

**WEDANG REMPAH NINGRAT: INOVASI MINUMAN
SEHAT KEKINIAN BERBASIS REMPAH DENGAN
KEMASAN CELUP DAN BOTOL REUSABLE**

(Divisi Pemasaran)

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam



Oleh :

Muhammad Zaqi Khatami

19423173

Acc untuk munaqasah
Oleh Pembimbing, 14/09/2023



Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2023**

LEMBARAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Muhammad Zaqi Khatami
NIM : 19423173
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul tugas akhir : **Mekanisme Pemasaran Bisnis Wedang Rempah Ningrat;
INOVASI MINUMAN SEHAT KEKINIAN BERBASIS
REMPAH DENGAN KEMASAN CELUP DAN BOTOL
REUSABLE**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan tugas akhir perintisan bisnis ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan tugas akhir perintisan bisnis ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan atusan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 14 September 2023



Muhammad Zaqi Khatami

HALAMAN PENGESAHAN



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. iaii@uii.ac.id
W. iaii.uii.ac.id

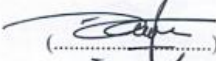


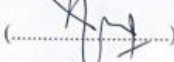
PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Senin
Tanggal : 2 Oktober 2023
Judul Tugas Akhir : Wedang Rempah Ningrat: Inovasi Minuman Sehat Kekinian Berbasis Rempah dengan Kemasan Celup dan Botol Reusable
Disusun oleh : MUHAMMAD ZAQI KHATAMI
Nomor Mahasiswa : 19423173

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.


TIM PENGUJI:

Ketua	: Anom Garbo, SEI, ME	
Penguji I	: Rheyza Virgiawan, Lc., ME	
Penguji II	: Tulasmi, SEI, MEI	
Pembimbing	: Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec.	

Yogyakarta, 2 Oktober 2023

Dekan,




Dr. Drs. Asmuni, MA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala puji kehadirat Allah Ta'ala yang telah memberikan Rahmat dan karuniannya. Serta tak luput dukungan dan do'a dari orang-orang sholeh/ah sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini dengan baik. Tak lupa sholawat serta salam selalu tercurah limpah kepada baginda Muhammad Sholallahu 'alaihi Wasallam, sahabat dan para keluarganya hingga akhir zaman. Melalui sebuah karya yang penulis susun dengan rasa bangga dan bahagia, penulis haturkan rasa syukur dan terimakasih kepada:

Allah Ta'ala atas segala nikmat yang diberikan kepada hambanya baik itu nikmat iman dan ihsan yang tiada bandingannya dunia dan seisinya. Dari awal proses hingga kini banyak kemudahan dan kelancaran yang diberikan-Nya selama menjalani proses tugas akhir.

Teruntuk Ayahanda penulis Pamuji Widodo, Ibunda penulis Titin Kuraesin, dan kaka penulis Karlina Widyan Tary. Penulis mengucapkan terimakasih atas seluruh dukungan yang diberikan dalam berbagai cara, segala Doa yang dipanjatkan untuk penulis, atas segala motivasi dalam bentuk moral dan moril, serta seluruh cinta dan kasih sayang yang diberikan kepada penulis.

Terimakasih banyak juga dihaturkan kepada seluruh dosen di Fakultas Ilmu Agama Islam terkhusus kepada dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah membimbing penulis dari awal masa perkuliahan hingga kini. Selain itu tak lupa juga penulis ucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing Dr. Nur Kholis, S.Ag, S.E.I.,M.Sh.Ec yang sudah membantu dan memberikan usulan terhadap penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis hingga akhir sidang saat ini. Semoga penulisan senantiasa bisa selalu mengamalkan ilmu yang telah Bapak/Ibu dosen berikan dan yang nantinya bisa menjadi suatu keberkahan dan amal jariyyah untuk Bapak/Ibu semua.

Terima kasih kepada sohib rekan bisnis yang telah membuat perintisan bisnis ini berjalan sebagai mana mestinya yaitu Muhammad Toha Saputra yang

sejauh ini selalu berjuang bersama sehingga bisa sampai dititik ini pada tahap penyelesaian Tugas Akhir Perintisan Bisnis. Tak lupa juga terima kasih untuk diri penulis sendiri yang telah berjuang dan berusaha sejauh ini dengan kaki sendiri untuk melakukan yang terbaik.

HALAMAN MOTTO

“Diwajibkan atas kamu berperang, padahal itu tidak menyenangkan bagimu. Tetapi boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.”

(QS. Al-Baqarah: 216)

NOTA DINAS

Yogyakarta, 26 Juni 2023 M

8 Zulhijjah 1444 H

Hal : Tugas Akhir Perintisan Bisnis
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
D.I Yogyakarta

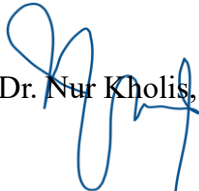
Assalamu'alaikum Wr. Wb. Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 1072/Dek/60/DAATI/FIAI/VI/2023 tanggal 26 Juni 2023 M, 8 Zulhijjah 1444 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Muhammad Zaqi Khatami
Nomor Induk Mahasiswa : 19423173
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Jurusan/Program Studi : Ekonomi Islam
Tahun Akademik : 2023/2024
Judul Skripsi : **Mekanisme Pemasaran Bisnis Wedang Rempah Ningrat; Inovasi Minuman Sehat Kekinian Berbasis Rempah Dengan Kemasan Celup Dan Botol Reusable**

Setelah kami teliti adakah perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa Tugas Akhir Penelitian saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dikumpulkan dan bersama ini kami kirimkan 4 (empat) ekslembar Tugas Akhir Penelitian yang dimaksud.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

DOSEN PEMBIMBING


Dr. Nur Kholis, S.Ag, S.E.I.,M.Sh.Ec.

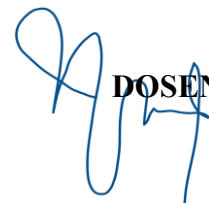
REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Muhammad Zaqi Khatami
Nomor Induk Mahasiswa : 19423173
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Jurusan/Program Studi : Ekonomi Islam
Tahun Akademik : 2023/2024

Judul Skripsi : **Mekanisme Pemasaran Bisnis
Wedang Rempah Ningrat; Inovasi Minuman Sehat Kekinian Berbasis
Rempah Dengan Kemasan Celup Dan Botol Reusable**

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah Tugas Akhir Penelitian pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

 **DOSEN PEMBIMBING**

Dr. Nur Kholis, S.Ag, S.E.I.,M.Sh.Ec.

ABSTRAK
WEDANG REMPAH NINGRAT: INOVASI MINUMAN SEHAT
KEKINIAN BERBASIS REMPAH DENGAN KEMASAN CELUP DAN
BOTOL REUSABLE

MUHAMMAD ZAQI KHATAMI

19423173

Saat ini telah maraknya makanan cepat saji dengan rasa yang lezat namun memiliki dampak buruk bagi tubuh, oleh karena itu mengkonsumsi rempah-rempah memiliki berbagai macam manfaat bagi tubuh. Minuman berbahan dasar rempah berbeda dengan jamu, karena bersifat sebagai minuman sehari-hari dan tidak memiliki efek samping. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, penulis dan tim memilih untuk merintis bisnis yang berjudul; WEDANG REMPAH NINGRAT: INOVASI MINUMAN SEHAT KEKINIAN BERBASIS REMPAH DENGAN KEMASAN CELUP DAN BOTOL REUSABLE, perintisan bisnis dimulai pada bulan Mei 2023, diawali dengan proses pengembangan produk hingga kepengurusan legalitas. Pada usaha ini penulis dan tim menonjolkan inovasi dengan menjadikan rempah-rempah dalam bentuk kemasan celup yang mudah diseduh dan botol kaca yang ramah lingkungan, sehingga minuman ini menjadi mudah dan praktis untuk dikonsumsi. Wedang Rempah Ningrat sendiri hanya beranggotakan 2 orang, di mana setiap orang memegang 2 divisi sekaligus, divisi keuangan dikerjakan secara bersamaan. Penulis memiliki fokus pada bagian pemasaran yang meliputi beberapa kegiatan yaitu melakukan survei pasar, desain logo dan kemasan, pengenalan merek dan produk, pembuatan konten pemasaran, dan berkoordinasi bersama bidang produksi perihal keuangan. Bisnis Wedang Rempah Ningrat layak dijalankan. Program kerja bidang pemasaran dan keuangan terlaksana dengan baik, namun strategi pemasaran dan laporan keuangan masih perlu ditingkatkan.

Kata Kunci: Perintisan Bisnis, Minuman Rempah, Pemasaran

ABSTRACT

WEDANG REMPAH NINGRAT: INNOVATION OF CURRENT HEALTHY DRINKS BASED ON SPICES WITH DIP PACKAGING AND REUSABLE BOTTLES

MUHAMMAD ZAQI KHATAMI

19423173

Currently, there is a proliferation of fast food that tastes delicious but has a bad impact on the body, therefore consuming spices has various benefits for the body. Drinks made from spices are different from herbal medicine, because they are daily drinks and have no side effects. Based on the results of the observations made, the author and team chose to start a business entitled Wedang Rempah Ningrat: INNOVATION OF CURRENT HEALTHY DRINKS BASED ON SPICES WITH DIP PACKAGING AND REUSABLE BOTTLES. The business start-up will be carried out in May 2023, starting with the product development process to managing legalities. This business officially started selling in September with a Pre Order system and leaving it at the café. In this business, the author and team highlight innovation by making spices in the form of dip packages that are easy to brew and environmentally friendly glass bottles, so that this drink is easy and practical to consume. Wedang Rempah Ningrat itself only has 2 members, where each person holds 2 divisions at once, the financial division is carried out simultaneously. The author focuses on the marketing section which includes several activities, namely conducting market surveys, logo and packaging design, brand and product introduction, creating marketing content, and coordinating with the production sector regarding finance. The Ningrat Spice Wedang business is worth running. The marketing and finance work program has been implemented well, but the marketing strategy and financial reports still need to be improved.

Keyword: Busines, Spice Drink, Marketing

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA**

**MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA**

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je

ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Ḍal	ḏ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em

ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
هـ	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	a	a
ِ	Kasrah	i	i
ُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
------------	------	-------------	------

ي...َ	Fathah dan ya	ai	a dan u
و...َ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...َ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ي...ِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...ُ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla

- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup
Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".
2. Ta' marbutah mati
Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".
3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَالِحَةٌ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khužu
- سَيَائُ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u

- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbil'alamin wa sollah tuwassalamu ala asrofillambiyaiwalmursalin waala alihi washabihi ajmai'n. Segala puji bagi Allah Azza wa Jalla yang memberi Berkah, rahmat, dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini dengan lancar. Shalawat serta salam selalu kita tuturkan untuk nabi besar kita, Muhammad Shallahu'Alaihi Wa Sallam yang telah menjadi suri tauladan bagi penulis untuk terus bersemangat dalam menjalankan kebaikan dan memberi semangat kepada penulis untuk menulis Tugas Akhir Perintisan Bisnis Wedang Rempah Ningrat yang penulis jalankan.

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajarannya.
2. Bapak DR. Drs. Asmuni, M.A. selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajarannya
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Studi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam.
4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., ME selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia;
5. Dr. Nur Kholis, S.Ag., M.Sh.Ec. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberi arahan, mendukung, dan selalu berada di garis terdepan dalam mendukung penulis untuk segera menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Segenap Dosen serta staf Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu dan juga memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh mahasiswa Ekonomi Islam
7. Kedua Orang Tua penulis, papah Pamuji Widodo dan Mamah Titin Kuraesin, yang telah menjadi mentor bisnis penulis sejak kecil dan selalu memberi dukungan,

doa yang selalu dipanjatkan, serta motivasi untuk kelancaran penyusunan Tugas Akhir Pengembangan Bisnis penulis.

8. Kaka penulis Karlina Widyan Tary yang selalu memberikan doa untuk kelancaran penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir

9. Tim Wedang Rempah Ningrat, Muhammad Toha Saputra yang selalu dapat diandalkan dalam kerjasama menyelesaikan kegiatan bisnis Tugas Akhir yang penulis jalankan.

10. Teman-teman kontrakan Inang, Wawan, Ula, Nadlif, Cahya, Bima, Tongku, dan seluruh “teman penulis” yang selalu memberi semangat kepada penulis.

Dengan kerendahan hati, penulis memohon kepada seluruh pihak atas segala kesalahan dan hal - hal yang kurang berkenan di hati, itu semata – mata kelalaian dan kekhilafan dari penulis sendiri. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga Laporan Tugas Akhir Perintisan Bisnis dapat berguna dan menambah pengetahuan bagi para pembacanya.

Wassalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Yogyakarta 4 Oktober 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Zaqui Khatami', with a stylized, cursive script.

Muhammad Zaqi Khatami

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBARAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAK	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI	xi
KATA PENGANTAR.....	xix
DAFTAR ISI	xxi
DAFTAR TABEL.....	xxiii
DAFTAR GAMBAR	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Sistematika Penulisan	5
BAB II PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS	6
A. Profil Bisnis.....	6
B. Pelaksanaan Bisnis	7
1. Tinjauan Aspek Pemasaran	8
2. Tinjauan Aspek Keuangan	26
BAB III IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH	39
A. Identifikasi Masalah	39
B. Tinjauan Teoritis Tentang Pemasaran	43
C. Pemecahan Masalah Pemasaran.....	46
D. Tinjauan Teoritis Tentang Keuangan.....	49
E. Pemecahan Masalah Keuangan.....	51
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	53
A. Kesimpulan	53
B. Saran.....	54

DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	58

DAFTAR TABEL

Table 1. 1 Capaian Target Bersama.....	4
Table 2. 1 HPP Wedang Telang	27
Table 2. 2 HPP Wedang Secang	28
Table 2. 3 HPP Wedang Rosella.....	28
Table 2. 4 HPP Wedang Telang Sachet	29
Table 2. 5 HPP Wedang Secang Sachet.....	29
Table 2. 6 HPP Wedang Rosella Sachet	30
Table 2. 7 Wedang Telang Sachet.....	30
Table 2. 8 Wedang Secang Celup.....	31
Table 2. 9 Wedang Rosella Sachet	31
Table 2. 10 Biaya Tetap.....	33
Table 2. 11 Biaya Variabel	33
Table 2. 12 Biaya Total	35
Table 2. 13 Arus Kas Bulan Mei	36
Table 2. 14 Arus Kas Bulan Agustus.....	37
Table 3. 1 Tinjauan Teoritis Pemasaran	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 PDB Industri Makanan dan Minuman	3
Gambar 2. 1 Produk Kompetitor	8
Gambar 2. 2 Produk Umum Yang Beredar di Pasaran	9
Gambar 2. 3 Proses Pembuatan Logo Wedang Rempah Ningrat.....	12
Gambar 2. 4 Makna Logo Wedang Rempah Ningrat.....	12
Gambar 2. 5 Tampak Depan Design Wedang Telang Kemasan Reusable	14
Gambar 2. 6 Tampak Belakang Design Wedang Telang Kemasan Reusable ..	15
Gambar 2. 7 Tampak Depan Design Wedang Secang Kemasan Reusable	15
Gambar 2. 8 Tampak Belakang Wedang Secang Kemasan Reusable	16
Gambar 2. 9 Design Kemasan Kopi Rempah	17
Gambar 2. 10 Design Kemasan Wedang Telang Kemasan Celup	17
Gambar 2. 11 Design Kemasan Wedang Rosella Kemasan Celup	18
Gambar 2. 12 Postingan Kemerdekaan.....	23
Gambar 2. 13 Contoh Feeds Instagram Wedang Rempah Ningrat	24
Gambar 2. 14 Data Penjualan Batch 1	38
Gambar 3. 1 Contoh Reels Pada Instagram Wedang Rempah Ningrat	41
Gambar 3. 2 Penulis Mengikuti Kelas Online Mengenai Digital Marketing...	42
Gambar 3. 3 Penjualan Offline.....	48
Gambar 3. 4 Testimoni Produk Wedang Rempah Ningrat	48
Gambar 3. 5 Testimoni Produk Wedang Rempah Ningrat.....	49

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Mengonsumsi minuman yang terbuat dari bahan-bahan yang alami seperti rempah-rempah merupakan bagian dari kebudayaan masyarakat Indonesia (Prasasti Nur Rachmani & Amalia Choironi, 2020). Minuman Kesehatan adalah minuman yang mempunyai fungsi dan manfaat yang baik untuk tubuh. Saat ini minuman Kesehatan sangat penting, mengingat telah banyak makanan-makanan cepat saji dengan rasa yang nikmat tapi mempunyai efek jera yang buruk bagi tubuh manusia seiring berjalannya waktu. Maka dari itu, mengonsumsi minuman Kesehatan yang memiliki banyak manfaat bagi tubuh sangatlah penting untuk menjaga tubuh dan mencegah berbagai penyakit. Berbeda dengan jamu, minuman ini lebih bersifat sebagai minuman keseharian yang tidak mempertimbangkan batasan dosis dan tidak memiliki efek samping (Prasasti Nur Rachmani & Amalia Choironi, 2020). Bahan-bahan yang digunakan dalam proses pembuatan minuman tersebut terbuat dari tanaman-tanaman yang memiliki khasiat untuk kesehatan manusia.

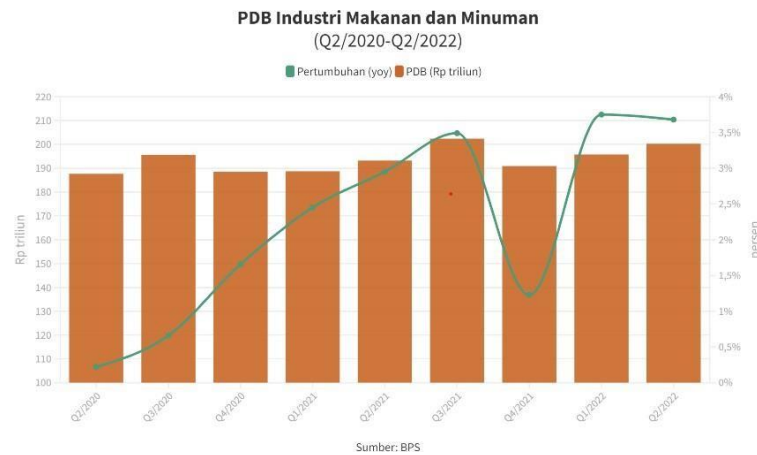
Minuman kesehatan adalah segala sesuatu yang dapat menghilangkan rasa haus dan dahaga juga mempunyai efek menguntungkan terhadap kesehatan. (Winarti, 2006). Saat ini telah banyak masyarakat memanfaatkan rempah-rempah untuk berbagai keperluan, salah satunya pemanfaatannya adalah untuk kesehatan baik digunakan sebagai obat tradisional maupun sebagai minuman fungsional. Hal ini disebabkan oleh adanya berbagai senyawa aktif yang dapat memberikan efek kesehatan bagi tubuh. Minuman adalah segala sesuatu yang dapat dikonsumsi dan dapat menghilangkan rasa haus.

Pola hidup masyarakat masa kini, atau biasa kita sebut dengan istilah era urbanisme saat ini mulai bijak dan sadar dalam memilih makanan dan minuman yang akan dikonsumsi. Hal ini didukung kesadaran *back to*

nature, yaitu kecenderungan masyarakat Kembali ke alam untuk menjaga Kesehatan atau mengobati dengan memanfaatkan berbagai tanaman obat (Prasasti Nur Rachmani & Amalia Choironi, 2020). Pandemi COVID-19 adalah salah satu yang memberikan dampak perubahan gaya hidup masyarakat yang beralih ke pola konsumsi hidup sehat untuk meningkatkan imunitas tubuh seperti mengkonsumsi jamu atau minuman rempah. Survey perilaku konsumen yang dilakukan di Indonesia menyatakan 61,3% responden memiliki kebiasaan mengonsumsi minuman herbal (Prasasti Nur Rachmani & Amalia Choironi, 2020). Berdasarkan hasil penelitian, terdapat 34,6% responden mengalami peningkatan konsumsi minuman rempah-rempah selama pandemic COVID-19 dengan frekuensi konsumsi paling umum 1kali/hari (40,4%) (Mustakim et al., 2021).

Pemanfaatan tanaman herbal untuk pengobatan alternatif semakin meningkat, hal tersebut dikarenakan bahan baku yang mudah didapat, dan harga relative terjangkau oleh masyarakat, obat herbal mudah dibuat dengan cara direbus/diseduh (Pengabdian Kesehatan et al., 2022). Tanaman obat memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi produk yang layak jual seperti minuman rempah atau jamu, minuman rempah atau jamu sejak dahulu kala telah dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia.

Badan Pusat Statistika (BPS) melaporkan bahwasannya, produk domestic bruto (PDB) atas dasar konstan (ADHK) di industri makanan dan minuman sebesar Rp200,26 triliun pada kuartal II/2022. Jumlah tersebut meningkat sebesar 3,68% dari periode yang sama tahun 2021 sebesar Rp193,16 triliun. Hal ini dapat disimpulkan bahwa jumlah permintaan oleh konsumen di industri kuliner cukup tinggi.



Gambar 1. 1 PDB Industri Makanan dan Minuman

Setelah menganalisa data dan peluang yang ada penulis dan tim akan mendirikan sebuah bisnis atau usaha dengan persiapan yang cukup matang agar dapat menjadi bisnis yang sukses. Bisnis yang akan didirikan yaitu bernama Wedang Rempah Ningrat yang mengusung konsep modern dan milenial, bisnis ini akan menghadirkan inovasi produk minuman rempah dengan inovasi yang dapat memudahkan konsumen untuk mengkonsumsi minuman rempah.

Produk yang ditawarkan ke pasaran merupakan produk inovasi atau distrupsi dari produk minuman rempah yang ada dipasar, usaha ini akan menghadirkan produk yang mudah untuk dikonsumsi yaitu usaha ini akan membuat berbagai varian minuman rempah dengan kemasan celup dan kemasan botol, untuk menjaga kualitas dan ketahanan produk Wedang Rempah Ningrat juga akan memproduksi minuman rempah dengan kemasan kedap udara. Wedang Rempah Ningrat ini memproduksi minuman rempah dengan bahan bahan pada umumnya, yaitu dengan mengambil bahan baku/produk dari pemasok kemudian di olah sehingga menjadi produk minuman dan disajikan ke konsumen.

Lingkup kegiatan perintisan bisnis ini yang dijadikan sasaran adalah pengembangan produk minuman rempah. Adapun capaian target

dengan rumusan program individu dan kelompok dalam perintisan bisnis ini adalah sebagai berikut:

A. Capaian Target

Bidang Produksi	Bidang Pemasaran	Bidang Keuangan (Bersama)
1) Riset dan penentuan mitra dan bahan baku dan kemasan	1) Melakukan survey pasar	1) Menganalisa keuangan bisnis
2) Melakukan spesifikasi produk	2) Membuat logo design dan kemasan	2) Melakukan pencatatan arus kas setiap hari
3) Menentukan biaya produksi	3) Pengelolaan merek usaha via sosial media dan word of mouth	3) Melakukan pencatatan laporan keuangan
4) Manajemen stok	4) Pembuatan konten pemasaran	4) Berkoordinasi dengan rekan tim dalam masalah keuangan
5) Pengelolaan marketplace	5) Berkoordinasi dengan rekan tim untuk budget pemasaran	

Table 1. 1 Capaian Target Bersama

Dalam menjalankan tugas akhir perintisan bisnis ini, penulis memiliki anggota kelompok yang memiliki tugas dan peran masing-masing untuk menjalankan pengembangan bisnis. Wedang Rempah Ningrat terdiri dari 2 anggota maka kegiatan keuangan dikerjakan secara bersama:

1. Muhammad Zaqi Khatami : Pemasaran dan Keuangan
2. Muhammad Toha Saputra : Produksi dan Keuangan

B. Sistematika Penulisan

1) BAB I ANALISA SITUASI

Pada Bab I, merupakan bagian yang menjelaskan terkait analisis situasi yang relenvasi kebutuhan konsumen minuman rempah tradisional pada kondisi saat ini serta problematika yang ditemukan khususnya pada pengembangan produk minuman rempah tradisional. Pada bab ini juga menjelaskan terkait eksisting pasar yang dilakukan pada lokasi yang di pilih. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi penyebab masalah secara akurat serta mampu memberikan solusi sesuai dengan problema pasar.

2) BAB II KEBUTUHAN PASAR / PROBLEMATIKA

Pada Bab II, ini menjelaskan permasalahan yang terdapat pada target pasar untuk mengetahui bagaimana kesesuaian dan kecocokan masalah perintisan bisnis dengan bagaimana program-program yang akan direncanakan.

3) BAB III METODE PERINTISAN BISNIS

Pada Bab III, menguraikan tentang ketepatan metode pendekatan untuk mengatasi permasalahan yang direncanakan. Perintisan bisnis ini akan memaparkan rencana kegiatan dari program-program perintisan yang akan dilaksanakan.

4) BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DASDA

Pada Bab IV, membahas tentang alur beserta hasil kegiatan perintisan bisnis yang sudah dilakukan. Perintisan ini akan menguraikan kegiatan yang diusulkan pada program-program perintisan bisnis.

5) BAB V KESIMPULAN & SARAN

Bab V, berisi kesimpulan dari kegiatan yang sudah dilakukan sesuai usulan kegiatan perintisan bisnis. Kesimpulan ini menjawab permasalahan dan tujuan perintisan yang telah disusun. Dan saran disampaikan sesuai keadaan nyata dilapangan. Kemudian di bagian akhir memaparkan tentang daftar pustaka dan lampiran-lampiran dalam menunjang bisnis yang dijalankan.

BAB II

PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS

A. Profil Bisnis

Bisnis Wedang Rempah Ningrat merupakan bisnis yang bergerak pada bidang minuman rempah, berdiri pada tahun 2023 yang berlokasi di Dusun Bedog, Desa Trhanggo, Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman, D.I. Yogyakarta. Provinsi Yogyakarta sebagai kota wisatawan dan pelajar menjadikan tempat yang sangat potensial untuk membangun bisnis minuman rempah.

Dalam usaha rintisan ini penulis ingin mengangkat sebuah minuman rempah yang di kembangkan menjadi kemasan ready to drink dengan botol reusable dan kemasan celup. Wedang Rempah Ningrat ini merupakan minuman rempah dengan perpaduan rasa antara rempah-rempah, bunga, dan tanaman herbal. sehingga memiliki rasa yang enak dan berkhasiat bagi tubuh.

Dalam 5 tahun terakhir, penelusuran minuman rempah meningkat pesat di mesin pencarian google. Efek pandemi Covid-19 membuat banyak masyarakat khususnya daerah jawa tengah lebih memilih minuman rempah untuk meningkatkan imun. Kami menggunakan google trend untuk mencari keyword tentang minuman rempah dan menargetkan target pasar:

- 1) Wisatawan Lokal
- 2) Laki-laki berusia 17-60 tahun yang sedang menjalani pola hidup sehat
- 3) Wanita berusia 17-60 tahun yang sedang menjalani pola hidup sehat
- 4) Kalangan ekonomi kelas menengah dan kelas atas
- 5) Wedang Rempah Ningrat menggunakan packaging yang premium sehingga bisa digunakan Gen Z / Millennial untuk dijadikan hampers kepada orang tersayang
- 6) Menggunakan Bunga yang bisa merubah warna minuman secara alami, seperti bunga telang, rosela dan secang yang bisa merubah

warna minuman sehingga memiliki unique selling point yang menjadi nilai plus di mata konsumen Gen Z

Inovasi yang akan diterapkan dalam pelaksanaan TA Bisnis ini yaitu:

- a) Menjadikan minuman rempah tradisional khas Yogyakarta yaitu wedangan yang dikemas dalam bentuk kemasan celup sehingga mudah untuk diseduh kapan saja dan memiliki khasiat sebagai daya tahan tubuh dan juga menghangatkan.
- b) Produk Wedang Rempah Ningrat memiliki SOP dalam pengolahan minuman rempah sehingga terciptanya minuman rempah yang berkualitas dan higienis.
- c) Menjadi produk minuman rempah ini dengan kemasan celup dan botol kaca, sehingga menjadikan minuman ini mudah dan praktis untuk dikonsumsi, dan juga menggunakan kemasan botol kaca reusable sehingga ramah lingkungan.
- d) Produk minuman rempah ini akan dibuat dalam bentuk kemasan standing pouch dengan isi kemasan celup sehingga dapat memudahkan konsumen dalam penyeduhan wedangan ini tanpa perlu dicuci.
- e) Produk ramah untuk orang yang sedang diet dan penderita diabetes karena kami akan menghadirkan produk yang memiliki 3 pilihan jenis yaitu “*No sugar, Less Sugar, dan Normal Sugar*” sehingga konsumen yang tidak menginginkan gula bisa memilih pilihan No Sugar.

Dalam menentukan penempatan program kerja bisnis Wedang Rempah Ningrat, dibutuhkan struktur manajemen pada bisnis Wedang Rempah Ningrat dapat dilihat pada bagan dibawah ini:

B. Pelaksanaan Bisnis

Wedang Rempah Ningrat mulai melakukan riset pengembangan produk dimulai dari 25 Mei 2023. Analisa Pelaksanaan ditinjau dari tiga aspek yaitu aspek produksi, keuangan, dan pemasaran, dimana pada laporan ini penulis berfokus pada aspek pemasaran.

1. Tinjauan Aspek Pemasaran

a) Melakukan *Survey* Pasar

1) *Survey* Di Tempat Oleh-Oleh

Berdasarkan *Survey* oleh Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 2023 Jenis oleh-oleh yang paling banyak dibeli adalah makanan, yaitu 60%. Alasan wisatawan membeli oleh-oleh adalah untuk oleh-oleh keluarga, teman, dan diri sendiri, maka dari itu penulis berencana untuk menjadikan tempat oleh-oleh sebagai chanel distribusi penjualan

Saat ini penjual minuman wedang dengan konsep ready to drink masih jarang dijumpai di Yogyakarta, hanya ada beberapa yang penulis pernah temui dan dicicipi produknya. Berikut produk-produk:

a) Jamseger

Jamseger penulis temui saat sedang berkunjung ke malioboro, mereka menjual di tempat oleh-oleh sekitar malioboro, produk tersebut dijual dengan harga Rp 18.000, namun penulis menilai produk tersebut tidak ramah lingkungan karena masih menggunakan kemasan botol plastik. Dari segi komposisi jamger tidak menggunakan lemon dan daun mint



Gambar 2. 1 Produk Kompetitor

b) Sekar Jawi Food

Produk kemasan plastik untuk wedang telang/wedang secang sudah lazim ditemui di pusat oleh-oleh, Wedang Rempah Ningrat ingin membuat konsep wedang dengan packaging yang menarik dan fungsional, sehingga tercipta persepsi wedang dengan kemasan elegan yang bisa dijadikan hampers



Gambar 2. 2 Produk Umum Yang Beredar di Pasaran

2). Polling Instagram

Survei menggunakan fitur insta stories Instagram, digunakan pada bulan September 2023 dengan tujuan untuk mengevaluasi produk yang akan dipasarkan dengan mempertimbangkan minat dan kebutuhan konsumen. Berdasarkan pengisian polling data. Pertanyaan yang diajukan pada survei ni antara lain:

- a) Apa hal yang diutamakan dalam membeli minuman?
- b) Kenapa kurang menyukai minuman rempah?
- c) Jenis kemasan plastik atau botol kaca yang disukai?

d) Lebih suka menikmati minuman rempah kapan?

Setelah dilakukan survey, terdapat berapa temuan dan respon pelanggan terhadap produk minuman rempah

Berdasarkan survei yang dilakukan, dihasilkan beberapa temuan dan respon pelanggan atas terhadap produk dominan, kebiasaan dan sudut pandang atas harga sebagai berikut:

Pertanyaan	Polling	Hasil Suara	Presentase
Apa hal yang diutamakan dalam membeli minuman?	Harga	8	15%
	Rasa	31	62%
	Kuantitas	11	23%
Kenapa kurang menyukai minuman rempah?	Rasanya Pahit	27	54%
	Rasanya Pedes	11	23%
	Tidak Menyegarkan	12	23%
Lebih suka menikmati minuman rempah kapan?	Pagi Hari	32	64%
	Siang Hari	0	0%
	Sore Hari	4	9%
	Malam Hari	14	27%
Jenis kemasan plastik atau botol kaca yang disukai?	Plastik	15	29%
	Botol Kaca	35	71%

Dari hasil survey menggunakan polling instagram, ditemukan sudut pandang kuantitas produk, rasa produk adalah sebagai berikut

a) Pelanggan Wedang Rempah Ningrat mengutamakan rasa yang terkandung di dalam minuman rempah dibanding harga dan kuantitas, didukung dengan hasil survey dengan presentase terbanyak sekitar 62%, sedangkan kuantitas 23%, dan terkecil harga 15%.

b) Konsumen kurang menyukai minuman rempah yang rasanya pahit didukung dengan hasil presentase sekitar 54%, sedangkan konsumen tidak menyukai rasa minuman rempah yang terasa pedas sekitar 23%, dan tidak menyegarkan 23%.

c) Konsumen lebih memilih pagi hari untuk mengkonsumsi minuman rempah, hal tersebut dibuktikan dengan hasil survey 64% memilih pagi hari, 0% siang hari, 9% sore hari, 27% malam hari.

d) Kemasan botol kaca atau reusable lebih dipilih konsumen, hal ini dibuktikan dengan hasil survey 71% memilih botol kaca, dan 29% memilih botol plastik.

b) Penetrasi Pasar

- 1) Untuk varian ready to drink dengan kemasan botol kaca, penulis akan menjualnya dengan harga Rp 18.000, dengan menargetkan pasar kelas menengah hingga atas.
- 2) Dari segi brand positioning, produk wedang rempah ningrat akan menjadi jembatan bagi masyarakat yang ingin mencoba hidup sehat 16 dan dengan konsep “back to natural” yaitu dengan meningkatkan imun kesehatan dengan rempah-rempahan.
- 3) Media promosi yang digunakan seperti Instagram dan Tiktok untuk brand awarness.

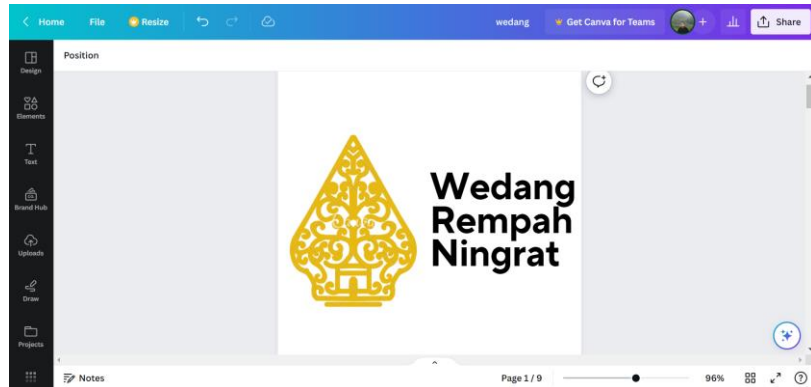
Dari segi kanal distribusi, wedang rempah ningrat akan menitikpkan produk dengan pusat oleh-oleh, angkringan, dan café yang mengusung konsep “back to nature” seperti: café ledok sambu yang mengusung konsep green outdoor

c) Desain Logo Dan Kemasan

Memiliki merek sangat penting karena membantu perusahaan dalam bersaing (Destrinaetal.,2022), Logo merupakan langkah pertama dalam pengembangan merek, logo menggambarkan komunikasi non verbal yang dapat disampaikan, dari mulai *design* hingga warna.

Pada pembuatan logo Wedang Rempah Ningrat, penulis menggunakan aplikasi *Canva* dalam proses perancangan logo. Hal yang menjadikan brand ini unik dalam identitasnya adalah dengan menggunakan nama dagang menggunakan bahasa jawa, meningkatkan value produk, menggunakan kemasasan yang baik, menambah varian rasa, dan melakukan promosi nama dagang.

Oleh sebab itu, penulis beserta tim menggunakan nama dagang Ningrat dengan logo seperti gambar berikut:



Gambar 2.3 Proses Pembuatan Logo Wedang Rempah Ningrat

Penulis juga telah membuat rincian elemen pada logo yang disajikan pada gambar berikut:



Gambar 2.4 Makna Logo Wedang Rempah Ningrat

Adapun rincial elemen diatas memiliki filosofi dan maknanya masing-masing sebagai citra dari identitas pada merek minuman Wedang Rempah Ningrat. Filosofi dan makna pada logo Wedang Rempah Ningrat penulis bagi menjadi beberapa aspek diantaranya yaitu;

1) Pemilihan Bentuk

Pada logo Wedang Rempah Ningrat, penulis menggunakan beberapa elemen bentuk yang berfungsi untuk menggambarkan identitas dari ciri khas brand bisnis ini. Berikut beberapa elemen bentuk yang digunakan pada logo Wedang Rempah Ningrat:

a) Tulisan “Wedang Rempah Ningrat”

Penulis menggunakan nama Wedang Rempah Ningrat sebagai identitas produk yang mencerminkan merk dan menjelaskan kepada audiens bahwa produk ini menjual minuman wedang berbahan rempah. Penambahan kata “Ningrat” yang mengartikan minuman ini dulunya dihidangkan untuk tamu mulia kerajaan.

b) Logo Wayang Gunungan

Terdapat logo wayang jawa yang mengartikan kehidupan manusia, logo yang memiliki makna semakin tua usia dan semakin tinggi ilmu, manusia harus semakin dekat dengan sang pencipta.

c) Font Warna Hitam

Font Warna hitam melambangkan minimalis, profesional, dan kredibilitas produk.

2) Pemilihan Font

Font yang menjadi pilihan penulis yaitu TT Norms, font ini melambangkan minimalis dan profesional dalam tipografi.

3) Pemilihan Warna

Dalam pembuatan logo dan kemasan, warna sangat penting dan harus dipertimbangkan dengan hati-hati (Mulya et al., 2022). Warna menjadi identitas suatu brand, penulis menginginkan *brand* Wedang Rempah Ningrat mudah diingat oleh konsumen, sehingga akan tercipta branding. Pemilihan warna yang dipilih yaitu hitam dan kuning, hitam

melambangkan kesan minimalis dan profesional sedangkan kuning melambangkan kesenangan dan kenyamanan.

1) Desain Kemasan *Ready To Drink*

Pemilihan kemasan botol reusabel, sejalan dengan konsep Wedang Rempah Ningrat, yaitu *back to nature*. Penulis menginginkan kemasan minuman yang eksentrik dan unik. Karena konsep tersebut menjadikan minuman ini memiliki nilai *unique selling point*.

Penulis membagi bentuk kemasan menjadi 2 varian, varian wedang secang berwarna merah dan varian wedang telang berwarna biru dengan tampilan sebagai berikut:



Gambar 2. 5 Tampak Depan Design Wedang Telang Kemasan Reusable



Gambar 2. 6 Tampak Belakang Design Wedang Telang Kemasan Reusable



Gambar 2. 7 Tampak Depan Design Wedang Secang Kemasan Reusable



Gambar 2. 8 Tampak Belakang Wedang Secang Kemasan Reusable

2) Kemasan Celup

Kopi dicampur dengan rempah-rempah adalah minuman yang populer di banyak negara di dunia. Kopi memiliki rasa yang kuat dan pahit, dan rempah-rempah dapat membantu untuk mengurangi rasa pahit tersebut dan menambahkan rasa yang lebih kompleks. Beberapa rempah-rempah yang sering digunakan untuk dicampur dengan kopi meliputi kayu manis, jahe, kapulaga, dan cengkeh.

Campuran kopi dengan jahe adalah minuman yang menghangatkan tubuh di hari yang dingin. Kopi yang dicampur dengan rempah-rempah adalah minuman yang sehat dan menyegarkan. Kopi mengandung kafein yang dapat meningkatkan energi dan kewaspadaan, dan rempah-rempah memiliki berbagai manfaat kesehatan, seperti mengurangi peradangan, meningkatkan sistem kekebalan tubuh, dan menjaga kesehatan jantung.



Gambar 2. 9 Design Kemasan Kopi Rempah



Gambar 2. 10 Design Kemasan Wedang Telang Kemasan Celup



Gambar 2. 11 Design Kemasan Wedang Rosella Kemasan Celup

Berikut rincian dari beberapa komponen yang dicantumkan dalam tampilan stiker kemasan diantaranya yaitu:

1) Varian Rasa

Informasi varian rasa memberikan selera kepada konsumen untuk memilih produk apa yang mereka minati.

2) Logo Merek

Logo memberikan informasi yang kuat di mata konsumen, karena dapat meningkatkan *brand awarness* dan membuat mudah diingat di mata konsumen. Logo juga menjadi identitas suatu merek.

3) Komposisi

Dalam kemasan terdapat komposisi yang memberi informasi kepada konsumen tentang kandungan bahan-bahan yang digunakan pada produk Wedang Rempah Ningrat. Informasi

komposisi ini dapat membantu konsumen yang memiliki alergi atau intoleransi terhadap bahan-bahan tertentu.

4) Cara Penggunaan

Terdapat petunjuk untuk menyeduh produk Wedang Rempah Ningrat, cara penggunaan produk dapat memberi kemudahan kepada konsumen untuk memberikan cara terbaik untuk menikmati produk Wedang Rempah Ningrat.

5) Legalitas PIRT dan HALAL

Adanya PIRT dan Halal pada kemasan berfungsi sebagai tanda bahwa mekanisme produksi serta bahan-bahan yang digunakan aman dan mampu menjadi perlindungan dan kepastian hukum bagi konsumen muslim. Oleh karenanya penulis beserta tim berupaya dalam memperoleh sertifikasi halal dengan mempelajari syarat-syarat pengajuan sistem jaminan halal untuk memperoleh sertifikasi halal beserta izin untuk memasang logo halal MUI pada kemasan.

d) Pengenalan Merek Usaha Via Sosial Media Dan WOM

Data We Are Social (2019) melaporkan bahwa 92% pengguna internet di Indonesia berpartisipasi aktif dalam penggunaan media sosial. Bahkan jumlah waktu yang dialokasikan untuk mengakses media sosial juga mencapai 3 jam 26 menit per hari. Fenomena ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sangat menggemari media sosial. Penulis mengenalkan brand Wedang Rempah Ningrat melalui media sosial, dalam membuat konten, penulis mengaplikasikan pemasaran syariah. Yaitu dengan memberikan informasi secara jujur, berikut saluran media sosial dan WOM yang dipilih penulis untuk memasarkan Wedang Rempah Ningrat dengan detail di bawah ini:

1) Sosial media

a) Instagram

Instagram menjadi salah satu opsi media sosial yang penulis gunakan untuk memperluas jangkauan pasar, Untuk *brand awarness* penulis menggunakan fitur instagram seperti membuat video pendek reels, post foto, dan share story. Penulis berusaha untuk meningkatkan traffic di media sosial Wedang Rempah Ningrat dengan membuat konten yang bagus dan menarik, dengan segala upaya tersebut jangkauan pasar akan terus bertambah dan proses pengenalan brand Wedang Rempah Ningrat menjadi optimal.

b) Tiktok

Saat ini aplikasi TikTok di Indonesia didominasi oleh kaum milenia. Wedang Rempah Ningrat memanfaatkan TikTok sebagai media pemasaran dengan menghadirkan konten video menarik yang memungkinkan audiens TikTok untuk mencari tahu lebih lanjut tentang produk rempah pada akun TikTok @wedangrempahningrat.

c) Whassaap

Whassaap merupakan aplikasi yang mudah untuk melakukan pemasaran. Aplikasi ini memungkinkan penggunanya untuk mengirimkan informasi dalam bentuk pesan, video, dan gambar.

2) Word Of Mouth

Word Of Mouth menjadi salah satu strategi yang sangat efektif berpengaruh di dalam keputusan konsumen dalam menggunakan produk atau jasa dan *Word Of Mouth* dapat membangun rasa kepercayaan para pelanggan (Joesyiana, 2018).

metode ini memperkenalkan produk Wedang Rempah Ningrat kepada kerabat, keluarga, teman-teman, dan civitas akademika Universitas Islam Indonesia (UII). WOM dilakukan dengan menawarkan produk secara langsung kepada calon konsumen, baik secara offline maupun online.

Secara offline, WOM dilakukan dengan menawarkan produk kepada teman-teman kampus yang sedang melakukan kegiatan di dalam maupun di luar kampus, pada saat hangout dengan teman-teman, kepada civitas akademika UII, serta pada saat melakukan kegiatan olahraga. Secara online, WOM dilakukan dengan menawarkan produk melalui media sosial seperti WhatsApp dan Instagram.

Dengan melakukan WOM, calon konsumen dapat mengenal langsung produk dan latar belakang bisnis penulis. Ikatan batin yang terbentuk antara produsen dan calon konsumen diharapkan akan menjadi peluang untuk konsumen dalam melakukan repeat order. Penulis percaya bahwa WOM merupakan cara yang efektif untuk memperkenalkan produk, karena dapat membangun kepercayaan dan kedekatan antara penjual dan pembeli.

e) Pembuatan Konten Pemasaran

Berkembangnya era digital, telah mempengaruhi dunia pemasaran. Saat ini setiap brand saling berkompetisi untuk membentuk promosi yang terbaik, membuat konten pemasaran dapat membantu untuk meningkatkan *brand awarness* dengan memperkenalkan produk kepada audiens baru.

Untuk membuat konten pemasaran yang efektif, penulis menggunakan beberapa fitur yang tersedia di aplikasi Instagram dan TikTok sebagai perantara, dengan detail implementasi sebagai berikut:

1) Konten instagram story

Media sosial Instagram memiliki banyak fitur, termasuk konten feeds dan konten story. Konten story pada awalnya hanya memiliki jangka waktu selama 15 detik, tetapi kemudian diupdate menjadi 60 detik atau 1 menit. Konten story sering digunakan oleh selebgram untuk melakukan endorse atau mempromosikan barang. Endorse bertujuan untuk memperkenalkan barang dan

meningkatkan volume penjualan pada suatu bisnis atau meningkatkan traffic untuk mengunjungi akun instargam. Para pegiat bisnis tidak segan mengeluarkan uang yang tidak sedikit untuk melakukan endorse kepada selebgram yang mempunyai followers atau pengikut ribuan bahkan jutaan.

Konten Pada aplikasi Instagram terdapat fitur *Insta stories*, fitur ini dapat melakukan *repost* konten yang dibuat konsumen ketika mengunggah produk Wedang Rempah Ningrat dan melakukan *mention* kepada akun Instagram @wedangrempahningrat_. Berikut adalah beberapa contoh penggunaan konten story untuk pada media sosial Wedang Rempah Ningrat:

Menginformasikan pemesanan produk, dan informasi hari besar Nasional

- a) Menawarkan diskon pada event tertentu
- b) Menampilkan testimoni dari konsumen
- c) Mempromosikan produk dan menjelaskan mengenai manfaat
- d) Membuat konten QnA



Gambar 2. 12 Postingan Kemerdekaan

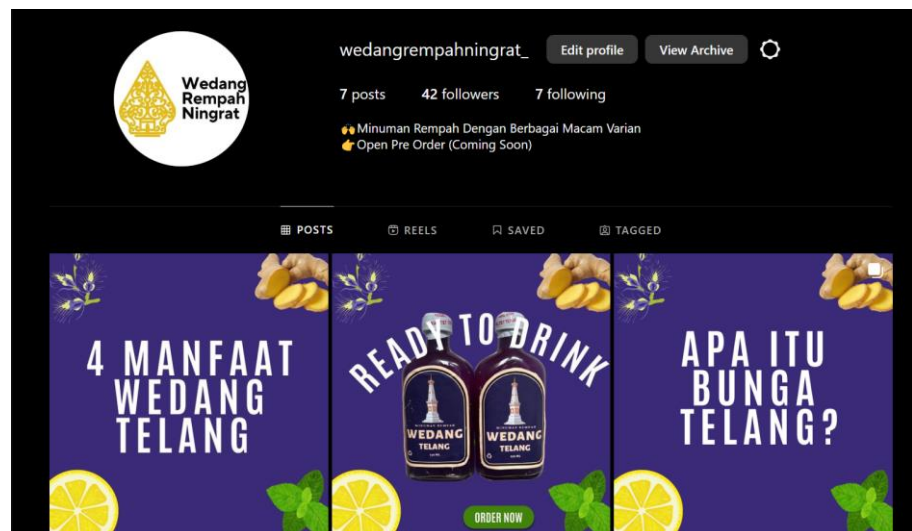
2) Konten feed instagram

Feed Instagram adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video yang dapat dilihat oleh pengguna Instagram lainnya. Feed Instagram seperti sebuah halaman yang berisikan foto dan video yang bertujuan untuk dilihat oleh banyak orang dan bisa mendapatkan like, comment, ataupun share.

Akun bisnis Wedang Rempah Ningrat menggunakan Feed Instagram untuk menginformasikan hal-hal yang dirubah atau beberapa tambahan info lainnya yang biasanya akan digunakan dalam waktu yang panjang. Beberapa hal tersebut yaitu seperti jam operasional, menu baru yang meliputi makanan dan minuman, pemesanan yang dilakukan secara preorder, serta beberapa konten lainnya yang ditujukan untuk menambah informasi bagi para konsumen serta calon konsumen. Berikut adalah beberapa contoh penggunaan Feed Instagram untuk bisnis:

- Menawarkan menu baru
- Menerima pesanan preorder
- Menampilkan testimoni dari konsumen
- Mempromosikan produk atau layanan baru
- Menghubungkan dengan konsumen di media sosial

Feed Instagram adalah salah satu cara yang efektif untuk mempromosikan bisnis. Dengan menggunakan Feed Instagram, bisnis dapat menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualan.



Gambar 2. 13 Contoh Feeds Instagram Wedang Rempah Ningrat

3) Konten reels instagram dan tiktok

Konten Reels di Instagram adalah video singkat yang dapat digunakan untuk mengekspresikan merek dagang secara kreatif, memberikan edukasi kepada audiens, dan membantu bisnis agar lebih mudah ditemukan oleh orang-orang yang tertarik dengan konten terkait produk yang dijual.

Pada fitur Reels akun Instagram Wedang Rempah Ningrat, terdapat video yang berisi tentang pengenalan produk, manfaat

produk, dan video menghibur. Hal ini dilakukan untuk menarik minat audiens yang telah menonton konten Reels tersebut.

e) Strategi Pemasaran Menggunakan Teori AIDA

Dalam dunia pemasaran terdapat teori AIDA yang menjelaskan bahwa proses pengambilan keputusan pembelian adalah proses psikologis yang dilalui oleh konsumen. Teori Aida merupakan sebuah konsep yang dimana dalam sebuah pemasaran sangatlah memegang peranan penting (Hassan et al., 2015). Proses ini dimulai dengan tahap perhatian, di mana konsumen menyadari keberadaan suatu produk atau jasa. Jika konsumen terkesan dengan produk atau jasa tersebut, mereka akan mulai tertarik. Jika ketertarikan mereka kuat, mereka akan memiliki keinginan untuk membeli produk atau jasa tersebut. Berikut pengaplikasian dari teori AIDA pada bidang pemasaran Wedang Rempah Ningrat:

1) Attention

- Membangun akun sosial media wedang rempah ningrat
- Memposting feed di sosial media tentang manfaat rempah, dan proses pengemasan wedang
- Mengoperasikan sosial media ads untuk menarik minat
- konsumen mengunjungi sosial media Wedang Rempah Ningrat

2) Interest

- Membuat konten tentang fenomena remaja jompo dan manfaat rempah untuk meningkatkan stamina

3) Desire

- Membuat paket penjualan untuk hampers atau oleholeh untuk dibagikan kepada kerabat

4) Action

- Memberikan cashback kepada konsumen dengan syarat tertentu

Capaian Target Bersama

- 1) Mahasiswa mampu Mencatat Pendapatan dan pengeluaran setiap hari dan merekap pendapatan bulanan dari usaha
- 2) Mahasiswa mampu membuat laporan keuangan yang mudah dipahami dan dianalisis
- 3) Mahasiswa dapat bekerja sama dan berkoordinasi dengan tim dalam menjalankan dan mengambil keputusan keuangan

2. Tinjauan Aspek Keuangan

a) Modal

Untuk memulai usaha, modal memiliki peran penting, karena dengan modal pelaku usaha bisa untuk memulai jenis usaha yang diinginkan. Modal tersebut dapat diperoleh melalui dana pribadi, patungan bersama mitra, maupun dana dari investor. Ketika konsep bisnis ini terbentuk, penulis dengan patner memutuskan untuk menggunakan akad musyarakah, penulis dan patner menyumbangkan modal dengan jumlah yang sama. Wedang Rempah Ningrat menjadi kepemilikan bersama, dan jika bisnis mengalami kerugian, penulis dan patner berbagi tanggung jawab dan menerima resiko yang muncul. Penulis dan patner mengumpulkan dana sekitar Rp 298.000, jika ditotalkan berjumlah Rp 597.000. Dana tersebut digunakan untuk melakukan riset dan pengembangan produk.

b) HPP

HPP merupakan semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk dapat memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi oleh perusahaan tersebut (Sardono Sukirno 2007). HPP merupakan sebuah pengorbanan sumber ekonomi dalam pengelolaan bahan baku sehingga menjadi sebuah produk (Mulyadi 2008).

Dalam melakukan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dilakukan oleh divisi produksi berikut hasil perhitungan Harga Pokok produksi (HPP) pada bisnis Wedang Rempah Ningrat: Dalam melakukan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dilakukan oleh divisi produksi berikut hasil perhitungan Harga Pokok produksi (HPP) pada bisnis Wedang Rempah Ningrat:

Wedang Telang	
Jahe	Rp 700
Sereh	Rp 60
Air	Rp 150
Gula	Rp 600
Daun Mint	Rp 200
Lemon	Rp 700
Bunga Telang	Rp 50
Total Bahan Baku	Rp 2.460
Kemasan	Rp 3.000
Biaya Lain-lain	Rp 100
Total HPP	Rp 5.560
Harga Jual	Rp 18.000
Keuntungan	Rp 12.440

Table 2. 1 HPP Wedang Telang

Wedang Secang	
Jahe	Rp 700
Sereh	Rp 60
Air	Rp 150
Gula	Rp 600
Secang	Rp 500
Kayu Manis	Rp 100
Kapulaga	Rp 50
Cengkeh	Rp 50
Total Bahan Baku	Rp 2.210
Kemasan	Rp 3.000
Biaya Lain-lain	Rp 100
Total HPP	Rp 5.310
Harga Jual	Rp 18.000
Keuntungan	Rp 12.690

Table 2. 2 HPP Wedang Secang

Wedang Rosella	
Rosella	Rp 700
Sereh	Rp 60
Air	Rp 150
Gula	Rp 600
Daun Mint	Rp 200
Kayu Manis	Rp 60
Cengkeh	Rp 60
Total Bahan Baku	Rp 1.830
Kemasan	Rp 3.000
Biaya Lain-lain	Rp 100
Total HPP	Rp 4.930
Harga Jual	Rp 18.000
Keuntungan	Rp 13.070

Table 2. 3 HPP Wedang Rosella

Jahe	700
Sereh	60
Daun mint	200
Jeruk nipis	100

Bunga Telang	200
Total Bahan Baku	1260
Kemasan	500
Total HPP	1760
Harga Jual	3000
Keuntungan	1240

Table 2. 4 HPP Wedang Telang Sachet

Jahe	700
Sereh	60
Secang	400
Kayu manis	100
Kapulaga	50
Cengkeh	50
Total Bahan Baku	1360
Kemasan	500
Total HPP	1860
Harga Jual	3000
Keuntungan	1140

Table 2. 5 HPP Wedang Secang Sachet

Rosella	500
Sereh	60
Kayu manis	100
Daun mint	200

Cengkeh	50
Total Bahan Baku	910
Kemasan	500
Total HPP	1410
Harga Jual	3000
Keuntungan	1590

Table 2. 6 HPP Wedang Rosella Sachet

Jahe	700
Sereh	60
Daun mint	200
Jeruk nipis	100
Bunga Telang	200
Total Bahan Baku	1260
Kemasan	1000
Total HPP	2260
Harga Jual	4000
Keuntungan	1740

Table 2. 7 Wedang Telang Sachet

Jahe	700
Sereh	60
Secang	400
Kayu manis	100
Kapulaga	50
Cengkeh	50

Total Bahan Baku	1360
Kemasan	1000
Total HPP	2360
Harga Jual	4000
Keuntungan	1640

Table 2. 8 Wedang Secang Celup

Rosella	500
Sereh	60
Kayu manis	100
Daun mint	200
Cengkeh	50
Total Bahan Baku	910
Kemasan	1000
Total HPP	1910
Harga Jual	4000
Keuntungan	2090

Table 2. 9 Wedang Rosella Sachet

c) Biaya Investasi Dan Penyusutan

Biaya investasi merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk mendapatkan aktiva tetap, dimana aktiva tetap tersebut akan digunakan perusahaan untuk dapat menjalankan aktivitas usahanya. Aktiva ialah sebuah aset kekayaan yang dimiliki perusahaan yang dapat di ubah menjadi uang tunai.

Biaya penyusutan merupakan pengalokasian harga perolehan aset tetap menjadi beban ke dalam periode akuntansi yang menikmati manfaat dari aset tetap tersebut (Rudianto, 2012). Berikut hasil perhitungan biaya investasi dan biaya penyusutan yang penulis telah analisis.

Jadi jumlah investasi peralatan yang bisnis Wedang Rempah Ningrat miliki yaitu sebesar Rp 615,000, jika diasumsikan peralatan diatas dapat dipakai selama 3 tahun, maka perhitungan biaya penyusutan alatnya adalah sebagai berikut:

Biaya penyusutan pertahun:

$$\begin{aligned} &= \frac{(\text{Biaya Perolehan aset})}{(\text{Masa manfaat aset})} \\ &= \frac{(\text{Rp } 615,000)}{3 \text{ tahun}} \\ &= \text{Rp } 205,000 \end{aligned}$$

Biaya penyusutan bulan:

$$\begin{aligned} &= \frac{(\text{Biaya Perolehan aset})}{(\text{Masa manfaat aset})} \\ &= \frac{(\text{Rp } 615,000)}{36 \text{ bulan}} \\ &= \text{Rp } 17,083 \end{aligned}$$

1) Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap atau *fixed cost* merupakan biaya yang dikeluarkan secara periodik dan jumlahnya selalu konstan, biaya tetap juga tidak terpengaruh oleh banyak sedikitnya jumlah produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Biaya tetap merupakan jenis biaya yang sifatnya statis atau tidak berubah-ubah, jadi biaya ini juga akan tetap dikeluarkan meskipun tidak melakukan aktivitas apapun atau bahkan perusahaan melakukan aktivitas yang banyak sekalipun. (Assegaf, 2019). Berikut hasil biaya tetap yang telah penulis analisis:

No	Jenis Biaya Tetap	Jumlah (per bulan)	Jumlah (per 3 bulan)
1	Beban sewa tempat	Rp 300,000	Rp 900,000
2	Penyusutan peralatan	Rp 17,083	Rp 51,249
TOTAL		Rp 317,083	Rp 951,249

Table 2. 10 Biaya Tetap

2) Biaya Variabel

No	Jenis Biaya Variabel	Biaya variabel per bulan
1	Biaya Produksi	Rp 311,000
2	Biaya Listrik	Rp 40,000
TOTAL		Rp 351,000

Table 2. 11 Biaya Variabel

Variabel cost atau biaya variabel merupakan biaya yang jumlahnya berubah-ubah secara proporsional terhadap perubahan tingkat aktivitas (Garison 2006) . Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah-ubah dan sebanding dengan perubahan kapasitas produksi. Berikut hasil biaya variabel yang penulis analisis:

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa total biaya variabel perbulan yaitu sebesar Rp 351.000. Hasil tersebut didapat dari biaya produksi perbulan sebesar Rp 311.000, biaya produksi sendiri meliputi biaya bahan baku dan biaya biaya kemasan. Kemudian yang kedua terdapat biaya listrik dengan total sebesar Rp 40.000.

3) Biaya Total (Total Cost)

Biaya total merupakan jumlah pengeluaran yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk dapat memproduksi suatu produk dalam waktu tertentu. Pengeluaran tersebut ialah meliputi biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variabel cost*). Dengan adanya penghitungan biaya total (*total cost*) maka akan sangat mempermudah perusahaan untuk dapat melakukan evaluasi margin keuntungan secara keseluruhan. Berikut untuk perhitungan biaya total wedang rempah ningrat yang telah penulis hitung:

No	Uraian Biaya	Jumlah Biaya per Bulan
1	Biaya Tetap	Rp 317,083
2	Biaya Variabel	Rp 351,000

TOTAL	Rp 668,083
-------	---------------

Table 2. 12 Biaya Total

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa penggunaan total biaya perbulan pada usaha Wedang rempah Ningrat ialah sebesar Rp 668.083 hasil tersebut didapatkan dari total biaya tetap dan biaya variabel selama usaha Wedang Rempah Ningrat berjalan.

d) BEP (Break Even Point)

BEP (Break Event Point) ialah posisi dimana perusahaan tidak mendapat keuntungan dan juga tidak mengalami kerugian. Dengan kata lain pendapatan dan pengeluaran pada kondisi yang sama. Analisis BEP (Break Event Point) merupakan cara untuk dapat mengetahui volume penjualan minimum agar suatu usaha tidak mengalami kerugian, tetapi belum juga memperoleh laba atau keuntungan.

Tujuan dari adanya hitungan BEP (Break Event Point) ini ialah untuk dapat mengetahui tingkat aktivitas dimana pendapatan hasil penjualan sama dengan jumlah semua variabel dan biaya tetap. Berikut untuk penghitungan BEP yang telah penulis hitung:

BEP (Break Event Point) dalam unit:

$$\text{BEP unit} = \frac{FC}{P-VC}$$

$$\text{BEP unit} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rata-rata Harga}-\text{Biaya Variabel per Unit}}$$

$$\text{BEP unit} = \frac{317,083}{7.445-3.040}$$

$$\text{BEP unit} = \frac{317,083}{4.405}$$

$$\text{BEP unit} = 72$$

Dari perhitungan diatas didapatkan BEP (Break Event Point) unit sebanyak 72 unit per bulan. Jadi dapat disimpulkan jika usaha ini harus bisa menjual 72 unit dalam 1 bulan untuk mencapai titik impas.

BEP (Break Event Point) dalam rupiah:

$$\text{BEP (rp)} = \frac{FC}{P-VC/P}$$

$$\text{BEP (rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1-\text{Biaya Variabel per Unit/Rata-rata Harta}}$$

$$\text{BEP (rp)} = \frac{\text{Rp } 317,083}{1-\text{Rp } 3.040/\text{Rp } 8.333}$$

$$\text{BEP (rp)} = \frac{317,083}{0,63}$$

$$\text{BEP (rp)} = \text{Rp } 503.306$$

Dari perhitungan diatas didapatkan BEP (Break Event Point) harga yaitu sebesar Rp 503.306 dalam satu bulan. Oleh karena itu, Wedang Rempah Ningrat harus mencapai pendapatan minimal sebanyak Rp 503.306 dalam 1 bulan jika ingin mencapai titik impas.

e) Arus Kas

Laporan Arus Kas Wedang Rempah Ningrat					
Tanggal	Bulan	Keterangan	Debet	Kredit	Saldo
22	Mei	Modal Zaqi	Rp 298.750		Rp 298.750
		Moda Toha	Rp 298.750		Rp 597.500
25	Mei	Jahe Kering		Rp 20.000	Rp 577.500
		Jahe Basah		Rp 10.000	Rp 567.500
		Bunga Telang		Rp 15.000	Rp 552.500
		Kayu Manis		Rp 5.000	Rp 547.500
		Bunga Rosela		Rp 10.000	Rp 537.500
		Cengkeh		Rp 5.000	Rp 532.500
		Sereh		Rp 8.000	Rp 524.500
		Selasih		Rp 15.000	Rp 509.500
		Stiker		Rp 11.000	Rp 498.500
		Daun Mint		Rp 5.000	Rp 493.500
		Stiker		Rp 11.000	Rp 482.500
		Lemon		Rp 10.000	Rp 472.500

Table 2. 13 Arus Kas Bulan Mei

Bulan Mei dan Agustus pengeluaran dana digunakan untuk pembelian bahan baku untuk pengembangan produk varian ready to drink. Saldo yang tersisa Rp 472.500

Tanggal	Bulan	Keterangan	Debet	Kredit	Saldo
1	Agustus	Sisa Saldo	Rp 472.500		
3		Segel Tutup Botol		Rp 5.000	Rp 467.500
		Kantung Teh Celup		Rp 48.000	Rp 419.500
		Botol Plastik		Rp 24.000	Rp 395.500
		Saringan Kain		Rp 12.000	Rp 383.500
		Stiker		Rp 20.000	Rp 363.500
		Bahan (percobaan 1)		Rp 65.000	Rp 298.500
		Botol Kaca + Tutup Botol		Rp 38.000	Rp 260.500
		Gas LPG		Rp 22.000	Rp 238.500
		Plastik Kemasan		Rp 2.500	Rp 236.000
5		Kopi robusta		Rp 80.000	Rp 156.000
		Biaya roasting kopi		Rp 25.000	Rp 131.000
		Gelas kertas + tutup		Rp 18.000	Rp 113.000
		Termo Gun		Rp 50.000	Rp 63.000
		Plastik Sealer		Rp 32.000	Rp 31.000
		Sereh Kering		Rp 7.000	Rp 24.000
		toples		Rp 10.000	Rp 14.000
		Gula Pasir		Rp 14.000	Rp -
30		Sisa Saldo		()	()

Table 2. 14 Arus Kas Bulan Agustus

Dapat dilihat dari tabel diatas, bulan mei menjadi awal transaksi pembelian bahan baku untuk proses pengembangan produk, pada bulan ini belum ada pendapatan yang masuk, pada bulan agustus Wedang Rempah Ningrat kembali membeli bahan baku untuk varian celup. Setelah mendapatkan legalitas pada awal september, team Wedang Rempah Ningrat baru memulai kegiatan penjualan.

f) Penjualan

Pada saat penulis menawarkan produk ke beberapa café maupun tempat oleh-oleh, kebanyakan dari mereka masih meragukan produk Wedang Rempah Ningrat karena belum memiliki legalitas yang jelas, alhasil penulis masih terkendala dalam proses penjualan. Namun penulis memulai penjualan offline dengan membuka booth di acara wisuda UII pada tanggal 30 September 2023.

Data Penjualan Batch 1	Qty	Harga	Total
Botol Reusable Secang	3	Rp 18.000	Rp 54.000
Botol Reusable Telang	3	Rp 18.000	Rp 54.000
Kemasan Celup Kopi Rempah	4	Rp 14.000	Rp 56.000
Kemasan Celup Wedang Rosella	5	Rp 12.000	Rp 60.000
Kemasan Wedang Secang	6	Rp 12.000	Rp 72.000
Total			Rp 296.000

Gambar 2. 14 Data Penjualan Batch 1

Pada Penjualan pertama yang dilakukan secara offline, hasil penjualan tidak sesuai target yang diinginkan. Maka dari itu penulis melakukan evaluasi dari mulai produk hingga metode pemasaran.

BAB III

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

A. Identifikasi Masalah

Dalam merealisasikan rencana bisnis, tentu banyak hambatan serta kendala pada prosesnya. Pada praktiknya terdapat beberapa kendala yang penulis hadapi. Penulis meyakini adanya permasalahan dalam proses pelaksanaan perintisan bisnis ini dapat menjadi pengalaman serta pembelajaran kedepannya. Adapun berikut disampaikan beberapa kendala dan masalah yang kami temui di lapangan:

1. Melakukan survey pasar
 - a) Dapat Ditinjau Lanjuti

Pada awalnya penulis berencana untuk menitip produk di pusat oleh-oleh, seperti bakpia tugu yang berada di Jl. Kaliurang KM.10,7 No.9 namun perlu adanya persyaratan yang tidak bisa penulis dan team penuhi, penulis memutuskan untuk memutar haluan dan menitip barang di tempat angkringan dan café.

- b) Tidak Dapat ditindaklanjuti

Dalam melakukan survey pasar, penulis berkeliling di pusat oleh-oleh sekitar Yogyakarta, salah satunya bakpia kukus tugu Jogja yang berada di Jl. Kaliurang KM.10,7 No.9, saat penulis ingin memasarkan produk Wedang Rempah Ningrat dengan sistem menitip barang, ada persyaratan yang harus dipenuhi jika ingin memasarkan di outlet mereka.

Persyaratan yang harus dipenuhi yaitu. mempunyai tempat usaha (toko), bersedia memberikan deposit dan mengambil sendiri atas barang yang akan dibeli, tidak boleh menjual barang yang sejenis, bersedia menandatangani surat perjanjian yang sudah disiapkan, dan menyerahkan foto Copy KTP sebagai persyaratan Administrasi.

Karena usaha ini masih bersifat rintisan, Wedang Rempah Ningrat belum memiliki toko fisik dan proses legalitas sedang diproses.

2. Desain Logo Dan Kemasan

a. Dapat Ditinjau Lanjuti

1) Jenis stiker yang kurang cocok

Dalam proses percetakan stiker terjadi beberapa masalah yang dihadapi penuli, dari mulai ukuran stiker yang tidak cocok, hasil stiker yang tidak sesuai design, dan warna stiker yang tidak sesuai antara design dan hasil jadi. Untuk menindak lanjuti permasalahan tersebut penulis telah mencoba 3 tempat percetakan stiker yang berbeda dan menemukan tempat yang cocok sehingga stiker bisa diseuaikan dengan kemasan.

2) Legalitas

Setelah melakukan survey pasar, dengan mengunjungi pusat oleh-oleh, café, dan angkringan. Ada persyaratan yang harus dipenuhi agar produk Wedang Rempah Ningrat bisa menjadi mitra dagang mereka, berikut legalitas yang harus dipenuhi:

- PIRT

Saat ini kepengurusan PIRT sedang diproses oleh team produksi Wedang Rempah Ningrat, salah satu yang sudah keluar yaitu: Varian Kopi Rempah.

Untuk membuat rasa aman bagi konsumen, team produksi Wedang Rempah Ningrat saat ini sedang mengurus legalitas secara bertahap, dimulai dari PIRT, BPOM, dan Halal.

b) Tidak dapat ditinjau lanjut

Dalam kepengurusan legalitas Halal dan BPOM Mempelukan waktunya yang cukup lama sehingga tidak menjadi prioritas utama dalam kepengurusan legalitas.

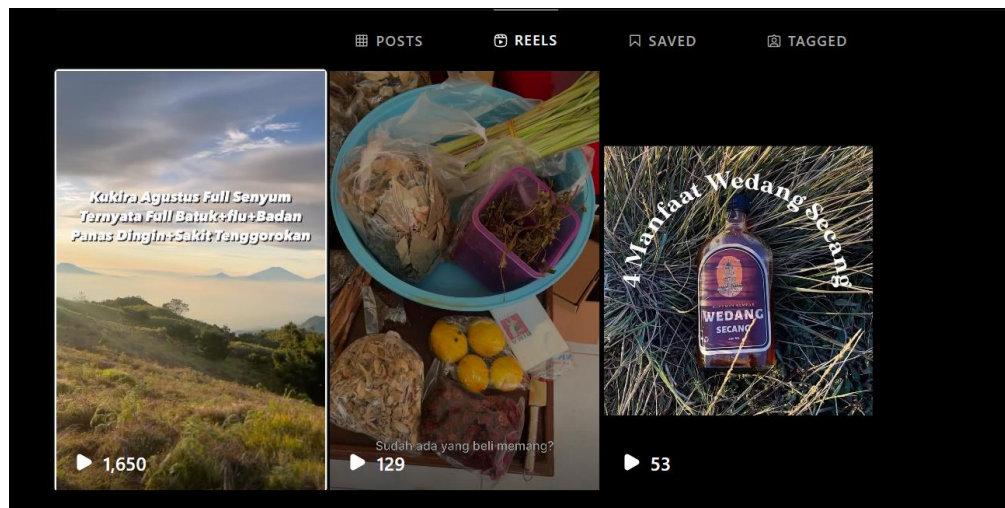
3. Pengenalan merek usaha via social media dan WOM

a) Dapat ditinjau Lanjuti

1) Minimnya Engagment Pada Sosial Media Wedang Rempah Ningrat

Penulis menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran, memposting video hingga upload foto, memiliki tujuan untuk memperkenalkan produk Wedang Rempah Ningrat ke pasaran. Penulis menggunakan berbagai macam trik dari membuat konten:

- Hastag
- Music
- Caption



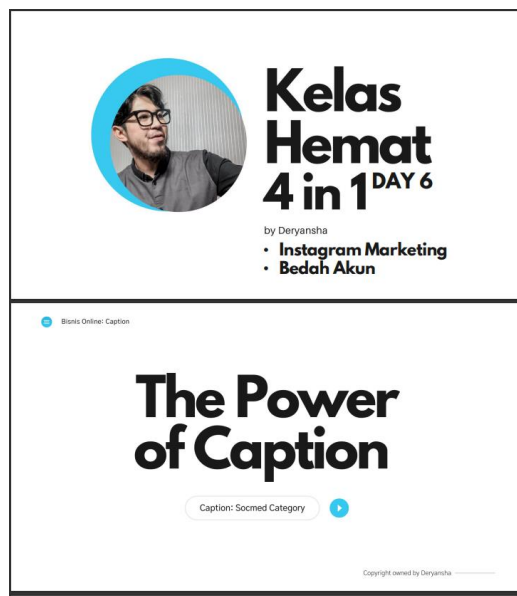
Gambar 3. 1 Contoh Reels Pada Instagram Wedang Rempah Ningrat

Setelah melakukan berbagai macam trik agar mendapatkan view banyak, penulis tidak bisa memprediksi mana video yang akan mendapatkan views banyak. Kuncinya adalah konsisten membuat konten untuk mendapatkan banyak views.

b) Pembuatan Konten Pemasaran

1) Kurangnya Ide Membuat Konten

Kurangnya ide dalam membuat konten berpengaruh pada aktifnya sosial media Wedang Rempah Ningrat, terkadang ketika konten yang sudah dibuat tidak sesuai hasil dari jumlah views maupun like membuat penulis berfikir konten yang sudah dibuat kurang menarik. Hasilnya untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, penulis mengikuti kelas marketing yang membahas seputar branding, selling, dan *copywriting*.



Gambar 3. 2 Penulis Mengikuti Kelas Online Mengenai Digital Marketing

2) Metode Pemasaran Yang Kurang Tepat

Produk ini berbasis rempah, yang pada dasarnya jarang anak muda yang menyukai atau tertarik, pada awal proses pemasaran menggunakan Instagram dan Tiktok. Konten sosial media kurang konsisten saat *upload*, hal itu membuat orang sedikit mengetahui Wedang Rempah Ningrat hal itu menjadikan penjualan Wedang Rempah Ningrat sedikit. Kurangnya dilakukan riset sosial media Wedang Rempah Ningrat, model pemasaran yang cocok, dan tujuan pemasaran untuk rentan usia yang kurang cocok, sehingga metode

pemasaran yang dilakukan Wedang Rempah Ningrat kurang menjurus kepada konsumen.

B. Tinjauan Teoritis Tentang Pemasaran

Guna mempermudah pembaca memahami konteks yang tertulis pada identifikasi masalah terhadap beberapa teori dan definisi tertentu, Penulis menegaskan beberapa tinjauan teoritis berkaitan dengan pemasaran yang bersangkutan terhadap pemaparan masalah, diantaranya adalah:

Teori	Definisi
<i>Survey</i> Pemasaran	Survei pasar merupakan proses mengumpulkan informasi dari berbagai sumber, seperti konsumen, suplier, dan pesaing. Fungsinya untuk membantu perusahaan dalam membuat keputusan tentang produk, harga, promosi, dan distribusi. Survei pasar dapat dilakukan untuk memulai usaha baru, memperkenalkan produk baru, atau meningkatkan kinerja perusahaan yang sudah ada. (Fernie Olivia dkk. 2020)
Desain Kemasan	Kemasan merupakan hal pertama yang dilihat pembeli dari sebuah produk. Kemasan mampu menarik bahkan menyingkirkan pembeli. Oleh karena itu kebanyakan produsen membuat kemasan semenarik mungkin untuk meningkatkan minat beli masyarakat. (Diah & Supriono, n.d.)
Pemasaran Syariah	Pasar ekonomi Islam berbeda dengan pasar ekonomi konvensional karena

	<p>memiliki tujuan yang berbeda. Pasar ekonomi Islam bertujuan untuk menciptakan kebahagiaan bagi semua pihak, termasuk konsumen, produsen, dan masyarakat. Kebahagiaan ini merupakan dorongan manusia yang dapat tercapai ketika seseorang mampu membatasi dirinya dari tindakan-tindakan yang merugikan (Swara Prihatta, 2018)</p>
<i>Word Of Mouth</i>	<p><i>Word of mouth</i> merupakan komunikasi antara konsumen tentang suatu produk atau merek, yang akan membentuk persepsi mengenai suatu produk dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Perusahaan dapat mendorong terbentuknya word of mouth yang baik agar dapat mempengaruhi keputusan pembelian) (Rezky & Toruan, n.d.)</p>
Inovasi Produk	<p>Inovasi produk yang baik akan meningkatkan kualitas produk perusahaan, yang menjadikan kualitas produk yang tinggi dapat meningkatkan keunggulan produk untuk bersaing, yang akhirnya akan berpengaruh pada kinerja keseluruhan perusahaan (Produk dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen Yogi Sugiarto Maulana, 2020)</p>

<p>B2C atau <i>Business to Customer</i></p>	<p>B2C (<i>Business to Customer</i>) merupakan transaksi secara elektronik maupun dilakukan secara fisik yang melakukan pelayanan atau penjualan baik berupa barang maupun jasa kepada konsumen perorangan ataupun grup secara langsung (Umar et al., 2016).</p>
---	--

Table 3. 1 Tinjauan Teoritis Pemasaran

C. Pemecahan Masalah Pemasaran

Dalam pelaksanaan bisnis, ada banyak permasalahan yang dihadapi, baik dari internal maupun eksternal. Sebagai penanggung jawab divisi pemasaran Wedang Rempah Ningrat, penulis menemukan beberapa masalah yang menghambat perkembangan bisnis ini. Oleh karena itu penulis mencoba untuk memecahkan permasalahan tersebut:

1. Memanfaatkan sosial media

Untuk mempromosikan produk, media sosial adalah alat yang efektif. Untuk menggunakan media sosial, kita perlu membuat akun terlebih dahulu. Media sosial dapat membantu meningkatkan kesadaran merek, yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan.

Optimalisasi media sosial perlu ditingkatkan untuk menarik calon konsumen. Media sosial dapat digunakan untuk membangun hubungan langsung dengan calon konsumen. Hal ini dapat membuat konsumen merasa lebih dekat dengan pemilik bisnis, yang pada akhirnya dapat menciptakan hubungan yang baik dan menguntungkan. Untuk mengoptimalkan media sosial, kita perlu membuat konten yang menarik dan informatif agar konsumen dapat berimajinasi tentang produk yang kita jual dan tertarik untuk membelinya.

Konten media sosial yang menarik dan unik dapat menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu, pembuatan konten pada media sosial Wedang rempah Ningrat perlu dibuat secara terjadwal agar dapat menjangkau lebih banyak orang. Pembuatan konten secara terjadwal dapat membuat algoritma media sosial khusus untuk akun media sosial tersebut, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesadaran merek.

2. Terus berkembang melakukan inovasi

Inovasi merupakan pembaruan yang dilakukan pada sebuah bisnis. Inovasi bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan bersaing dengan bisnis lain. Untuk melakukan inovasi, seorang pemilik bisnis perlu menciptakan sesuatu yang berbeda dan memiliki *unique selling point* agar dapat menarik perhatian konsumen.

Pada bisnis Wedang Rempah Ningrat, terdapat beberapa inovasi yang dilakukan guna meningkatkan volume terhadap penjualan. Beberapa inovasi yang dilakukan pada saat bisnis ini berjalan. Terdapat beberapa inovasi yang dilakukan pada bisnis Wedang Rempah Ningrat seperti menerapkan feeds maupun produk yang memiliki kemasan yang berbeda dari pesaing bisnis yang memiliki produk yang sama

Inovasi dilakukan untuk meningkatkan daya saing bisnis. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan laba. Laba yang tinggi dapat membantu bisnis untuk bertahan dan berkembang.

3. Evaluasi Pemasaran

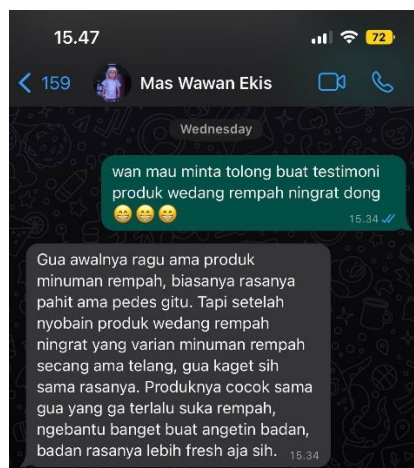
Metode pemasaran yang kurang tepat sasaran, penulis mencoba untuk menggunakan polling pada aplikasi instagram untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen Wedang Rempah Ningrat, penulis juga melakukan pengamatan pada akun sosial media kompetitor untuk mengetahui produk apa yang dibutuhkan konsumen. Melalui riset dan survey tersebut penulis mengetahui gambaran apa konten dan produk yang dibutuhkan konsumen, penulis menggunakan metode word of mouth dan pemasaran offline dengan membuka stand saat acara wisuda di Universitas Islam Indonesia, dengan metode tersebut kebanyakan yang tertarik mengunjungi *booth* Wedang Rempah Ningrat dengan rentan usia laki-laki dan perempuan antara 30-50 tahun.



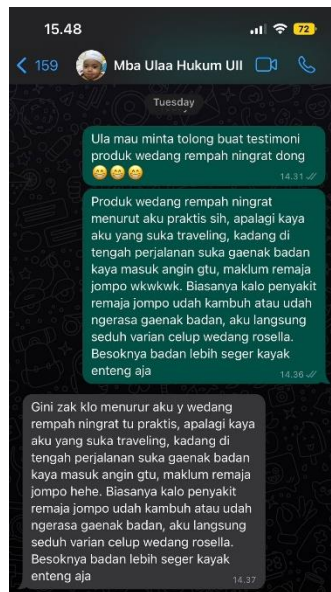
Gambar 3. 3 Penjualan Offline

4. Membuat Testimoni

Dengan memberikan pandangan konsumen terkait produk Wedang Rempah Ningrat, membuat tim terus berinovasi dan melihat kekurangan produk. Penulis menggunakan media Whatsaap untuk bukti testimoni produk Wedang Rempah Ningrat.



Gambar 3. 4 Testimoni Produk Wedang Rempah Ningrat



Gambar 3. 5 Testimoni Produk Wedang Rempah Ningrat

D. Tinjauan Teoritis Tentang Keuangan

a) Musyarakah

Kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan dan usaha terkadang memerlukan dana dari pihak lain, antara lain melalui pembiayaan musyarakah, yaitu pembiayaan berdasarkan akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan; (Fatwa DSN NO: 08/DSN-MUI/IV/2000)

Musyarakah adalah akad kerjasama antara piha untuk mengikatkan diri dalam perserikatan modal dengan jumlah yang sama atau berbeda sesuai kesepakatan. Penggabungan modal digunakan untuk memulai suatu bisnis yang sesuai dengan prinsip syariah. Keuntungan yang diperoleh akan dibagi berdasarkan kesepakatan yang telah disetujui dalam akad.

b) Laporan Keuangan

Laporan keuangan berkaitan erat dengan bidang akuntansi, pengambilan keputusan suatu perusahaan dapat diukur dari laporan

keuangan yang telah tersusun. Laporan keuangan bisa menjadi tolak ukur evaluasi suatu perusahaan dan memprediksi kinerja perusahaan yang akan datang serta dapat menjadi pertimbangan perusahaan untuk mengukur tingkat profitabilitas dan tingkat risikonya.

Laporan keuangan terdiri dari komponen-komponen berikut ini (Hery: 2014):

1) Laporan Laba Rugi (Income Statement)

Laporan laba rugi merupakan laporan yang sistematis tentang pendapatan dan beban perusahaan untuk satu periode waktu tertentu. Laporan laba rugi ini akhirnya memuat informasi mengenai hasil usaha perusahaan, yaitu laba atau rugi bersih, yang merupakan hasil dari pendapatan dikurangi beban.

2) Laporan Perubahan Ekuitas

Laporan perubahan ekuitas adalah sebuah laporan yang menyajikan ikhtisar perubahan dalam pos-pos ekuitas suatu perusahaan untuk satu periode waktu tertentu. Perubahan ekuitas pada umumnya meliputi komponen modal saham, tambahan modal disetor, laba ditahan, akumulasi laba (rugi) komprehensif lainnya, dan saham yang diperoleh kembali.

3) Neraca (Balance Sheet)

Neraca adalah sebuah laporan yang sistematis tentang posisi aktiva, kewajiban dan ekuitas perusahaan per tanggal tertentu. Tujuan neraca adalah untuk menggambarkan posisi keuangan perusahaan.

4) Laporan Arus Kas (Statement of Cash Flows)

Laporan arus kas adalah sebuah laporan yang menggambarkan arus kas masuk dan arus kas keluar secara terperinci dari masing-masing aktivitas, yaitu mulai dari aktivitas operasi, aktivitas investasi, sampai pada aktivitas pendanaan atau pembiayaan untuk satu periode waktu tertentu. Laporan arus kas menunjukkan besarnya kenaikan atau penurunan bersih kas dari seluruh aktivitas selama periode berjalan serta saldo kas yang dimiliki perusahaan sampai dengan akhir periode.

5) Catatan Atas Laporan Keuangan

Catatan atas laporan keuangan merupakan bagian integral yang tidak dapat dipisahkan dari komponen laporan keuangan lainnya. Tujuannya adalah untuk memberikan penjelasan yang lebih lengkap mengenai informasi yang disajikan dalam laporan keuangan.

c) Pengeluaran

Pengeluaran kas adalah kejadian-kejadian yang berkaitan dengan pendistribusian barang atau jasa ke entitas-entitas lain, dan pengumpulan pembayaran-pembayaran. Pengeluaran kas di dalam perusahaan yang jumlahnya lumayan besar menggunakan cek (Mujilan, 2012:45).

E. Pemecahan Masalah Keuangan

a) Pencatatan Keuangan Yang Tidak Sesuai Kaidah Akuntansi

Penulis kesulitan menyusun laporan keuangan sesuai dengan teori akuntansi, hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan penulis tentang pencatatan laporan keuangan secara teoritis, akibatnya laporan keuangan yang dibuat tidak maksimal dan sulit dipahami oleh anggota tim lainnya. Untuk mengatasi hal ini, penulis perlu meningkatkan pengetahuannya tentang teori akuntansi.

Setelah penulis mengembangkan produk, penulis menghitung biaya produksi dan keuntungan yang diinginkan, setelah menghitung berapa keuntungan yang diinginkan, munculah harga jual. Hal ini untuk menjaga kestabilan bisnis untuk mencapai target yang diinginkan. Harga yang terlalu tinggi dapat membuat konsumen enggan membeli, karena bagi beberapa konsumen harga merupakan hal yang sensitif. Namun Wedang Rempah Ningrat mengantisipasi dengan menaikkan kualitas sesuai harga yang ditawarkan

b) Pencatatan Arus Kas Yang Tidak Konsisten

Awalnya, penulis berusaha mencatat setiap transaksi secara langsung agar tidak menumpuk. Namun, karena kesibukan, penulis

sering lalai dan lupa mencatat. Untuk mengatasi hal ini, penulis mengambil beberapa langkah, yaitu:

- Memfoto setiap nota transaksi
- Membuat kotak khusus untuk menyimpan nota belanja

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dalam memulai perintisan bisnis, penulis sebagai kepala bidang pemasaran memiliki beberapa program kerja seperti melakukan survei pada pasar, pembuatan logo dan akun media sosial, pengenalan brand usaha dengan membuat konten melalui media sosial, membangun citra brand dengan melakukan pemasaran melalui word of mouth, dan menentukan pengeluaran biaya pemasaran bersama dengan pihak keuangan. Pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menghubungkan produsen dan konsumen melalui pertukaran barang yang melibatkan penambahan informasi mengenai penawaran, permintaan, dan negoisasi.

Dalam perintisan bisnis ini Wedang Rempah Ningrat beranggotakan 2 orang, di mana setiap orang memegang 2 divisi sekaligus, divisi keuangan dikerjakan secara bersamaan. Program kerja yang dilaksanakan penulis meliputi aktivitas pemasaran dan keuangan, seperti. Melakukan survey pasar, membuat desain kemasan, membuat foto produk, mengenalkan brand melalui konten di social media, melakukan pemasaran melalui metode word of mouth, membuat laporan arus kas, bekerja sama dengan bidang produksi dalam menyusun laporan keuangan.

Penulis mengkombinasikan metode pemasaran secara offline dan online, metode online menggunakan sosial media dengan membuat konten-konten yang menarik dan menjelaskan tentang produk Wedang Rempah Ningrat. Sedangkan metode word of mouth digunakan sebagai metode pemasaran secara langsung ke benak konsumen, proses komunikasi yang tercipta dari mulut ke mulut berpengaruh terhadap keputusan pembelian mengenai produk Wedang Rempah Ningrat.

Pada pelaksanaan program kerja terdapat permasalahan, permasalahan yang ditemui yaitu kurangnya ide pembuatan konten sosial media, minimnya

engagement pada akun sosial media, pencatatan laporan arus kas yang belum terorganisis, harga jual produk premium. Untuk menyelesaikan permasalahan diatas, penulis memberikan solusi untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Dimulai dari pembuatan konten yang konsisten dan menarik, terus melakukan inovasi dan pengembangan produk, menambah pengetahuan dalam penulisan di bidang keuangan.

Harapannya Wedang Rempah Ningrat bisa menjadi sarana penulis untuk menerapkan ilmu dan menjadi wadah pembelajaran, Penulis berharap adanya tugas akhir ini bisa memberikan kebermanfaatan baik secara pribadi maupun umum, serta yang nantinya mampu menjadi bekal penulis maupun team untuk menjalankan bisnis kedepanya.

B. Saran

Dalam perinitisan bisnis, evaluasi menjadi kunci untuk membangun bisnis yang sukses. Untuk memaksimalkan program perintisan bisnis, perlu adanya strategi pemasaran yang kuat, seperti pembuatan konten pemasaran yang konsisten dan melakukan evaluasi secara rutin untuk meningkatkan nilai-nilai pada usaha bisnis. Perlu adanya inovasi-inovasi yang dapat menarik konsumen untuk meningkatkan pemasaran dalam hal brand *awarness*.

Keberhasilan bisnis tidak luput dari kerjasama tim yang solid, dibutuhkan komunikasi yang baik dan rasa saling percaya antar tim yang akan membuat perintisan bisnis akan terus bertumbuh. Wedang Rempah Ningrat sendiri hanya beranggotakan 2 orang, hal itu menyebabkan divisi keuangan dikerjakan secara bersamaan, perlu adanya komunikasi yang intens antara sesama anggota tim dalam menyelesaikan permasalahan. Minimnya komunikasi dapat menyebabkan terhambatnya bisnis yang akan berdampak pada tidak berkembangnya bisnis itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus Mujilan. (2012). Sistem Informasi Akuntansi, Edisi I, Madiun: Wima Pers.
- Diah, A., & Supriono, K. (n.d.). *PENGARUH DESAIN KEMASAN PRODUK DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP BRAND AWARENESS SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN WARDAH EXCLUSIVE MATTE LIP CREAM (Survei Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)*.
- Garrison Ray H., Noreen, Eric W., Brewer, Peter C. 2006. Akuntansi Manajerial (alih bahasa: A. Totok Budi Santoso). Buku I. Jakarta : Salemba Empat.
- Hassan, S., Nadzim, S. Z. A., & Shiratuddin, N. (2015). Strategic Use of Social Media for Small Business Based on the AIDA Model. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 172, 262–269. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.363>
- Hery, Analisis Laporan Keuangan, Bumi Aksara, Jakarta, 2014, hlm. 3-4.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71– 85.
- Mulyadi. (2008). Perhitungan Harga Pokok Produksi, Makalah STIE Pandu Madania. Bogor.
- Mulya, T., Sobi Mutohari, A., Parman, S., Studi Desain Komunikasi Visual, P., & Teknologi Informasi, F. (2022). PERANCANGAN LOGO DAN KEMASAN SEBAGAI PENUNJANG MEREK PAKAN ALTERNATIF DARI UBI JALAR DI DESA SAMPORA. In *JURNAL GRAFIS* (Vol. 1, Issue 1).

Mustakim, M., Efendi, R., & Sofiany, I. R. (2021). POLA KONSUMSI PANGAN PENDUDUK USIA PRODUKTIF PADA MASA PANDEMI COVID-19. *IKESMA*, 1. <https://doi.org/10.19184/ikesma.v0i0.27203>

Pengabdian Kesehatan, J., Arsanti Palupi, D., Naufa Lina, R., Susiloningrum, D., Sugiarti, L., Pratiwi, Y., Martha Wijaya, H., Rahmawaty, A., Afifatul Amiroh, S., Anita Safitri, L., Destiana Caesary, C., & Nida, K. (2022). *PEMBUATAN WEDANG UWUH UNTUK MENINGKATKAN IMUNITAS TUBUH BERSAMA PENGURUS PKK DESA JEPANG KECAMATAN MEJOBOKUDUS*. 5(3). <http://jpk.jurnal.stikescendekiautamakudus.ac.id>

Prasasti Nur Rachmani, E., & Amalia Choironi, N. (2020). *PENGOLAHAN SIRUP REMPAH SEBAGAI MINUMAN TRADISIONAL UNTUK PENGEMBANGAN PRODUK LOKAL KABUPATEN BANYUMAS* (Vol. 2, Issue 1). <http://ejournal2.undip.ac.id/index.php/pasopati>

Produk dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen Yogi Sugiarto Maulana, I. (2020). *Inovbiz*. In *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* (Vol. 8). www.ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IBP

Rezeky, R., & Toruan, M. L. (n.d.). *PROSES IMPLEMENTASI WORD OF MOUTH DALAM STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LA PERLA PLAZA SENAYAN*.

Rudianto, Pengantar Akuntansi. Jakarta: Erlangga, 2012

Sadono, S., R., A. (2007). *Akuntansi Biaya, Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*, Buku I, Edisi Kedua, Cetakan Ketigabelas, BPFE UGM, Yogyakarta.

Swara Prihatta, H. (2018). *PEMASARAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*. *Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 8(1). <http://sigitwahyu.net/kembali-kepemasaran-spiritual>

Data Dari Internet

Rizaty, M. A. (2023, 08 15). *Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 3,68% pada Kuartal II/2022*. Retrieved from DataIndonesia.id: https://dataindonesia.id/industri_perdagangan/detail/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-368-pada-kuartal-ii2022

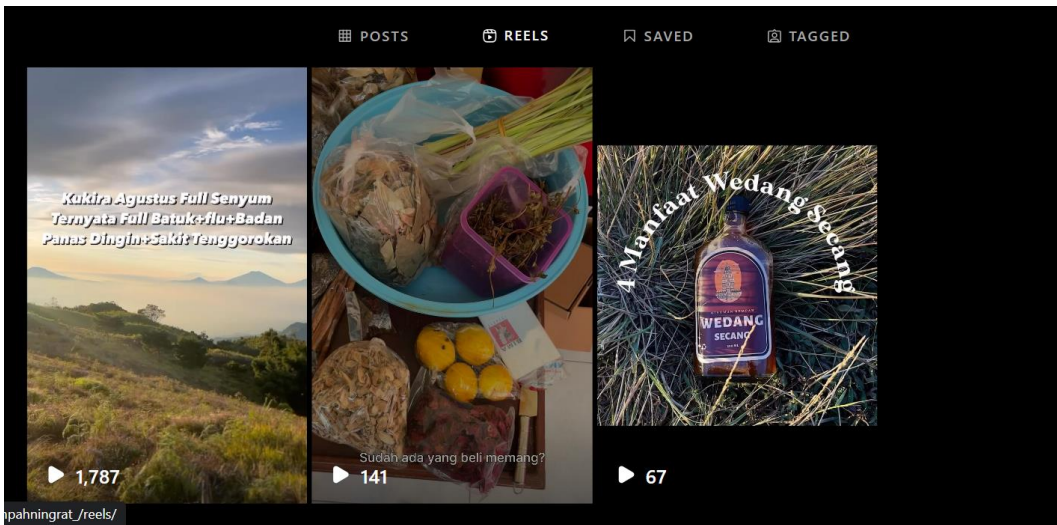
We Are Social. (2019). *Digital 2019-Indonesia*. Retrieved from <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>

Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No:08/DSN-MUI/IV/2000

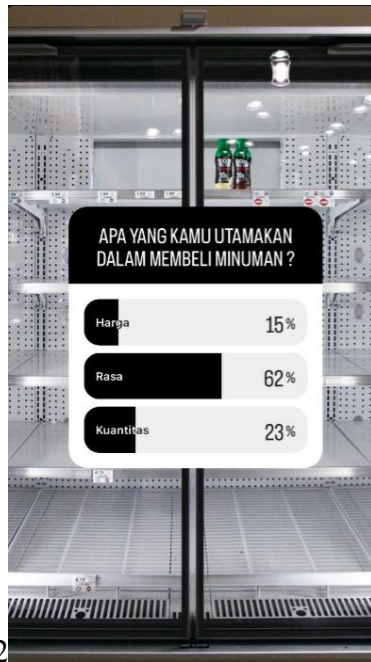
LAMPIRAN

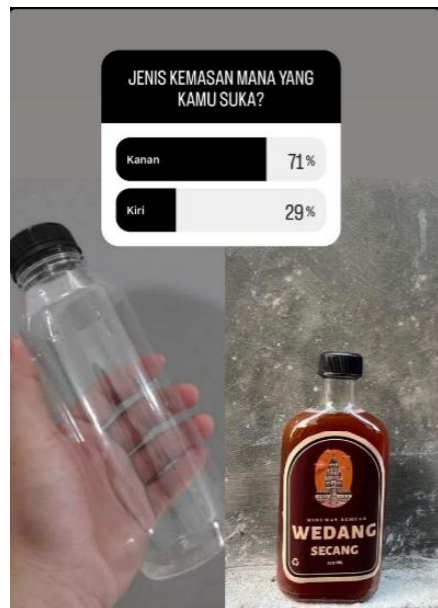












RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Bekasi pada tanggal 31 Maret 2001 sebagai anak kedua dari 2 (dua) bersaudara dari pasangan Pamuji Widodo dan Titin Kuraesin. Saat ini penulis bertempat tinggal di JL. Pinang 5 No. 10 rt 01/rw09 Taman Yasmin Sektor 6 kel. Curug mekar. Kota Bogor. Hp: 081293191645. Alamat Email zaqikhatami@gmail.com. Pendidikan SMA ditempuh di SMAN 5 Kota Bogor, lulus pada tahun 2019, penulis diterima di program studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Pada saat berkuliah di Ekonomi Islam penulis aktif di organisasi Kelompok Studi Pasar Modal Syariah dan Forum Kajian Ekonomi Islam.