terregistrasi oleh Menteri;
- melaksanakan pengurangan dan pemanfaatan kembali;
- memiliki penanggung jawab yang memiliki kompetensi di bidang perlindungan dan pengelolaan Mutu Udara;
- melakukan perhitungan Beban Emisi;
- memiliki Sistem Tanggap Darurat Pencemaran Udara; dan
- melaporkan seluruh kewajiban pengendalian Pencemaran Udara melalui Sistem Informasi Lingkungan Hidup.

7. larangan:

- membuang Emisi secara langsung atau pelepasan dadakan;
- melakukan pembuangan Emisi non-fugitive tidak melalui cerobong;
- menambahkan udara ke cerobong setelah alat pengendali, di huse dari proses operasi kegiatan; dan/atau
- tidak lain yang dilarang dalam Peretujuan Lingkungan dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan.

B. Pemenuhan Standar Kompetensi Sumber Daya Manusia

Usaha dan/atau Kegiatan mempunyai sumber daya manusia yang sudah memiliki sertifikat kompetensi sebagai:

- penanggung jawab pengendalian Pencemaran Udara; dan/atau

LAMPIRAN 4

RINCIAN TEKNIS PENYIMPANAN LIMBAH B3 UNTUK KEGIATAN KLUSTER INDUSTRI BERBASIS LAHAN DENGAN PEMBANGUNAN SARANA PRASARA (PEKAKITAN DAN SEJENISNYA)

1. Memerlukan TPS Limbah B3

2. Rincian Teknis TPS Limbah B3

a. Lokasi Penyimpanan Limbah B3:

- Bebas banjir
 - Tidak rawan bencana alam
- Apabila lokasi Penyimpanan Limbah B3 tidak bebas banjir dan rawan bencana alam, Lokasi Penyimpanan Limbah B3 harus dapat direalisasikan dengan teknologi untuk Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.

3) Berada dalam penguasaan setiap orang

b. Fasilitas Penyimpanan Limbah B3

- Fasilitas Penyimpanan Limbah B3 wajib dilengkapi dengan:
 - peralatan penanganan tumpahan; dan
 - fasilitas pertolongan pertama.
- Fasilitas Penyimpanan Limbah B3 berupa bangunan:
 - Untuk menyimpan Limbah B3:
 - kategori 1; dan
 - kategori 2 dari sumber tidak spesifik, sumber spesifik umum, dan sumber spesifik khusus.
 - Peryaratan teknis
 - rencana bangun sesuai dengan jenis, karakteristik, dan jumlah Limbah B3 yang disimpan;
 - luas ruang penyimpanan sesuai dengan jumlah Limbah B3 yang disimpan;

Kontrol	Nitrogen Dioksida (NO ₂)	24 jam	65	aktif manual
		1 tahun	50	aktif kontinu
Oksidasi fotokimia sebagai Ozen (O ₃)	1 jam	150	aktif kontinu	
	8 jam	100	aktif manual**	
Hidrokarbon Non Metana NMHC	1 tahun	35	aktif kontinu	
	3 jam	160	aktif kontinu***	
Partikulat debu < 100 µm (TSP)	24 jam	230	aktif manual	
	24 jam	75	aktif kontinu	
Partikulat debu < 10 µm (PM ₁₀)	1 tahun	40	aktif manual	
	24 jam	55	aktif kontinu	
Partikulat debu < 2,5 µm (PM _{2.5})	1 tahun	15	aktif manual	
	1 tahun	15	aktif kontinu	
Timbal (Pb)	24 jam	2	aktif manual	

Keterangan :
 µg/m³ = konsentrasi dalam mikrogram per meter kubik, normal, yaitu tekanan (P) 1 atm dan temperatur (T) 25°C pada kondisi atmosfer

* Konsentrasi yang dilaporkan untuk waktu pengukuran selama 1 (satu) jam adalah konsentrasi hasil pengukuran yang dilakukan setiap 30 (tiga puluh) menit (dalam 1 jam dilakukan 2 kali pengukuran) dan dilakukan di antara pukul 11:00 - 14:00 waktu setempat

** Konsentrasi yang dilaporkan untuk waktu pengukuran selama 8 (delapan) jam adalah konsentrasi dari waktu pengukuran yang dilakukan di antara pukul 06:00 - 18:00 waktu setempat.

- penanggung jawab operasional instalasi pengendalian Pencemaran Udara

C. Sistem Manajemen Lingkungan

Usaha dan/atau Kegiatan menerapkan sistem manajemen lingkungan melalui:

- memiliki komitmen dari manajemen puncak terhadap pengendalian Pencemaran Udara;
- memiliki kebijakan pengendalian Pencemaran Udara;
- memiliki sumber daya yang diayarkan untuk penerapan dan pemeliharaan sistem manajemen lingkungan terkait pengendalian Pencemaran Udara;
- memiliki struktur organisasi yang memangani pengendalian Pencemaran Udara;
- mengidentifikasi dan memiliki akses terhadap kewajiban pemantauan pengendalian Pencemaran Udara;
- memiliki rencana untuk mengambil aksi managan risiko dan peluang serta evaluasi efektivitas dari kegiatan tersebut;
- memiliki sasaran pengendalian Pencemaran Udara serta menentukan indikator dan proses untuk mencapainya; dan
- menyusun rencana audit internal secara regular atau evaluasi kinerja dan mendokumentasikan hasil audit dan tindak lanjut perbaikannya.

- desain dan konstruksi yang mampu melindungi Limbah B3 dari hujan dan tertutup;
- atap dari bahan yang tidak mudah terbakar;
- memiliki sistem ventilasi untuk sirkulasi udara;
- sistem pembuangan disesuaikan dengan rancang bangun tempat Penyimpanan Limbah B3;
- lantai kedap air dan tidak bergelombang;
- lantai bagian dalam dibuat melandai turun ke arah bak penampung tumpahan dengan kemiringan paling tinggi 1% (satu persen);
- lantai bagian luar bangunan dibuat agar air hujan tidak masuk ke dalam bangunan tempat penyimpanan Limbah B3;
- saluran drainase cecekan, tumpahan Limbah B3 dan/atau air hasil pembersihan cecekan atau tumpahan Limbah B3;
- bak penampung tumpahan untuk menampung cecekan, tumpahan Limbah B3 dan/atau air hasil pembersihan cecekan atau tumpahan Limbah B3; dan
- dilengkapi dengan simbol Limbah B3 sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

3) Fasilitas Penyimpanan Limbah B3 berupa tangki dan/atau kontainer

- Untuk menyimpan Limbah B3 fase cair:
 - kategori 1; dan
 - kategori 2 dari sumber tidak spesifik dan sumber spesifik umum.
- Peryaratan teknis
 - dibangun di atas permukaan tanah dengan lantai kedap air;

- (2) tangki dan/atau kontainer dan sistem penunjangnya harus terbuat dari bahan yang cocok dengan karakteristik Limbah B3 yang disimpan;
- (3) tidak mudah pecah atau bocor;
- (4) memiliki tangkil dan saluran pembuangan di sekeliling tangki dan/atau kontainer menuju bak penampung tumpahan;
- (5) terlindung dari penyinaran matahari dan masuknya air hujan secara langsung, jika Limbah B3 yang disimpan memiliki sifat mudah mengembang dan/atau menghasilkan gas dan/atau bereaksi akibat temperatur dan tekanan; dan
- (6) dilengkapi dengan simbol Limbah B3 sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (7) Bak penampung tumpahan sebagaimana dimaksud pada angka (4) wajib mampu menampung cairan paling sedikit 110% (seratus sepuluh persen) dari total kapasitas tangki dan/atau kontainer.
3. peralatan penanggulangan keadaan darurat.
- a. sistem pendeteksi dan peralatan pemadam kebakaran;
- b. alat penanggulangan keadaan darurat lain yang sesuai.
4. Kemasan
- a. Persyaratan Kemasan
- 1) menggunakan kemasan yang terbuat dari bahan logam atau plastik yang dapat mengemas Limbah B3 sesuai dengan karakteristik Limbah B3;
- 2) mampu mengangkut Limbah B3 untuk tetap berada dalam kemasan;
- 3) memiliki penutup yang kuat untuk mencegah terjadinya tumpahan saat dilakukan penyimpanan, pemindahan, dan/atau pengangkutan; dan
- 4) berada dalam kondisi tidak bocor, tidak berkarat, dan tidak rusak.
- b. Kemasan berupa:
- 1) drum;
- 2) jumbo bag;
- 3) tangki intermedieted bulk container (IBC);
- 4) kontainer; dan/atau
- 5) kemasan dan/atau wadah lainnya sesuai dengan karakteristik Limbah B3.
- c. Kemasan Limbah B3 wajib dicatiskan simbol dan label Limbah B3 sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- d. Pengemasan Limbah B3 wajib dilakukan pada fasilitas bangunan, dan dilecatiskan bagi Limbah B3:
- 1) dari sumber spesifik khusus;
- 2) berupa peralatan elektronik utuh; atau
- 3) tidak berbentuk fase cair, debu, dross, gram logam, dan cacaban.

Lampiran 21 Pernyataan Mandiri

PERNYATAAN MANDIRI Kesediaan Memenuhi Standar Usaha

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pelaku Usaha dengan identitas sebagai berikut:

Nama Pelaku Usaha : REGINA DARMA TANJUNG
 Nomor Induk Berusaha (NIB) : 2112230048966
 KBLI : 10750 - Industri Makanan dan Masakan Olahan

Menyatakan:

1. Bersedia memenuhi persyaratan dan/atau kewajiban Perizinan Berusaha berikut ini:
 - a. Persyaratan:
 1. -
 - b. Kewajiban:
 1. Memenuhi SNI, Spesifikasi Teknis, dan/atau Pedoman Tata Cara yang diberlakukan secara wajib (bagi produk yang telah diberlakukan SNI, Spesifikasi Teknis, dan/atau Pedoman Tata Cara secara wajib).
 2. Memenuhi Standar Industri Makanan dan Masakan Olahan;
 3. Memiliki Akun Sistem Informasi Industri Nasional;
 4. Menyampaikan data industri yang akurat, lengkap, dan tepat waktu secara berkala yang disampaikan melalui Sistem Informasi Industri Nasional;
2. Bersedia mengikuti pembinaan yang dilakukan dalam rangka memenuhi ketentuan terkait standar tersebut.
3. Bersedia menerima sanksi terhadap pelanggaran pemenuhan standar tersebut.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya. Apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan ataupun ketidakakuratan dalam pernyataan ini, maka Pelaku Usaha bersedia menerima konsekuensi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Bogor, 5 Januari 2024
 ttd.
 (REGINA DARMA TANJUNG)

Surat pernyataan ini tersimpan secara elektronik di dalam sistem OSS sebagai bagian tidak terpisahkan dari Perizinan Berusaha untuk Nomor Induk Berusaha yang dimaksud.

Lampiran 22 Izin Edar Pangan Olahan

PIRT adalah memberikan prinsip-prinsip dasar keamanan pangan bagi Industri Rumah Tangga Pangan (IRTP) dalam menerapkan CPPB-IRT (Cara Produksi Pangan yang Baik untuk Industri Rumah Tangga) agar dapat menghasilkan produk pangan yang aman dan bermutu. Sertifikasi PIRT hanya diberikan kepada produk pangan olahan dengan tingkat risiko rendah.

The screenshot shows the OSS portal interface. At the top, there is a navigation bar with the OSS logo and several menu items: BERANDA, PERIZINAN BERUSAHA, PB-UMKU, PELAPORAN, FASILITAS, PELACAKAN, SANKSI, and PROFILE. The main content area is titled 'DAFTAR PB-UMKU KBLI: 10750'. It includes a search bar and a table with the following data:

No	Nama Perizinan UMKU	Kewenangan	Tanggal Pengajuan	Status Izin	Status Permohonan
1	Izin Edar Pangan Olahan Deskripsi Kegiatan Usaha: Seluruh ID Izin: I-202401051127560783121	Badan Pengawas Obat dan Makanan	05/01/2024	Izin Belum Terbit	Permohonan di Lanjutkan di Sistem K/L

Below the table, there are buttons for 'Ajukan Perizinan Berusaha UMKU', 'Pencarian...', and 'Demenuhan Persyaratan PB UMKU Di Sistem K/L'. At the bottom, there is a 'Kembali' button, a pagination control showing 'Item Per Halaman 10', and a 'Butuh Bantuan?' link.

Lampiran 23 Data Kegiatan Usaha

The screenshot shows the OSS portal interface. At the top, there is a navigation bar with the OSS logo and several menu items: BERANDA, PERIZINAN BERUSAHA, PB-UMKU, PELAPORAN, FASILITAS, PELACAKAN, SANKSI, and PROFILE. The main content area is titled 'DAFTAR KEGIATAN USAHA'. It includes a search bar and a table with the following data:

No	KBLI	Lokasi Usaha	Data Usaha	Skala Usaha	Tingkat Risiko	Status Perizinan Berusaha	#
1	10750 - Industri Makanan dan Masakan Olahan	Alamat : Jalan IKPN Bintaro RW 12 Kelurahan : Pesanggrahan Kecamatan : Pesanggrahan Kab/Kota : Kota Adm. Jakarta Selatan Provinsi : DKI Jakarta Lokasi Usaha Lintas Matra : Tidak	Jumlah Tenaga Kerja Indonesia : 3 Modal Usaha : Rp600.000	Usaha Mikro	Menengah Rendah	<ul style="list-style-type: none"> NIB Terbit Sertifikat Standar Terbit SPPL Terbit Otomatis Peretujuan PKPLH Terbit Otomatis 	

Below the table, there is a 'Cari' button and a 'Butuh Bantuan?' link.

