

Pengembangan Usaha Camilan Udang Keju dalam Aspek Riset dan Keuangan

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



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rohmah Fitriyani', enclosed within a large, stylized oval shape.

Acc munaqosah
15 nov 2024

Oleh:

Rohmah Fitriyani

20423129

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2024**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Rohmah Fitriyani
NIM : 20423129
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Tugas Akhir : **Pengembangan Usaha Camilan Udang Keju dalam Aspek Riset dan Keuangan**

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 aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

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

Yogyakarta, 14 November 2024



Rohmah Fitriyani

NOTA DINAS

Yogyakarta 15 November 2024 M
13 Jumadil Awal 1446 H

Hal : Skripsi
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor : 1062/Dek/60/DAATI/FIAI/VII/2024 tanggal : 24 Juli 2024 M, 18 Muharam 1446 H. Atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi Saudara :

Nama : Rohmah Fitriyani

NIM : 20423129

Fakultas : Ilmu Agama Islam

Program Studi : Ekonomi Islam

Tahun Akademik : 2023/2024

Judul Tugas Akhir : **Pengembangan Usaha Camilan Udang Keju dalam Aspek Riset dan Keuangan**

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas sudah memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Dosen Pembimbing,



Muhammad Iqbal, SEI, M.S.I.

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan Bisnis:

Nama Mahasiswa : Rohmah Fitriyani

NIM : 20423129

Judul Tugas Akhir : PENGEMBANGAN USAHA CAMILAN UDANG
KEJU DALAM ASPEK RISET DAN KEUANGAN

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

Yogyakarta, 15 November 2024



Muhammad Iqbal, SEI., M.S.I



PENGESAHAN

Skripsi ini telah diujikan dalam Sidang Skripsi Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 3 Desember 2024
Judul Skripsi : Pengembangan Usaha Camilan Udang Keju dalam Aspek Riset dan Keuangan
Disusun oleh : ROHMAH FITRIYANI
Nomor Mahasiswa : 20423129

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua/Pembimbing : Muhammad Iqbal, SEI, MSI
Penguji I : Anom Garbo, SEI, ME
Penguji II : Sofwan Hadikusuma, Lc, ME

Yogyakarta, 3 Desember 2024



Asmuni
Dr. Des. Asmuni, MA

MOTTO

مَا عَابَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ طَعَامًا قَطُّ إِنْ اشْتَهَاهُ أَكَلَهُ وَإِنْ كَرِهَهُ تَرَكَهُ

Nabi saw tidak pernah mencela makanan sekalipun. Apabila beliau berselera (suka), beliau memakannya. Apabila beliau tidak suka, beliau pun meninggalkannya (tidak memakannya)

(HR. Bukhari no 5409 dan Muslim no 2064).

ABSTRAK

Pengembangan Usaha Camilan Udang Keju dalam Aspek Riset dan Keuangan

ROHMAH FITRIYANI

20423129

Bisnis udang keju merupakan bisnis makanan kekinian yang lumayan populer di zaman sekarang. Alasan penulis memilih bisnis pengembangan ini adalah seiring dengan perkembangan zaman, minat konsumen terhadap kreasi menu baru cukup tinggi. Dibandingkan dengan bisnis usaha lain, tren kuliner ini tidak pernah surut. Strategi pemasaran dan pemilihan lokasi juga berpengaruh terhadap tingkat pembelian konsumen, maka dari itu diperlukan banyak riset untuk menentukan strategi yang tepat untuk diterapkan di dalam bisnis pengembangan ini. Tidak hanya riset saja yang dilakukan, tetapi juga manajemen keuangan guna mengetahui perkembangan keuangan bisnis, dan menjaga keberlangsungan bisnis ini. Tujuan dari perintisan bisnis ini adalah untuk menciptakan inovasi baru dalam bisnis udang keju dengan varian bentuk baru, tak hanya itu YUKEI hadir untuk memenuhi kebutuhan konsumen terhadap udang keju dengan menawarkan inovasi bentuk yang berbeda dari udang keju kompetitor dengan lokasi yang lebih dekat. Sebelumnya penulis juga menyusun program-program pengembangan bisnis guna memudahkan penulis untuk melakukan pengembangan bisnis secara terukur dan terencana. Adapun program yang dilakukan penulis pada bagian riset adalah dengan melakukan riset pasar untuk mengetahui lokasi yang tepat, target pasar yang dituju, minat konsumen, solusi dari masalah yang ada. Pada bagian keuangan penulis melakukan perencanaan keuangan terkait penganggaran harga jual produk, dan juga pencatatan transaksi guna mengetahui banyaknya pengeluaran dan pendapatan. Evaluasi dalam pengembangan bisnis ini juga penting untuk dilakukan, agar penulis bisa mengetahui kesalahan dan hal yang tepat yang harus dilakukan untuk memperbaikinya. Hal ini dilakukan guna memperbaiki kesalahan yang ada untuk menunjang kelancaran proses pengembangan bisnis menjadi lebih baik mulai dari segi kualitas maupun inovasi, menjadi lebih maju, dan bisa berlangsung dalam jangka waktu yang panjang.

Kata Kunci: Bisnis Udang Keju, Riset, dan Keuangan

ABSTRACT

Cheese Shrimp Snack Business Development in Financial and Research Aspect

ROHMAH FITRIYANI

20423129

Cheese shrimp business is a contemporary food business that is quite popular nowadays. The reason the author chose this business development is that along with the times, consumer interest in new menu creations is quite high. Compared to other businesses, this culinary trend never subsides. Marketing strategy and location selection also affect the level of consumer purchases, therefore a lot of research is needed to determine the right strategy to be applied in this development business. Not only research is done, but also financial management to determine the financial development of the business, and maintain the sustainability of this business. The purpose of this business is to create new innovations in the cheese shrimp business with new shape variants, not only that YUKEI is here to meet consumer needs for cheese shrimp by offering innovative shapes that are different from competitor cheese shrimp with a closer location. Previously, the author also compiled business development programs to facilitate the author to carry out business development in a measurable and planned manner. The program carried out by the author in the research section is to conduct market research to find out the right location, the intended target market, consumer interest, and solutions to existing problems. In the financial section, the author conducts financial planning related to budgeting the selling price of the product, and also recording transactions to find out the amount of expenses and income. Evaluation in business development is also important to do, so that the author can find out mistakes and the right things to do to fix them. This is done to correct existing mistakes to support the smooth process of business development to be better in terms of quality and innovation, become more advanced, and can last for a long time.

Keyword: Cheese Shrimp Business, Research, and Finance

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA MENTERI AGAMA DAN MENTERI
PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b/U/1987

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pengertian Transliterasi

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.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fonem satu lambang”.
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara konkrit dalam pedoman transliterasi Arab-Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta' Marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

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 dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Tabel 0.1 Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṣ	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	Ẓal	ẓ	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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tabel 0 3 Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اِيّ...	Fathah dan ya	Ai	a dan u
اوّ...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

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

C. Maddah

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

Tabel 0.4 Transliterasi Maddah

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ...إ...ى	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ى...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و...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:

- a. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

b. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

c. 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
- طَلْحَةَ talhah
-

E. Syaddah

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
- الْبِرِّ al-birr

F. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)

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.

3. 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'khuzu

- شَيْءٌ 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 harakat 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

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ
إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ تَحَمُّدُهُ وَنَسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ، وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا، وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا، مَنْ
يَهْدِهِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ، وَمَنْ يَضِلَّ فَلَا هَادِيَ لَهُ، أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ، وَأَشْهَدُ
أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ. اللَّهُمَّ صَلِّ وَسَلِّمْ وَبَارِكْ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ.
أُمَّا بَعْدُ

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini dengan lancar. Shalawat serta salam senantiasa kita haturkan kepada nabi besar, Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi penulis untuk terus bersemangat dalam menjalankan kebaikan dan memberi semangat kepada penulis untuk menulis Tugas Akhir Perintisan Bisnis Udang Keju Yukei yang penulis jalankan

Perintisan bisnis ini disusun untuk memenuhi tugas akhir sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Islam di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Penulisan tugas akhir perintisan bisnis ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan kasih sayang yang tak ternilai dan doa yang selalu dipanjatkan sehingga dapat menjadi sumber semangat dalam menyelesaikan karya tulis ini.

Penghargaan dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D, selaku rektor Universitas Islam Indonesia Beserta seluruh jajarannya dan rektor-rektor sebelumnya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menuntut ilmu menjadi mahasiswa di Universitas Islam Indonesia
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, MA., beserta jajarannya selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia

4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., ME., selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Muhammad Iqbal, S.E.I., MSI., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan Bisnis yang telah memberikan dukungan, arahan, masukan, dan bimbingan dengan penuh kesabaran kepada penulis dalam menjalani kewajiban sebagai mahasiswa di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
6. Segenap dosen serta staf Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat dan juga memberikan pelayanan kepada mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam.
7. Kedua Orang Tua yang selalu memberikan penulis semangat, doa yang selalu dipanjatkan serta motivasi untuk kelancaran penyusunan Tugas akhir Perintisan Bisnis.
8. Teman seperjuangan Ade Zulfa Qurratul Aini dan Asyifa Diva Kinanti yang telah bekerjasama menyelesaikan Perintisan Bisnis ini dengan tepat waktu serta membantu penulis memberi informasi terkait program kerja yang sedang penulis jalani.

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 penulisan sendiri. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga Laporan Tugas Akhir Perintisan Bisnis dapat berguna dan menambah pengetahuan bagi pembacanya.

Walaikumussalam Warahmatullah Wabarakatuh

Yogyakarta, 2024



Rohmah Fitriyani

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xi
KATA PENGANTAR	xx
DAFTAR ISI.....	xxii
DAFTAR GAMBAR	xxiv
DAFTAR TABEL.....	xxv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Sistematika Penulisan	5
BAB II.....	7
PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS	7
A. Profil Bisnis.....	7
B. Pelaksanaan Bisnis	9
BAB III	57
IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH	57
A. Identifikasi Masalah	57
B. Tinjauan Teoritis	58
C. Pemecahan Masalah	61

BAB IV	63
KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	67
A. Laporan Realisasi Agenda Kegiatan Bagian Riset.....	67
B. Laporan Realisasi Agenda Kegiatan Bagian Keuangan.....	72
C. Laporan Kegiatan Mingguan Bagian Riset	76
D. Bukti Agenda Kegiatan Bagian Riset.....	94
E. Laporan Hasil Riset.....	121
F. Laporan Kegiatan Mingguan Bagian Keuangan	139
G. Bukti Agenda Kegiatan Bagian Keuangan.....	151

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Hasil Survei Google Form 1.....	3
Gambar 2.2 Hasil Survei Google Form 2.....	3
Gambar 2.3 Logo Udang Keju Yukei	7
Gambar 2.4 Trial Produk.....	11
Gambar 2.5 Survey Kompetitor 1	12
Gambar 2.6 Survey Kompetitor 2	14
Gambar 2.7 Survey Kompetitor 3	15
Gambar 2.8 Maps Penjual Udang Keju	16
Gambar 2.9 Survey Lokasi 1 Nglanjaran.....	17
Gambar 2.10 Lokasi 2 Nglanjaran	18
Gambar 2.11 Survey Lokasi Deggung.....	20
Gambar 2.12 Survey Lokasi SunMor UGM	21
Gambar 2.13 Riset Influencer 1	22
Gambar 2.14 Riset Influencer 2	23
Gambar 2.15 Packaging Produk Udang Keju 1	26
Gambar 2.16 Survey Packaging Online dan Offline.....	25
Gambar 2.17 Packaging Produk Udang Keju Setelah Penyesuaian	27
Gambar 2.18 Riset Packaging Menu Baru	27
Gambar 2.19 Menu Baru Mie Petir dan Rice Bowl.....	28
Gambar 2.20 Packaging Es Teh dan stempel.....	28
Gambar 2.21 Riset Cara Pengolahan Produk.....	31
Gambar 2.22 Riset Ketahanan dan Kelayakan Produk	33
Gambar 2.23 QRIS Yukei	49
Gambar 2.24 Diagram bulan Agustus.....	50
Gambar 2.25 Diagram bulan September.....	51
Gambar 2.26 Diagram bulan September.....	52
Gambar 2.27 Diagram Rekap Penjualan.....	53
Gambar 2.28 Diagram Rekap Penjualan Online	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Harga Bahan Baku Mirota	30
Tabel 2 2 Modal Usaha	37
Tabel 2.3 Anggaran kebutuhan bisnis	38
Tabel 2 4 Kebutuhan Produksi per Bulan	39
Tabel 2.5 Anggaran	39
Tabel 2 6 Hpp Paus	40
Tabel 2 7 Hpp Sticky.....	41
Tabel 2 8 Hpp Petite.....	42
Tabel 2 9 Hpp Es Teh.....	42
Tabel 2 10 Hpp Air Mineral.....	43
Tabel 2.11 Hpp Paus	44
Tabel 2 12 Hpp Sticky.....	45
Tabel 2 13 Hpp Es Teh.....	46
Tabel 2 14 Hpp Mie Petir.....	46
Tabel 2.15 Hpp Rice Bowl.....	47
Tabel 2 16 Hpp Pangsit Goreng	48
Tabel 2 17 Ringkasan Arus Kas Bulan Agustus	50
Tabel 2 18 Ringkasan Arus Kas Bulan September	51
Tabel 2 19 Ringkasan Arus Kas Bulan Oktober	52
Tabel 2.20 Ringkasan Penjualan Online	53
Tabel 2 21 Rekap Keuangan Triwulan.....	54

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri kuliner saat ini mengalami pertumbuhan yang pesat (Ayuningtyas et al., 2024), seiring dengan berkembangnya zaman, perubahan gaya hidup dan selera masyarakat, banyak dari pada produsen menciptakan menu baru dengan beragam inovasi bisnisnya untuk memenuhi permintaan konsumen. Banyak dari kalangan masyarakat zaman sekarang menyukai makanan cepat saji karena dianggap praktis dan lezat (Arifin, 2017). Salah satu jenis makanan cepat saji yang ada di Indonesia salah satunya adalah dimsum, udang keju merupakan salah satu jenis dimsum yang banyak diminati oleh konsumen karena cita rasanya yang asin, gurih ditambah dengan rasa keju yang creamy. Udang keju adalah olahan daging udang yang digiling kemudian dicampur dengan bahan-bahan lainnya sehingga menciptakan citarasa dan tekstur yang mudah untuk dibentuk, kemudian diisi dengan keju di dalamnya.

Tidak bisa dipungkiri bahwa udang keju merupakan jenis makanan cepat saji, dan di Indonesia ini perkembangan makanan cepat saji sangatlah pesat. Adapun beberapa alasan masyarakat Indonesia lebih memilih makanan cepat saji adalah (Chayati, 2012):

1. Bertambahnya wanita pekerja, dewasa ini banyak dari kalangan wanita atau ibu rumah tangga yang bekerja. Hal ini dikarenakan banyaknya kebutuhan hidup yang harus dipenuhi, dan biaya hidup yang tidak murah. Sehingga banyak wanita yang harus bekerja untuk membantu memenuhi keperluan hidup sehari-hari. Hal tersebut membuat banyak ibu rumah tangga tidak sempat memasak, sehingga makanan cepat saji bisa menjadi alternatif yang tepat.
2. Kultur di Indonesia, Indonesia merupakan negara berkembang yang mengiblatkan pembangunannya pada negara besar. Hal ini memicu

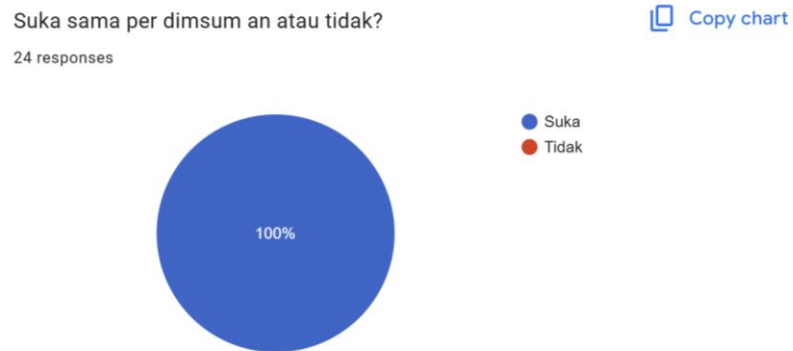
perubahan gaya hidup dan juga *food habit* atau kebiasaan makan. Masyarakat Indonesia adalah masyarakat yang duplikatif atau suka meniru gaya orang lain, *westernisasi* menjadi sebab utama perubahan gaya hidup dan kebiasaan makan masyarakat Indonesia.

3. Ekonomi masyarakat Indonesia, sebagai negara berkembang banyak dari masyarakat Indonesia memilih bisnis *franchise*, dan dalam bisnis *franchise* banyak menyediakan menu makanan cepat saji. Hal ini dikarenakan bisnis *franchise* merupakan bisnis instan dan banyak diminati di Indonesia.

Dari beberapa poin tersebut dapat diketahui bahwa peluang bisnis *fast food* di era sekarang terutama di Indonesia cenderung lebih banyak disukai dan diminati. Selain karena rasanya yang enak, *fast food* juga lebih praktis, sehingga banyak dari konsumen memilih *fast food* sebagai alternatif ketika tidak sempat memasak ataupun tidak sempat makan di rumah. Berdasarkan peluang yang ada, penulis memilih mengembangkan bisnis udang keju dengan menginovasikan varian bentuk dan juga ukuran yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

Alasan utama penulis memilih pengembangan bisnis udang keju dikarenakan penulis melihat peluang yang lumayan besar dilihat dari aspek pasarnya. Banyak dari kalangan masyarakat Indonesia yang menyukai makanan cepat saji atau *fast food* yang lebih praktis dalam penyajiannya, dan jarak antar kompetitor lumayan jauh. Hal ini membuat penulis mempunyai peluang yang lumayan besar, walaupun secara tidak langsung ada kompetitor produk serupa yang bersaing dalam hal rasa dan juga harga. Selain itu perkembangan di industri makanan atau tren makanan ini tidak pernah surut dan tidak ada habisnya dibandingkan dengan industri-industri

lainnya. Sehingga hal ini bisa memicu penulis untuk terus mengembangkan bisnis ini dengan terus berinovasi dengan menyesuaikan selera konsumen.



Gambar 2.1 Hasil Survei Google Form 1



Gambar 2.2 Hasil Survei Google Form 2

Hasil survei menunjukkan konsumen menyukai dengan persentase sebesar 100%, dan dimsum juga termasuk makanan cepat saji/*fast food*.

Secara umum bisnis merupakan kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan hidup dengan cara mengelola sumber daya secara efektif dan efisien (Rahman, 2020). Sedangkan dalam Islam, bisnis adalah kumpulan kegiatan bisnis dalam berbagai bentuk yang tidak dibatasi kepemilikan hartanya, profitnya, namun dibatasi dalam cara mendapatkan dan

memanfaatkan hartanya (halal/haram). Dalam Islam bisnis berorientasi pada 4 hal antara lain adalah (Rahman, 2020):

1. *Profit non-materi* dan *benefit non-materi*, artinya bisnis tidak hanya semata-mata mengejar keuntungan tapi juga harus bisa memberikan manfaat kepada pihak internal dan eksternal bisnis.
2. Pertumbuhan, pebisnis harus selalu menjaga pertumbuhan bisnisnya agar bisa terus berkembang menjadi lebih baik. Namun tetap menggunakan cara-cara yang sesuai dengan syariat Islam.
3. Keberlangsungan, pertumbuhan bisnis yang terus dijaga akan berdampak pada keberlangsungan suatu bisnis.
4. Keberkahan, pada intinya keberkahan berada di tujuan utama dalam bisnis Islam. Keberkahan adalah bukti aktivitas dalam bisnis yang telah mendapat *ridha* dari Allah SWT dan bernilai ibadah.

Pengelolaan keuangan memiliki peranan penting dalam keberlangsungan suatu bisnis, maka dari itu manajemen keuangan perlu diadakan guna membuat transparansi keuangan dalam bisnis sebagai media tolak ukur untuk pengambilan keputusan bisnis (Safitri, 2023). Aspek terakhir adalah sektor keuangan. Fokus pada sektor keuangan Karena ide bisnis lahir dari potensi keuntungan perusahaan itu disimpan. Beberapa program kerja dilaksanakan di lokasi keuangan. Dengan kata lain, untuk perusahaan memahami keuangan suatu perusahaan, perlu adanya kemampuan analisisnya. Mengevaluasi potensi masa depan. Begitu juga dengan keuangan. Arus kas harian memberikan informasi yang memungkinkan penasihat menilai perubahan kekayaan bersih dan struktur perusahaan. keuangan. Terakhir, membuat laporan keuangan dan menyesuaikan program. Hal ini harus dilakukan oleh sektor keuangan. Penjelasan dari Departemen Pendidikan Nasional (2003) Pengelolaan keuangan merupakan suatu tindakan pengurusan/pengelolaan Keuangan

termasuk pencatatan, perencanaan, pelaksanaan dan pertanggungjawaban dan laporan.

B. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan rancang bangun bisnis ini memiliki beberapa bagian yaitu bagian awal, bagian inti, dan bagian akhir. Bagian awal terdiri dari bagian sampul depan dan halaman judul. Bagian inti laporan dibagi menjadi empat bagian yakni Bab I, II, III dan IV.

Bab I berisi pendahuluan yang terdiri dari latar belakang yang menguraikan munculnya ide bisnis yang dijalankan dan bagaimana proses menganalisa kelayakan suatu bisnis serta sistematika laporan yang memaparkan secara singkat bagaimana laporan tugas akhir rancang bangun dan implementasi bisnis ini dibuat.

Pada bagian Bab II tentang laporan umum pelaksanaan kegiatan bisnis, terdiri dari profil bisnis dan pelaksanaannya. Pada bagian profil bisnis, menguraikan tentang profil bisnis secara umum meliputi bidang bisnis, lokasi, kapan berdiri, dan perkembangan bisnis secara umum. Untuk bagian pelaksanaan bisnis berisikan tentang beragam aspek-aspek yaitu produksi, pemasaran, dan keuangan.

Pada Bab III identifikasi dan pemecahan masalah terdiri dari identifikasi masalah, tinjauan teoritis, dan pemecahan masalah. Pada bagian identifikasi masalah menguraikan tentang permasalahan yang dihadapi oleh pelaku bisnis dalam membuat suatu bisnisnya. Kemudian bagian tinjauan teoritis berisikan tentang teori yang berkaitan dengan permasalahan yang muncul dan untuk bagian pemecahan masalah menjabarkan tentang teori atau pendekatan apa yang dipakai untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi dan bagaimana tingkat efektifitasnya.

Terakhir bagian Bab IV kesimpulan dan rekomendasi yaitu menjelaskan tentang pelaksanaan bisnis secara umum. Pelaksanaan aspek fungsional dan penyelesaian masalah yang dihadapi sebagaimana telah

diuraikan pada Bab III, dan saran kepada calon wisudawan yang akan berkecimpung di bidang bisnis yang sama dengan yang dijalankan. Kemudian di bagian akhir memaparkan tentang daftar pustaka dan lampiran-lampiran di dalam menunjang bisnis yang dijalankan.

BAB II

PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS

A. Profil Bisnis

Bisnis Udang Keju Yukei ini ada sebagai bisnis makanan kekinian, yukei berfokus pada pembuatan makanan sebagai camilan dan juga dapat dijadikan lauk pendamping nasi. Bahan utamanya adalah udang dan keju, proses pembuatan udang keju ini adalah dengan cara menggiling daging udang yang kemudian ditambahkan dengan bumbu-bumbu dan bahan-bahan lain sehingga menjadi sebuah adonan. Adonan tersebut kemudian dibentuk dan diisi dengan potongan keju *quick melt*, dan dilumuri dengan tepung basah yang dicampur dengan telur kemudian dibalur ke tepung panir. Setelah adonan selesai dibentuk, bisa didiamkan di *freezer* untuk stock *frozen food* atau bisa langsung digoreng dengan menggunakan api sedang cenderung kecil. Sehingga adonannya bisa matang sempurna, keju yang ada di dalamnya meleleh, sehingga bisa menciptakan rasa asin, gurih dan creamy ketika dinikmati. Udang Keju Yukei hadir sebagai salah satu terobosan kuliner untuk para pecinta kuliner yang gemar mencoba berbagai jenis makanan baru, yang menawarkan perpaduan unik antara gurihnya udang dan kelembutan keju, sehingga terciptalah rasa gurih nan lezat yang menggugah selera.



Gambar 2.3 Logo Udang Keju Yukei

Arti dari logo brand Yukei:

- Kata “Yukei” diambil dari kata UK yang diucapkan menggunakan pelafalan bahasa Inggris, UK sendiri merupakan singkatan dari kata Udang Keju.
- Warna orange dan coklat pada logo dipilih karena kombinasi kedua warna tersebut menciptakan kesan yang hangat dan kuat. Perpaduan warna ini ketika dilihat dapat menimbulkan rasa lapar dan mendorong adanya pembelian impulsif yang dilakukan oleh konsumen.

Bisnis ini bermula dari sebuah percakapan yang tidak terduga di sebuah tempat makan bernama “Gacoan”. Penulis merasa tertarik untuk melakukan inovasi pada salah satu produk unggulan Gacoan, yaitu udang keju yang saat itu sangat populer di kalangan konsumen. Di tempat makan tersebut, pelanggan harus mengantri cukup lama untuk mendapatkan udang keju. Dengan demikian, penulis memiliki keinginan untuk mendirikan bisnis udang keju yang lebih mudah diakses, tanpa perlu menunggu lama. Selain itu, penulis juga ingin menghadirkan camilan udang keju yang dapat dinikmati dalam berbagai situasi dan kondisi. Produk ini tidak hanya menjadi camilan, tetapi juga bisa menjadi teman saat santai dengan keluarga atau teman, lauk pendamping nasi, hidangan untuk rapat, atau ketika sedang beraktivitas diluar rumah.

Bisnis udang keju Yukei memiliki Visi dan Misi sebagai berikut:

Visi

“Teman Lezat Setiap Saat”

Misi

1. Membuat varian produk yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.
2. Menggunakan bahan-bahan yang berkualitas dalam pembuatan produk

Bisnis Udang Keju Yukei telah berjalan, berlokasi di sekitar kampus pusat UII dan memiliki lapak yang tepatnya di Jl Nglanjaran. Dalam perintisan bisnis udang keju Yukei ini, penulis memiliki tim yang terdiri dari tiga orang yang memiliki tugas dan peran masing-masing untuk meningkatkan kinerja agar dapat efektif dan efisien:

1. Asyifa Diva Kinanti : Produksi
2. Ade Zulfa Qurratul Aini : Pemasaran
3. Rohmah Fitriyani : Riset dan Keuangan

B. Pelaksanaan Bisnis

Udang Keju Yukei secara resmi berjualan terhitung pada 8 Agustus 2024. Laporan dan analisa pelaksanaan perintisan bisnis Udang Keju ini mengambil periode waktu dari 1 Juli 2024 sampai 25 Oktober 2024. Analisa pelaksanaan ditinjau dari beberapa aspek sebagai berikut:

1. Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia

Udang Keju Yukei terdiri dari 3 anggota tim yang masing-masing memiliki tugas untuk dijalankan. Setiap bagiannya memiliki tanggung jawab masing-masing dalam menjalankan tugas, pada bisnis ini penulis menjadi bagian riset dan keuangan yang memiliki program kerja antara lain:

a. Riset:

1. Melakukan riset pemasaran
2. Melakukan riset produk
3. Melakukan evaluasi

b. Keuangan:

1. Membuat anggaran dan mengelola biaya serta pendanaan keuangan bisnis.
2. Membuat catatan keuangan harian.
3. Menyediakan *platform* pembayaran digital.
4. Menyusun laporan keuangan mingguan dan bulanan.

2. Tinjauan Aspek Riset

Dalam suatu bisnis perlu diadakannya riset yang mendalam mengenai hal-hal yang harus dipersiapkan, Menurut (Chaniago, M.Si., 2023) riset adalah suatu proses pengumpulan, pencatatan, dan analisis data secara sistematis dan objektif yang bertujuan untuk mendukung pengambilan suatu keputusan dalam bisnis. Riset dilakukan untuk meminimalisir ketidakpastian atau praduga yang ada, guna mengurangi resiko dalam pengambilan suatu keputusan bisnis. Tujuan dari riset ini dilakukan adalah untuk memahami cara pengelolaan bisnis yang tepat, memahami pasar, konsumen, mengetahui pesaing, dan lingkungan bisnis secara keseluruhan. Melalui informasi yang didapatkan tersebut, bisa tercipta identifikasi peluang bisnis, perumusan strategi bisnis, hingga pengambilan keputusan bisnis.

Dalam riset pemasaran penulis melakukan beberapa riset terkait pemasaran antara lain adalah:

a. Riset pasar

Riset pasar dilakukan guna mengetahui dan memahami target pasar yang tepat (Novia et al., 2023), kompetitor yang ada baik secara langsung maupun tidak langsung, dan juga peluang bisnis yang tersedia. Tujuan utama dari riset ini adalah, untuk mengetahui kondisi pasar sekitar kampus UII dengan cara menganalisis kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi.

1. Melakukan riset konsumen

Pada awal bisnis pengembangan udang keju yukei ini ada, penulis telah melakukan riset konsumen dengan mempertimbangkan kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi yakni udang keju ala Gacoan namun tanpa harus mengantri dan jarak yang tidak terlalu jauh dari kampus UII. Target pasar

pada bisnis ini adalah semua kalangan dari umur 13 tahun sampai dengan 45 tahun yang difokuskan dari target bisnis ini adalah mahasiswa UII yang suka dengan udang keju. Setelah riset pasar dilakukan, ternyata banyak dari kalangan mahasiswa yang menginginkan udang keju namun jarak yang ditempuh lumayan jauh. Sehingga ini bisa menjadi peluang bagi penulis untuk menjadi solusi bagi masyarakat dengan rentan umur 13 tahun sampai dengan 45 tahun sekitar kampus UII Jakal terutama mahasiswa UII yang menginginkan hidangan udang keju dengan citarasa gurih dan lezat ditambah jarak yang ditempuh tidak jauh dari kampus UII.



Gambar 2 4 Trial Produk

Penulis melakukan *trial* produk untuk mengetahui komposisi yang tepat yang disesuaikan dengan selera konsumen, setelah melalui banyak percobaan dan memberikan tester ke banyak orang

akhirnya ditemukan takaran dan resep yang pas sesuai dengan standar bisnis ini.

2. Melakukan riset ancaman

Dalam sebuah bisnis ancaman akan selalu ada mulai dari kondisi lingkungan atau cuaca yang tidak mendukung, kompetitor baik secara langsung maupun tidak langsung, selera konsumen yang berubah-ubah, dan masih banyak hal lain yang bisa menjadi ancaman dalam bisnis ini. Penulis melakukan riset kompetitor di beberapa tempat, pertama penulis melakukan riset kompetitor di Gacoan Jombor.



Gambar 2.5 Survey Kompetitor 1

Gacoan adalah tempat makan yang populer di Indonesia dan terkenal dengan menu mie levelnya serta dimsum dengan harga yang terjangkau. Suasana tempat Gacoan yang santai dan mempunyai nilai estetika ini, membuatnya cocok untuk dijadikan tempat berkumpul santai bersama keluarga atau teman. Salah satu dimsum yang disediakan oleh Gacoan adalah udang keju, sama seperti halnya dengan produk yang penulis pasarkan. Maka dari itu, Gacoan menjadi salah satu kompetitor penulis dalam

bisnis udang keju ini. Terlebih lagi Gacoan sudah mempunyai branding yang kuat di mata konsumen, rasanya yang enak dan kualitasnya sudah terjamin. Penulis melakukan pengamatan di Gacoan Jombor, hal yang penulis amati adalah ukuran, tekstur, rasa, dan warna dari udang keju yang dijual.

Ukuran dari udang keju Gacoan berkisar antara 6 sampai dengan 7 cm dengan diameter sekitar 2,5 sampai dengan 3 cm, akan tetapi terkadang ukuran dari udang keju berbeda-beda. Terkadang besar, terkadang standar, dan terkadang juga kecil, penulis memperkirakan hal ini terjadi karena di setiap pembuatannya tidak ditimbang sehingga konsistensi dari ukuran udang keju Gacoan ini kurang. Selain itu banyaknya permintaan dari konsumen juga berpengaruh, karena semakin banyak permintaan konsumen terhadap udang keju dalam waktu yang singkat membuat juru masaknya tidak sempat untuk melakukan penimbangan sehingga hanya mengandalkan insting atau perkiraan semata.

Tekstur dari udang keju gacoan ini cenderung kenyal, jika dirasa teksturnya hampir sama seperti otak-otak yang kenyal dan tidak padat, tekstur dari dagingnya juga tidak terlalu halus tapi juga tidak terlalu kasar. Udang keju ini memiliki kombinasi rasa yang pas, perpaduan antara rasa adonan yang gurih dengan keju yang meleleh membuatnya semakin sempurna. Gabungan antara tekstur dan rasanya yang enak membuat udang keju ini cocok untuk dijadikan hidangan pendamping dari Mie Gacoan. Warna yang menunjukkan tingkat kematang udang keju Gacoan

ini sudah pas, golden brown dan diperkirakan digoreng dengan api sedang tidak terlalu panas. Sehingga adonannya matang sampai ke dalam dan kejunya meleleh dengan sempurna.



Gambar 2 6 Survey Kompetitor 2

Setelah melakukan pengamatan terhadap kompetitor 1, Penulis melanjutkan pengamatan ke kompetitor 2 yakni Notariauk yang berada di Jalan Monjali. Lokasinya cukup strategis karena berada di pinggir jalan dan tidak termasuk jalur cepat, sehingga kesempatan konsumen untuk berbelok secara tiba-tiba karena tertarik dengan tempatnya menjadi lebih besar. Notaria ini tidak hanya menyediakan udang keju saja, melainkan dalam menunya Notaria ini juga menyediakan menu lain seperti wonton udang nori. Jika dilihat dari tampilannya, udang keju Notaria ini terlihat lebih besar dan lebih menggembung daripada udang keju Gacoan. Dilihat dari segi warnanya juga sudah pas, matangnya merata sampai ke dalam dan tekstur adonannya lebih cenderung padat dan lebih kering dari udang keju Gacoan, tetapi masih terasa empuk dan kenyal serta gilingan dagingnya lebih

halus. Untuk rasa dari udang keju Notaria ini hampir sama dengan udang keju Gacoan, hanya saja udang keju Gacoan lebih gurih dibandingkan udang keju Notaria.



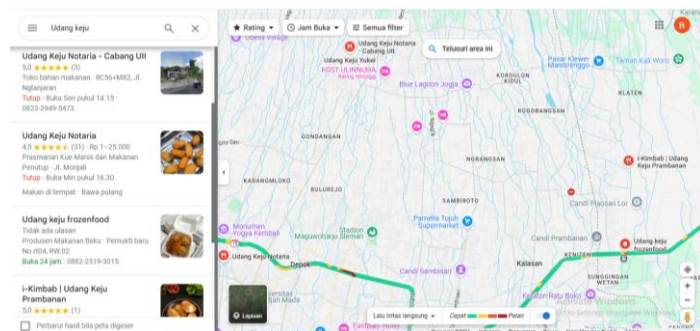
Gambar 2.7 Survey Kompetitor 3

Setelah itu penulis melakukan riset di Mie Doyok Gejayan dan Mie Doyok depan kampus UII. Lokasinya strategis karena berada di pinggir dan tidak di jalur cepat, jadi mudah dijangkau oleh konsumen. Bentuk udang keju di Mie Doyok ini cenderung berbentuk stik jadi lebih kecil dibanding udang keju Gacoan dan Notaria. Kemungkinan campuran tepungnya hanya sedikit, sehingga rasanya dominan daging. Kemudian untuk tekstur adonannya kenyal tidak padat, gilingan dagingnya juga masih terasa (tidak terlalu halus) dan rasanya juga enak gurih serta *creamy* dari keju membuatnya semakin lezat. Untuk tingkat kematangannya sudah pas, tidak *over cook* atau gosong.

3. Melakukan riset peluang

Penulis melakukan pengamatan di sekitar kampus UII Jakal, didapati bahwa penjual udang keju dekat kampus UII tidak ada. Dulu penulis sempat

menemukan penjual udang keju dekat kampus UII tepatnya di Jalan Nglanjaran depan Warmindo Putra Petir, tapi hanya bertahan sekitar 1 bulan saja. Menurut pengelola prospeknya selama 1 bulan bisnis tersebut berjalan kurang bagus. Sehingga pengelola menutup gerainya di area kampus UII tersebut, kemudian mencari tempat lain yang prospeknya lebih menjanjikan. Diketahui kompetitor ini adalah Notaria udang keju yang berpusat di Jalan Monjali, dan sekarang membuka cabang baru di kantin kampus UGM. Sehingga saat ini tidak ada lagi penjual udang keju di sekitar kampus UII Jakal, ini bisa menjadi peluang bisnis bagi penulis untuk melakukan pengembangan bisnis udang keju Yukei di sekitar kampus UII Jakal. Penulis melakukan pencarian melalui *google maps*.

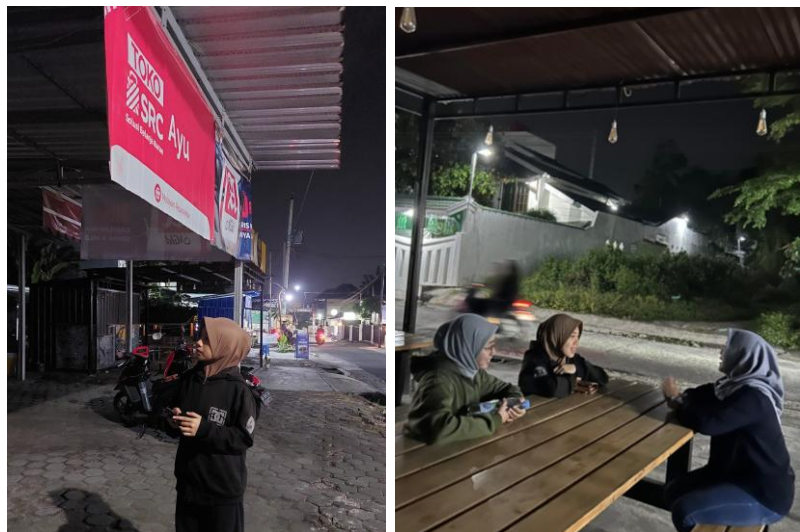


Gambar 2.8 Maps Penjual Udang Keju

Selain melakukan survey secara langsung, penulis juga melakukan survey secara online menggunakan google maps. Hal ini dilakukan untuk mempermudah penulis dalam mencari tahu letak kompetitor penjual udang keju di sekitar area kampus UII Jakal. Hasil dari riset secara online menggunakan google maps menunjukkan bahwa lokasi penjual

udang keju selain cabang Notaria yang sudah tutup, tidak ada. Lokasi terdekat penjual udang keju sekitar kampus UII paling dekat berada di daerah Prambanan, jadi tidak bisa dibilang dekat kampus UII Jakal.

b. Melakukan riset lokasi berjualan



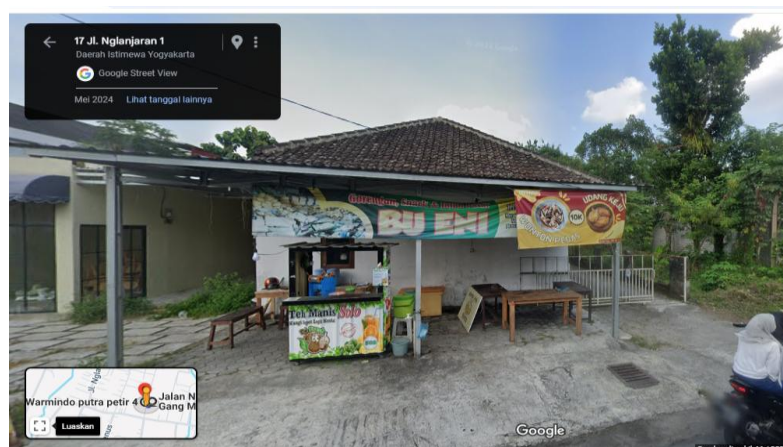
Gambar 2.9 Survey Lokasi 1 Nglanjaran

Dalam hal ini penulis melakukan pengamatan melalui google maps dan *survey* lokasi ke beberapa tempat yang direncanakan bisa menjadi lokasi bisnis pengembangan udang keju Yukei ini. Pemilihan lokasi menjadi hal yang penting bagi penulis dan tim, agar nantinya perkembangan bisnis ini bisa berjalan secara optimal. Pertama penulis melakukan survey di Jalan Nglanjaran, terdapat 2 lokasi yang penulis targetkan untuk dijadikan sebagai lokasi penulis dan tim dalam menjalankan pengembangan bisnis.

Lokasinya pertama ini berada di Jalan Nglanjaran belakang kampus UII depan Faza print dan Cuci Shini. Menurut Pengamatan, lokasi ini cukup strategis karena sering dilalui oleh banyak orang. Terkadang di jam tertentu lalu lintas di jalan tersebut cukup padat sehingga banyak

kendaraan yang melajukan kendaraannya dengan kecepatan yang rendah. Hal ini membuat kesempatan bagi pengguna jalan melihat kondisi dan keadaan sekitar dengan lebih seksama. Sehingga ketika penulis dan tim menjalankan bisnis pengembangan udang keju di lokasi ini, penulis memiliki peluang yang cukup besar untuk diketahui atau setidaknya dilihat oleh para pengguna jalan terutama yang sering melintas di area tersebut.

Penulis juga menanyakan terkait harga sewa kepada pemiliknya, awalnya harga lokasi yang disewakan berada di kisaran harga Rp 750.000 dan itu belum termasuk listrik dan uang sampah. Hal ini dikarenakan lahan yang dimaksud tersebut cukup luas sampai belakang dan ada gudang tersendiri untuk penyimpanan barang-barang. Namun setelah melakukan *lobbying* kepada pemilik dengan menerangkan bahwa *budget* dari penulis dan tim hanya kisaran harga Rp 300.00 sampai dengan Rp 400.000. Akhirnya bisa disesuaikan dengan budget yang ada, dengan lokasi yang lebih kecil dibandingkan dengan lokasi yang ditawarkan tersebut dengan harga Rp 400.000 per bulannya dan dibayarkan di awal bulan.



Gambar 2 10 Lokasi 2 Nglanjaran

Lokasinya kedua berada di dekat dengan kampus UII Jakal juga, lebih tepatnya berada di depan warmindo Putra Petir Nglanjaran. Menurut penulis lokasinya cukup strategis karena berada di pinggir jalan, dan sangat sering dilalui banyak orang sama halnya dengan lokasi pertama yang penulis survey. Penulis menanyakan terkait harga sewa kepada pemilik melalui pesan *whatsapp*. Harganya cukup berbeda dan lebih terjangkau jika dibandingkan dengan lokasi pertama, yakni berada di kisaran harga Rp 300.000 per bulannya. Namun saat itu ternyata sudah ada yang menanyakan dan berniat untuk menyewa tempatnya lebih dulu dibanding tim Yukei.



Gambar 2.11 Survey Lokasi Pandanaran

Lokasi selanjutnya yang penulis *survey* berada di jalan Pandanaran, dilihat dari lokasinya memang cukup strategis karena di sana juga terdapat banyak *stand* dengan beraneka ragam jajanan yang ditawarkan. Sehingga di lokasi ini ada peluang bagi penulis untuk bisa menjalankan pengembangan bisnis. Namun setelah penelusuran dilakukan, didapati bahwa biaya sewa di lokasi ke-3 ini

cukup mahal. Berada di kisaran harga Rp 600.000 per bulannya, sehingga hal ini tidak sesuai dengan budget yang dianggarkan.



Gambar 2 11 Survey Lokasi Denggung

Lokasi selanjutnya yang penulis survey adalah pasar jajan di taman Denggung, dilihat dari kondisi lokasinya cukup berpotensi untuk penulis dan tim dalam menjalankan pengembangan bisnis. Hal ini dikarenakan banyaknya pengunjung yang sering bermain atau hanya sekedar jajan saja di area sekitar taman Denggung, penulis juga melakukan *survey* terkait harga sewa dari lokasi yang ada. Penulis melakukan penelusuran informasi mengenai pengelola lokasi atau kontak yang dapat dihubungi, namun setelah penulis menghubungi pengelola setiap ditanyakan mengenai ketersediaan lokasi. Penulis mendapati jawaban yang sama secara terus menerus, bahwa akan diadakan penataan ulang lokasi, sehingga ketika nanti kuota lokasinya masih tersedia penulis dan tim akan segera dikabari. Namun penataan lokasi

ini tak kunjung dilakukan, sehingga penulis dan tim memutuskan untuk tidak melanjutkan penelusuran.



Gambar 2.12 Survey Lokasi SunMor UGM

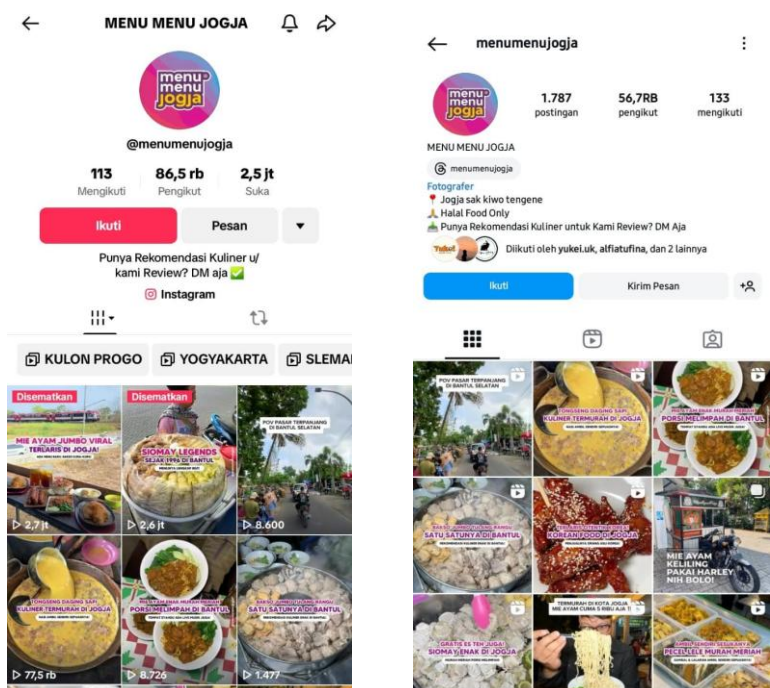
Penulis juga melakukan *survey* ke lokasi *sunday morning* UGM untuk mencari informasi terkait biaya sewa saat *event* berlangsung. Menurut informasi yang penulis dapatkan, harga sewa per hari saat ada *event sunday morning* berada di kisaran Rp 30.000 sampai dengan Rp 35.000 dalam sekali sewa. Menurut pengamatan penulis lokasinya memang ramai orang yang sedang jogging dan atau hanya sekedar jalan-jalan dan berkuliner saja. Namun kebanyakan orang di lokasi tersebut hanya berjalan-jalan dan berkuliner bersama keluarga, teman atau pasangannya. Didapati juga bahwa di lokasi tersebut sudah banyak sekali penjual dengan berbagai macam produk yang ditawarkan, mulai dari makanan hingga pakaian dan parfum.

Setelah melakukan beberapa kali survey lokasi, penulis dan tim berdiskusi untuk menentukan lokasi yang akan dijadikan sebagai tempat pengembangan bisnis udang keju yang akan dijalankan ini. Setelah beberapa pertimbangan, tim Yukei

memutuskan untuk menyewa dan melakukan pengembangan bisnis di lokasi pertama yang berjarak hanya sekian meter dari lokasi ke dua yang dekat dengan kampus UII Jakal, lebih tepatnya di Jalan Nglanjaran depan cuci sepatu Cuchishini, dan Faza print.

c. Melakukan riset *influencer*

Dalam upaya pemasaran, penulis melakukan riset terhadap *influencer* untuk memudahkan penulis dalam melakukan promosi produk udang keju Yukei di media sosial. Penulis dan tim berencana untuk melakukan *endorse* untuk meningkatkan wawasan konsumen mengenai Yukei.



Gambar 2 13 Riset Influencer 1

Pada saat proses riset penulis menemukan akun menu-menu Jogja yang sering lewat FYP Tik-Tok, menu-menu Jogja telah mempunyai 86,5 ribu pengikut di tik-tok dan 56,7 ribu di instagram. Penulis dibantu tim pemasaran mencari informasi mengenai harga promosi ke akun menu-

menu Jogja. Berikut *price list endorsement* dari menu-menu

Jogja:

Paket Single

Menu Menu Jogja

Rp 350.000,-

- 1x Unggah IG Reels & TikTok
- Bonus Collabs IG @menudijogja
- Gratis Collabs IG Usaha Klien (By Request)

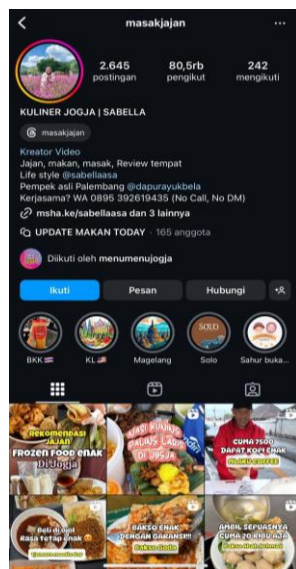
Paket Combo

☺ Menu Menu Jogja

☺ Info Dhahar Jogja

Rp 850.000

- 1x Unggah IG Reels + TikTok + Snack Video
- Bonus Collabs IG @menudijogja
- Gratis Collabs IG Usaha Klien (By Request)



Gambar 2.14 Riset Influencer 2

Masak Jajan

Influencer ini memiliki 80,5 ribu pengikut di Instagram, dengan daftar harga sebagai berikut:

- **1x Post Instagram @masakjajan** (bonus story + unggahan di TikTok @sabellaasa): Rp 450.000
- **Hanya TikTok @sabellaasa** - 1x unggahan: Rp 350.000
- **1x Post Instagram @Tumbasjogja** (bonus story + unggahan di TikTok @sabellaasa): Rp 500.000
- **Paket Kolaborasi IG Masakjajan + Tumbasjogja** (bonus story + unggahan di TikTok @sabellaasa): Rp 650.000
- **Paket Kolaborasi Masakjajan + Tumbasjogja + Dutajajanjogja** (bonus story + unggahan di TikTok @sabellaasa): Rp 750.000

Setelah melakukan riset tersebut dan berdiskusi bersama tim, penulis dan tim sepakat untuk memilih menu-menu Jogja untuk *endorsement* produk Yukei. Penulis dan tim mengambil paket single, hal ini disesuaikan dengan budget yang disediakan untuk *endorsement*. Penulis memutuskan untuk memilih akun Instagram Menu Menu Jogja sebagai *platform* promosi *endorse* karena beberapa pertimbangan:

1. Biaya yang lebih terjangkau

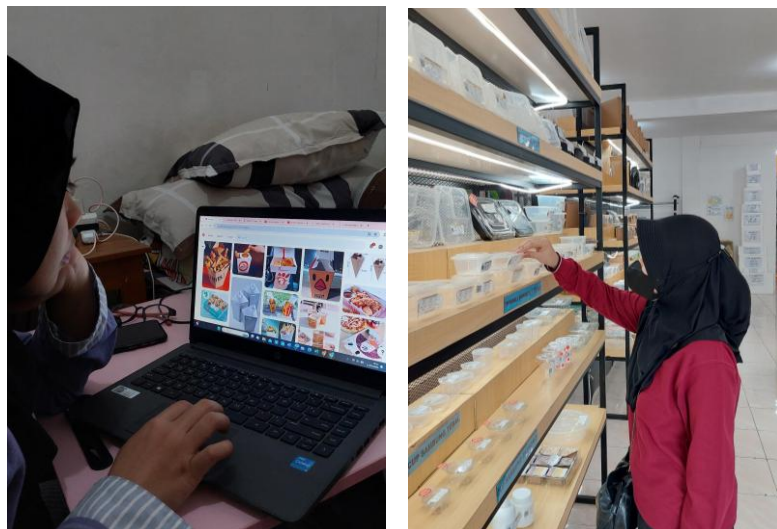
Dibandingkan dengan akun Masak Jajan, akun Menu Menu Jogja menawarkan harga yang lebih ekonomis sehingga lebih sesuai dengan anggaran promosi yang tersedia. Paket-paket yang ditawarkan juga mencakup kolaborasi di berbagai *platform* sehingga memberikan nilai tambah bagi penulis.

2. Potensi konten untuk For Your Page (FYP) TikTok

Akun Menu Menu Jogja memiliki jangkauan yang luas dan sering muncul di *For Your Page* (FYP) TikTok, berdasarkan pengamatan penulis yang kerap melihat konten mereka di TikTok. Hal ini menunjukkan potensi engagement yang tinggi, yang diharapkan mampu menarik perhatian audiens lebih banyak dan mendukung peningkatan visibilitas produk di sosial media.

d. Melakukan riset *packaging*

Kemasan atau *packaging* merupakan alat pembungkus yang bisa memproteksi atau melindungi makanan agar tetap terjaga kebersihannya (Nurani, 2015). Selain itu, kemasan produk juga bisa menjadi sarana promosi dari produk tersebut. Penulis melakukan *survey* kemasan produk melalui *platform online* untuk mencari gambaran kemasan yang tepat. Setelah tahu gambaran *packaging* yang akan digunakan, penulis melanjutkan *survey* secara langsung di toko plastik 60.



Gambar 2 15 Survey Packaging Online dan Offline



Gambar 2.16 Packaging Produk Udang Keju 1

Gambar 2.16 adalah gambar kemasan produk Yukei di awal pelaksanaan bisnis. Namun pada bulan kedua pelaksanaan bisnis ini, terdapat beberapa evaluasi packaging produk Yukei ini dikarenakan perubahan menu. Semula produk Yukei Udang keju ada 3 yakni, paus, sticky dan petite. Paus dengan harga Rp 15.000 isian 3 pcs, Sticky dengan harga Rp 12.000 isi 5, dan petite dengan harga Rp 10.000 isi 18. Perubahan menu Yukei ini dikarenakan ada penghapusan 1 produk yang dirasa kurang sesuai, sehingga dengan beberapa pertimbangan penulis dan tim meniadakan menu petite. Selain itu, untuk menyesuaikan harga pasaran udang keju yang lumrahnya seharga Rp 10.000, penulis dan tim melakukan perubahan harga pada udang keju yang dipasarkan.

Sehubung dengan menu petite telah dihapuskan, maka menu udang keju Yukei tinggal 2 yakni menu paus dan sticky. Setelah berdiskusi, penulis dan tim juga melakukan evaluasi produk dengan mengadakan perubahan harga pada menu yang ada. Menu paus yang semula berharga Rp 15.000 isi 3 menjadi Rp 10.000 isi 2, dan untuk menu sticky yang semula berharga 12.000 isi 5 menjadi Rp 10.000 isi 4. Karena jumlah udang keju dalam 1 porsinya berkurang, penulis merasa *packaging* yang digunakan sebelumnya menjadi kurang cocok karena terlalu besar. Sehingga penulis dan tim melakukan riset *packaging* baru yang sesuai.

Berdasarkan hasil kesepakatan, packaging yang digunakan untuk udang keju Yukei setelah penyesuaian adalah Kertas Sos Tanggung berwarna putih polos berstempel. Stempel yang digunakan untuk branding kemasan produk Yukei ini tercantum di dalamnya nama brand, akun instagram bisnis dan nomor hp bisnis.



Gambar 2.17 Packaging Produk Udang Keju Setelah Penyesuaian

Setelah penghapusan menu petite, penulis dan tim menyediakan menu baru sebagai inovasi dalam pengembangan bisnis ini. Menu baru yang disediakan adalah Mie Petir dan *Rice Bowl* sticky. Penulis dan tim melakukan *survey* secara langsung ke toko plastik 60 untuk melihat kemasan yang cocok untuk menu baru Yukei.



Gambar 2 18 Riset Packaging Menu Baru



Gambar 2 20 Menu Baru Mie Petir dan Rice Bowl

Selain menyediakan makanan, Yukei juga menyediakan minuman, yakni es teh. Kemasan es teh Yukei ini berbeda dari yang lain, bukan cup biasa yang digunakan melainkan menggunakan *standing klip*. Hal ini dilakukan guna menghemat biaya operasional, karena ketika menggunakan cup dan tidak ditutup rapat dalam artian disegel nanti teh nya akan mudah tumpah. Sehingga memerlukan *cup sealer* untuk menjamin teh tidak tumpah ketika dibawa *driver online* kepada konsumen, maka dari itu *standing klip* ini menjadi solusi yang tepat bagi penulis dan tim untuk dijadikan kemasan es teh. Terdapat pengunci pada kemasan *standing klip* ini sehingga tidak mudah tumpah ketika dibawa berkendara.



Gambar 2 19 Packaging Es The dan stempel

e. Melakukan riset *platform* pembayaran digital

Di era yang sudah modern dan penuh dengan kemajuan teknologi ini, kecanggihan dan kemudahan teknologi harus dimanfaatkan sebaik mungkin. Salah

satunya adalah penggunaan *cashless*, *cashless* adalah transaksi yang tidak lagi menggunakan uang tunai berupa logam maupun kertas (Marlina, 2020). Penggunaan *cashless* pada kegiatan transaksi masyarakat Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam 5 (lima) tahun terakhir, hal ini dipicu karena penggunaan *cashless* yang mudah dan praktis dan dianggap lebih simpel.

Penulis melakukan pembuatan rekening bisnis di Bank Syariah Indonesia atau BSI cabang UII, guna memudahkan penulis dalam menyimpan uang hasil penjualan yang dilakukan *customer* dengan menggunakan *cashless*. Setelah pembuatan rekening selesai, penulis juga melakukan pengisian form untuk pembuatan *Quick Response Indonesian Standard QRIS*. Hal ini penulis lakukan untuk memudahkan transaksi konsumen yang ingin menggunakan *cashless* melalui QRIS, karena menurut penelitian penggunaan QRIS di Indonesia dalam kurun waktu 6 tahun terakhir pada transaksi di UMKM mengalami peningkatan yang pesat yakni sebesar 16,18%, namun masih banyak juga penjual/pebisnis yang belum menggunakan atau bahkan mengetahui tentang QRIS (Marlina, 2020).

Padahal penggunaan QRIS dalam bisnis bisa meningkatkan efisiensi dan efektivitas bisnis. Maka dari itu, penulis melakukan riset terhadap penyediaan pembayaran digital agar memudahkan konsumen yang lebih sering menggunakan metode *cashless* dalam bertransaksi. Penulis menggunakan nama YUKEIUK di QRIS pada bisnis ini yang disesuaikan dengan brand bisnis yang sedang dikembangkan.

Setelah mendapatkan hasil dari riset pemasaran tersebut, penulis melanjutkan dengan melakukan riset produk. Adapun beberapa hal

yang penulis lakukan untuk melakukan riset produk antara lain adalah sebagai berikut:

a. Riset bahan baku

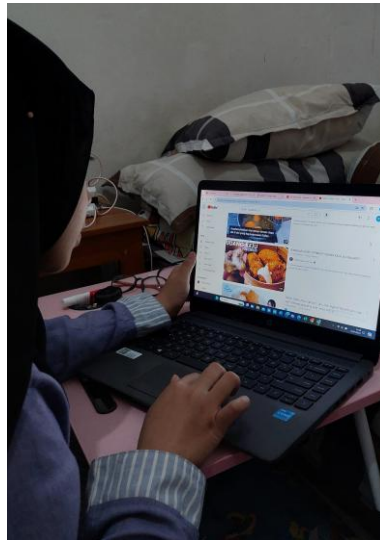
Penulis melakukan riset bahan baku di beberapa tempat bersama bagian produksi untuk menentukan tempat pembelian bahan baku dan juga untuk mengetahui kualitas serta harga dari bahan-bahan yang dibutuhkan untuk produksi di kemudian hari. Selain melakukan riset bahan baku mengenai kualitas dan harganya penulis juga melakukan riset kehalalan produk yang nantinya akan digunakan untuk produksi.

Tabel 2 1 Harga Bahan Baku Mirota

No	Nama Barang	Harga	Halal
1	Telur 1 kg	Rp 27,000	v
2	Tepung terigu sania 1kg	Rp 9,500	v
3	Tepung terigu Tulip 1kg	Rp 8,760	v
4	Minyak Rizki 900ml	Rp 14,300	v
5	Minyak Sovia 1lt	Rp 16,430	v
6	Minyak Tawon 850ml	Rp 14,550	v
7	Minyak Sania 1lt	Rp 16,685	v
8	Minyak fortune 1lt	Rp 17,450	v
9	Minyak rise brand 1lt	Rp 16,600	v
10	Minyak Sunco 2L	Rp 33,650	v
11	Minyak Rose brand 2L	Rp 32,500	v
12	Minyak Bimoli 2lt	Rp 34,490	v
13	Minyak Filma 2lt	Rp 33,850	v
14	Minyak Sania 2lt	Rp 31,560	v
15	Minyak Masku 2lt	Rp 36,475	v
16	Minyak Sabrina 2lt	Rp 33,300	v
17	Saos FC @24 sch	Rp 4,505	v
18	Sasa sambal @24 sch	Rp 5,895	v
19	Delmonte extra hot @24 sch	Rp 6,415	v
20	Saus Tiram Saori 270ml	Rp 19,310	v
21	Saos Tiram Maggi 350gr	Rp 19,660	v
22	Saos Tiram Royco 275ml	Rp 15,960	v

23	Indofood kecap asin 140ml	Rp 4,920	v
24	Abc kecap asin 133 ml	Rp 5,150	v
25	Pegasus minyak wijen 135 ml	Rp 11,920	v

b. Riset tata cara pengolahan produk



Gambar 2 21 Riset Cara Pengolahan Produk

Dalam pengolahan produk, penulis melakukan beberapa riset untuk mengetahui cara pengolahan dan takaran yang tepat dalam pembuatan udang keju. Hal ini dilakukan guna mendapatkan produk dengan citarasa dan tekstur yang pas, karena menurut penelitian sebelumnya cara pengolahan makanan memiliki pengaruh terhadap kualitas makanan (Aprilia, 2016).

Hasil cara pengolahan udang keju yang penulis dapatkan adalah sebagai berikut:

1. Haluskan dada ayam fillet dan udang yang sudah dibersihkan beserta bumbu-bumbu yang sudah disiapkan menggunakan *chopper* sampai teksturnya halus dan tercampur rata.
2. Campurkan adonan yang sudah dihaluskan dengan tepung maizena, tapioka, dan terigu yang sudah

ditakar hingga tercampur merata tidak ada yang bergerindil.

3. Ambil adonan secukupnya kemudian masukkan keju quick melt yang sudah dipotong-potong dan bentuk adonan sesuai selera.
4. Baluri adonan yang sudah dibentuk dengan larutan tepung terigu yang dicampur dengan kuning telur.
5. Baluri dengan tepung panir.
6. Diamkan adonan selama beberapa saat di dalam *stok box*/kotak penyimpanan hingga adonan set.
7. Bisa disimpan di *freezer* untuk stok atau bisa langsung digoreng.
8. Goreng dengan api sedang yang cenderung kecil hingga golden brown.
9. Angkat dan tiriskan, udang keju siap dihidangkan

c. Riset kelayakan dan ketahanan produk

Kelayakan dan ketahanan produk harus dilakukan guna menjaga kualitas produk dalam bisnis, dan memastikan produk yang dipasarkan layak untuk diperjual belikan, agar nantinya tidak menimbulkan kerugian bagi bisnis tersebut. Ketahanan produk juga harus dilakukan untuk mengetahui masa penggunaan produk tersebut, beserta metode penyimpanan yang tepat bagi produk tersebut. Dalam hal ini penulis memastikan bahan yang digunakan untuk produksi adalah bahan yang berkualitas, bersih dan halal. Selain itu,

penulis juga mengamati stock produk yang akan dijual. Mulai dari segi tekstur, warna dan juga bau.



Gambar 2 22 Riset Ketahanan dan Kelayakan Produk

Berdasarkan hasil riset didapati produk udang keju Yukei ini dapat bertahan selama 2 Minggu jika disimpan di dalam *freezer*, dan 1 hari jika disimpan di dalam *chiller* dengan suhu kulkas yang tinggi. Bahan yang digunakan dalam produksi ini juga sudah bersertifikasi halal, serta tempat dan pengolahannya bersih. Dalam proses produksi, tim Yukei menggunakan sarung tangan untuk menjaga ke higienisan produk dan alat yang digunakan dalam produksi pun bersih.

d. Riset Legalitas produk

Legalitas usaha adalah sumber informasi resmi memuat berbagai data terkait usaha tersebut. Legalitas dalam usaha wajib dimiliki bagi setiap pelaku usaha dan berfungsi sebagai perlindungan hukum bagi pelaku usaha tersebut. Tujuan dari legalitas usaha itu sendiri adalah untuk mempermudah para pihak yang memerlukan informasi mengenai usaha tersebut. Tak dapat dipungkiri di era sekarang legalitas usaha juga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut, bahwasannya produk

yang dibeli merupakan produk yang aman dan berkualitas. Sehingga legalitas dalam usaha juga berpengaruh terhadap tingkat pembelian konsumen terhadap produk tersebut (Sri Utami, 2024).

Penulis melakukan riset terhadap legalitas usaha produk udang keju Yukei melalui google mengenai berkas yang perlu disiapkan dan tahapan yang harus dilalui untuk legalisasi produk-produk Yukei. Adapun hasil yang penulis dapatkan dalam hal legalitas produk antara lain adalah:

1. Menyiapkan berkas yang diperlukan, yakni: List bahan baku pembuatan produk, dan cara pengolahan produk, KTP (untuk membuat NIB)
2. Menentukan jadwal pertemuan dengan pendamping legalitas produk
3. Foto bersama pendamping legalitas produk

Setelah melakukan riset terhadap pemasaran dan juga riset produk, penulis melakukan rencana evaluasi untuk menunjang efektivitas berjalannya bisnis, adapun rencana evaluasi yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan evaluasi produk (*quality control*)

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwasanya *quality control* produk itu perlu dilakukan untuk memastikan bahwa produk yang dijual tersebut masih layak untuk dijual dan dikonsumsi. Dalam hal ini penulis melakukan pengecekan terhadap *stock* produk yang tersedia, yang memang sudah beberapa kali terkena suhu ruangan dan sudah beberapa waktu berada di dalam *freezer*. Sehingga untuk memastikan bahwa produk yang dijual adalah produk yang masih berkualitas bagus, penulis melakukan pengecekan terhadap warna, tekstur dan bau dari *stock* yang tersedia tersebut.

Setelah bisnis berjalan selama satu bulan, penulis dan tim juga melakukan evaluasi produk. Penulis dan tim melakukan evaluasi terhadap menu Petite, karena setelah dirasa-rasa menu petite dengan isian keju yang sedikit ini terkesan seperti campuran tepung yang diberi rasa kemudian dibalut dengan tepung panir, dan bahkan keju yang ada di dalamnya pun tidak terasa. Maka dari itu, setelah berdiskusi bersama tim dan menurut kesepakatan bersama menu petite dihapus dari daftar menu Yukei. Adapun masukan-masukan yang didapat adalah, tidak *afdhol* rasanya ketika udang keju tidak disandingkan dengan mie pedas. Ada juga yang menyarankan untuk tim Yukei mengadakan menu rice bowl. Akhirnya setelah melakukan diskusi penulis dan tim melakukan riset untuk menambah varian menu baru tersebut, jadilah menu baru Yukei dengan nama mie petir dan rice bowl sticky.

b. Melakukan evaluasi pemasaran terhadap peningkatan penjualan

Evaluasi pemasaran dilakukan guna mengukur efektivitas dari upaya pemasaran dalam menarik konsumen untuk membeli produk udang keju Yukei. Penulis melakukan pengamatan terhadap efektivitas pemasaran dalam penataan media sosial Yukei. Setelah melakukan analisis penataan media sosial Yukei sudah tertata dengan sangat baik, informasi-informasi yang disediakan dalam feed instagram juga sudah lumayan lengkap. Konten yang terdapat didalamnya juga sudah bagus, dan ada beberapa feed yang menerangkan sedikit pengetahuan (edukasi) tentang udang. Reels yang dibuat oleh tim pemasaran juga sudah banyak, dan sudah banyak ditonton oleh pengguna instagram. Tim pemasaran juga mengunggah video yang telah dibuat ke

platform tik-tok, namun *view* yang didapat tidak sebanyak reels instagram. Selain itu tim pemasaran juga melakukan 2 kali iklan (ads) di instagram.

Setelah evaluasi penataan media sosial, penulis juga melakukan evaluasi terhadap *platform online delivery* pada akun Udang Keju Yukei. Yukei sudah terdaftar pada beberapa *platform online delivery*, seperti *shopee food*, *go food*, dan *grab food*. Pada platform tersebut keterangan mengenai usaha Yukei sudah tertera mulai dari keterangan bisnis, lokasi, menu, dan juga jam operasional bisnis. Tim pemasaran juga melakukan *endorsement*, dan dilakukan di tengah-tengah usaha pengembangan bisnis ini berjalan. Algoritma media sosial yang tidak menentu, membuat video *endorsement* tersebut tersampaikan kepada konsumen dengan waktu yang berbeda-beda. Sehingga pelaksanaan *endorsement* ini akan lebih efektif ketika dilakukan di awal pelaksanaan, agar jangkauan konsumennya lebih banyak.

Berdasarkan upaya manajemen media sosial yang telah dilakukan tim pemasaran, Yukei mengalami peningkatan penjualan walaupun tidak secara signifikan. Bahkan ada yang memesan produk Yukei dalam jumlah besar melalui media sosial instagram, karena melihat konten yang dibuat oleh tim pemasaran. Seiring dengan berjalannya waktu, *followers* pada akun Yukei juga semakin bertambah.

c. Melakukan evaluasi kesehatan keuangan (*cash ratio*)

Dalam bisnis, uang adalah hal yang sangat penting karena operasional bisnis memerlukan uang agar bisa berjalan. Kesehatan keuangan dalam bisnis juga penting, hal ini dikarenakan akan meningkatkan kepercayaan rekan bisnis dan investor terhadap bisnis tersebut. Pengecekan kesehatan keuangan bisnis juga dapat membantu proses

pengambilan keputusan dan pengambilan kebijakan dalam bisnis. Sehingga penulis melakukan pengecekan terhadap kesehatan keuangan bisnis dengan apa yang penulis tau.

3. Tinjauan Aspek Keuangan

Uang adalah kebutuhan utama dalam suatu bisnis, pengelolaan yang baik akan mempermudah operasional dan kelancaran dalam perkembangan bisnis tersebut. Keuangan yang terkontrol bisa memicu pertumbuhan bisnis yang stabil dan siap untuk menghadapi tantangan yang ada. Dalam pelaksanaan bisnis ini penulis membuat beberapa rincian laporan dan perencanaan keuangan bisnis, antara lain adalah:

a. Modal Usaha

Modal usaha Yukei sepenuhnya berasal dari penulis dan tim tanpa pinjaman modal dari bank atau dari pihak lainnya. Pembagian penyeteran modal dilakukan secara merata dengan perbandingan yang sama, yaitu 1:1:1. Hal ini dilakukan guna mempermudah penulis dalam mengelola dan membagi keuntungan maupun kerugian bisnis. Penyeteran modal dilakukan secara bertahap, dan pada setiap tahapannya sebanyak Rp 500.000 *lima ratus ribu rupiah* sehingga masing-masing berkontribusi sebanyak Rp 1.500.000 *satu juta lima ratus ribu rupiah*. Jadi, total modal awal pada bisnis Udang keju Yukei ini adalah Rp 4.500.000, jumlah ini disesuaikan dengan perkiraan awal perhitungan anggaran dalam pelaksanaan bisnis.

Tabel 2 2 Modal Usaha

Modal awal luran		Modal luran ke-2		Modal luran ke-3	
Zulfa	Rp 500.000	Zulfa	Rp 500.000	Zulfa	Rp 500.000
Diva	Rp 500.000	Diva	Rp 500.000	Diva	Rp 500.000
Rohmah	Rp 500.000	Rohmah	Rp 500.000	Rohmah	Rp 500.000

b. Anggaran keuangan

Penulis menyusun beberapa anggaran keuangan guna memperkirakan biaya yang akan digunakan dalam bisnis. Hal ini juga penulis gunakan agar nantinya dana yang dipakai tidak melebihi dari *budget* yang telah disediakan.

Tabel 2.3 Anggaran kebutuhan bisnis

No	Keterangan	Budget
1.	Chopper	Rp 400,000
2.	Meja Lipat	Rp 200,000
3.	Bahan Baku	Rp 500,000
4.	Kotak tempat penyimpanan	Rp 100,000
5.	Wajan	Rp 50,000
6.	Capitan	Rp 20,000
7.	Pisau	Rp 20,000
8.	Banner menu	Rp 50,000
9.	Standing banner	Rp 70,000
10.	Neon box	Rp 300,000
11.	Kursi	Rp 150,000
12.	Saringan	Rp 20,000
13.	Buku tulis	Rp 3,000
14.	Jumbo es the	Rp 75,000
15.	Termos es	Rp 55,000
16.	Sterofoam	Rp 30,000
17.	Packaging	Rp 300,000
18.	Lampu	Rp 100,000
19.	Pena	Rp 13,000
20.	Plastik	Rp 20,000
21.	Gerobak	Rp 2,000,000
Total		Rp 4,476,000

Tabel 2.4 Kebutuhan Produksi per Bulan

No	Keterangan	Jumlah	Budget
1.	Daging Ayam	3 Kg	Rp 105,000
2.	Udang	600 Gram	Rp 48,000
3.	Tepung Paneer	1,5 Kg	Rp 17,000
4.	Tepung Tapioka	0,5 Kg	Rp 5,000
5.	Tepung Maizena	0,5 Kg	Rp 6,500
6.	Tepung Terigu	0,75 Kg	Rp 8,000
7.	Minyak Wijen	3/4 Botol	Rp 8,000
8.	Saus Tiram	1 Botol	Rp 19,000
9.	Kecap Asin	0,5 Botol	Rp 2,500
10.	Garam	3 sendok	Rp 1,000
11.	Gula	3 sendok	Rp 1,200
12.	Penyedap rasa (kaldu)	1 Bungkus	Rp 500
13.	Minyak Goreng	1,5 Liter	Rp 21,000
14.	Gas	2 kg	Rp 14,000
15.	Packaging	100 Pcs	Rp 75,000
16.	kertas minyak	6 lembar	Rp 1,000
17.	Plastik	30 pcs	Rp 2,000
18.	Tusukan	30 pcs	Rp 1,000
19.	Listrik	-	Rp 5,000
20.	Sewa lapak	-	Rp 400,000
	Total		Rp 740,700

Tabel 2.5 Anggaran

No	Keterangan	Jumlah	Budget
1.	Endorse	1 Kali	Rp 1,000,000
2.	Ads	2 Kali	Rp 100,000
3.	Promo	1 bulan	Rp 100,000
4.	Menu	4 Pcs	Rp 100,000
5.	Banner	2 Pcs	Rp 100,000
	Total		Rp 1,400,000

c. Penentuan HPP

Penentuan harga produk Yukei telah disepakati bersama, adapun beberapa pertimbangan yang mempengaruhi harga produk Yukei antara lain adalah: harga bahan baku produksi, biaya pokok operasional produksi, persentase keuntungan yang diinginkan, harga produk kompetitor, dan persepsi harga menurut konsumen. Berikut hasil perhitungan HPP produk-produk Yukei:

1. Paus

Tabel 2.6 Hpp Paus

HPP	
Biaya Bahan Baku	Rp51,284
Biaya T.K Langsung	Rp16,000
Biaya Overhead	Rp18,960
	Rp86,244
HPP Produk	Rp3,080
	Rp9,240

Dari tabel 2.6 tersebut, Penentuan biaya bahan baku dihitung dari banyaknya bahan baku yang digunakan dalam satu kali produksi yakni sebesar Rp 51.284 dalam satu kali produksi menghasilkan sekitar 28 buah paus atau sekitar 9 porsi dan setiap porsinya isi 3 buah paus, kemudian untuk biaya tenaga kerja langsungnya diambil dari gaji harian tenaga kerja yang dibagi 5 yakni sebesar $Rp\ 80.000/5 = Rp\ 16.000$. Biaya overhead Yukei terdiri dari biaya packaging Rp 12.600, minyak untuk menggoreng Rp 7.150, gas Rp 350, biaya sewa Rp 3.200 dan juga biaya listrik Rp 160. Sehingga didapati hpp produk paus sebesar Rp 9.240, tim Yukei mengambil keuntungan pada produk paus

sebesar 62,34 % yakni sebesar Rp 5.760. Jadi harga jual menu paus Yukei Rp 15.000

2. Sticky

Tabel 2 7 Hpp Sticky

HPP	
Biaya Bahan Baku	Rp45,984
Biaya T.K Langsung	Rp16,000
Biaya Overhead	Rp22,960
	Rp84,944
HPP Produk	Rp1,490
	Rp7,451

Dari tabel 2.7 tersebut, Penentuan biaya bahan baku dihitung dari banyaknya bahan baku yang digunakan dalam satu kali produksi yakni sebesar Rp 45.984 dalam satu kali produksi menghasilkan sekitar 57 buah sticky atau sekitar 11 porsi dan setiap porsinya isi 5 buah sticky, kemudian untuk biaya tenaga kerja langsungnya diambil dari gaji harian tenaga kerja yang dibagi 5 yakni sebesar $Rp\ 80.000/5 = Rp\ 16.000$. Biaya overhead Yukei terdiri dari biaya packaging Rp 12.000, minyak untuk menggoreng Rp 7.150, gas Rp 350, biaya sewa Rp 3.200 dan juga biaya listrik Rp 160. Sehingga didapati hpp produk sticky sebesar Rp 7.451, tim Yukei mengambil keuntungan pada produk sticky sebesar 61.04 % yakni sebesar Rp 4.549. Jadi harga jual menu sticky Yukei Rp 12.000

3. Petite

Tabel 2 8 Hpp Petite

HPP	
Biaya Bahan Baku	Rp62,184
Biaya T.K Langsung	Rp16,000
Biaya Overhead	Rp18,160
	Rp96,344
	Rp296
	Rp5,336

Dari tabel 2.8 tersebut, Penentuan biaya bahan baku dihitung dari banyaknya bahan baku yang digunakan dalam satu kali produksi yakni sebesar Rp 62,184 dalam satu kali produksi menghasilkan sekitar 325 buah petite atau sekitar 19 porsi dan setiap porsinya isi 18 buah petite, kemudian untuk biaya tenaga kerja langsungnya diambil dari gaji harian tenaga kerja yang dibagi 5 yakni sebesar $Rp\ 80.000/5 = Rp\ 16.000$. Biaya overhead Yukei terdiri dari biaya packaging Rp 3.800, minyak untuk menggoreng Rp 7.150, gas Rp 350, biaya sewa Rp 3.200 dan juga biaya listrik Rp 160. Sehingga didapati hpp produk petite sebesar Rp 5.336, tim Yukei mengambil keuntungan pada produk petite sebesar 87,4 % yakni sebesar Rp 4.664. Jadi harga jual menu petite Yukei Rp 10.000.

4. Es Teh

Tabel 2 9 Hpp Es Teh

HPP	
Biaya Bahan Baku	Rp29,500
Biaya T.K Langsung	Rp16,000
Biaya Overhead	Rp14,564
	Rp3,003

Dari tabel 2.9 tersebut, Penentuan biaya bahan baku dihitung dari banyaknya bahan baku yang digunakan dalam satu kali produksi yakni sebesar Rp 29.500 dalam satu kali produksi menghasilkan sekitar 20 porsi es teh, kemudian untuk biaya tenaga kerja langsungnya diambil dari gaji harian tenaga kerja yang dibagi 5 yakni sebesar Rp $80.000/5 = \text{Rp } 16.000$. Biaya overheadnya terdiri dari biaya packaging Rp 9.000, sedotan Rp 754, gas Rp 350, biaya sewa Rp 3.200 dan juga biaya listrik Rp 160. Sehingga didapati hpp produk es teh sebesar Rp 3.003, tim Yukei mengambil keuntungan pada produk es teh sebesar 66,5 % yakni sebesar Rp 1.997. Jadi harga jual menu es teh Yukei Rp 5.000.

5. Air Mineral

Tabel 2 10 Hpp Air Mineral

HPP	
Biaya Bahan Baku	Rp40,000
Biaya T.K Langsung	Rp16,000
Biaya Overhead	Rp4,872
	Rp2,536

Dari tabel 2.10 tersebut, Penentuan biaya bahan baku dihitung dari banyaknya biaya bahan baku yang diperlukan yakni sebesar Rp 40.000 dalam satu box terdapat 24 botol yang berisikan air mineral 600 ml, kemudian untuk biaya tenaga kerja langsungnya diambil dari gaji harian tenaga kerja yang dibagi 5 yakni sebesar Rp $80.000/5 = \text{Rp } 16.000$. Biaya overheadnya terdiri dari biaya Plastik Rp 1.512, biaya sewa Rp 3.200 dan juga biaya listrik Rp 160. Sehingga didapati hpp produk air mineral

sebesar Rp 2.536, tim Yukei mengambil keuntungan pada produk air mineral sebesar 97,16 % yakni sebesar Rp 2.464. Jadi harga jual menu air mineral Yukei Rp 5.000.

Setelah 1 bulan berjalan, Yukei melakukan evaluasi dan memutuskan untuk memperbaharui menu, harga menu serta menambahkan menu baru pada bisnis pengembangan ini. Berikut perhitungan HPP terbaru menu Yukei:

1. Paus

Tabel 2.11 Hpp Paus

HPP	
Biaya Bahan Baku	Rp51,284
Biaya T.K Langsung	Rp13,333
Biaya Overhead	Rp13,099
	Rp77,716
HPP Produk	Rp2,776
	Rp5,551

Dari tabel 2.11 tersebut, Penentuan biaya bahan baku dihitung dari banyaknya bahan baku yang digunakan dalam satu kali produksi yakni sebesar Rp 51.284 dalam satu kali produksi menghasilkan sekitar 28 buah paus atau sekitar 14 porsi dan setiap porsinya isi 2 buah paus, kemudian untuk biaya tenaga kerja langsungnya diambil dari gaji harian tenaga kerja yang dibagi 6 yakni sebesar $Rp\ 80.000/6 = Rp\ 13.333$. Biaya overheadnya terdiri dari biaya packaging Rp 2.800, minyak untuk menggoreng Rp 7.150, gas Rp 350, biaya sewa Rp 2666 dan juga biaya listrik Rp 133. Sehingga didapatkan hpp produk paus sebesar Rp 5.551, tim Yukei mengambil keuntungan pada produk paus sebesar

80.15 % yakni sebesar Rp 4.449. Jadi harga jual terbaru menu paus Yukei Rp 10.000.

2. Sticky

Tabel 2 12 Hpp Sticky

HPP	
Biaya Bahan Baku	Rp45,984
Biaya T.K Langsung	Rp13,333
Biaya Overhead	Rp13,099
	Rp72,416
HPP Produk	Rp1,270
	Rp5,082

Dari tabel 2.12 tersebut, Penentuan biaya bahan baku dihitung dari banyaknya bahan baku yang digunakan dalam satu kali produksi yakni sebesar Rp 45.984 dalam satu kali produksi menghasilkan sekitar 57 buah sticky atau sekitar 14 porsi dan setiap porsinya isi 4 buah sticky, kemudian untuk biaya tenaga kerja langsungnya diambil dari gaji harian tenaga kerja yang dibagi 6 yakni sebesar $Rp\ 80.000/6 = Rp\ 13.333$. Biaya overheadnya terdiri dari biaya packaging Rp 2.800, minyak untuk menggoreng Rp 7.150, gas Rp 350, biaya sewa Rp 2666 dan juga biaya listrik Rp 133. Sehingga didapati hpp produk sticky sebesar Rp 5.082, tim Yukei mengambil keuntungan pada produk sticky sebesar 96,77 % yakni sebesar Rp 4.918. Jadi harga jual terbaru menu sticky Yukei Rp 10.000.

3. Es Teh

Tabel 2.13 Hpp Es Teh

HPP	
Biaya Bahan Baku	Rp12,205
Biaya T.K Langsung	Rp13,333
Biaya Overhead	Rp11,344
	Rp2,459

Dari tabel 2.13 tersebut, Penentuan biaya bahan baku dihitung dari banyaknya bahan baku yang digunakan dalam satu kali produksi yakni sebesar Rp 12.205 dalam satu kali produksi menghasilkan sekitar 20 porsi es teh, kemudian untuk biaya tenaga kerja langsungnya diambil dari gaji harian tenaga kerja yang dibagi 5 yakni sebesar Rp $80.000/6 =$ Rp 13.333. Biaya overheadnya terdiri dari biaya packaging Rp 6.750, sedotan Rp 150, gas Rp 700, biaya sewa Rp 2.666 dan juga biaya listrik Rp 133. Sehingga didapati hpp produk es teh sebesar Rp 1.844, tim Yukei mengambil keuntungan pada produk es teh sebesar 171,15 % yakni sebesar Rp 3.156. Jadi harga jual menu es teh Yukei Rp 5.000.

4. Mie Petir

Tabel 2.14 Hpp Mie Petir

HPP	
Biaya Bahan Baku	Rp30,828
Biaya T.K Langsung	Rp5,333
Biaya Overhead	Rp9,763
	Rp3,827

Dari tabel 2.14 tersebut, Penentuan biaya bahan baku dihitung dari banyaknya bahan baku yang digunakan dalam satu kali produksi yakni

sebesar Rp 30.828 dalam satu kali produksi menghasilkan sekitar 12 porsi mie petir dalam waktu 2 jam, kemudian untuk biaya tenaga kerja langsungnya diambil dari gaji harian tenaga kerja yang dibagi 6 yakni sebesar $Rp\ 80.000/6/5*2= Rp\ 5.332$. Biaya overheadnya terdiri dari biaya packaging Rp 3.588, sumpit Rp 1.920, gas Rp 700, biaya sewa Rp 2666 dan juga biaya listrik Rp 133. Sehingga didapati hpp produk mie petir sebesar Rp 3.827, tim Yukei mengambil keuntungan pada produk mie petir sebesar 82,87 % yakni sebesar Rp 3.173. Jadi harga jual menu baru mie petir Yukei Rp 7.000

5. Rice Bowl

Tabel 2.15 Hpp Rice Bowl

HPP	
Biaya Bahan Baku	Rp29,145
Biaya T.K Langsung	Rp2,667
Biaya Overhead	Rp8,614
	Rp8,085

Dari tabel 2.15 tersebut, Penentuan biaya bahan baku dihitung dari banyaknya bahan baku yang digunakan dalam satu kali produksi yakni sebesar Rp 29.145 dalam satu kali produksi menghasilkan sekitar 5 porsi mie petir dalam waktu 1 jam, kemudian untuk biaya tenaga kerja langsungnya diambil dari gaji harian tenaga kerja yang dibagi 6 yakni sebesar $Rp\ 80.000/6/5= Rp\ 2.667$. Biaya overheadnya terdiri dari biaya packaging Rp 4.000, sendok Rp 1.150, gas Rp 350, biaya sewa Rp 2666 dan juga biaya listrik Rp 133.

Sehingga didapati hpp produk rice bowl sebesar Rp 8.085, tim Yukei mengambil keuntungan pada produk rice bowl sebesar 23.73 % yakni sebesar Rp 1.915. Jadi harga jual menu baru mie petir Yukei Rp 10.000

6. Pangsit Goreng

Tabel 2 16 Hpp Pangsit Goreng

HPP	
Biaya Bahan Baku	Rp17,012
Biaya T.K Langsung	Rp2,667
Biaya Overhead	Rp10,385
	Rp30,064
Harga per pcs	Rp654
Harga per porsi	Rp2,614

Dari tabel 2.16 tersebut, Penentuan biaya bahan baku dihitung dari banyaknya bahan baku yang digunakan dalam satu kali produksi yakni sebesar Rp 17.012 dalam satu kali produksi menghasilkan sekitar 22 porsi mie petir dalam waktu 1 jam, kemudian untuk biaya tenaga kerja langsungnya diambil dari gaji harian tenaga kerja yang dibagi 6 yakni sebesar $Rp\ 80.000/6/5 = Rp\ 2.667$. Biaya overheadnya terdiri dari biaya packaging Rp 5500, plastik Rp 1.386, gas Rp 700, biaya sewa Rp 2666 dan juga biaya listrik Rp 133. Sehingga didapati hpp produk mie petir sebesar Rp 2.614, tim Yukei mengambil keuntungan pada produk mie petir sebesar 91,2 % yakni sebesar Rp 2.386. Jadi harga jual menu baru mie petir Yukei Rp 5.000.

d. Catatan keuangan harian/ Arus kas

Penulis melakukan pencatatan keuangan harian menggunakan ms excel, hal ini dilakukan untuk mempermudah penulis dalam perhitungan dan menghindari kesalahan dalam penjumlahan nominal keuangan. Kemudian penulis juga melakukan pencatatan keuangan pada template yang telah dibeli sebelumnya, yakni template *google sheet* dari *Hijra School*. <https://hijraschool.id/business-finance-tracker/>.

e. Metode pembayaran online QRIS

Dalam upaya penulis untuk memudahkan konsumen adalah dengan menyediakan QRIS pada bisnis ini, penulis melakukan hal ini guna mengoptimalkan penjualan produk. Penulis membuat QRIS bisnis dengan nama YUKEIUK.



Gambar 2 23 QRIS Yukei

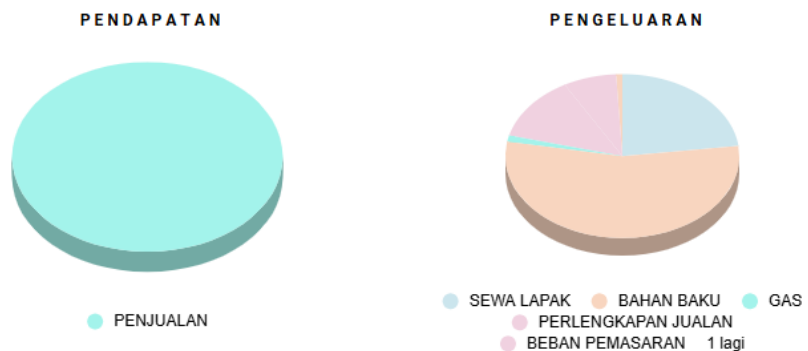
f. Laporan keuangan

1. Arus kas

a. Bulan Agustus

Tabel 2 17 Ringkasan Arus Kas Bulan Agustus

RINGKASAN	
Bulan	August
Tahun	2024
Pendapatan	Rp 1,530,500.00
Pengeluaran	Rp 1,312,331.00
Keuntungan	Rp 218,169.00



Gambar 2 24 Diagram bulan Agustus

Pemasukan

98.7% Penjualan dan 1.3% setoran modal

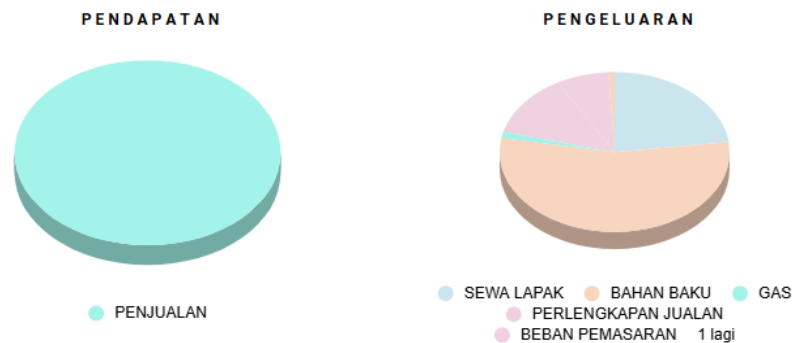
Pengeluaran

45% bahan baku, 30.5% sewa lapak, 1.5% prive, 6.3% perlengkapan jualan, 12.1% peralatan jualan, 2.0% listrik, dan 1.9% gas.

b. Bulan September

Tabel 2 18 Ringkasan Arus Kas Bulan September

RINGKASAN	
Bulan	September
Tahun	2024
Pendapatan	Rp 1,974,400.00
Pengeluaran	Rp 1,739,328.00
Keuntungan	Rp 235,072.00



Gambar 2 25 Diagram bulan September

Pemasukan

100% pendapatan

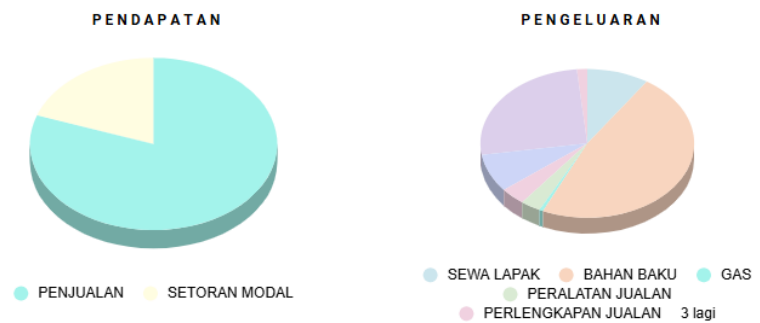
Pengeluaran

54.8% bahan baku, 23.0% sewa lapak, 7.3% beban pemasaran, 12.7 % perlengkapan jualan, dan 1.3% gas.

c. Bulan Oktober

Tabel 2 19 Ringkasan Arus Kas Bulan Oktober

RINGKASAN	
Bulan	October
Tahun	2024
Pendapatan	Rp 4,595,000.00
Pengeluaran	Rp 4,256,487.00
Keuntungan	Rp 338,513.00



Gambar 2 26 Diagram bulan September

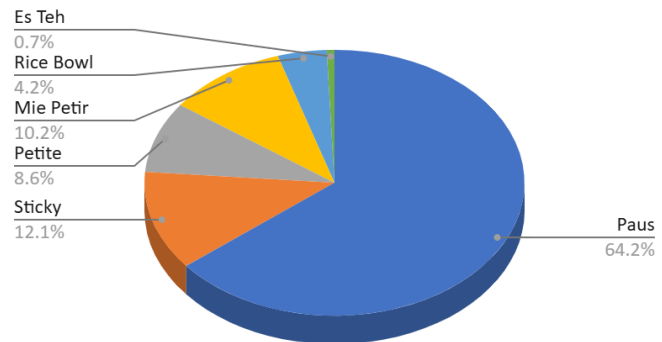
Pendapatan

80.4% penjualan, 19.6% setoran modal

Pengeluaran

47.4% bahan baku, 9.4% sewa lapak, 1.6% beban pemasaran, 25.9% prive, 8.3% endorse, 3.8% perlengkapan jualan, 3.1% peralatan jualan, dan 0.6% gas.

2. Rekap penjualan



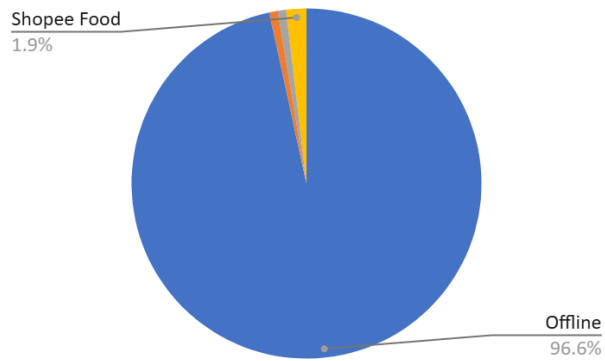
Gambar 2 27 Diagram Rekap Penjualan

No	Menu	Agustus	September	Oktober	Total	Total Pendapatan
1	Paus	60	133	214	407	Rp4,615,000
2	Sticky	14	22	46	82	Rp866,000
3	Petite	52	10	0	62	Rp620,000
4	Es Teh	2	0	15	17	Rp47,000
5	Mie Petir	0	9	96	105	Rp735,000
6	Rice Bowl	0	0	30	30	Rp300,000
Total		128	174	401	703	Rp7,183,000

3. Penjualan online

Tabel 2.20 Ringkasan Penjualan Online

No	Platform	Jumlah	Pendapatan
1	Go food	4	Rp36,200
2	Grab food	4	Rp50,400
3	Shopee food	11	Rp138,000
Total		19	Rp224,600



Gambar 2.28 Diagram Rekap Penjualan Online

4. Rekap keuangan triwulan

Tabel 2 21 Rekap Keuangan Triwulan

RINGKASAN	
Dimulai	8 August 2024
Berakhir	29 October 2024
Pendapatan	Rp 8,099,900.00
Pengeluaran	Rp 6,722,121.00
Keuntungan	Rp 1,377,779.00

Dari hasil laporan keuangan dapat dilihat bahwa dari bulan Agustus sampai dengan Oktober terus mengalami peningkatan. Menu Paus mengalami peningkatan dari bulan Agustus terjual 60 porsi paus dengan jumlah pendapatan Rp 900.000, kemudian mengalami peningkatan sebanyak 73 porsi menjadi 133 porsi paus di bulan september dengan pendapatan sebesar Rp 1.575.000. Dan mengalami peningkatan lagi sebanyak 81 porsi di bulan Oktober menjadi 214 porsi paus dengan pendapatan sebanyak Rp 2.140.000. Sehingga didapati total penjualan menu paus

selama 3 bulan sebanyak 407 porsi dengan total pendapatan dari menu paus sebanyak Rp 4.615.000.

Pada menu sticky dari bulan Agustus sampai dengan Oktober juga terus mengalami peningkatan. Menu sticky mengalami peningkatan dari bulan Agustus terjual 14 porsi paus dengan jumlah pendapatan Rp 168.000, kemudian mengalami peningkatan sebanyak 8 porsi menjadi 22 porsi sticky di bulan september dengan pendapatan sebesar Rp 238.000. Dan mengalami peningkatan lagi sebanyak 24 porsi di bulan Oktober menjadi 46 porsi sticky dengan pendapatan sebanyak Rp 460.000. Sehingga didapati total penjualan menu sticky selama 3 bulan sebanyak 82 porsi dengan total pendapatan dari menu sticky sebanyak Rp 866.000.

Pada menu petite dari bulan Agustus sampai dengan September mengalami penurunan, hal ini dikarenakan pada tanggal 13 September 2024 menu ini dihapus dari menu Yukei. Menu petite mengalami penurunan yang signifikan, pada bulan Agustus terjual 52 porsi petite dengan jumlah pendapatan Rp 52.000, kemudian mengalami penurunan sebanyak 42 porsi menjadi 10 porsi petite di bulan september dengan pendapatan sebesar Rp 100.000. Sehingga didapati total penjualan menu Petite selama 1,5 bulan sebanyak 62 porsi dengan total pendapatan dari menu petite sebanyak Rp 620.000.

Mie Petir adalah inovasi dalam bisnis Yukei ini, dan ditambahkan menjadi menu baru. Penjualan mie petir dimulai pada bulan September dan terjual sebanyak 9 porsi dengan total pendapatan dari menu mie petir pada bulan September sebanyak Rp 63.000, dan pada bulan Oktober menu mie petir mengalami peningkatan yang sangat signifikan dengan jumlah peningkatan sebanyak 87 porsi.

Sehingga pada bulan Oktober menu mie petir terjual sebanyak 96 porsi dengan pendapatan sebanyak Rp 672.000. Sehingga total mie petir yang terjual selama 2 bulan adalah 105 porsi dengan total pendapatan sebanyak Rp 735.000.

Sama halnya dengan mie petir, menu rice bowl merupakan bentuk inovasi pada pengembangan bisnis ini, penjualan rice bowl dimulai dari bulan Oktober. Dan Total penjualan rice bowl Yukei sebanyak 30 porsi dengan total pendapatan Yukei dari menu rice bowl sebesar Rp 300.000. Sedangkan pada menu es teh Yukei memang mengalami penurunan dan peningkatan, karena dari bulan Agustus es teh Yukei hanya terjual sebanyak 2 porsi dengan total pendapatan Rp 10.000. Pada bulan September penjualan es teh Yukei mengalami penurunan karena pada bulan ini es teh Yukei sama sekali tidak terjual, kemudian pada bulan Oktober penjualan es Teh Yukei meningkat sebanyak 13 cup menjadi 15 cup es Teh Yukei yang terjual dengan pendapatan sebanyak Rp 37.000. Sehingga selama 3 bulan berjalan hanya 17 cup es teh Yukei yang terjual dengan total pendapatan sebanyak Rp 47.000.

BAB III

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

A. Identifikasi Masalah

Dalam menjalankan bisnis ini, penulis menghadapi beberapa tantangan terutama dalam masalah riset dan keuangan. Salah satu kendala penulis dalam menjalankan pengembangan bisnis pada bidang riset adalah belum adanya sertifikasi halal pada produk, hal ini dikarenakan dalam pembuatan produk Yukei memakai bahan dasar daging ayam dan udang. Sedangkan untuk produk yang berbahan dasar olahan daging ayam terutama. Proses halalisasinya akan membutuhkan waktu yang lama, karena menjalani pemeriksaan dan verifikasi yang lebih kompleks. Ditambah lagi, jika pada saat pendaftaran tidak ada kuota yang tersedia, dalam artian harus menunggu pendaftar yang lain untuk bisa diproses oleh pihak yang bersangkutan secara bersama-sama. Hal ini juga menghambat penulis dalam melakukan halalisasi produk, karena penulis tidak mendapatkan kuota halalisasi produk. Namun daripada itu, penulis menjamin bahan baku yang digunakan dalam produk Yukei adalah bahan yang halal. Hal ini dikarenakan penulis telah melakukan riset bahan baku yang sudah tertera label halal pada produk tersebut. *Supplier* ayam pada produk Yukei juga sudah tersertifikasi halal oleh BPJPH. Sehingga sudah bisa dipastikan bahwa semua bahan-bahan yang digunakan dalam Yukei adalah produk yang halal.

Selain itu penulis juga mengalami kesulitan dalam penentuan harga jual produk. Kurangnya pengetahuan penulis dalam penentuan harga dan juga fluktuasi harga bahan baku produksi menjadi penyebab utama penentuan HPP yang tidak tepat. Dari hasil perhitungan HPP kemudian ditentukan harga jual produknya, penulis dan tim tidak mengambil keuntungan yang banyak. Hal ini dikarenakan kekhawatiran penulis

terhadap persepsi harga menurut konsumen terhadap produk Yukei. Jika keuntungan yang diambil terlalu besar, maka akan sulit menjangkau target pasar yang dituju, sedangkan target pasar utama Yukei adalah mahasiswa UII. Sehingga ketika harga yang ditawarkan terlalu tinggi, dikhawatirkan akan mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk Yukei.

Dari masalah tersebut, penulis dan tim hanya mendapatkan keuntungan yang sedikit. Sehingga hal ini berpengaruh terhadap pertumbuhan dan perkembangan bisnis Yukei. Keuntungan yang sedikit membuat perkembangan bisnis Yukei menjadi tidak maksimal. Maka dari itu diperlukan adanya pengetahuan yang cukup dalam penentuan harga pokok produksi dan penetapan persentase keuntungan yang diinginkan serta tepat agar perkembangan bisnis bisa berlangsung secara maksimal. Adapun masalah yang penulis hadapi dalam hal keuangan selain penentuan hpp dan harga jual produk adalah melakukan analisis kesehatan keuangan dalam bisnis ini. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan penulis tentang penentuan akun dalam laporan keuangan

B. Tinjauan Teoritis

1. Riset Bisnis

a. Definisi riset

Menurut (Chaniago, M.Si., 2023) Riset adalah serangkaian proses yang terorganisir yang dilakukan secara bertahap untuk mendapatkan informasi atau mendalami suatu permasalahan tertentu. Riset bisa dilakukan dalam berbagai bidang, salah satunya adalah bisnis. Riset bisnis adalah jenis riset yang khusus dilakukan dalam konteks bisnis, riset bisnis terdiri dari beberapa aspek. Antara lain adalah:

- 1) Studi pengelolaan sumber daya manusia/SDM
- 2) Studi Keuangan
- 3) Penelitian produk
- 4) Studi Pasar

- 5) Riset Konsumen
- 6) Riset kepuasan pelanggan
- 7) Riset persaingan
- 8) Riset pemasaran digital
- 9) Riset branding

b. Tujuan Riset Pasar

Tujuan dilakukannya riset adalah untuk menyelesaikan masalah melalui pengumpulan dan analisis data dengan metode yang terencana, sehingga bisa menghasilkan teori baru atau solusi yang bermanfaat dalam berbagai bidang. Salah satunya adalah bisnis, tujuan dari riset bisnis adalah memahami dan menganalisis pengelolaan bisnis, pasar, konsumen, pesaing, serta lingkungan bisnis secara menyeluruh.

2. Manajemen Keuangan

a. Perencanaan keuangan

Perencanaan keuangan adalah sebagian proses dari pengelolaan keuangan, rencana keuangan adalah sebuah strategi yang digunakan untuk membantu pencapaian tujuan keuangan di masa depan. Perencanaan keuangan juga dapat didefinisikan sebagai kegiatan yang dilakukan untuk memperkirakan pendapatan dan pengeluaran yang akan datang agar tujuan keuangan di masa yang akan datang dapat terpenuhi dan berjalan sesuai rencana. Definisi lain menyatakan bahwa perencanaan keuangan adalah proses pencapaian masa depan yang sejahtera dan bahagia dengan cara menata keuangan (Agustin, 2016).

Tujuan dari perencanaan keuangan adalah memaksimalkan sumber daya keuangan suatu bisnis dan memperkecil resiko keuangan yang mungkin terjadi. Perencanaan keuangan yang baik juga bisa membantu seseorang atau kelompok

untuk mencapai tujuan jangka pendek, menengah maupun jangka panjang. Urgensi dari perencanaan keuangan bagi usaha atau bisnis adalah: Membantu pengelola menghindari kegagalan, meningkatkan daya saing, mempermudah koneksi ke sumber pembiayaan (Yudianto, 2023).

b. Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan adalah aktivitas mengelola keuangan yang berkaitan dengan tindakan mencari dan menggunakan dana secara maksimal dan tepat untuk mencapai tujuan (Irfani, 2020). Manajemen keuangan mempunyai 3 Fungsi yaitu (Irfani, 2020):

1) Fungsi Pendanaan

Fungsi manajemen keuangan dalam pendanaan adalah menetapkan tujuan penggunaan dana, menetapkan jumlah penarikan dana sesuai kebutuhan, menetapkan sumber dana, dan masih banyak lagi. Pada intinya fungsi pendanaan ini berkaitan dengan kebijakan dalam mengelola struktur keuangan usaha, struktur modal dan kebijakan dividen.

2) Fungsi Operasional

Fungsi operasional dalam manajemen keuangan mencakup aktivitas penentuan penggunaan dana jangka pendek sebagai modal kerja untuk operasional perusahaan secara berkala dengan maksud untuk mendapatkan penghasilan. Aktivitas lain yang berkaitan dengan fungsi ini adalah pengelolaan keuangan untuk bahan baku dan bahan pelengkap, pembayaran tenaga kerja, dan beban-beban dalam usaha.

3) Fungsi Investasi

Fungsi investasi ini mencakup aktivitas penentuan penggunaan dana jangka panjang pada investasi di aset tetap dan juga investasi keuangan di sekuritas.

c. Laporan Keuangan

Menurut (Pardede et al., 2022) laporan keuangan adalah informasi yang memberikan gambaran kondisi keuangan suatu instansi atau perusahaan serta menggambarkan kinerja keuangan instansi tersebut. Dalam sebuah bisnis, laporan keuangan adalah suatu hal yang sangat penting untuk mengetahui kondisi keuangan bisnis dan hasil kinerja yang telah dilakukan. Selain itu laporan keuangan juga bisa mempermudah pengelola untuk melakukan perencanaan bisnis, hingga membantu pengelola dalam pengambilan keputusan bisnis yang dijalani. Adapun beberapa keunggulan laporan keuangan berdasarkan konsep akuntansi, yakni:

- 1) Pengelola mampu memisahkan pencatatan keuangan milik pribadi dan usaha.
- 2) Mampu menunjang keberlangsungan bisnis.
- 3) Adanya pencatatan, pengelompokan dan pemaparan transaksi dengan satuan nilai uang.
- 4) Adanya pencatatan yang rutin dan konsisten dari waktu ke waktu

C. Pemecahan Masalah

Untuk mengatasi masalah pada bagian riset dalam hal halalisasi produk, diperlukan riset yang lebih mendalam terkait proses, kuota, dan juga koneksi terkait halalisasi produk. Proses halalisasi akan lebih mudah ketika menggunakan perantara pendamping halal, karena prosesnya akan dibimbing dan diarahkan. Alurnya lebih jelas, terarah dan akan didampingi

sampai dengan mendapatkan sertifikasi halal. Halalisasi juga bisa dilakukan secara mandiri melalui website resmi kemenag, akan tetapi akan lebih mudah jika menggunakan jasa pendamping halal agar pada saat mendaftar lebih tertata dan lebih jelas alurnya. Pendamping halal akan memberikan informasi mengenai berkas-berkas yang diperlukan untuk pendaftaran, kemudian ketika ada yang mengalami kesulitan maka akan dibantu oleh pendamping dan diuruskan.

Selain itu, dalam hal penentuan hpp yang tepat solusi yang dapat diterapkan adalah dengan memperdalam pengetahuan tentang perhitungan hpp dan penentuan harga jual atau bisa juga dengan meminta tolong kepada orang yang lebih mengerti dan lebih paham mengenai perhitungan hpp dan penentuan harga jual yang tepat, atau bisa juga dengan menggunakan software akuntansi, atau bisa langsung berkonsultasi dengan ahlinya. Perhitungan hpp ini sangat penting dilakukan agar bisnis tidak mengalami kerugian dan perkembangan bisnis bisa berjalan secara maksimal.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dalam melaksanakan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini, tim udang keju Yukei berkesempatan untuk bisa menerapkan ilmu-ilmu yang telah dipelajari saat masa studi dan mendapatkan pengalaman baru dalam hal berbisnis. Pada saat pelaksanaan tugas akhir ini, penulis berperan di 2 bagian yakni bagian riset dan keuangan. Adapun tanggung jawab penulis pada bagian riset antara lain adalah melakukan riset pasar dan pemasaran yang meliputi riset konsumen, riset ancaman, riset peluang, riset lokasi jualan, riset *influencer*, riset *packaging*, dan riset penyediaan *platform* pembayaran digital Kemudian melakukan riset produksi yang meliputi riset bahan baku, riset tata cara pengolahan produk, riset kelayakan dan ketahanan produk, dan riset halal. Dalam hal evaluasi ini meliputi evaluasi produk, evaluasi pemasaran/peningkatan penjualan, dan evaluasi kesehatan keuangan. Pada bidang Keuangan penulis mempunyai tanggung jawab dalam hal keuangan mulai dari membuat rencana anggaran keuangan bisnis, mengelola keuangan, mencatat transaksi, membuat laporan keuangan, dan membuat QRIS sebagai media pembayaran digital.

Selama menjalankan bisnis, penulis mengalami beberapa masalah di kedua bagian yang penulis ampu. Pada bagian riset penulis mengalami masalah pada halalisasi produk, hal ini dikarenakan proses legalitas halal memakan waktu yang lama dan tidak adanya kuota produsen yang bersamaan mau mengajukan legalitas halal produknya. Kemudian pada bagian keuangan penulis mengalami masalah pada penentuan harga jual produk dan juga pengecekan kesehatan keuangan bisnis, hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan yang mendalam penulis mengenai ilmu akuntansi.

B. Saran

Penulis menyarankan apabila ingin melakukan halal-halalisasi produk hendaknya segera berkonsultasi dengan orang yang dirasa tau atau paham legalitas halal produk, agar nantinya akan diarahkan untuk mendaftar sertifikasi halal secara mandiri atau langsung disarankan untuk menggunakan jasa pendamping halal. Prose halal-halalisasi yang menggunakan produk dengan ber-bahan dasar udang, akan lebih lama dibandingkan dengan produk yang tidak mengandung daging. Hal ini dikarenakan proses pengecekan dan verifikasi-nya lebih panjang. Jadi penulis menyarankan ketika ingin mendaftarkan legalitas halal produk sebaiknya menggunakan jasa pendamping produk halal, karena nantinya akan dibimbing diarahkan dan dibantu dalam proses halal-halalisasi produknya. Kemudian penulis juga menyarankan ketika ingin menentukan harga jual produk dan melakukan pengecekan kesehatan keuangan, sebaiknya langsung menghubungi ahli atau orang yang dirasa paham tentang ilmu akuntansi secara keseluruhan. Bisa juga dengan mendalami materi akuntansi agar lebih paham dan bisa menerapkannya di dalam bisnis yang dijalankan, atau bisa juga dengan alternatif yang praktis yakni menggunakan aplikasi berbayar yang sudah menyediakan perhitungan dan pencatatan akuntansi yang lengkap dan saling terhubung rumusnya antara satu kolom dengan kolom yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, E. (2016). ANALISIS RASIO KEUANGAN UNTUK PENILAIAN KINERJA KEUANGAN PADA PT INDOFARMA (PERSERO) TBK. *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(1), 103-115.
- Aprilia, D. N. (2016). PENGARUH HYGIENE PENGOLAHAN MAKANAN TERHADAP KUALITAS MAKANAN DI HOTEL ASTON RASUNA JAKARTA. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 2(2), 216-227.
- Arifin, F. (2017, Februari). PERGULATAN IDENTITAS KULTURAL ANTARA FASTFOOD DAN KUDAPAN. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 18(1), 47-53.
- Ayuningtyas, C. E., & Ramadhani, K. (2024). KARAKTERISTIK KONSUMEN PADA PUSAT JAJANAN DI YOGYAKARTA. *Gastronomy and Culinary Art*, 3(1), 43-48.
- Ayuningtyas, C. E., Ramadhani, K., Khofifah, H., & Faradina, F. (2024). KARAKTERISTIK KONSUMEN PADA PUSAT JAJANAN DI YOGYAKARTA. *Gastronomy and Culinary Art*, 3(1), 43-48.
- Chaniago, M.Si., P. (2023). *METODE RISET BISNIS DAN PERMODELAN*. Edukasi Riset Digital.
- Chayati, I. (2012, Desember). PERAN ILMU DAN TEKNOLOGI PANGAN PADA PERUBAHAN TREN PRODUK KULINER. *Seminar Nasional PTBB FT UNY*, 1-10.
- Irfani, A. S. (2020). *MANAJEMEN KEUANGAN DAN BISNIS; Teori dan Aplikasi*. Gramedia Pustaka Utama. From https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=qln8DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=manajemen+keuangan+bisnis&ots=ZDJ3EHOaQ5&sig=SS8ZlplYbrrqYm65BhhVcQHOKbQ&redir_esc=y#v=onepage&q=manajemen%20keuangan%20bisnis&f=false
- Marlina, L. (2020, Desember). CASHLESS DAN CARDLESS SEBAGAI PERILAKU TRANSAKSI DI ERA DIGITAL: SUATU TINJAUAN TEORETIS DAN EMPIRIS. *Co-Management*, 3(2), 533-542.
- Novia, R. A., Purwanto, & Prakoso, B. (2023). Riset Pasar Pupuk Kasgot. *Jurnal Agrica*, 16(2), 136-151.
- Nurani, S. R. (2015). PERANAN RISET PASAR DAN DESAIN PRODUK TERHADAP PEMASARAN PRODUK PERUSAHAAN WAJAN. *Jurnal ekonologi*, 2(2), 127-130.
- Pardede, F., Nugroho, L., & Hidayah, N. (2022). ANALISA URGENSI DIGITALISASI DAN LAPORAN KEUANGAN BAGI UMKM. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(4), 1531-1542.
- Putri, N. H., Sari, N. S., & Rahmah, N. (2022, Mei). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROSES RISET KONSUMEN: TARGET PASAR, PERILAKU PEMBELIAN DAN PERMINTAAN PASAR (LITERATURE

- REVIEW PERILAKU KONSUMEN). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 504-514.
- Rahman, S. (2020). Bisnis dalam Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 54-62.
- Safitri, M. (2023). Penerapan Manajemen Keuangan dan Pengelolaan Keuangan Sederhana bagi Pelaku UMKM. *Karimah Tauhid*, 2(4), 1204-1210.
- Sri Utami, M. D. (2024). ANALISIS KELAYAKAN BISNIS PADA USAHA MAKANAN TRADISIONAL WINGKO BABAT LOE LAN ING DI KECAMATAN BABAT KABUPATEN LAMONGAN. *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)*, 2(6), 1-12. From <https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/500/478>
- Yudianto, A. (2023, Juni). ANALISIS PERENCANAAN KEUANGAN PADA KELOMPOK USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA AMUNTAI. *Inovatif*, 5(1), 1-11.

LAMPIRAN

A. Laporan Realisasi Agenda Kegiatan Bagian Riset

Pekan 1	Pekan 2	Pekan 3	Pekan 4
Diskusi pembagian tugas (4 Jam)	Melakukan riset jenis produk yang sedang banyak dibutuhkan konsumen (1 Jam)	Melakukan riset konsumen (2 Jam)	Melakukan riset di media sosial mengenai trend terkini (2 Jam)
Melakukan riset jenis produk yang sedang banyak dibutuhkan konsumen (1 Jam)	Melakukan riset pasar mengenai trend packaging yang kekinian (2 Jam)	Melakukan riset lokasi jualan dan harganya (2 Jam)	Melakukan riset yang berkaitan dengan jasa percetakan packaging (3 Jam)
Melakukan riset untuk menentukan desain packaging yang menarik dan ramah lingkungan (2 Jam)	Melakukan riset kepada konsumen terhadap jenis produk yang diinginkan (1 Jam)	Melakukan riset terhadap inovasi bisnis (2 Jam)	Melakukan riset konsumen (2 Jam)
Melakukan riset melalui google maps terkait tempat-tempat yang akan dikunjungi untuk membeli bahan baku (3 Jam)	Melakukan riset kompetitor melalui google maps (1 Jam)	Melakukan riset permintaan pasar atas kebutuhan produk (2 Jam)	Melakukan riset mengenai informasi bazar makanan di media sosial (2 Jam)
Melakukan riset bahan baku di toko roti Tulip dan mirota kampus (3 Jam)	Melakukan riset secara langsung pada kompetitor/Survey (3 Jam)	Melakukan riset terhadap taktik Kompetitor (2 Jam)	Melakukan riset terhadap permintaan pasar terhadap produk (2 Jam)
Melakukan riset packaging di shopee (2 Jam)	Diskusi kelompok melakukan riset perbandingan produk udang keju dengan kompetitor yang ada (2 Jam)	Melakukan riset terhadap peluang bisnis (2 Jam)	Melakukan riset terhadap taktik Kompetitor (2 Jam)
Melakukan perbandingan hasil survey dari toko-toko yang sudah dikunjungi (2 Jam)	Melakukan riset packaging untuk masing-masing varian produk (2 Jam)	Melakukan riset terhadap ketahanan produk (1 jam)	Melakukan riset terhadap peluang bisnis (2 Jam)
Melakukan riset lokasi berjualan yang strategis (5 Jam)	Melakukan riset pada akun media sosial kompetitor, seperti IG	Mempersiapkan hal yang dilakukan untuk riset varian	Diskusi kelompok melakukan riset terhadap

	dan Tiktok (1 Jam)	produk kepada konsumen (2 Jam)	kemungkinan buruk yang terjadi, dan menentukan solusi yang tepat (3 Jam)
Melakukan analisa terhadap produk uji coba dan mengetes kelayakan dari masing-masing varian produk (2 Jam)	Melakukan riset terhadap tester dari masing-masing varian produk (5 Jam)	Melakukan riset pada produk serupa udang keju pada beberapa tempat (4 Jam)	Melakukan evaluasi bagian riset (1 Jam)
Melakukan riset terhadap bentuk dari varian produk yang cocok dan sesuai dengan kebutuhan produksi (2 Jam)	Melakukan riset terhadap efektivitas penggunaan shopee food, go food, dan grab food dalam pemasaran produk (1 Jam)	Melakukan riset dan analisis terhadap konten yang sedang trending (2 Jam)	Melakukan riset terhadap ketahanan produk (1 jam)
Melakukan riset analisis terhadap efektivitas iklan di IG dan Tik-tok (2 Jam)	Melakukan riset toko packaging area Jogja (4 Jam)	Melakukan survey, dan menentukan jumlah produksi untuk penjualan (2 Jam)	Melakukan riset terhadap persentase keberhasilan dari strategi pemasaran untuk masing-masing varian produk (3 Jam)
Melakukan riset terkait pengolahan produk yang tepat (4 Jam)	Melakukan riset toko alat-alat produksi (2 Jam)	Melakukan riset terhadap produk udang keju di beberapa tempat (4 Jam)	Melakukan riset konten yang sedang viral (2 Jam)
Mencari ide nama Brand (2 Jam)	Melakukan riset perlengkapan jualan (3 Jam)	Melakukan evaluasi iklan pemasaran terhadap tingkat penjualan (1 Jam)	Melakukan quality control product bersama bagian produksi (2 Jam)
	Melakukan riset strategi yang tepat untuk memulai bisnis bersama tim (2 Jam)		Melakukan pengembangan produk melalui kritik dan saran konsumen di media sosial (2 Jam)

34 Jam	30 Jam	28 Jam	29 Jam

Pekan 5	Pekan 6	Pekan 7	Pekan 8
Melakukan riset di media sosial mengenai trend terkini (2 Jam)	Melakukan riset konsumen (2 Jam)	Melakukan riset harga bahan baku di Mirota Kampus (2 Jam)	Melakukan riset terhadap permintaan pasar terhadap produk (2 Jam)
Melakukan riset konsumen (2 Jam)	Melakukan riset mengenai informasi bazar makanan di media sosial (2 Jam)	Melakukan riset harga bahan baku di Toko Roti A (2 Jam)	Melakukan riset konsumen (2 Jam)
Melakukan riset mengenai informasi bazar makanan di media sosial (2 Jam)	Melakukan riset terhadap peluang bisnis (2 Jam)	Melakukan riset harga bahan baku di Toko Roti B (2 Jam)	Melakukan riset Kompetitor (2 Jam)
Melakukan riset terhadap permintaan pasar terhadap produk (2 Jam)	Diskusi kelompok melakukan riset terhadap kemungkinan buruk yang terjadi, dan menentukan solusi yang tepat (3 Jam)	Melakukan riset terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap permintaan produk (3 Jam)	Melakukan riset terhadap trending topik mengenai makanan di media sosial (2 Jam)
Melakukan riset terhadap taktik Kompetitor (2 Jam)	Melakukan riset terhadap permintaan pasar terhadap produk (2 Jam)	Melakukan riset di media sosial mengenai trend terkini (2 Jam)	Melakukan riset di media sosial mengenai makanan kekinian (2 Jam)
Melakukan riset terhadap peluang bisnis (2 Jam)	Melakukan riset harga pesaing produk serupa (3 Jam)	Diskusi kelompok membahas peluang bisnis yang ada (2 Jam)	Diskusi kelompok membahas peluang bisnis yang ada (2 Jam)
Diskusi kelompok melakukan riset terhadap kemungkinan buruk yang terjadi, dan menentukan solusi yang tepat (3 Jam)	Melakukan riset strategi kompetitor (2 Jam)	Diskusi kelompok melakukan riset terhadap kemungkinan buruk yang terjadi, dan menentukan solusi yang tepat (3 Jam)	Diskusi kelompok melakukan riset terhadap kemungkinan buruk yang terjadi, dan menentukan solusi yang tepat (3 Jam)

Melakukan analisis strategi pemasaran dan pengaruhnya terhadap tingkat penjualan produk (2 Jam)	Menganalisis kesehatan keuangan bisnis menggunakan rasio keuangan (2 Jam)	Melakukan evaluasi pada bidang pemasaran mengenai pengelolaan media sosial bisnis, (2 Jam)	Melakukan riset mengenai informasi bazar makanan di media sosial (2 Jam)
Melakukan riset dan mencatat Harga terbaru Bahan baku (Ayam Udang) (2 Jam)	Melakukan riset terhadap ketahanan produk (1 jam)	Melakukan riset konsumen (2 Jam)	Melakukan evaluasi bagian riset (1 Jam)
Melakukan riset dan mencatat harga terbaru bahan pelengkap produksi (2 Jam)	Melakukan riset terhadap presentase keberhasilan dari strategi pemasaran untuk masing-masing varian produk (3 Jam)	Melakukan riset terhadap profil media sosial yang menarik (2 Jam)	Melakukan riset terhadap presentase keberhasilan dari strategi pemasaran untuk masing-masing varian produk (3 Jam)
Melakukan riset terhadap ketahanan produk (1 jam)	Melakukan riset terhadap inovasi produk baru (1 Jam)	Melakukan riset terhadap ide konten yang menarik (2 Jam)	Melakukan analisis terkait pengaruh jasa influencer terhadap peningkatan penjualan produk (2 Jam)
Riset Influencer, guna kebutuhan iklan pemasaran (2 Jam)	Melakukan evaluasi cash rasio keuangan bisnis (1 Jam)	Melakukan quality control product bersama bagian produksi (2 Jam)	
Melakukan riset untuk pengembangan varian produk (2 Jam)	Melakukan evaluasi penjualan di akun go food, shopee food, dan grab food (1 Jam)		
	Mempelajari teknik marketing Influencer (2 Jam)		
	Melakukan riset packaging untuk produk baru (2 jam)		
26 Jam	29 Jam	26 Jam	23 Jam

Pekan 9	Pekan 10	Pekan 11	Pekan 12
Melakukan riset konsumen (2 Jam)	Diskusi Tim mengenai tren makanan kekinian (3 Jam)	Diskusi Tim, melakukan riset terhadap perkembangan bisnis (4 Jam)	Melakukan riset konsumen (2 Jam)
Melakukan riset mengenai informasi bazar makanan di media sosial (2 Jam)	Melakukan riset konsumen (2 Jam)	Melakukan riset terhadap permintaan pasar terhadap produk (2 Jam)	Melakukan riset mengenai informasi bazar makanan di media sosial (2 Jam)
Melakukan riset di media sosial terhadap produk yang serupa (2 Jam)	Melakukan riset terhadap permintaan pasar terhadap produk (2 Jam)	Melakukan riset mengenai informasi bazar makanan di media sosial (2 Jam)	Melakukan riset di media sosial terhadap produk yang serupa (2 Jam)
Diskusi kelompok melakukan riset terhadap kemungkinan buruk yang terjadi, dan menentukan solusi yang tepat (3 Jam)	Melakukan riset kompetitor (2 Jam)	Melakukan riset konsumen (2 Jam)	Diskusi kelompok melakukan riset terhadap kemungkinan buruk yang terjadi, dan menentukan solusi yang tepat (3 Jam)
Melakukan riset terhadap permintaan pasar terhadap produk (2 Jam)	Melakukan riset terhadap peluang bisnis (2 Jam)	Melakukan riset Kompetitor (2 Jam)	Melakukan riset terhadap permintaan pasar terhadap produk (2 Jam)
Melakukan riset strategi kompetitor (2 Jam)	Melakukan riset mengenai informasi bazar makanan di media sosial (2 Jam)	Melakukan riset terhadap peluang bisnis (2 Jam)	Melakukan riset strategi kompetitor (2 Jam)
Diskusi kelompok membahas peluang bisnis yang ada (2 Jam)	Melakukan riset harga packaging di Shopee (2 Jam)	Menyiapkan sample produk untuk keperluan riset terhadap minat konsumen pada varian produk (3 Jam)	Diskusi kelompok membahas peluang bisnis yang ada (2 Jam)
Melakukan evaluasi cash rasio keuangan bisnis (1 Jam)	Melakukan riset dan mencatat Harga terbaru Bahan baku (Ayam Udang) (2 Jam)	Melakukan quality control product bersama bagian produksi (2 Jam)	Melakukan evaluasi kinerja bersama Tim (4 Jam)

Melakukan riset terhadap konten sosial media kompetitor (2 Jam)	Melakukan riset dan mencatat harga terbaru bahan pelengkap produksi (2 Jam)		Melakukan riset terhadap presentase keberhasilan dari strategi pemasaran untuk masing-masing varian produk (3 Jam)
Melakukan riset untuk pengembangan varian produk (2 Jam)	Melakukan riset terhadap presentase keberhasilan dari strategi pemasaran untuk masing-masing varian produk (3 Jam)		Melakukan evaluasi cash rasio keuangan bisnis (1 Jam)
	Melakukan riset terhadap inovasi produk baru (1 Jam)		
	Menyiapkan sample produk untuk keperluan riset terhadap minat konsumen pada varian produk (3 Jam)		
20 Jam	26 Jam	18 Jam	23 Jam

B. Laporan Realisasi Agenda Kegiatan Bagian Keuangan

Pekan 1	Pekan 2	Pekan 3	Pekan 4
Melakukan diskusi pembagian tugas (4 jam)	Diskusi dengan bagian Produksi terkait pengeluaran yang akan dilakukan (1 Jam)	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku produksi (3 x 15 menit)	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku produksi (3 x 30 menit)

Melakukan diskusi untuk menentukan kebutuhan biaya pada setiap bagian (3 jam)	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ke Toko Mirota (30 Menit)	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ke Toko Mirota (30 menit)	Melakukan pembayaran atas pembelian kondimen pelengkap (30 menit)
Menyusun anggaran dana yang dibutuhkan kebutuhan (4 jam)	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku (15 Menit)	Melakukan pencatatan keuangan harian (5 X 1 Jam)	Mengkaji ulang untuk penetapan harga jual dengan mengakumulasi seluruh pengeluaran kebutuhan produksi, pemasaran, dan biaya sewa tempat. (2 jam)
Survey harga ke Pasar Pakem (2 Jam)	Membuat perencanaan keuangan bisnis (3 Jam)	Menyusun laporan keuangan Mingguan (2 Jam)	Melakukan pencatatan keuangan harian (5 X 1 Jam)
Survey harga ke kios ayam (1 Jam)	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku produksi (15 Menit)	Menentukan biaya riset (1 Jam)	Menyusun laporan keuangan Mingguan (2 Jam)
Survey harga Mirota Kampus (3 Jam)	Menghitung harga jual dari masing-masing varian produk (4 Jam 15 Menit)		Koordinasi dengan tim pemasaran terkait biaya advertising dan endorse (2 jam)
Melakukan survei harga bahan baku ke Toko Makmur (1 Jam)	Diskusi dengan Tim dalam penetapan harga jual dari masing-masing varian produk (1 Jam 15 Menit)		
Melakukan pencatatan harga bahan baku yang sudah di survey (1 Jam)	Melakukan pencatatan pengeluaran di Ms Excel (1 Jam)		
Membandingkan harga bahan baku yang sudah di survey (2 Jam)	Melakukan perkiraan penghitungan terhadap biaya pemasaran (1 Jam)		

Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku produksi (30 Menit)	Mengakumulasi biaya mingguan bisnis (2 Jam)		
Melakukan pencatatan terhadap transaksi pembelian bahan baku produksi (30 Menit)	Memperkirakan perhitungan terhadap biaya riset (1 Jam 30 Menit)		
	Pembuatan rekening BSI dan pendaftaran QRIS (2 Jam)		
22 Jam	18 Jam	9 Jam 30 menit	14 Jam

Pekan 5	Pekan 6	Pekan 7	Pekan 8
Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang (3 x 30 menit)	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang (3 x 15 menit)	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang (3 x 15 menit)	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang (3 x 15 menit)
Melakukan pembayaran atas pembelian kondimen pelengkap (30 menit)	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ke Toko Mirota (15 menit)	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ke Toko Mirota (15 menit)	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ke Toko Mirota (15 menit)
Melakukan pencatatan keuangan harian (5 X 1 Jam)	Melakukan pencatatan keuangan harian (5 X 1 Jam)	Melakukan pencatatan keuangan harian (5 X 1 Jam)	Melakukan pencatatan keuangan harian (5 X 1 Jam)
Menyusun laporan keuangan Mingguan (2 Jam)	Menyusun laporan keuangan Mingguan (2 Jam)	Menyusun laporan keuangan Mingguan (2 Jam)	Menyusun laporan keuangan Mingguan (2 Jam)
	Melakukan evaluasi kinerja dengan Tim (2 Jam 45 menit)	Menyusun Jurnal Keuangan bisnis (3 Jam)	Koordinasi dengan tim pemasaran terkait biaya advertising dan endorse (3 jam)
	Melakukan pembayaran terhadap pembelian bahan baku untuk keperluan riset		

	(15 menit)		
8 Jam	11 Jam	11 Jam	11 Jam

Pekan 9	Pekan 10	Pekan 11	Pekan 12
Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang (3 x 15 menit)	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang (3 x 15 menit)	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang (3 x 15 menit)	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang (3 x 15 menit)
Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ke Toko Mirota (15 menit)	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ke Toko Mirota (15 menit)	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ke Laris Makmur (15 menit)	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ke Toko Mirota (15 menit)
Melakukan pencatatan keuangan harian (5 X 1 Jam)	Melakukan pembayaran terhadap pembelian bahan baku untuk keperluan riset (15 menit)	Melakukan pencatatan keuangan harian (5 X 1 Jam)	Melakukan pencatatan keuangan harian (5 X 1 Jam)
Menyusun laporan keuangan Mingguan (2 Jam)	Melakukan pencatatan keuangan harian (5 X 1 Jam)	Menyusun laporan keuangan Mingguan (2 Jam)	Menyusun laporan keuangan Mingguan (2 Jam)

Diskusi kelompok berkoordinasi mengenai biaya operasional dan biaya non operasional bisnis (3 Jam)	Menyusun laporan keuangan Mingguan (2 Jam)		Menyusun Jurnal Keuangan bisnis (3 Jam)
	Melakukan pengecekan pembukuan (1 Jam 45 menit)		Koordinasi dengan tim pemasaran terkait biaya pemasaran (2 jam)
			Menyusun Pembukuan keuangan (4 Jam)
11 Jam	10 Jam	8 Jam	17 Jam

C. Laporan Kegiatan Mingguan Bagian Riset

Pekan Ke-1					
No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 1 Juli 2024	Diskusi pembagian tugas	Berdiskusi dengan tim untuk membahas dan membagi job desc masing-masing.	4 Jam	

2	Senin, 1 Juli 2024	Melakukan riset melalui google maps terkait tempat-tempat yang akan dikunjungi untuk membeli bahan baku	Melihat lokasi-lokasi sesuai dengan rencana yang akan dikunjungi untuk mencari toko bahan baku melalui google maps	2 Jam	
3	Senin, 8 Juli 2024	Melakukan riset jenis produk yang sedang banyak dibutuhkan konsumen	Membuat google form untuk mengetahui minat dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk	1 Jam	
4	Selasa, 2 Juli 2024	Melakukan riset bahan baku di toko roti dan mirota kampus	Melakukan pengamatan harga dan kualitas bahan baku di Mirota kampus dan juga toko Rahayu di jalan Palagan untuk keperluan produksi	3 Jam	
5	Rabu, 3 Juli 2024	Melakukan riset packaging di shopee	Melihat berbagai packaging di shopee untuk gambaran packaging yang akan digunakan di kemudian hari	2 Jam	
6	Rabu, 3 Juli 2024	Melakukan perbandingan hasil survey dari toko-toko yang sudah dikunjungi	Melakukan perbandingan hasil-hasil survey dari toko-toko yang sudah dikunjungi	2 Jam	
7	Rabu, 3 Juli 2024	Melakukan riset lokasi berjualan yang strategis di sunday morning UGM	Melakukan riset lokasi berjualan yang strategis di SunMor UGM untuk keperluan jualan di event sunday morning	2 Jam	
8	Rabu, 3 Juli 2024	Melakukan riset lokasi berjualan yang strategis di Pandanaran	Melakukan riset lokasi berjualan yang strategis di Pandanaran	1 Jam 30 Menit	
9	Rabu, 3 Juli 2024	Melakukan riset lokasi berjualan yang strategis	Melakukan riset lokasi berjualan yang	2 Jam	

		di Jalan Nglanjaran	strategis di Jalan Nglanjaran		
10	Rabu, 3 Juli 2024	Melakukan riset terhadap bentuk dari varian produk yang cocok dan sesuai dengan kebutuhan produksi	Mencari inspirasi bentuk-bentuk produk yang akan digunakan untuk produksi yang disesuaikan dengan varian produk	2 Jam	
11	Kamis, 4 Juli 2024	Melakukan analisa terhadap produk uji coba dan mengetes kelayakan dari masing-masing varian produk	Melihat dan mengamati kualitas dan kelayakan dari hasil produk yang sudah dibuat dan dimasukkan kedalam freezer	2 Jam	
12	Kamis, 4 Juli 2024	Melakukan riset terkait pengolahan produk yang tepat	Melakukan riset dengan melihat video tutorial pembuatan produk udang keju dan mengamati pengolahan produk udang keju yang tepat	3 Jam	
13	Kamis, 4 Juli 2024	Melakukan riset untuk menentukan desain packaging yang menarik dan ramah lingkungan	Mencari inspirasi di pinterest mengenai packaging yang menarik dan bahannya ramah lingkungan seperti kardus yang mudah terurai	2 Jam	
14	Kamis, 4 Juli 2024	Melakukan riset terkait pengolahan produk yang tepat	Melakukan riset dengan melihat video tutorial pembuatan produk udang keju dan mengamati pengolahan produk udang keju yang tepat	3 Jam	
15	Jum`at, 5 Juli 2024	Melakukan riset analisis terhadap efektifitas iklan di IG dan Tik-tok	Mencari tahu melalui internet mengenai efektifitas iklan di platform IG dan juga	1 Jam 30 Menit	

			Tik-tok		
16	Jum`at, 12 Juli 2024	Mencari ide nama Brand	Mencari kata yang menjurus ke Ide Bisnis yang spesifik ke makan yang disediakan	2 Jam	
			Total Jam	32 Jam	

Pekan Ke-2					
No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 1 Juli 2024	Melakukan riset strategi yang tepat untuk memulai bisnis bersama tim	Menyusun strategi saat memulai bisnis, mulai dari pembagian job desc saat di lapak sampai dengan penentuan SOP pelayanan konsumen	2 Jam	
2	Senin, 8 Juli 2024	Melakukan riset kepada konsumen terhadap jenis produk yang diinginkan	Membuat google form untuk mengetahui produk yang diinginkan, mengenai jenis produk, harga, kualitas dan rasanya	1 Jam	
3	Senin, 8 Juli 2024	Melakukan riset jenis produk yang sedang banyak dibutuhkan konsumen	Membuat google form untuk mengetahui produk yang sedang banyak dibutuhkan konsumen	1 Jam	
4	Selasa, 9 Juli 2024	Melakukan riset secara langsung pada kompetitor/Survey	Mengunjungi kompetitor Notaria di jalan Monjali dan Gacoan di daerah Jombor untuk mengamati lokasi, strategi penjualan dan kualitas serta rasa dari produk udang keju yang dijual	3 Jam	

5	Rabu 10 Juli 2024	Diskusi kelompok melakukan riset perbandingan produk udang keju dengan kompetitor yang ada	Melakukan analisis terhadap produk yang dijual mulai dari rasa, harga dan kualitas produknya. Dan membahas hasil survey bersama Tim mengenai kelebihan dan kelemahan dari produk kompetitor	2 Jam	
6	Rabu, 10 Juli 2024	Melakukan riset terhadap tester dari masing-masing varian produk	Mengamati tekstur adonan mentah produk yang akan dibentuk dan mengamati rasa dan juga kualitas dari adonan produk yang sudah digoreng	5 Jam	
7	Kamis, 4 Juli 2024	Melakukan riset toko packaging area Jogja	Melakukan survey dan pengamatan ke toko Rahayu di Palagan, toko Plastik 60 di Palagan, toko plastik 60 di Mrican, dan toko plastik kecil-kecilan di daerah Palagan	4 Jam	
8	Kamis, 4 Juli 2024	Melakukan riset packaging untuk masing-masing varian produk	Melakukan pengamatan dan analisis terhadap bentuk packaging yang cocok untuk produk yang akan dijual melalui internet (pinterest)	2 Jam	
9	Kamis, 11 Juli 2024	Melakukan riset terhadap efektivitas penggunaan shopee food, go food, dan grab food dalam pemasaran produk	Membuat google form untuk mengetahui platform yang sering dan paling banyak digunakan konsumen untuk memesan makanan secara online	1 Jam	

10	Kamis, 11 Juli 2024	Melakukan riset terhadap efektivitas penggunaan shopee food, go food, dan grab food dalam pemasaran produk	Membuat google form untuk mengetahui platform yang sering dan paling banyak digunakan konsumen untuk memesan makanan secara online	1 Jam	
11	Jum`at, 5 Juli 2024	Melakukan riset pasar mengenai trend packaging yang kekinian	Mengamati packaging produk yang sering dan ramai digunakan penjual untuk membungkus produknya	2 Jam	
12	Jum`at, 5 Juli 2024	Melakukan riset kompetitor melalui google maps	Melakukan pencarian lokasi kompetitor udang keju yang masih aktif berjualan di area Jogja terutama di daerah Jalan Kaliurang melalui google maps	1 Jam	
13	Jum`at, 5 Juli 2024	Melakukan riset pada akun media sosial kompetitor, seperti IG dan Tiktok	Melakukan pengamatan terhadap penataan konten media sosial kompetitor (Gacoan, dan Notaria) di Intagram	1 Jam	
14	Jum`at, 5 Juli 2024	Melakukan riset toko alat-alat produksi	Melakukan survey dan pengamatan terhadap alat-alat yang dibutuhkan dan akan digunakan untuk memproduksi udang keju	2 Jam	
15	Jum`at, 5 Juli 2024	Melakukan riset perlengkapan jualan	Melakukan survey di PROGO untuk melihat dan mengamati harga perlengkapan jualan yang dibutuhkan dan nantinya akan digunakan saat jualan	2 Jam	

			Total Jam	29 Jam	
--	--	--	------------------	---------------	--

Pekan Ke-3					
No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 15 Juli 2024	Melakukan riset konsumen	Melakukan riset konsumen	2 Jam	
2	Senin, 15 Juli 2024	Melakukan riset permintaan pasar atas kebutuhan produk	Melakukan riset permintaan pasar atas kebutuhan produk	2 jam	
3	Senin, 15 Juli 2024	Mempersiapkan hal yang dilakukan untuk riset varian produk kepada konsumen	Melakukan diskusi dengan bagian produksi untuk mempersiapkan hal-hal yang dibutuhkan mengenai variasi produk yang akan disediakan	2 Jam	
4	Senin, 15 Juli 2024	Melakukan survey, dan menentukan jumlah produksi untuk penjualan	Melakukan diskusi dengan bagian produksi untuk menentukan jumlah produksi dilihat dari proporsi penjualan yang sudah ada	2 Jam	
5	Selasa, 9 Juli 2024	Melakukan riset lokasi jualan dan harganya	Melakukan riset lokasi jualan dan harganya	2 Jam	
6	Selasa, 16 Juli 2024	Melakukan riset terhadap inovasi bisnis	Melakukan uji coba pembuatan saos keju berdasarkan hasil riset di video tutorial dalam aplikasi tik-tok, guna menyediakan variasi saus produk	2 Jam	
7	Selasa, 16 Juli 2024	Melakukan riset terhadap taktik Kompetitor	Melakukan riset terhadap taktik Kompetitor	2 Jam	
8	Selasa, 16 Juli	Melakukan riset pada produk serupa undang	Melakukan pengamatan di media	4 Jam	

	2024	keju	sosial terhadap produk serupa udang keju		
9	Rabu, 17 Juli 2024	Melakukan riset terhadap peluang bisnis	Melakukan pengamatan di media sosial terkait ide jualan yang bisa diterapkan di dalam bisnis	2 Jam	
10	Rabu, 17 Juli 2024	Melakukan riset terhadap ketahanan produk	Mengamati warna, tekstur, dan bau adonan stock yang akan dijual belikan	1 Jam	
11	Kamis, 18 Juli 2024	Melakukan riset dan analisis terhadap konten yang sedang trending	Melakukan pengamatan melalui media sosial tik-tok terkait video yang sedang ramai melalui FYP Tik-Tok	2 Jam	
12	Kamis, 18 Juli 2024	Melakukan riset terhadap produk udang keju di beberapa tempat	Membeli dan merasakan produk udang keju di Notaria (Monjali), Gacoan (Jombor), dan Mie Doyok (Jalan Kaliurang)	4 Jam	
13	Jum`at, 19 Juli 2024	Melakukan evaluasi iklan pemasaran terhadap tingkat penjualan	Melihat rekap penjualan untuk membandingkan proporsi penjualan setiap harinya, apakah berbeda meningkat kah, menurun kah, atau tetap	1 Jam	
Total Jam				28 Jam	

Pekan Ke-4					
No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 26 Agustus	Melakukan riset trend	Melakukan riset di media sosial mengenai trend terkini	2 Jam	

	2024				
2	Senin, 26 Agustus 2024	Melakukan riset perencanaan packaging	Melakukan riset yang berkaitan dengan jasa perencanaan packaging	3 Jam	
3	Selasa, 27 Agustus 2024	Melakukan riset konsumen	Melakukan riset konsumen	3 Jam	
4	Selasa, 27 Agustus 2024	Melakukan riset info bazar	Melakukan riset mengenai informasi bazar makanan di media sosial IG atau Tik-Tok	2 Jam	
5	Selasa, 27 Agustus 2024	Melakukan riset pasar	Melakukan riset terhadap permintaan pasar terhadap produk	2 Jam	
6	Selasa, 27 Agustus 2024	Melakukan riset kompetitor	Melakukan riset terhadap taktik Kompetitor	2 Jam	
7	Selasa, 27 Agustus 2024	Melakukan diskusi tim	Diskusi kelompok melakukan riset terhadap kemungkinan buruk yang terjadi, dan menentukan solusi yang tepat	3 Jam	
8	Selasa, 27 Agustus 2024	Melakukan evaluasi	Melakukan evaluasi bagian riset	2 Jam	
9	Rabu, 28 Agustus 2024	Melakukan riset peluang bisnis	Melakukan riset terhadap peluang bisnis	2 Jam	
10	Rabu, 28 Agustus 2024	Melakukan riset ketahanan produk	Melakukan riset terhadap ketahanan produk	1 Jam	
11	Rabu, 28	Melakukan riset	Melakukan riset	3 Jam	

	Agustus 2024	pengaruh pemasaran terhadap penjualan	terhadap persentase keberhasilan dari strategi pemasaran untuk masing-masing varian produk		
12	Rabu, 28 Agustus 2024	Melakukan quality control produk	Melakukan quality control product bersama bagian produksi	2 Jam	
13	Kamis, 29 Agustus 2024	Melakukan riset konten viral	Melakukan riset konten yang sedang viral	2 Jam	
14	Kamis, 29 Agustus 2024	Melakukan pengembangan produk	Melakukan pengembangan produk melalui kritik dan saran konsumen di media sosial	2 Jam	
			Total Jam	21 Jam	

Pekan Ke-5					
No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 2 September 2024	Melakukan riset trend	Melakukan riset di media sosial mengenai trend terkini	2 Jam	
2	Selasa, 3 September 2024	Melakukan riset konsumen	Melakukan riset konsumen	2 Jam	
3	Selasa, 3 September 2024	Melakukan riset info bazar	Melakukan riset mengenai informasi bazar makanan di media sosial	2 Jam	
4	Rabu, 4 September 2024	Melakukan riset pasar	Melakukan riset terhadap permintaan pasar terhadap produk	2 Jam	
5	Rabu, 4 September 2024	Melakukan riset kompetitor	Melakukan riset terhadap taktik Kompetitor	2 Jam	
6	Rabu, 4	Melakukan riset	Melakukan riset	2 Jam	

	September 2024	peluang bisnis	terhadap peluang bisnis		
7	Kamis, 5 September 2024	Melakukan diskusi tim	Diskusi kelompok melakukan riset terhadap kemungkinan buruk yang terjadi, dan menentukan solusi yang tepat	3 Jam	
8	Kamis, 5 September 2024	Melakukan riset terhadap strategi pemasaran	Melakukan analisis strategi pemasaran dan pengaruhnya terhadap tingkat penjualan produk	2 Jam	
9	Kamis, 5 September 2024	Melakukan riset harga terbaru bahan baku	Melakukan riset dan mencatat Harga terbaru Bahan baku (Ayam Udang)	2 Jam	
10	Kamis, 5 September 2024	Melakukan riset harga terbaru bahan pelegkap	Melakukan riset dan mencatat harga terbaru bahan pelengkap produksi	2 Jam	
11	Jumat, 6 September 2024	Melakukan riset ketahanan produk	Melakukan riset terhadap ketahanan produk	30 menit	
12	Jumat, 6 September 2024	Melakukan riset influencer	Riset Influencer, guna kebutuhan iklan pemasaran	2 Jam	
13	Jumat, 6 September 2024	Melakukan riset pengembangan	Melakukan riset untuk pengembangan varian produk	2 Jam	
			Total Jam	16 Jam	

Pekan Ke-6					
No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 9 September 2024	Melakukan riset konsumen	Melakukan riset konsumen	2 Jam	
2	Senin, 9 September 2024	Melakukan riset info bazar	Melakukan riset mengenai informasi bazar makanan di	2 Jam	

			media sosial		
3	Senin, 9 September 2024	Melakukan riset peluang	Melakukan riset terhadap peluang bisnis	2 Jam	
4	Selasa, 10 September 2024	Melakukan diskusi tim	Diskusi kelompok melakukan riset terhadap kemungkinan buruk yang terjadi, dan menentukan solusi yang tepat	3 Jam	
5	Selasa, 10 September 2024	Melakukan riset pasar	Melakukan riset terhadap permintaan pasar terhadap produk	2 Jam	
6	Selasa, 10 September 2024	Melakukan riset kompetitor	Melakukan riset harga pesaing produk serupa	3 Jam	
7	Selasa, 10 September 2024	Melakukan riset kompetitor	Melakukan riset strategi kompetitor	2 Jam	
8	Rabu, 11 September 2024	Melakukan riset keuangan bisns	Menganalisis kesehatan keuangan bisnis menggunakan rasio keuangan	2 Jam	
9	Kamis, 12 September 2024	Melakukan riset ketahanan produk	Melakukan riset terhadap ketahanan produk	1 Jam	
10	Kamis, 12 September 2024	Melakukan riset strategi pemasaran	Melakukan riset terhadap presentase keberhasilan dari strategi pemasaran untuk masing-masing varian produk	3 Jam	
11	Kamis, 12 September 2024	Melakukan riset inovasi bisnis	Melakukan riset terhadap inovasi produk baru	1 Jam	
12	Kamis, 12 September 2024	Melakukan riset packaging	Melakukan riset packaging untuk produk baru	2 Jam	
13	Jumat, 13 September	Melakukan riset	Melakukan evaluasi	1 Jam	

	r 2024	keuangan bisns	cash rasio keuangan bisns		
14	Jumat, 13 September 2024	Melakukan riset online shop bisns	Melakukan evaluasi penjualan di akun go food, shopee food, dan grab food	1 Jam	
15	Jumat, 13 September 2024	Melakukan riset tehnik marketing bisns	Mempelajari tehnik marketing Influencer	2 Jam	
			Total Jam	17 Jam	

Pekan Ke-7					
No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 16 September 2024	Melakukan riset harga bahan baku	Melakukan riset harga bahan baku di Mirota Kampus	2 Jam	
2	Senin, 16 September 2024	Melakukan riset harga bahan baku	Melakukan riset harga bahan baku di Toko Laris Makmur	2 Jam	
3	Senin, 16 September 2024	Melakukan riset harga bahan baku	Melakukan riset harga bahan baku di Toko Degolan dan Eltron Pakem	2 Jam	
4	Selasa, 17 September 2024	Melakukan riset konsumen	Melakukan riset terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap permintaan produk	3 Jam	
5	Selasa, 17 September 2024	Melakukan riset media sosial	Melakukan riset di media sosial mengenai trend terkini	2 Jam	
6	Selasa, 17 September 2024	Melakukan riset peluang bisns	Diskusi kelompok membahas peluang bisns yang ada	2 Jam	
7	Rabu, 18 September 2024	Melakukan diskusi tim	Diskusi kelompok melakukan riset terhadap kemungkinan buruk yang terjadi, dan menentukan solusi	3 Jam	

			yang tepat		
8	Rabu, 18 September 2024	Melakukan evaluasi pemasaran	Melakukan evaluasi pada bidang pemasaran mengenai pengelolaan media sosial bisnis	2 Jam	
9	Kamis, 19 September 2024	Melakukan riset konsumen	Melakukan riset konsumen	2 Jam	
10	Kamis, 19 September 2024	Melakukan riset media sosial	Melakukan riset terhadap profil media sosial yang menarik	2 Jam	
11	Kamis, 19 September 2024	Melakukan riset konten	Melakukan riset terhadap ide konten yang menarik	2 Jam	
12	Jumat, 20 September 2024	Melakukan riset terhadap ketahanan produk	Melakukan quality control product bersama bagian produksi	2 Jam	
			Total Jam	16 Jam	

Pekan Ke-8					
No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 23 September 2024	Melakukan riset pasar	Melakukan riset terhadap permintaan pasar terhadap produk	2 Jam	
2	Senin, 23 September 2024	Melakukan riset konsumen	Melakukan riset konsumen	3 Jam	
3	Selasa, 24 September 2024	Melakukan riset kompetitor	Melakukan riset Kompetitor	2 Jam	
4	Selasa, 24 September 2024	Melakukan riset trend makanan	Melakukan riset terhadap trending topik mengenai makanan di media sosial	2 Jam	
5	Selasa, 24 September 2024	Melakukan riset media sosial	Melakukan riset di media sosial mengenai makanan kekinian	2 Jam	
6	Rabu, 25 September 2024	Melakukan riset peluang bisnis	Diskusi kelompok membahas peluang	2 Jam	

	r 2024		bisnis yang ada		
7	Rabu, 25 September 2024	Melakukan diskusi tim	Diskusi kelompok melakukan riset terhadap kemungkinan buruk yang terjadi, dan menentukan solusi yang tepat	3 Jam	
8	Kamis, 26 September 2024	Melakukan riset info bazar	Melakukan riset mengenai informasi bazar makanan di media sosial	2 Jam	
9	Kamis, 26 September 2024	Melakukan riset strategi pemasaran	Melakukan riset terhadap presentase keberhasilan dari strategi pemasaran untuk masing-masing varian produk	3 Jam	
10	Jumat, 27 September 2024	Melakukan evaluasi bagian riset	Melakukan evaluasi bagian riset	1 Jam	
11	Rabu, 9 Oktober 2024	Melakukan riset hasil endorse	Melakukan analisis terkait pengaruh jasa influencer terhadap peningkatan penjualan produk	2 Jam	
			Total Jam	20 Jam	

Pekan Ke-9					
No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 30 September 2024	Melakukan riset konsumen	Melakukan riset konsumen	2 Jam	
2	Selasa, 1 Oktober 2024	Melakukan riset info bazar	Melakukan riset mengenai informasi bazar makanan di media sosial	2 Jam	
3	Selasa, 1 Oktober 2024	Melakukan riset media sosial	Melakukan riset di media sosial terhadap produk yang serupa	2 Jam	

4	Rabu, 2 Oktober 2024	Melakukan diskusi tim	Diskusi kelompok melakukan riset terhadap kemungkinan buruk yang terjadi, dan menentukan solusi yang tepat	3 Jam	
5	Rabu, 2 Oktober 2024	Melakukan riset pasar	Melakukan riset terhadap permintaan pasar terhadap produk	2 Jam	
6	Rabu, 2 Oktober 2024	Melakukan riset kompetitor	Melakukan riset strategi kompetitor	2 Jam	
7	Kamis, 3 Oktober 2024	Melakukan riset peluang bisnis	Diskusi kelompok membahas peluang bisnis yang ada	2 Jam	
8	Kamis, 3 Oktober 2024	Melakukan evaluasi keuangan	Melakukan evaluasi cash rasio keuangan bisnis	1 Jam	
9	Jumat, 4 Oktober 2024	Melakukan riset kompetitor	Melakukan riset terhadap konten sosial media kompetitor	2 Jam	
10	Jumat, 4 Oktober 2024	Melakukan riset pengembangan	Melakukan riset untuk pengembangan varian produk	2 Jam	
Total Jam				16 Jam	

Pekan Ke-10					
No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 7 Oktober 2024	Melakukan diskusi tim	Diskusi Tim mengenai trend makanan kekinian	3 Jam	
2	Senin, 7 Oktober 2024	Melakukan riset konsumen	Melakukan riset konsumen	2 Jam	
3	Senin, 7 Oktober 2024	Melakukan riset pasar	Melakukan riset terhadap permintaan pasar terhadap produk	2 Jam	
4	Senin, 7 Oktober	Melakukan riset kompetitor	Melakukan riset kompetitor	2 Jam	

	2024				
5	Senin, 7 Oktober 2024	Melakukan riset peluang	Melakukan riset terhadap peluang bisnis	2 Jam	
6	Selasa, 8 Oktober 2024	Melakukan riset info bazar	Melakukan riset mengenai informasi bazar makanan di media sosial	2 Jam	
7	Selasa, 8 Oktober 2024	Melakukan riset packaging	Melakukan riset harga packaging di Shopee	2 Jam	
8	Rabu, 9 Oktober 2024	Melakukan riset bahan baku	Melakukan riset dan mencatat Harga terbaru Bahan baku (Ayam Udang)	2 Jam	
9	Rabu, 9 Oktober 2024	Melakukan riset bahan pelengkap	Melakukan riset dan mencatat harga terbaru bahan pelengkap produksi	2 Jam	
10	Kamis, 10 Oktober 2024	Melakukan riset strategi pemasaran	Melakukan riset terhadap presentase keberhasilan dari strategi pemasaran untuk masing-masing varian produk	3 Jam	
11	Kamis, 10 Oktober 2024	Melakukan riset inovasi bisnis	Melakukan riset terhadap inovasi produk baru	1 Jam	
12	Jumat, 11 Oktober 2024	Melakukan riset konsumen	Menyiapkan sample produk untuk keperluan riset terhadap minat konsumen pada varian produk	2 Jam	
			Total Jam	16 Jam	

Pekan Ke-11					
No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 14 Oktober	Melakukan diskusi Tim	Diskusi Tim, melakukan riset terhadap	4 Jam	

	2024		perkembangan bisnis		
2	Selasa, 15 Oktober 2024	Melakukan riset pasar	Melakukan riset terhadap permintaan pasar terhadap produk	2 Jam	
3	Selasa, 15 Oktober 2024	Melakukan riset info bazar	Melakukan riset mengenai informasi bazar makanan di media sosial	2 Jam	
4	Rabu, 16 Oktober 2024	Melakukan riset konsumen	Melakukan riset konsumen	2 Jam	
5	Rabu, 16 Oktober 2024	Melakukan riset kompetitor	Melakukan riset Kompetitor	2 Jam	
6	Rabu, 16 Oktober 2024	Melakukan riset peluang	Melakukan riset terhadap peluang bisnis	2 Jam	
7	Kamis, 17 Oktober 2024	Melakukan riset varian produk	Menyiapkan sample produk untuk keperluan riset terhadap minat konsumen pada varian produk	3 Jam	
8	Jumat. 18 Oktober 2024	Melakukan quality control	Melakukan quality control product bersama bagian produksi	2 Jam	
			Total Jam	15 Jam	




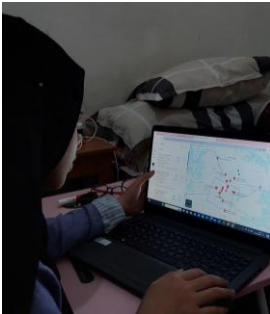
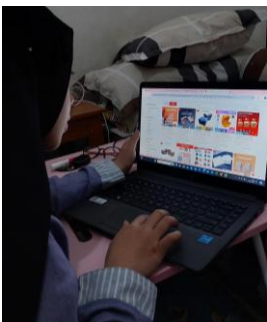
Pekan Ke-12					
No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 21 Oktober 2024	Melakukan riset konsumen	Melakukan riset konsumen	2 Jam	
2	Senin, 21 Oktober 2024	Melakukan riset info bazar	Melakukan riset mengenai informasi bazar makanan di media sosial	2 Jam	

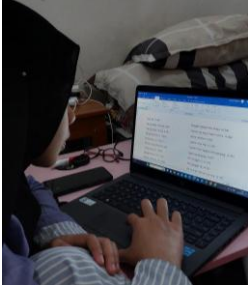
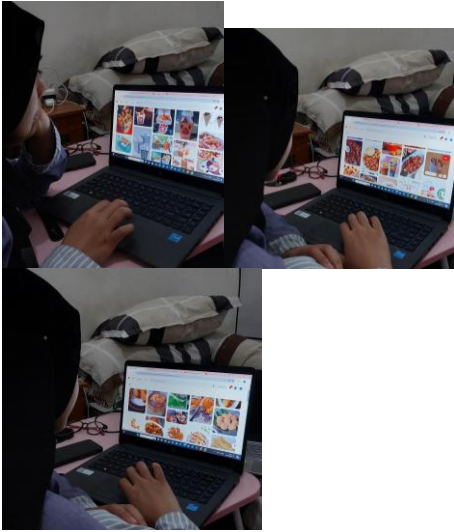
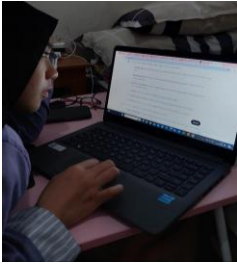
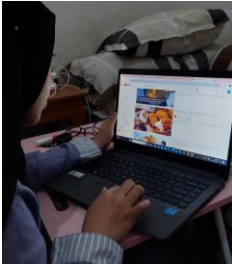

3	Selasa, 22 Oktober 2024	Melakukan riset kompetitor	Melakukan riset di media sosial terhadap produk yang serupa	2 Jam	
4	Rabu, 23 Oktober 2024	Melakukan diskusi Tim	Diskusi kelompok melakukan riset terhadap kemungkinan buruk yang terjadi, dan menentukan solusi yang tepat	3 Jam	
5	Rabu, 23 Oktober 2024	Melakukan riset pasar	Melakukan riset terhadap permintaan pasar terhadap produk	2 Jam	
6	Kamis, 24 Oktober 2024	Melakukan riset kompetitor	Melakukan riset strategi kompetitor	2 Jam	
7	Kamis, 24 Oktober 2024	Melakukan diskusi Tim	Diskusi kelompok membahas peluang bisnis yang ada	2 Jam	
8	Kamis, 24 Oktober 2024	Melakukan Evaluasi keuangan	Melakukan evaluasi cash rasio keuangan bisnis	1 Jam	
9	Jumat, 25 Oktober 2024	Melakukan riset pemasaran	Melakukan riset terhadap persentase keberhasilan dari strategi pemasaran untuk masing-masing varian produk	3 Jam	
10	Jumat, 25 Oktober 2024	Melakukan Evaluasi	Melakukan evaluasi kinerja bersama Tim	4 Jam	
			Total Jam	23 Jam	


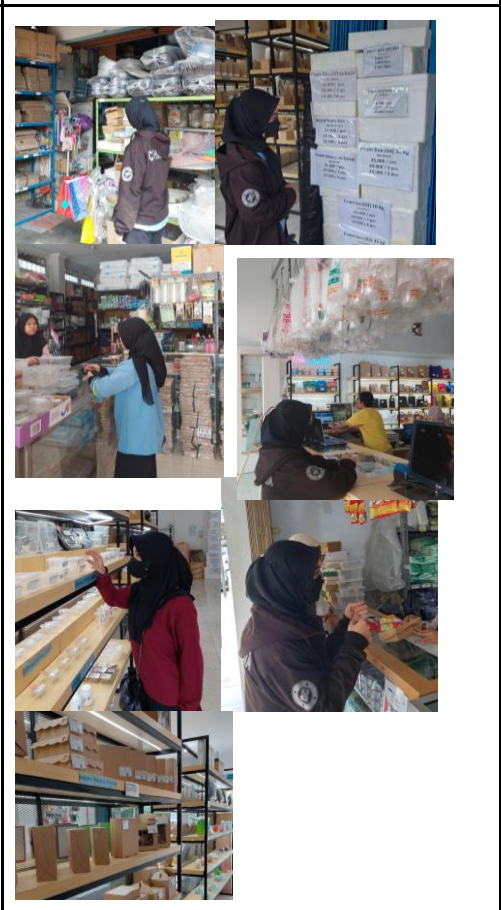
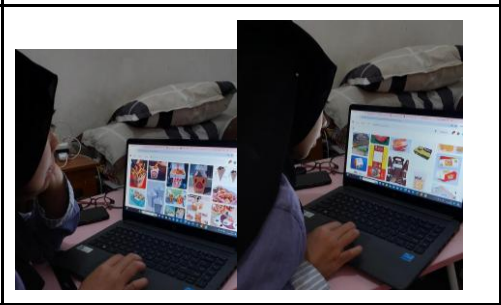
D. Bukti Agenda Kegiatan Bagian Riset

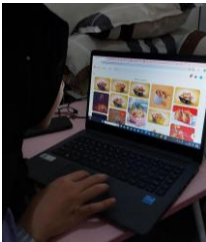
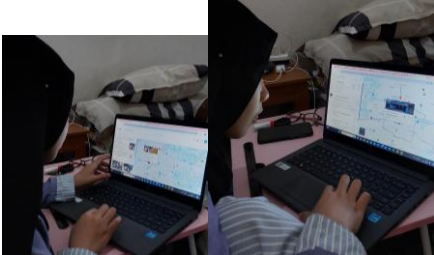
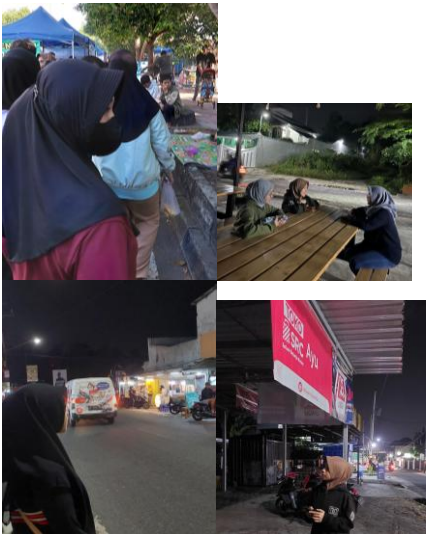
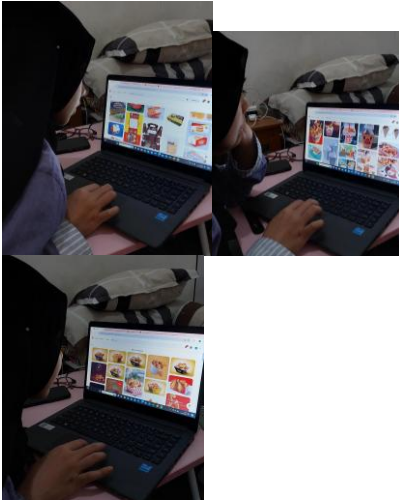
PEKAN 1

No	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Gambar
----	----------	-----------------	--------

1.	Diskusi pembagian tugas	Berdiskusi dengan tim untuk membahas dan membagi <i>job desc</i> masing-masing.	
2.	Melakukan riset strategi yang tepat untuk memulai bisnis bersama tim	Menyusun strategi saat memulai bisnis, mulai dari pembagian job desc saat di lapak sampai dengan penentuan SOP pelayanan konsumen	
3.	Melakukan riset untuk menentukan desain packaging yang menarik dan ramah lingkungan	Mencari inspirasi di pinterest mengenai packaging yang menarik dan bahannya ramah lingkungan seperti kardus yang mudah terurai	
4.	Melakukan riset melalui google maps terkait tempat-tempat yang akan dikunjungi untuk membeli bahan baku	Melihat lokasi-lokasi sesuai dengan rencana yang akan dikunjungi untuk mencari toko bahan baku melalui google maps	
5.	Melakukan riset packaging di shopee	Melihat berbagai packaging di shopee untuk gambaran packaging yang akan digunakan di kemudian hari	

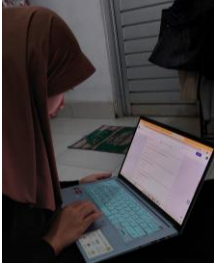
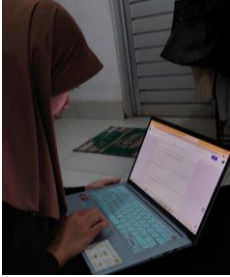

6.	Melakukan perbandingan hasil survey dari toko-toko yang sudah dikunjungi	Melakukan perbandingan hasil-hasil survey dari toko-toko yang sudah dikunjungi	
7.	Melakukan riset terhadap bentuk dari varian produk yang cocok dan sesuai dengan kebutuhan produksi	Mencari inspirasi bentuk-bentuk produk yang akan digunakan untuk produksi yang disesuaikan dengan varian produk	
8.	Melakukan riset analisis terhadap efektifitas iklan di IG dan Tik-tok	Mencari tahu melalui internet mengenai efektifitas iklan di platform IG dan juga Tik-tok	
9.	Melakukan riset terkait pengolahan produk yang tepat	Melakukan riset dengan melihat video tutorial pembuatan produk udang keju dan mengamati pengolahan produk udang keju yang tepat	
10.	Melakukan riset perlengkapan jualan	Melakukan survey di PROGO untuk melihat dan mengamati harga perlengkapan jualan yang dibutuhkan dan nantinya akan digunakan saat jualan	




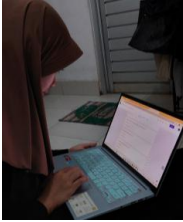
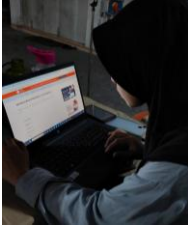

<p>11.</p>	<p>Melakukan riset toko alat-alat produksi</p>	<p>Melakukan survey dan pengamatan terhadap alat-alat yang dibutuhkan dan akan digunakan untuk memproduksi udang keju</p>	
<p>12.</p>	<p>Melakukan riset toko packaging area Jogja</p>	<p>Melakukan survey dan pengamatan ke toko Rahayu di Palagan, toko Plastik 60 di Palagan, toko plastik 60 di Mrican, dan toko plastik kecil-kecilan di daerah Palagan</p>	
<p>13.</p>	<p>Melakukan riset pasar mengenai trend packaging yang kekinian</p>	<p>Mengamati packaging produk yang sering dan ramai digunakan penjual untuk membungkus produknya</p>	


			
14.	Melakukan riset kompetitor melalui google maps	Melakukan pencarian lokasi kompetitor udang keju yang masih aktif berjualan di area Jogja terutama di daerah Jalan Kaliurang melalui google maps	
15.	Melakukan riset lokasi berjualan yang strategis	Melakukan riset lokasi berjualan yang strategis di SunMor UGM untuk keperluan jualan di <i>event sunday morning</i> , kemudian survey lokasi di jalan Pandanaran, dan juga jalan Nglanjaran	
16.	Melakukan riset packaging untuk masing-masing varian produk	Melakukan pengamatan dan analisis terhadap bentuk packaging yang cocok untuk produk yang akan dijual melalui internet (pinterest)	

17.	Melakukan riset pada akun media sosial kompetitor, seperti IG dan Tiktok	Melakukan pengamatan terhadap penataan konten media sosial kompetitor (Gacoan, dan Notaria) di Intagram	
18.	Melakukan riset bahan baku di toko roti dan mirota kampus dan toko Rahayu	Melakukan pengamatan harga dan kualitas bahan baku di Mirota kampus dan juga toko Rahayu di jalan Palagan untuk keperluan produksi	


PEKAN 2

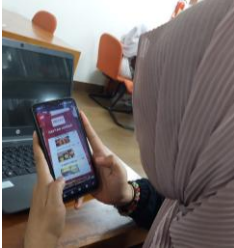
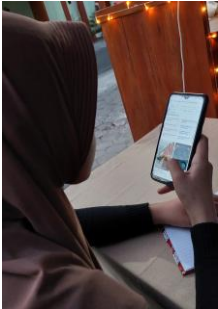



No	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Gambar
1.	Melakukan riset jenis produk yang sedang banyak dibutuhkan konsumen	Membuat google form untuk mengetahui minat dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk	
20.	Melakukan riset kepada konsumen terhadap jenis produk yang diinginkan	Membuat google form untuk mengetahui produk yang diinginkan, mengenai jenis produk, harga, kualitas dan rasanya	
21.	Melakukan riset secara langsung pada kompetitor/Survey	Mengunjungi kompetitor Notaria di jalan Monjali dan Gacoan di daerah Jombor untuk mengamati lokasi, strategi penjualan dan kualitas serta rasa dari produk udang keju yang dijual	

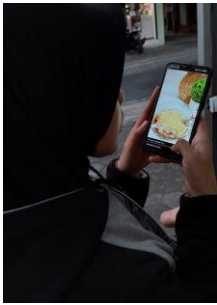



22.	Diskusi kelompok melakukan riset perbandingan produk udang keju dengan kompetitor yang ada	Melakukan analisis terhadap produk yang dijual mulai dari rasa, harga dan kualitas produknya. Dan membahas hasil survey bersama Tim mengenai kelebihan dan kelemahan dari produk kompetitor	
23.	Melakukan analisa terhadap produk uji coba dan mengetes kelayakan dari masing-masing varian produk	Melihat dan mengamati kualitas dan kelayakan dari hasil produk yang sudah dibuat dan dimasukkan kedalam freezer	
24.	Melakukan riset terhadap tester dari masing-masing varian produk	Mengamati tekstur adonan mentah produk yang akan dibentuk dan mengamati rasa dan juga kualitas dari adonan produk yang sudah digoreng	
25.	Melakukan riset terhadap efektivitas penggunaan shopee food, go food, dan grab food dalam pemasaran produk	Membuat google form untuk mengetahui <i>platform</i> yang sering dan paling banyak digunakan konsumen untuk memesan makanan secara <i>online</i>	
26.	Mencari ide nama Brand	Mencari inspirasi nama brand di internet	
27.	Melakukan riset lokasi jualan dan harganya	Melakukan survey ke jalan Nglanjaran untuk bertemu ke penyedia lapak dan berbincang tentang harga sewa bulanan, kemudian survey ke lapangan	

		Dengung dan bertanya kepada pengurus lokasi terkait harga sewa, dan juga melakukan survey ke jalan Pandanaran dan lokasi Sunday morning UGM	
28	Melakukan riset konsumen	Melakukan pengamatan terhadap pengguna jalan yang sedang melintas, memperkirakan banyaknya pengguna jalan yang lewat	

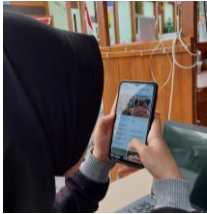
PEKAN 3

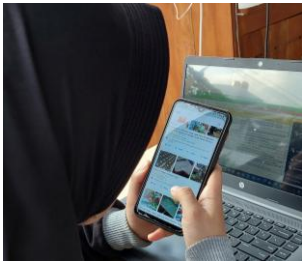
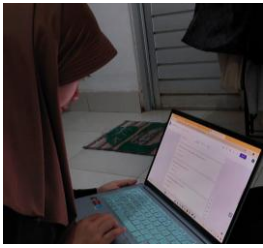
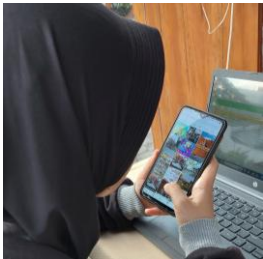
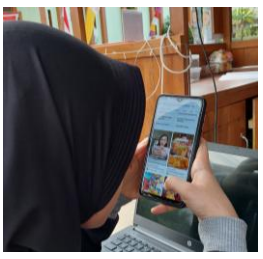
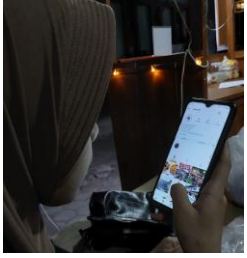
No	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Gambar
29	Melakukan riset terhadap inovasi bisnis	Melakukan uji coba pembuatan saos keju berdasarkan hasil riset di video tutorial dalam aplikasi tik-tok, guna menyediakan variasi saos produk	 
30	Melakukan riset permintaan pasar atas kebutuhan produk	Melakukan pencarian di tik-tok dengan kata kunci jajanan yang banyak dicari konsumen	




31	Melakukan riset terhadap taktik Kompetitor	Melakukan pengamatan terhadap media sosial kompetitor, mengenai penataan feed dan pembuatan konten serta penampakan stand yang digunakan	
32	Melakukan riset terhadap peluang bisnis	Mencari ide menu yang kira-kira akan disiapkan untuk menjadi menu tambahan	
33	Melakukan riset terhadap ketahanan produk	Mengamati warna, tekstur, dan bau adonan stock yang akan dijual belikan	
34	Mempersiapkan hal yang dilakukan untuk riset varian produk kepada konsumen	Melakukan diskusi dengan bagian produksi untuk mempersiapkan hal-hal yang dibutuhkan mengenai variasi produk yang akan disediakan	
35	Melakukan riset pada produk serupa udang keju pada beberapa tempat	Melakukan riset mengenai citarasa teknik penyajian, dan harga di lokasi yang menjual udang keju	

36	Melakukan riset dan analisis terhadap konten yang sedang trending	Melakukan pengamatan terhadap konten yang sedang FYP mengenai sound yang sedang ramai digunakan	
37	Melakukan survey, dan menentukan jumlah produksi untuk penjualan (2 Jam)	Melakukan diskusi dengan bagian produksi untuk menentukan jumlah produksi dilihat dari proporsi penjualan yang sudah ada	
38	Melakukan riset terhadap produk udang keju di beberapa tempat (4 Jam)	Membeli dan merasakan produk udang keju di Notaria (Monjali), Gacoan (Jombor), dan Mie Doyok (Jalan Kaliurang)	
39	Melakukan evaluasi iklan pemasaran terhadap tingkat penjualan (1 Jam)	Melihat rekap penjualan untuk membandingkan proporsi penjualan setiap harinya, apakah berbeda meningkat kah, menurun kah, atau tetap	

PEKAN 4

40	Melakukan riset di media sosial mengenai trend terkini	Melihat trend di tik tok mengenai konten makanan yang sedang trend	
----	--	--	---


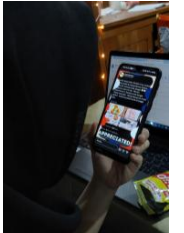


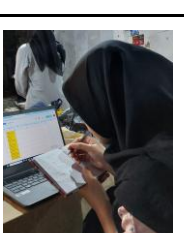
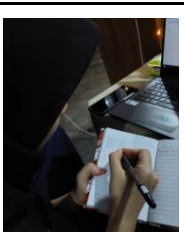
41	Melakukan riset yang berkaitan dengan jasa percetakan packaging	Melakukan riset di google maps mengenai percetakan packaging di area Jogja, terkait kualitas, harga dan review customer	
42	Melakukan riset konsumen	Melakukan survei melalui google form untuk mengetahui minat konsumen terhadap jajanan	
43	Melakukan riset mengenai informasi bazar makanan di media sosial	Mencari info bazar di Instagram yang sekiranya bisa diikuti	
44	Melakukan riset terhadap permintaan pasar terhadap produk	Melihat konten di Tik-tok mengenai trend pencarian makanan oleh konsumen (yang sering dan banyak dicari oleh orang)	
45	Melakukan riset terhadap taktik Kompetitor	Melihat melalui sosial media kompetitor di Instagram mengenai penataan media sosial, review customer, dan konten yang ada di akun kompetitor tersebut	




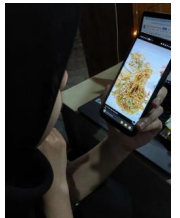
46	Melakukan riset terhadap peluang bisnis	Mencari ide-ide menu makanan yang sekiranya bisa diupayakan untuk menjadi menu tambahan	
47	Diskusi kelompok melakukan riset terhadap kemungkinan buruk yang terjadi, dan menentukan solusi yang tepat	Berdiskusi bersama kelompok mengenai kendala yang dialami di dalam bisnis dan menentukan solusi untuk mengatasi masalah tersebut	
48	Melakukan evaluasi bagian riset	Mengevaluasi bagian riset, kira-kira hal apa yang perlu ditelusuri lebih lanjut, dikembangkan, dan diterapkan dalam bisnis	
49	Melakukan riset terhadap persentase keberhasilan dari strategi pemasaran untuk masing-masing varian produk	Melihat dan mengamati persentase penjualan dalam grafik yang telah dibuat, apakah setelah upaya pemasaran berdampak besar terhadap peningkatan penjualan atau tidak	
50	Melakukan riset konten yang sedang viral	Mengamati dan mempelajari video makanan yang sedang viral di platform tik-tok	

51	Melakukan quality control product bersama bagian produksi	Mengamati kualitas persediaan produk terkait tampilan, tekstur, dan rasa	
52	Melakukan pengembangan produk melalui kritik dan saran konsumen di media sosial	Melakukan pengembangan bisnis berdasarkan polling di sosial media Instagram YUKEI, dan beberapa kritik dan saran dari direct message (DM) di instagram YUKEI	

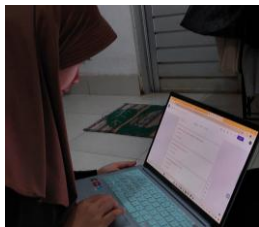
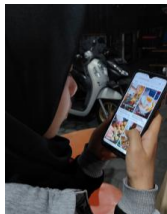
PEKAN 5

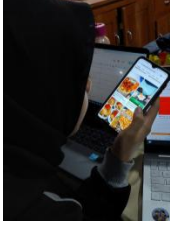

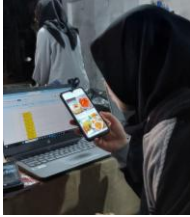
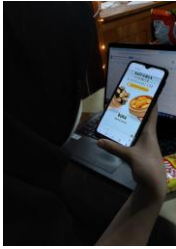
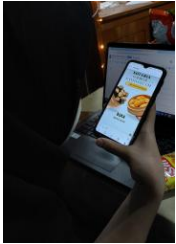

53	Melakukan riset di media sosial mengenai trend terkini	Mengamati trend yang sedang ramai di FYP tik-tok tentang makanan	
54	Melakukan riset konsumen	Menyanyi konsumen mengenai kualitas produk YUKEI mulai dari rasa, tampilan dan packaging yang disediakan	
55	Melakukan riset mengenai informasi bazar makanan di media sosial	Mencari info bazar makanan Jogja di tik-tok dalam kurun waktu dekat	


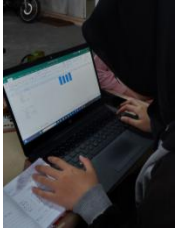

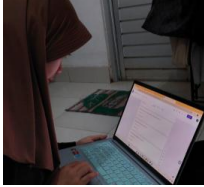
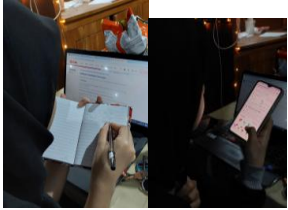
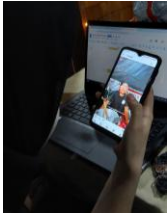
56	Melakukan riset terhadap permintaan pasar terhadap produk	Mengamati jajanan/makanan apa yang banyak dicari konsumen melalui <i>platform</i> media sosial tik-tok	
57	Melakukan riset terhadap taktik Kompetitor	Mengamati sosial media kompetitor mengenai <i>highlight</i> sosial mediana dan penataan <i>feed</i> serta strategi promosi dari kompetitor	
58	Melakukan riset terhadap peluang bisnis	Melihat dan mengamati makanan kekinian yang sekiranya mudah untuk dibuat untuk dijadikan tambahan dalam menu yang disediakan	
59	Diskusi kelompok melakukan riset terhadap kemungkinan buruk yang terjadi, dan menentukan solusi yang tepat	Mengevaluasi masalah/hambatan yang dilalui dalam menjalankan bisnis dan memikirkan solusi yang tepat dalam menangani masalah tersebut	
40	Melakukan analisis strategi pemasaran dan pengaruhnya terhadap tingkat penjualan produk	Mengamati peningkatan/penurunan penjualan produk setelah dilakukan upaya bagian pemasaran dalam menarik minat calon konsumen	
41	Melakukan riset dan mencatat Harga terbaru Bahan baku (Ayam Udang)	Mencatat harga terbaru ayam dan udang pada periode tersebut	

42	Melakukan riset dan mencatat harga terbaru bahan pelengkap produksi	Mencatat harga terbaru bahan pelengkap di periode tersebut (tepung panir, tepung terigu, minyak goreng, telur, saus tiram, keju dan lain-lain)	
43	Melakukan riset terhadap ketahanan produk	Mengamati warna, bau dan tekstur dari stok produk yang tersedia	
44	Riset Influencer, guna kebutuhan iklan pemasaran	Mencari dan mengamati akun influencer yang sekiranya akan digunakan jasanya untuk <i>endorsement</i> produk	
45	Melakukan riset untuk pengembangan varian produk	Mengamati cara pembuatan produk, dan komposisinya yang akan menjadi menu baru di bisnis ini	




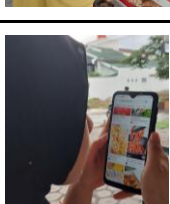

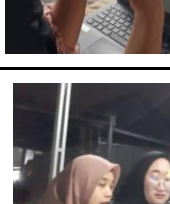
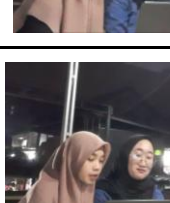
PEKAN 6

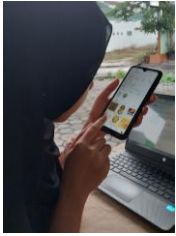
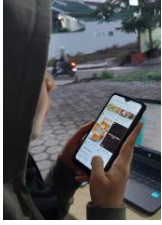
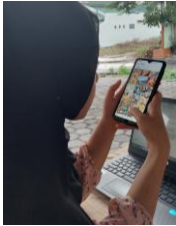
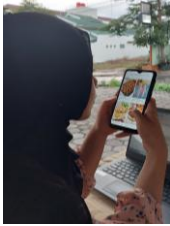

46	Melakukan riset konsumen	Melakukan survei melalui google form untuk mengetahui kebutuhan yang diinginkan konsumen	
47	Melakukan riset mengenai informasi bazar makanan di media sosial	Mencari info bazar atau <i>event</i> makanan di daerah Jogja yang sekiranya bisa diikuti dalam waktu dekat	

48	Melakukan riset terhadap peluang bisnis	Mencari menu ide jualan yang banyak diminati oleh konsumen	
49	Diskusi kelompok melakukan riset terhadap kemungkinan buruk yang terjadi, dan menentukan solusi yang tepat	Mengevaluasi masalah/hambatan yang dilalui dalam menjalankan bisnis dan memikirkan solusi yang tepat dalam menangani masalah tersebut	
50	Melakukan riset terhadap permintaan pasar terhadap produk	Mencari tahu dan mengamati di platform media sosial tik-tok tentang produk yang paling sering dan banyak dicari oleh konsumen	
51	Melakukan riset harga pesaing produk serupa	Mengamati harga produk yang ditawarkan kompetitor (Notaria.uk) kepada konsumennya	
52	Melakukan riset strategi kompetitor	Mengamati penataan media sosial dan konten yang dibuat di akun media sosial instagram kompetitor (Notaria.uk)	
53	Menganalisis kesehatan keuangan bisnis menggunakan rasio keuangan	Mencoba menghitung rasio keuangan bisnis untuk mengetahui kondisi bisnis	

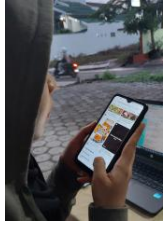
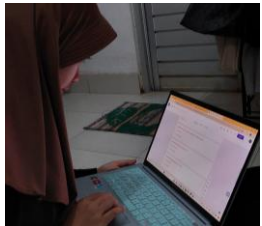
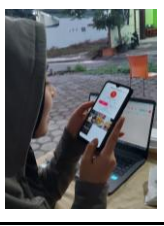
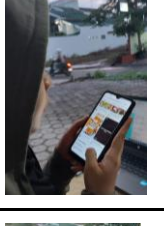
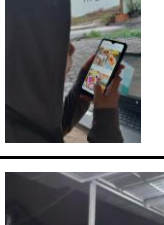

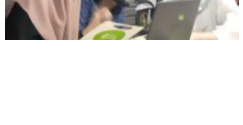
54	Melakukan riset terhadap ketahanan produk	Mengamati warna, bau dan tekstur dari stok produk yang tersedia	
55	Melakukan riset terhadap persentase keberhasilan dari strategi pemasaran untuk masing-masing varian produk	Mengamati chart penjualan harian, guna mengamati tingkat penjualan	
56	Melakukan riset terhadap inovasi produk baru	Mencari olahan menu untuk ide jualan di media sosial tik-tok	
57	Melakukan evaluasi cash rasio keuangan bisnis	Menghitung <i>cash ratio</i> keuangan bisnis mulai dari banyaknya kas dan kewajiban yang ada	
58	Melakukan evaluasi penjualan di akun go food, shopee food, dan grab food	Melihat performa penjualan udang keju di akun go food	
59	Mempelajari teknik marketing Influencer	Melihat dan mengamati influencer terkait dengan alur video, sound yang digunakan, dan kreativitas yang ada dalam video	

PEKAN 7

60	Melakukan riset harga bahan baku di Pasar Pakem	Melakukan survey terkait harga-harga bahan baku di dalam pasar Pakem	
61	Melakukan riset harga bahan baku di Toko A	Melakukan pengamatan harga di toko Nugraha	
62	Melakukan riset harga bahan baku di Toko B	Melakukan pengamatan harga di Laris Makmur	
63	Melakukan riset terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap permintaan produk	Melakukan pencarian di tik-tok mengenai jajanan yang banyak dicari dan diminati	
64	Melakukan riset di media sosial mengenai trend terkini	Melihat dan mengamati fyp tik-tok mengenai konsep video dan sound yang digunakan	
65	Diskusi kelompok membahas peluang bisnis yang ada	Mendiskusikan peluang yang ada untuk kemudian bisa diterapkan di dalam bisnis	
66	Diskusi kelompok melakukan riset terhadap kemungkinan buruk yang terjadi, dan	Mengevaluasi masalah/hambatan yang dilalui dalam menjalankan bisnis dan memikirkan solusi yang tepat dalam menangani masalah tersebut	



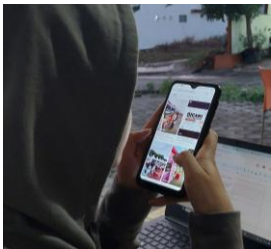
	menentukan solusi yang tepat		
67	Melakukan evaluasi pada bidang pemasaran mengenai pengelolaan media sosial bisnis,	Memperhatikan penataan media sosial Instagram dan tiktok bisnis	
68	Melakukan riset konsumen	Melakukan survey melalui sosial media mengenai tren makanan	
69	Melakukan riset terhadap profil media sosial yang menarik	Melihat dan mengamati sosial media kuliner yang sudah banyak pengikutnya dan mengamati penataan feed instagramnya	
70	Melakukan riset terhadap ide konten yang menarik	Mencari ide konten yang menarik dan cocok untuk dijadikan konten bisnis	
71	Melakukan quality control product bersama bagian produksi	Mengamati warna, bau dan tekstur dari stok produk yang tersedia	


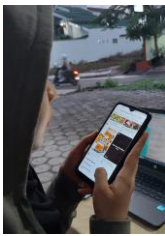


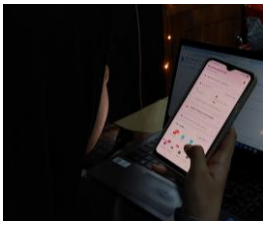
PEKAN 8


72	Melakukan riset terhadap permintaan pasar terhadap produk	Mencari tau di pencarian <i>platform</i> media sosial tik-tok mengenai makanan yang sering atau banyak dicari konsumen	
73	Melakukan riset konsumen	Melakukan survei melalui sosial media terkait kebutuhan makanan yang diminati generasi muda	
74	Melakukan riset Kompetitor	Mengamati media sosial kompetitor, mengenai gebrakan yang dilakukan kompetitor untuk menambah daya tarik bisnisnya	
75	Melakukan riset terhadap trending topik mengenai makanan di media sosial	Melihat di pencarian tik-tok mengenai trend makanan yang sedang ramai	
76	Melakukan riset di media sosial mengenai makanan kekinian	Melihat dan mengamati jajanan kekinian melalui media sosial tik-tok	
77	Diskusi kelompok membahas peluang bisnis yang ada	Mendiskusikan peluang yang ada untuk menambah gebrakan baru dalam bisnis	
78	Diskusi kelompok melakukan riset terhadap kemungkinan buruk yang terjadi, dan menentukan solusi yang tepat	Mengevaluasi masalah/hambatan yang dilalui dalam menjalankan bisnis dan memikirkan solusi yang tepat dalam menangani masalah tersebut	

79	Melakukan riset mengenai informasi bazar makanan di media sosial	Mencari info bazar atau <i>event</i> makanan di daerah Jogja melalui tik-tok	
80	Melakukan evaluasi bagian riset	Melakukan evaluasi menyeluruh terhadap seluruh proses dan hasil yang telah dicapai oleh bagian riset	
81	Melakukan riset terhadap persentase keberhasilan dari strategi pemasaran untuk masing-masing varian produk	Melakukan riset terhadap persentase keberhasilan dari strategi pemasaran yang telah dilakukan untuk masing-masing varian produk	

PEKAN 9

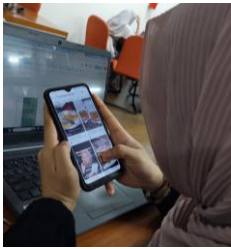
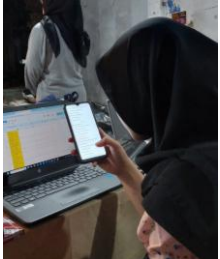
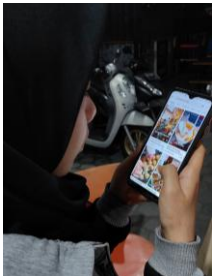
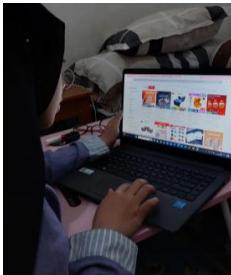
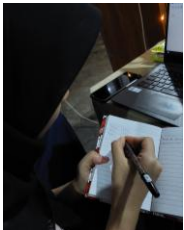
82	Melakukan analisis terkait pengaruh jasa influencer terhadap peningkatan penjualan produk	Melakukan analisis mengenai pengaruh penggunaan jasa influencer terhadap peningkatan penjualan produk termasuk memeriksa efektivitas strategi pemasaran, dan minat beli konsumen.	
	Melakukan riset konsumen	Melakukan survei terkait inovasi menu baru yang diminati konsumen	
	Melakukan riset mengenai informasi bazar makanan di media sosial	Melakukan riset mengenai informasi seputar bazar makanan yang dipromosikan di media sosial terkait waktu, lokasi, dan jenis makanan yang ditawarkan.	

	Melakukan riset di media sosial terhadap produk yang serupa	Mengamati produk yang serupa dengan udang keju melalui media sosial, terkait dengan bahan yang digunakan	
	Diskusi kelompok melakukan riset terhadap kemungkinan buruk yang terjadi, dan menentukan solusi yang tepat	Mengevaluasi masalah/hambatan yang dilalui dalam menjalankan bisnis dan memikirkan solusi yang tepat dalam menangani masalah tersebut	
	Melakukan riset terhadap permintaan pasar terhadap produk	Mencari tau di pencarian <i>platform</i> media sosial instagram dan tik-tok mengenai makanan yang sering atau banyak dicari konsumen	
	Melakukan riset strategi kompetitor	Mengamati media sosial kompetitor, mengenai promosi dan program pemasaran baru yang dilakukan kompetitor untuk menambah daya tarik bisnisnya	
	Diskusi kelompok membahas peluang bisnis yang ada	Mendiskusikan peluang yang ada untuk menambah inovasi baru dalam bisnis	
	Melakukan evaluasi cash rasio keuangan bisnis	Menghitung <i>cash ratio</i> keuangan bisnis mulai dari banyaknya kas dan kewajiban yang ada	

	Melakukan riset terhadap konten sosial media kompetitor	Melihat dan mengamati sosial media kompetitor yang sudah ada dan mengamati penataan feed dan story instagram	
	Melakukan riset untuk pengembangan varian produk	Mengamati cara pembuatan produk, dan komposisinya yang akan menjadi menu baru di bisnis ini	


PEKAN 10


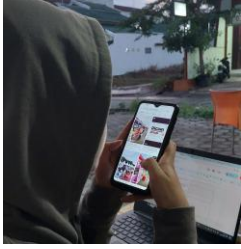

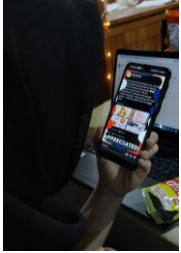


	Diskusi Tim mengenai tren makanan kekinian	Berdiskusi dengan tim mengenai trend makanan yang sedang ramai di sosial media	
	Melakukan riset konsumen	Melakukan wawancara dengan konsumen terkait promosi yang dilakukan oleh tim sesuai dengan konsumen	
	Melakukan riset terhadap permintaan pasar terhadap produk	Mengamati jajanan/makanan apa yang banyak dicari konsumen melalui platform media sosial tik-tok dan instagram	


	Melakukan riset kompetitor	Mengamati perkembangan bisnis dari kompetitor melalui sosial media	
	Melakukan riset terhadap peluang bisnis	Mencari ide mengenai inovasi jualan yang dapat digunakan untuk melakukan pengembangan bisnis	
	Melakukan riset mengenai informasi bazar makanan di media sosial	Mencari info bazar makanan Jogja di tik-tok dalam kurun waktu dekat melalui sosial media (instagram dan tiktok)	
	Melakukan riset harga packaging di Shopee	Melakukan riset dan mencatat mengenai perkembangan harga packaging di Shopee	
	Melakukan riset dan mencatat Harga terbaru Bahan baku (Ayam Udang)	Melakukan riset dan mencatat harga terbaru dari bahan baku utama (udang dan ayam)	

	Melakukan riset dan mencatat harga terbaru bahan pelengkap produksi	Melakukan riset dan mencatat harga terbaru dari bahan baku pelengkap produksi	
	Melakukan riset terhadap persentase keberhasilan dari strategi pemasaran untuk masing-masing varian produk	Melihat dan mengamati persentase penjualan dalam grafik yang telah dibuat, apakah setelah upaya pemasaran berdampak besar terhadap peningkatan penjualan atau tidak	
	Melakukan riset terhadap inovasi produk baru	Mencari ide inovasi menu baru untuk pengembangan bisnis melalui sosial media	
	Menyiapkan sample produk untuk keperluan riset terhadap minat konsumen pada varian produk	Menyiapkan sample produk untuk keperluan riset terhadap minat konsumen pada varian produk, termasuk kualitas dan kemasan.	

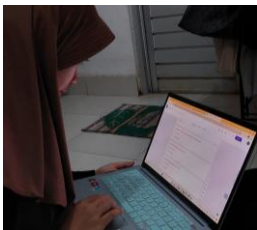

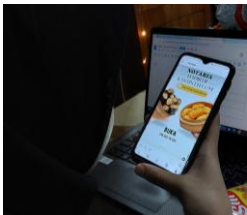

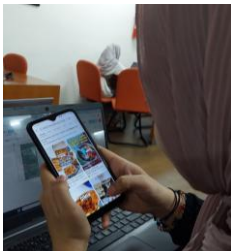
PEKAN 11

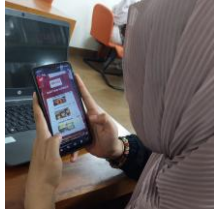



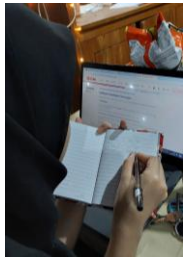
	Diskusi Tim, melakukan riset terhadap perkembangan bisnis	Mengevaluasi masalah/hambatan yang dilalui dalam menjalankan bisnis dan memikirkan solusi yang tepat dalam menangani masalah tersebut	
--	---	---	---

	Melakukan riset terhadap permintaan pasar terhadap produk	Mencari tau di pencarian <i>platform</i> media sosial tik-tok mengenai makanan yang sering atau banyak dicari konsumen	
	Melakukan riset mengenai informasi bazar makanan di media sosial	Mencari info bazar atau <i>event</i> makanan di daerah Jogja melalui sosial media tiktok dan instagram	
	Melakukan riset konsumen	Menyanyi konsumen mengenai kualitas produk YUKEI mulai dari rasa, tampilan dan packaging yang disediakan	
	Melakukan riset Kompetitor	Mengamati media sosial dan konten yang dibuat di akun media sosial instagram kompetitor	
	Melakukan riset terhadap peluang bisnis	Mengamati peluang yang ada untuk kemudian bisa diterapkan di dalam bisnis melalui sosial media	
	Menyiapkan sample produk untuk keperluan riset terhadap minat konsumen pada varian produk	Menyiapkan sample produk untuk keperluan riset terhadap minat konsumen pada varian produk, termasuk kualitas dan kemasan.	

	Melakukan quality control product bersama bagian produksi	Mengamati ketahanan produk untuk stok yang telah diproduksi	
--	---	---	---

PEKAN 12

	Melakukan riset konsumen	Melakukan survei melalui google form untuk mengetahui kebutuhan yang diinginkan konsumen	
	Melakukan riset mengenai informasi bazar makanan di media sosial	Mencari info bazar atau event makanan di daerah Jogja melalui sosial media dan tiktok	
	Melakukan riset di media sosial terhadap produk yang serupa	Mengamati produk yang serupa dengan udang keju melalui media sosial, terkait dengan bahan yang digunakan	
	Diskusi kelompok melakukan riset terhadap kemungkinan buruk yang terjadi, dan menentukan solusi yang tepat	Mengevaluasi masalah/hambatan yang dilalui dalam menjalankan bisnis dan memikirkan solusi yang tepat dalam menangani masalah tersebut	
	Melakukan riset terhadap permintaan pasar terhadap produk	Melakukan pencarian di tik-tok mengenai jajanan yang banyak dicari dan diminati	

	Melakukan riset strategi kompetitor	Mengamati penataan media sosial dan konten yang dibuat di akun media sosial instagram kompetitor	
	Diskusi kelompok membahas peluang bisnis yang ada	Mendiskusikan peluang yang ada untuk menambah gebrakan baru dalam bisnis	
	Melakukan evaluasi kinerja bersama Tim	Mengevaluasi kinerja bersama tim dengan tujuan untuk menilai dan mengukur apakah sudah sesuai dengan plan yang telah dirancang sebelumnya	
	Melakukan riset terhadap persentase keberhasilan dari strategi pemasaran untuk masing-masing varian produk	Melihat dan mengamati persentase penjualan dalam grafik yang telah dibuat, apakah setelah upaya pemasaran berdampak besar terhadap peningkatan penjualan atau tidak	
	Melakukan evaluasi cash rasio keuangan bisnis	Menghitung <i>cash ratio</i> keuangan bisnis mulai dari banyaknya kas dan kewajiban yang ada	

E. Laporan Hasil Riset

1. Riset pasar
 - a. Riset konsumen

Pada awal bisnis pengembangan udang keju yukei ini ada, penulis telah melakukan riset konsumen dengan mempertimbangkan kebutuhan konsumen yang belum

terpenuhi yakni udang keju ala Gacoan namun tanpa harus mengantri dan jarak yang tidak terlalu jauh dari kampus UII. Target pasar pada bisnis ini adalah semua kalangan dari umur 13 tahun sampai dengan 45 tahun yang difokuskan dari target bisnis ini adalah mahasiswa UII yang suka dengan udang keju. Setelah riset pasar dilakukan, ternyata banyak dari kalangan mahasiswa yang menginginkan udang keju namun jarak yang ditempuh lumayan jauh. Sehingga ini bisa menjadi peluang bagi penulis untuk menjadi solusi bagi masyarakat dengan rentan umur 13 tahun sampai dengan 45 tahun sekitar kampus UII Jarkal terutama mahasiswa UII yang menginginkan hidangan udang keju dengan citarasa gurih dan lezat ditambah jarak yang ditempuh tidak jauh dari kampus UII.

Penulis melakukan *trial* produk untuk mengetahui komposisi yang tepat yang disesuaikan dengan selera konsumen, setelah melalui banyak percobaan dan memberikan tester ke banyak orang akhirnya ditemukan takaran dan resep yang pas sesuai dengan standar bisnis ini.

b. Riset ancaman

Dalam sebuah bisnis ancaman akan selalu ada mulai dari kondisi lingkungan atau cuaca yang tidak mendukung, kompetitor baik secara langsung maupun tidak langsung, selera konsumen yang berubah-ubah, dan masih banyak hal lain yang bisa menjadi ancaman dalam bisnis ini. Penulis melakukan riset kompetitor di beberapa tempat, pertama penulis melakukan riset kompetitor di Gacoan Jombor.

Gacoan adalah tempat makan yang populer di Indonesia dan terkenal dengan menu mie levelnya serta dimsum dengan harga yang terjangkau. Suasana tempat

Gacoan yang santai dan mempunyai nilai estetika ini, membuatnya cocok untuk dijadikan tempat berkumpul santai bersama keluarga atau teman. Salah satu dimsum yang disediakan oleh Gacoan adalah udang keju, sama seperti halnya dengan produk yang penulis pasarkan. Maka dari itu, Gacoan menjadi salah satu kompetitor penulis dalam bisnis udang keju ini. Terlebih lagi Gacoan sudah mempunyai branding yang kuat di mata konsumen, rasanya yang enak dan kualitasnya sudah terjamin. Penulis melakukan pengamatan di Gacoan Jombor, hal yang penulis amati adalah ukuran, tekstur, rasa, dan warna dari udang keju yang dijual.

Ukuran dari udang keju Gacoan berkisar antara 6 sampai dengan 7 cm dengan diameter sekitar 2,5 sampai dengan 3 cm, akan tetapi terkadang ukuran dari udang keju berbeda-beda. Terkadang besar, terkadang standar, dan terkadang juga kecil, penulis memperkirakan hal ini terjadi karena di setiap pembuatannya tidak ditimbang sehingga konsistensi dari ukuran udang keju Gacoan ini kurang. Selain itu banyaknya permintaan dari konsumen juga berpengaruh, karena semakin banyak permintaan konsumen terhadap udang keju dalam waktu yang singkat membuat juru masaknya tidak sempat untuk melakukan penimbangan sehingga hanya mengandalkan insting atau perkiraan semata.

Tekstur dari udang keju gacoan ini cenderung kenyal, jika dirasa teksturnya hampir sama seperti otak-otak yang kenyal dan tidak padat, tekstur dari daging nya juga tidak terlalu halus tapi juga tidak terlalu kasar. Udang keju ini memiliki kombinasi rasa yang pas, perpaduan antara rasa adonan yang gurih dengan keju yang meleleh membuatnya

semakin sempurna. Gabungan antara tekstur dan rasanya yang enak membuat udang keju ini cocok untuk dijadikan hidangan pendamping dari Mie Gacoan. Warna yang menunjukkan tingkat kematang udang keju Gacoan ini sudah pas, golden brown dan diperkirakan digoreng dengan api sedang tidak terlalu panas. Sehingga adonannya matang sampai ke dalam dan kejunya meleleh dengan sempurna.

Setelah melakukan pengamatan terhadap kompetitor 1, Penulis melanjutkan pengamatan ke kompetitor 2 yakni Notariauk yang berada di Jalan Monjali. Lokasinya cukup strategis karena berada di pinggir jalan dan tidak termasuk jalur cepat, sehingga kesempatan konsumen untuk berbelok secara tiba-tiba karena tertarik dengan tempatnya menjadi lebih besar. Notaria ini tidak hanya menyediakan udang keju saja, melainkan dalam menunya Notaria ini juga menyediakan menu lain seperti wonton udang nori. Jika dilihat dari tampilannya, udang keju Notaria ini terlihat lebih besar dan lebih menggebug daripada udang keju Gacoan. Dilihat dari segi warnanya juga sudah pas, matangnya merata sampai ke dalam dan tekstur adonannya lebih cenderung padat dan lebih kering dari udang keju Gacoan, tetapi masih terasa empuk dan kenyal serta gilingan dagingnya lebih halus. Untuk rasa dari udang keju Notaria ini hampir sama dengan udang keju Gacoan, hanya saja udang keju Gacoan lebih gurih dibandingkan udang keju Notaria.

Setelah itu penulis melakukan riset di Mie Doyok Gejayan dan Mie Doyok depan kampus UII. Lokasinya strategis karena berada di pinggir dan tidak di jalur cepat, jadi mudah dijangkau oleh konsumen. Bentuk udang keju di Mie Doyok ini cenderung berbentuk stik jadi lebih kecil

dibanding udang keju Gacoan dan Notaria. Kemungkinan campuran tepungnya hanya sedikit, sehingga rasanya dominan daging. Kemudian untuk tekstur adonannya kenyal tidak padat, gilingan dagingnya juga masih terasa (tidak terlalu halus) dan rasanya juga enak gurih serta *creamy* dari keju membuatnya semakin lezat. Untuk tingkat kematangannya sudah pas, tidak *over cook* atau gosong

c. Riset peluang

Penulis melakukan pengamatan di sekitar kampus UII Jakal, didapati bahwa penjual udang keju dekat kampus UII tidak ada. Dulu penulis sempat menemukan penjual udang keju dekat kampus UII tepatnya di Jalan Nglanjaran depan Warmindo Putra Petir, tapi hanya bertahan sekitar 1 bulan saja. Menurut pengelola prospeknya selama 1 bulan bisnis tersebut berjalan kurang bagus. Sehingga pengelola menutup gerainya di area kampus UII tersebut, kemudian mencari tempat lain yang prospeknya lebih menjanjikan. Diketahui kompetitor ini adalah Notaria udang keju yang berpusat di Jalan Monjali, dan sekarang membuka cabang baru di kantin kampus UGM. Sehingga saat ini tidak ada lagi penjual udang keju di sekitar kampus UII Jakal, ini bisa menjadi peluang bisnis bagi penulis untuk melakukan pengembangan bisnis udang keju Yukei di sekitar kampus UII Jakal. Penulis melakukan pencarian melalui *google maps*.

Selain melakukan survey secara langsung, penulis juga melakukan survey secara online menggunakan *google maps*. Hal ini dilakukan untuk mempermudah penulis dalam mencari tahu letak kompetitor penjual udang keju di sekitar area kampus UII Jakal. Hasil dari riset secara online

menggunakan google maps menunjukkan bahwa lokasi penjual udang keju selain cabang Notaria yang sudah tutup, tidak ada. Lokasi terdekat penjual udang keju sekitar kampus UII paling dekat berada di daerah Prambanan, jadi tidak bisa dibilang dekat kampus UII Jakal.

2. Riset lokasi berjualan

Penulis melakukan pengamatan lokasi melalui Google Maps dan survei langsung ke beberapa lokasi yang telah direncanakan. Pemilihan lokasi yang strategis sangat penting bagi penulis untuk memastikan bisnis dapat berjalan secara optimal. Tahap awal survei dilakukan di Jalan Nglanjaran, di mana terdapat dua lokasi potensial yang dapat dijadikan tempat berjualan.

Lokasi pertama terletak di Jalan Nglanjaran, tepatnya di belakang FMIPA UII, di depan Faza Print dan Cuci Shini. Berdasarkan pengamatan, lokasi ini dinilai cukup strategis karena sering dilalui banyak orang. Pada jam-jam tertentu, arus lalu lintas di jalan tersebut cukup padat sehingga banyak kendaraan yang melintas dengan kecepatan rendah. Kondisi ini memberikan peluang besar bagi pengguna jalan untuk memperhatikan area sekitar, yang dapat meningkatkan visibility bisnis penulis.

Penulis juga melakukan negosiasi terkait harga sewa dengan pemilik lokasi. Pada awalnya, harga sewa yang ditawarkan adalah sekitar Rp 750.000 per bulan, yang belum termasuk biaya listrik dan pengelolaan sampah. Harga ini dipengaruhi oleh luas lahan yang cukup besar hingga bagian belakang, termasuk adanya gudang untuk penyimpanan barang. Namun, setelah melakukan lobi dengan pemilik dan menjelaskan bahwa anggaran penulis dan tim hanya berkisar antara Rp 300.000 hingga Rp 400.000, akhirnya disepakati

lokasi dengan luas yang lebih kecil dibandingkan tawaran awal, dengan harga Rp 400.000 per bulan yang dibayarkan di awal bulan.

Dengan kesepakatan ini, penulis optimis bahwa lokasi tersebut dapat mendukung visibilitas bisnis pengembangan Udang Keju Yukei dan berpotensi menarik perhatian pengguna jalan yang sering melintas di area tersebut.

Lokasinya kedua berada di dekat dengan kampus UII Jakal juga, lebih tepatnya berada di depan warmindo Putra Petir Nglanjaran. Menurut penulis lokasinya cukup strategis karena berada di pinggir jalan, dan sangat sering dilalui banyak orang sama halnya dengan lokasi pertama yang penulis survey. Penulis menanyakan terkait harga sewa kepada pemilik melalui pesan *whatsapp*. Harganya cukup berbeda dan lebih terjangkau jika dibandingkan dengan lokasi pertama, yakni berada di kisaran harga Rp 300.000 per bulannya. Namun saat itu ternyata sudah ada yang menanyakan dan berniat untuk menyewa tempatnya lebih dulu dibanding tim Yukei.

Lokasi selanjutnya yang penulis *survey* berada di jalan Pandanaran, dilihat dari lokasinya memang cukup strategis karena di sana juga terdapat banyak *stand* dengan beraneka ragam jajanan yang ditawarkan. Sehingga di lokasi ini ada peluang bagi penulis untuk bisa menjalankan pengembangan bisnis. Namun setelah penelusuran dilakukan, didapati bahwa biaya sewa di lokasi ke-3 ini cukup mahal. Berada di kisaran harga Rp 600.000 per bulannya, sehingga hal ini tidak sesuai dengan budget yang dianggarkan.

Lokasi selanjutnya yang penulis survey adalah pasar jajan di taman Deggung, dilihat dari kondisi lokasinya cukup berpotensi untuk penulis dan tim dalam menjalankan pengembangan bisnis. Hal ini dikarenakan banyaknya pengunjung yang sering bermain atau hanya sekedar jajan saja di area sekitar taman Deggung,

penulis juga melakukan *survey* terkait harga sewa dari lokasi yang ada. Penulis melakukan penelusuran informasi mengenai pengelola lokasi atau kontak yang dapat dihubungi, namun setelah penulis menghubungi pengelola setiap ditanyakan mengenai ketersediaan lokasi. Penulis mendapati jawaban yang sama secara terus menerus, bahwa akan diadakan penataan ulang lokasi, sehingga ketika nanti kuota lokasinya masih tersedia penulis dan tim akan segera dikabari. Namun penataan lokasi ini tak kunjung dilakukan, sehingga penulis dan tim memutuskan untuk tidak melanjutkan penelusuran

Penulis juga melakukan *survey* ke lokasi *sunday morning* UGM untuk mencari informasi terkait biaya sewa saat *event* berlangsung. Menurut informasi yang penulis dapatkan, harga sewa per hari saat ada *event sunday morning* berada di kisaran Rp 30.000 sampai dengan Rp 35.000 dalam sekali sewa. Menurut pengamatan penulis lokasinya memang ramai orang yang sedang jogging dan atau hanya sekedar jalan-jalan dan berkuliner saja. Namun kebanyakan orang di lokasi tersebut hanya berjalan-jalan dan berkuliner bersama keluarga, teman atau pasangannya. Didapati juga bahwa di lokasi tersebut sudah banyak sekali penjual dengan berbagai macam produk yang ditawarkan, mulai dari makanan hingga pakaian dan parfum.

Setelah melakukan beberapa kali *survey* lokasi, penulis dan tim berdiskusi untuk menentukan lokasi yang akan dijadikan sebagai tempat pengembangan bisnis udang keju yang akan dijalankan ini. Setelah beberapa pertimbangan, tim Yukei memutuskan untuk menyewa dan melakukan pengembangan bisnis di lokasi pertama yang berjarak hanya sekian meter dari lokasi ke dua yang dekat dengan kampus UII Jakal, lebih tepatnya di Jalan Nglanjaran depan cuci sepatu Cuchishini, dan Faza print.

3. Riset *influencer*

Untuk melakukan *endorsement*, penulis harus terlebih dahulu melakukan riset terhadap *influencer* guna menemukan sosok yang paling sesuai dengan bisnis penulis. Penulis melakukan beberapa penelitian mengenai *influencer* yang tepat untuk mempromosikan produk Udang Keju Yukei. Penulis telah mengidentifikasi dua referensi utama yang berpotensi:

a. Menu Menu Jogja

Akun ini memiliki 86,5 ribu pengikut di Tik Tok dan 56,7 ribu di Instagram, dengan *price list* sebagai berikut:

Paket Single

Menu Menu Jogja

Rp 350.000,-

- 1x Unggah IG Reels & TikTok
- Bonus Collabs IG @menudijogja
- Gratis Collabs IG Usaha Klien (By Request)

Paket Combo

☺ Menu Menu Jogja

☺ Info Dhahar Jogja

Rp 850.000

- 1x Unggah IG Reels + TikTok + Snack Video
- Bonus Collabs IG @menudijogja
- Gratis Collabs IG Usaha Klien (By Request)

b. Masak Jajan

Influencer ini memiliki 80,5 ribu pengikut di Instagram, dengan daftar harga sebagai berikut:

- **1x Post Instagram @masakjajan** (bonus story + unggahan di TikTok @sabellaasa): Rp 450.000
- **Hanya TikTok @sabellaasa** - 1x unggahan: Rp 350.000
- **1x Post Instagram @Tumbasjogja** (bonus story + unggahan di TikTok @sabellaasa): Rp 500.000
- **Paket Kolaborasi IG Masakjajan + Tumbasjogja** (bonus story + unggahan di TikTok @sabellaasa): Rp 650.000
- **Paket Kolaborasi Masakjajan + Tumbasjogja + Dutajajanjogja** (bonus story + unggahan di TikTok @sabellaasa): Rp 750.000

Penulis memutuskan untuk memilih akun Instagram Menu Menu Jogja sebagai *platform* promosi *endorse* karena beberapa pertimbangan:

a. Biaya yang lebih terjangkau

Dibandingkan dengan akun Masak Jajan, akun Menu Menu Jogja menawarkan harga yang lebih ekonomis sehingga lebih sesuai dengan anggaran promosi yang tersedia. Paket-paket yang ditawarkan juga mencakup kolaborasi di berbagai *platform* sehingga memberikan nilai tambah bagi penulis.

b. Potensi konten untuk For Your Page (FYP) TikTok

Akun Menu Menu Jogja memiliki jangkauan yang luas dan sering muncul di *For Your Page* (FYP) TikTok, berdasarkan pengamatan penulis yang kerap melihat konten mereka di TikTok. Hal ini menunjukkan potensi engagement yang tinggi, yang diharapkan mampu menarik perhatian audiens

lebih banyak dan mendukung peningkatan visibilitas produk di sosial media.

4. Riset *packaging* yang sesuai dengan varian produk

Kemasan atau *packaging* merupakan alat pembungkus yang bisa memproteksi atau melindungi makanan agar tetap terjaga kebersihannya. Selain itu, kemasan produk juga bisa menjadi sarana promosi dari produk tersebut. Penulis melakukan *survey* kemasan produk melalui *platform online* untuk mencari gambaran kemasan yang tepat. Setelah tahu gambaran *packaging* yang akan digunakan, penulis melanjutkan *survey* secara langsung di toko plastik 60.

Gambar 2.14 adalah gambar kemasan produk Yukei di awal pelaksanaan bisnis. Namun pada bulan kedua pelaksanaan bisnis ini, terdapat beberapa evaluasi *packaging* produk Yukei ini dikarenakan perubahan menu. Semula produk Yukei Udang keju ada 3 yakni, paus, sticky dan petite. Paus dengan harga Rp 15.000 isian 3 pcs, Sticky dengan harga Rp 12.000 isi 5, dan petite dengan harga Rp 10.000 isi 18. Perubahan menu Yukei ini dikarenakan ada penghapusan 1 produk yang dirasa kurang sesuai, sehingga dengan beberapa pertimbangan penulis dan tim meniadakan menu petite. Selain itu, untuk menyesuaikan harga pasaran udang keju yang lumrahnya seharga Rp 10.000, penulis dan tim melakukan perubahan harga pada udang keju yang dipasarkan.

Sehubung dengan menu petite telah dihapuskan, maka menu udang keju Yukei tinggal 2 yakni menu paus dan sticky. Setelah berdiskusi, penulis dan tim juga melakukan evaluasi produk dengan mengadakan perubahan harga pada menu yang ada. Menu paus yang semula berharga Rp 15.000 isi 3 menjadi Rp 10.000 isi 2, dan untuk menu sticky yang semula berharga 12.000 isi 5 menjadi Rp 10.000 isi 4. Karena jumlah udang keju dalam 1 porsinya berkurang, penulis merasa *packaging* yang digunakan sebelumnya menjadi kurang

cocok karena terlalu besar. Sehingga penulis dan tim melakukan riset *packaging* baru yang sesuai. Berdasarkan hasil kesepakatan, *packaging* yang digunakan untuk udang keju Yukei setelah penyesuaian adalah Kertas Sos Tanggung berwarna putih polos berstempel. Stempel yang digunakan untuk branding kemasan produk Yukei ini tercantum di dalamnya nama brand, akun instagram bisnis dan nomor hp bisnis.

Setelah penghapusan menu *petite*, penulis dan tim menyediakan menu baru sebagai inovasi dalam pengembangan bisnis ini. Menu baru yang disediakan adalah *Mie Petir* dan *Rice Bowl* sticky. Penulis dan tim melakukan *survey* secara langsung ke toko plastik 60 untuk melihat kemasan yang cocok untuk menu baru Yukei.



Selain menyediakan makanan, Yukei juga menyediakan minuman, yakni es teh. Kemasan es teh Yukei ini berbeda dari yang lain, bukan cup biasa yang digunakan melainkan menggunakan *standing klip*. Hal ini dilakukan guna menghemat biaya operasional, karena ketika menggunakan cup dan tidak ditutup rapat dalam artian disegel nanti teh nya akan mudah tumpah. Sehingga memerlukan *cup sealer* untuk menjamin teh tidak tumpah ketika dibawa *driver online* kepada konsumen, maka dari itu *standing klip* ini menjadi solusi yang tepat bagi penulis dan tim untuk dijadikan kemasan es teh. Terdapat pengunci pada kemasan *standing klip* ini sehingga tidak mudah tumpah ketika dibawa berkendara.

5. Riset pembuatan *platform* pembayaran digital

Di era yang sudah modern dan penuh dengan kemajuan teknologi ini, kecanggihan dan kemudahan teknologi harus dimanfaatkan sebaik mungkin. Salah satunya adalah penggunaan *cashless*, *cashless* adalah transaksi yang tidak lagi menggunakan uang tunai berupa logam maupun kertas (cashless 2020). Penggunaan *cashless* pada kegiatan transaksi masyarakat Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam 5 (lima) tahun terakhir, hal ini dipicu karena penggunaan *cashless* yang mudah dan praktis dan dianggap lebih simpel.

Penulis melakukan pembuatan rekening bisnis di Bank Syariah Indonesia atau BSI cabang UII, guna memudahkan penulis dalam menyimpan uang hasil penjualan yang dilakukan *customer* dengan menggunakan *cashless*. Setelah pembuatan rekening selesai, penulis juga melakukan pengisian form untuk pembuatan *Quick Response Indonesian Standard QRIS*. Hal ini penulis lakukan untuk memudahkan transaksi konsumen yang ingin menggunakan *cashless* melalui QRIS, karena menurut penelitian penggunaan QRIS di Indonesia dalam kurun waktu 6 tahun terakhir pada transaksi di UMKM mengalami peningkatan yang pesat yakni sebesar 16,18%, namun masih banyak juga penjual/pebisnis yang belum menggunakan atau bahkan mengetahui tentang QRIS (Jurnal QRIS 2022).

Padahal penggunaan QRIS dalam bisnis bisa meningkatkan efisiensi dan efektivitas bisnis. Maka dari itu, penulis melakukan riset terhadap penyediaan pembayaran digital agar memudahkan konsumen yang lebih sering menggunakan metode *cashless* dalam bertransaksi. Penulis menggunakan nama YUKEIUK di QRIS pada bisnis ini yang disesuaikan dengan brand bisnis yang sedang dikembangkan.

6. Riset produk

a. Riset bahan baku

Penulis melakukan riset bahan baku di beberapa tempat bersama bagian produksi untuk menentukan tempat pembelian bahan baku dan juga untuk mengetahui kualitas serta harga dari bahan-bahan yang dibutuhkan untuk produksi di kemudian hari. Selain melakukan riset bahan baku mengenai kualitas dan harganya penulis juga melakukan riset kehalalan produk yang nantinya akan digunakan untuk produksi.

b. Riset tata cara pengolahan produk

Dalam pengolahan produk, penulis melakukan beberapa riset untuk mengetahui cara pengolahan dan takaran yang tepat dalam pembuatan udang keju. Hal ini dilakukan guna mendapatkan produk dengan citarasa dan tekstur yang pas, karena menurut penelitian sebelumnya (jurnal pengolahan 225) cara pengolahan makanan memiliki pengaruh terhadap kualitas makanan.

Hasil cara pengolahan udang keju yang penulis dapatkan adalah sebagai berikut:

1. Haluskan pad ayam fillet dan udang yang sudah dibersihkan beserta bumbu-bumbu yang sudah disiapkan menggunakan *chopper* sampai teksturnya halus dan tercampur rata.
2. Campurkan adonan yang sudah dihaluskan dengan tepung maizena, tapioka, dan terigu yang sudah ditakar hingga tercampur merata tidak ada yang bergerindil.

3. Ambil adonan secukupnya kemudian masukkan keju quick melt yang sudah dipotong-potong dan bentuk adonan sesuai selera.
 4. Baluri adonan yang sudah dibentuk dengan larutan tepung terigu yang dicampur dengan kuning telur.
 5. Baluri dengan tepung panir.
 6. Diamkan adonan selama beberapa saat di dalam *stock box*/kotak penyimpanan hingga adonan set.
 7. Bisa disimpan di *freezer* untuk stok atau bisa langsung digoreng.
 8. Goreng dengan api sedang yang cenderung kecil hingga golden brown.
 9. Angkat dan tiriskan, udang keju siap dihidangkan
- c. Riset kelayakan dan ketahanan produk

Kelayakan dan ketahanan produk harus dilakukan guna menjaga kualitas produk dalam bisnis, dan memastikan produk yang dipasarkan layak untuk diperjual belikan, agar nantinya tidak menimbulkan kerugian bagi bisnis tersebut. Ketahanan produk juga harus dilakukan untuk mengetahui masa penggunaan produk tersebut, beserta metode penyimpanan yang tepat bagi produk tersebut. Dalam hal ini penulis memastikan bahan yang digunakan untuk produksi adalah bahan yang berkualitas, bersih dan halal. Selain itu, penulis juga mengamati stock produk yang akan dijual. Mulai dari segi tekstur, warna dan juga bau.

Berdasarkan hasil riset didapati produk udang keju Yukei ini dapat bertahan selama 2 Minggu jika disimpan di dalam *freezer*, dan 2 hari jika disimpan di dalam *chiller* dengan suhu kulkas yang tinggi. Bahan yang digunakan dalam produksi ini juga sudah bersertifikasi halal, serta

tempat dan pengolahannya bersih. Dalam proses produksi, tim Yukei menggunakan sarung tangan untuk menjaga ke higienisan produk dan alat yang digunakan dalam produksi pun bersih.

d. Riset legalitas produk

Legalitas usaha adalah sumber informasi resmi memuat berbagai data terkait usaha tersebut. Legalitas dalam usaha wajib dimiliki bagi setiap pelaku usaha dan berfungsi sebagai perlindungan hukum bagi pelaku usaha tersebut. Tujuan dari legalitas usaha itu sendiri adalah untuk mempermudah para pihak yang memerlukan informasi mengenai usaha tersebut. Tak dapat dipungkiri di era sekarang legalitas usaha juga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut, bahwasannya produk yang dibeli merupakan produk yang aman dan berkualitas. Sehingga legalitas dalam usaha juga berpengaruh terhadap tingkat pembelian konsumen terhadap produk tersebut.

Penulis melakukan riset terhadap legalitas usaha produk udang keju Yukei melalui google mengenai berkas yang perlu disiapkan dan tahapan yang harus dilalui untuk legalisasi produk-produk Yukei. Adapun hasil yang penulis dapatkan dalam hal legalitas produk antara lain adalah:

1. Menyiapkan berkas yang diperlukan, yakni: List bahan baku pembuatan produk, dan cara pengolahan produk, KTP (untuk membuat NIB)
2. Menentukan jadwal pertemuan dengan pendamping legalitas produk
3. Foto bersama pendamping legalitas produk

7. Evaluasi

a. Evaluasi produk

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwasanya *quality control* produk itu perlu dilakukan untuk memastikan bahwa produk yang dijual tersebut masih layak untuk dijual dan dikonsumsi. Dalam hal ini penulis melakukan pengecekan terhadap *stock* produk yang tersedia, yang memang sudah beberapa kali terkena suhu ruangan dan sudah beberapa waktu berada di dalam *freezer*. Sehingga untuk memastikan bahwa produk yang dijual adalah produk yang masih berkualitas bagus, penulis melakukan pengecekan terhadap warna, tekstur dan bau dari *stock* yang tersedia tersebut.

Setelah bisnis berjalan selama satu bulan, penulis dan tim juga melakukan evaluasi produk. Penulis dan tim melakukan evaluasi terhadap menu Petite, karena setelah dirasa-rasa menu petite dengan isian keju yang sedikit ini terkesan seperti campuran tepung yang diberi rasa kemudian dibalut dengan tepung panir, dan bahkan keju yang ada di dalamnya pun tidak terasa. Maka dari itu, setelah berdiskusi bersama tim dan menurut kesepakatan bersama menu petite dihapus dari daftar menu Yukei. Adapun masukan-masukan yang didapat adalah, tidak *afdhol* rasanya ketika udang keju tidak disandingkan dengan mie pedas. Ada juga yang menyarankan untuk tim Yukei mengadakan menu rice bowl. Akhirnya setelah melakukan diskusi penulis dan tim melakukan riset untuk menambah varian menu baru tersebut, jadilah menu baru Yukei dengan nama mie petir dan rice bowl sticky.

b. Evaluasi pemasaran terhadap peningkatan penjualan

Evaluasi pemasaran dilakukan guna mengukur efektivitas dari upaya pemasaran dalam menarik konsumen

untuk membeli produk udang keju Yukei. Penulis melakukan pengamatan terhadap efektivitas pemasaran dalam penataan media sosial Yukei. Setelah melakukan analisis penataan media sosial Yukei sudah tertata dengan sangat baik, informasi-informasi yang disediakan dalam feed instagram juga sudah lumayan lengkap. Konten yang terdapat didalamnya juga sudah bagus, dan ada beberapa feed yang menerangkan sedikit pengetahuan (edukasi) tentang udang. Reels yang dibuat oleh tim pemasaran juga sudah banyak, dan sudah banyak ditonton oleh pengguna instagram. Tim pemasaran juga mengunggah video yang telah dibuat ke platform tik-tok, namun *view* yang didapat tidak sebanyak reels instagram. Selain itu tim pemasaran juga melakukan 2 kali iklan (ads) di instagram.

Setelah evaluasi penataan media sosial, penulis juga melakukan evaluasi terhadap *platform online delivery* pada akun Udang Keju Yukei. Yukei sudah terdaftar pada beberapa *platform online delivery*, seperti *shopee food*, *go food*, dan *grab food*. Pada platform tersebut keterangan mengenai usaha Yukei sudah tertera mulai dari keterangan bisnis, lokasi, menu, dan juga jam operasional bisnis. Tim pemasaran juga melakukan *endorsement*, dan dilakukan di tengah-tengah usaha pengembangan bisnis ini berjalan. Algoritma media sosial yang tidak menentu, membuat video *endorsement* tersebut tersampaikan kepada konsumen dengan waktu yang berbeda-beda. Sehingga pelaksanaan *endorsement* ini akan lebih efektif ketika dilakukan di awal pelaksanaan, agar jangkauan konsumennya lebih banyak.

Berdasarkan upaya manajemen media sosial yang telah dilakukan tim pemasaran, Yukei mengalami peningkatan penjualan walaupun tidak secara signifikan.

Bahkan ada yang memesan produk Yukei dalam jumlah besar melalui media sosial instagram, karena melihat konten yang dibuat oleh tim pemasaran. Seiring dengan berjalannya waktu, *followers* pada akun Yukei juga semakin bertambah.

c. Evaluasi kesehatan keuangan bisnis

Dalam bisnis, uang adalah hal yang sangat penting karena operasional bisnis memerlukan uang agar bisa berjalan. Kesehatan keuangan dalam bisnis juga penting, hal ini dikarenakan akan meningkatkan kepercayaan rekan bisnis dan investor terhadap bisnis tersebut. Pengecekan kesehatan keuangan bisnis juga dapat membantu proses pengambilan keputusan dan pengambilan kebijakan dalam bisnis.

F. Laporan Kegiatan Mingguan Bagian Keuangan

Pekan Ke-1					
No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 1 Juli 2024	Melakukan diskusi pembagian tugas	Melakukan diskusi pembagian tugas dengan tim untuk membahas dan membagi <i>job desc</i> masing-masing	4 Jam	
2	Senin, 1 Juli 2024	Melakukan diskusi untuk menentukan kebutuhan biaya pada setiap bagian	Berdiskusi dan menentukan biaya yang dibutuhkan divisi pemasaran, produksi, keuangan dan riset	3 Jam	
3	Senin, 8 Juli 2024	Menyusun anggaran dana yang dibutuhkan kebutuhan	Menyusun dana yang sekiranya dibutuhkan untuk menyokong jalannya bisnis	4 Jam	
4	Selasa, 2 Juli 2024	Survey harga ke Pasar Pakem	Melakukan pengamatan mulai dari lingkungan jualan dan sekitarnya di pasar Pakem serta bertanya terkait harga	2 Jam	

			udang dan ayam		
5	Selasa, 2 Juli 2024	Survey harga ke kios ayam	Melakukan pengamatan mulai dari lingkungan jualan dan sekitarnya di sekitar jalan Pandanaran, jalan kaliurang dan kios ayam Berkah Utama dusun Candi serta di kios-kios ayam sekitarnya bertanya terkait harga	1 Jam	
6	Selasa, 2 Juli 2024	Survey harga Mirota Kampus	Melakukan survey harga dan kualitas dari bahan pelengkap produksi di Mirota kampus Palagan	3 Jam	
7	Selasa, 2 Juli 2024	Melakukan survei harga bahan baku ke Toko Makmur	Mengamati harga bahan baku di toko kelontong Makmur di jalan kaliurang	1 Jam	
11	Selasa, 9 Juli 2024	Melakukan pencatatan terhadap transaksi pembelian bahan baku produksi	Mencatat transaksi yang terjadi di ms excel	30 Menit	
8	Rabu, 3 Juli 2024	Melakukan pencatatan harga bahan baku yang sudah di survey	Mencatat harga bahan baku yang telah di survey di ms word	1 Jam	
9	Rabu, 3 Juli 2024	Membandingkan harga bahan baku yang sudah di survey	Melihat dan membandingkan harga yang sudah di survey dan sudah di tulis di ms word	2 Jam	
10	Kamis, 4 Juli 2024	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku produksi	Membayar pembelian bahan baku ayam	30 Menit	
			Total Jam	22 Jam	

Pekan Ke-2					
No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 1 Juli 2024	Diskusi dengan Tim dalam penetapan harga jual dari masing-masing varian produk	Mendiskusikan harga jual masing-masing varian produk yang telah dihitung dengan tim	1 Jam 15 Menit	
2	Senin, 8 Juli 2024	Membuat perencanaan keuangan bisnis	Memperkirakan biaya yang dibutuhkan untuk bisnis, dan mendiskusikannya dengan	3 Jam	

			Tim mengenai sumber modal yang akan digunakan untuk memulai bisnis		
3	Selasa, 2 Juli 2024	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ke Toko Mirota	Membayar pembelian bahan baku pelengkap di Mirota Kampus	30 Menit	
4	Selasa, 2 Juli 2024	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku	Membayar pembelian udang untuk produksi	15 Menit	
5	Selasa, 2 Juli 2024	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku produksi	Membayar pembelian bahan baku ayam	15 Menit	
6	Selasa, 9 Juli 2024	Melakukan pencatatan pengeluaran di Ms Excel	Mencatat pengeluaran yang dilakukan di ms excel	1 Jam	
7	Rabu 10 Juli 2024	Melakukan perkiraan penghitungan terhadap biaya pemasaran	Berdiskusi dengan tim pemasaran terkait biaya yang dibutuhkan untuk pemasaran secara online maupun offline	1 Jam	
8	Rabu 10 Juli 2024	Memperkirakan perhitungan terhadap biaya riset	Menghitung biaya yang dibutuhkan untuk keperluan riset, uji coba produk untuk mengetes kelayakan rasa dan kualitas produk	1 Jam 30 Menit	
9	Rabu, 10 Juli 2024	Pembuatan rekening BSI	Mendaftar rekening BSI di BSI cabang UII dan mendaftarkan QRIS	2 Jam	
10	Rabu 10 Juli 2024	Melakukan perkiraan penghitungan terhadap biaya pemasaran	Berdiskusi dengan tim pemasaran terkait biaya yang dibutuhkan untuk pemasaran secara online maupun offline	1 Jam	
11	Jum`at, 5 Juli 2024	Menghitung harga jual dari masing-masing varian produk	Menghitung harga jual dari masing-masing varian produk mulai dari yang ukuran normal, sticky, dan petite	4 Jam 15 Menit	
12	Jum`at, 12 Juli 2024	Mengakumulasi biaya mingguan bisnis	Menghitung kebutuhan keseluruhan biaya yang dibutuhkan setiap pekannya	2 Jam	

			Total Jam	18 Jam	
--	--	--	------------------	---------------	--

Pekan Ke-3					
No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Kamis, 8 Agustus 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Membayar bahan baku udang dan ayam serta kondimen pelengkap	15 menit	
2	Kamis, 8 Agustus 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran pembelian bahan baku ke Toko Mirota	30 menit	
3	Kamis, 8 Agustus 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
4	Jum`at, 9 Agustus 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
5	Jum`at, 9 Agustus 2024	Menentukan biaya riset	Melakukan perkiraan penghitungan biaya riset yang akan dilakukan	1 Jam	
6	Senin, 12 Agustus 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	15 menit	
7	Senin, 12 Agustus 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
8	Selasa, 13 Agustus 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
9	Rabu, 14 Agustus 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	30 menit	
10	Rabu, 14 Agustus 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
11	Rabu, 14 Agustus 2024	Penyusunan laporan mingguan	Menyusun laporan keuangan Mingguan	2 Jam	
			Total Jam	9 Jam 30 menit	

Pekan Ke-4					
No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya

1	Senin, 26 Agustus 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	30 menit	
2	Senin, 26 Agustus 2024	Pembayaran atas pembelian bahan	Melakukan pembayaran atas pembelian kondimen pelengkap	30 menit	
3	Senin, 26 Agustus 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan untuk pembelian bahan baku produksi	1 Jam	
4	Selasa, 27 Agustus 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
5	Selasa, 27 Agustus 2024	Koordinasi dengan Tim Pemasaran	Koordinasi dengan tim pemasaran terkait biaya advertising dan endorse	2 Jam	
7	Selasa, 27 Agustus 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	30 menit	
6	Rabu, 28 Agustus 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
11	Rabu, 28 Agustus 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	30 menit	
8	Kamis, 29 Agustus 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
9	Kamis, 29 Agustus 2024	Peninjauan ulang HPP	Mengkaji ulang untuk penetapan harga jual dengan mengakumulasikan seluruh pengeluaran kebutuhan produksi, pemasaran, dan biaya sewa tempat.	3 Jam	
10	Jumat, 30 Agustus 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
12	Jumat, 30 Agustus 2024	Penyusunan laporan mingguan	Menyusun laporan keuangan Mingguan	2 Jam	
			Total Jam	14 Jam	

Pekan Ke-5					
No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya

1	Rabu, 4 September 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	30 menit	
2	Rabu, 4 September 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku di Laris Makmur dan Degolan	30 menit	
3	Senin, 2 September 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan di excel	1 Jam	
4	Selasa, 3 September 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan di excel	1 Jam	
5	Rabu, 4 September 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	1 Jam	
6	Rabu, 4 September 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan di excel	1 Jam	
7	Kamis, 5 September 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	1 Jam	
8	Kamis, 5 September 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan di excel	1 Jam	
9	Jumat, 6 September 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan di excel	1 Jam	
10	Jumat, 6 September 2024	Penyusunan laporan mingguan	Menyusun laporan keuangan Mingguan	2 Jam	
			Total Jam	10 Jam	

Pekan Ke-6					
No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Sabtu, 7 September 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	1 Jam	
2	Sabtu, 7 September 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
3	Sabtu, 7 September 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku untuk keperluan riset	30 menit	
4	Senin, 9 September	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara	1 Jam	

	2024		keseluruhan		
5	Selasa, 10 September 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
6	Rabu, 11 September 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran pembelian bahan baku ke Toko Eltron Pakem	30 menit	
7	Rabu, 11 September 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	1 Jam	
8	Kamis, 12 September 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
9	Kamis, 12 September 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	1 Jam	
10	Jumat, 13 September 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	1 Jam	
11	Jumat, 13 September 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
12	Jumat, 13 September 2024	Penyusunan laporan mingguan	Menyusun laporan keuangan Mingguan	2 Jam	
13	Jumat, 13 September 2024	Evaluasi	Melakukan evaluasi kinerja dengan Tim	4 Jam	
			Total Jam	16 Jam	

Pekan Ke-7					
No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 16 September 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	30 menit	
2	Senin, 16 September 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
3	Senin, 16 September 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran pembelian bahan baku ke Toko Laris Makmur	30 menit	
4	Selasa, 17 September 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	

5	Rabu, 18 September 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	30 menit	
6	Rabu, 18 September 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
7	Kamis, 19 September 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
8	Jumat, 20 September 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	1 Jam	
9	Jumat, 20 September 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
10	Jumat, 20 September 2024	Penyusunan laporan mingguan	Menyusun laporan keuangan Mingguan	2 Jam	
11	Jumat, 20 September 2024	Penyusunan Jurnal	Menyusun Jurnal Keuangan bisnis	2 Jam	
			Total Jam	11 Jam 30 menit	

Pekan Ke-8					
No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 23 September 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
2	Selasa, 24 September 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	30 menit	
3	Selasa, 24 September 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran pembelian bahan baku ke Toko Eltron Pakem	30 menit	
4	Selasa, 24 September 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
5	Rabu, 25 September 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
6	Rabu, 25 September 2024	Koordinasi dengan Tim Pemasaran	Koordinasi dengan tim pemasaran terkait biaya advertising dan endorse	2 Jam	
7	Kamis, 26 September	Pembayaran atas pembelian bahan	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan	30 menit	

	2024	baku	baku ayam dan udang		
8	Kamis, 26 September 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
9	Jumat, 27 September 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	30 menit	
10	Jumat, 27 September 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
11	Jumat, 27 September 2024	Penyusunan laporan mingguan	Menyusun laporan keuangan Mingguan	2 Jam	
			Total Jam	11 Jam	

Pekan Ke-9					
No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 30 September 2024	Diskusi Tim	Diskusi kelompok berkoordinasi mengenai biaya operasional dan biaya non operasional bisnis	3 Jam	
2	Senin, 30 September 2024	Koordinasi dengan Tim Produksi	Koordinasi dengan tim produksi terkait biaya pembelian bahan baku	30 menit	
3	Senin, 30 September 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
4	Senin, 30 September 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran pembelian bahan baku ke Toko Mirota	30 menit	
5	Selasa, 1 Oktober 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
6	Rabu, 2 Oktober 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
7	Kamis, 3 Oktober 2024	Akumulasi biaya	Mengakumulasi modal, pendapatan dan pengeluaran untuk merencanakan pengeluaran selanjutnya	3 Jam	
8	Kamis, 3 Oktober 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	

9	Jumat, 4 Oktober 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	30 menit	
10	Jumat, 4 Oktober 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
11	Jumat, 4 Oktober 2024	Penyusunan laporan mingguan	Menyusun laporan keuangan Mingguan	2 Jam	
12	Senin, 7 Oktober 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	1 Jam	
13	Senin, 30 September 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran pembelian bahan baku ke Toko Mirota	30 menit	
14	Senin, 7 Oktober 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
			Total Jam	17 Jam	

Pekan Ke-10					
No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Selasa, 8 Oktober 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	30 menit	
2	Selasa, 8 Oktober 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
3	Rabu, 9 Oktober 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
4	Kamis, 10 Oktober 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran pembelian bahan baku untuk keperluan riset inovasi produk baru	30 menit	
5	Kamis, 10 Oktober 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	30 menit	
6	Kamis, 10 Oktober 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
7	Jumat, 11 Oktober 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	30 menit	
8	Jumat, 11 Oktober	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara	1 Jam	

	2024		keseluruhan		
9	Jumat, 11 Oktober 2024	Pengecekan Pembukuan	Melakukan pengecekan pembukuan	1 Jam	
10	Jumat, 11 Oktober 2024	Penyusunan laporan mingguan	Menyusun laporan keuangan Mingguan	2 Jam	
			Total Jam	9 Jam	






Pekan Ke-11					
No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 14 Oktober 2024	Koordinasi dengan Tim Produksi	Koordinasi dengan tim produksi terkait biaya pembelian bahan baku	30 menit	
2	Senin, 14 Oktober 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku di Toko Laris Makmur dan Degolan	30 menit	
3	Senin, 14 Oktober 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
4	Selasa, 15 Oktober 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
5	Selasa, 15 Oktober 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	30 menit	
6	Rabu, 16 Oktober 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
7	Kamis, 17 Oktober 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	30 menit	
8	Kamis, 17 Oktober 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
9	Jumat. 18 Oktober 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	30 menit	
10	Jumat. 18 Oktober 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
11	Jumat. 18 Oktober 2024	Penyusunan laporan mingguan	Menyusun laporan keuangan Mingguan	2 Jam	


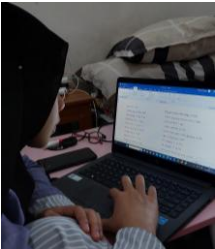
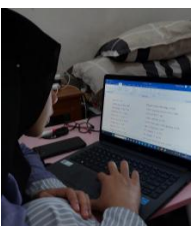



			Total Jam	9 Jam 30 menit	
--	--	--	------------------	---------------------------	--





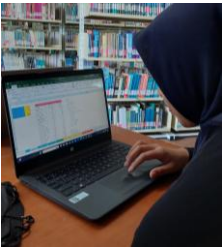

Pekan Ke-12					
No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
1	Senin, 21 Oktober 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran pembelian bahan baku ke Toko Mirota	30 menit	
2	Senin, 21 Oktober 2024	Koordinasi dengan Tim Pemasaran	Koordinasi dengan tim pemasaran terkait biaya pemasaran	2 Jam	
3	Senin, 21 Oktober 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
4	Selasa, 22 Oktober 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	30 menit	
5	Selasa, 22 Oktober 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
6	Rabu, 23 Oktober 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	30 menit	
7	Rabu, 23 Oktober 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
8	Kamis, 24 Oktober 2024	Pembayaran atas pembelian bahan baku	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	30 menit	
9	Kamis, 24 Oktober 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
10	Kamis, 24 Oktober 2024	Evaluasi	Melakukan evaluasi bagian keuangan	2 Jam	
11	Jumat, 25 Oktober 2024	Pencatatan keuangan	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	1 Jam	
12	Jumat, 25 Oktober 2024	Penyusunan laporan mingguan	Menyusun laporan keuangan Mingguan	2 Jam	
13	Jumat, 25 Oktober 2024	Penyusunan Jurnal	Menyusun Jurnal Keuangan bisnis	3 Jam	
14	Jumat, 25 Oktober 2024	Penyusunan Pembukuan	Menyusun Pembukuan keuangan	4 Jam	







2024			
		Total Jam	20 Jam






G. Bukti Agenda Kegiatan Bagian Keuangan





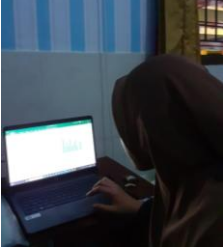
NO	KEGIATAN	URAIAN KEGIATAN	GAMBAR
1.	Melakukan diskusi pembagian tugas	Berdiskusi dengan tim untuk membahas dan membagi <i>job desc</i> masing-masing.	
2.	Melakukan diskusi untuk menentukan kebutuhan biaya pada setiap bagian	Berdiskusi dan menentukan biaya yang dibutuhkan divisi pemasaran, produksi, keuangan dan riset	
3.	Melakukan survei harga bahan baku ke Pakem dan kios ayam candibinangun (ayam dan udang)	Melakukan pengamatan mulai dari lingkungan jualan dan sekitarnya di pasar Pakem (udang) dan dusun Candi (ayam) serta bertanya terkait harga udang dan ayamnya	
4.	Melakukan survei harga bahan baku ke Toko Makmur	Mengamati harga bahan baku di toko kelontong Makmur di jalan kaliurang	
5.	Melakukan survei harga bahan baku ke Mirota Kampus (kondimen)	Melakukan survey harga dan kualitas dari bahan pelengkap produksi di Mirota kampus Palagan	



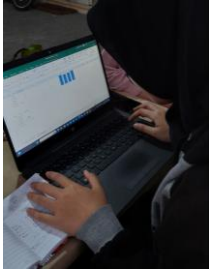
	pelengkap)		
6.	Melakukan survei harga bahan baku ke Toko Rahayu (kondimen pelengkap)	Mencari tahu bahan baku ke toko Rahayu Palagan untuk membandingkan harga di toko tersebut dengan Mirota Kampus	
7.	Melakukan pencatatan harga bahan baku yang sudah di survey	Mencatat harga bahan baku yang telah di survey di ms word	
8.	Membandingkan harga bahan baku yang sudah di survey	Melihat dan membandingkan harga yang sudah di survey dan sudah di tulis di ms word	
9.	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku	Membayar pembelian udang untuk produksi	
10.	Diskusi dengan bagian Produksi terkait pengeluaran yang akan dilakukan	Berdiskusi dengan tim produksi mengenai banyaknya uang yang akan dikeluarkan untuk belanja kebutuhan produksi	
11.	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku produksi	Membayar pembelian bahan baku ayam	



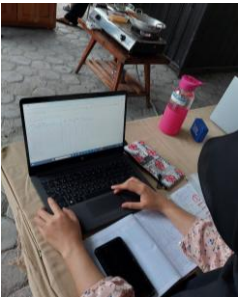


12.	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ke Toko Mirota	Membayar pembelian bahan baku pelengkap di Mirota Kampus	
13.	Menghitung harga jual dari masing-masing varian produk	Menghitung harga jual dari masing-masing varian produk mulai dari yang ukuran normal, sticky, dan petite	
14.	Diskusi dengan Tim dalam penetapan harga jual dari masing-masing varian produk	Mendiskusikan harga jual masing-masing varian produk yang telah dihitung dengan tim	 
15.	Menyusun anggaran dana yang dibutuhkan kebutuhan	Menyusun dana yang sekiranya dibutuhkan untuk menyokong jalannya bisnis	
16.	Melakukan pencatatan terhadap transaksi pembelian bahan baku produksi	Mencatat transaksi yang terjadi di ms excel	




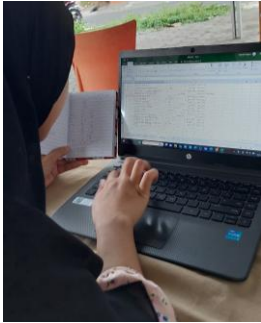

17.	Membuat perencanaan keuangan bisnis	Memperkirakan biaya yang dibutuhkan untuk bisnis, dan mendiskusikannya dengan Tim mengenai sumber modal yang akan digunakan untuk memulai bisnis	
18.	Melakukan pencatatan pengeluaran di Ms Excel	Mencatat pengeluaran yang dilakukan di ms excel	
19.	Melakukan perkiraan penghitungan terhadap biaya pemasaran	Berdiskusi dengan tim pemasaran terkait biaya yang dibutuhkan untuk pemasaran secara online maupun offline	
20.	Mengakumulasi biaya mingguan bisnis	Menghitung kebutuhan keseluruhan biaya yang dibutuhkan setiap pekannya	
21.	Memperkirakan perhitungan terhadap biaya riset	Menghitung biaya yang dibutuhkan untuk keperluan riset, uji coba produk untuk mengetes kelayakan rasa dan kualitas produk	
22.	Pembuatan rekening BSI dan pendaftaran QRIS	Mendaftar dan membuat rekening ke BSI Cabang UII, dan mendaftar QRIS bisnis YUKEIUK	

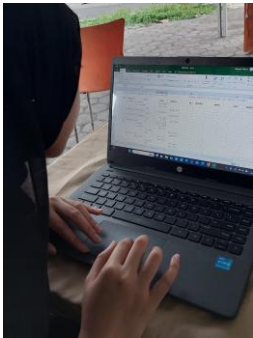


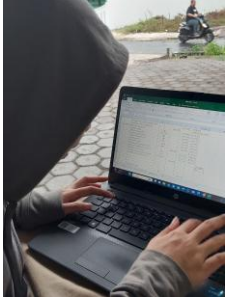
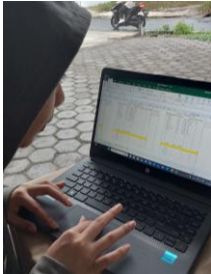
23.	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku produksi	Membayar bahan baku ayam dan udang di pasar, serta membeli kondimen pelengkap	
24.	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ke Progo	Melakukan pembayaran pembelian kondimen pelengkap ke Progo	
25.	Melakukan pencatatan keuangan harian	Melakukan pencatatan keuangan harian secara keseluruhan	
26.	Menyusun laporan keuangan Mingguan	Membuat dan menyusun laporan mingguan	
27.	Menentukan biaya riset	Melakukan perkiraan penghitungan biaya riset yang akan dilakukan	





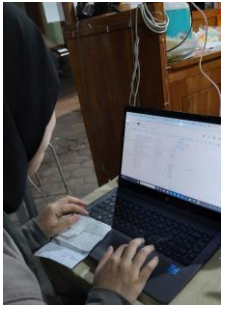

28	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku produksi	Membayar bahan baku yang dibeli yakni ayam dan udang	
29	Melakukan pembayaran atas pembelian kondimen pelengkap	Membeli tepung panir di warung makmur	
30	Mengkaji ulang untuk penetapan harga jual dengan mengakumulasikan seluruh pengeluaran kebutuhan produksi, pemasaran, dan biaya sewa tempat.	Menghitung kembali harga jual berdasarkan biaya-biaya yang digunakan untuk operasional dan non operasional produksi	
31	Melakukan pencatatan keuangan harian	Mencatat arus kas masuk dan keluar	
32	Menyusun laporan keuangan Mingguan	Menyusun laporan keuangan mingguan di Ms Excel	


33	Koordinasi dengan tim pemasaran terkait biaya advertising dan endorse	Berkoordinasi dengan tim pemasaran terkait beberapa info endorse dan mendiskusikan perkiraan biaya yang akan digunakan untuk iklan dan memasarkan produk	
34	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	Membayar bahan baku ayam dan udang ke pedagang di pasar Pakem	
35	Melakukan pembayaran atas pembelian kondimen pelengkap	Membayar pembelian tepung panir di toko laris makmur	
36	Melakukan pencatatan keuangan harian	Mencatat transaksi keuangan yang terjadi setiap harinya ke tabel excel	
37	Menyusun laporan keuangan Mingguan	Memasukkan data keuangan secara keseluruhan dalam satu pekan dan membuat grafik penjualan dalam melihat tingkat penjualan dalam satu pekan.	


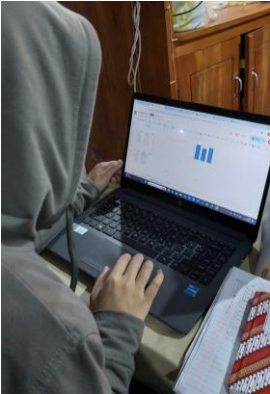
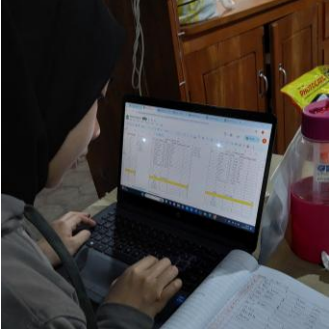

38	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	Membayar bahan baku ayam dan udang yang dibeli kepada pedagang di pasar Pakem	
39	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ke Toko Laris Makmur	Membayar pembelian tepung panir di toko Laris Makmur Degolan	
40	Melakukan pencatatan keuangan harian	Mencatat transaksi keuangan yang terjadi setiap harinya di excel	
41	Menyusun laporan keuangan Mingguan	Menyusun dan memasukkan data keuangan harian dalam satu pekan di ms.Excel	
42	Melakukan evaluasi kinerja dengan Tim	Berdiskusi dengan tim dan mengevaluasi kondisi bisnis yang didasarkan pada kondisi keuangan bisnis (pemasukan dan pengeluaran)	


43	Melakukan pembayaran terhadap pembelian bahan baku untuk keperluan riset	Membayar bahan-bahan keperluan riset di toko laris makmur (cabai, daun bawang, tahu, kulit pangsit, dan mie)	
44	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	Membayar bahan baku ayam dan udang yang dibeli kepada pedagang di pasar Pakem	
45	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ke Toko Laris Makmur	Membayar pembelian bahan baku pelengkap di toko laris makmur	
46	Melakukan pencatatan keuangan harian	Mencatat transaksi keuangan yang terjadi setiap harinya ke tabel excel	
47	Menyusun laporan keuangan Mingguan	Menyusun dan memasukkan data keuangan harian dalam satu pekan di ms.Excel	

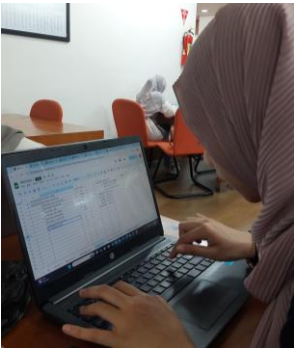

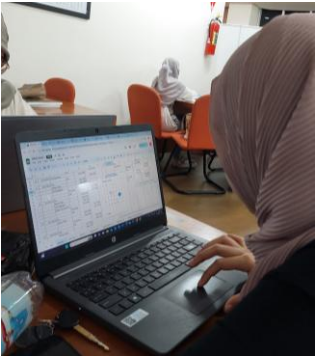

48	Menyusun Jurnal Keuangan bisnis		
49	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	Membayar bahan baku ayam dan udang yang dibeli kepada pedagang di pasar Pakem	
50	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku pelengkap ke toko Eltron Pakem	Membayar pembelian bahan baku pelengkap di toko eltron pakem	
51	Melakukan pencatatan keuangan harian	Mencatat transaksi keuangan yang terjadi setiap harinya di excel	
52	Menyusun laporan keuangan Mingguan	Menyusun dan memasukkan data keuangan harian dalam satu pekan di ms.Excel	


53	Koordinasi dengan tim pemasaran terkait biaya advertising dan endorse	Berkoordinasi dengan tim pemasaran terkait beberapa info endorse dan mendiskusikan perkiraan biaya yang akan digunakan untuk iklan dan memasarkan produk	
	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	Membayar bahan baku ayam dan udang ke pedagang di pasar Pakem	 
	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ke Toko Laris Makmur(15 menit)	Membayar pembelian bahan baku pelengkap di toko laris makmur	
	Melakukan pencatatan keuangan harian	Mencatat transaksi keuangan yang terjadi setiap harinya di excel	
	Menyusun laporan keuangan Mingguan	Menyusun dan memasukkan data keuangan harian dalam satu pekan di ms.Excel	

	<p>Diskusi kelompok berkoordinasi mengenai biaya operasional dan biaya non operasional bisnis</p>	<p>Berdiskusi dengan tim dan mengenai biaya operasional dan biaya non operasional bisnis</p>	
	<p>Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang</p>	<p>Membayar bahan baku ayam dan udang yang dibeli kepada pedagang di pasar Pakem</p>	
	<p>Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ke Toko Laris Makmur</p>	<p>Membayar pembelian bahan baku pelengkap di toko Laris Makmur Degolan</p>	
	<p>Melakukan pembayaran terhadap pembelian bahan baku untuk keperluan riset</p>	<p>Membayar pembelian bahan baku untuk melakukan riset di toko Laris Makmur Degolan</p>	

	Melakukan pencatatan keuangan harian	Mencatat transaksi keuangan yang terjadi setiap harinya di excel	
	Menyusun laporan keuangan Mingguan	Menyusun dan memasukkan data keuangan harian dalam satu pekan di ms.Excel	
	Melakukan pengecekan pembukuan	Melakukan pengecekan dan pemeriksaan pembukuan untuk memastikan setiap transaksi dicatat dengan akurat	
	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	Membayar bahan baku ayam dan udang yang dibeli kepada pedagang di pasar Pakem	

	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ke Toko Laris Makmur	Membayar pembelian bahan baku pelengkap di toko Laris Makmur Degolan	
	Melakukan pencatatan keuangan harian	Mencatat transaksi keuangan yang terjadi setiap harinya di excel	
	Menyusun laporan keuangan Mingguan	Menyusun dan memasukkan data keuangan harian dalam satu pekan di ms.Excel	
	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ayam dan udang	Membayar bahan baku ayam dan udang yang dibeli kepada pedagang di pasar Pakem	
	Melakukan pembayaran atas pembelian bahan baku ke Toko Laris Makmur	Membayar pembelian tepung panir di toko Laris Makmur Degolan	

	Melakukan pencatatan keuangan harian	Mencatat transaksi keuangan yang terjadi setiap harinya di excel	
	Menyusun laporan keuangan Mingguan	Menyusun dan memasukkan data keuangan harian dalam satu pekan di ms.Excel	
	Menyusun Jurnal Keuangan bisnis	Menyusun jurnal keuangan bisnis secara teratur untuk mencatat semua transaksi keuangan, baik pemasukan maupun pengeluaran	
	Koordinasi dengan tim pemasaran terkait biaya pemasaran	Melakukan koordinasi dengan tim pemasaran terkait biaya pemasaran yang akan dilakukan dan telah dilakukan	

	<p>Menyusun Pembukuan keuangan</p>	<p>Menyusun pembukuan keuangan untuk mencatat seluruh transaksi bisnis (pemasukan dan pengeluaran)</p>	
--	--	--	---

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Magelang pada tanggal 28 Maret 2001 sebagai anak pertama dari pasangan Bapak Purwiyadi dan Ibu Istiqomah, saat ini penulis berdomisili di Kemiren 004/002, Kemiren, Srumbung, Magelang. Penulis dapat dihubungi melalui nomor 081217720775 atau rohmahfitriani07@gmail.com. Penulis menempuh Pendidikan di MTs dan MA Ibnul Qoyyim Putri Yogyakarta dan lulus MA di tahun 2019, penulis sempat *gap year* selama 1 tahun, dan di tahun tersebut penulis memutuskan untuk mengajar di RA Muslimat NU Kemiren sembari menunggu pendaftaran ke perguruan tinggi dibuka kembali. Setelah pendaftaran dibuka penulis mendaftarkan diri ke Universitas Islam Indonesia, dan diterima di program studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Selama mengikuti kuliah di tahun pertama dan pertengahan tahun ke tiga, penulis masih mengajar di RA namun dikarenakan kegiatan perkuliahan yang diadakan secara langsung atau tatap muka. Maka dari itu penulis memutuskan untuk fokus kuliah, dan berhenti menjadi guru di RA. Selama masa kuliah berlangsung penulis aktif mengikuti kegiatan perkuliahan dan juga sempat mengikuti program MBKM yang diadakan oleh program studi Ekonomi Islam.