

TUGAS AKHIR BISNIS

F&B MAUCHI



Disusun Oleh :

Raden Rivandi Putra Fajar Siagian

20211065

PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL SARJANA TERAPAN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2024

MAUCHI

LAPORAN AKHIR BISNIS

Laporan akhir bisnis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan jenjang Sarjana Terapan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Raden Rivandi Putra Fajar Siagian

20211065

Program Studi Bisnis Digital Sarjana Terapan

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

F&B MAUCHI



Disusun Oleh :

Raden Rivandi Putra Fajar Siagian

20211065

Telah Disetujui Oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal *6 September 2024*

Dosen Pembimbing



HALAMAN PENGESAHAN UJIAN LAPORAN AKHIR BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN LAPORAN AKHIR BISNIS

Telah dipertahankan/diujikan dan disahkan
untuk memenuhi syarat guna memperoleh
gelar
Sarjana Terapan Bisnis Digital, Fakultas Bisnis dan
Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Nama : Raden Rivandi Putra Fajar Siagian
No. Mahasiswa : 20211065
Program Studi : Bisnis Digital

Yogyakarta, 16 Oktober 2024

Disahkan oleh:

Penguji 1: Arief Darmawan S.E., M.M. (Arief)
Penguji 2: Khoirina Nur Anandya S.E., M.Sc. (Khoirina)

Mengetahui
Ketua Program Studi
Bisnis Digital



PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

“Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa laporan akhir bisnis ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 10 Oktober 2024



Raden Rivandi Putra Fajar Siagian

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas segala rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir pada semester delapan Prodi Bisnis Digital di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Tugas akhir proyek bisnis ini merupakan bagian dari tugas akhir Program Studi Bisnis Digital di Fakultas Ekonomi dan merupakan hasil dari usaha penulis dalam mempelajari bidang bisnis digital, yang telah menjadi bagian penting dari perkembangan era digitalisasi khususnya di bidang ekonomi dan bisnis. Tujuan dari tugas akhir proyek bisnis ini adalah untuk mengetahui bagaimana penulis dapat mengimplementasikan mata kuliah yang selama ini dosen ajarkan kepada penulis terhadap bisnis yang akan dijalankan. Dalam penyusunan laporan, tentu saja Penulis tak lepas dari doa, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, Penulis mengucapkan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT Tuhan yang Maha Esa selalu memberikan rahmat dan hidayahnya kepada penulis
2. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST., M. Sc., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Indonesia, beserta segenap jajaran kepemimpinannya.
3. Bapak Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia beserta segenap jajaran kepemimpinannya.

4. Bapak Arif Hartono, SE., M.Ec., Ph.D. selaku rusan Manajemen FBE UII beserta segenap jajaran kepengimpinannya.
5. Bapak Arief Darmawan, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Bisnis Digital FBE UII dan dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan serta bimbingannya selama menyusun Tugas Akhir.
6. Bapak Tindak dan Ibu Retno yang telah memberikan segalanya serta tidak pernah lelah berdoa untuk penulis. Orang tua sangat berperan penting dalam mendukung keuangan, fasilitas pribadi, dan rasa kasih sayang yang besar,
7. Nenek, kakek, paman, bibi, sepupu dan keluarga besar lainnya yang selalu mendukung dan mendoakan tiada henti.
8. Ima, Novita, Naufal, dan teman-teman seperjuangan yang selalu memotivasi dan mendukung saya sampai di titik ini

Penulis menyadari segala keterbatasan yang ada dalam pelaksanaan maupun penyusunan laporan akhir ini. Oleh karena itu, Penulis memohon maaf atas kekurangan yang ada. Akhir kata, semoga laporan akhir ini bermanfaat untuk menambah wawasan bagi Penulis khususnya, serta bagi pembaca umumnya.

Yogyakarta, 6 September 2024



Raden Rivandi Putra Fajar Siagian

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN LAPORAN AKHIR BISNIS	iv
PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Analisis Lingkungan.....	3
BAB II.....	5
DESKRIPSI BISNIS	5
2.1 Profil Bisnis	5
2.2 Model Bisnis.....	7
2.2 Aspek Operasi/Produksi	9
2.2.1 Rancangan Desain Produk	10
2.2.2 Fasilitas/Peralatan Produksi	12
2.2.3 Lokasi.....	13
2.2.5 Alur produksi	14
2.2.6 Tata Letak	15
2.2.7 Kapasitas Produksi.....	15
2.2.8 Rancangan Kualitas	16
2.4 Aspek Pasar dan Pemasaran	16
2.4.1 Segmenting	16
2.4.2 Targeting.....	17
2.4.3 Positioning	18
2.5 Aspek Organisasi dan SDM	19
2.5.1 Struktur Organisasi MAUCHI	19
2.5.2 Sistem Perekrutan dan Deskripsi Kerja	19

2.5.3 Kompensasi dan Penggajian	20
2.6 Aspek Keuangan.....	20
2.7 Aspek Teknologi Digital	32
BAB III.....	33
LAPORAN PERKEMBANGAN BISNIS	33
3.1 Profil Bisnis	33
3.2 Tinjauan Aspek Pemasaran	34
3.2.1 Strategi Pemasaran.....	34
3.2.2 Proses Pricing	35
3.3 Tinjauan Aspek Operasi dan Produksi	35
3.4 Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia	41
3.4.3 Kompensasi dan Penggajian	44
3.5 Tinjauan Aspek Keuangan	44
3.6 Aspek Teknologi Digital	50
BAB IV	54
IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH	54
4.1 Identifikasi Masalah	54
4.1.1 Bidang Pemasaran.....	54
4.1.2 Bidang Produksi/Operasi	54
4.1.3 Bidang Sumber Daya Manusia	55
4.1.4 Bidang Keuangan.....	55
4.2 Pemecahan Masalah	55
4.1.2 Bidang Pemasaran.....	55
4.2.2 Bidang Produksi/Operasi	56
4.2.3 Bidang Sumber Daya Manusia	56
4.2.4 Bidang Keuangan.....	56
BAB V.....	58
KESIMPULAN DAN TINDAK LANJUT	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Tindak Lanjut	58
5.3 Komponen Bagian Akhir.....	59

5.3.1 Catatan Aktivitas Bisnis.....	59
5.3.2 Dokumentasi	82
DAFTAR PUSTAKA	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Business Model Canvas (BMC).....	7
Gambar 2. 1 Logo Mauchi.....	11
Gambar 2. 2 Produk Choco Daifuku.....	11
Gambar 2. 3 Produk Ichigo Choco Daifuku.....	11
Gambar 2. 4 Produk Mochi Bites.....	12
Gambar 2. 5 Denah Lokasi.....	13
Gambar 2. 6 Denah Tata Letak Ruang Produksi, Packing, dan Gudang	15
Gambar 3. 1 Strawberry yang Telah Dibersihkan.....	37
Gambar 3. 2 Adonan Mochi yang Dikukus	38
Gambar 3. 3 Adonan Mochi yang sudah Diuleni.....	39
Gambar 3. 4 Pengisian Isian Mochi	39
Gambar 3. 5 Pemberian Tepung Maizena.....	40
Gambar 3. 6 Packing thinwall 100ml.....	41
Gambar 3. 7 Packing thinwall 350ml.....	41
Gambar 3. 8 Akun Instagram Mauchi.....	52
Gambar 3. 9 Profil Akun Instagram Mauchi.....	52
Gambar 3. 10 QRIS Mauchi.....	53
Gambar 5. 1 Produk Display di Offline Store.....	82
Gambar 5. 2 Produk Ichigo Choco Daifuku.....	82
Gambar 5. 3 Produk Ichigo Choco Daifuku.....	82
Gambar 5. 4 Produk Choco Daifuku.....	83
Gambar 5. 5 Produk Telah Dikemas	83
Gambar 5. 6 Produk Telah Dikemas	83
Gambar 5. 7 Produk Mochi Bites.....	84
Gambar 5. 8 Katalog Menu Mauchi.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Analisis SWOT Pada Brand Mauchi	4
Tabel 2. 1 Waktu Proses Produksi	14
Tabel 2. 2 Modal	21
Tabel 2. 3 Perkiraan Biaya Tetap	21
Tabel 2. 4 Perkiraan Bahan Baku Perbulan	22
Tabel 2. 5 Perkiraan Biaya Investasi.....	23
Tabel 2. 6 Perhitungan HPP produk per 50 pcs Choco Daifuku.....	24
Tabel 2. 7 Perkiraan HPP Produk Ichigo Choco Daifuku.....	25
Tabel 2. 8 Perkiraan HPP Produk Mochi Bites.....	26
Tabel 2. 9 Perhitungan Penjualan Harga Pokok Produk	27
Tabel 2. 10 Perkiraan Penjualan Produk	28
Tabel 2. 11 Laporan Laba Rugi.....	29
Tabel 2. 12 Perkiraan Arus Kas 3 Bulan.....	29
Tabel 2. 13 Perkiraan Laporan Arus Kas 3 Bulan	30
Tabel 2. 14 Perkiraan Laporan Neraca.....	31
Tabel 3. 1 Tabel Modal	44
Tabel 3. 2 Total Biaya Tetap Perbulan.....	44
Tabel 3. 3 Pembelian Bahan Baku Yang di Hitung Dari HPP Produk	45
Tabel 3. 4 Total Penjualan Produk.....	46
Tabel 3. 5 Biaya Investasi	47
Tabel 3. 6.Pengerluaran Kebutuhan Perbulan.....	48
Tabel 3. 7 Laporan Laba Rugi.....	48
Tabel 3. 8 Arus Kas 3 Bulan Usaha Berjalan.....	48
Tabel 3. 9 Laporan Arus Kas	49

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mochi adalah salah satu makanan tradisional Jepang yang telah mendapatkan popularitas global berkat rasa unik dan teksturnya yang kenyal. Mochi telah lama menjadi bagian dari budaya Jepang, namun dalam beberapa dekade terakhir, mochi telah berkembang menjadi camilan internasional yang disukai oleh berbagai kalangan. Mochi dibuat dari beras ketan yang dikukus dan digiling hingga menjadi adonan yang lembut. Saat ini mochi telah berkembang dengan berbagai macam rasa dan bentuk yang menarik dan diminati oleh berbagai kalangan.

Menurut jurnal "Consumer Preferences for Traditional Japanese Foods" yang diterbitkan di *Journal of Food Science and Technology*, minat konsumen terhadap makanan tradisional Jepang, termasuk mochi, semakin meningkat secara global. Penelitian ini menunjukkan bahwa konsumsi makanan Jepang di luar Jepang telah meningkat sekitar 30% dalam dekade terakhir, dengan mochi menjadi salah satu produk yang paling diminati (Smith et al., 2022).

Mochi bukan hanya disukai karena rasanya yang unik tetapi juga karena manfaat kesehatannya. Jurnal "Health Benefits and Risks of Traditional Japanese Foods" dalam *Journal of Nutritional Health* mencatat bahwa mochi mengandung serat tinggi dan rendah lemak, menjadikannya pilihan camilan yang lebih sehat dibandingkan banyak alternatif lainnya (Tanaka & Yamada, 2021).

Dari pemaparan diatas, maka penulis mempunyai ide untuk membuat bisnis berupa mochi yang telah di inovasi dengan berbagai macam rasa dan bentuk. Brand Mauchi hadir untuk menjawab tren ini dengan menghadirkan mochi modern yang menggabungkan tradisi dengan inovasi. Brand ini didirikan untuk mengedepankan kualitas dan inovasi dalam industri mochi. Penulis menyediakan mochi yang tidak hanya mempertahankan otentisitas rasanya tetapi juga menghadirkan variasi yang sesuai dengan selera anak muda dan tren yang ada. Mauchi berkomitmen untuk menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi dan proses produksi yang sesuai dengan SOP. Hal ini bertujuan untuk memastikan produk yang dijual merupakan produk berkualitas.

Brand Mauchi berfokus pada inovasi dalam produk mochi yang kami tawarkan. Penulis memproduksi mochi dengan berbagai rasa, dari varian ichigo choco daifuku (mochi isi coklat strawberry), choco daifuku (mochi isi coklat), dan mochi bites dengan berbagai varian rasaocol. Menurut jurnal "Innovation in Traditional Food Products: Case Studies from Asia" yang dipublikasikan di *Food Innovation and Technology Review*, inovasi dalam produk tradisional, seperti mochi, adalah kunci untuk menarik minat konsumen baru dan mempertahankan relevansi di pasar yang kompetitif (Lee et al., 2023). Ini sejalan dengan strategi Mauchi untuk terus berinovasi dan mempertahankan kualitas yang konsisten. Kualitas adalah prioritas utama bagi Mauchi. Penulis memastikan bahwa setiap mochi yang penulis produksi mengikuti standar kualitas yang sesuai dengan SOP. Proses produksi selalu mengontrol kualitas secara teliti dan memilih bahan-bahan baku segar dan berkualitas.

Brand Mauchi hadir dengan tujuan untuk menghadirkan pengalaman makan mochi yang baru kepada konsumen. Dengan memadukan tradisi dan inovasi, Mauchi bertujuan untuk memperkenalkan mochi kepada pasar yang lebih luas dan memastikan kualitas dan kepuasan pelanggan. Penulis percaya bahwa melalui komitmen saya terhadap kualitas dan inovasi, Mauchi akan menjadi pilihan utama bagi pecinta mochi.

1.2 Analisis Lingkungan

Analisis lingkungan dibagi menjadi dua kategori yaitu analisis secara eksternal dan internal. Analisis tersebut dilakukan untuk menyusun SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity Threat*). Analisis lingkungan internal adalah analisis yang dilakukan di dalam bisnis tersebut yang berfokus pada elemen-elemen yang ada di dalam bisnis itu sendiri sedangkan analisis lingkungan eksternal adalah analisis yang berfokus pada faktor-faktor yang berada di luar bisnis dan dapat mempengaruhi operasional serta strategi bisnis.

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity Threat*) sangatlah penting digunakan dalam memulai bisnis karena dengan adanya analisis ini kita dapat mengetahui kondisi yang sedang terjadi di dalam bisnis kita dan lingkungan sekitar. Analisis SWOT terdiri dari 4 bagian yaitu *strength* yang merupakan faktor internal yang memberikan keunggulan dan kelebihan dibandingkan produk pesaing. *Weakness* yang berarti faktor internal yang dapat menjadi kelemahan atau hambatan dalam mencapai keberhasilan bisnis. Kemudian *opportunity* adalah faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk menjadi peluang keuntungan bisnis

yang dijalankan. dan yang terakhir adalah *threat* faktor eksternal yang dapat menimbulkan resiko atau tantangan dalam kelancaran bisnis.

Tabel 1. 1 Analisis SWOT Pada Brand Mauchi

<p>Strength</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dapat membeli satuan. • Menggunakan bahan baku premium. • Target pasar langsung tertuju. • Kemasan yang simpel dan mudah disimpan. • Produk yang dijual dalam keadaan fresh. 	<p>Weakness</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pembelian bahan baku jauh dari tempat produksi. • Varian rasa yang terbatas. • Kekurangan staff dalam kegiatan produksi. • Produk hanya tahan 24 jam di suhu ruangan.
<p>Opportunity</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lebih banyak menjual produk di kampus-kampus lain. • Gaya hidup anak muda yang menyukai makanan sesuai trend 	<p>Threat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adanya kompetitor lain yang lebih murah. • Supplier bahan baku strawberry gagal panen.

BAB II

DESKRIPSI BISNIS

2.1 Profil Bisnis

Nama Bisnis

Nama usaha yang akan dijalankan adalah Mauchi. Nama tersebut berasal dari gabungan antara kata mau dan mochi. Maka pemilihan nama MAUCHI ini dapat diistilahkan seperti mau atau ingin membeli mochi dan bisa diartikan mau atau ingin memakan mochi tersebut.

a. Lokasi

Lokasi usaha produksi Mauchi berada di desa Bungsing RT 02, Guwosari, Pajangan, Bantul. Tempat yang digunakan untuk proses produksi pembuatan mochi berada di rumah Penulis.

b. Bidang kegiatan/usaha dan produk yang dihasilkan

Bidang kegiatan yang dijalankan yaitu bidang F&B (*Food and Beverage*) yaitu bisnis yang bergerak di bidang pembuatan dan penjualan makanan maupun minuman. Spesifikasinya adalah pada penjualan produk mochi yang kekinian/modern.

c. Target Pasar

Mauchi dapat dikonsumsi oleh siapapun dari berbagai usia baik anak-anak, remaja, dan orang tua. Target pasar brand Mauchi yang utama adalah mahasiswa yang berkuliah di kampus FBE UII.

d. Gambaran Pesaing

Gambaran pesaing yang berada di offline store kampus FBE UII dan ada beberapa outlet yang sama-sama menjual mochi dengan ukuran yang berbeda dan rasa yang berbeda.

e. Keunggulan/keunikan yang dimiliki

Keunggulan dari Mauchi ini adalah menjual mochi dengan bahan-bahan kualitas premium yang tentunya dengan menggunakan bahan-bahan premium menjadi keunggulan mauchi dari produk-produk pesaing serta menjual produk fresh. Keunggulan lain dari Mauchi ini adalah customer bisa membeli satu buah mochi yang dimana mochi dari produk pesaing menjualnya dengan paket tiga buah mochi yang tentunya harga lebih mahal dari pada mauchi.

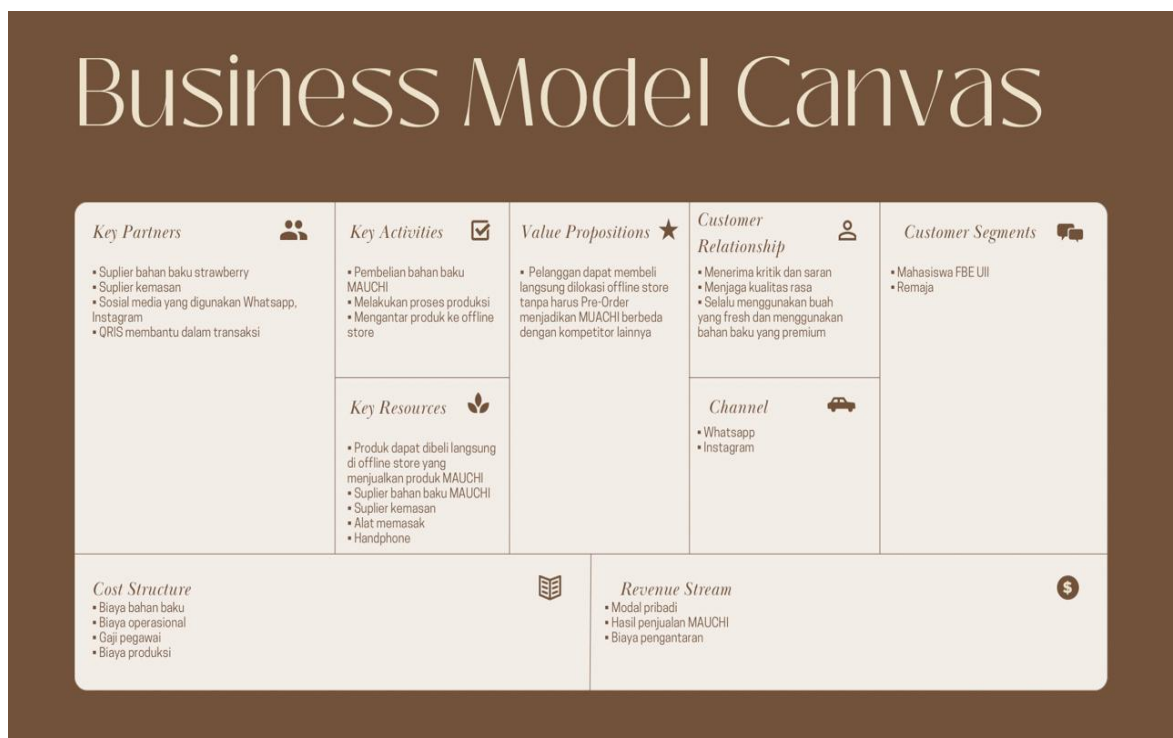
f. Teknologi yang akan diadopsi dan gambaran lain yang relevan

Teknologi promosi yang digunakan Mauchi adalah dengan menggunakan instagram sebagai tempat promosi dan menggunakan whatsapp untuk melakukan pemesanan dan transaksi. Menggunakan teknologi pembayaran terbaru menggunakan QRIS yang memudahkan pembeli dalam bertransaksi. QRIS merupakan pembayaran digital yang berarti pembeli dapat menscan kode QR dan kemudian sistem akan mengidentifikasi dan membacanya. Pembayaran digital ini dapat meningkatkan pengalaman pembayaran pelanggan sekaligus mendorong pertumbuhan dan efisiensi di setiap aspek bisnis.

2.2 Model Bisnis

Model bisnis adalah kerangka utama yang mendasari bagaimana perusahaan beroperasi dan memperoleh keuntungan. Model bisnis ini membantu perusahaan merancang strategi operasional yang efektif, dapat memastikan bahwa semua aspek dari produksi hingga pemasaran dan layanan yang diberikan untuk pelanggan berjalan dengan lancar. Dengan memahami dan merancang model bisnis yang solid, perusahaan dapat lebih siap untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di pasar.

Salah satu model bisnis yang digunakan dalam menentukan dan mengidentifikasi ekosistem bisnis adalah *Business Model Canvas* (BMC). Berikut merupakan business model canva brand mauchi.



Gambar 1. 1 Business Model Canvas (BMC)

1. ***Customer Segments (Segmen Pelanggan)***

Menjelaskan siapa pelanggan atau pasar yang ingin dijangkau. Segmen pelanggan pada brand Mauchi yaitu mahasiswa FBE UII dan remaja.

2. ***Value Propositions (Proposisi Nilai)***

Yaini nilai unik atau keunggulan yang ditawarkan kepada pelanggan. Keunikan dan keunggulan yang dimiliki brand Mauchi adalah pelanggan dapat membeli langsung ke lokasi *offline store* tanpa harus melakukan pre-order.

3. ***Channels (Saluran)***

Media atau sarana yang digunakan Mauchi untuk menyampaikan produk kepada pelanggan adalah menggunakan media instagram dan whatsapp pelanggan.

4. ***Customer Relationships (Hubungan Pelanggan)***

Menjelaskan bagaimana perusahaan berinteraksi dengan pelanggan dan membangun hubungan untuk menjaga hubungan dengan pelanggan, Mauchi menerima kritik dan saran, menjaga kualitas rasa, dan selalu menggunakan buah yang fresh serta bahan baku yang premium.

5. ***Revenue Streams (Aliran Pendapatan)***

Menjelaskan bagaimana perusahaan menghasilkan keuntungan. Keuntungan yang didapatkan Mauchi antara lain modal pribadi, hasil penjualan Mauchi, dan biaya pengantaran

6. ***Key Resources (Sumber Daya Utama)***

Aset atau sumber daya penting yang dibutuhkan untuk menjalankan model bisnis berikut aset dan sumber daya penting yang dibutuhkan Mauchi dalam

menjalankan bisnis antara lain supplier bahan baku, supplier kemasan, alat memasak dan handphone dan *offline store*.

7. **Key Activities (Aktivitas Utama)**

Menjelaskan kegiatan utama yang perlu dilakukan untuk menjalankan model bisnis untuk menjalankan bisnis Mauchi penulis melakukan beberapa aktivitas yang menunjang bisnis tersebut berjalan antara lain membeli bahan baku, melakukan proses produksi termasuk mengemas produk, dan mengantar produk ke *offline store*.

8. **Key Partnerships (Kemitraan Utama)**

Menjelaskan bagaimana hubungan dengan pihak luar yang membantu menjalankan model bisnis. Dalam menjalankan bisnis ini Mauchi tidak bisa berjalan tanpa bantuan pihak luar baik dari dunia maya maupun real, berikut pihak luar yang membantu penulis untuk menjalankan bisnisnya supplier bahan baku strawberry, supplier kemasan, supplier bahan baku mochi, sosial media instagram dan whatsapp dan metode pembayaran QRIS.

9. **Cost Structure (Struktur Biaya)**

Menjelaskan biaya utama yang dikeluarkan untuk menjalankan model bisnis. Biaya utama yang dikeluarkan penulis dalam menjalankan bisnis Mauchi ini dikeluarkan untuk biaya bahan baku, biaya operasional, biaya produksi dan gaji pegawai.

2.2 Aspek Operasi/Produksi

Aspek operasi dan produksi dari brand Mauchi diantaranya sebagai berikut:

2.2.1 Rancangan Desain Produk

Bisnis yang dirancang oleh penulis adalah makanan ringan berupa mochi yang sedang trend dikalangan remaja terutama mahasiswa. Dengan target pasar tersebut tentunya penulis memikirkan desain produk yang menarik yang akan menambah nilai plus di mata para konsumen. Untuk desain logo brand Mauchi berasal dari kata mau dan mochi yang digabungkan menjadi Mauchi makna dari Mauchi itu sendiri adalah mau makan mochi jadi para konsumen lebih mudah mengingatnya. Logo dengan konsep campuran berbagai warna melambangkan kesenangan atau "*happy*" maka dengan itu harapannya orang yang mengkonsumsi mauchi dapat mendapatkan kesenangan ataupun kenikmatan tersendiri. Font logo yang dibentuk sedemikian rupa sehingga membentuk konsep yang abstrak menyerupai tekstur makanan mochi yang kenyal dan manis. Dimaknai sebagai bahwa ini merupakan logo dari usaha mochi. Tagline "*Quality and Taste No 1*" merupakan sebuah tagline dari usaha ini yang dapat diartikan sebagai usaha yang mengutamakan kualitas dan rasa. Oleh karena itu, rasa menjadi sangatlah penting dalam membuat makanan mochi ini.

Untuk desain kemasan penulis menggunakan produk twinwall 100 ml untuk produk choco daifuku dan ichigo daifuku sedangkan untuk twinwall 350ml untuk produk mochi bites. mengapa menggunakan produk tersebut dikarenakan kemasannya yang praktis dan efisien serta produk tersebut dapat digunakan kembali oleh konsumen untuk digunakan wadah menyimpan barang-barang kecil/pernak pernik jadi kemasan tersebut dapat didaur ulang dan tidak menjadi sampah langsung yang dapat mencemari lingkungan disekitar. berikut adalah logo dan bentuk kemasan yang digunakan Mauchi untuk memasarkan produknya.



Gambar 2. 1 Logo Mauchi



Gambar 2. 2 Produk Choco Daifuku



Gambar 2. 3 Produk Ichigo Choco Daifuku



Gambar 2. 4 Produk Mochi Bites

2.2.2 Fasilitas/Peralatan Produksi

Akrifitas produksi sangat memerlukan peralatan dan fasilitas yang memadai. Berikut fasilitas dan peralatan yang digunakan untuk proses produksi

Fasilitas yang digunakan untuk memproduksi mochi ini antara lain:

- a. Ruang produksi/dapur
- b. Ruang packing
- c. Gudang penyimpanan bahan baku

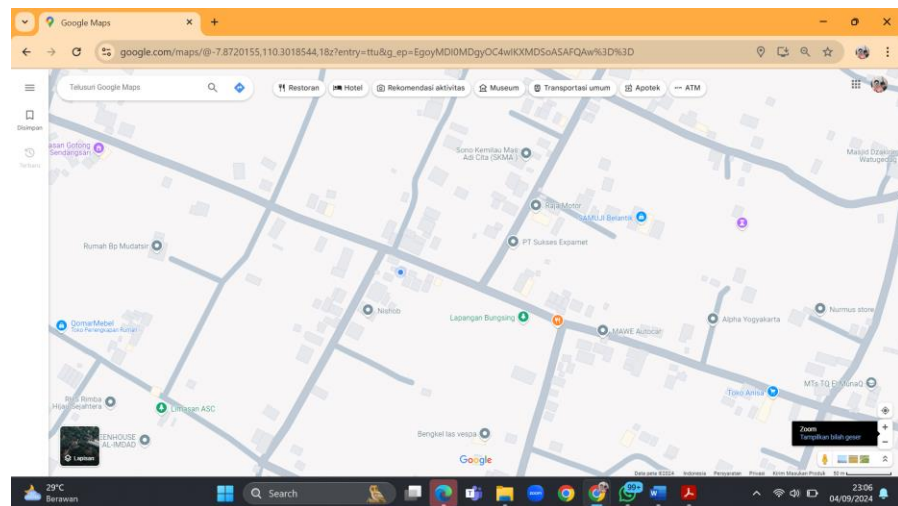
Peralatan yang digunakan untuk memproduksi mochi anantara lain:

- a. Kompor
- b. Tabung gas 3kg
- c. Panci
- d. Lokyang

- e. Panci kukus
- f. Solet
- g. Timbangan
- h. *Mixer*
- i. Alas adonan silicon
- j. *Rolling pin*
- k. Nampan/Baki

2.2.3 Lokasi

Lokasi produksi Muachi untuk memproduksi mochi berlokasi di RT 02, Desa Bungsing, Dusun Guwosari, Kecamatan Pajangan, Kabupaten Bantul.



Gambar 2. 5 Denah Lokasi

2.2.4 Proses Produksi

Proses produksi yang dijalankan penulis dilakukan oleh owner dan satu pegawai. Kegiatan proses produksi ini dilakukan setiap senin-jumat menyesuaikan dengan jam waktu masuk kuliah sedangkan untuk hari sabtu dan minggu proses

produksi dijalankan oleh owner sendiri karena pada waktu tersebut proses produksi dijalankan ketika ada yang memesan diluar waktu masuk kampus.

2.2.5 Alur produksi

- a. Pembersihan buah strawberry
- b. Pembuatan isian coklat
- c. Pembuatan adonan mochi
- d. Pengukusan adonan mochi
- e. Menguleni adonan matang
- f. Membentuk adonan menjadi bentuk mochi
- g. *Quality control*
- h. Proses packing dan penempelan stiker

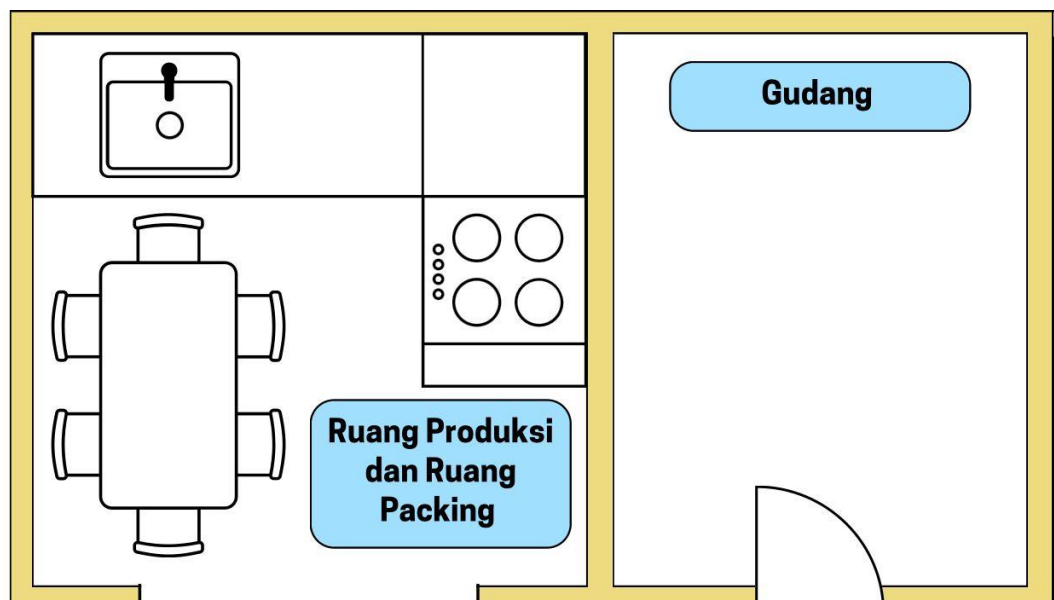
Berikut gambaran waktu proses produksi yang dilakukan

Tabel 2. 1 Waktu Proses Produksi

Waktu	Kegiatan
02.00 - 02.15	Pemberishan buah strawberry
02.16 -02.45	Pembuatan isian coklat
02.45- 03.00	Menyiapkan bahan baku yang digunakan untuk memproduksi mochi
03.001 - 04.30	Proses produksi mochi di antaranya membuat adonan yang akan dikukus dan membuat coklat yang digunakan untuk isian mochi

04.31 - 05.00	ISHOMA
05.01 - 06.00	Proses pengemasan Mauchi

2.2.6 Tata Letak



Gambar 2. 6 Denah Tata Letak Ruang Produksi, Packing, dan Gudang

2.2.7 Kapasitas Produksi

Muachi memiliki 3 pilihan produk yaitu choco daifuku, ichigo daifuku, dan mochi bites. Kapasitas produksi dalam sehari pembuatan penulis mampu memproduksi 20 ichoco daifuku, 30 ichigo daifuku, dan 10 mochi bites. Kapasitas tersebut dapat dilakukan oleh penulis tetapi penulis memastikan produk yang dijual tidak tersisa dan laku semuanya maka dari itu penulis memproduksi 15 choco daifuku, 20 ichigo daifuku dan 5 mochi bites.

2.2.8 Rancangan Kualitas

Mauchi selalu menjaga kualitas produk yang akan dijual oleh konsumen maka dari itu penulis memiliki standar kualitas seperti buah yang digunakan tidak busuk/cacat, adonan matang dengan sempurna, dan lain lain. Contoh diatas adalah salah bentuk tanggung jawab penulis dalam menjaga kualitas produk.

2.4 Aspek Pasar dan Pemasaran

Bisnis Mauchi yang penulis jalankan diproduksi di Desa Bungsing, Dusun Guwosari, Kecamatan Pajangan, Kabupaten Bantul dan untuk tempat penjualan penulis menyalurkan dagangannya di *offline store* kampus FBE Universitas Islam Indonesia. Tujuan dari penjualan di kampus ini adalah menargetkan konsumen mahasiswa yang menyukai makanan yang sedang trend, enak, dan praktis. Hal ini yang membuat penulis yakin dengan bisnis yang dijalankan karena penulis melihat potensi bisnis yang menjanjikan.

Beberapa pesaing yang ada di *offline store* kampus FBE Universitas Islam Indonesia memiliki daya pikat masing masing akan tetapi Mauchi menghadirkan makanan yang sedang trend dikalangan anak muda terutama mahasiswa tidak hanya memanfaatkan trend, Mauchi juga menghadirkan makanan dengan kualitas premium yang tentunya enak. Dari beberapa keunggulan yang dimiliki oleh Mauchi, kita harus tetap menganalisis 4 point penting yaitu *segmenting*, *targeting*, *positioning*, dan *marketing mix*.

2.4.1 Segmenting

- a. Demografis

MAUCHI ditujukan Mahasiswa Umumnya memiliki rentang usia antara 18 hingga 25 tahun. Mereka mungkin mencari makanan ringan yang menarik dan sesuai dengan gaya hidup mereka.

b. Geografis

Sasaran penjualan MAUCHI adalah offline store yang berada di kampus FBE Universitas Islam Indonesia. Tempat ini penulis pilih dikarenakan mahasiswa yang sedang berada di jam istirahat memilih membeli makanan ringan yang ada di kampus daripada harus keluar hanya untuk mencari makanan ringan.

c. Psikografi

Preferensi makanan mahasiswa mungkin tertarik pada makanan yang unik dan inovatif, serta makanan yang sesuai dengan tren terbaru. Harga produk Mauchi yang dijual juga tergolong murah untuk mahasiswa menjadikan MAUCHI pilihan yang tepat untuk mahasiswa.

2.4.2 Targeting

Dari beberapa analisis segmenting pasar yang penulis analisis dapat ditarik kesimpulan produk MAUCHI ditargetkan untuk mahasiswa yang berada di kampus FBE Universitas Islam Indonesia mengapa penulis memilih target pasar tersebut karena Mahasiswa saat ini menyukai hal-hal yang berbau trend akan tetapi dengan adanya tersebut MAUCHI menghadirkan makanan yang memiliki kualitas premium dan tentunya enak.

2.4.3 Positioning

Positioning MAUCHI yaitu sebagai makanan ringan yang memiliki kualitas bahan premium dan memiliki harga yang terjangkau. MAUCHI selalu menjaga kualitas rasa yang mereka jual agar konsumen tidak kecewa dengan produk yang mereka beli. Harga yang dijual juga masih ramah dikantong mahasiswa yang menjadikan produk MAUCHI bisa dibeli oleh semua mahasiswa. Kemudian untuk strategi pemasaran sendiri penulis menggunakan metode *marketing mix* (bauran pemasaran) 7P karena bisnis yang penulis lakukan bergerak di bidang F&B berikut penjelasan bauran metode marketing mix yang penulis gunakan.

Marketing Mix

a. Product

Mochi yang dijual di Mauchi memiliki 3 varian rasa yaitu:

1. Ichigo Choco Daifuku
2. Choco Daifuku
3. Mochi Bites

b. Price

Harga produk yang dijual dengan harga choco daifuku Rp 5.000, ichigo choco daifuku Rp 7500, dan mochi bites Rp 13.500 untuk harga tersebut tentunya sangat terjangkau untuk para mahasiswa yang berada di kampus FBE Universitas Islam Indonesia.

c. Place

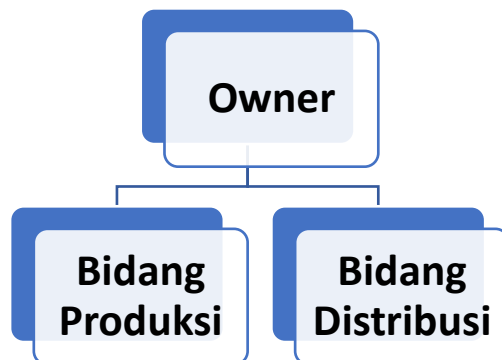
Lokasi produksi Mauchi di Desa Bungsing, Dusun Guwosari, Kecamatan Pajangan, Kabupaten Bantul dan untuk tempat penjualan penulis menyalurkan dagangannya di *offline store* kampus FBE Universitas Islam Indonesia. Konsumen juga dapat memesan mochi melalui WhatsApp dan instagram @mauchi_jogja.

d. Promotion

Untuk promosi yang dilakukan oleh Mauchi adalah menggunakan stiker yang ada di setiap product. Stiker tersebut berisi logo dan sosial media yang penulis gunakan tujuannya adalah ketika mahasiswa ingin membeli atau memesan diluar offline store dapat menghubungi melalui sosial media tersebut.

2.5 Aspek Organisasi dan SDM

2.5.1 Struktur Organisasi MAUCHI



2.5.2 Sistem Perekrutan dan Deskripsi Kerja

Bisnis Mauchi merupakan bisnis dalam bentuk skala kecil, sehingga dalam sistem perekrutannya masih melibatkan keluarga. Kedepannya jika bisnis Mauchi ini besar bisnis ini harus memerlukan

tenaga kerja yang lebih banyak untuk memenuhi permintaan konsumen. Pada saat ini owner dibantu oleh dua karyawan yaitu karyawan dibidang produksi dan karyawan dibidang distribusi. Berikut deskripsi kerja yang dilakukan oleh owner dan dua karyawannya.

Owner: Bertanggung jawab untuk memasarkan produk Mauchi agar produk yang dijual sampai kepada target yang dituju serta memastikan semua pengelolaan keuangan.

Bidang produksi: Membantu owner dalam melakukan proses produksi mochi serta sama sama memastikan produk yang akan dijual sudah melalalui standar SOP yang ditetapkan oleh owner.

Bidang distribusi: Bertanggung jawab dalam pengantaran produk ke offline store yang telah ditetapkan oleh owner dan memastikan produk yang diantar tidak rusak

2.5.3 Kompensasi dan Penggajian

Pengeluaran untuk penggajian karyawan orang yang terdiri dari dua karyawan dibidang produksi dan distribusi sebesar 600.000.

2.6 Aspek Keuangan

Aspek keuangan diperlukan untuk mengetahui asumsi pendanaan dan sirkulasi kas/proyek bisnis, sehingga dapat menentukan layak atau tidaknya rencana usaha yang dimaksud. Jika sebuah usulan rencana bisnis tidak memiliki perhitungan aspek keuangan, akan sulit untuk mengukur keberhasilannya. Dalam menjalankan bisnis Mauchi, Penulis harus memiliki modal terlebih dahulu untuk memulai bisnis. Modal yang

diperoleh berasal dari tabungan pribadi owner tanpa adanya investor lain. Kemudian pendapatan hasil penjualan akan digunakan kembali sebagai modal pembuatan mochi secara berkelanjutan. Berikut merupakan beberapa tabel pencatatan keuangan Mauchi.

Tabel 2. 2 Modal

Tanggal	Keterangan	Ref	Debit	Kredit
	Modal			Rp. 6.000.000
			0	Rp. 6.000.000
Total				Rp. 6.000.000

Tabel 2. 3 Perkiraan Biaya Tetap

No	Biaya Tetap	Jumlah
1	Biaya listrik	50.000
2	Biaya air	25.000
3	Biaya gas	100.000
4	Gaji karyawan (2)	600.000
Total		775.000

Tabel 2. 4 Perkiraan Bahan Baku Perbulan

No	Biaya Variabel	Kuantitas/ Jumlah	Harga
1	Tepung Ketan	61 Bungkus/bungkus 500gr	Rp 610.000
2	Tepung Maizena	5000gr	Rp 60.000
3	Gula	13.000	Rp 150.000
4	Garam	500g	Rp 25.000
5	Susu UHT 1 liter	52.000ml/52liter	Rp 962.000
6	Mentega	1000	Rp 50.000
7	Minyak	1.500 ml	Rp 42.000
8	Perisa Bubuk Vanila	500gr	Rp 50.000
9	Coklat Compound	4000g	Rp 300.000
10	Coklat Bubuk	1250gr	Rp 300.000
11	Tepung Terigu	2000g	Rp 35.000
12	Pewarna Makanan	300ml	Rp 30.000
13	Cup Thin Wall 100ml	850 pcs	Rp 297.500

14	Cup Thin Wall 350ml	125 pcs	Rp 175.000
15	Stiker Thin Wall 100ml	850 pcs	Rp 150.000
16	Stiker Thin Wall 350ml	120pcs	Rp 160.000
17	Strawberry	600pcs	Rp. 600.000
18	Glaze	1.100gr	Rp.60.000
19	Oreo	1500gr	Rp.110.000
Total		Rp 4.166.500	

Tabel 2. 5 Perkiraan Biaya Investasi

No	Biaya Investasi	Jumlah (Unit)	Jumlah
1	Kompor	1	Rp 200.000
2	Tabung Gas 3 kg	1	Rp 130.000
3	Panci	1	Rp 50.000
4	Loyang	3	Rp 120.000
5	Panci Kukus	1	Rp. 150.000
6	Solet	1	Rp. 3000
7	Timbangan	1	Rp. 50.000
8	Mixer	1	Rp. 500.000
9	Alas adonan silikon	1	Rp 200.000
10.	Rolling Pin	1	Rp 50.000
11	Nampan/Baki	5	Rp 100.000

12	Baskom plastik	4	Rp 80.000
Total		Rp 1.633.000	

Tabel 2. 6 Perhitungan HPP produk per 50 pcs Choco Daifuku

No	Bahan	Jumlah	Harga
1	Tepung Ketan	1,25 kg	25.000
2	Tepung Maizena	200gr	8400
3	Gula	500gr	5.769
4	Garam	20gr	1000
5	Susu UHT 1 liter	2.5 liter	46.250
6	Mentega	50gr	2500
7	Minyak	50ml	1400
8	Perisa Bubuk Vanila	20gr	2000
9	Coklat Compound	250 gr	18.750
10	Coklat Bubuk	80gr	19.200
11	Tepung Terigu	120gr	2100
12	Pewarna Makanan	10ml	1000
13	Cup Twin Wall 100ml	50pcs	17500
14	Stiker	50pcs	8.824
Total		159.693	

$$\text{Total Harga Produksi} = \frac{159.693}{50} = \text{Rp } 3.193/\text{pcs}$$

HPP: Jumlah yang dihasilkan 50 pcs

- Untuk harga jual 1 pcs choco daifuku dengan harga Rp 5.000

Tabel 2. 7 Perkiraan HPP Produk Ichigo Choco Daifuku

No	Bahan	Jumlah	Harga
1	Tepung Ketan	1,25 kg	25.000
2	Tepung Maizena	200gr	8400
3	Gula	500gr	5.769
4	Garam	20gr	1000
5	Susu UHT 1 liter	2.5 liter	46.250
6	Mentega	50gr	2500
7	Minyak	50ml	1400
8	Perisa Bubuk Vanila	20gr	2000
9	Coklat Compound	250 gr	18.750
10	Coklat Bubuk	80gr	19.200
11	Tepung Terigu	120gr	2100
12	Pewarna Makanan	10ml	1000
13	Cup Twin Wall 100ml	50pcs	17500
14	Stiker	50pcs	8.824
15	Stawberry	50pcs	50.000
Total		209.693	

HPP :

Total Harga Produksi = 209.693 = Rp 4.193/pcs

Jumlah yang dihasilkan 50 pcs

- Untuk harga jual 1 pcs ichigo choco daifuku dengan harga Rp 7.500

Tabel 2. 8 Perkiraan HPP Produk Mochi Bites

No	Bahan	Jumlah	Harga
1.	Tepung Ketan	1kg	20.000
2.	Tepung Maizena	150gr	6300
3	Gula	400gr	4615
4	Garam	15gr	750
5	Susu UHT 1 liter	1,2 liter	22.200
6	Minyak	30ml	840
7	Perisa Bubuk Vanila	15gr	1500
8	Pewarna Makanan	10ml	1000
9	Cup Twin Wall 350ml	10 pcs	14.000
10	Stiker	10 pcs	13.300
11	Strawberry	10 pcs	10.000
12	Biskuit Oreo	125gr	9.166
13	Glaze	100gr	5.454
Total		109.125	

HPP :

$$\begin{aligned} \text{Total Harga Produksi} &= \underline{109.125} = \text{Rp } 10.912/\text{pcs} \\ \text{Jumlah yang dihasilkan} & \quad \quad \quad 10 \text{ pcs} \end{aligned}$$

- Untuk harga jual 1 pcs mochi bites dengan harga Rp 13.500

Tabel 2. 9 Perhitungan Penjualan Harga Pokok Produk

No	Bulan	Keterangan	Harga Per Pcs	Jumlah Pcs Terjual	Total Penjualan
1.	22 April-21 Mei 2024	Choco Daifuku	Rp. 3.193	330 pcs	Rp 1.053.690
		Ichigo Choco Daifuku	Rp. 4.193	440 pcs	Rp 1.844.920
		Mochi Bites	Rp. 10.912	110 pcs	Rp 1.200.320
		Total			Rp 4.098.930
2.	22 Mei- 21 Juni 2024	Choco Daifuku	Rp. 3.193	345 pcs	Rp 1.101.585
		Ichigo Choco Daifuku	Rp. 4.193	460 pcs	Rp 1.928.780
		Mochi Bites	Rp. 10.912	115 pcs	Rp 1.254.880
		Total			Rp 4.285.245
3.	22Juni-22 Juli 2024	Choco Daifuku	Rp. 2.980	300 pcs	Rp 957.900

		Ichigo Choco Daifuku	Rp. 4.193	400 pcs	Rp 1.677.200
		Mochi Bites	Rp. 10.912	100 pcs	Rp 1.091.200
		Total			Rp 3.726.300
Total Penjualan				2600 pcs	Rp 12.110.475

Tabel 2. 10 Perkiraan Penjualan Produk

No	Bulan	Keterangan	Harga Per Pcs	Jumlah Pcs Terjual	Total Penjualan
1.	22 April-21 Mei 2024	Choco Daifuku	Rp. 5000	330 pcs	Rp 1.650.000
		Ichigo Choco Daifuku	Rp. 7500	440 pcs	Rp 3.300.000
		Mochi Bites	Rp.13.500	110 pcs	Rp 1.485.000
		Total			Rp 6.435.000
2.	22 Mei- 21 Juni 2024	Choco Daifuku	Rp. 5000	345 pcs	Rp 1.725.000
		Ichigo Choco Daifuku	Rp. 7500	460 pcs	Rp 3.450.000
		Mochi Bites	Rp.13.500	115 pcs	Rp 1.552.500
		Total			Rp 6.727.500

3.	22Juni-22 Juli 2024	Choco Daifuku	Rp. 5000	300 pcs	Rp 1.500 000
		Ichigo Choco Daifuku	Rp. 7500	400 pcs	Rp 3.000.000
		Mochi Bites	Rp.13.500	100 pcs	Rp 1.350.000
		Total			Rp 5.850.000
Total Penjualan				2600 pcs	Rp 19.012.500

Tabel 2. 11 Laporan Laba Rugi

Laporan Laba Rugi	
22 April-22 Juli 2024	
Penjualan	Rp.19.012.500
Harga Pokok Produk	Rp 12.110.475
Laba Kotor	Rp 6.902.025
Biaya Tetap yang Dikeluarkan	Rp 2.325.000
Laba Bersih	Rp 4.577.025

Tabel 2. 12 Perkiraan Arus Kas 3 Bulan

Rincian	22 April-21 Mei 2024	22 Mei- 21 Juni 2024	22Juni-22 Juli 2024
	(Rp)	(Rp)	(Rp)
Beginning	6.000.000	5.860.500	7.646.500

Cash Sales	6.435.000	6.727.500	5.850.000
Cash Out	6.574.500	4.941.500	4.941.500
Cash Available	5.860.500	7.646.500	8.555.000
Cash Flow Total	5.860.500	7.646.500	8.555.000

Tabel 2. 13 Perkiraan Laporan Arus Kas 3 Bulan

MAUCHI		
Laporan Arus Kas		
Periode yang berakhir pada 22 Juli 2024		
Arus kas dari aktivitas operasi		
Kas diterima dari pelanggan	19.012.500	
Dikurangi pembelian beban bahan baku dan biaya operasi	14.435.475	
Arus kas bersih dari aktivitas operasi		4.577.025
Arus kas dari aktivitas investasi		
Pembayaran kas untuk pembelian alat		1.633.000
Arus kas bersih dari aktivitas investasi	2.944.025	
Arus kas dari aktivitas pendanaan		

Pemberian modal oleh pemilik	6.000.000	
Dikurangi kas oleh pemilik		4.577.025
Arus kas bersih dari aktivitas pendanaan	4.367.000	
Arus kas bersih dan saldo kas		4.367.000

Tabel 2. 14 Perkiraan Laporan Neraca

LAPORAN NERACA			
Mauchi			
Per 22 Juli 2024			
AKTIVA		PASIVA	
Aktiva Lancar		Kewajiban	
Kas	Rp. 4.367.000	Hutang Usaha	-
		Total Kewajiban	-
Total Aktiva lancar	Rp. 4.367.000		
Aktiva tetap		Ekuitas	
Peralatan	Rp. 1.633.000	Modal	Rp. 6.000.000
Total Aktiva Tetap	Rp. 1.633.000	Total Ekuitas	Rp. 6.000.000

TOTAL AKTIVA Rp. 6.000.000	TOTAL PASIVA Rp. 6.000.000
--	--

2.7 Aspek Teknologi Digital

Pada era digital saat ini semua informasi bisa didapatkan di media sosial seperti informasi berita terkini, tempat wisata baru, trend makanan, dan lain-lain. Kemajuan teknologi ini yang penulis manfaatkan media sosial untuk memasarkan produk agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Platform media sosial yang penulis gunakan dalam memasarkan produk adalah intagram dan platform komunikasi yang penulis gunakan adalah whatshaap. Dalam membantu penulis untuk memudahkan pembayaran, penulis menggunakan metode pembayaran QRIS. Diharapkan dengan penggunaan teknologi digital tersebut dapat dimanfaatkan oleh penulis dalam menjalankan bisnisnya

BAB III

LAPORAN PERKEMBANGAN BISNIS

3.1 Profil Bisnis

Mauchi merupakan usaha yang bergerak di bidang F&B (*Food and Beverage*). Bisnis F&B (*Food and Beverage*) adalah bisnis yang bergerak pada penyediaan dan penjualan makanan serta minuman yang selalu berkembang seiring perkembangan zaman. Hal ini yang mendorong penulis memilih bisnis tersebut dikarenakan bisnis ini dapat diinovasi sesuai dengan permintaan pasar. Penulis menghadirkan inovasi makanan tradisional yang berasal dari jepang yaitu mochi menjadi makanan yang kekinian yang sangat disukai anak remaja saat ini.

Bisnis yang dijalankan penulis adalah Mauchi nama tersebut berasal dari gabungan antara kata mau dan mochi. Maka pemilihan nama mauchi ini dapat diistilahkan seperti mau atau ingin membeli mochi dan bisa diartikan mau atau ingin memakan mochi tersebut.

Usaha yang penulis jalankan melakukan produksi di desa Bungsing RT 02, Guwosari, Pajangan, Bantul. Tempat yang digunakan untuk proses produksi pembuatan mochi berada di rumah penulis. Pemasaran produk yang dituju penulis adalah offline store yang berada di kampus FBE UII. Penulis menargetkan tempat pemasaran tersebut dikarenakan banyaknya mahasiswa yang melihat trend mochi terbaru yang ada di media sosial. Hal ini mendukung penulis untuk memasarkan produknya karena mahasiswa sudah tahu terlebih dahulu di media sosial sehingga penulis menghadirkan Mauchi untuk menjawab rasa penasaran yang mahasiswa lihat di media sosial dan dapat merasakan mochi yang sedang trend tersebut.

3.2 Tinjauan Aspek Pemasaran

3.2.1 Strategi Pemasaran

Dalam perkembangan pemasaran yang dilakukan, Mauchi menggunakan berbagai macam cara terutama menggunakan media sosial untuk menarik daya pikat masyarakat luar. Penggunaan media sosial yang digunakan penulis adalah instagram, platform tersebut adalah platform yang sangat diandalkan oleh penulis karena platform tersebut banyak digunakan oleh anak muda terutama mahasiswa yang menjadi bagian dalam target pasar Mauchi. Penguploadan konten penjualan terus dilakukan oleh penulis tetapi tidak ada dampak di pembelian produk Mauchi. Penulis melakukan berbagai cara untuk meningkatkan pembelian di platform instagram hingga melakukan *endorsement* kepada selebgram yang berada di daerah Yogyakarta. *Endorsement* yang dilakukan penulis adalah dengan cara barter produk Mauchi dengan konten promosi brand Mauchi yang akan dibagikan di instagram story milik selebgram tersebut. Dari *endorsement* tersebut penulis mendapatkan banyaknya *view* dan *like* di postingan instagram Mauchi akan tetapi dengan bertambahnya *view* dan *like* tersebut tidak berpengaruh juga di penjualan produk. Dari permasalahan tersebut dalam menggunakan media sosial penulis menyimpulkan untuk lebih fokus dalam menjual produk Mauchi ke *offline store-offline store* yang berada di kampus di Yogyakarta. *Offline store* tersebut sudah menjadi target penjualan penulis karena di tempat tersebut banyak remaja dan mahasiswa yang selalu update dengan trend makanan.

Dalam pemasaran produk yang dilakukan di *offline store* kampus penulis membuat daya tarik tersendiri terhadap produk Mauchi dengan menggunakan

kemasan yang simpel dan mudah dibawa kemana mana serta menggunakan stiker yang informatif seperti mencantumkan logo dan kontak whatsapp penulis. Harapannya dengan menggunakan stiker tersebut pembeli dapat mengetahui nomor whatsapp dan dapat memesan produk Mauchi diluar *offline store*. Dengan menggunakan strategi ini penulis mendapatkan beberapa-kali pesanan melalui whatsapp yang mana nomor tersebut didapat dari stiker produk mauchi yang dijual di *offline store* kampus. Platform seperti whatsapp ini sangat membantu penulis dalam berinteraksi langsung dengan pembeli, penulis bisa mendapatkan kritik dan saran dari pembeli untuk tetap menjaga kualitas rasa mochi yang penulis jual.

3.2.2 Proses Pricing

Dalam proses pricing, penulis mempertimbangkan harga yang pantas untuk dijual di lingkungan mahasiswa FBE UII. Penulis melihat peluang terhadap mahasiswa FBE UII yang diberi uang saku lebih banyak dari pada mahasiswa di kampus lain hal tersebut dimanfaatkan penulis untuk memaksimalkan keuntungan yang akan didapatkan. Pendapat penulis terhadap uang saku mahasiswa FBE UII tersebut didapatkan pada saat penulis berkumpul dengan teman-teman yang berada di kampus FBE UII. Harga jual produk Mauchi adalah Rp 5.000 untuk choco daifuku dengan HPP Rp 3.193, Rp 7500 untuk ichigo choco daifuku dengan HPP Rp 4.193, dan untuk harga jual mochi bites adalah Rp 13.500 dengan HPP Rp 10.912.

3.3 Tinjauan Aspek Operasi dan Produksi

Mauchi merupakan bisnis yang bergerak dalam bidang Food and Beverage (F&B) yang berfokus menjual produk makanan tradisional yang berasal dari

jepang. Pada perkembangannya mochi berinovasi menjadi makanan modern dan menjadi trend yang sangat digemari para remaja. Hal ini yang membuat penulis yakin akan peluang yang ada untuk memproduksi mochi. Berikut beberapa proses operasi/ produksi mauchi dari pembelian bahan baku hingga produk siap dijual ke konsumen.

a. Pembelian bahan baku mochi dan strawberry

Pembelian bahan baku mochi untuk melakukan proses produksi mochi dilakukan oleh penulis/owner. Dalam pemilihan bahan baku penulis memastikan produk produk yang digunakan adalah produk premium tujuannya adalah menghasilkan mochi dengan kualitas rasa yang lebih baik dari pada mochi pesaing. Pembelian buah strawberry juga dilakukan oleh penulis untuk memastikan buah strawberry yang dibeli adalah buah yang segar karena dalam proses pembusukan buah strawberry adalah buah yang paling cepat busuk. Hal tersebut dapat merugikan bisnis penulis jika buah strawberry yang dibeli tidak segar. Penulis mempunyai beberapa back up toko bahan baku dan supplier strawberry agar pada saat toko tutup atau supplier strawberry gagal panen penulis tetap dapat melakukan proses produksi.

b. Proses Produksi Mochi dan Pengemasan

Proses produksi adalah proses dimana bahan baku menjadi produk jadi yang akan diperjual belikan kepada konsumen dan sudah melewati quality control. Pada proses produksi penulis dibantu oleh satu karyawan yang telah paham akan prosedur pembuatan mochi.

Berikut prosedur pembuatan mochi yang dilakukan oleh owner dan karyawan dibidang produksi:

1. Pembersihan buah strawberry

Untuk membersihkan buah strawberry gunakan air mengalir dan pastikan strawberry tersebut sudah tidak ada kotoran yang menempel. Setelah dicuci, tiriskan stroberi dan keringkan menggunakan tisu bersih atau lap kering. Pastikan untuk menghilangkan tangkai dilakukan setelah buah benar-benar kering untuk mencegah masuknya air ke dalam daging buah. Setelah melewati semua proses tersebut buah disimpan terlebih dahulu di kulkas untuk menghindari pembusukan



Gambar 3. 1 Strawberry yang Telah Dibersihkan

2. Pembuatan isian coklat

Pembuatan isian coklat dibuat secara homemade yang mempunyai cita rasa tersendiri dari pada produk pesaing yang menggunakan coklat instan.

3. Pembuatan adonan mochi

Proses pembuatan adonan mochi dilakukan pada pukul 03.00 pagi agar adonan tidak mengental dan dapat langsung dikukus. Dalam proses pembuatan adonan penulis menggunakan mixer untuk mengefisiensi waktu pembuatan adonan.

4. Pengukusan adonan mochi

Ada 2 cara dalam mematangkan adonan mochi yang pertama dengan cara dimatangkan langsung diatas teflon anti lengket dan diaduk terus menerus menggunakan spatula anti lengket. Cara kedua adalah dengan cara pengukusan , cara inilah yang digunakan penulis untuk mematangkan adonan mochi Pengukusan dilakukan selama 30 menit untuk memastikan adonan tersebut matang dengan sempurna.



Gambar 3. 2 Adonan Mochi yang Dikukus

5. Menguleni adonan matang

Tujuan menguleni adonan mochi adalah untuk memastikan tekstur adonan menjadi halus, kenyal, dan elastis, yang merupakan ciri khas mochi yang baik. Proses ini membantu mengembangkan gluten dalam tepung beras ketan, sehingga menghasilkan konsistensi yang tepat dan mencegah

adonan menjadi terlalu kering atau terlalu lengket. Dengan menguleni adonan secara merata, penulis juga bisa memastikan bahwa bahan tambahan seperti gula, garam, perasa dan lain lain dapat memberikan rasa yang konsisten di seluruh adonan.



Gambar 3. 3 Adonan Mochi yang sudah Diuleni

6. Membentuk adonan menjadi bentuk mochi

Dalam proses ini karyawan harus memastikan tebal tipis adonan dan konsistensi isian coklat karena pada saat pembentukan ini sangat riskan rusak sehingga adonan terbuang dan tidak dapat digunakan lagi karena telah bercampur dengan adonan coklat.



Gambar 3. 4 Pengisian Isian Mochi

7. Memberikan tepung maizena sangrai

Proses ini dilakukan agar mochi yang dimakan oleh konsumen tidak lengket di tangan. Pemberian tepung maizena sangrai ini juga sudah menjadi tradisi dari jepang dalam menyajikan mochi.



Gambar 3. 5 Pemberian Tepung Maizena

8. Quality control

Setelah melewati semua proses produksi tersebut, penulis melakukan quality control untuk memastikan produk yang akan dijual tidak memiliki kecacatan.

c. Proses packing dan penempelan stiker

Packing yang digunakan untuk produk choco daifuku dan ichigo choco daifuku adalah thinwall yang berukuran 100 ml, untuk packing produk mochi bites penulis menggunakan thinwall yang berukuran 350 ml. Packing ini penulis gunakan karena packing tersebut dapat menjaga kualitas produk, simpel, dan mudah untuk disimpan dimanapun. Berikut packing yang penulis gunakan:



Gambar 3. 6 Packing thinwall 100ml

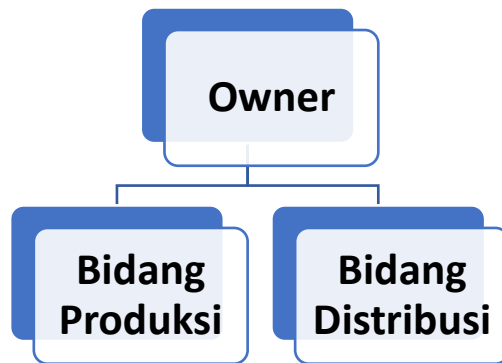


Gambar 3. 7 Packing thinwall 350ml

Stiker akan ditempelkan di tengah kemasan agar konsumen bisa melihat informasi pada saat ingin membuka packing. Informasi yang diberikan berupa logo dan kontak whatsapp penulis.

3.4 Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia

3.4.1 Struktur Organisasi Mauchi



3.4.2 Deskripsi Kerja

Dalam menjalankan sebuah bisnis Manajemen Sumber Daya Manusia sangatlah penting karena dengan adanya sumber daya manusia tersebut bisnis yang dijalankan dapat memaksimalkan kinerja bisnis secara produktif dan efektif. Dalam menjalankan bisnis MAUCHI penulis melibatkan tiga bidang yang memiliki tugas dan fungsinya masing masing guna memaksimalkan kinerja bisnis yang dijalankan. Tiga bagian tersebut terdiri dari owner, bagian produksi/operasional dan bagian distribusi berikut penjelasan tentang bagian bagian tersebut

1. Owner

Salah satu tanggung jawab utama pemilik bisnis adalah menetapkan visi dan misi perusahaan dan merencanakan strategi untuk mencapainya dalam jangka panjang. Owner bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan dengan menyusun anggaran, mencari dana jika diperlukan, dan memantau operasional sehari-hari untuk memastikan bahwa mereka berjalan dengan baik dan efisien. Bagian penting dari tugas ini adalah pengambilan keputusan strategis dan taktis, termasuk menangani masalah

dan krisis. Selain itu, pemilik harus mengawasi sumber daya manusia, membuat rencana pemasaran, penjualan, dan menjaga hubungan dengan konsumen. Tanggung jawab penting lainnya adalah mendorong inovasi dan adaptasi pasar serta memastikan bahwa produk yang dijual sudah sesuai dengan SOP perusahaan.

2. Bagian Produksi/ Operasional

Bidang produksi bertanggung jawab untuk menjadwalkan dan melakukan proses produksi, memastikan kualitas bahan baku dan produk sudah melalui standar quality control yang sudah ditetapkan serta mengelola proses produksi secara efisiensi. Selain itu, dia ditugaskan untuk memelihara peralatan yang digunakan selama proses produksi.

3. Bagian Distribusi

Bagian produksi memiliki tugas untuk menyalurkan produk dari rumah produksi ke offline store yang sudah penulis tetapkan. Selain itu, ia harus memastikan produk yang disalurkan dalam keadaan yang baik dan tidak rusak.

Dalam sistem perekrutan kedua karyawan tersebut tidak memiliki standar dalam bidang bidangnya masing-masing karena produksi yang dilakukan masih dalam skala kecil. Namun diharapkan semua karyawan dapat menjalankan tugasnya masing masing yang sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan owner.

3.4.3 Kompensasi dan Penggajian

Mauchi membayarkan kewajiban gaji setiap satu bulan sekali dengan nominal Rp 300.000 setiap karyawannya. Pemberian gaji tersebut sudah diperhitungkan oleh penulis supaya dalam perhitungan keuangan tidak mengalami kerugian.

3.5 Tinjauan Aspek Keuangan

Perhitungan yang penulis gunakan untuk menghitung keuangan selama tiga bulan adalah dengan metode sederhana seperti laba rugi, arus kas, neraca, dan lain-lain. berikut perhitungan keuangan yang penulis lakukan selama tiga bulan

Tabel 3. 1 Tabel Modal

Tanggal	Keterangan	Ref	Debit	Kredit
	Modal			Rp. 6.000.000
			0	Rp. 6.000.000
Total				Rp. 6.000.000

Tabel 3. 2 Total Biaya Tetap Perbulan

No	Biaya Tetap	Jumlah
1	Biaya listrik	50.000
2	Biaya air	25.000

3	Biaya gas	100.000
4	Gaji karyawan (2)	600.000
Total		775.000

Tabel 3. 3 Pembelian Bahan Baku Yang di Hitung Dari HPP Produk

No	Bulan	Keterangan	Harga Per Pcs	Jumlah Pcs Terjual	Total Penjualan
1.	22 April-21 Mei 2024	Choco Daifuku	Rp. 3.193	300 pcs	Rp 957.900
		Ichigo Choco Daifuku	Rp. 4.193	400 pcs	Rp 1.677.200
		Mochi Bites	Rp. 10.912	100 pcs	Rp 1.091.200
			Total	800 pcs	Rp 3.729.300
2.	22 Mei- 21 Juni 2024	Choco Daifuku	Rp. 3.193	315 pcs	Rp 1.005.795
		Ichigo Choco Daifuku	Rp. 4.193	420 pcs	Rp 1.761.060
		Mochi Bites	Rp. 10.912	105 pcs	Rp 1.145.760
			Total	840 pcs	Rp 3.912.615
3.	22Juni-22 Juli 2024	Choco Daifuku	Rp. 2.980	285 pcs	Rp 910.005

		Ichigo Choco Daifuku	Rp. 4.193	380 pcs	Rp 1.593.340
		Mochi Bites	Rp. 10.912	95 pcs	Rp 1.036.640
			Total	760 pcs	Rp 3.539.982
Total Penjualan				2400 pcs	Rp 11.181.897

Tabel 3. 4 Total Penjualan Produk

No	Bulan	Keterangan	Harga Per Pcs	Jumlah Pcs Terjual	Total Penjualan
1.	22 April-21 Mei 2024	Choco Daifuku	Rp. 5000	300 pcs	Rp 1.500.000
		Ichigo Choco Daifuku	Rp. 7500	400 pcs	Rp 3.000.000
		Mochi Bites	Rp.13.500	100 pcs	Rp 1.350.000
			Total	800 pcs	Rp 5.850.000
2.	22 Mei- 21 Juni 2024	Choco Daifuku	Rp. 5000	315 pcs	Rp 1.575.000
		Ichigo Choco Daifuku	Rp. 7500	420 pcs	Rp 3.150.000
		Mochi Bites	Rp.13.500	105 pcs	Rp 1.417.500
			Total	840 pcs	Rp 6.142.500

3.	22Juni-22 Juli 2024	Choco Daifuku	Rp. 5000	285.pcs	Rp 1.425 000
		Ichigo Choco Daifuku	Rp. 7500	380 pcs	Rp 2.850.000
		Mochi Bites	Rp.13.500	95 pcs	Rp 1.282.500
			Total	760 pcs	Rp 5.557.500
Total Penjualan				2400 pcs	Rp 17.550.000

Tabel 3. 5 Biaya Investasi

No	Biaya Investasi	Jumlah (Unit)	Jumlah
1	Kompor	1	Rp 200.000
2	Tabung Gas 3 kg	1	Rp 130.000
3	Panci	1	Rp 50.000
4	Loyang	3	Rp 120.000
5	Panci Kukus	1	Rp. 150.000
6	Solet	1	Rp. 3000
7	Timbangan	1	Rp. 50.000
8	Mixer	1	Rp. 500.000
9	Alas adonan silikon	1	Rp 200.000
10.	Rolling Pin	1	Rp 50.000
11	Nampan/Baki	5	Rp 100.000
12	Baskom plastik	4	Rp 80.000

Total	Rp 1.633.000
--------------	---------------------

Tabel 3. 6.Pengeluaran Kebutuhan Perbulan

Keterangan	Bulan		
	I 22 April – 21 Mei 2024	II 22 Mei – 21 Juni 2024	II 22 Juni-22 Juli
Bahan Baku	Rp 3.729.300	Rp 3.912.615	Rp 3.539.982
Biaya Investasi	Rp 1.633.000	0	0
Biaya Tetap	Rp 775.000	Rp 775.000	Rp 775.000
Total	Rp. 6.137.300	Rp. 4.687.615	Rp. 4.314.382

Tabel 3. 7 Laporan Laba Rugi

Laporan Laba Rugi	
22 April-22 Juli 2024	
Penjualan	Rp. 17.550.000
Harga Pokok Produk	Rp 11.181.897
Laba Kotor	Rp 6.368.103
Biaya Tetap yang Dikeluarkan	Rp 2.325.000
Laba Bersih	Rp 4.043.103

Tabel 3. 8 Arus Kas 3 Bulan Usaha Berjalan

Rincian	Maret (Rp)	April (Rp)	Mei (Rp)

Beginning	6.000.000	5.712.700	7.167.585
Cash Sales	Rp 5.850.000	6.142.500	Rp 5.557.500
Cash Out	6.137.300	4.687.615	. 4.314.382
Cash Available	5.712.700	7.167.585	8.410.703
Cash Flow Total	5.712.700	7.167.585	8.410.703

Tabel 3. 9 Laporan Arus Kas

MAUCHI		
Laporan Arus Kas		
Periode yang berakhir pada 22 Juli 2024		
Arus kas dari aktivitas operasi		
Kas diterima dari pelanggan	17.550.000	
Dikurangi pembelian beban bahan baku dan biaya tetap	13.506.897	
Arus kas bersih dari aktivitas operasi		4.043.103
Arus kas dari aktivitas investasi		
Pembayaran kas untuk pembelian alat		1.633.000
Arus kas bersih dari aktivitas Investasi		2.410.103
Arus kas dari aktivitas pendanaan		
Pemberian modal oleh pemilik	6.000.000	
Dikurangi kas oleh pemilik		4.043.103
Arus kas bersih dari aktivitas pendanaan	4.367.000	-

Arus kas bersih dan saldo kas		4.367.000
--------------------------------------	--	-----------

Laporan Neraca

LAPORAN NERACA MAUCHI Per Juli 2024			
AKTIVA		PASIVA	
Aktiva Lancar		Kewajiban	
Kas	Rp. 4.367.000	Hutang Usaha	-
		Total Kewajiban	-
Total Aktiva lancar	Rp 4.367.000		
Aktiva tetap		Ekuitas	
Peralatan	Rp. 1.633.000	Modal	Rp. 6.000.000
Total Aktiva Tetap	Rp. 1.633.000	Total Ekuitas	Rp. 6.000.000
TOTAL AKTIVA	Rp. 6.000.000	TOTAL PASIVA	Rp. 6.000.000

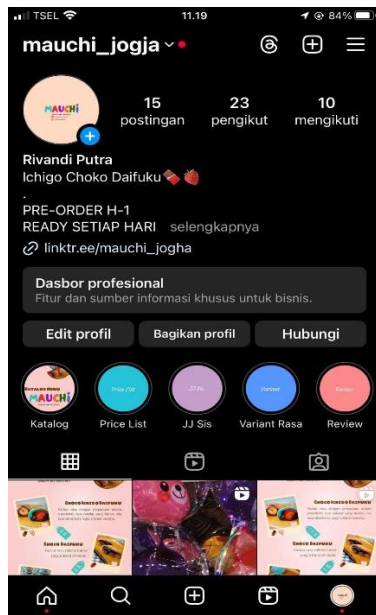
3.6 Aspek Teknologi Digital

Bisnis *food and beverage* yang saat ini sedang dijalankan oleh penulis yaitu Mauchi, bisnis ini juga sangat bergantung pada teknologi digital. Penulis menggunakan platform media sosial seperti WhatsApp dan Instagram untuk mempromosikan produk. Metode pembayaran digital yang dapat digunakan oleh konsumen yaitu Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Penggunaan teknologi digital seperti smartphone juga dapat memudahkan akses cepat ke email, dan aplikasi bisnis, serta komunikasi langsung dengan pelanggan maupun

karyawan. Di sisi lain, penggunaan laptop juga sangat penting karena mempunyai layar yang lebih besar dan kemampuan multitasking. Hal ini untuk memudahkan analisis data, desain konten, desain produk dan pengelolaan akun bisnis.

Media sosial seperti Instagram dan WhatsApp sangat penting untuk pemasaran dan interaksi dengan pelanggan. Instagram, yang berfokus pada branding visual, memungkinkan bisnis untuk memposting konten menarik dan berinteraksi dengan pengguna sehingga mendapatkan jangkauan pasar yang lebih luas. Selain itu, WhatsApp menawarkan saluran komunikasi langsung untuk pertanyaan-pertanyaan dalam pemesanan produk.

Metode pembayaran QRIS memungkinkan pelanggan membayar dengan memindai kode QR, yang membuat transaksi lebih mudah dan aman. Penggunaan metode pembayaran ini dapat mengurangi kemungkinan kesalahan dalam proses transaksi dan mendukung berbagai macam pembayaran aplikasi dompet digital. Secara keseluruhan, penerapan teknologi ini meningkatkan keberlangsungan bisnis dan meningkatkan pengalaman pelanggan dan memperluas jangkauan pasar.



Gambar 3. 8 Akun Instagram Mauchi



Gambar 3. 9 Profil Akun Instagram Mauchi



Gambar 3. 10 QRIS Mauchi

BAB IV

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

4.1 Identifikasi Masalah

Perkembangan bisnis saat ini sangatlah pesat terbukti dari semua lini ekonomi ada yang berbisnis. Bisnis yang mereka jalani tentu memiliki masalah ada yang bisa mengidentifikasi masalah lalu menyelesaikannya dan ada juga yang tidak bisa menyelesaikan masalahnya. Maka dari itu dalam menjalankan bisnis Mauchi, penulis harus mampu mengidentifikasi dan mencari solusi terbaik atas masalah yang telah terjadi. Tujuannya adalah untuk tidak mengulangi kesalahan yang sama dan bisnis Mauchi ini bisa berkembang lebih pesat. Berikut identifikasi masalah yang penulis dapatkan.

4.1.1 Bidang Pemasaran

Kelemahan Mauchi dalam bidang pemasaran harus segera diberi solusi terutama dalam penggunaan media sosial yang digunakan untuk media promosi. Permasalahan yang terjadi adalah tidak sampainya konten promosi ke pada target yang telah ditentukan yaitu remaja/mahasiswa. Maka dari itu Mauchi tidak bisa mendapatkan pembelian produk melalui penggunaan media sosial Instagram.

4.1.2 Bidang Produksi/Operasi

Permasalahan yang selama ini terjadi dalam bidang produksi/operasi adalah kenaikan harga bahan baku dan tidak dapat memproduksi lebih banyak mochi yang menyebabkan penjualan hanya bisa dijual di *offline store* kampus FBE UIL. Kenaikan bahan baku yang cukup signifikan tentu mengganggu harga jual produk yang sudah ditetapkan oleh penulis dan produksi yang hanya bisa memasok untuk

offline store kampus FBE UII tentu tidak akan dapat untuk memaksimalkan keuntungan yang diperoleh oleh Mauchi.

4.1.3 Bidang Sumber Daya Manusia

Faktor utama penulis tidak bisa memperjualbelikan produk Mauchi di *offline store* kampus lain adalah kurangnya tenaga kerja yang dimiliki hanya ada satu karyawan dibidang produksi dan satu karyawan di bidang distribusi. Hal ini mengakibatkan kapasitas produksi yang terbatas karena proses produksi yang lama.

4.1.4 Bidang Keuangan

Pencatatan keuangan yang penulis lakukan berjalan dengan lancar akan tetapi uang yang didapatkan dari keuntungan penjualan produk digunakan penulis untuk kebutuhan sehari-hari dan pembayaran SPP kuliah yang dimana dari keuntungan penjualan produk tersebut dapat melakukan perkembangan bisnis seperti menciptakan variant rasa baru, iklan dimedia sosial, dan lain lain.

4.2 Pemecahan Masalah

Dari berbagai permasalahan di setiap bidang tersebut, penulis mencari solusi/pemecahan masalah yang terbaik. Diharapkan dengan penyelesaian masalah tersebut dapat mengoptimalkan kinerja bisnis Mauchi.

4.1.2 Bidang Pemasaran

Permasalahan yang terjadi dibidang pemasaran ini adalah konten promosi yang tidak sampai ke target yaitu remaja/ mahasiswa. Maka solusinya adalah menggunakan Ads/Pengiklanan yang ada media sosial dengan menggunakan pengiklanan tersebut penulis dapat menentukan target pasarnya sendiri sehingga konten promosi bisa sampai kepada target pasar.

4.2.2 Bidang Produksi/Operasi

Kenaikan harga bahan baku dan minimnya kapasitas produksi dapat mempengaruhi harga jual produk dan keuntungan yang didapatkan solusi untuk permasalahan ini adalah dengan memproduksi lebih banyak dari sebelumnya sehingga kenaikan harga bahan baku dapat tertupi dari keuntungan penjualan produk yang lebih banyak. Tentu dalam penjualan produk penulis harus tetap memperhatikan jumlah produk yang akan dijual agar produk yang dijual tidak tersisa dan penulis tidak mengalami kerugian.

4.2.3 Bidang Sumber Daya Manusia

Permasalahan dalam bidang produksi/operasi ada kaitannya dengan sumber daya manusianya yang mempunyai kapasitas produksi tidak banyak dan hanya mampu untuk memenuhi penjualan di *offline store* kampus FBE UII. Satu-satunya solusi untuk memproduksi lebih banyak lagi adalah dengan menambah tenaga kerja yang dapat mengefisiensikan waktu produksi.

4.2.4 Bidang Keuangan

Keuangan menjadi faktor utama berjalannya dan berkembangnya bisnis. Dari permasalahan keuangan yang dialami penulis yaitu keuntungan hanya digunakan untuk keperluan sehari-hari dan biaya kuliah, Faktor tersebut dapat membuat bisnis tidak berkembang maka penulis memberi solusi yaitu dengan cara memperbanyak penjualan di *offline store* kampus lain sehingga keuntungan yang didapatkan menjadi lebih banyak. Dengan keuntungan yang lebih banyak tersebut penulis dapat membagi keuntungan untuk keperluan pribadi dan untuk

perkembangan bisnis seperti membuat menu baru atau bisa juga membuat bisnis baru dibidang yang lain.

BAB V

KESIMPULAN DAN TINDAK LANJUT

5.1 Kesimpulan

Mauchi merupakan usaha yang bergerak dalam bidang *Food and Beverage* (F&B) yang berfokus untuk menjual makanan tradisional jepang yaitu mochi. Mochi telah berkembang mengikuti dengan perkembangan dunia bisnis *Food and Beverage* (F&B) dengan perkembangan ini penulis melihat peluang bisnis yang menjanjikan dengan target pasar yaitu remaja dan mahasiswa. Dalam menjalankan bisnis Mauchi penulis selalu menjaga kualitas rasa karena faktor penting berjalannya bisnis di bidang ini adalah tetap menjaga kualitas rasa hal tersebut menjadi komitmen penulis. Dari perjalanan bisnis selama 3 bulan ini, Mauchi berhasil menjual 15 pcs choco daifuku, 20 ichigo choco daifuku, dan 5 mochi bites setiap harinya. Total keseluruhan omset Mauchi dihitung dalam kurun waktu 3 bulan adalah 17 juta rupiah ini merupakan keberhasilan bisnis yang penulis lakukan.

Beberapa masalah memang terjadi dan harus dihadapi oleh Mauchi, baik faktor internal maupun eksternal. Masalah tersebut sangatlah wajar apalagi bisnis ini masih tergolong baru. Dari permasalahan tersebut Mauchi fokus memebenahi satu persatu agar Mauchi bisa jauh lebih berkembang di bisnis *Food and Beverage* (F&B).

5.2 Tindak Lanjut

Mauchi akan terus mengembangkan produknya menjadi lebih banyak lagi dengan berbagai macam variant rasa dan memenuhi syarat-syarat penjualan komersil seperti halal, PIRT, dan dokumen dokumen lainnya. Harapannya dengan

mempunyai dokumen tersebut dapat memudahkan penulis untuk mengembangkan bisnisnya lebih jauh lagi dan dapat membuka lapangan pekerjaan baru. Tidak hanya itu, penulis akan memaksimalkan promosi produk melalui media sosial yang sering digunakan yaitu tiktok, instagram, facebook, dan lain lain agar produk mauchi bisa dikenal oleh masyarakat luas dan produk mauchi bisa dirasakan oleh berbagai usia umur

5.3 Komponen Bagian Akhir

5.3.1 Catatan Aktivitas Bisnis

Tanggal	Waktu	Aktivitas bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung jawab
20 April 2024	Malam	Pembelian bahan baku mochi	-	-	owner
21 April 2024	Malam	Pembelian kemasan dan buah strawberry	-	-	owner
22 April	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
22 April	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi

23 April	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
23 April	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
24 April	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
24 April	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
24 April	Siang	Pembelian strawberry	-	-	owner
25 April	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	Karyawan bagian produksi sedang sakit	owner melakukan aktivitas produksi sendiri	owner dan bagian produksi
25 April	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	Pengantaran terlambat dikarenakan proses produksi dilakukan oleh owner sendiri	Pengantaran dilakukan lebih cepat tetapi tetap menjaga keselamatan	bagian distribusi

26 April	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
26 April	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
27 April	Malam	Pembelian bahan baku mochi	Toko bahan baku mochi yang biasanya penulis beli tutup	Membeli bahan baku di tempat lain	owner
28 April	Malam	Pembelian kemasan dan buah strawberry	-	-	owner
29 April	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
29 April	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
30 April	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi

30 April	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
----------	------	-------------------------------------	---	---	-------------------

Catatan aktivitas bisnis bulan mei

Tanggal	Waktu	Aktivitas bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung jawab
1 Mei	Sore	Pembelian strawberry	Supplier strawberry gagal panen	Mencari strawberry di toko buah yang memiliki kualitas sama	owner
2 Mei	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
2 Mei	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
3 Mei	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi

3 Mei	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
4 Mei	Malam	Pembelian bahan baku mochi	-	-	owner
5 Mei	Malam	Pembelian kemasan dan buah strawberry	-	-	owner
6 Mei	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
6 Mei	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
7 Mei	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
7 Mei	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
7 Mei	Siang	Pembelian strawberry	-	-	owner

8 Mei	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
8 Mei	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
9 Mei	Sore	Pembelian strawberry	-	-	owner
10 Mei	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
10 Mei	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
11 Mei	Malam	Pembelian bahan baku mochi	-	-	owner
12 Mei	Malam	Pembelian kemasan dan buah strawberry	-	-	owner
13 Mei	Pagi	Proses produksi	-	-	owner dan bagian produksi

		dan pengemasan			
13 Mei	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
14 Mei	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
14 Mei	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
15 Mei	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
15 Mei	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
15 Mei	Siang	Pembelian strawberry	-	-	owner
16 Mei	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi

16 Mei	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
17 Mei	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
17 Mei	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
18 Mei	Malam	Pembelian bahan baku mochi	-	-	owner
19 Mei	Malam	Pembelian kemasan dan buah strawberry	-	-	owner
20 Mei	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
20 Mei	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi

21 Mei	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
21 Mei	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
22 Mei	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
22 Mei	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
23 Mei	Malam	Pembelian strawberry	-	-	owner
24 Mei	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
24 Mei	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
25 Mei	Malam	Pembelian bahan baku mochi	-	-	owner

26 Mei	Malam	Pembelian kemasan dan buah strawberry	-	-	owner
27 Mei	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
27 Mei	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
28 Mei	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
28 Mei	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
29 Mei	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
29 Mei	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi

29 Mei	Siang	Pembelian strawberry	-	-	owner
30 Mei	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
30 Mei	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
31 Mei	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
31 Mei	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi

Aktivitas bisnis bulan juni

Tanggal	Waktu	Aktivitas bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung jawab
1 Juni	Malam	Pembelian bahan baku mochi	-	-	owner
2 Juni	Malam	Pembelian kemasan dan	-	-	owner

		buah strawberry			
3 Juni	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
3 Juni	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
4 Juni	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
4 Juni	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
5 Juni	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
5 Juni	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
5 Juni	Siang	Pembelian strawberry	-	-	owner

6 Juni	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
6 Juni	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
7 Juni	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
7 Juni	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
8 Juni	Malam	Pembelian bahan baku mochi	-	-	owner
9 Juni	Malam	Pembelian kemasan dan buah strawberry	-	-	owner
10 Juni	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
10 Juni	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi

11 Juni	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
11 Juni	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
12 Juni	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
12 Juni	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
12 Juni	Siang	Pembelian strawberry	-	-	owner
13 Juni	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
13 Juni	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
14 Juni	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi

14 Juni	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
15 Juni	Malam	Pembelian bahan baku mochi	-	-	owner
17 Juni	Malam	Pembelian kemasan dan buah strawberry	-	-	owner
18 Juni	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
18 Juni	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
19 Juni	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
19 Juni	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
20 Juni	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi

20 Juni	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
20 Juni	Siang	Pembelian strawberry	-	-	owner
21 Juni	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
21 Juni	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
22 Juni	Malam	Pembelian bahan baku mochi	-	-	owner
23 Juni	Malam	Pembelian kemasan dan buah strawberry	-	-	owner
24 Juni	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
24 Juni	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi

25 Juni	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
25 Juni	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
26 Juni	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
26 Juni	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
26 Juni	Siang	Pembelian strawberry	-	-	owner
27 Juni	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
27 Juni	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
28 Juni	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi

28 Juni	Pagi	Pengantaran produk ke offline store			bagian distribusi
29 Juni	Malam	Pembelian bahan baku mochi	-	-	owner
30 Juni	Malam	Pembelian kemasan dan buah strawberry	-	-	owner

Aktivitas bisnis bulan juli

Tanggal	Waktu	Aktivitas bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung jawab
1 Juli	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
1 Juli	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
2 Juli	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi

2 Juli	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
3 Juli	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
3 Juli	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
3 Juli	Siang	Pembelian strawberry	-	-	owner
4 Juli	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
4 Juli	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
5 Juli	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi

5 Juli	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
6 Juli	Malam	Pembelian bahan baku mochi	-	-	owner
7 Juli	Malam	Pembelian kemasan dan buah strawberry	-	-	owner
8 Juli	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
8 Juli	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
9 Juli	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
9 Juli	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi

10 Juli	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
10 Juli	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
10 Juli	Siang	Pembelian strawberry	-	-	owner
11 Juli	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
11 Juli	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
12 Juli	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
12 Juli	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
13 Juli	Malam	Pembelian bahan baku mochi	-	-	owner

14 Juli	Malam	Pembelian kemasan dan buah strawberry	-	-	owner
15 Juli	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
15 Juli	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
16 Juli	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
16 Juli	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
17 Juli	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
17 Juli	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi

17 Juli	Siang	Pembelian strawberry	-	-	owner
18 Juli	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
18 Juli	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi
19 Juli	Pagi	Proses produksi dan pengemasan	-	-	owner dan bagian produksi
19 Juli	Pagi	Pengantaran produk ke offline store	-	-	bagian distribusi

Permasalahan dalam produksi hanya berada diawal-awal memulai bisnis. Dari permasalahan tersebut penulis mengevaluasi dan mencari solusi agar masalah yang datang tidak terulang lagi di proses produksi selanjutnya.

5.3.2 Dokumentasi



Gambar 5. 1 Produk Display di *Offline Store*



Gambar 5. 2 Produk Ichigo Choco Daifuku



Gambar 5. 3 Produk Ichigo Choco Daifuku



Gambar 5. 4 Produk Choco Daifuku



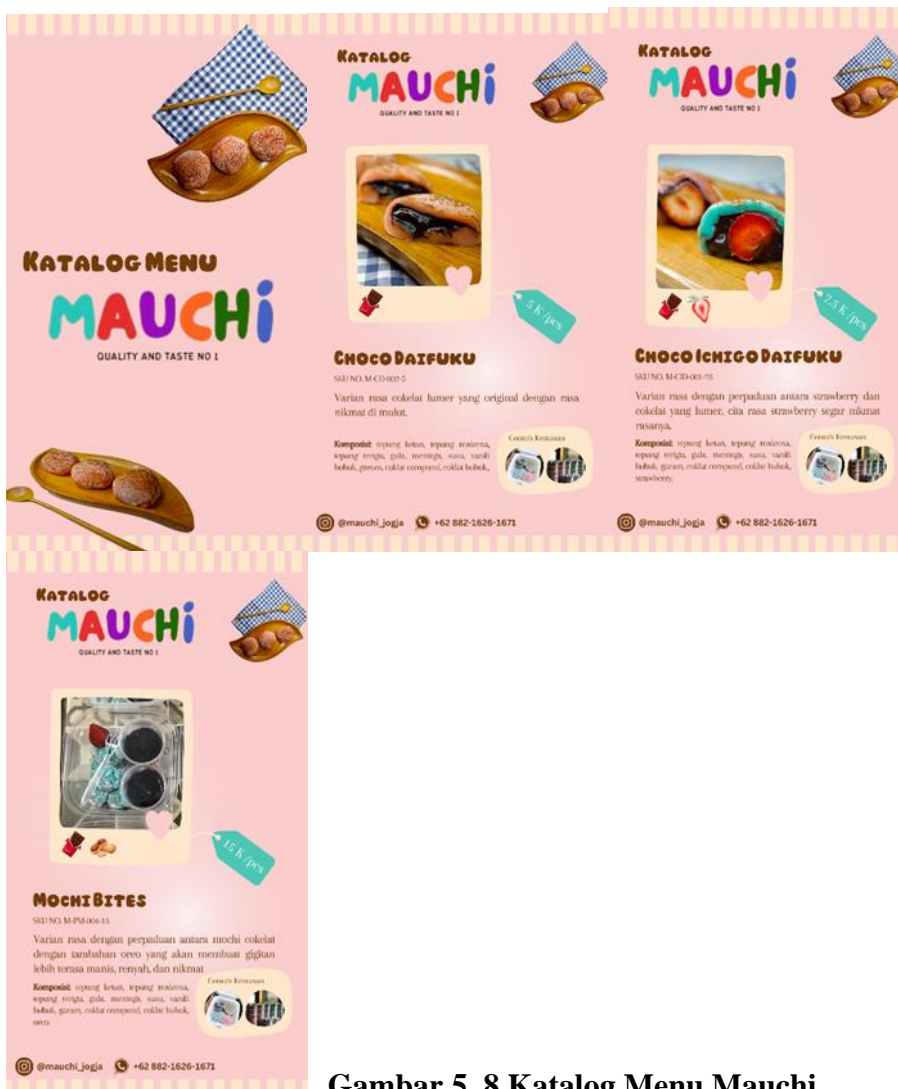
Gambar 5. 5 Produk Telah Dikemas



Gambar 5. 6 Produk Telah Dikemas



Gambar 5. 7 Produk Mochi Bites



Gambar 5. 8 Katalog Menu Mauchi

DAFTAR PUSTAKA

Smith, J., Lee, K., & Tanaka, H. (2022). Consumer Preferences for Traditional Japanese Foods. *Journal of Food Science and Technology*, 59(5), 1234-1245.

Tanaka, M., & Yamada, S. (2021). Health Benefits and Risks of Traditional Japanese Foods. *Journal of Nutritional Health*, 17(3), 567-580.

Lee, C., Kim, D., & Chen, Y. (2023). Innovation in Traditional Food Products: Case Studies from Asia. *Food Innovation and Technology Review*, 45(2), 89-102.

https://instagram.com/mauchi_jogja?igshid=NTc4MTIwNjQ2YQ==

https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE3OTkxNDA4ODM2MTQ2MzUy?story_media_id=3150875861478489030&igshid=NTc4MTIwNjQ2YQ==