

LAPORAN AKHIR BISNIS

MAMTASO



Disusun oleh:

Virginia Fitri Kusuma Pramita

21211025

PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL SARJANA TERAPAN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2025

LAPORAN AKHIR BISNIS

MAMTASO

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



Disusun oleh:

Virginia Fitri Kusuma Pramita

21211025

PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL SARJANA TERAPAN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2025

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR BISNIS MAMTASO

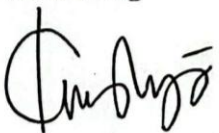


Disusun Oleh:

Nama : Virginia Fitri Kusuma Pramita
No. Mahasiswa : 21211025
Program Studi : Bisnis Digital

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing
pada tanggal: 3 Juli 2025

Dosen Pembimbing


(.....Khairina Noor A.....)


HALAMAN PENGESAHAN
UJIAN LAPORAN AKHIR BISNIS

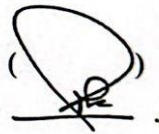
Telah dipertahankan/diujikan dan disahkan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Terapan Bisnis Digital, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Nama : Virginia Fitri Kusuma Pramita
No. Mahasiswa : 21211025
Program Studi : Bisnis Digital

Yogyakarta, 25 Agustus 2025

Disahkan oleh:

Penguji 1: Khoirina Noor Anindya, SE., M.Sc. ()

Penguji 2: Sukardi, S.E., M.Si. ()

Mengetahui

Ketua Program Studi Bisnis Digital



(Arif Darmawan, S.E., M.M.)

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

“Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa laporan akhir bisnis MamTaso 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, 1 Agustus 2025

Penulis



Virginia Fitri Kusuma P.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir Bisnis ini dengan baik dan tepat waktu. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Laporan Akhir Bisnis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi dan merupakan wujud aplikasi dari ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan laporan ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Tugas Akhir Bisnis ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sabarudin dan Mama Iswati tersayang yang sangat berjasa dalam kehidupan penulis, selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan moral maupun material, serta motivasi yang tak terhingga kepada penulis selama menjalani penulisan Tugas Akhir Bisnis ini. Beliau memang bukanlah seseorang

lulusan sarjana, tetapi beliau mampu menjadikan buah hati tercintanya untuk menjadi seorang sarjana dan terdidik. Perjalanan hidup kita sebagai satu keluarga memang tidak mudah, banyak tantangan yang harus dihadapi. Tetapi, segala hal yang telah dilalui memberikan penulis pembelajaran untuk menjadi seorang perempuan yang kuat, bertanggung jawab, selalu berjuang, dan mandiri. Semoga dengan selesainya Tugas Akhir Bisnis ini dapat membuat kalian lebih bangga karena telah berhasil menjadikan putri pertamanya menyandang gelar sarjana seperti yang mama dan bapak harapkan. Besar harapan penulis, semoga mama dan bapak panjang umur dan sehat selalu agar bisa menyaksikan keberhasilan penulis yang akan di raih di masa yang akan datang. Terimakasih atas segala hal yang kalian berikan yang tak bisa terhitung jumlahnya.

2. Adik tersayang, Natasya Livina Pramita yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Ibu Khoirina Noor Anindya, SE., M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berharga dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Seluruh dosen dan civitas akademika yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, dan wawasan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
5. Teman-teman seperjuangan yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan bantuan dalam berbagai bentuk selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.

6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi perbaikan di masa mendatang. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya. Semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu dengan pahala yang berlipat ganda. Aamiin Ya Rabbal'alamin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 13 Agustus 2025

Penulis,



Virginia Fitri Kusuma Pramita

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Analisis Lingkungan.....	4
BAB II	6
DESKRIPSI BISNIS	6
2.1 Profil Bisnis	6
2.2 BMC (Bussines Model Canvas)	8
2.3 Aspek Operasi	10
2.3.1 Rencana Desain Produk	10

2.3.2	Peralatan Produksi.....	11
2.3.3	Ketepatan Lokasi.....	12
2.3.4	Aktivitas Bisnis	13
2.3.5	Kapasitas Produk.....	13
2.3.6	Proses Produksi	14
2.3.7	Rancangan Kualitas Produk	16
2.4	Aspek Pasar dan Pemasaran	17
2.4.1	Strategi STP (Segmenting, Targeting, Positioning)	17
2.4.2	<i>Marketing Mix (7p)</i>	20
2.4.3	Penggunaan scan barcode menu	21
2.5	Aspek SDM	25
2.5.1	Struktur Organisasi.....	25
2.5.2	Deskripsi Pekerjaan.....	26
2.5.3	Kualifikasi Pekerjaan	27
2.5.4	Proses Rekrutmen	28
2.5.5	Sistem Penilaian Kerja	28
2.5.6	Sistem Gaji	30

2.6	Aspek Keuangan.....	31
2.6.1	Kebutuhan Investasi	31
2.6.2	Kebutuhan Bahan Baku Produksi	32
2.6.3	Biaya Gaji Tenaga Kerja (SDM).....	33
2.6.4	Biaya Operasional	33
2.6.5	Perhitungan Harga.....	34
2.7	Aspek Teknologi Digital.....	35
BAB III.....		47
LAPORAN PERKEMBANGAN BISNIS		47
3.1	Profil Bisnis	47
3.2	Tinjauan Aspek Pemasaran.....	48
3.2.1	Pemasaran Produk.....	48
3.3	Tinjauan Aspek Operasi/Produksi	51
3.3.1	Proses Produksi	51
3.3.2	Produk yang dihasilkan.....	51
3.4	Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia	53
3.5	Tinjauan Aspek Keuangan.....	54

3.5.1	Neraca Keuangan	54
3.5.2	Proyeksi Laba Rugi	54
3.5.3	RETURN ON INVESTMENT (ROI)	55
3.5.4	NET PRESENT VALUE (NPV)	56
BAB IV		58
IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH		58
4.1	Identifikasi Masalah	58
4.1.1	Aspek Pemasaran	58
4.1.2	Aspek Operasional/Produksi	59
4.1.3	Aspek Sumber Daya Manusia	60
4.1.4	Aspek Keuangan	60
4.2	Pemecahan Masalah	61
4.2.1	Aspek Pemasaran	61
4.2.2	Aspek Operasional / Produksi	62
4.2.3	Aspek Sumber Daya Manusia	62
4.2.4	Aspek Keuangan	63
BAB V		65

KESIMPULAN DAN TINDAK LANJUT	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Tindak Lanjut	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Analisis SWOT	5
Tabel 2. 1 Peralatan produksi	11
Tabel 2. 2 Deskripsi pekerjaan	26
Tabel 2. 3 Kebutuhan investasi	31
Tabel 2. 4 Kebutuhan bahan baku produksi	32
Tabel 2. 5 Biaya gaji tenaga kerja	33
Tabel 2. 6 Biaya operasional	33
Tabel 3. 1 Neraca keuangan	54
Tabel 3. 2 Proyeksi laba rugi.....	55

DAFTAR GAMBAR

gambar 2. 1 logo brand.....	6
gambar 2. 2 QR menu	7
gambar 2. 3 Bussines Model Canvas	8
gambar 2. 4 Stiker produk.....	11
gambar 2. 5 Aktivitas Bisnis	13
gambar 2. 6 Bahan utama dan topping.....	14
gambar 2. 7 proses pengukusan	15
gambar 2. 8 Tahu bakso yang baru matang.....	15
gambar 2. 9 Produk yang sudah dikemas.....	16
gambar 2. 10 Tahu lolos QC.....	17
gambar 2. 11 Tahu tidak lolos QC.....	17
gambar 2. 12 Scan barcode melalui kamera HP	22
gambar 2. 13 Tampilan layar menu.....	22
gambar 2. 14 Tampilan keranjang pesanan	23
gambar 2. 15 Tampilan checkout	23
gambar 2. 16 Tampilan pilihan pembayaran dan isi data diri	24
gambar 2. 17 Tampilan pesanan terkirim	24
gambar 2. 18 Invoice pemesanan	25
gambar 2. 19 Bagan organisasi	25
gambar 2. 20 Aplikasi Gopay Merchant	36

gambar 2. 21 Kode OTP.....	36
gambar 2. 22 halaman unggah e-KTP	37
gambar 2. 23 Tampilan Qris yang di kirim melalui WhatsApp	38
gambar 2. 24 Barcode pembayaran digital.....	38
gambar 2. 25 Logo ClickyMenu	39
gambar 2. 26 Halaman manajemen menu	41
gambar 2. 27 Halaman utama	41
gambar 2. 28 Data orderan masuk.....	42
gambar 2. 29 status pembayaran dan detail jumlah pembelian.....	43
gambar 2. 30 Top produk yang sering dibeli.....	44
gambar 2. 31 Desain tampilan.....	44
gambar 2. 32 Gambar foto produk AI	46
gambar 3. 1 Akun instagram	49
gambar 3. 2 Konten story instagram	49
gambar 3. 3 Konten informasi produk	49
gambar 3. 4 Akun tiktok MamTaso.....	50
gambar 3. 5 Konten tiktok.....	50
gambar 3. 6 produk yang sudah dikemas	52
gambar 3. 7 Alat bantu manajemen keuangan	64

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Indonesia memiliki kekayaan kuliner tradisional yang sangat beragam dan memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai produk ekonomi kreatif. Makanan tradisional seperti tahu dan bakso memiliki daya tarik yang kuat bagi konsumen lokal maupun internasional. Makanan tradisional memiliki potensi sebagai daya tarik wisata yang dapat meningkatkan nilai ekonomis suatu daerah. Tahu bakso sebagai salah satu makanan rakyat yang populer memiliki karakteristik unik dengan perpaduan tekstur lembut tahu dan kenyal bakso yang memberikan cita rasa yang khas. Keberadaan makanan tradisional ini tidak hanya berfungsi sebagai warisan budaya, tetapi juga memiliki nilai ekonomis tinggi yang dapat dioptimalkan melalui inovasi dan modernisasi dalam penyajian dan pemasaran.

Perkembangan industri makanan modern menuntut adanya transformasi dan inovasi dalam pengolahan makanan tradisional untuk memenuhi selera dan kebutuhan konsumen masa kini. Inovasi produk dan proses dalam bisnis kuliner merupakan kunci untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan daya saing usaha. Inovasi dalam industri pangan mencakup penerapan teknologi baru, adaptasi metode tradisional dengan pendekatan modern, serta penggunaan bahan-bahan alternatif yang lebih menarik dan beragam. Modifikasi makanan tradisional menjadi tren yang berkembang pesat, dimana hidangan klasik dikombinasikan dengan unsur-unsur modern seperti variasi topping, penyajian yang menarik, dan konten yang inovatif. Menurut penelitian Mulyadi et al. (2023), transformasi

industri makanan dan minuman tradisional melalui penerapan teknologi modern dapat meningkatkan efisiensi produksi dan daya tarik produk. Transformasi ini tidak hanya mempertahankan cita rasa autentik, tetapi juga menghadirkan pengalaman kuliner yang baru dan menarik bagi konsumen, terutama generasi milenial dan Gen Z yang menghargai kreativitas dan keunikan dalam produk makanan.

Pasar makanan Indonesia saat ini mengalami perubahan selera konsumen yang semakin menghargai perpaduan antara nilai-nilai tradisional dan inovasi modern. Menurut penelitian Hasriyani (2021), perilaku generasi milenial menunjukkan minat yang tinggi terhadap makanan tradisional namun dengan inovasi dalam penyajian dan kemasan yang menarik. Konsumen masa kini, khususnya generasi muda, cenderung mencari pengalaman kuliner yang tidak hanya memenuhi kebutuhan rasa, tetapi juga memberikan nilai estetika dan keunikan. Penelitian tentang perilaku membeli generasi milenial menunjukkan bahwa gaya hidup yang serba cepat dan praktis mempengaruhi pilihan makanan mereka, dimana faktor kenyamanan dan variasi menjadi pertimbangan utama. Tren *food customization* atau personalisasi makanan menjadi sangat populer, dimana konsumen menginginkan kebebasan untuk memilih dan mengkombinasikan berbagai elemen dalam makanan mereka. Bauran pemasaran yang tepat dapat mempengaruhi keputusan pembelian generasi milenial terhadap jajanan tradisional. Peluang ini sangat cocok untuk konsep tahu bakso dengan berbagai macam topping, yang memungkinkan konsumen untuk menciptakan kombinasi rasa sesuai dengan preferensi pribadi mereka. Selain itu, pertumbuhan ekonomi digital dan platform media sosial telah menciptakan peluang pemasaran yang lebih luas dan efektif untuk produk makanan inovatif (Mayasari et al., 2021).

MamTaso sebagai inovasi tahu bakso modern memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan dalam pasar makanan tradisional yang telah dimodernisasi. Keunggulan bersaing berkelanjutan dapat dicapai melalui inovasi berbasis kearifan lokal pada usaha kecil dan menengah makanan tradisional. Konsep yang ditawarkan menggabungkan kearifan lokal dengan sentuhan modern melalui variasi topping yang beragam, mulai dari topping jamur, sosis, telur, wortel, telur bahkan ada mentai juga. Pengembangan varian topping ini tidak hanya memperkaya cita rasa tetapi juga memberikan nilai tambah nutrisi seperti pada varian wortel yang kaya vitamin A dan jamur yang tinggi protein. Keunggulan ini terletak pada fleksibilitas produk yang dapat disesuaikan dengan berbagai segmen pasar, dari konsumen yang menginginkan rasa tradisional hingga mereka yang mencari eksperimen rasa baru. Pengembangan produk tahu bakso dengan inovasi dapat meningkatkan nilai tambah dan daya saing usaha. Selain itu, MamTaso juga memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai franchise atau waralaba, mengingat konsepnya yang sederhana namun inovatif dan mudah untuk direplikasi. Model bisnis ini juga memungkinkan untuk pengembangan berkelanjutan melalui inovasi topping dan varian produk baru yang dapat menjaga loyalitas konsumen dan menarik segmen pasar yang lebih luas.

Pengembangan bisnis MamTaso tidak hanya mengutamakan keuntungan finansial, tetapi juga berkomitmen untuk melestarikan warisan kuliner tradisional melalui pendekatan yang berkelanjutan dan bertanggung jawab. Ekonomi kreatif memiliki peluang besar dalam inovasi dan pengembangan usaha yang berkelanjutan di Indonesia. Strategi pengembangan mencakup penggunaan bahan-bahan lokal berkualitas tinggi untuk mendukung ekonomi petani dan produsen lokal, serta implementasi praktik bisnis yang ramah lingkungan.

Visi jangka panjang MamTaso adalah menjadi brand makanan tradisional modern yang dikenal secara nasional dan berpotensi ekspansi internasional, sambil tetap mempertahankan nilai-nilai autentik dan kualitas produk yang konsisten. Menurut Utara et al. (2025), inovasi dalam industri makanan modern harus memperhatikan aspek kesehatan dan keberlanjutan produk. Melalui digitalisasi dan pemanfaatan teknologi modern dalam operasional dan pemasaran, MamTaso diharapkan dapat menjadi contoh sukses transformasi makanan tradisional yang dapat menginspirasi pelaku usaha kuliner lainnya untuk mengembangkan kuliner tradisional Indonesia dengan cara yang inovatif dan berkelanjutan.

1.2 Analisis Lingkungan

Usaha MamTaso menerapkan analisis SWOT sebagai alat evaluasi strategis untuk memahami kondisi lingkungan bisnisnya secara komprehensif. Melalui pendekatan ini, dapat dengan mudah mengidentifikasi kekuatan (*Strengths*) yang menjadi keunggulan kompetitif bisnis, kelemahan (*Weaknesses*) yang perlu diperbaiki, peluang (*Opportunities*) yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan usaha, serta ancaman (*Threats*) yang harus diantisipasi dari lingkungan eksternal. Dengan memahami keempat aspek tersebut, MamTaso mampu merumuskan strategi bisnis yang tepat untuk memaksimalkan potensi, meminimalkan risiko, dan memastikan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang di tengah dinamika pasar yang terus berubah.

Tabel 1. 1 Analisis SWOT

<p><i>Strengths (Kekuatan)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku premium 2. Memiliki menu digital (QR) 3. Praktis dan bisa langsung dikonsumsi 4. Memiliki opsi pembayaran (Qris, Shopeepay, E-Wallet, tunai) 5. Produk selalu fresh 6. Tidak ada campuran pengawet 7. Pemilihan topping sesuai selera 	<p><i>Weakness (Kelemahan)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi di desa relatif jauh target market (kampus) 2. Rendahnya kesadaran merek di kalangan target market 3. Daya tahan produk terbatas 4. Mahal 5. Belum punya izin PIRT atau label halal
<p><i>Opportunities (Peluang)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk bisa dikemas beku (frozen food) 2. Kemitraan dengan reseller 3. Titip ke warung 	<p><i>Threats (ancaman)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah ditiru oleh pesaing 2. produk serupa dengan harga yang lebih murah 3. Perubahan selera konsumen

BAB II

DESKRIPSI BISNIS

2.1 Profil Bisnis

- a. Nama : MamTaso



gambar 2. 1 logo brand

"MamTaso" terinspirasi dari kata "maem tahu bakso", di mana "maem" berasal dari bahasa Jawa yang artinya makan dan "taso" merupakan singkatan dari tahu bakso. Dengan pemilihan nama yang kreatif dan strategis ini, produk MamTaso berhasil membangun identitas merek yang mudah diingat di pasaran. Kombinasi nama tersebut juga secara tidak langsung menggambarkan nilai utama produk, yaitu kenikmatan kuliner khas Indonesia yang disajikan dengan sentuhan tradisional namun tetap praktis untuk dinikmati kapan saja.

- b. Lokasi : Desa Harjobinangun, Kecamatan Grabag, Kabupaten Purworejo, Provinsi Jawa Tengah
- c. Bidang kegiatan/usaha dan produk yang dihasilkan :
Usaha yang dijalankan yaitu usaha dibidang kuliner dan produk yang dihasilkan

yaitu berupa tahu bakso yang memiliki banyak pilihan topping seperti wortel, cabai mercon, jamur, dan sosis.

d. Keunggulan/keunikan yang dimiliki :

Usaha tahu bakso topping memiliki keunikan yang dapat menarik perhatian konsumen, terutama dalam hal inovasi rasa dan variasi produk. Dengan menghadirkan berbagai pilihan topping seperti telur, jamur, sosis, wortel, hingga taso mercon, produk ini menawarkan sensasi makan yang berbeda dari tahu bakso biasa. Keunggulan kompetitif MamTaso tidak hanya terletak pada fleksibilitas produk melalui variasi topping yang beragam, tetapi juga pada sistem pemesanan digital menggunakan QR menu yang memudahkan proses transaksi bagi pembeli dan membantu penjual dalam mengumpulkan pesanan pelanggan secara efisien.

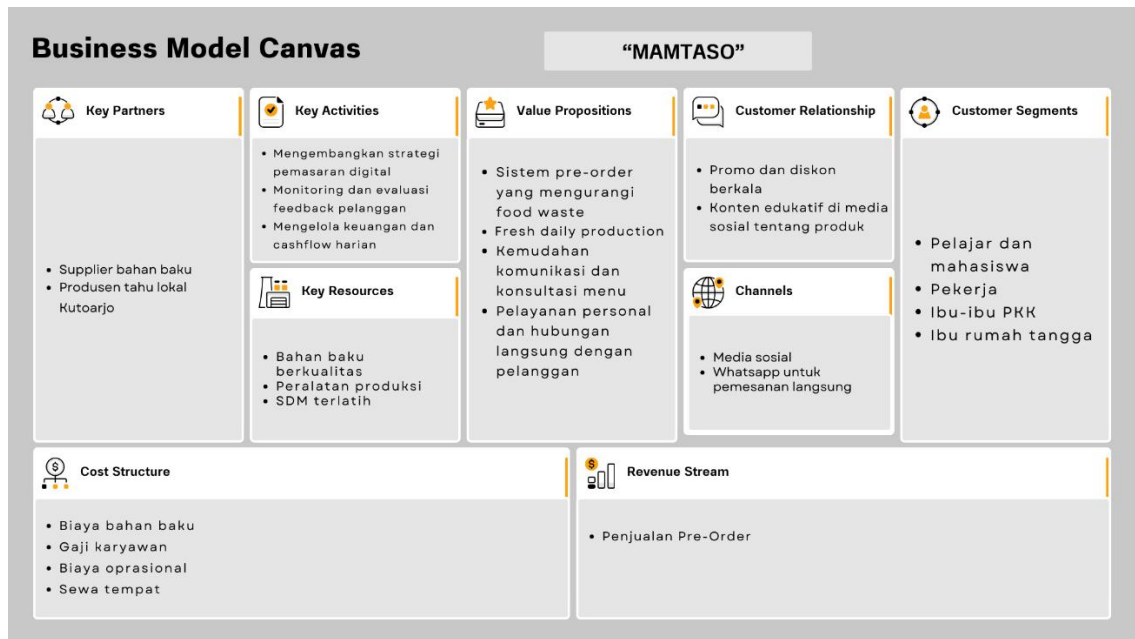
e. Teknologi yang akan diadopsi dan gambaran lain yang relevan :

Dari sisi pemasaran dan penjualan, pemanfaatan media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan TikTok menjadi strategi penting dalam meningkatkan visibilitas produk. Selain itu, penggunaan QR code yang mengarahkan pelanggan ke katalog menu dapat meningkatkan interaksi dengan pelanggan.



gambar 2. 2 QR menu

2.2 BMC (Business Model Canvas)



gambar 2. 3 Bussines Model Canvas

a. *Customer Segment* (Segmen Pelanggan)

Target pasar MamTaso yaitu B2C (*Business to Customer*) terdiri dari pelajar dan mahasiswa yang mencari makanan praktis dan terjangkau, pekerja yang membutuhkan cemilan cepat, ibu-ibu PKK yang membutuhkan cemilan untuk acara penting, seperti pengajian, buka bersama, dan lain-lain.

b. *Value Proposition* (Proposisi Nilai)

MamTaso menerapkan sistem pre-order yang tidak hanya mengurangi *food waste* dengan memproduksi sesuai permintaan, tetapi juga menjamin kesegaran produk melalui *fresh daily production* yang dibuat khusus untuk setiap pesanan. Keunggulan ini didukung oleh kemudahan komunikasi dan konsultasi menu yang memungkinkan pelanggan berdiskusi langsung mengenai preferensi rasa, porsi, atau kebutuhan

khusus mereka. Pelayanan personel dan hubungan langsung dengan pelanggan menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih baik, di mana setiap pelanggan merasa didengar dan dilayani secara individual, menciptakan kepercayaan dan loyalitas yang sulit didapatkan dari bisnis skala UMKM.

c. *Customer Relationship* (Hubungan Pelanggan)

MamTaso membangun hubungan dengan pelanggan melalui strategi promosi dan konten edukatif di media sosial tentang produk. Pendekatan ini menciptakan ikatan yang kuat dengan konsumen dan membangun loyalitas jangka panjang. Media sosial digunakan tidak hanya untuk promosi tetapi juga untuk edukasi konsumen tentang kualitas dan manfaat produk, sehingga menciptakan hubungan yang lebih bermakna daripada sekadar transaksi komersial.

d. *Channels* (Saluran Distribusi)

Saluran yang digunakan MamTaso mencakup media sosial untuk pemasaran digital seperti Instagram dan Tiktok, selain itu WhatsApp untuk pemesanan langsung.

e. *Key Activities* (Aktivitas Kunci)

Dalam mengembangkan strategi pemasaran digital, MamTaso secara aktif memanfaatkan berbagai platform media sosial untuk membangun *brand awareness* serta menjangkau target market yang tepat. Aktivitas ini sejalan dengan monitoring dan evaluasi *feedback* pelanggan yang dilakukan secara rutin untuk memahami kepuasan konsumen, mengidentifikasi area perbaikan, dan mengembangkan inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Seluruh aktivitas pemasaran dan operasional ini didukung oleh pengelolaan keuangan dan *cash flow* harian yang cermat, memastikan keberlanjutan bisnis melalui pencatatan pemasukan-

pengeluaran yang akurat, prediksi *cash flow*, dan alokasi modal yang efisien untuk pengembangan usaha.

f. *Key Resource* (Sumber Daya Kunci)

Sumber daya utama MamTaso terdiri dari bahan baku berkualitas tinggi, peralatan produksi yang memadai, dan sumber daya manusia yang terlatih. Bahan baku berkualitas menjadi pondasi produk yang dapat bersaing di pasar, sementara peralatan produksi yang tepat memastikan efisiensi dan konsistensi hasil produksi. SDM terlatih merupakan aset berharga yang memungkinkan perusahaan untuk memberikan pelayanan terbaik dan mengembangkan inovasi produk sesuai dengan kebutuhan pasar.

g. *Cost Structure* (Struktur Biaya)

Struktur biaya MamTaso meliputi biaya bahan baku, gaji karyawan, biaya operasional harian, dan sewa tempat. Manajemen biaya yang efisien menjadi kunci untuk mempertahankan margin keuntungan yang sehat sambil tetap menawarkan harga kompetitif.

h. *Revenue Stream* (Aliran Pendapatan)

Pendapatan MamTaso berasal penjualan *pre-order* yang memberikan kepastian *cash flow*.

2.3 Aspek Operasi

2.3.1 Rencana Desain Produk

Kemasan pada rencana desain produk MamTaso menggunakan kotak kardus (*snack box*) yang praktis. Kotak kardus ini dirancang dengan ukuran yang pas

untuk menampung 6 pcs tahu bakso, dilengkapi dengan lapisan plastik di dalamnya untuk mencegah rembesan dan menjaga suhu makanan. Desain kemasan dibuat sederhana, dengan logo MamTaso dan warna-warna cerah yang mencerminkan citra brand sebagai cemilan kekinian dan inovatif. Selain itu, kemasan juga dilengkapi dengan informasi produk seperti varian rasa dan instruksi penyajian agar memudahkan pelanggan. Penggunaan snack box ini juga mempermudah proses pengantaran serta membuat produk terlihat lebih profesional saat diterima oleh konsumen.



gambar 2. 4 Stiker produk

2.3.2 Peralatan Produksi

Tabel 2. 1 Peralatan produksi

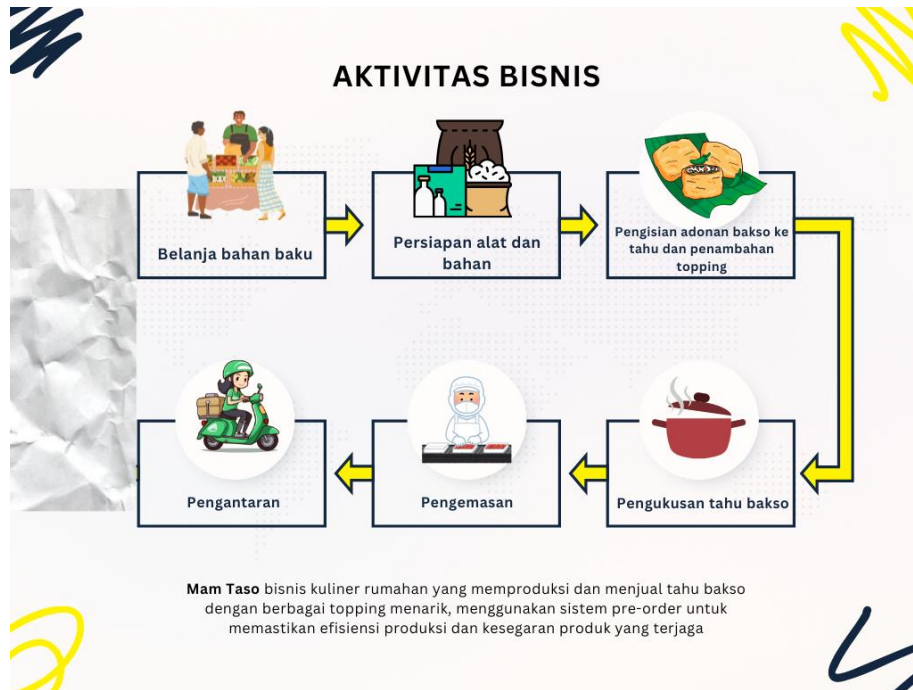
No	Keterangan	Jumlah (pcs)	Harga satuan	Total (Rp)
Peralatan				
1	Kukusan	1	Rp 95.000	Rp 95.000
2	Capitan	1	Rp 10.000	Rp 10.000

3	box kedap udara	1	Rp 45.000	Rp 45.000
4	Nampan aluminium	1	Rp 34.000	Rp 34.000
5	Kompore	1	Rp 500.000	Rp 500.000
6	Gas 3kg	1	Rp 195.000	Rp 195.000
7	Mangkok	5	Rp 15.000	Rp 75.000
8	Talenan	1	Rp 12.000	Rp 12.000
9	Parutan	1	Rp 4.000	Rp 4.000
10	Pisau	1	Rp 15.000	Rp 15.000
Total				Rp 985.000

2.3.3 Ketepatan Lokasi

Lokasi bisnis MamTaso (Tahu Bakso Topping) yang berada di rumah sangat strategis karena berada di kawasan permukiman padat penduduk, sehingga memudahkan pelanggan dari lingkungan sekitar untuk melakukan pemesanan secara offline maupun online. Meskipun beroperasi dari rumah, sistem pemesanan MamTaso telah menggunakan sistem pre-order yang membantu mengatur alur produksi dan meminimalkan risiko makanan terbuang. Selain itu, keberadaan di lokasi rumah membuat biaya operasional lebih efisien, sehingga harga produk tetap terjangkau tanpa mengurangi kualitas rasa yang ditawarkan.

2.3.4 Aktivitas Bisnis



gambar 2. 5 Aktivitas Bisnis

2.3.5 Kapasitas Produk

Kapasitas produksi bisnis MamTaso (Tahu Bakso Topping) mencapai 150–200 pcs tahu bakso untuk setiap periode *open pre-order*. Jumlah ini ditentukan berdasarkan permintaan konsumen serta kemampuan penyimpanan dan pengolahan di lokasi usaha yang masih berbasis rumahan. Dengan sistem *pre-order*, produksi dapat disesuaikan secara tepat dengan jumlah pesanan, sehingga mampu meminimalkan risiko kelebihan stok dan menjaga kualitas produk tetap terjaga. Kapasitas tersebut juga memungkinkan MamTaso tetap konsisten dalam memenuhi permintaan pelanggan tanpa mengurangi rasa dan pelayanan yang optimal.

2.3.6 Proses Produksi

Proses produksi tahu bakso MamTaso meliputi beberapa tahapan yang dilakukan secara berurutan sebagai berikut:

1. Mempersiapkan seluruh peralatan produksi yang dibutuhkan seperti pisau, parutan, panci, kukusan, dan wadah untuk topping agar proses produksi dapat berjalan lancar.
2. Melakukan persiapan berbagai topping dengan mengiris cabai, memarut wortel, merebus telur hingga matang, memotong sosis sesuai ukuran, dan memasak jamur hingga layu, sementara adonan bakso sudah tersedia dari tukang adonan.



gambar 2. 6 Bahan utama dan topping

3. Membelah tahu menjadi dua bagian untuk membuat rongga yang akan diisi adonan, sambil memanaskan alat pengukusan agar siap digunakan.
4. Mengisi adonan bakso dengan hati-hati ke dalam rongga tahu yang telah dibelah, memastikan adonan terisi dengan baik dan sesuai takaran.

5. Menambahkan berbagai topping seperti cabai iris, wortel parut, telur, potongan sosis, dan jamur oseng sesuai selera dan permintaan pelanggan.
6. Menempatkan tahu bakso yang sudah diberi topping ke dalam kukusan yang sudah panas untuk proses pemasakan.



gambar 2. 7 proses pengukusan

7. Kukus selama 20-30 menit hingga tahu bakso matang sempurna dengan tekstur yang empuk dan rasa yang meresap.



gambar 2. 8 Tahu bakso yang baru matang

8. Mengemas tahu bakso yang sudah matang dengan rapi dalam wadah yang higienis, siap untuk dikirim kepada pelanggan sesuai orderan.



gambar 2. 9 Produk yang sudah dikemas

2.3.7 Rancangan Kualitas Produk

Untuk memastikan kualitas produk tahu bakso topping yang optimal, tim produksi MamTaso menerapkan sistem seleksi ketat terhadap bentuk dan kualitas tahu yang akan digunakan sebagai bahan baku utama. Sebelum proses produksi dimulai, seluruh tahu yang diterima dari supplier akan melalui tahap *Quality Control* (QC) yang ketat, dimana tim akan menyeleksi dan memisahkan tahu dengan bentuk yang bagus, utuh, dan memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan. Tahu yang tidak memenuhi kriteria seperti bentuk yang rusak, retak, atau tidak sesuai spesifikasi akan segera dipisahkan dan di retur kepada produsen sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat sebelumnya.



gambar 2. 10 Tahu lolos QC



gambar 2. 11 Tahu tidak lolos QC

Kesepakatan retur ini merupakan bagian penting dari kesepakatan kerjasama antara MamTaso dan supplier, yang menjamin bahwa setiap tahu yang tidak lolos QC akan diganti dengan produk berkualitas baik tanpa biaya tambahan, sehingga konsistensi kualitas produk akhir dapat terjaga dan kepuasan pelanggan tetap menjadi prioritas utama dalam setiap proses produksi.

2.4 Aspek Pasar dan Pemasaran

2.4.1 Strategi STP (Segmenting, Targeting, Positioning)

Segmentasi pasar MamTaso dapat dibagi berdasarkan beberapa aspek penting yang mencakup segmentasi demografis, geografis, psikografis, dan perilaku konsumen. Dari segi demografis, segmen MamTaso meliputi konsumen dengan rentang usia 15 hingga 50 tahun, mulai dari pelajar, mahasiswa, pekerja muda, ibu rumah tangga hingga keluarga dengan tingkat pendapatan menengah ke bawah

hingga menengah. Segmentasi geografis MamTaso dijalankan tanpa outlet fisik dan hanya melalui sistem *Pre-Order* (PO) yang menjangkau konsumen di berbagai wilayah perkotaan, memanfaatkan platform digital dan layanan COD (*Cash on Delivery*) untuk memenuhi pesanan pelanggan dari berbagai lokasi. Penerapan sistem PO tanpa outlet fisik ini memungkinkan MamTaso memperluas cakupan pasar secara efisien, sekaligus mengoptimalkan perencanaan produksi berdasarkan permintaan aktual dan meminimalkan biaya operasional. Sementara itu, dari aspek psikografis, MamTaso menyasar konsumen yang menyukai kuliner inovatif berbasis makanan tradisional, mengutamakan nilai dalam setiap pembelian, serta memiliki gaya hidup yang dinamis dan praktis. Perilaku konsumen yang disasar meliputi mereka yang mencari makanan cepat saji yang mengenyangkan dengan harga terjangkau, baik untuk kebutuhan makan siang, makan malam, maupun cemilan di antara waktu makan.

Strategi targeting MamTaso berfokus pada tiga kelompok utama yang memiliki potensi tinggi sebagai konsumen loyal. Kelompok pertama adalah mahasiswa dan pelajar berusia 15-25 tahun yang sensitif terhadap harga namun mengutamakan porsi yang mengenyangkan. Mereka cenderung melakukan pembelian secara berkelompok dan aktif di media sosial, sehingga dapat menjadi saluran promosi tidak langsung melalui konten yang mereka bagikan. Kelompok kedua adalah pekerja dan karyawan muda berusia 25-35 tahun yang memiliki penghasilan tetap dan mencari alternatif makanan yang praktis namun tetap memuaskan untuk makan siang atau malam. Kelompok ketiga adalah keluarga kelas menengah yang mencari pilihan

makanan yang dapat dinikmati oleh seluruh anggota keluarga, dengan mempertimbangkan aspek kebersihan, kualitas, dan nilai gizi. MamTaso dapat memaksimalkan pasar melalui sistem *Pre-Order* (PO) yang fleksibel tanpa perlu outlet fisik, dengan mengoptimalkan jadwal produksi dan pengiriman yang disesuaikan dengan pola aktivitas ketiga kelompok target, serta menawarkan variasi menu yang dapat dipesan sesuai kebutuhan dan preferensi masing-masing segmen konsumen.

Positioning MamTaso dibangun berdasarkan proposisi nilai unik sebagai penyedia tahu bakso premium dengan beragam pilihan topping yang inovatif, mengenyangkan, dan ditawarkan dengan harga yang bersahabat. Diferensiasi produk menjadi kunci dalam strategi *positioning* MamTaso, dengan penawaran beragam variasi topping, penggunaan bahan baku berkualitas baik yang konsisten, serta penyajian dengan saus sachet yang praktis dan lezat. Sistem *Pre-Order* dengan konsep "*build your own*" memberikan kebebasan kepada pelanggan untuk memilih kombinasi topping sesuai selera, seperti wortel, jamur, telur puyuh, varian pedas mercon, dan sosis, menjadikan MamTaso memiliki identitas yang khas di pasar kuliner. Identitas merek yang kuat dan konsisten, didukung dengan komunikasi yang menekankan inovasi, kualitas, dan keterjangkauan, membantu memposisikan MamTaso sebagai pilihan kuliner yang menawarkan pengalaman unik. Strategi harga yang kompetitif namun memberikan nilai lebih tinggi dibandingkan pesaing, ditambah dengan sistem loyalitas pelanggan, semakin memperkuat posisi MamTaso di benak konsumen.

2.4.2 *Marketing Mix* (7p)

1. *Product* (Produk)

Produk utama MamTaso adalah tahu bakso yang diisi dengan adonan bakso dan diberi berbagai topping seperti sosis, telur, wortel, jamur, serta varian pedas (mercon). Produk ini merupakan inovasi dari cemilan tradisional yang dimodifikasi agar lebih menarik dan bervariasi.

2. *Price* (Harga)

MamTaso menawarkan harga yang kompetitif, mulai dari Rp3.000 per pcs tergantung jumlah dan jenis topping yang dipilih oleh pelanggan.

3. *Place* (Distribusi / Lokasi)

MamTaso menggunakan sistem *pre-order*, sehingga tidak memiliki toko fisik tetap. Pengiriman dilakukan melalui sistem COD (*Cash On Delivery*) ke area tertentu maksimal 5 km dari rumah produksi gratis ongkir atau bisa di ambil di rumah produksi.

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp. Konten promosi berupa foto/video produk, testimoni pelanggan, dan informasi konten.

5. *People* (Orang / SDM)

Tim MamTaso terdiri dari owner, admin media sosial, dan tim produksi. Meskipun

berbentuk usaha kecil, kualitas pelayanan dan koordinasi antar tim sangat menentukan keberhasilan bisnis ini.

6. *Process* (Proses)

Proses pemesanan MamTaso dilakukan secara digital, mulai dari pemesanan via WA/DM. Proses produksi menggunakan peralatan dan tata cara bagaimana tetap memperhatikan kebersihan. Sistem pengantaran produk dapat melalui Gosend atau COD (*Cash on Delivery*). Untuk pembayaran MamTaso bisa dengan cara transfer ataupun Qris.

7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Meskipun tidak memiliki outlet fisik, MamTaso tetap memiliki bukti fisik berupa kemasan produk, branding visual, serta dokumentasi produk yang menarik.

2.4.3 Penggunaan scan barcode menu

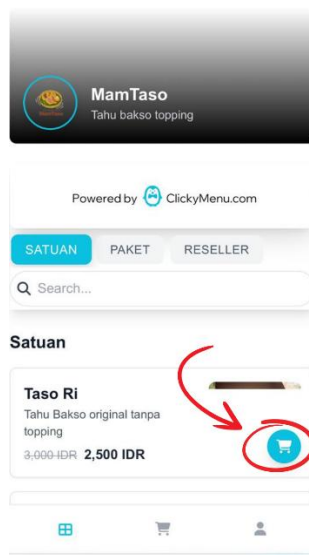
Berikut ini merupakan *step by step* bagaimana cara memesan MamTaso menggunakan barcode:

1. Scan barcode yang sudah disediakan menggunakan kamera Hp atau *Google Lens*. Lalu klik yang bertanda panah



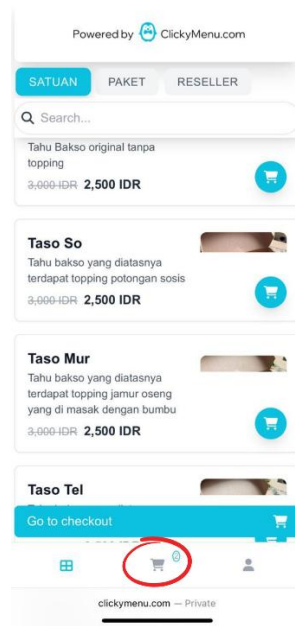
gambar 2. 12 Scan barcode melalui kamera HP

2. Pilih menu yang diinginkan, masukkan pilihan anda ke dalam keranjang



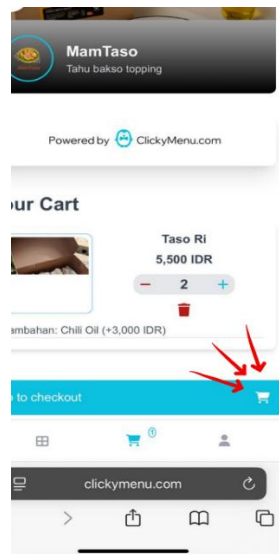
gambar 2. 13 Tampilan layar menu

3. Setelah selesai memilih menu yang diinginkan, klik keranjang pemesanan



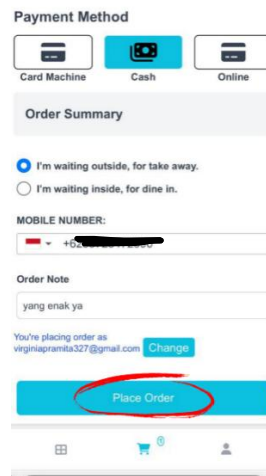
gambar 2. 14 Tampilan keranjang pesanan

4. Cek pesanan anda kembali sebelum *checkout*. Jika sudah klik *checkout*



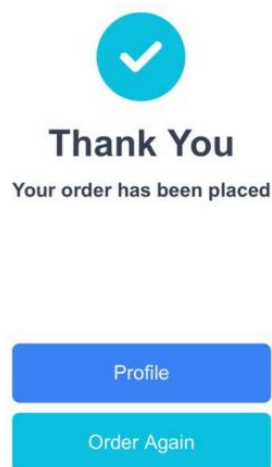
gambar 2. 15 Tampilan *checkout*

5. Masukkan alamat email pengguna, untuk mengirimkan *invoice* pemesanan
6. Pilih metode pembayaran yang diinginkan, isilah nomor telepon yang bisa dihubungi, dan masukkan catatan bila ada. Lalu klik “*Place Order*”



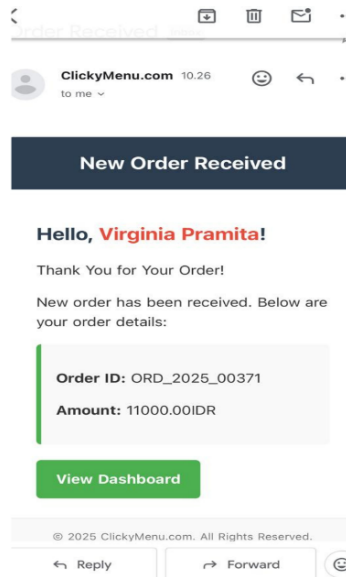
gambar 2. 16 Tampilan pilihan pembayaran dan isi data diri

7. Jika data pemesanan sudah masuk akan muncul tampilan seperti ini



gambar 2. 17 Tampilan pesanan terkirim

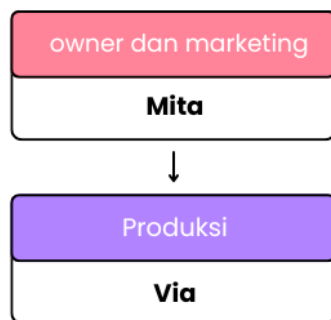
8. Beberapa detik kemudian *invoice* akan dikirimkan melalui *email* yang tadi dimasukkan ke dalam data pemesanan, tunjukkan bukti pembelian ini saat pengambilan



gambar 2. 18 *Invoice* pemesanan

2.5 Aspek SDM

2.5.1 Struktur Organisasi



gambar 2. 19 Bagan organisasi

2.5.2 Deskripsi Pekerjaan

Tabel 2. 2 Deskripsi pekerjaan

NO	Jabatan	Deskripsi Pekerjaan
1.	Owner dan <i>Marketing</i>	<ul style="list-style-type: none">a. Merencanakan dan menetapkan visi, misi, dan strategi pertumbuhan bisnisb. Mengelola modal, menganalisis laporan keuangan, dan menetapkan anggaranc. Membeli bahan bakud. Merekrut calon karyawan dan membangun struktur organisasi efektife. Membuat keputusan strategis terkait memperluas jangkauan bisnis ke pasarf. Membangun hubungan dengan pemasok dan mitra bisnisg. Mengawasi kinerja keseluruhan bisnish. Pemegang akun sosial mediai. Membuat konten dan menguploadnyaj. Mengelola sistem penanganan keluhan dan membangun loyalitas konsumenk. Berinteraksi dengan konsumen di social media
2.	Produksi	<ul style="list-style-type: none">a. Memastikan kebersihan dan pemeliharaan peralatan

		<ul style="list-style-type: none"> b. Mendokumentasikan proses produksi c. Memeriksa ketersediaan dan kualitas bahan baku sesuai standar d. Bertanggung jawab atas kualitas produk e. Melakukan proses produksi dari menyiapkan bahan baku sampai pengemasan produk f. Mengantar pesanan ke konsumen atau COD (<i>Cash On Delivery</i>)
--	--	--

2.5.3 Kualifikasi Pekerjaan

a. Bagian Produksi

1. Mampu bekerjasama dengan tim
2. Mau belajar dan tekun
3. Mampu menaati SOP yang ada
4. Domisili Purworejo

b. Bagian *Marketing*

1. Mampu bekerjasama dengan tim
2. Mau belajar dan tekun
3. Mampu menggunakan aplikasi edit foto dan video untuk pembuatan konten
4. Mampu menaati SOP yang ada
5. Memiliki komunikasi yang baik, domisili Purworejo

2.5.4 Proses Rekrutmen

1. Membutuhkan 2 karyawan di bidang yang berbeda, yaitu tim produksi dan tim *marketing*.
2. Bagian Produksi fokus pada pembuatan produk dan membantu tim *marketing* dalam pengambilan video dan foto.
3. Bagian *marketing* fokus pada pembuatan konten, ide, editing, dan pengelolaan sosial media.
4. Buat pengumuman lowongan kerja dan sebarkan melalui media sosial dan dari mulut ke mulut juga.

2.5.5 Sistem Penilaian Kerja

1. Produksi

Penilaian kinerja anggota tim produksi difokuskan pada aspek kualitas produk, efisiensi produksi, dan kepatuhan terhadap standar operasional.

Indikator penilaian meliputi:

a. Kualitas Produk

Menilai konsistensi rasa, tekstur, dan penampilan tahu bakso sesuai standar yang ditetapkan.

b. Produktivitas

Evaluasi jumlah produk yang dihasilkan dalam waktu tertentu sesuai target produksi harian/mingguan.

c. Kedisiplinan dan Ketepatan Waktu

Penilaian kedisiplinan dalam menjalankan tugas, kehadiran, dan ketepatan waktu produksi.

d. Kepatuhan terhadap SOP

Mengevaluasi sejauh mana prosedur produksi dan kebersihan dijalankan sesuai standar.

2. *Marketing*

Penilaian kerja *marketing* fokus pada efektivitas promosi, pencapaian target penjualan, dan hubungan pelanggan. Indikator penilaian meliputi:

a. Pencapaian Target Penjualan

Mengukur pencapaian target penjualan bulanan sesuai dengan target yang ditetapkan.

b. Kreativitas Promosi dan Pemasaran

Menilai keaktifan dan inovasi dalam menjalankan strategi pemasaran, termasuk penggunaan media sosial dan kampanye promosi.

c. Pengelolaan Hubungan Pelanggan

Evaluasi kemampuan dalam membangun dan memelihara hubungan baik dengan pelanggan.

d. Pelaporan dan Analisis Pasar

Penilaian ketepatan dan kelengkapan pelaporan hasil pemasaran serta analisis tren pasar yang relevan.

2.5.6 Sistem Gaji

Bisnis MamTaso yang menjual tahu bakso dengan berbagai topping menggunakan sistem *Pre-Order* (PO) sudah menyepakati sistem gaji dengan karyawan bagian masak. Setiap kali masak tahu bakso, karyawan dapat gaji Rp 25.000 dan dalam sebulan mereka masak 5 kali, jadi gaji pokok perbulan adalah Rp 125.000. Namun gaji ini belum termasuk bonus tambahan yang bisa didapat jika pesanan lebih banyak dari target yang sudah ditentukan. Sistem gaji ini sudah disetujui bersama antara pemilik usaha dan karyawan. Cara ini dipilih supaya gaji karyawan sesuai dengan banyaknya pekerjaan dan mereka lebih semangat untuk membuat tahu bakso yang enak dan berkualitas.

Dalam pengelolaan sumber daya manusia, sistem penggajian yang transparan dan berbasis kinerja sangat penting untuk meningkatkan motivasi karyawan. Usaha MamTaso menerapkan kebijakan pemberian gaji sebesar Rp 25.000 kepada karyawan setiap kali mereka berhasil menyelesaikan orderan tahu bakso dengan topping sebanyak 185 pcs. Dengan frekuensi produksi yang dilakukan sebanyak lima kali dalam sebulan, total gaji yang diterima karyawan tersebut mencapai Rp 125.000 per bulan. Selain itu, jika karyawan berhasil memproduksi lebih dari 185 pcs dalam satu orderan, mereka akan mendapatkan bonus sebagai bentuk penghargaan atas kinerja yang lebih baik. Kebijakan gaji ini telah disepakati antara pemilik usaha dan karyawan, yang menunjukkan adanya kesepahaman dan komitmen dari kedua belah pihak, terutama mengingat bahwa MamTaso merupakan usaha yang baru dibangun (Zahrani Rahman et al., 2023).

Sistem penggajian yang memberikan insentif tambahan bagi karyawan yang mencapai target produksi dapat meningkatkan produktivitas dan kepuasan kerja. Hal ini menekankan bahwa karyawan yang merasa dihargai melalui sistem penggajian yang berbasis kinerja cenderung lebih termotivasi untuk memberikan hasil yang optimal (Indripriarko & Aima, 2022). Hal ini sejalan dengan prinsip-prinsip manajemen yang menekankan pentingnya hubungan yang baik antara pemilik usaha dan karyawan untuk mencapai tujuan bersama.

2.6 Aspek Keuangan

2.6.1 Kebutuhan Investasi

Tabel 2. 3 Kebutuhan investasi

No	Keterangan	Jumlah (pcs)	Harga Satuan	Total (Rp)
1	Kukusan	1	Rp95.000	Rp95.000
2	Capitan	1	Rp10.000	Rp10.000
3	Box kedap udara	1	Rp45.000	Rp45.000
4	Nampan aluminium	1	Rp34.000	Rp34.000
5	Kompor	1	Rp500.000	Rp500.000
6	Gas 3kg	1	Rp195.000	Rp195.000
7	Mangkok	5	Rp15.000	Rp75.000
8	Talenan	1	Rp12.000	Rp12.000
9	Parutan	1	Rp4.000	Rp4.000

10	Pisau	1	Rp15.000	Rp15.000
TOTAL				Rp985.000

2.6.2 Kebutuhan Bahan Baku Produksi

Tabel 2. 4 Kebutuhan bahan baku produksi

No	Keterangan	Jumlah	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1	Tahu	150	pcs	Rp350	Rp52.500
2	Ayam	1,2	kg	Rp32.000	Rp38.400
3	Giling bakso	1,2	kg	Rp30.000	Rp36.000
4	Cabai rawit	0,1	ons	Rp80.000	Rp8.000
5	Sosis	1	pack	Rp8.200	Rp8.200
6	Jamur	2	bungkus	Rp5.000	Rp10.000
7	Telur puyuh	0,4	kg	Rp37.500	Rp15.000
8	Box makanan	30	pcs	Rp650	Rp19.500
9	Saos sachet	35	pcs	Rp300	Rp10.500
10	Stiker	35	pcs	Rp550	Rp19.250
11	Garam	0,25	kg	Rp4.000	Rp1.000
12	Plastik besar	30	pcs	Rp76	Rp2.280
13	Plastik kecil	30	pcs	Rp50	Rp1.500
14	Sumpit	40	pcs	Rp140	Rp5.600
TOTAL KEBUTUHAN BAHAN BAKU					Rp227.730

2.6.3 Biaya Gaji Tenaga Kerja (SDM)

Tabel 2. 5 Biaya gaji tenaga kerja

No	Jenis Anggaran	Unit	Berapa kali produksi (dalam sebulan)	Gaji (per produksi)	Total (Rp)
Biaya Gaji					
1	Manager dan Marketing	1	5 kali	Rp 40000	Rp 200.000
2	Produksi	1	5 kali	Rp 25000	Rp 125.000
TOTAL BIAYA GAJI					Rp 325.000

2.6.4 Biaya Operasional

Tabel 2. 6 Biaya operasional

No	Jenis Anggaran	Unit	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1	Gaji	2	Rp125.000	Rp325.000
2	Transport	1	Rp70.000	Rp70.000
3	Internet	1	Rp50.000	Rp50.000
4	Listrik dan air	1	Rp25.000	Rp25.000
5	Jasa upload story @Purworejofoods	3	Rp25.000	Rp75.000
6	Sewa tempat	1	Rp100.000	Rp100.000
TOTAL BIAYA OPERASIONAL				Rp645.000

2.6.5 Perhitungan Harga

a. HPP (Harga Pokok Produksi)

HPP per bulan:

Bahan Baku: $\text{Rp } 227.730 \times 5 = 1.138.650$

Biaya Operasional: $\text{Rp } 645.000$

Total HPP: $\text{Rp } 1.783.650$

HPP per unit (asumsi produk 800 pcs/bulan):

HPP per unit = $\text{Rp } 1.783.650 \div 800 = \text{Rp } 2.230$

b. Harga Jual

Dengan margin keuntungan 30% :

Harga Jual = $\text{HPP} + (\text{HPP} \times 30\%)$

Harga Jual = $\text{Rp } 2.230 + (\text{Rp } 2.230 \times 0,30)$

Harga Jual = $\text{Rp } 2.899 \approx \text{Rp } 3.000$

c. Penjualan

Penjualan per bulan:

Jumlah produk: 800 pcs

Harga jual: $\text{Rp } 3.000$

Total Penjualan: $\text{Rp } 2.400.000$

d. BEP (Break Even Point)

BEP dalam Rupiah:

Biaya Tetap = $\text{Rp } 645.000$ (Gaji + Transport + Internet + Listrik + Promosi + Sewa)

Biaya Variabel = Rp 1.138.650 (Bahan Baku untuk 5 kali produksi selama sebulan)

$BEP = \text{Biaya Tetap} \div (1 - (\text{Biaya Variabel} \div \text{Penjualan}))$

$BEP = \text{Rp } 645.000 \div (1 - (\text{Rp } 1.138.650 \div \text{Rp } 2.400.000))$

$BEP = \text{Rp } 645.000 \div 0,525$

$BEP = \text{Rp } 1.228.572$

BEP dalam Unit:

$BEP \text{ Unit} = \text{Rp } 1.228.572 \div \text{Rp } 3000 = 410 \text{ pcs}$

2.7 Aspek Teknologi Digital

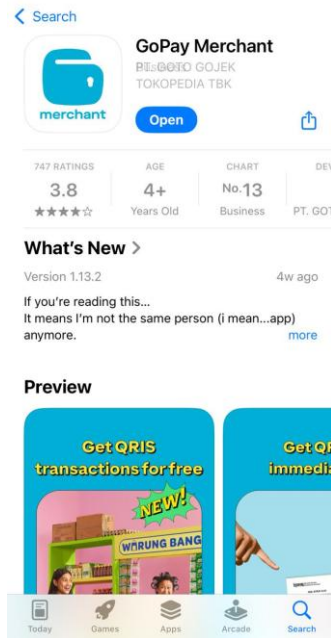
Dalam menjalankan usaha tahu bakso topping, aspek teknologi digital memegang peran penting dalam mendukung efisiensi operasional dan pemasaran. Salah satu contohnya adalah penggunaan smartphone sebagai alat komunikasi utama antara penjual dan pembeli, sehingga koordinasi pesanan menjadi lebih mudah dan permintaan pelanggan dapat direspons dengan cepat. Dengan adanya pembayaran digital (QRIS), memudahkan pembeli dalam melakukan transaksi, dimana transaksi ini sudah terjamin keamanannya dan proses yang cepat.

Dalam hal pemasaran digital, MamTaso menggunakan berbagai platform media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan TikTok untuk menjangkau konsumen lebih luas. Konten visual seperti foto dan desain promosi dibuat menggunakan aplikasi *Canva*, yang memudahkan pengguna dalam membuat desain menarik tanpa memerlukan keahlian khusus di bidang desain grafis. Sementara itu untuk konten video yang lebih dinamis, MamTaso memanfaatkan aplikasi CapCut yang menyediakan

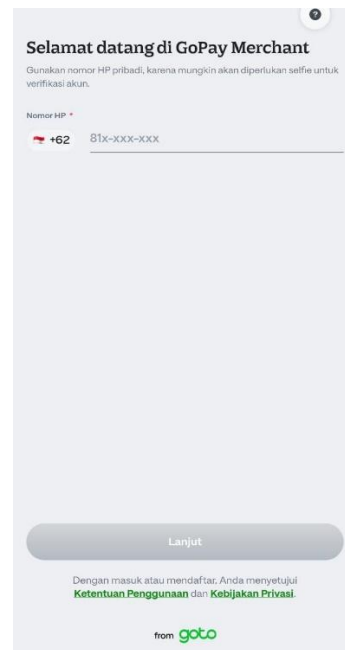
berbagai efek, template, dan alat editing lengkap untuk memproduksi video promosi yang menarik dan mudah dibagikan. Proses transaksi pun semakin praktis dengan tersedianya metode pembayaran melalui Qris, memberikan kemudahan dan fleksibilitas bagi pelanggan dalam melakukan pembayaran.

Berikut ini merupakan cara mudah pembuatan Qris sebagai alat pembayaran yang praktis :

1. Daftarkan Nomor HP Pemilik Usaha



gambar 2. 20 Aplikasi Gopay Merchant

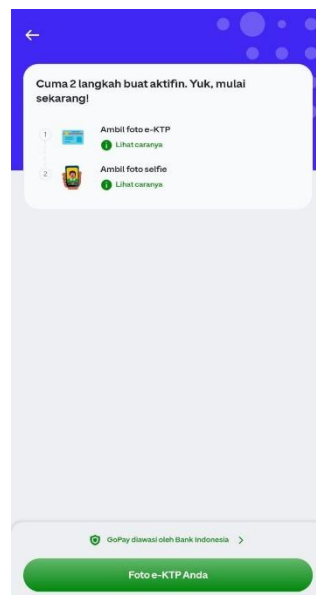


gambar 2. 21 Kode OTP

Download aplikasi GoPay Merchant dari Google Play Store atau App Store, kemudian buka aplikasi dan klik tombol "Daftar GoPay Merchant". Isi data pribadi dengan nomor HP yang belum pernah didaftarkan sebelumnya, masukkan kode OTP, dan setuju ketentuan penggunaan aplikasi.

2. Verifikasi KTP Pemilik

Upload KTP (Kartu Tanda Penduduk) dan lakukan swafoto dengan memegang KTP sesuai format yang telah ditentukan dalam aplikasi. Langkah ini sebagai bukti bahwa pendaftar adalah pemilik sah dari kartu identitas yang diupload.



gambar 2. 22 halaman unggah e-KTP

3. Daftarkan Informasi Usaha

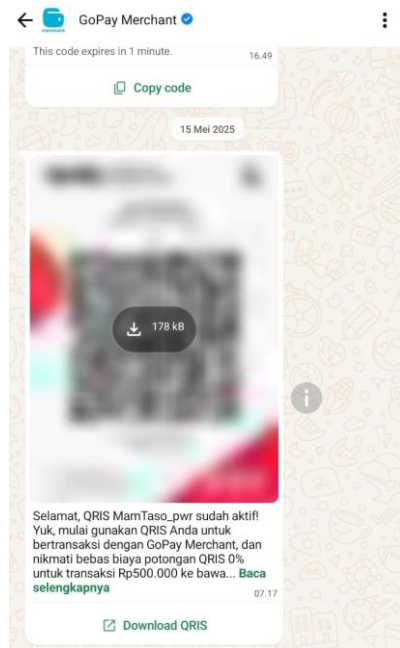
Lengkapi informasi detail usaha seperti nama usaha, alamat lengkap, dan informasi rekening bank untuk pencairan dana. Pastikan semua informasi yang dimasukkan sudah benar dan lengkap agar proses verifikasi berjalan lancar.

4. Tunggu Verifikasi Pendaftaran

Proses verifikasi akan dilakukan oleh tim GoPay Merchant dalam waktu 1-3 hari kerja setelah semua dokumen lengkap. Pastikan nomor HP tetap aktif untuk menerima update status pendaftaran via SMS atau telepon.

5. QRIS Siap Digunakan

Setelah mendapat persetujuan, QRIS akan dikirim melalui WhatsApp dalam bentuk file gambar yang siap digunakan.



gambar 2. 23 Tampilan Qris yang di kirim melalui WhatsApp



gambar 2. 24 Barcode pembayaran digital

Sebagai upaya meningkatkan pengalaman berbelanja pelanggan, MamTaso juga telah membuat katalog digital yang dapat diakses melalui perangkat *smartphone*.

Katalog ini berisi daftar menu lengkap dengan varian topping, harga, dan deskripsi produk, sehingga mempermudah pelanggan dalam melihat pilihan dan menentukan pesanan sesuai selera. Dengan adanya integrasi teknologi digital pada berbagai aspek bisnis, MamTaso tidak hanya menjadi lebih profesional, tetapi juga mampu bersaing di era digital yang semakin berkembang pesat.

Untuk mempermudah sistem pemesanan, MamTaso membuat katalog digital melalui website *ClickyMenu.com*. Pemilihan platform ini didasarkan pada kelengkapan fitur yang sangat mendukung operasional usaha, terutama dalam mencatat dan mengelola pesanan konsumen yang beragam. Fitur utama yang tersedia meliputi pilihan menu yang terstruktur dengan baik, perhitungan otomatis jumlah pesanan dan total harga yang langsung muncul saat konsumen memilih, sehingga memudahkan pelanggan dalam berbelanja dan mengetahui total pembelian secara *real-time*. Selain itu, platform ini juga dilengkapi dengan berbagai metode pembayaran yang fleksibel untuk kenyamanan konsumen.



gambar 2. 25 Logo ClickyMenu

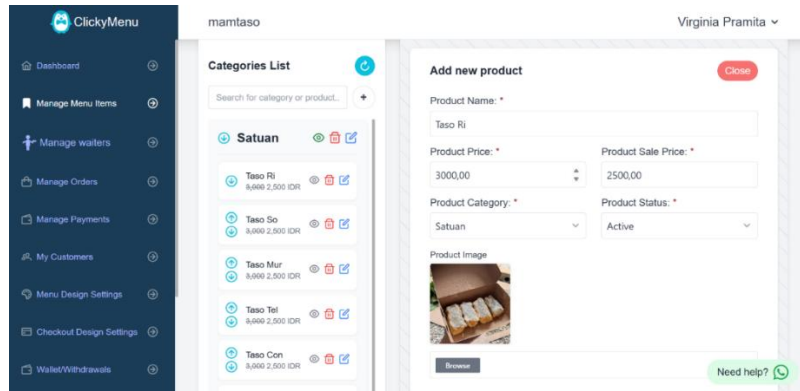
Website *ClickyMenu.com* menyediakan berbagai fitur unggulan seperti sistem pemesanan online yang terintegrasi, manajemen inventori untuk *tracking* stok produk, *dashboard analytics* untuk monitoring penjualan dan performa menu, sistem notifikasi

otomatis untuk pesanan masuk, fitur *customization* tampilan katalog sesuai *branding*, dan dukungan QR code untuk akses mudah bagi pelanggan. Platform ini juga memungkinkan integrasi dengan sistem pembayaran digital, laporan penjualan komprehensif, dan fitur *customer relationship management* untuk membangun loyalitas pelanggan jangka panjang.

Website ini memiliki berbagai fitur yang dapat memudahkan dalam mengelola pesanan pelanggan, sebagai berikut:

1. Dashboard Manajemen Menu

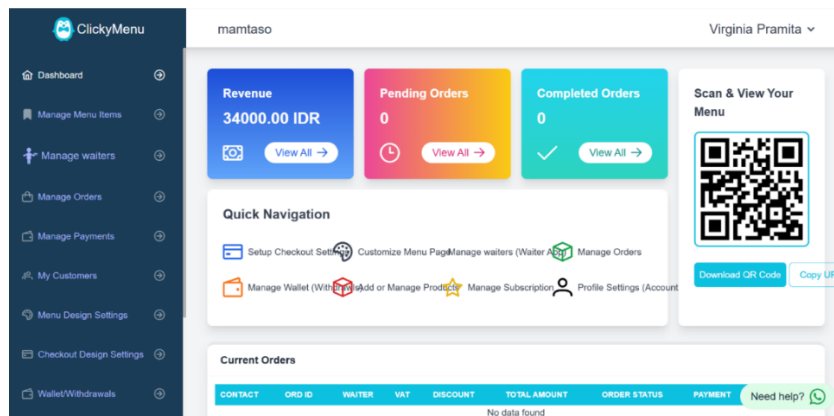
Dashboard manajemen menu merupakan pusat kontrol untuk mengatur semua item makanan dan minuman yang tersedia di MamTaso. Melalui dashboard ini, pemilik usaha dapat dengan mudah menambahkan menu baru, mengubah harga, atau menghapus item yang sudah tidak dijual lagi. Yang menarik, semua perubahan ini langsung terlihat di menu digital pelanggan tanpa harus repot mencetak ulang buku menu. Selain itu, kita juga bisa mengunggah foto makanan yang bagus untuk menarik perhatian pelanggan, mengelompokkan menu berdasarkan jenisnya seperti tahu bakso topping satuan atau paketan, dan mengatur status ketersediaan ketika ada menu yang habis atau sedang tidak tersedia.



gambar 2. 26 Halaman manajemen menu

2. Pembuatan kode QR menu

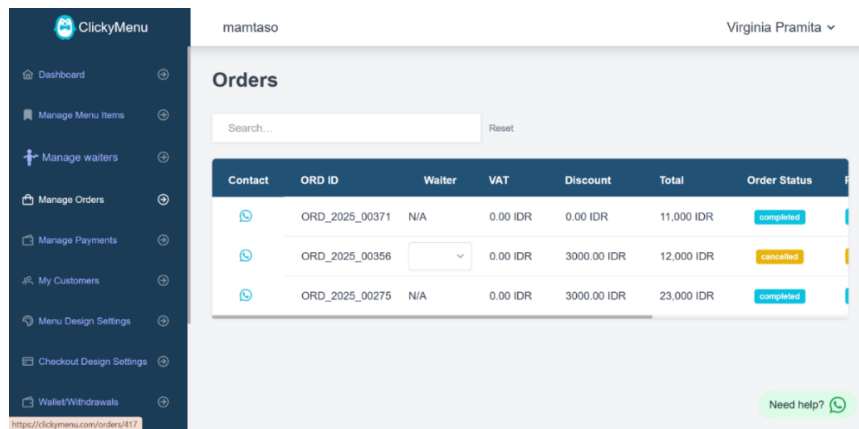
Fitur pembuat kode QR ini sangat praktis karena mengubah menu tradisional menjadi menu digital yang bisa diakses lewat handphone. Caranya cukup sederhana, pelanggan cukup memindai kode QR yang dikirimkan oleh admin MamTaso atau melalui sorotan instagram @mamtaso_pwr, lalu langsung bisa melihat menu lengkap di layar ponsel mereka. Kode QR ini bisa disesuaikan dengan logo dan warna restoran agar terlihat lebih menarik.



gambar 2. 27 Halaman utama

3. Sistem Pemesanan Digital

Dengan sistem pemesanan digital, pelanggan bisa langsung memesan menu yang diinginkan dari online tanpa repot mengetik pesanan yang mereka inginkan melalui WhatsApp. Pesanan yang masuk akan langsung terlihat di dashboard pemilik usaha, lengkap dengan status mulai dari pesanan diterima sampai makanan siap disajikan. Ada juga notifikasi otomatis yang akan memberitahu ketika ada pesanan baru masuk, sehingga tidak ada pesanan yang terlewat. Hal ini tentu saja membuat pelayanan jadi lebih cepat dan pelanggan tidak akan kecewa karena menerima pesanan yang salah.



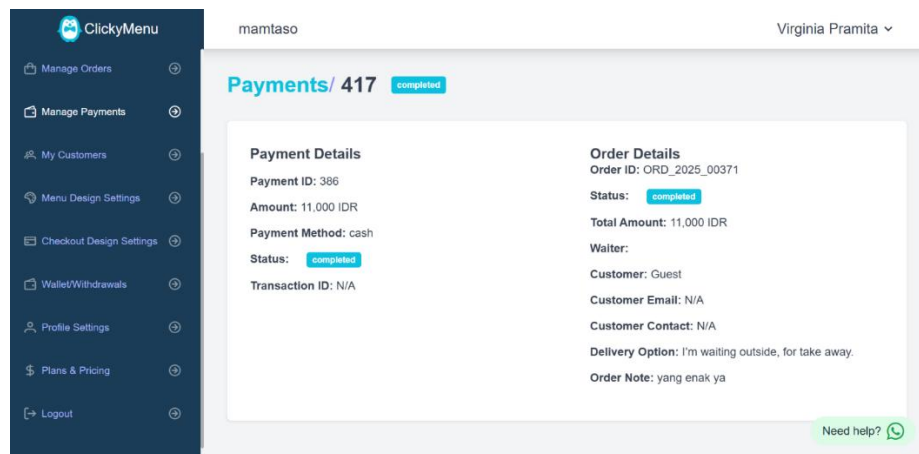
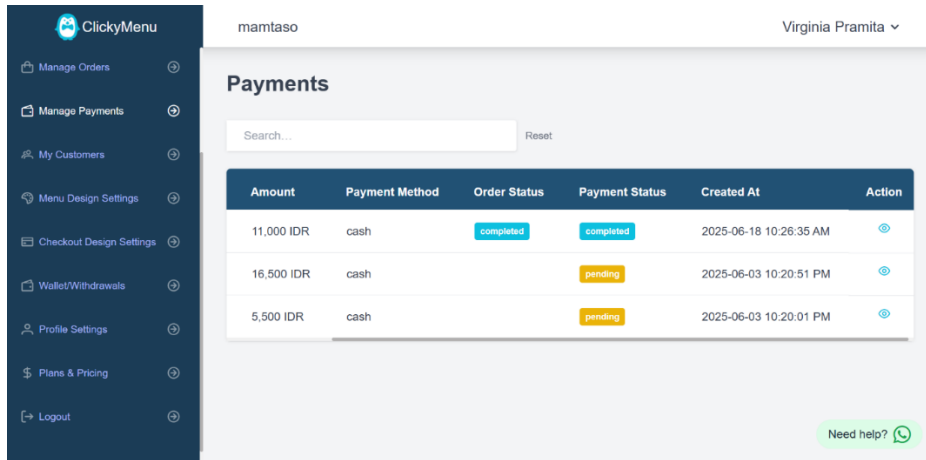
Contact	ORD ID	Waiter	VAT	Discount	Total	Order Status
	ORD_2025_00371	N/A	0.00 IDR	0.00 IDR	11,000 IDR	completed
	ORD_2025_00356		0.00 IDR	3000.00 IDR	12,000 IDR	cancelled
	ORD_2025_00275	N/A	0.00 IDR	3000.00 IDR	23,000 IDR	completed

gambar 2. 28 Data orderan masuk

4. Sistem Pembayaran

Sistem pembayaran di ClickyMenu mendukung berbagai metode pembayaran digital seperti Qris dan Cash. Setiap transaksi yang masuk bisa dipantau statusnya, apakah sudah berhasil atau masih dalam proses. Ada juga laporan harian dan bulanan yang membantu pemilik usaha untuk mencocokkan data penjualan dengan uang yang

masuk ke rekening. Fitur ini sangat membantu dalam mengelola keuangan MamTaso agar lebih transparan dan teratur.

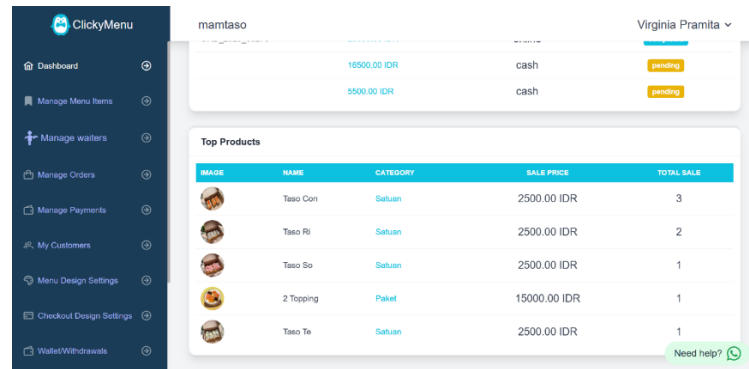


gambar 2. 29 status pembayaran dan detail jumlah pembelian

5. Analisis dan Laporan

Bagian analisis ini memberikan gambaran lengkap tentang penjualan MamTaso dalam bentuk tabel yang mudah dipahami. Pemilik usaha bisa melihat menu mana yang paling laris, kapan waktu penjualan tertinggi, dan bagaimana tren penjualan dari waktu

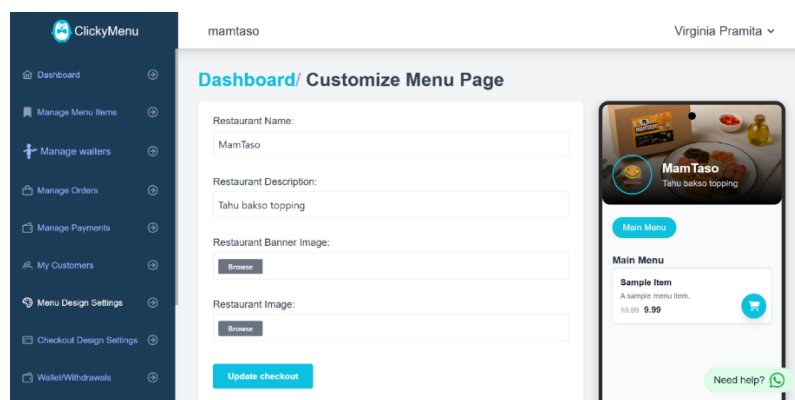
ke waktu. Data ini sangat bermanfaat untuk mengetahui selera pelanggan dan membuat strategi bisnis yang lebih baik. Misalnya, kalau ada menu yang jarang dipesan, mungkin perlu diganti atau dihilangkan dari daftar menu.



gambar 2. 30 Top produk yang sering dibeli

6. Kustomisasi dan Branding

Tampilan menu digital bisa disesuaikan dengan identitas visual restoran, mulai dari warna, logo, hingga gaya desain secara keseluruhan. Hal ini penting untuk menjaga konsistensi brand agar pelanggan mudah mengingat restoran.



gambar 2. 31 Desain tampilan

7. Fitur Teknis

ClickyMenu dirancang agar bisa diakses dengan lancar di berbagai perangkat, baik itu handphone, tablet, maupun komputer. Sistem ini harus terhubung dengan koneksi internet yang stabil. Data disimpan dengan aman di *cloud* sehingga tidak akan hilang. Beberapa foto produk MamTaso dibuat dengan menggunakan bantuan kecerdasan buatan, yaitu ChatGPT, untuk menghasilkan tampilan yang profesional dan menarik. Dengan memanfaatkan teknologi AI ini, proses pembuatan foto produk menjadi lebih sistematis dan terarah, mulai dari perencanaan konsep, pengaturan pencahayaan, hingga pemilihan sudut pengambilan gambar yang tepat. ChatGPT membantu memberikan panduan dan saran mengenai teknik fotografi yang baik, seperti komposisi yang seimbang, pemilihan latar belakang yang sesuai, dan pengaturan warna yang mendukung daya tarik visual produk. Penggunaan AI dalam proses ini bertujuan untuk memastikan setiap foto produk MamTaso memiliki kualitas yang konsisten dan tampilan yang profesional, sehingga dapat meningkatkan citra brand dan menarik minat konsumen. Pendekatan ini menunjukkan bagaimana teknologi modern dapat diintegrasikan dalam strategi pemasaran untuk menghasilkan konten visual yang berkualitas tinggi.



gambar 2. 32 Gambar foto produk AI

BAB III

LAPORAN PERKEMBANGAN BISNIS

3.1 Profil Bisnis

MamTaso adalah bisnis kuliner yang berdiri pada bulan Maret 2025 di bulan Ramadhan, berlokasi di Desa Harjobinangun, Kecamatan Grabag, Kabupaten Purworejo. MamTaso mengkhususkan diri dalam menyajikan tahu bakso dengan berbagai pilihan topping yang lezat dan unik, menggunakan sistem *open pre-order* (PO) untuk memastikan setiap pesanan dibuat fresh dan sesuai keinginan pelanggan.

Dengan semangat inovasi kuliner, MamTaso hadir untuk memberikan pengalaman baru dalam menikmati tahu bakso yang tidak hanya mengenyangkan tetapi juga merupakan makanan tradisional yang diinovasikan menjadi makanan modern. Sistem *Open Pre-Order* (PO) kami memungkinkan pelanggan untuk memesan sesuai jadwal yang fleksibel, memastikan kualitas produk terjaga dan mengurangi *food waste*. Kami memanfaatkan platform digital seperti WhatsApp untuk kemudahan komunikasi dan pemesanan, Instagram untuk *showcase* produk dan membangun *community*, serta TikTok untuk konten kreatif yang viral.

Visi MamTaso adalah menjadi brand tahu bakso topping terdepan di Purworejo yang dikenal dengan cita rasa autentik, inovasi berkelanjutan, dan pelayanan baik. Misi kami adalah menghadirkan kuliner berkualitas dengan harga terjangkau, menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat lokal, serta membangun ekosistem bisnis yang berkelanjutan dan ramah lingkungan melalui sistem *Pre-Order* yang efisien.

MamTaso berkomitmen untuk selalu menggunakan bahan-bahan segar dan berkualitas, menjaga konsistensi rasa, dan terus berinovasi menciptakan varian topping baru sesuai tren dan selera pasar. Kami percaya bahwa kepuasan pelanggan adalah prioritas utama, sehingga setiap *feedback* dan saran dari konsumen menjadi masukan berharga untuk pengembangan bisnis ke depan.

3.2 Tinjauan Aspek Pemasaran

3.2.1 Pemasaran Produk

Strategi pemasaran MamTaso pada fase awal dimulai dengan memanfaatkan *story* WhatsApp sebagai media promosi pertama ketika membuka sistem *Pre-Order*, kemudian berkembang dengan membuat akun Instagram khusus untuk pemasaran produk MamTaso. Waktu peluncuran produk sangat strategis karena MamTaso pertama kali membuka *Pre-Order* pada bulan Maret 2025 yang bertepatan dengan bulan Ramadhan, sehingga pada bulan pertama operasional, sebagian besar konsumen melakukan pemesanan produk tahu bakso untuk kegiatan buka bersama, memanfaatkan momentum tingginya permintaan makanan untuk berbuka puasa.

Media sosial MamTaso, khususnya Instagram, dijadikan sebagai platform utama untuk mengupload berbagai konten pemasaran seperti testimoni pelanggan dan informasi terkait sistem *Pre-Order* yang diterapkan. MamTaso memaksimalkan pembuatan konten interaktif melalui Instagram *story* dan *feeds* untuk membangun komunikasi dua arah dengan konsumen serta menarik perhatian calon pembeli melalui postingan yang menarik dan informatif, namun saat ini

MamTaso masih dalam tahap membangun brand *awareness* karena belum memiliki banyak konsumen dan masih terbatas orang yang mengetahui keberadaan produk MamTaso di pasar.



gambar 3. 1 Akun instagram

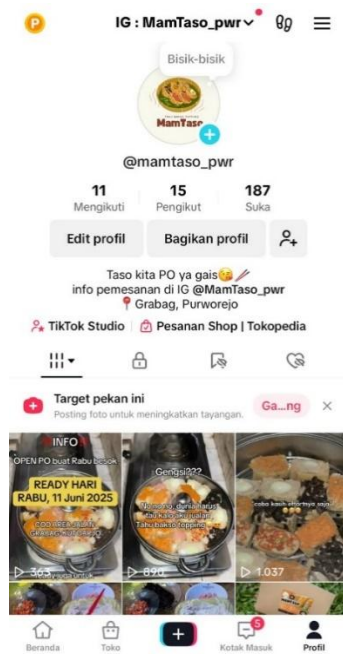


gambar 3. 2 Konten story instagram



gambar 3. 3 Konten informasi produk

Selain Instagram, MamTaso juga memanfaatkan Tik Tok sebagai platform pemasaran yang sangat efektif dalam menjangkau audiens yang lebih beragam, terutama generasi Z dan milenial. Melalui Tik Tok, MamTaso menampilkan berbagai jenis konten yang menarik, mulai dari video proses produksi yang memperlihatkan tahap demi tahap pembuatan produk secara detail, hingga tutorial cara penyajian yang praktis dan mudah diikuti oleh konsumen di rumah.



gambar 3. 4 Akun tiktok MamTaso

gambar 3. 5 Konten tiktok

Platform ini juga memungkinkan MamTaso untuk mengikuti dan memanfaatkan trend terkini yang sedang viral, seperti audio trending atau format video yang sedang digemari pengguna Tik Tok, sehingga konten mereka dapat dengan mudah ditemukan dan dibagikan oleh audiens. Keberagaman konten ini tidak hanya meningkatkan brand *awareness*, tetapi juga membangun pendekatan yang lebih kasual dan autentik dengan konsumen.

3.3 Tinjauan Aspek Operasi/Produksi

3.3.1 Proses Produksi

Proses produksi MamTaso dimulai dengan pemilihan bahan baku berkualitas sesuai standar yang telah ditetapkan. Setelah bahan baku tersedia, tahap berikutnya adalah persiapan dan pengolahan, di mana bahan-bahan utama dibersihkan, dipotong, dan diolah sesuai resep yang telah dirancang. Langkah selanjutnya adalah proses pengisian adonan ke dalam tahu yang sudah diiris pada bagian tengahnya. Tahu yang telah dibersihkan dan diiris ini kemudian diisi dengan adonan secara merata, memastikan setiap potongan tahu mendapatkan isian yang cukup dan padat.

Proses ini dilakukan dengan hati-hati agar tahu tidak rusak dan isian tetap rapi di dalamnya. Tahu yang sudah terisi adonan bakso langsung di kukus kurang lebih 20-30 menit. Setelah matang, produk MamTaso dikemas secara higienis untuk menjaga kualitas dan daya tahan, kemudian siap didistribusikan kepada konsumen. Setiap tahapan produksi dilakukan dengan memperhatikan kebersihan dan konsistensi mutu agar produk yang dihasilkan selalu memenuhi harapan pelanggan.

3.3.2 Produk yang dihasilkan

Usaha MamTaso menghadirkan inovasi kuliner yang menggabungkan dua makanan tradisional Indonesia yang sangat populer, yaitu tahu dan bakso, menjadi satu produk utuh yang disebut "Tahu Bakso". Produk ini merupakan wujud nyata dari upaya pelestarian makanan tradisional yang dikemas dalam konsep modern untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam. MamTaso mengembangkan

produk yang dapat disesuaikan dengan selera konsumen melalui sistem topping yang beragam, memungkinkan setiap pelanggan untuk menciptakan kombinasi rasa yang sesuai dengan preferensi pribadi mereka.

Produk unggulan MamTaso berupa tahu bakso yang disajikan dengan berbagai pilihan topping menarik, seperti telur yang memberikan tekstur lembut dan rasa gurih, wortel segar yang menambah nilai gizi, cabai yang memberikan sensasi pedas sesuai selera, jamur yang memberikan rasa lezat, serta sosis yang menambah kelezatan dan protein dalam setiap sajian. Setiap produk MamTaso diolah dengan memperhatikan kualitas bahan baku dan cita rasa yang konsisten, dikemas menggunakan *snack box* yang di atasnya terdapat stiker *branding* MamTaso untuk memperkuat identitas produk, menjadikannya pilihan makanan yang tidak hanya lezat tetapi juga bergizi dan mengenyangkan.



gambar 3. 6 produk yang sudah dikemas

Dalam perjalanan usahanya, bulan pertama produksi penjualan hanya mencapai 125 pcs karena masih dalam tahap awal dan belum banyak konsumen yang mengetahui produk ini. Maka dari itu tim melakukan evaluasi menyeluruh untuk meningkatkan penjualan tahu bakso tersebut. Bulan kedua mengalami peningkatan signifikan dengan penjualan mencapai kurang lebih 533 pcs tahu bakso. Bulan ketiga menunjukkan perbaikan dengan permintaan yang lebih banyak dibandingkan bulan kedua yaitu mencapai 828 pcs tahu bakso topping terjual, hal ini disebabkan tim *marketing* MamTaso melakukan promosi melalui Instagram story di @purworejofoods yang terbukti efektif meningkatkan *awareness* dan penjualan produk.

3.4 Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia

Selama 4 bulan berjalannya usaha MamTaso, sumber daya manusia saat ini terdiri dari dua tim utama, yaitu tim produksi dan tim *marketing*. Setiap tim hanya berisi satu orang, mengingat usaha ini masih tergolong kecil dan baru memulai operasionalnya. Pembagian ini dilakukan agar setiap aspek penting dalam bisnis, mulai dari pembuatan produk hingga pemasaran, tetap dapat berjalan secara efektif meskipun dengan jumlah personel yang terbatas.

Dengan struktur tim yang sederhana, setiap anggota memegang peran dan tanggung jawab yang sangat besar bagi kelangsungan usaha. Tim produksi bertanggung jawab penuh atas kualitas dan ketersediaan produk, sementara tim *marketing* fokus pada strategi promosi dan penjualan. Meskipun jumlah personel masih minim,

pembagian tugas yang jelas ini diharapkan mampu mendukung pertumbuhan usaha MamTaso kedepannya.

3.5 Tinjauan Aspek Keuangan

3.5.1 Neraca Keuangan

Tabel 3. 1 Neraca keuangan

Aktiva	Pasiva
Aktiva Tetap:	Modal:
- Peralatan Produksi: Rp 985.000	- Modal Sendiri: Rp 1.712.730
Aktiva Lancar:	
- Kas: Rp 500.000	Total Modal = Rp 1.712.730
- Persediaan Bahan Baku: Rp 227.730	- Hutang: Rp 0
Total Aktiva = Rp 1.712.730	Total Pasiva = Rp 1.712.730

Neraca keuangan adalah laporan yang menunjukkan posisi keuangan suatu perusahaan pada suatu titik waktu tertentu. Neraca keuangan memberikan gambaran jelas tentang kesehatan finansial MamTaso. Dengan memahami neraca, manajemen dapat mengevaluasi likuiditas, solvabilitas, dan struktur modal perusahaan. Hal ini penting untuk pengambilan keputusan strategis, seperti investasi baru, pengelolaan utang, dan perencanaan keuangan jangka panjang.

3.5.2 Proyeksi Laba Rugi

Proyeksi laba rugi adalah laporan yang memperkirakan pendapatan dan beban yang akan dihasilkan oleh perusahaan dalam periode tertentu, biasanya satu tahun.

Proyeksi laba rugi membantu MamTaso dalam merencanakan dan mengelola arus kas. Dengan mengetahui estimasi laba, perusahaan dapat membuat keputusan yang lebih baik terkait pengeluaran, investasi, dan strategi pemasaran.

PENDAPATAN:

Penjualan Tahu Bakso (800 pcs x Rp3.000) Rp 2.400.000

Tabel 3. 2 Proyeksi laba rugi

No	Keterangan	Jumlah
1	Bahan Baku (Rp227.730 x 5 produksi)	Rp 1.138.650
2	Gaji Karyawan	Rp 325.000
3	Transportasi	Rp 75.000
4	Internet	Rp 50.000
5	Listrik & Air	Rp 25.000
6	Promosi	Rp 75.000
7	Sewa Tempat	Rp 100.000
TOTAL BIAYA		Rp 1.788.650

LABA BERSIH BULANAN:

$$(Rp 2.400.000 - Rp1.788.650) = Rp 611.350$$

3.5.3 RETURN ON INVESTMENT (ROI)

ROI merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efisiensi atau profitabilitas investasi. ROI dihitung dengan membandingkan laba bersih yang dihasilkan dari investasi dengan biaya investasi itu sendiri, dinyatakan dalam persentase. ROI memberikan wawasan tentang seberapa efektif MamTaso dalam

menggunakan modalnya untuk menghasilkan keuntungan. Dengan menganalisis ROI, manajemen dapat mengevaluasi proyek atau investasi yang berbeda dan memprioritaskan yang memberikan hasil terbaik. Ini membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih baik dalam usaha MamTaso dan berfokus pada pertumbuhan jangka panjang.

$$\begin{aligned}\text{ROI} &= (\text{Laba Bersih} / \text{Modal Awal}) \times 100\% \\ &= (\text{Rp } 611.350 / \text{Rp } 1.712.730) \times 100\% \\ &= 35.69\%\end{aligned}$$

3.5.4 NET PRESENT VALUE (NPV)

NPV adalah metode evaluasi investasi yang menghitung selisih antara nilai sekarang dari arus kas masuk dan nilai sekarang dari arus kas keluar selama periode tertentu. NPV membantu MamTaso dalam menilai kelayakan proyek atau investasi baru. Dengan menghitung NPV, perusahaan dapat menentukan apakah suatu proyek akan memberikan nilai tambah atau tidak. Ini sangat penting untuk memastikan bahwa sumber daya yang terbatas digunakan secara efisien dan untuk memaksimalkan potensi keuntungan di masa depan.

Keterangan:

- a) Arus Kas Bulanan (C) = Rp 611.350
- b) Periode (n) = 4 bulan
- c) Tingkat Diskonto (r) = 12% per tahun (0.1% per bulan)

$$\text{Rumus : } NPV = \frac{C_t}{1+r^1} + \frac{C_t}{1+r^2} + \dots + \frac{C_t}{1+r^4}$$

Cash flow 4 bulan pertama: Rp 611.350 /bulan

- a) PV Bulan 1 = $611.350 / (1,01)^1 = 611.350 / 1,01 = \text{Rp } 605.297$
- b) PV Bulan 2 = $611.350 / (1,01)^2 = 611.350 / 1,0201 = \text{Rp } 599.313$
- c) PV Bulan 3 = $611.350 / (1,01)^3 = 611.350 / 1,030301 = \text{Rp } 593.399$
- d) PV Bulan 4 = $611.350 / (1,01)^4 = 611.350 / 1,04060401 = \text{Rp } 587.554$

Total PV = Rp 2.385.565

NPV = Rp 2.385.565 - Rp 1.712.730 = Rp 672.835

Jadi NPV positif menunjukkan investasi menguntungkan.

BAB IV

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

4.1 Identifikasi Masalah

MamTaso melakukan evaluasi pada empat aspek penting yaitu pemasaran, produksi, sumber daya manusia, dan teknologi digital. Hasil evaluasi menunjukkan adanya sejumlah hambatan yang timbul dalam perjalanan usaha dan berbeda dari rencana bisnis awal yang telah disusun. Ketidaksesuaian antara rencana awal dan realitas operasional ini menciptakan tantangan dalam pencapaian target yang telah ditetapkan, sehingga memerlukan upaya perbaikan strategis untuk menjamin kelangsungan dan kemajuan usaha MamTaso di masa mendatang.

4.1.1 Aspek Pemasaran

MamTaso menghadapi berbagai kendala dalam aspek pemasaran yang menghambat pertumbuhan usaha kuliner ini. Masalah utama terletak pada rendahnya brand awareness dan keterbatasan jangkauan pasar yang berdampak langsung pada volume penjualan. Strategi pemasaran digital yang diterapkan belum konsisten, terutama dalam pengelolaan konten media sosial dimana rencana pembuatan konten bulanan tidak dapat direalisasikan dengan baik. Fokus yang berlebihan pada aspek produksi menyebabkan waktu untuk mengembangkan materi pemasaran menjadi terabaikan, sehingga aktivitas promosi di platform digital seperti Instagram menjadi tidak teratur dan hanya mengandalkan story yang bersifat sementara.

Strategi segmentasi dan targetting pasar yang belum tepat sasaran juga menjadi faktor penghambat, dimana upaya pemasaran tidak fokus pada kelompok konsumen yang memiliki potensi tinggi untuk menjadi pelanggan loyal. Keterbatasan budget promosi dan belum optimalnya pemanfaatan berbagai *channel* pemasaran digital seperti Facebook Ads, Google Ads, atau *influencer marketing* merupakan salah satu masalah yang membuat jangkauan pasar menjadi terbatas.

4.1.2 Aspek Operasional/Produksi

MamTaso mengalami kendala produksi pada bahan utama yaitu tahu yang digunakan untuk membuat tahu bakso topping. Beberapa pelanggan mengeluh bahwa rasa tahu yang disajikan kurang gurih dan hambar, tidak seperti yang mereka harapkan. Masalah ini bisa terjadi karena beberapa hal, seperti kualitas rasa tahu dari supplier yang tidak konsisten setiap harinya atau proses pengolahan tahu yang belum maksimal dalam memunculkan cita rasa yang diinginkan. Keluhan pelanggan soal rasa tahu yang kurang enak ini sangat penting untuk segera diperbaiki karena tahu adalah bahan utama yang menentukan kelezatan tahu bakso topping. Jika masalah ini tidak segera diatasi, pelanggan bisa kecewa dan tidak mau datang lagi, sehingga penjualan akan menurun dan nama baik usaha bisa terpengaruh buruk.

Selain itu, masalah kualitas tahu juga dapat mempengaruhi konsistensi rasa menu-menu yang disajikan, sehingga pelanggan tidak mendapatkan pengalaman makan yang sama setiap kali berkunjung. Kompetisi dengan usaha kuliner serupa yang menggunakan bahan berkualitas lebih baik juga dapat membuat MamTaso kehilangan daya saing di pasar. Oleh karena itu, perbaiki kualitas bahan baku tahu

menjadi prioritas utama yang harus segera ditangani untuk mempertahankan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

4.1.3 Aspek Sumber Daya Manusia

MamTaso menghadapi kendala signifikan dalam aspek sumber daya manusia dengan hanya memiliki dua karyawan yaitu satu bagian produksi dan satu bagian *marketing* yang dikelola langsung oleh pemilik usaha. Keterbatasan jumlah tenaga kerja ini menyebabkan beban kerja yang tinggi pada masing-masing individu dan rentan terhadap gangguan operasional jika salah satu karyawan berhalangan hadir. Karyawan bagian produksi yang seharusnya fokus dalam membuat produk, seringkali juga harus membantu membuat konten untuk media sosial. Hal ini membuat pekerjaannya menjadi tidak fokus dan kualitas hasil kerja bisa menurun. Sementara itu, pemilik usaha harus mengurus banyak hal sekaligus seperti strategi pemasaran, menjalankan usaha sehari-hari, dan mengambil keputusan penting. Karena terlalu banyak tugas, pemilik jadi tidak bisa fokus mengembangkan strategi pemasaran dengan baik.

4.1.4 Aspek Keuangan

MamTaso menghadapi berbagai masalah dalam pengelolaan keuangan yang dapat menghambat perkembangan usaha. Masalah utama adalah pencatatan keuangan yang masih sederhana (manual) dan belum teratur, sehingga sulit untuk mengetahui secara pasti berapa keuntungan dan kerugian yang didapat setiap bulannya. Pemilik usaha sering mencampur uang pribadi dengan uang usaha, membuat laporan keuangan menjadi tidak jelas dan sulit dipantau. MamTaso juga

belum memiliki rencana anggaran yang jelas untuk kegiatan pemasaran, sehingga pengeluaran untuk promosi sering tidak terkontrol.

4.2 Pemecahan Masalah

Dalam menyelesaikan berbagai kendala yang dihadapi MamTaso, diperlukan solusi yang efektif dan praktis untuk mendukung kemajuan usaha secara optimal.

4.2.1 Aspek Pemasaran

Untuk mengatasi masalah pemasaran MamTaso, perlu diterapkan strategi yang sederhana namun efektif. Seperti membuat jadwal posting konten di media sosial secara rutin, misalnya 2-3 kali seminggu dengan membuat jadwal yang sudah dibuat agar tidak mengganggu aktivitas produksi. MamTaso harus lebih fokus menargetkan pelanggan yang tepat, seperti anak muda, ibu rumah tangga, dan pekerja kantoran di sekitar lokasi usaha melalui konten yang menarik dan relevan. Untuk menghemat budget promosi, dapat dimulai dengan memaksimalkan media sosial gratis, meminta pelanggan untuk berbagi foto dengan MamTaso dan memberikan review terbaik mereka setelah membeli produk. Selain itu, penting untuk membangun hubungan baik dengan pelanggan melalui pelayanan yang ramah dan menyajikan produk yang berkualitas, sehingga mereka mau merekomendasikan MamTaso kepada orang lain dan bisnis dapat berkembang secara alami.

4.2.2 Aspek Operasional / Produksi

Untuk mengatasi masalah kualitas tahu di MamTaso, perlu dilakukan beberapa langkah perbaikan yang sistematis dan mudah diterapkan. Menerapkan teknik marinasi dengan merendam tahu menggunakan bumbu-bumbu atau kaldu yang kaya rasa selama beberapa jam sebelum diolah, sehingga cita rasa gurih dapat meresap hingga ke dalam tahu. Proses marinasi ini dapat menggunakan bahan sederhana seperti bawang putih, garam, merica, dan kaldu ayam atau sapi untuk memberikan rasa yang lebih kuat dan gurih sesuai selera pelanggan.

Selain itu, jika masalah kualitas tahu tetap berlanjut, MamTaso perlu mempertimbangkan untuk mencari supplier lain yang dapat menyediakan tahu dengan kualitas protein kedelai yang lebih baik dan konsisten. Penting juga untuk melakukan *quality control* rutin dengan mencicipi produk sebelum disajikan kepada pelanggan dan meminta *feedback* langsung dari pelanggan untuk terus memperbaiki kualitas. Dengan menerapkan standar pengolahan yang tepat melalui proses marinasi dan memastikan bahan baku berkualitas, MamTaso dapat mempertahankan cita rasa yang diinginkan pelanggan dan meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan.

4.2.3 Aspek Sumber Daya Manusia

Untuk mengatasi masalah sumber daya manusia di MamTaso, perlu dilakukan pembagian tugas yang lebih jelas dan efisien sesuai kemampuan masing-masing orang. Solusi utama adalah membuat *job description* yang tegas dimana karyawan produksi fokus sepenuhnya pada pembuatan makanan dan minuman, sementara

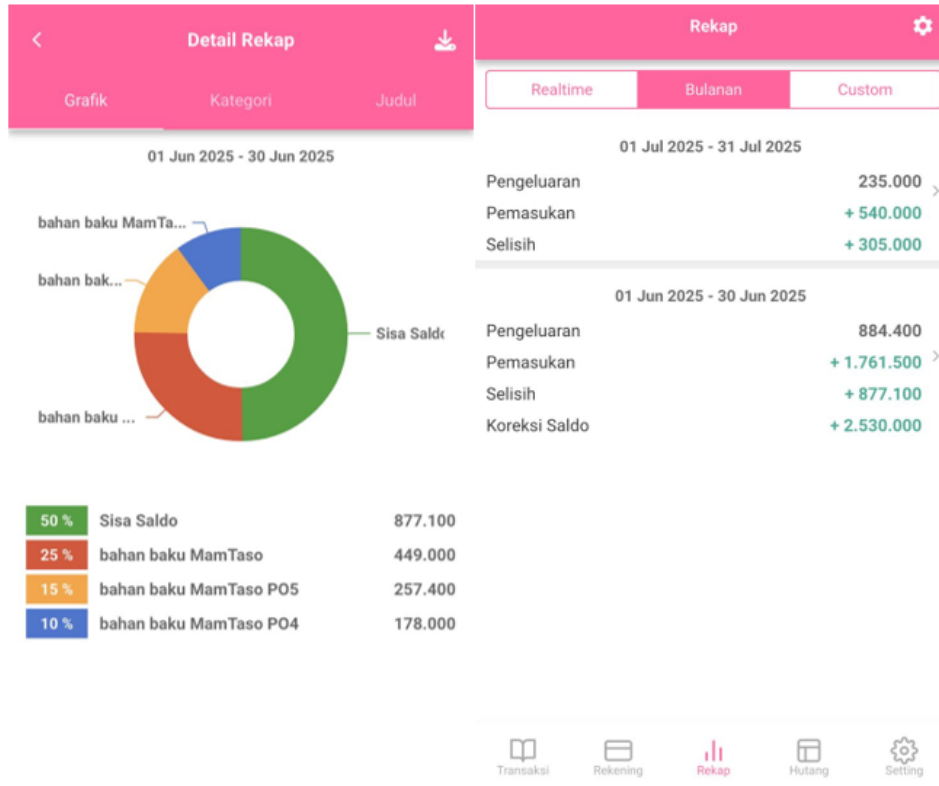
pemilik usaha mengurus pemasaran dan manajemen bisnis tanpa saling mengganggu. Untuk mengurangi risiko gangguan operasional, MamTaso dapat melatih karyawan produksi untuk menguasai semua menu agar bisa menggantikan satu sama lain jika diperlukan, atau mempertimbangkan untuk menambah satu karyawan *part-time* yang bisa membantu di jam-jam sibuk.

Pembuatan konten media sosial dapat disederhanakan dengan menggunakan template yang sudah disiapkan sebelumnya dan memanfaatkan aplikasi editing foto yang mudah digunakan, sehingga tidak memakan waktu terlalu lama. Pemilik usaha juga perlu membuat jadwal kerja yang teratur dengan mengalokasikan waktu khusus untuk strategi pemasaran dan evaluasi bisnis, sehingga setiap aspek usaha dapat dikelola dengan baik tanpa saling mengganggu.

4.2.4 Aspek Keuangan

Untuk mengatasi masalah pengelolaan keuangan MamTaso, diperlukan penerapan sistem pencatatan keuangan yang lebih teratur dan disiplin. Langkah pertama adalah memisahkan rekening bank pribadi dengan rekening usaha agar uang tidak tercampur, kemudian membuat catatan harian sederhana yang mencatat semua pemasukan dan pengeluaran menggunakan aplikasi keuangan gratis Sepran. MamTaso perlu menyusun anggaran bulanan yang jelas dengan membagi pengeluaran menjadi kategori tetap seperti bahan baku, gaji karyawan, dan sewa tempat, serta kategori variabel seperti biaya pemasaran dan maintenance. Dengan melakukan evaluasi keuangan setiap akhir bulan, pemilik usaha dapat mengetahui

kondisi bisnis secara real-time dan mengambil keputusan yang tepat untuk pengembangan usaha ke depannya.



gambar 3. 7 Alat bantu manajemen keuangan

BAB V

KESIMPULAN DAN TINDAK LANJUT

5.1 Kesimpulan

MamTaso berhasil menggabungkan makanan tradisional Indonesia, yaitu tahu dan bakso, dengan inovasi modern melalui variasi topping yang menarik. Konsep ini tidak hanya mempertahankan cita rasa autentik, tetapi juga memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin menghargai estetika dan keunikan dalam pengalaman kuliner. Dengan memanfaatkan teknologi digital dan media sosial, MamTaso mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan *brand awareness* di kalangan generasi muda, yang merupakan target utama mereka.

Meskipun MamTaso menunjukkan potensi yang besar, terdapat tantangan yang harus dihadapi, seperti rendahnya *brand awareness* dan kualitas bahan baku yang tidak konsisten. Untuk mempertahankan daya saing, MamTaso perlu melakukan perbaikan dalam pengelolaan pemasaran dan kualitas produk. Dengan strategi yang tepat, MamTaso dapat memanfaatkan peluang yang ada di pasar, seperti meningkatnya minat terhadap makanan sehat dan praktis, serta tren *food customization* yang semakin populer di kalangan konsumen.

5.2 Tindak Lanjut

MamTaso perlu menyusun rencana pemasaran yang lebih terstruktur dan konsisten, termasuk penjadwalan konten di media sosial dan pemanfaatan influencer lokal untuk meningkatkan jangkauan pasar. Selain itu, penting untuk membangun

hubungan yang lebih baik dengan pelanggan melalui program loyalitas dan interaksi yang lebih personal. Dengan pendekatan ini, MamTaso dapat meningkatkan *brand awareness* dan menarik lebih banyak pelanggan, terutama di kalangan mahasiswa dan pekerja muda. Dalam upaya memastikan keberlanjutan bisnis jangka panjang, MamTaso akan mengupgrade panci kukusan dengan kapasitas yang lebih besar untuk memperluas jangkauan target konsumen dan mampu memasak dalam skala yang lebih besar.

Untuk mengatasi masalah kualitas bahan baku, MamTaso harus melakukan evaluasi terhadap *supplier* dan mempertimbangkan untuk mencari alternatif yang lebih baik. Selain itu, penting untuk melakukan *quality control* secara rutin untuk memastikan setiap produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas yang diharapkan. Kedepannya, MamTaso juga dapat mempertimbangkan untuk membuka outlet offline, yang akan memperluas jangkauan pasar dan memberikan pengalaman langsung kepada pelanggan. Dengan langkah-langkah ini, MamTaso dapat meningkatkan reputasi dan loyalitas pelanggan, serta memperkuat posisinya di pasar kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasriyani, E. (2021). Perilaku Generasi Milenial terhadap Minat pada Makanan Tradisional di Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 9(1), 68–79. <https://doi.org/10.36983/japm.v9i1.105>
- Indripriarko, G., & Aima, M. H. (2022). Effect of Work Environment and Compensation on Employee Performance with Job Satisfaction as a Mediation Variable. *Journal Research of Social Science, Economics, and Management*, 2(2), 150–162. <https://doi.org/10.59141/jrssem.v2i02.249>
- Mayasari, I., Sugeng, N. W., & Ratnaningtyas, H. (2021). Peran Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Milenial: Studi Jajanan Tradisional. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 135. <https://doi.org/10.31602/atd.v5i2.4799>
- Mulyadi, T., Firdaus, A., Kristanti, D., & Sunarni, S. (2023). Transformasi Industri Makanan dan Minuman Tradisional dengan Pendekatan Industri 4.0: Studi Kasus pada Usaha Kuliner di Wilayah Jakarta. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(04), 333–342. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i04.777>
- Nurhartadi, E., Anandito, R. B., & Yudhistira, B. (2018). IbM TAHU BAKSO “ASUH” DI KECAMATAN BOYOLALI KABUPATEN BOYOLALI. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 21(11), 11–21. <https://doi.org/10.20961/jkb.v21i11.20834>
- Utara, I. S., Pustaka, T., Diba, F., Universitas, K., Sumatera, I., Artikel, H., & Kunci, K. (2025). *MAKANAN ULTRA-PROSES , INOVASI DALAM INDUSTRI MAKANAN MODERN ULTRA-PROCESSED FOODS , INNOVATION IN THE MODERN FOOD INDUSTRY*

PENDAHULUAN Ultra-Processed Foods (UPF) telah untuk dikonsumsi atau dimasak, serta berlemak, asin, atau manis. Berikut adalah. 24(1), 191–201.

Zahrani Rahman, Ai., Fajriani, M., & Nurafni Oktaviah. (2023). Analisis Sistem Penggajian Karyawan pada Perusahaan Waralaba. *Journal of Accounting, Economics, and Business Education*, 1(2), 47–53. <https://doi.org/10.62794/jaebe.v1i2.80>

LAMPIRAN

Lampiran 1:

Catatan aktivitas bisnis

Bulan : Maret

Tanggal	Jam	Aktivitas	Permasalahan	Solusi	Penanggung jawab
15 maret	Sore	Membuat tahu bakso untuk percobaan pertama	Peralatan yang belum cukup lengkap	Membeli semua alat yang dibutuhkan untuk kelancaran saat membuat produk layak jual	Owner
	Malam	Mengidentifikasi apakah produk yang akan yang dibuat layak jual dan enak (orang sekitar mencicipi produk)	Rasa adonan bakso sudah cukup enak, tetapi ada beberapa bentuk tahu yang tidak layak untuk dijual	Mensortir bentuk tahu yang ideal untuk dibuat tahu bakso	Owner
16 maret	Siang	Memasarkan produk via <i>whatsapp</i>	Tidak ada masalah	Tidak ada permasalahan,	Owner

				maka tidak ada solusi yang diberikan	
17 maret	Sore	Menerima pesanan taso ori untuk takjil sebanyak 50pcs	Target pasar belum terpenuhi	Membuat konten semenarik mungkin	Owner
	Malam	Mencatat bahan baku apa saja yang harus dibelanjakan besok	Tidak ada masalah	-	Owner
		Menghitung harga jual produk	Cara menentukan harga jual	Mencari referensi bagaimana menghitung hpp	Owner
18 maret	Pagi	Belanja bahan baku	Tidak ada masalah	-	Owner
	Siang	Eksekusi membuat tahu bakso pesanan	Tidak ada masalah	-	Owner
	Sore	Menyiapkan dan mengantar pesanan	Tidak ada masalah	-	Owner
20 maret	Siang	Memasarkan produk dari mulut ke mulut	Tidak banyak yang tertarik	Mengupgrade cara memasarkan produk ke sosial media	Owner

22 maret	Pagi	Belanja bahan baku	Tidak ada masalah	-	Owner
	Siang	Produksi membuat tahu bakso pesanan	Tidak ada masalah	-	Owner
	Sore	Menyiapkan dan mengantar pesanan	Tidak ada masalah	-	Owner
27 maret	Siang	Membuat akun media sosial instagram	Tidak ada masalah	-	Owner
	Sore	Membuat logo brand	Kesulitan saat menggabungkan elemen karena menggunakan aplikasi canva yang tidak premium, tidak semua elemen bisa digunakan	Membeli akun pro canva	Owner

Bulan : April

2 april	Pagi	<i>Open pre order</i>	Tidak ada masalah	Tidak ada permasalahan, maka tidak ada solusi yang diberikan	Owner
	Pagi	Rencana mencari karyawan untuk bagian produksi	Belum ada yang tertarik karena kurangnya pengetahuan adanya loker	Mengupload informasi loker via wa	Owner
4 april	Malam	<i>Close po</i> , mencatat pesanan, dan mencatat kebutuhan bahan baku	Tidak ada masalah	-	Owner
5 april	Pagi	Belanja bahan baku	Tidak ada masalah	-	Owner
	Siang	Produksi membuat tahu bakso topping	Tidak ada masalah	-	Owner
		Foto produk dan membuat video saat produksi untuk keperluan konten	Hasil tidak maksimal karena semua masih dikelola sendiri	Mencari karyawan baru	Owner

	Sore	Menyiapkan pesanan dan COD	Tidak ada masalah	-	Owner
		Mencari karyawan produksi	Tidak ada masalah	-	Owner
7 april	Siang	Mencari ide konten dan mengedit konten	Tidak ada masalah	-	Owner
		<i>Open pre order</i>	Tidak ada masalah	-	Owner
	Sore	Mengupload konten di instagram story	Tidak ada masalah	-	Owner
8 april	Siang	Penyampaian sop, gaji, dan bonus kepada karyawan baru	Tidak ada masalah	-	Owner
	Malam	<i>Close po</i> , mencatat pesanan, dan mencatat kebutuhan bahan baku	Tidak ada masalah	-	Owner
9 april	Pagi	Belanja bahan baku	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
		Mentraining dan mengajari karyawan baru bagian 'produksi'	Hasil dari pengisian taso belum rapi dan isi dari adonan bakso kadang masih	Memberikan edukasi dan harus rajin mengevaluasi	Owner

			kesedikitan dan terkadang kebanyakan	hasil kerja karyawan	
	Siang	Produksi membuat tahu bakso topping	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
	Siang	Foto produk dan membuat video saat produksi untuk keperluan konten	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
	Sore	Menyiapkan pesanan dan COD	Tidak ada masalah	-	Owner
12 april	Siang	Membuat pembayaran digital (qris)	Koneksi internet yang terkadang lemot atau putus	Harus sering-sering menghidupkan dan mematikan mode pesawat agar koneksi internet kembali stabil	Owner
13 april	Pagi	<i>Open po</i>	Minimnya permintaan	Membuat konten dan mengupload di media sosial	Owner
15 april	Malam	<i>Open po</i>	Tidak ada masalah	-	Owner

18 april	Pagi	Belanja bahan baku	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
	Siang	Produksi membuat tahu bakso topping	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
20 april		<i>Open po</i>			Owner
23 april	Pagi	Belanja bahan baku	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
	Siang	Produksi membuat tahu bakso topping	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
25 april		<i>Open po</i>			Owner
29 april	Pagi	Belanja bahan baku	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
	Siang	Produksi membuat tahu bakso topping	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan

Bulan : Mei

Tanggal	Jam	Aktivitas	Permasalahan	Solusi	Penanggung jawab
1 mei	Siang	Menyusun rencana promosi po pertama	Tidak ada masalah	-	Owner
	Sore	Desain konten promosi untuk medsos	Tidak ada masalah	-	Owner
2 mei	Siang	Update menu di wa/ig	Tidak ada masalah	-	Owner
4 mei	Malam	Koordinasi persiapan produksi dan promosi	Tidak ada masalah	-	Owner
4 mei	Malam	Tutup po dan mencatat orderan pelanggan	Penurunan minat konsumen	Evaluasi penyebab turunnya minat pelanggan kepada MamTaso	Owner
		Mencatat kebutuhan bahan baku	Tidak ada masalah	-	Owner
5 mei	Pagi	Belanja kebutuhan bahan baku	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
	Pagi	Memproduksi tahu bakso topping	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan

	Sore	Mengemas produk dan cod	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
	Malam	Menghitung pendapatan dari hasil po	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
7 mei	Siang	<i>Open po</i>	Tidak ada masalah	-	Owner
	Sore	Mencari ide konten terbaru	Konten yang kurang menarik	Mencari ide konten terbaru	Owner
8 mei	Siang	Pembuatan konten	Menentukan ide	Mencari referensi di aplikasi tiktok	Owner dan karyawan
	Sore	Pengeditan konten	Waktu editing yang lama	Belajar memahami fitur- fitur di aplikasi editing	Owner dan karyawan
9 mei	Siang	Mempersiapkan konten untuk di upload	Tidak ada masalah	-	Owner
	Malam	Upload konten	Tidak ada masalah	-	Owner
		<i>Close po</i>			Owner
10 mei	Pagi	Belanja dan produksi, pengemasan, dan pengantaran	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
	Malam	Menghitung pendapatan	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan

13 mei	Pagi	<i>Open po</i>	Tidak ada masalah	-	Owner
		Mengupload konten <i>open po</i>	Tidak ada masalah	-	Owner
16 mei	Malam	<i>Close po</i>	Tidak ada masalah	-	Owner
17 mei	Pagi	Belanja dan produksi, pengemasan, dan pengantaran	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
	Malam	Menghitung pendapatan	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
19 mei		<i>Open po</i>	Tidak ada masalah	-	Owner
		Mengupload konten <i>open po</i>	Tidak ada masalah	-	Karyawan
22 mei	Pagi	Belanja dan produksi , pengemasan, dan pengantaran	Ada bentuk tahu yang bentuknya tidak layak dijadikan tahu bakso	Meretur tahu tersebut ke distributor	Owner dan karyawan
	Malam	Menghitung pendapatan	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
24 mei		<i>Open po</i>	Tidak ada masalah	-	Karyawan
		Mengupload konten <i>open po</i>	Tidak ada masalah	-	Karyawan
28 mei	Malam	<i>Close po</i>	Tidak ada masalah	-	Owner

29 mei	Pagi	Belanja dan produksi, pengemasan, dan pengantaran	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
	Malam	Menghitung pendapatan	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan

Bulan : Juni

Tanggal	Jam	Aktivitas	Permasalahan	Solusi	Penanggung jawab
1 juni	Siang	Menyusun rencana promosi po pertama	Tidak ada masalah	-	Owner
	Sore	Desain konten promosi untuk medsos	Tidak ada masalah	-	Owner
2 juni	Siang	<i>Update</i> menu di wa/ig	Tidak ada masalah	-	Karyawan
4 juni	Malam	Koordinasi persiapan produksi dan promosi	Tidak ada masalah	-	
	Malam	Tutup po dan mencatat orderan pelanggan	Penurunan minat konsumen	Evaluasi penyebab menurunnya minat konsumen dan mencari solusi	Owner
		Mencatat kebutuhan bahan baku	Tidak ada masalah	-	Karyawan
5 juni	Pagi	Belanja kebutuhan bahan baku	Tidak ada masalah	-	Karyawan
	Pagi	Memproduksi tahu bakso topping	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan

	Sore	Mengemas produk dan cod	Tidak ada masalah	-	karyawan
	Malam	Menghitung pendapatan dari hasil po	Tidak ada masalah	-	Owner
7 juni	Siang	<i>Open po</i>	Tidak ada masalah	-	Owner
	Sore	Mencari ide konten terbaru	Konten yang kurang menarik	Mencari ide konten terbaru	<i>Marketing</i>
8 juni	Siang	Pembuatan konten			Owner dan karyawan
	Sore	Pengeditan konten	Waktu editing yang lama	Belajar memahami fitur- fitur di aplikasi editing	Owner
9 juni	Siang	Mempersiapkan konten untuk di upload di <i>story</i> instagram <i>@purworejofood</i>	Tidak ada masalah	-	Owner
	Malam	Upload konten dan <i>close</i> po	Tidak ada masalah	-	Owner
10 juni		Produksi dan mengantarkan pesanan	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
13 juni	Pagi	<i>Open po</i>	Tidak ada masalah	-	Owner

		Mengupload konten open po	Tidak ada masalah	-	Owner
18 juni	Malam	<i>Close po</i>	Tidak ada masalah	-	Owner
17 juni	Pagi	Belanja dan produksi lalu mengantarkan pesanan ke pelanggan	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
19 juni		Open po	Tidak ada masalah	-	Owner
		Mengupload konten open po	Tidak ada masalah	-	Owner
22 juni		<i>Close order</i> , belanja, produksi, COD COD	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
25 juni		Open po	Tidak ada masalah	-	Owner
		Mengupload konten open po	Tidak ada masalah	-	Owner
28 juni		<i>Close order</i> , belanja, produksi, COD	Tidak ada masalah	-	Karyawan
30 juni	Siang	Menyusun rencana promosi po	Tidak ada masalah	-	Owner
	Sore	Desain konten promosi untuk medsos	Tidak ada masalah	-	Owner
	Malam	<i>Open po</i>	Tidak ada masalah	-	Owner

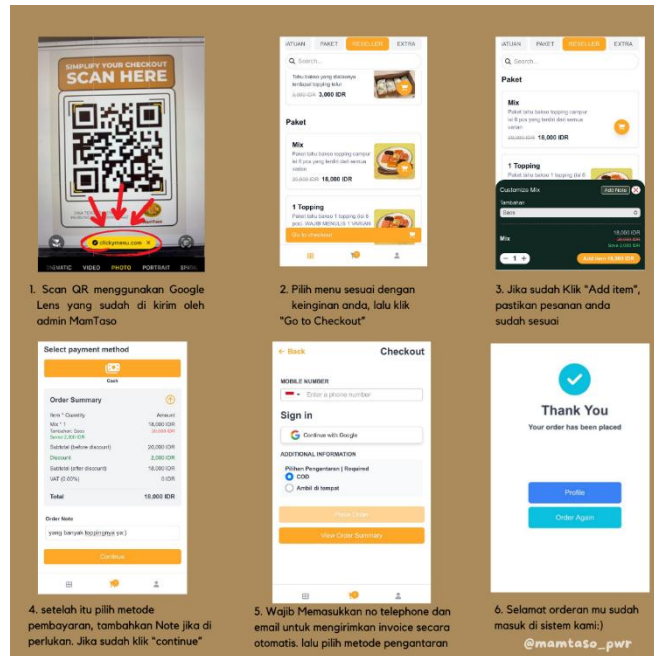
		Mengupload konten open po di story instagram @purworejofood	Tidak ada masalah	-	Owner
--	--	---	-------------------	---	-------

Tanggal	Jam	Aktivitas	Permasalahan	Solusi	Penanggung jawab
2 juli	Siang	Update menu di wa/ig	Tidak ada masalah	-	Karyawan
3 juli		Belanja dan produksi	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
4 juli	Malam	Koordinasi persiapan po dan promosi	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
6 juli	Sore	Mencari website untuk membantu membuat qr code menu	Tidak ada masalah	-	Owner
7 juli	Pagi	Membuat qr code menu yang baru	Tidak ada masalah	-	Owner
		<i>Open po</i>	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
		Mengupload konten <i>open po</i>	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
11 juli	Pagi	Belanja dan produksi	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
12 juli	Pagi	<i>Open po</i>	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan

		Mengupload konten open po di story instagram @purworejofood	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
23 juli	Pagi	Belanja dan produksi	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
18 juli	Pagi	<i>Open po</i>	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
		Mengupload konten open po	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
23 juli	Pagi	Belanja dan produksi	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
25 juli	Pagi	<i>Open po</i>	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
		Mengupload konten open po di story instagram @purworejofood	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
30 juli	Pagi	Belanja dan produksi	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan
	Malam	Menghitung pendapatan	Tidak ada masalah	-	Owner dan karyawan

Lampiran 2:

Cara memesan menu QR di MamTaso



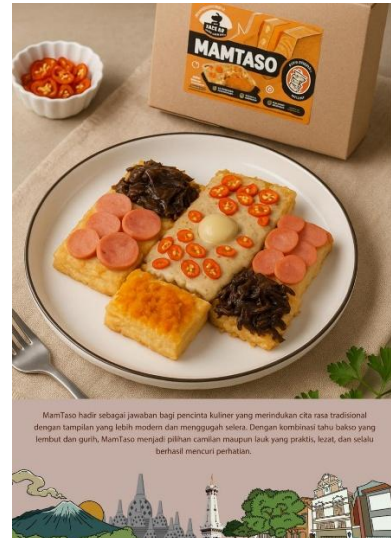
Lampiran 3:

Produk yang sudah dikemas dan siap dikirim



Lampiran 4:

Hasil foto produk memanfaatkan AI (ChatGPT)



Lampiran 5:

Topping dan tahu yang belum diolah dan produk sudah matang



Lampiran 6:

Beberapa testimoni dari pelanggan



Lampiran 7:

Hasil penjualan

Hasil penjualan selama bulan Maret-Juli						
Bulan	PO 1	PO 2	PO 3	PO 4	PO 5	Jumlah
Maret	50 pcs	75 pcs	-	-	-	125 pcs
April	105 pcs	114 pcs	102 pcs	108 pcs	104 pcs	533 pcs
Mei	172 pcs	190 pcs	142 pcs	150 pcs	174 pcs	828 pcs
Juni	151 pcs	174 pcs	162 pcs	121 pcs	206 pcs	814 pcs
Juli	183 pcs	205 pcs	167 pcs	201 pcs	221 pcs	977 pcs