

MISO MEDAN INSTAN
“Cita Rasa Asli Nusantara”



Nama : Novan Ramadhani Pratama
NIM : 20313254
Tugas Akhir : Perintisan Bisnis Jalur Kewirausahaan

Dosen Pengampu : Mustika Noor Mifrahi, S.E.I., M.E.K.
NIDN : 173130102

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta
Tahun : 2023 / 2024

MISO MEDAN INSTAN
“Cita Rasa Asli Nusantara”

Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir
guna memperoleh gelar Sarjana jenjang Strata 1
Program Studi Ekonomi Pembangunan,
Pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Nama Owner : Novan Ramadhani Pratama
NIM : 20313254
Tugas Akhir : Perintisan Bisnis Jalur Kewirausahaan

Dosen Pengampu : Mustika Noor Mifrahi, S.E.I., M.E.K.
NIDN : 173130102

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta
Tahun : 2023 / 2024

**HALAMAN PERNYATAAN
BEBAS PLAGIARISME**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang dapat dikategorikan dalam tindakan plagiasi seperti yang dimaksud dalam buku pedoman TA Perintisan Bisnis Program Studi Ekonomi Pembangunan FBE UII.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi / hukuman apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 13 Maret 2024.



Novan Ramadhani Pratama



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Ringroad Utara, Condong Catur, Depok
Sleman, Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 883087, 885376;
F. (0274) 882589
E. fe@uii.ac.id
W. fecon.uil.ac.id

SURAT KETERANGAN HASIL TES KEMIRIPAN

No.: 584/Ka.Div/10/Div.PP/V/2024

Bismillaahirrahmaanirrahiim.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **Novan Ramadhani Pratama**
Nomor Mahasiswa : **20313254**
Dosen Pembimbing : **Mustika Noor Mifrahi, S.E.I., M.E.K.**
Program Studi : **Ekonomi Pembangunan**
Judul Karya Ilmiah : **Miso Medan Instan "Cita Rasa Asli Nusantara"**
Nomor Hp : **081276677352**

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses tes kemiripan (*similarity test*) menggunakan **Turnitin** dengan hasil **7% (tujuh persen)** sesuai aturan batas minimal dinyatakan lolos yang diberlakukan di Universitas Islam Indonesia yaitu sebesar 20% (dua puluh persen).

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum wr. wb

Yogyakarta, 13 Mei 2024

Kepala Divisi Pengelolaan Pengetahuan,


Stuardi, S.IP., M.IP.

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR PROYEK BISNIS PROGRAM KEWIRAUSAHAAN

Diajukan oleh :

Nama : Novan Ramadhani Pratama

NIM : 20313254

Yogyakarta, 08 Mei 2024

Telah disetujui dan disahkan
oleh Dosen Pembimbing,

Dosen Pembimbing



Mustika Noor Miftahi, S.E.I, M.E.K.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

**SKRIPSI BERJUDUL
MISO AYAM MEDAN INSTAN**

Disusun oleh : NOVAN RAMADHANI PRATAMA

Nomor Mahasiswa : 20313254

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Selasa, 07 Mei 2024

Penguji/Pembimbing Skripsi : Mustika Noor Mifrahi, S.E.I.,M.E.K.

Penguji : Jannahar Saddam Ash Shidiqie, SEI.,MEK.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Prof. Iqbal Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim... Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah Swt., karena atas berkat dan rahmat-nya, saya dapat menyusun Proposal Perintisan Bisnis ini. Penulisan Laporan Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Prodi Ekonomi Pembangunan, Universitas Islam Indonesia. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada ;

1. Kedua Orang tua saya tercinta, yang memberikan do'a, motivasi, serta bantuan dukungan material dan moral;
2. Yth. Ibu Mustika Noor Mifrahi, S.E.I., M.E.K., selaku dosen pembimbing yang menyediakan waktu, tenaga, pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan laporan akhir ini;
3. Seluruh Dosen dan Staff Akademik Prodi Ekonomi Pembangunan FBE UII atas dukungan dan arahan dalam proses studi; dan
4. Teman Seperjuangan ataupun Orang terdekat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan proyek bisnis ini.

Alhamdulillah, Laporan Akhir Perintisan Bisnis “Miso Medan Instan” untuk jalur Kewirausahaan Prodi Ekonomi Pembangunan, UII, dapat diterbitkan.

Akhir kata, semoga Allah Swt. Berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dan berkontribusi. Semoga Laporan Akhir Perintisan Bisnis ini dapat membawa segala manfaat bagi perkembangan ilmu.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
HALAMAN GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
ABSTRAK.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Perintisan Bisnis.....	5
1.4. Luaran yang diharapkan.....	6
1.5. Manfaat Program.....	6
1.6. VISI dan MISI.....	6
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	8
2.1. Pengertian Kewirausahaan.....	8
2.2. Tujuan Kewirausahaan.....	9
2.3. Analisis SWOT.....	10
2.4. Business Model Canvas.....	11
2.5. Porter Competitive Strategy.....	12
2.5.1. Cost leaderships.....	12
2.5.2. Differentiation.....	12
2.5.3. Focus.....	13
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	14
3.1. Gambaran Umum Rencana Bisnis.....	14
3.2. Gagasan Kegiatan Bisnis.....	15
3.3. Analisis Peluang Pasar.....	21
3.3.1. Kompetitor.....	21
3.3.2. Target konsumen.....	21
3.4. Analisis Kelayakan Bisnis.....	23
3.4.1. Manajemen Produksi.....	23

3.4.2. Manajemen Pemasaran	24
3.4.3. Manajemen Keuangan	25
3.4.4. Brand Awareness	26
3.4.5. Manajemen Ekonomi	26
BAB IV PERKEMBANGAN DAN REALISASI PERINTISAN BISNIS	28
<u>4.1.</u> Realisasi Perkembangan Rencana	28
4.1.1. Realisasi Proyek Bisnis	28
4.1.2. Rencana Kelanjutan Proyek Bisnis	33
<u>4.2.</u> Realisasi Anggaran Perintisan Bisnis	35
4.2 Anggaran Proyek Bisnis	35
4.2.1. Laporan Penjualan	35
4.2.2. Total Keseluruhan Biaya	35
4.2.3. Laporan Laba Rugi	37
4.3. Identifikasi Masalah dan Pemecahannya.....	37
4.3.1. Identifikasi Masalah	37
4.3.2. Pemecahan Masalah	38
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	40
5.1. Kesimpulan	40
5.2. Rekomendasi	40
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	41
Laporan Total Produksi	42
Laporan Total Biaya Keseluruhan.....	42
Laporan laba Rugi.....	43
Lampiran 4. <i>Laporan Kinerja (Performance Report)</i>	44
Daftar Pustaka	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....	41

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tahap Produksi Miso Medan Instan	16
Tabel 3.2 Strategi Pemasaran Miso Medan Instan	20
Tabel 4.1 Laporan Hasil Penjualan.....	35
Tabel 4.2 Produksi Produk	35
Tabel 4.3 Total Keseluruhan Biaya	35
Tabel 4.4 Laba Rugi	37

HALAMAN GAMBAR

Gambar 1.1 Data Statistik Usaha kecil dan menengah	2
Gambar 1.2 Data Statistik Usaha kecil dan menengah	3
Gambar 2.1 SWOT Miso Medan Instan	10
Gambar 2.2 BMC Miso Medan Instan	11
Gambar 3.1 Grafik Hasil Pencarian Konsumen	21
Gambar 3.2 Grafik Kunjungan Wisatawan Yogyakarta	22
Gambar 4.1 Logo Produk Miso Medan Instan	29
Gambar 4.2 Desain Kemasan Original	30
Gambar 4.3 Desain Kemasan Spicy	30
Gambar 4.4 Produk Varian Original	30
Gambar 4.5 Produk Varian Spicy	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Curriculum Vitae Mahasiswa.....	41
Lampiran 2. Laporan Realisasi Anggaran	42
Lampiran 3. Laporan Realisasi Jadwal dan Kegiatan	44

Abstrak

Provinsi Sumatra Utara mempunyai hasil olahan pangan dengan tingkat kepopuleran di daerah tersebut hampir menyeluruh. Makanan kuah dengan beragam topping hingga pelengkap yang dijual sangat menggoda selera bagi konsumen pada umumnya yang menyukai makanan seperti Bakso, Sop, Soto, dll. Pada penelitian ini telah didapatkan penjualan tersebut hanya mampu dilakukan sebatas penjualan langsung, belum ada pada penjualan yang dapat dijangkau diluar daerah dan masyarakat luas. Dengan ini penelitian dengan metode observasi dan eksekusi secara langsung dalam bentuk inovasi untuk dapat menghasilkan produk siap saji dalam bentuk produk makanan instan, terbitlah produk yang penulis buat berbagai metode dan cara untuk dapat dipasarkan, dengan nama produk "Miso Medan Instan". Penjualan ini memerlukan waktu dan bahan yang cukup efisien dan efektif dalam pembuatannya, sehingga diharapkan bagi pembaca dapat berinovasi atau tergerak dalam hal lain dalam membentuk makanan daerah yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat luas dan dapat menjadi ide bisnis atau peluang usaha berpotensi dan dapat dikenal hingga manca negara.

Kata kunci: Miso Medan Instan, Inovasi, Produk, Penjualan.

Abstract

North Sumatra Province has processed food products that are almost universally popular in the area. The soup dishes with various toppings and accompaniments that are sold are very appetizing for consumers in general who like foods such as meatballs, soup, soto, etc. In this research, it has been found that sales can only be carried out directly, there are no sales that can be reached outside the region and the wider community. With this research using direct observation and execution methods in the form of innovation to be able to produce ready-to-eat products in the form of instant food products, a product was published which the author created using various methods and methods to be marketed, with the product name "Miso Medan Instant". This sale requires time and materials that are quite efficient and effective in making, so it is hoped that readers will be able to innovate or be moved in other ways in creating regional food that can be consumed by the wider community and can become a business idea or potential business opportunity and can be known internationally.

Keywords: Instant Medan Miso, Innovation, Products, Sales.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

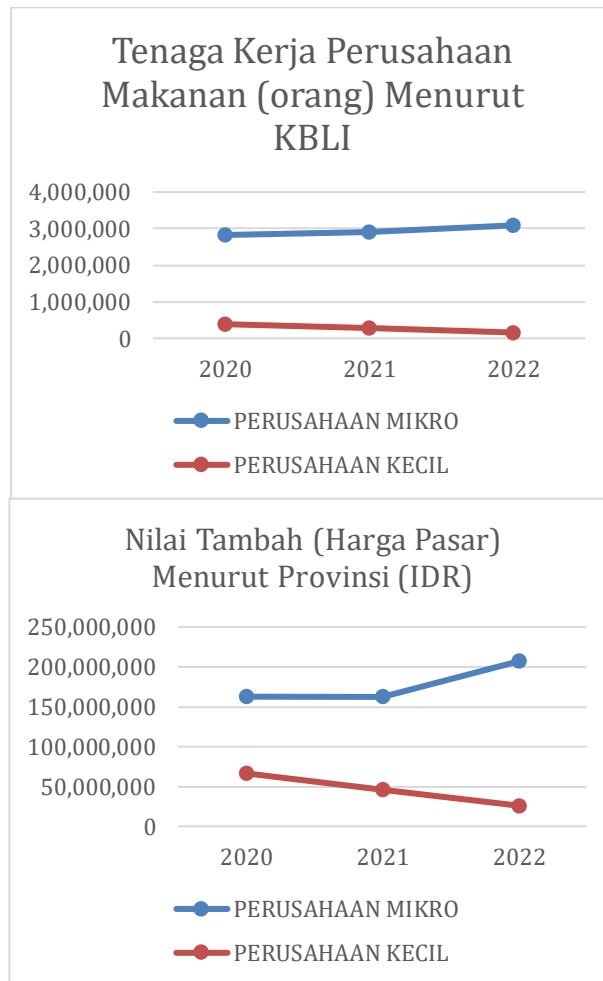
Dari perspektif global, jelas bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sangat penting bagi pertumbuhan dan perkembangan perekonomian di mana pun. Usaha kecil dan menengah (UKM) memainkan peran penting di banyak bidang, termasuk namun tidak terbatas pada: PDB, ekspor, devisa, penciptaan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan, dan dominasi kelompok di antara unit-unit usaha. Oleh karena itu, UMKM mempunyai peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Namun, masih banyak kendala yang harus diatasi oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. Hal tersebut meliputi: bahan baku, teknologi, manajemen, birokrasi, infrastruktur, kemitraan, serta pasar dan pemasaran. Agar tetap kompetitif, UMKM harus beradaptasi dengan perubahan permintaan pasar, meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, dan memperkuat kelembagaan. Dengan bantuan semua orang, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat meningkatkan kapasitas mereka dan bersaing lebih baik di lingkungan ini. Agar usaha kecil dan menengah (UKM) dapat tumbuh dan berdaya saing dalam skala nasional dan internasional, pemerintah harus terlebih dahulu mendorong pengembangannya melalui kebijakan, mengamankan rencana pengembangan tersebut, dan memastikan bahwa UKM menggunakan pemasaran digital. dan model bisnis yang sesuai.

Kajian Terpadu Usaha Kecil dan Menengah (ISME) merupakan kajian lanjutan dari Sensus Ekonomi yang khusus mencakup Perusahaan Tanpa Identitas Resmi. Ini mengumpulkan data tentang usaha kecil dan menengah. Meskipun tidak menyeluruh, hasil ISSME dapat digunakan untuk mengkarakterisasi sektor informal ketika mempertimbangkan ide dan waktu yang digunakan.

Berikut data survei ISSME dan IKM untuk Kelanjutan survei Sensus Ekonomi:



Gambar 1.1 Data Statistik Usaha kecil dan menengah



Gambar 1.2 Data Statistik Usaha kecil dan menengah

Wawancara dengan perusahaan tertentu di lokasi tertentu dilakukan oleh BPS untuk mengumpulkan data. Pencacah, atau pewawancara, seringkali merupakan anggota staf tetap BPS yang disebut Mantri Statistik (Mantis) yang ditugaskan di setiap kecamatan. Selain itu, jika diperlukan, staf tetap Kantor Cabang BPS juga dilibatkan.

Di Lembaga Pengembangan UMKM (LP) Pimpinan Wilayah Muhammadiyah (PWM) Jawa Tengah, Semarang, Sabtu 7 Oktober 2023, Menteri Perdagangan Zulkufli Hasan menyampaikan sejumlah pidato penting. Saat ini UMKM memegang peranan penting, menurut Mendag. Pada tahun 2025, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mungkin bernilai \$135 miliar. Akses kemitraan, digitalisasi, perbankan, dan

inovasi UMKM merupakan empat pilar yang diperlukan untuk mendongkrak daya saing UMKM. Usaha kecil dan menengah (UKM) semakin berupaya menghubungkan produk mereka ke platform digital, setelah sebagian besar memasarkannya melalui cara-cara tradisional. Di atas kertas, prospek pelaku usaha UMKM untuk mempromosikan produknya semakin mudah diakses ketika terhubung dengan jaringan pasar melalui platform digital. Pemasar dari usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat menjangkau pelanggan di seluruh dunia dengan menggunakan pemasaran internet.

Salah satu inovasi yang berkembang saat ini di sektor Industri kuliner atau Makanan yaitu maraknya Inovasi Makanan Instan atau Siap Saji. Industri Kuliner adalah salah satu Sektor yang terus berkembang dengan pesat di seluruh dunia. Dalam Bisnis Kuliner yang begitu kompetitif, inovasi bukanlah sebuah pilihan, melainkan keharusan. Inovasi memungkinkan Bisnis Kuliner untuk tetap relevan, menarik pelanggan, mengurangi biaya, dan meningkatkan keuntungan, lebih dari sekedar membuat makanan yang enak, bisnis kuliner yang enak, mengejutkan pelanggan mereka, dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Inovasi adalah kunci untuk mencapai kesuksesan jangka panjang dalam dunia bisnis kuliner.

Salah satu inovasi yang siap beradaptasi dengan perubahan kondisi pasar adalah pemilihan produk makanan siap saji baru. Apa yang kami sebut makanan “siap santap” sebenarnya sudah diproses sebelumnya dan tinggal menunggu untuk disajikan, baik di restoran atau melalui telepon. Penelitian yang dilakukan oleh Grand View Research dalam "Laporan Ukuran, Pangsa, dan Tren Pasar Makanan Siap Saji" mengungkapkan bahwa pasar makanan siap saji di seluruh dunia bernilai USD 159,15 juta pada tahun 2019 dan diproyeksikan akan berkembang pada CAGR (majemuk tahunan tingkat pertumbuhan) sebesar 5,5% dari tahun 2020 hingga 2027.

Miso Medan berasal dari kata “Mie Sop” yang merupakan salah satu hidangan khas dari Kota Medan, Sumatra Utara, Indonesia. Hidangan ini terdiri dari Bihun yang disajikan dalam kuah kaldu ayam yang kaya rasa. Mie Sop biasanya diberi tambahan berbagai bahan pelengkap yang membuat semakin lezat, seperti daging ayam suwir,

potongan tahu goreng, kacang goreng, daun bawang, dan bawang goreng. Kuah kaldu yang digunakan dalam Mie Sop biasanya kaya rasa dan bumbu, seperti buah pala, bunga lawang, cengkeh, kayu manis, dan rempah lainnya. Ini menjadikan hidangan yang mempunyai cita rasa khas, lezat, dan pastinya HALAL. Mie Sop Medan sering dihidangkan panas-panas dan sering kali disajikan dengan sambal atau bumbu tambahan pelengkap lainnya seperti kecap manis atau saus yang dapat ditambahkan sesuai selera masing-masing.

Inovasi yang akan dikembangkan adalah berbentuk kemasan instan pada umumnya yang mana isi seperti Mie, Bumbu, Topping, dan Pelengkap, yang sudah diolah akan dibungkus masing-masing didalam kemasan yang menarik dan siap dipasarkan.

Bisnis F&B yang merupakan singkatan dari “Food and Beverage” dan bergerak di sektoe kuliner ini akan berproduksi tepat di *Dusun Nglarang, Rt.05/Rw.35 – No.58, 7C4C+3V7, Malangrejo, Wedomartani, Kec. Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55584.*

1.2. Rumusan Masalah

Adapun beberapa rumusan masalah pada proyek perintisan bisnis ini, Sebagai berikut;

1. Apa inovasi yang akan dibentuk dan dikembangkan?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang akan diterapkan?
3. Apa tujuan dari dibentuknya bisnis “Miso Medan Instan” ini?

1.3. Tujuan Perintisan Bisnis

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka;

1. Inovasi yang dibentuk adalah membuat makanan khas daerah medan menjadi instan produk untuk dapat dipasarkan, dan dicicipi berbagai pasar. Lalu pengembangan rasa, pengemasan, dan pematangan produk.

2. Pemasaran dilakukan melalui lingkungan sekitar, online shop, dan penitipan pada offline store.
3. Dapat memperkenalkan “Miso Medan Instan” kepada khalayak umum dengan cita rasa khas, dan topping yang memanjakan selera. Serta menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini dengan hasil yang memuaskan.

1.4. Luaran yang diharapkan

Bisnis baru makanan instan ini dapat memberikan kesan positif yang melekat kepada semua konsumen yang telah mencicipi, agar pengembangannya lebih semangat dalam kreatifitas, inovatif, dan produktifitasnya yang dapat menciptakan hasil pengembangan baru selanjutnya.

1.5. Manfaat Program

Individu

- Menjalankan Tugas Akhir Perintisan Bisnis jalur Kewirausahaan.
- Mengasah skill usaha ataupun bisnis, agar dapat beradaptasi dengan dunia praktek kerja langsung lapangan dan dapat me-manage keuangan, mengatur cash flow dalam usaha.
- Mempunyai Pengetahuan dan Inovasi dalam bidang kuliner.
- Menambah pemasukan saku ataupun pendapatan.
- Lebih dapat mengeksplorasi bidang dan pasar kuliner.

Lingkungan

- Menciptakan lapangan kerja sendiri maupun orang terdekat yang membutuhkan.
- Memberi tambahan inovasi didalam bidang kuliner.
- Bisa Bekerja Sama dan membawa manfaat bagi masyarakat setempat kedepannya sebagai mitra usaha.

1.6. VISI dan MISI

Visi yang ingin dicapai dari adanya atau dibentuknya “Miso Medan Instan” yaitu adalah menjadi perusahaan besar dengan produk mie atau makanan instan lainnya tanpa

pengawet dan dapat dikenal masyarakat luas hingga internasional dengan kualitas terbaik dan terpercaya.

Misi :

- Menjadi perusahaan “Miso Medan Instan” yang mempunyai produk berkualitas dan Mengikuti perkembangan zaman dengan segala inovasi atas keinginan pasar.
- Memiliki harga yang dapat dijangkau masyarakat luas.
- Mempunyai konsistensi dalam berwirausaha.
- Dapat berperan dan berguna bagi masyarakat.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1. Pengertian Kewirausahaan

Robbin & Coulter menyatakan, Kewirausahaan adalah suatu proses dimana seseorang atau kelompok menggunakan usaha dan sarana yang terorganisir untuk mencari peluang dan menciptakan nilai yang tumbuh dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui inovasi dan keunikan, apapun sumber daya yang digunakan. Dan pada hakikatnya adalah sifat, sifat, watak dan jiwa seseorang yang mempunyai keinginan untuk mewujudkan ide-ide inovatif ke dalam dunia nyata dengan cara kreatif memikirkan sesuatu yang baru.

Kewirausahaan menurut sejarahnya telah dikenal sejak diperkenalkan oleh *Richard Castillon* pada tahun 1755. Di luar negeri istilah kewirausahaan sudah dikenal sejak abad ke-16, sedangkan di Indonesia hanya dikenal dengan sebutan ondernemer, di Jerman dikenal dengan sebutan unternemer. Pendidikan kewirausahaan mulai dirintis pada tahun 1950an di beberapa negara seperti Eropa, Amerika dan Kanada. Faktanya, sejak tahun 1970-an, banyak perguruan tinggi yang mengajarkan kewirausahaan atau manajemen usaha kecil. Pada tahun 1980an, hampir 500 sekolah di Amerika menyediakan pendidikan kewirausahaan.

Ada 4 jenis kewirausahaan menurut (*Williamson, 1961*) yaitu sebagai berikut;

1. Ide-ide baru yang ditumbuhkan oleh para wirausaha. Mencoba hal-hal baru dengan kekerasan sambil memberikan kesan bahwa mereka sedang mengalami metamorfosis yang menarik.
2. Usaha Bisnis yang Ditiru Sendiri. Ikuti jejak wirausahawan inovatif yang telah mencapai kesuksesan.
3. Model Bisnis Fabian. Posisi relatif mereka dalam bisnis akan terancam jika mereka tidak menerapkan tiruan secara efisien, meskipun mereka melakukan pendekatan yang hati-hati dan mencurigakan.

4. Model Bisnis Drone. Drone bersifat malas dan menolak memanfaatkan peluang untuk meningkatkan resep manufaktur mereka, meskipun hal tersebut akan membuat mereka lebih buruk secara finansial dibandingkan pesaing mereka.. Di banyak negara berkembang masih terdapat jenis entrepreneurship yang lain yang disebut sebagai *Parasitic Entrepreneurship*, dalam konteks ilmu ekonomi disebut sebagai *Rent-seekers (Pemburu rente)*. (Winardi, 1977).

Proyek perintisan bisnis ini merupakan salah satu jenis Innovating Entrepreneurship yang mengadopsi strategi dari *Analisis SWOT*, *Business Model Canvas*, dan *Porter Competitive Strategy*.

2.2. Tujuan Kewirausahaan

Robbin & Coulter menegaskan bahwa, terlepas dari sumber daya yang digunakan, kewirausahaan adalah proses di mana individu atau kelompok mencari peluang, menggunakan upaya dan sarana yang terorganisir untuk menghasilkan nilai, dan berkembang dengan memuaskan keinginan dan keinginan melalui penemuan dan keunikan. Pada hakikatnya, itu adalah hakikat seseorang yang kepribadian, sifat, watak, dan semangatnya terdorong untuk mewujudkan ide-ide inovatif menjadi kenyataan melalui pemikiran kreatif.

Biasanya, dengan tujuan meningkatkan pendapatan pribadi dan komunal. khususnya, mengurangi kemiskinan, menumbuhkan minat, memanfaatkan kemampuan yang ada, menciptakan lapangan kerja, memfasilitasi pembentukan perusahaan, mendorong lebih banyak kerja sama tim, dan memanfaatkan pertukaran informasi dengan lebih baik.

Salah satu strategi untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan yang kuat pada generasi muda adalah dengan meningkatkan pola pikir kewirausahaan mereka. Sebab, proses berwirausaha tidak akan selesai meskipun seseorang mengetahui cara-cara berwirausaha namun kurang berani untuk berkarir di bidang bisnis. Banyak pihak yang khawatir bahwa persaingan sengit antara perusahaan-perusahaan besar di luar negeri

dapat menyebabkan penurunan psikologis para pengusaha muda Indonesia. Bukannya menjadi sarana untuk saling melemahkan, persaingan di antara para pengusaha malah menginspirasi mereka untuk menjadi lebih kreatif dalam pengembangan produk, distribusi, dan strategi pemasaran.

2.3. Analisis SWOT

Analisis Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008:64) mendefinisikan analisis swot sebagai evaluasi menyeluruh terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Dengan menggunakan analisis SWOT, perusahaan dapat mengidentifikasi kekuatannya dan berupaya memperkuatnya agar dapat mengungguli pesaingnya saat ini. Demikian pula, agar bisnis dapat bertahan, kelemahan harus diperbaiki. Untuk meningkatkan volume penjualan, perusahaan harus memanfaatkan peluang yang ada dan bersiap menghadapi potensi bahaya dengan rencana pemasaran yang matang.

SWOT yang sudah dianalisis untuk Proyek Perintisan Bisnis “Miso Medan Instan” adalah sebagai berikut;

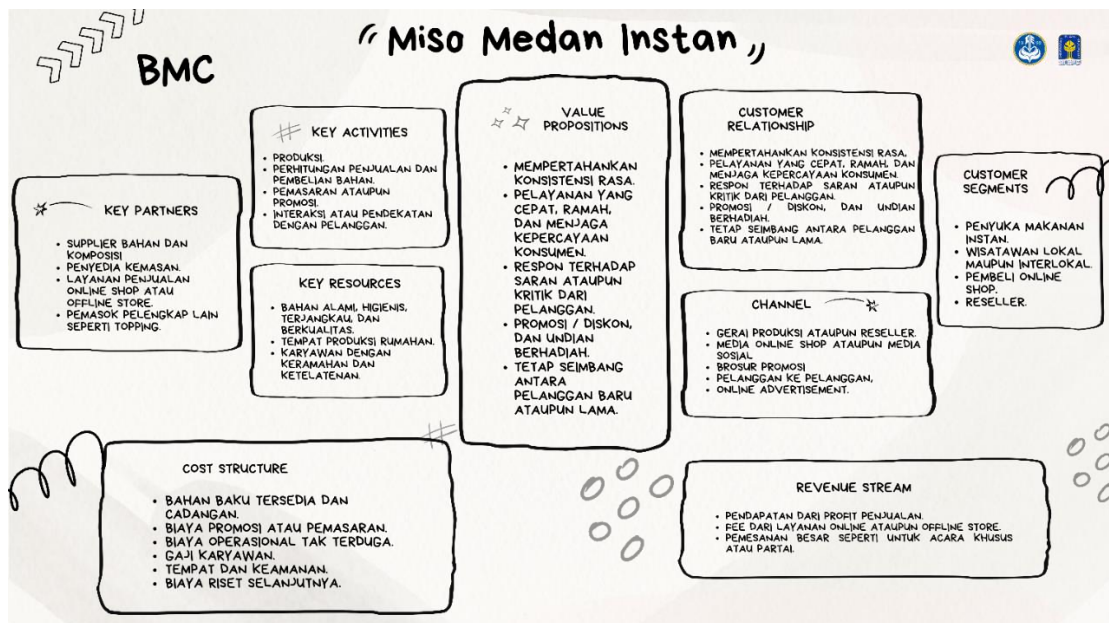


Gambar 2.1 SWOT Miso Medan Instan

2.4. Business Model Canvas

Menurut Sembilan bagian bangunan perusahaan membentuk perusahaan Model Canvas, menurut *Osterwalder & Yves Pigneur (2014)*. Bagian penting yang menggambarkan bagaimana perusahaan menghasilkan keuntungan dan manfaat dari konsumennya terdapat dalam blok konstruksi ini. Kanvas Model Bisnis dapat digunakan untuk mendefinisikan, mengevaluasi, dan menciptakan dengan cara yang kreatif dan orisinal untuk memasok dan menangkap dimensi pasar, mempengaruhi pasar, dan meningkatkan permintaan melalui inovasi nilai. Untuk memudahkan pembaca memahaminya, Business Model Canvas ini disajikan secara grafis dalam bentuk gambar atau kanvas. Selain itu, skater perusahaan dapat memodifikasi format Model Canvas perusahaan ini agar sesuai dengan kebutuhan mereka.

Berikut Business Model Canvas yang telah dianalisis untuk proyek bisnis “Miso Medan Instan” ;



Gambar 2.2 BMC Miso Medan Instan

2.5. Porter Competitive Strategy

Sebagaimana dikemukakan oleh *Teti, Perrini, dan Tirapelle (2014)*, strategi bersaing didasarkan pada Strategi Kompetitif Porter dan berupaya membangun posisi yang menguntungkan dalam suatu industri dengan menavigasi dinamika yang menentukan persaingan industri.

Coulter (2005) menyatakan bahwa strategi bersaing suatu perusahaan harus berpusat pada rencananya untuk bersaing dalam pasar tertentu. Berdasarkan kedua penjelasan tersebut, kita dapat mengatakan bahwa strategi bersaing suatu perusahaan adalah pendekatannya dalam bersaing dan mengincar posisi yang menguntungkan di sektor atau pasar tertentu.

Sumber

Menurut *Porter's*, terdapat tiga jenis strategi bersaing yang disebut sebagai strategi generik, yang sudah dianalisis untuk digunakan oleh Proyek Perintisan Bisnis “Miso Medan Instan” adalah sebagai berikut;

2.5.1. Cost leaderships

- Mengoptimalkan langganan tempat berbelanja untuk mendapatkan bahan baku yang lebih murah dan lebih terjangkau,
- Penyajian juga diusahakan untuk memiliki persiapan yang lebih efisien,
- Mampu press harga untuk menjadi yang terbaik tanpa mengurangi kualitas produk,
- Tidak mengeluarkan biaya yang tidak penting.

2.5.2. Differentiation

- Menggunakan resep turun temurun dan bahan baku yang baik, bersih, dan halal untuk dapat menghasilkan Mie Sop yang “Paten!”.

- Karena di daerah yogyakarta belum banyak pesaing yang jenisnya sama, dalam usaha ini berupaya untuk menjadi yang terbaik dan terus terbaik.
- Tetap mengedepankan rasa dan experience kepada konsumen.

2.5.3. Focus

- Mampu menarik pelanggan untuk terus dapat berlangganan dengan kita,
- Memfokuskan dimana dapat memperluas penjualan hingga masyarakat dapat mengenal apa itu “Miso Medan Instan”,
- Mempunyai target yang harus terus meningkat,
- Konsistensi dalam berwirausaha adalah yang utama.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1. Gambaran Umum Rencana Bisnis

Menurut *Hisrich, Peter, 1995 (Alma, 2004)*, rencana bisnis adalah dokumen tertulis yang dibuat oleh seorang wirausaha yang menguraikan semua faktor internal dan eksternal terkait organisasi untuk meluncurkan bisnis setiap saat.

Manfaat dari rencana bisnis atau business plan antara lain (Ismail, (2007) ;

1. Mampu mendekati kepastian kebenaran;
2. Mengevaluasi hasil terhadap strategi;
3. Teknik persuasi dalam komunikasi
4. Pengusaha mampu berpikir kritis dan tidak memihak.

Anda perlu mempertimbangkan sejumlah faktor tambahan saat membuat strategi bisnis, karena faktor-faktor tersebut akan membantu dan meningkatkan kinerja produksi produsen di masa depan.

“MISO MEDAN INSTAN” mulai dirintis pada September, 2023. Bisnis ini merupakan (Home Industry) yang bergerak dalam bidang pengolahan makanan atau kuliner yang memanfaatkan karena adanya potensi dari Makanan Khas bernama Miso atau lebih dikenal Mie Sop yang berasal dari Medan, Sumatra Utara. Bahan Baku lokal yang sangat mendukung dan memiliki fungsional untuk dapat diolah lagi secara modern yang berawal dari bahan alami menjadi bahan bubuk, dimana juga dapat berpengaruh dan berperan baik pada kesehatan untuk dikonsumsi dengan tanpa adanya pengawet. Selain sebagai bisnis mandiri, “Miso Medan Instan” juga didirikan sebagai mitra kepada masyarakat untuk dapat berkontribusi, dan mahasiswa dalam mengembangkan produk-produk dengan inovasi dari bahan baku lokal.

Alasan Lain yang mendorong adanya “Miso Medan Instan” Hal ini menunjukkan semakin banyaknya masyarakat yang kurang peduli terhadap kesehatan makanan yang

dikonsumsinya dan kurang tertarik untuk mengonsumsi makanan tradisional. Selain itu, masyarakat belum banyak yang menggunakan bahan baku lokal, dan generasi muda seringkali lebih terbiasa mengonsumsi pangan impor dibandingkan bahan baku lokal. Dan juga, Miso adalah salah satu makanan yang sangat disukai penulis, itu membuat semangat maupun minat untuk mendirikan “Miso Medan Instan” dan mengembangkan inovasi untuk dapat dicoba untuk seluruh masyarakat yang juga menyukainya.

3.2. Gagasan Kegiatan Bisnis

Bahan Karena bahan mentah juga mempengaruhi perhitungan bisnis, produktivitas, dan keuntungan perusahaan, bahan mentah sangat penting untuk operasi manufaktur dan distribusi. Oleh karena itu, perolehan pasokan bahan baku dapat dikatakan dilakukan guna mempercepat proses pembuatan dan distribusi.

Bahan baku sangat diperhatikan sebagai tahap awal sebelum produksi dimulai, Supplier-supplier yang diandalkan sebagai mitra diminta menyediakan bahan-bahan yang dibutuhkan. Selain itu, perolehan bahan baku dapat membantu memprediksi permintaan pasar.

Selanjutnya, bagian produksi dalam proses pembuatan suatu produk tentu harus melakukan persiapan sebelum pengemasan dan pemasaran dilakukan, Supplier-supplier yang diandalkan sebagai mitra diminta menyediakan bahan-bahan yang dibutuhkan. Selain itu, memperoleh sumber material dapat membantu memprediksi permintaan pasar.

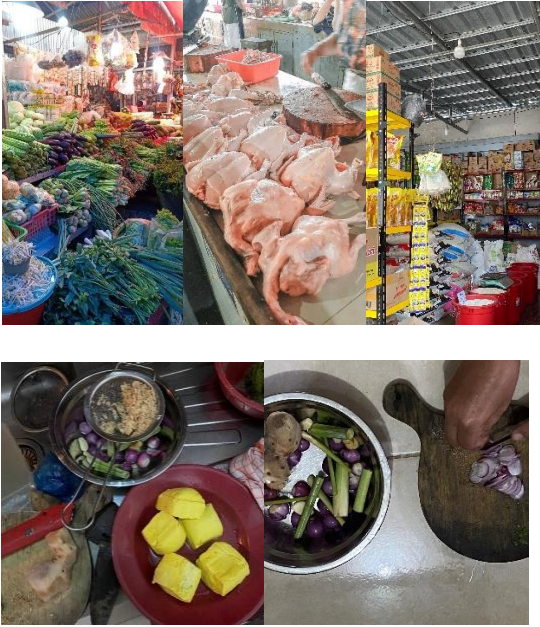

Inovasi yang akan dikembangkan adalah berbentuk kemasan instan pada umumnya yang mana isi seperti mie, bumbu, topping, dan pelengkap, yang sudah diolah akan dibungkus masing-masing didalam kemasan yang menarik dan siap untuk dipasarkan.



Setelah pembelian dan persiapan bahan baku dilakukan, Tahap selanjutnya adalah produksi yang akan dilakukan minimal 2 atau 3 hari dalam 1 minggu dengan waktu sekali



kerja menggunakan waktu kurang lebih 8 jam untuk menyiapkan produk tergantung permintaan dari pesanan atau penyediaan reseller. Waktu produksi menyesuaikan waktu dalam pengolahan bahan baku untuk siap disajikan, lalu steril dan kematangan bumbu untuk dapat dikemas. Pematangan konsep produksi akan terus dilakukan seiring dengan kemungkinan peningkatan permintaan pasar terhadap produk “Miso Medan Instan”.

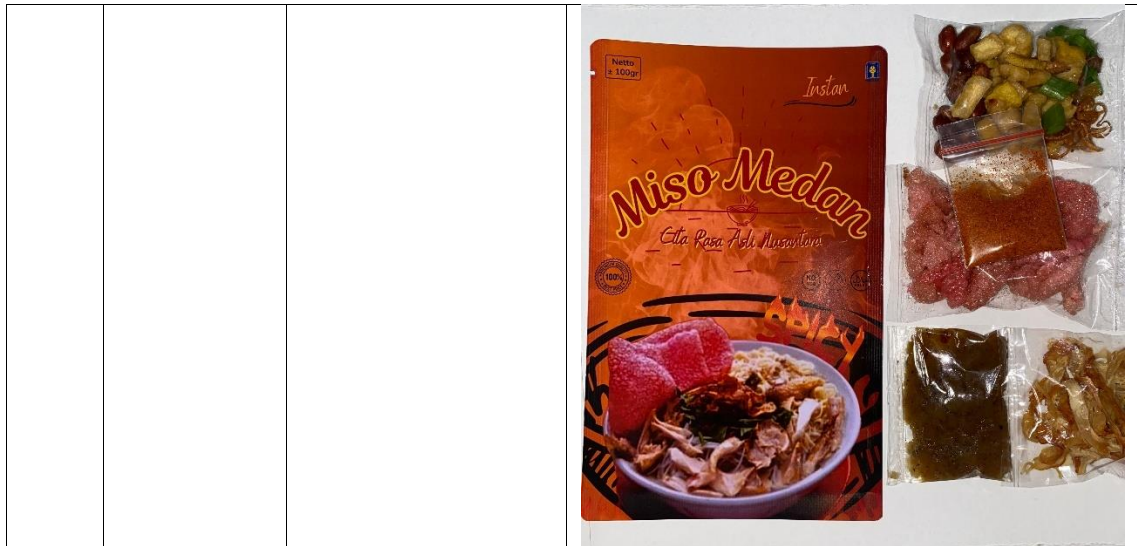
Tahap produksi dalam pembuatan “Miso Medan Instan” yaitu preparasi, pengolahan bahan baku, pembuatan bumbu, dan pengemasan seperti berikut;

Tabel 3.1 Tahap Produksi Miso Medan Instan

No.	Tahap	Keterangan	
1.	Preparasi	<p>Tahap ini dilakukan sebelum produksi dilakukan, seperti mempersiapkan alat dan pembelian bahan yang akan digunakan untuk produksi atau pembuatan “Miso Medan Instan”.</p> <p>Pengupasan atau Pematangan Bahan rempah dan baku yang akan diolah selanjutnya seperti tahu, kacang, bawang, dll.</p>	
2.	Pengolahan Bahan Baku	Tahap ini akan memerlukan waktu yang sangat cukup, pengolahan bahan baku yang sudah sedia seperti ayam yang digoreng, disuwir, hingga dikeringkan untuk menjadi topping dan pelengkap	

		<p>lainnya seperti penggorengan tahu yang sudah dipotong, lalu kacang, bawang dan kerupuk.</p>	
<p>3.</p>	<p>Pembuatan Bumbu</p>	<p>Bahan Rempah yang terpisah pengolahannya seperti bumbu halus dan bumbu aduk. Bumbu rempah yang dihaluskan akan dimasak sampai dicampur dan dimasukkan bahan aduk untuk menambah aroma pada bumbu seperti serai, daun salam, kapulaga, buanga lawang, kayu manis, cengkeh, dll. Jika sudah seikit kecoklatan, akan dipisah kembali bumbu utuh yang diaduk agar hanya tersisa bumbu halus untuk dapat</p>	

		<p>menjadi instan, dimana dilakukan proses pematangan dengan meminimalisir kandungan air. Ini bertujuan memberikan daya tahan bumbu</p>	
<p>4.</p>	<p>Pengemasan</p>	<p>Tahap ini memerlukan ketelitian, yang dimana Pembungkusan satu persatu bagian seperti bahan baku, bumbu, varian dan topping yang sudah ditimbang dan menggunakan vacuum sealer sebelum dimasukkan dalam kemasan. Ini bertujuan untuk mengurangi kadar udara yang dapat mengurangi dan mempengaruhi rasa atau kualitas bahan yang akan dijual.</p>	



Atau bisa dapat dilihat pada video singkat dalam proses pembuatan produk “Miso Medan Instan” pada link berikut ini, [“https://drive.google.com/drive/folders/17yokbg-pP5bm-9P_klknwpWj_BOE07z?usp=sharing”](https://drive.google.com/drive/folders/17yokbg-pP5bm-9P_klknwpWj_BOE07z?usp=sharing). Bisnis F&B yang merupakan singkatan dari “Food and Beverage” dan bergerak di sektor kuliner ini akan berproduksi tepat di *Dusun Nglarang, Rt.05/Rw.35 - No.58, 7C4C+3V7, Malangrejo, Wedomartani, Kec. Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55584.*

Strategi Pemasaran yang diterapkan untuk produk “Miso Medan Instan” khusus melalui reseller toko fisik dan online. Karena informasi produk dapat diakses oleh pelanggan yang tinggal jauh dari lokasi produsen, pemasaran online akan bermanfaat untuk meningkatkan lokasi pemasaran. Dengan menggunakan pendekatan pemasaran offline, kami menawarkan produk ini langsung kepada pelanggan dan mengikuti sejumlah acara kuliner untuk membantu brand mendapatkan lebih banyak pengakuan. Selain itu dapat mengenalkan kelebihan kepada konsumen bahwa produk “Miso Medan Instan” memiliki bahan alami tanpa pengawet, rasa yang sangat otentik, kemasan yang praktis dan unik, dan memberi hadiah undian yang menarik bagi konsumen yang beruntung selama penawaran masih ada.

Berikut adalah Strategi proses Pemasaran dan Penjualan yang dilakukan pada produk “Miso Medan Instan” secara online dan offline;

Tabel 3.2 Strategi Pemasaran Miso Medan Instan

No.	Jenis Pemasaran	Tempat	Keterangan
1.	Online	Marketplace	Pemasaran pada Facebook Marketplace yang bertujuan untuk mengenalkan produk kepada konsumen yang dapat berlangsung lanjut melalui whatsapp.
		E-commerce	E-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dll.
		Whatsapp	Setelah pengenalan pada konsumen dan mengetahui produk,, pemasaran dilakukan dalam story ataupun broadcast untuk menginformasikan perkembangan kegiatan ataupun pendekatan kepada konsumen.
2.	Offline	Toko Reseller	Toko reseller seperti penitipan pada toko-toko grosir maupun toko oleh oleh.
		Daerah	Pemasaran dilakukan pada daerah atau lingkungan setempat yang dekat dengan lokasi produksi, bertujuan untuk mengenalkan produk pada masyarakat sekitar dan meningkatkan minat masyarakat yang ingin berkontribusi.
		Stand	Pada event-event tertentu kedepannya, “Miso Medan Instan” akan dipasarkan oleh beberapa karyawan yang akan sembari mengenalkan produk dalam prosedur melaksanakan lembur dengan target.
		Keliling	“Miso Medan Instan” akan mencari sales yang dapat berkeliling pada tempat yang mempunyai potensi jual. Selain itu, bertujuan memberi peluang pengenalan produk, dan pemanfaatan dalam membuka peluang pekerjaan bagi masyarakat yang membutuhkan.

Setelah dilakukan penjualan kepada konsumen, diperlukan analisa keberlanjutan untuk kebaikan usaha. Salah satu teknik yang dilakukan untuk analisa sekaligus memperbaiki kekurangan yang terdapat didalam produk, dilakukan beberapa survei langsung kepada pelanggan, dan penulisan saran, kesan dan pesan yang terdapat nomor whatsapp perusahaan dalam kemasan untuk konsumen agar bisa membagikan pengalamannya dalam mencicipi produk “Miso Medan Instan”, supaya untuk kedepannya pelayanan “Miso Medan instan” kepada pelanggan dapat ditingkatkan terus.

3.3. Analisis Peluang Pasar

3.3.1. Kompetitor



Gambar 3.1 Grafik Hasil Pencarian Konsumen

Berdasarkan hasil pencarian menggunakan google trends, di daerah yogyakarta belum terdapat adanya pasar pelanggan yang menjual dan mengetahui, ini dapat mempermudah sekaligus suatu tantangan untuk membuka pasar baru.

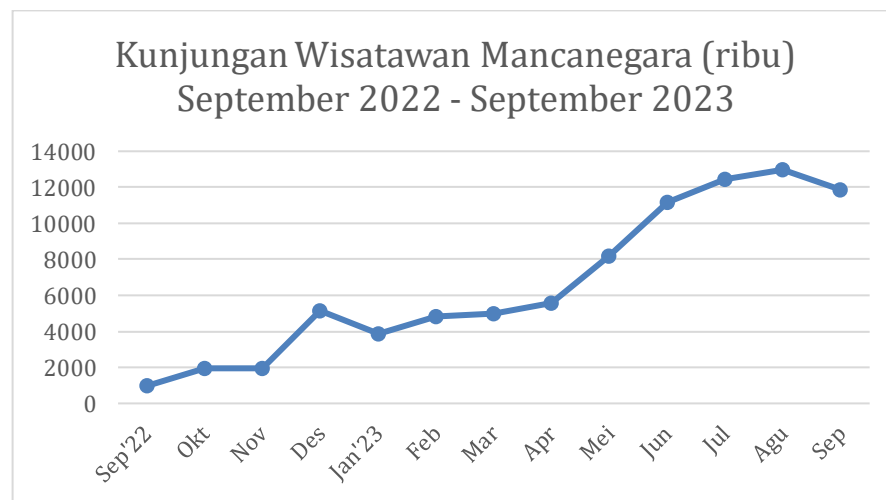
3.3.2. Target konsumen

Peluang usaha dengan target pasar mahasiswa memiliki potensi yang signifikan, terutama di lokasi yang memiliki populasi mahasiswa yang besar seperti di sekitar kampus universitas atau perguruan tinggi. Mahasiswa seringkali merupakan segmen pasar yang dinamis dan berpotensi memberikan dampak positif terhadap usaha. Mahasiswa sering mencari solusi cepat dan terjangkau untuk kebutuhan sehari-hari makanan, minuman, dan barang kebutuhan sehari-hari. Usaha yang menyediakan produk atau layanan ini dapat menarik minat mahasiswa. Keterbukaan terhadap ide-ide baru dan inovasi, membuat usaha yang menyajikan produk atau layanan yang kreatif dan unik dapat menarik perhatian mereka. Mahasiswa cenderung melek teknologi dan menggunakan platform online untuk berbelanja dan mencari informasi. Usaha yang

memiliki keberadaan online atau platform pemesanan dapat meningkatkan aksesibilitas produk dan layanan mereka. Mahasiswa cenderung sensitif terhadap harga dan penawaran diskon. Usaha yang menawarkan promosi menarik atau memberikan diskon khusus untuk mahasiswa dapat memikat minat mereka.

Penting untuk mempertimbangkan persaingan yang mungkin ketat di sekitar kampus atau area dengan populasi mahasiswa yang tinggi. Selain itu, pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan preferensi mahasiswa serta penawaran produk atau layanan yang sesuai akan menjadi kunci keberhasilan. Sebelum memulai usaha dengan target mahasiswa, harus melakukan riset pasar, berinteraksi dengan mahasiswa untuk memahami kebutuhan mereka, dan merancang strategi pemasaran yang efektif. Dengan pemahaman yang baik tentang pasar, peluang usaha dengan target pasar mahasiswa dapat menghasilkan keberhasilan yang signifikan.

Pada Bulan September 2023 tercatat 11.855 kunjungan Wisatawan Mancanegara ke D.I. Yogyakarta.



Gambar 3.2 Grafik Kunjungan Wisatawan Yogyakarta

3.4. Analisis Kelayakan Bisnis

3.4.1. Manajemen Produksi

Merencanakan, mengatur, mengatur, dan mengawasi seluruh operasional yang berhubungan dengan produksi barang atau jasa suatu perusahaan merupakan kemajuan dari manajemen produksi. Tujuan utamanya adalah mencapai produktivitas dan efisiensi tinggi dengan memanfaatkan seluruh sumber daya yang tersedia, termasuk personel, bahan mentah, mesin, dan peralatan.

Pengendalian proses adalah komponen penting dari manajemen produksi, yang juga mencakup evaluasi dan pemantauan kinerja. Hal ini mencakup pelacakan hasil produksi, menghilangkan penyimpangan tujuan, dan membuat penyesuaian yang diperlukan. Selain itu, pengawasan juga dilakukan untuk memastikan proses produksi mengikuti pedoman yang ditentukan.

Pengaturan dan administrasi produksi barang atau jasa suatu perusahaan merupakan fokus dari disiplin manajemen yang dikenal sebagai manajemen produksi. Mencapai kualitas, produktivitas, dan efisiensi terbaik dalam proses manufaktur adalah tujuan utama. Dalam iklim bisnis yang kompetitif, manajemen produksi mengambil peran penting ketika organisasi berusaha memanfaatkan sumber daya mereka yang terbatas untuk memenuhi harapan klien.

Saat ini, teknologi informasi juga dapat diterapkan pada manajemen produksi. Contohnya termasuk sistem manajemen produksi yang terkomputerisasi, pemantauan produksi real-time, dan analisis data untuk meningkatkan produktivitas. Penerapan strategi manajemen produksi yang tepat dapat memberikan keunggulan kompetitif dan kelangsungan operasional yang baik bagi bisnis.

Dalam usaha “Miso Medan Instan” ini, ada beberapa konsep perencanaan yang ditetapkan dalam produksi, yaitu;

- Perencanaan Produksi : Produksi dilakukan dengan melakukan penelitian tempat yang optimal memastikan keefisienan agar dapat

membantu tahap selanjutnya yaitu setelah produksi seperti taktis dan operasional untuk dapat mencapai tujuan produksi yang baik, penentuan metode produksi yang tepat, target permintaan, penjadwalan produksi, kebutuhan bahan baku, dan sumber daya tambahan apapun yang akan diperlukan.

- Pengendalian produksi: Tujuan pengendalian adalah untuk menjamin bahwa produksi dan seluruh rencana berjalan sesuai dengan pedoman dan standar yang telah ditentukan. Pengendalian mencakup pengawasan terhadap jalannya produksi, penilaian emisi, target, dan hasil, serta penerapan tindakan perbaikan yang tepat. Kualitas produk yang konsisten dan efisiensi operasional ditingkatkan dengan pengendalian produksi yang efektif.
- Pengawasan produksi, yang berupaya untuk menjamin bahwa proses produksi mengikuti protokol, persyaratan kualitas tercapai, dan masalah operasional berhasil diatasi, hampir identik dengan pengendalian. Pemantauan visual, inspeksi produk, kendali mutu, serta koordinasi dan komunikasi antar berbagai departemen terkait semuanya termasuk dalam pengawasan produksi..

Dan ini masih selalu dalam tahap untuk terus dievaluasi, selalu diperhatikan, diperbaharui, dan diperbaiki.

3.4.2. Manajemen Pemasaran

Menurut Hani Handoko dan Basu Swasta Dharmmesta, manajemen pemasaran merupakan salah satu tugas utama yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk menjamin kelangsungan usaha agar dapat berkembang dan menghasilkan keuntungan. Proses pemasaran tidak berhenti pada penjualan produk; itu dimulai jauh sebelum produksi.

Selain itu, perusahaan merencanakan dan melaksanakan kegiatan. Perencanaan memerlukan pendekatan dan pengetahuan yang tepat untuk menetapkan rencana. Manajemen pemasaran suatu perusahaan memainkan peranan penting dalam

mengembangkan barang yang lebih inventif, menentukan pangsa pasar yang dicitakan perusahaan, dan memperkenalkan barang baru kepada calon pelanggan.

Strategi Pemasaran yang diterapkan untuk produk “Miso Medan Instan” khusus melalui reseller toko fisik dan online. Karena informasi produk dapat diakses oleh pelanggan yang tinggal jauh dari lokasi produsen, pemasaran online akan bermanfaat untuk meningkatkan lokasi pemasaran. Dengan menggunakan pendekatan pemasaran offline, kami menawarkan produk ini langsung kepada pelanggan dan mengikuti sejumlah acara kuliner untuk membantu brand mendapatkan lebih banyak pengakuan. Selain itu dapat mengenalkan kelebihan kepada konsumen bahwa produk “Miso Medan Instan” memiliki bahan alami tanpa pengawet, rasa yang sangat otentik, kemasan yang praktis dan unik, dan memberi hadiah undian yang menarik bagi konsumen yang beruntung selama penawaran masih ada.

3.4.3. Manajemen Keuangan

Kemampuan organisasi untuk menangani keuangannya dengan baik sangat penting bagi keberhasilan jangka panjangnya. Perusahaan yang menerapkan pengelolaan keuangan yang efektif dan efisien, yang mencakup pengelolaan anggaran, mengenali sumber daya keuangan, mengendalikan risiko, dan melakukan analisis keuangan yang baik, dapat mengoptimalkan sumber daya keuangan dan mencapai tujuan keuangannya.

Bagi bisnis, manajemen keuangan memainkan peran penting dalam menangani masalah keuangan. Perusahaan dapat mencapai tujuan keuangannya dan meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan dari waktu ke waktu dengan menggunakan teknik manajemen yang efektif, perencanaan yang bijaksana, keputusan investasi yang bijaksana, manajemen hubungan pemangku kepentingan yang baik, dan pemahaman yang kuat tentang hubungan antara keputusan keuangan dengan kinerja dan nilai perusahaan. Agar para manajer dan eksekutif bisnis dapat membuat pilihan terbaik, mereka harus memiliki pemahaman yang kuat tentang taktik dan strategi manajemen keuangan. Oleh karena itu, pengelolaan keuangan penting untuk operasional bisnis dan tidak boleh diabaikan.

Metode yang diterapkan untuk Proyek Bisnis “Miso Medan Instan” adalah menyiapkan Analisis laporan keuangan yang akan direncanakan dalam satu tahun kedepan dari berjalannya usaha, dimana membuat perencanaan biaya untuk menghitung positif dan negatif dari pemasukan dan pengeluaran. Cash Flow akan dihitung berbentuk pembukuan yang merangkap biaya harian agar dapat dicek secara berkala setiap satu minggu hingga satu atau tiga bulan untuk mencegah arus kas kedepannya hancur.

3.4.4. Brand Awareness

Kesadaran merek (Brand Awareness) menurut *Aaker* dalam buku *Freddy Rangkuti (2009:39)* adalah kapasitas calon pelanggan untuk mengidentifikasi atau mengingat kembali bahwa suatu merek termasuk dalam kategori produk tertentu.

Brand Awareness sangat penting dalam suatu perusahaan dikarenakan jika brand awareness diperhitungkan dengan baik, maka membuat konsumen akan menjadi pembeli tetap, karena konsumen telah mempercayai barang yang diproduksi.

Menurut (*Malik et al., 2013*) untuk mengingatkan pembelian maka brand awareness juga harus ditingkatkan. Konsumen biasanya akan membeli produk ketika merek dari suatu produk tersebut telah dikenal masyarakat luas atau telah dibicarakan oleh banyak masyarakat. Brand Awareness yang baik akan membuat merek dari suatu produk yang dijual akan dibicarakan dari mulut kemulut sehingga masyarakat lain akan sadar merek yang sedang dibangun. Merek yang baik dapat membuat kualitas produsen maupun produk yang dijual meningkat.

3.4.5. Manajemen Ekonomi

Yogyakarta memiliki banyak potensi untuk membangun bisnis kuliner yang sukses. Salah satu ide bisnis yang populer di kota Yogyakarta adalah usaha makanan tradisional. Tak kalah pengunjung yang datang untuk mencicipi beragam kuliner yang ada di Yogyakarta, dengan antusias sebagai konsumen lokal maupun luar daerah yang siap

untuk menjelajahi kuliner yang ada di Yogyakarta. Mereka tentu akan senang mencicipi makanan-makanan kuliner Yogyakarta yang lezat dan autentik.

Untuk berhasil dalam bisnis kuliner di Yogyakarta, penting untuk perlu diperhatikan;

- Kenali target secara mendalam agar dapat menyajikan makanan, produk, atau layanan sesuai dengan kebutuhan mereka.
- Lakukan riset tentang preferensi makanan dari penduduk lokal maupun turis sehingga dapat menghadirkan menu-menu yang dapat diminati oleh pasar tersebut.
- Selanjutnya, branding usaha kuliner agar lebih mudah dikenali oleh pelanggan potensial.

Untuk meningkatkan daya saing di kalangan pedagang tradisional, Kementerian Perdagangan Jawa Tengah kini tengah menjalankan program kerja sama yang memfasilitasi akses pembiayaan antara bank dan produsen serta antara produsen modern dan tradisional.

Yogyakarta dikenal sebagai kota yang mempunyai UMR rendah, ditengah banyaknya sektor yang sangat mendukung pendapatan. Dibalik usaha atau bisnis yang berhasil, ternyata masih banyak pengusaha atau bisnis yang belum mengikuti perkembangan, sehingga tertinggal untuk keberlangsungan usaha yang dibangunnya.

Dengan dibentuknya usaha atau bisnis “Miso Medan Instan” ini dapat mendorong dan memotivasi dengan adanya inovasi kepada mitra usaha ataupun masyarakat. Selain itu, dengan keberadaan bisnis atau usaha ini dilokasi Yogyakarta, membuat biaya bahan dan akomodasi sangat terjangkau. Dan, perhitungan keuangan secara bertahap akan bisa meningkat menyesuaikan pasar, dimana produksi murah tetapi penjualan dan harga bisa meningkat.

BAB IV

PERKEMBANGAN DAN REALISASI PERINTISAN BISNIS

4.1. Realisasi Perkembangan Rencana

4.1.1. Realisasi Proyek Bisnis

Miso Medan adalah salah satu makanan daerah yang mempunyai tingkat kepopuleran yang tinggi di kota medan ataupun sumatra utara. Makanan ini mempunyai tampilan seperti layaknya sop yang mempunyai kondimen bahan seperti mie, ayam, kuah, dan bahan pelengkap lainnya, tetapi dengan adanya perubahan pada bumbu untuk menjadikannya punya khas berbeda, jika kuah sop bertampilan bening, maka kuah miso ini bertampilan keruh karena perubahan bumbu yang menyebabkan rasanya semakin pekat di lidah hingga mempunyai daya tarik tersendiri.

Miso Medan mempunyai banyak penjual khususnya di daerah sumatra utara, bagi masyarakat sumatra utara makanan ini sudah biasa ditemukan di warung makan dari warung yang mempunyai aneka makanan campur, atau warung besar khusus jual miso hingga mempunyai cabang yang tidak sedikit.

Penulis merupakan salah satu penduduk asli sumatra utara, dimana unik dan rasa dari miso telah dapat tercoba berkali kali. Inilah awal mula terbentuknya Inovasi dari Miso Medan Instan. Warung Miso keluarga penulis dengan konsep sederhana yang terletak di kampung halaman mempunyai pelanggan yang beragam usia dari anak kecil hingga kakek nenek. Karena terletak dikampung, dimana beberapa pelanggan terkadang jika sudah merantau dan sulit untuk dapat merasakan nikmatnya miso, mereka harus membuat sendiri tetapi tidak sesuai rasa dengan yang biasa dijual, hingga terpaksa harus menabung rindu hingga kembali ke kampung halaman dan dapat merasakan miso.

Dengan adanya Inovasi dari Miso Medan Instan atas beberapa solusi juga dari permintaan pelanggan, dapat mengobati rindu perantau akan makanan daerahnya hingga bagi pelanggan baru dengan penasaran ingin mencoba. Produk diinovasi dibuat instan

kering untuk dapat bertahan dikirim ke beberapa lokasi dengan jarak tertentu dengan tingkat ketahanan kurang lebih 10 sampai 14 hari.



Gambar 4.1 Logo Produk Miso Medan Instan

Terbentuknya logo merupakan design yang melibatkan antara beberapa elemen dan warna untuk dapat memberikan kesan yang dapat diingat oleh pelanggan sebagai konsumen suatu produk. Warna pada logo yang dipakai adalah warna merah dan cream orange yang identik sangat kuat dan menonjol. Ini memberikan efek semangat karena dipercaya juga mampu meningkatkan nafsu makan. Elemen yang digunakan adalah sentuhan jatuhnya kuah dari centong kedalam mangkuk yang dapat semakin menggugah selera.



Gambar 4.2 Desain Kemasan Original



Gambar 4.3 Desain Kemasan Spicy

Kemasan produk mempunyai 2 varian model berbeda yaitu original dan spicy, kemasan dibuat berbeda sesuai varian rasa yang terdapat. Kemasan juga didesign semenarik mungkin dan mengusung penggunaan warna yang tidak jauh berbeda dari logo dengan tujuan yang sama yaitu untuk dapat menggugah selera dan mendapatkan perhatian pelanggan. Model design mengambil bentuk kemasan ala tradisional tetapi dengan tampilan ataupun bahan cetakan yang modern dan berkualitas.



Gambar 4.4 Produk Varian Original

Kemasan Original yang dibandrol harga **Rp. 16.000.00,-** berwarna merah maroon dipadukan dengan cream untuk menimbulkan kesan makanan atau produk yang disugahi menampilkan bahwa produk mempunyai rasa khasnya sesuai dengan kemasan yaitu rasa kuah gurih original tanpa tambahan perasa lain seperti cabai, dll. Ini memberikan Kepuasan Lebih pada Pelanggan yang tidak menyukai Makanan Pedas.



Gambar 4.5 Produk Varian Spicy

Sedangkan **Kemasan Spicy** yang dibandrol harga **Rp. 16.799.00,-** menggunakan warna dominan Orange gelap dan Merah Maroon untuk dapat menimbulkan kesan makanan atau produk yang disuguhi menampilkan bahwa produk mempunyai rasa khasnya sesuai dengan kemasan yaitu Pedasnya Kuah yang dapat memberikan Kepuasan Lebih Pelanggan yang menyukai makanan pedas.

Produk “Miso Medan Instan” memiliki kelebihan yang sudah ditinjau dari makanan instan lainnya yang mirip. Dari segi Kemasan yang menarik dan mempunyai harga yang terjangkau dengan kualitas terjamin. Secara seiring waktu akan terus meninjau kelemahan apa yang dimiliki oleh kompetitor dan terus meningkatkan Kualitas Produk.

4.1.2. Rencana Kelanjutan Proyek Bisnis

Proyek “Miso Medan Instan” ini mempunyai peluang sustainability berdasarkan beberapa aspek yang akan dipersiapkan lebih lanjut.

TIMELINE PROYEK MISO MEDAN INSTAN			
KEGIATAN	TUJUAN	TARGET	REALISASI
Analisa Kandungan Gizi	Mendapatkan data tentang kelayakan konsumsi produk.	2024	
PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga)	Sertifikasi PIRT tentang kelayakan tempat produksi produk untuk dapat dilakukan pemasaran.	2024	
BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan)	Terjaminnya produk dalam kualitas produksi dan konsumsi dari badan nasional.	2025	
Halal MUI (Majelis Ulama Indonesia)	Sertifikasi halal dari MUI untuk dapat dikonsumsi tanpa bahan pengawet dan yang mengandung bahan larangan dalam islam.	2025	
Hak Paten HAKI (Hak Kekayaan Intelektual)	Menjaga produk untuk dapat dilakukannya produksi bebas tanpa adanya plagiasi ataupun penyontohan produk ataupun merek yang sama.	2025	

Aspek penting sebagai target dalam program yang harus dipersiapkan, antara lain

:

4.1.1.1 Analisa Kandungan Gizi.

Pentingnya membuat hasil analisa kandungan gizi berdasarkan uji laboratorium kesehatan untuk dapat memberikan legalitas bagi produksi. Ini juga bertujuan agar konsumen menjadi tahu menakar asupan yang akan dikonsumsi, contohnya zat gizi mana yang boleh dikonsumsi dan zat gizi mana yang harus dibatasi. Proses analisis

laboratorium akan dilaksanakan usai kesiapan lokasi produksi yang berkemungkinan dalam tahun 2024 ini.

4.1.1.2 Legalitas PIRT / BPOM dan HALAL MUI.

Sebagai pelaku usaha dalam bidang kuliner yang memproduksi makanan siap saji, Tahap ini merupakan suatu komponen penting untuk dapat mendapatkan label yang sesuai standarisasi makanan siap dikonsumsi, Sesuai dengan surat dan nomor yang dikeluarkan untuk dapat melakukan pemasaran.

Label HALAL MUI (Majelis Ulama Indonesia) adalah sebuah sertifikasi yang diberikan oleh MUI untuk produk atau usaha yang memenuhi standar syariah Islam. Tujuan dari label HALAL MUI adalah untuk memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa produk atau usaha tersebut halal, atau sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Maka Penting untuk mendapatkan label HALAL MUI, perlu memastikan bahwa operasinya sesuai dengan ketentuan syariah Islam dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh MUI.

Proses tersebut melalui beberapa rangkaian alur yang sudah disesuaikan oleh badan atau lembaga hingga dapat mendapatkan sertifikat dan label, salah satu syarat dalam awal pemeriksaan yaitu adanya lokasi produksi untuk dapat dilakukannya survei oleh badan atau lembaga kesehatan setempat, dan dilanjutkan dengan verifikasi kepada kantor pusat kesehatan terdekat. Proses dan alur panjang prasyarat yang akan dipersiapkan secara maksimal oleh “Miso Medan Instan” tersebut disusun terperinci dengan beberapa dokumen terlebih dahulu, dan kepastian lokasi produksi yang nantinya akan dijadikan tempat survei oleh lembaga kesehatan. Lalu kelanjutan produksi dan pemasaran “Miso Medan Intan” dapat dilaksanakan dalam kurun waktu secepatnya dan direncanakan paling lambat akhir 2025.

4.1.1.3 Analisis Kelayakan Konsumsi.

Analisis produk “Miso Medan Instan” berdasarkan uji coba dalam kurun waktu 3 bulan dengan 1 kali produksi mendapatkan hasil ketahanan produk yang cukup baik

terhadap kualitas dan isi dalam kemasan, kelemahan yang terdapat dalam produk adalah beberapa isi yang hanya tidak dapat bertahan lama tetapi masih layak untuk dikonsumsi, contoh seperti kerupuk merah dan tahu goreng yang tidak bertahan garing dalam jangka waktu ± 2 minggu / 14 hari, tetapi masih dalam kondisi layak untuk dikonsumsi maksimal 30 hari dari masa produksi. Kekurangan pada produk juga tergantung dari kebaikan cara kemasan, ini akan membuat “Miso Medan Instan” harus ekstra teliti dalam pengemasan dan final check sebelum melakukan pemasaran. Secara bertahap kekurangan ini akan dievaluasi untuk mendapatkan solusi lebih lanjut dalam keberlanjutan usaha proyek bisnis “Miso Medan Instan” ini.

4.2. Realisasi Anggaran Perintisan Bisnis

4.2 Anggaran Proyek Bisnis

4.2.1. Laporan Penjualan

Tabel 4.1 Laporan Hasil Penjualan

NO	BULAN	Total Penjualan
1	Desember 14	Rp. 231.000.00,-
2	Januari 21	Rp. 346.500.00,-
3	Februari 5	Rp. 82.500.00,-
TOTAL		Rp. 660.000.00,-

Tabel 4.2 Produksi Produk

Keterangan	Produk
Unit Diproduksi	50
Persediaan Akhir	10
Unit Terjual	40

4.2.2. Total Keseluruhan Biaya

Tabel 4.3 Total Keseluruhan Biaya

NO	Uraian	Jumlah	Total Harga
Biaya Produksi			
1	Bumbu Rempah <ul style="list-style-type: none"> - Bawang Putih - Bawang Merah - Jahe - Lengkuas - Kemiri - Merica - Buah Pala - Serai - Cengkeh - Daun Salam - Kayu Manis - Bunga Lawang - Kapulaga 	50pcs	Rp. 42.000.00,-
2	Bihun	3Kg 48pcs	Rp. 28.000.00,-
3	Ayam	2,5Kg	Rp. 75.000.00,-
4	Kacang Tanah	1Kg	Rp. 27.000.00,-
5	Tahu	3 Bungkus	Rp. 15.000.00,-
6	Bawang Goreng	1Kg	Rp. 20.000.00,-
7	Kerupuk Merah	4 Kg	Rp. 28.000.00,-
8	Minyak Goreng	3 L	Rp. 52.500.00,-
9	Chili Flakes	1/2Botol	Rp. 44.000.00,-
Biaya Kemasan			
1	Plastik kemasan Food Grade	50Pcs	Rp. 33.000.00,-
2	Kemasan Standing Pouch	50Pcs	Rp. 102.500.00,-
3	Kantong Kresek	~	Rp. 13.000.00,-

Biaya Promosi			
1	Iklan Marketplace	~	~
2	Iklan Tiktok	~	~
Total Anggaran (±50 Pcs)			Rp. 480.000.00,-

4.2.3. Laporan Laba Rugi

Tabel 4.4 Laba Rugi

Miso Medan Instan			
Laporan Laba Rugi Bulan Desember 2023 – Februari 2024			
Penjualan	Rp	660.000.00,-	
Harga Pokok Penjualan	Rp	(180.000.00,-)	
Laba/(Rugi) kotor			Rp 480.000.00,-
Biaya Operasional	Rp	52.000.00,-	
Laba/(Rugi) bersih			Rp 128.000.00,-

4.3. Identifikasi Masalah dan Pemecahannya

4.3.1. Identifikasi Masalah

Selama menjalankan Tugas Akhir Proyek Bisnis “Miso Medan Instan” ini terdapat beberapa masalah yang terjadi. Berikut ini adalah beberapa masalah yang terjadi dan hasil identifikasi selama bulan desember 2023 sampai dengan february 2024 :

1. Kekurangan Pekerja yang membuat proses produksi menjadi sangat minim,
2. Jasa Cetak Standing Pouch yang sulit dicari dengan jumlah pemesanan sedikit dan sesuai dengan model yang diinginkan,
3. Kerupuk Merah sulit didapat pada penjual sekitar, jikalau ada pun harga yang dijual sedikit tinggi.
4. Tempat dan alat produksi yang masih kurang mendukung.

5. Waktu Pemasaran yang masih kurang difokuskan karena adanya beberapa kegiatan, sehingga masih banyak sisa produk yang belum terjual.

4.3.2. Pemecahan Masalah

1. Kekurangan Pekerja

Waktu luang Produksi lebih ditambah untuk dapat teliti dalam menghasilkan produk yang maksimal tanpa kejar waktu.

2. Jasa Cetak Standing Pouch yang sulit dicari.

Dalam satu bulan pertama produksi, permasalahan yang paling sulit didapat adalah Jasa Cetak Packaging, dimana para penyedia jasa kebanyakan hanya menerima minimal 1000 hingga 2000pcs Standing Pouch sehingga penulis belum bisa memulai produksi secara merata dan memasarkan menggunakan packaging yang semestinya. Tetapi setelah bernegosiasi dengan beberapa Jasa Pencetak, Opsi yang cocok ditemukan dengan memberikan batasan minimal pemesanan yang lebih rendah tetapi harga sedikit tinggi dibanding lainnya, dengan catatan Standing Pouch yang dikirim tanpa kecacatan dan hasil yang diterima memuaskan, dan juga demi kelancaran produksi sementara.

3. Kerupuk Merah sulit didapat.

Demi kelancaran produksi yang sesuai tanpa mengganti kerupuk, kerupuk dipesan secara online shop, ataupun pengiriman dari tempat pembelian secara online yang tersedia di marketplace.

4. Tempat dan alat produksi yang masih kurang.

Karena Tugas Akhir ini merupakan usaha baru maka secara perlahan peningkatan pendapatan kedepannya akan disisihkan untuk mencari alternatif lain yang lebih mencukupi mengenai tempat dan alat produksi yang memumpuni.

5. Waktu Pemasaran yang masih kurang difokuskan.

Karena Penulis mempunyai beberapa kegiatan yang dilakukan dengan jangka waktu lama diluar tempat produksi, Pemasaran dilakukan dengan sambil menjalankan kegiatan.

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Tugas Akhir “Miso Medan Instan” ini berlangsung selama 9 minggu dimulai pada Desember 2023 hingga Februari 2024. Usaha ini mengalami ketidak stabilan dikarenakan kurangnya fokus tepat usaha serta beberapa kendala yang terjadi sehingga mengakibatkan produksi dan pemasaran yang terhambat. Tetapi meskipun terjadinya kendala, masalah tetap teratasi dengan terjualnya produk-produk kepada konsumen secara perlahan, dikarenakan produk yang dijual sangat mudah dimengerti dan kecocokannya maka penulis yakin bahwa usaha ini mempunyai peluang yang cukup besar jika dikembangkan secara terus menerus, dengan fokus meningkatkan usaha “Miso Medan Instan” ini akan terus dapat berkembang.

5.2. Rekomendasi

Ada beberapa saran atau komentar yang dapat disampaikan sehubungan dengan Laporan Akhir ini, antara lain;

1. Untuk memulai menjalankan bisnis, penting dilakukannya pematangan strategi dan ide agar dikemudian perjalanan sudah siap dan sigap menghadapi masalah dan kendala yang terjadi dalam bisnis.
2. Observasi adalah hal yang paling utama, untuk dapat mengetahui bagaimana kondisi pasar yang akan dilewati nantinya.
3. Pentingnya mempunyai konsistensi usaha yang baik.
4. Pastikan inovasi yang direncanakan berjalan sesuai dengan seharusnya, dan dapat terus berkembang.
5. Kuasai pasar yang memungkinkan, jangan tergesa, dan tetap on point.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. *Curriculum Vitae* Mahasiswa



Novan Ramadhani Pratama

Panggilan : nopan

Ig : @no.pan_

Kreative ~ Teamwork ~ Komunikatif

DATA DIRI

Agama : Islam
Tempat lahir : Kota Pekanbaru
Tanggal lahir : 14 November 2002
Jenis kelamin : Laki - Laki
Status : Belum Menikah

PENDIDIKAN

SDN 118472 2008 - 2014
Rantau Prapat, Sumatra Utara.
SMPN 35 2014 - 2017 | 2017 - 2020
SMAN 14 Kota Pekanbaru, Riau.
Universitas Islam Indonesia 2020 - Sekarang
Kota Yogyakarta, DIY.

CONTACT PERSON

Telepon
081276677352 (Whatsapp or Cell)

Email
Novanramadhanipratamaaaa@gmail.com

Alamat
Jl. Sei mintan, Perumahan Mintan
Podomoro Blok C.5, Simpang tiga, Utama,
Bukitraya, Pekanbaru, Riau, 28284.

KEMAMPUAN

- SOCIAL MEDIA**
Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok.
- LIGHT DESIGN**
Editing ringan : Video, Photo, Tulisan.
- E-COMMERCE**
Shopee, Tokopedia, Lazada,
Bukalapak, Marketplace, Olx.
- DRIVING**
Sim A dan Sim C.
- COMPUTER & INTERNET**
Ms. Word | Ms. Excel | Ms. PowerPoint.
- LANGUAGE**
Indonesia : Mahir
Inggris : Basic

TUJUAN

Saya mahasiswa aktif jurusan Ilmu Ekonomi Pembangunan, Saya ingin mencari pekerjaan ataupun kegiatan guna mengasah soft skills dan pengalaman kerja, Saya ingin merasakan bekerja dengan orang yang sudah ahli dan dapat memberikan beberapa pengalaman diri.

Lampiran 2. Laporan Realisasi Anggaran

NO	BULAN	Jumlah	Total Penjualan
1	Desember	14	Rp. 231.000.00,-
2	Januari	21	Rp. 346.500.00,-
3	Februari	5	Rp. 82.500.00,-
TOTAL		40	Rp. 660.000.00,-

Laporan Total Produksi.

Keterangan	Produk
Unit Diproduksi	50
Persediaan Akhir	10
Unit Terjual	40

Laporan Total Biaya Keseluruhan.

NO	Uraian	Jumlah	Total Harga
Biaya Produksi			
1	Bumbu Rempah <ul style="list-style-type: none"> - Bawang Putih - Bawang Merah - Jahe - Lengkuas - Kemiri - Merica - Buah Pala - Serai - Cengkeh - Daun Salam 	50pcs	Rp. 42.000.00,-

	- Kayu Manis - Bunga Lawang - Kapulaga		
2	Bihun	3Kg 48pcs	Rp. 28.000.00,-
3	Ayam	2,5Kg	Rp. 75.000.00,-
4	Kacang Tanah	1Kg	Rp. 27.000.00,-
5	Tahu	3 Bungkus	Rp. 15.000.00,-
6	Bawang Goreng	1Kg	Rp. 20.000.00,-
7	Kerupuk Merah	4 Kg	Rp. 28.000.00,-
8	Minyak Goreng	3 L	Rp. 52.500.00,-
9	Chili Flakes	1/2Botol	Rp. 44.000.00,-
Biaya Kemasan			
1	Plastik kemasan Food Grade	50Pcs	Rp. 33.000.00,-
2	Kemasan Standing Pouch	50Pcs	Rp. 102.500.00,-
3	Kantong Kresek	~	Rp. 13.000.00,-
Biaya Promosi			
1	Iklan Marketplace	~	~
2	Iklan Tiktok	~	~
Total Anggaran (±50 Pcs)			Rp. 480.000.00,-

Laporan laba Rugi

Miso Medan Instan			
Laporan Laba Rugi Bulan Desember 2023 – Februari 2024			
Penjualan	Rp	660.000.00,-	
Harga Pokok Penjualan	Rp	(180.000.00,-)	
Laba/(Rugi) kotor			Rp 480.000.00,-
Biaya Operasional	Rp	52.000.00,-	
Laba/(Rugi) bersih			Rp 128.000.00,-

Lampiran 3. Laporan Realisasi Jadwal dan Kegiatan

Kegiatan	Waktu Kegiatan												
	Desember				Januari				Februari				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Identifikasi Ide Pokok Bisnis yang akan dilakukan													
Membeli bahan dan peralatan													
Mencoba membuat contoh produk													
Produksi Skala kecil													
Pematangan Ide Bisnis dan Perencanaan													
Mendesain dan memilih kemasan													
Formulasi Bahan dan Bumbu													
Produksi Skala besar													
Pemasaran dan Penjualan													
Membuat cut off													

Lampiran 4. Laporan Kinerja (Performance Report)

Target Penjualan				Realisasi Penjualan				Persentase
Jenis	Unit	Harga	Total	Jenis	Unit	Harga	Total	
Original	25	Rp. 16.000.00,-	Rp. 400.000.00,-	Original	20	Rp. 16.000.00,-	Rp. 320.000.00,-	$\frac{655.980}{819.975} \times 100\%$
Spicy	25	Rp. 16.799.00,-	Rp. 419.975.00,-	Spicy	20	Rp. 16.799.00,-	Rp. 335.980.00,-	
Total			Rp. 819.975.00,-	Total			Rp. 655.980.00,-	80%

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahim, D., (2023). Pengembangan UMKM (*Kebijakan, Strategi, Digital Marketing dan Model Bisnis*). Bandung: Refika Aditama.
- Awas, M., (2023). Cara Bisnis Sukses di Yogyakarta. <https://media.awas.co.id/bisnis/pejuang-bisnis-di-kota-yogyakarta-sukses>, 22 Oktober 2023.
- BPS, B. P. S., (2023). Ekonomi dan Perdagangan. <https://www.bps.go.id/subject/170/industri-mikro-dan-kecil.html#subjekViewTab3>, 23 Oktober 2023.
- Destiana, N., (2022). Bahan Baku dalam industri. <https://majoo.id/solusi/detail/bahan-baku-adalah#:~:text=Bahan%20baku%20berperan%20penting%20dalam,memperlancar%20proses%20produksi%20dan%20distribusi>, 23 Oktober 2023.
- Kartasmita, V., (2022). Peluang Pasar : Produk Makanan Siap Saji. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/pejuang-pasar-produk-makanan-siap-saji>, 24 Oktober 2023.
- KEMENDAG, K. P. R., (2023). Mendag pada rakorwil dan temu bisnis umkm lp umkm pwm jawa tengah. <https://www.kemendag.go.id/berita/foto/mendag-pada-rakorwil-dan-temu-bisnis-umkm-lp-umkm-pwm-jawa-tengah>, 24 Oktober 2023.
- Nugraha, N., (2018). Pengaruh Brand Awareness. https://repository.ump.ac.id/7852/3/Aditya%20Gesa%20Nugraha_BAB%20II.pdf, 24 Oktober 2023.
- Luthfiana, D., (2022). Pentingnya Kewirausahaan Bagi Generasi Muda. https://repository.ump.ac.id/7852/3/Aditya%20Gesa%20Nugraha_BAB%20II.pdf, 24 Oktober 2023.
- Ompusungu, D., (2023). Pentingnya Manajemen Keuangan Bagi Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 3(Pentingnya Manajemen Keuangan Bagi Perusahaan). *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 3(2), 140-147.
- Wisnu, (2023). Manajemen Produksi : Konsep, Fungsi, dan Contoh Praktisnya. <https://myrobin.id/untuk-bisnis/manajemen-produksi/>, 08 Desember 2023.

Yuliani, R., (2014). Analisis Minat Mahasiswa terhadap Peluang Bisnis Waralaba. Entrepreneur dan Entrepreneurship, 1(entrepreneur interest). Universitas Widyatama, Bandung, Indonesia.