
INC.85 ASIA

Tahun 2024

FINAL REPORT

DAFTAR ISI

PROFIL INC.85 ASIA	3
STRUKTUR KELEMBAGAAN INC.85 ASIA	4
PELAKSANAAN PROGRAM INC.85 ASIA	5
A. Proses Utama Inkubasi Bisnis	5
B. Realisasi Program INC.85 ASIA	6
PELAKSANAAN PROGRAM KELOMPOK USAHA TENANT	10
A. Vegescoops	10
B. Pokat Ginger Tea	16
C. Gondol Florist	25
D. GreenEats.....	34
E. RRAN	39
F. Lestari Art Florist.....	45
PENUTUP	50

PROFIL INC.85 ASIA

INC.85 Asia adalah sebuah Lembaga Inkubator Bisnis Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang yang didesain untuk mendukung pertumbuhan bisnis startup dengan fokus yang kuat pada pencapaian profitabilitas yang tinggi dan berkelanjutan. INC.85 Asia sejak berdiri telah memperoleh banyak perkembangan prestasi dan juga perkembangan dari model bisnis berdasarkan pada perkembangan teknologi dan kebutuhan tenant. Dalam menjalankan tugasnya, INC.85 mempunyai Visi, Misi dan Tujuan yaitu:

Visi:

Menjadi Inkubator Bisnis yang mampu mencetak wirausaha mandiri berbasis teknologi yang unggul, terpercaya dan berintergrasi.

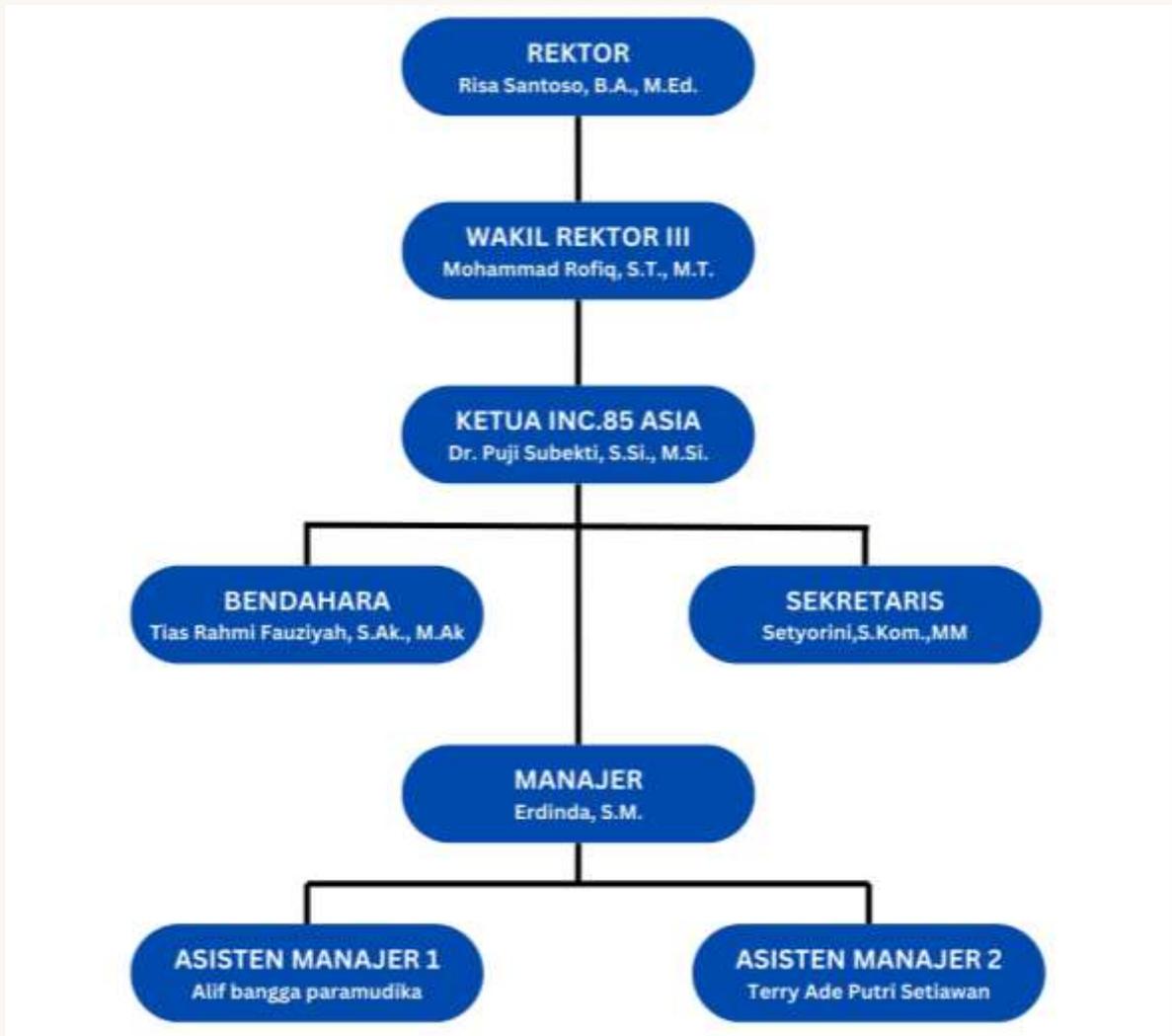
Misi:

1. Memilih dan memfasilitasi calon wirausaha mandiri yang terdiri dari mahasiswa, alumni, dosen dan masyarakat umum berbasis teknologi.
2. Melakukan Inkubasi terhadap tenant untuk menghasilkan produk berbasis teknologi yang berdaya saing.
3. Memperluas jejaring bisnis berbasis teknologi di skala nasional dan internasional.
4. Peningkatan fasilitas inkubasi bisnis teknologi bagi semua elemen.

Tujuan:

1. Menciptakan Wirausaha Mandiri Berbasis Teknologi. Melalui program seleksi dan fasilitasi yang komprehensif, INC.85 Asia ini bertujuan untuk mencetak wirausaha mandiri dari berbagai kalangan, termasuk mahasiswa, alumni, dosen, dan masyarakat umum, dengan fokus pada inovasi teknologi yang unggul.
2. Menghasilkan Produk Berdaya Saing Tinggi. Melalui proses inkubasi yang terstruktur, INC.85 Asia ini bertujuan untuk mendampingi tenant dalam pengembangan produk berbasis teknologi yang memiliki daya saing tinggi di pasar nasional dan internasional.
3. Memperluas Jejaring dan Kolaborasi Bisnis Teknologi. INC.85 Asia ini bertujuan untuk memperkuat dan memperluas jejaring bisnis berbasis teknologi, baik di skala nasional maupun internasional, dengan tujuan membuka akses pasar yang lebih luas bagi para tenant.
4. Meningkatkan Kualitas Fasilitas dan Layanan Inkubasi. INC.85 Asia ini bertujuan untuk terus meningkatkan kualitas fasilitas dan layanan inkubasi yang disediakan, sehingga mampu mendukung seluruh elemen dalam ekosistem bisnis teknologi untuk berkembang secara optimal.

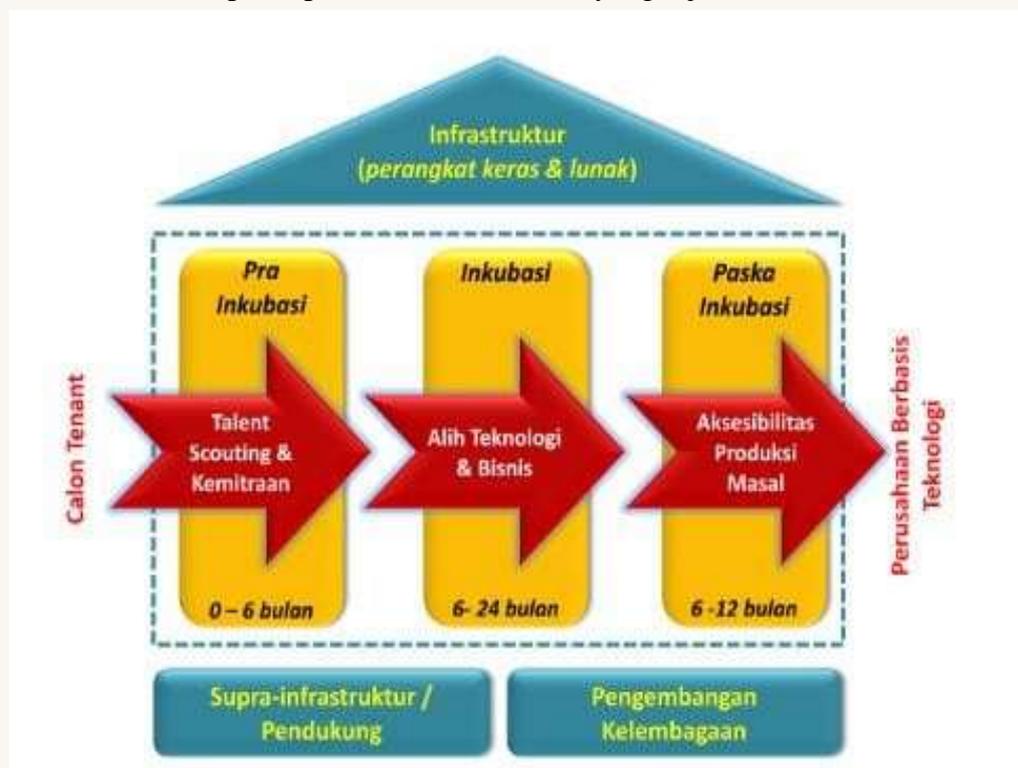
STRUKTUR KELEMBAGAAN INC.85 ASIA



PELAKSANAAN PROGRAM INC.85 ASIA

A. Proses Utama Inkubasi Bisnis

INC.85 ASIA menjalankan proses utama inkubasi bisnis melalui 3 (tiga) tahapan sub proses bisnis inkubasi yang berurutan dan saling terkait yaitu : Sub Proses Bisnis Pra-inkubasi, Sub Proses Bisnis Inkubasi, dan Sub Proses Bisnis Pasca Inkubasi. Setiap sub proses bisnis inkubasi akan diuraikan secara rinci mulai dari input yang digunakan dan output yang dihasilkan, serta kegiatan-kegiatan penting yang dijalankan di dalam setiap sub proses bisnis inkubasi. Secara umum proses bisnis utama inkubasi mulai dari gambaran input dan output proses inkubasi, sarana dan prasarana yang digunakan, beserta kegiatan dan periode waktu setiap sub proses bisnis inkubasi yang dijalankan



B. Realisasi Program INC.85 ASIA

- **Workshop Strategi Pengembangan Produk**

Output yang dihasilkan dari kegiatan Workshop Strategi Pengembangan Produk mencakup laporan analisis pasar yang mengidentifikasi target pasar, segmen pelanggan, tren pasar, dan pesaing, serta data survei atau wawancara dengan calon pelanggan. Mereka juga mengembangkan MVP (Minimum Viable Product) berupa rancangan dan prototipe awal produk atau layanan yang diuji dengan pengguna awal untuk mendapatkan umpan balik. Selain itu, mereka melakukan iterasi produk berdasarkan umpan balik tersebut untuk perbaikan dan pengembangan fitur tambahan. Hasil-hasil ini didokumentasikan dalam rencana pengembangan produk jangka panjang yang mencakup roadmap, timeline, dan anggaran, serta presentasi yang memaparkan seluruh proses dan hasil kepada mentor atau investor. Dokumentasi pelatihan dan materi workshop juga disiapkan sebagai referensi untuk pengembangan produk di masa depan.



- **Workshop Pemasaran Digital**

Output yang dihasilkan dari kegiatan Workshop Strategi Pengembangan Produk mencakup laporan analisis pasar yang mengidentifikasi target pasar, segmen pelanggan, tren pasar, dan pesaing, serta data survei atau wawancara dengan calon pelanggan. Mereka juga mengembangkan MVP (Minimum Viable Product) berupa rancangan dan prototipe awal produk atau layanan yang diuji dengan pengguna awal untuk mendapatkan umpan balik. Selain itu, mereka melakukan iterasi produk berdasarkan umpan balik tersebut untuk perbaikan dan pengembangan fitur tambahan. Hasil-hasil ini didokumentasikan dalam rencana pengembangan produk jangka panjang yang mencakup roadmap, timeline, dan anggaran, serta presentasi yang memaparkan seluruh proses dan hasil kepada mentor atau investor. Dokumentasi pelatihan dan materi workshop juga disiapkan sebagai referensi untuk pengembangan produk di masa depan.



- **Workshop Strategi Hak Kekayaan Intelektual dan Aspek Hukum Bisnis**

Output yang dihasilkan dari kegiatan Workshop Strategi Hak Kekayaan Intelektual dan Aspek Hukum Bisnis mencakup pemahaman yang lebih mendalam mengenai jenis-jenis hak kekayaan intelektual (HKI) seperti paten, merek dagang, hak cipta, dan rahasia dagang, serta proses pendaftaran dan perlindungannya. Mereka juga menghasilkan dokumentasi tentang strategi perlindungan HKI yang relevan untuk produk atau layanan yang mereka kembangkan. Selain itu, mereka memperoleh pengetahuan tentang aspek hukum bisnis, termasuk pendirian perusahaan, perjanjian bisnis, kepatuhan hukum, dan pengelolaan risiko. Hasil-hasil ini didokumentasikan dalam bentuk panduan dan rencana tindakan yang mencakup langkah-langkah untuk melindungi HKI dan memastikan kepatuhan terhadap hukum bisnis, serta presentasi yang memaparkan pemahaman dan strategi yang telah disusun kepada mentor atau investor



- **Workshop Manajemen Keuangan untuk Startup**

Output yang dihasilkan oleh mahasiswa dari kegiatan Workshop Manajemen Keuangan untuk Startup mencakup pemahaman yang mendalam tentang dasardasar manajemen keuangan, termasuk penyusunan anggaran, pengelolaan arus kas, dan perencanaan keuangan jangka panjang. Mereka juga menghasilkan laporan keuangan pro forma, yang mencakup proyeksi pendapatan, pengeluaran, dan laba rugi untuk startup mereka. Selain itu, mereka mempelajari cara mengidentifikasi sumber pendanaan potensial, seperti modal ventura, angel investors, dan crowdfunding, serta strategi penggalangan dana yang efektif. Hasil-hasil ini didokumentasikan dalam bentuk rencana keuangan yang komprehensif, termasuk strategi pengelolaan keuangan, analisis risiko, dan rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut, serta presentasi yang memaparkan rencana keuangan dan strategi pendanaan kepada mentor atau investor



- **Pameran Produk**



Output yang dihasilkan oleh mahasiswa dari kegiatan Pameran Produk mencakup penyajian produk atau layanan mereka kepada publik melalui stand pameran yang menarik dan informatif. Mereka menghasilkan materi promosi seperti brosur, flyer, dan presentasi visual yang menjelaskan fitur, manfaat, dan keunggulan produk mereka. Selain itu, mereka mengumpulkan umpan balik dari pengunjung pameran untuk evaluasi dan perbaikan produk. Para tenant juga berkesempatan untuk melakukan networking dengan pelaku industri dan mendapatkan potensi kerjasama atau investasi. Hasil-hasil ini didokumentasikan dalam bentuk laporan kegiatan yang mencakup analisis umpan balik, daftar kontak potensial, serta rencana tindak lanjut untuk pengembangan produk dan strategi pemasaran.

- **Kunjungan Bisnis Tenant**

Kunjungan Bisnis Tenant bertujuan untuk memberikan bimbingan praktis dan pengetahuan langsung kepada para tenant yang menjalankan bisnis. Dalam sistem ini, inkubator bisnis yang berpengalaman di bidang bisnis melakukan kunjungan ke tempat usaha tenant untuk memberikan arahan, saran, dan solusi atas berbagai tantangan yang dihadapi. Kunjungan ini tidak hanya memperkaya wawasan tenant mengenai manajemen dan pengembangan bisnis, tetapi juga memperkuat jaringan antara akademisi dan mentor. Selain itu, para tenant dapat mempraktikkan teori yang telah dipelajari di kelas secara langsung, menerima masukan konstruktif, dan mendapatkan inspirasi untuk inovasi bisnis mereka. Melalui pendekatan ini, diharapkan para tenant dapat mengembangkan keterampilan kewirausahaan yang lebih baik dan meningkatkan peluang keberhasilan usaha mereka di masa depan.



PELAKSANAAN PROGRAM KELOMPOK USAHA TENANT

A. Vegescoops

Tim

Nama	NIM	Peran	Tugas
Mochammad Mahattir Audi Refian	23203212	Ketua	Memimpin dan Mengontrol semua divisi dan jalanan kegiatan
Fadhil Maulana	23202186	Anggota	Mengembangkan desain media sosial dan kemasan
Muhammad Faishal Nur Afif	23203051	Anggota	Mengelola media sosial
Teuqilla Arni Sugianto	23101212	Anggota	Mengelola keuangan dan administrasi
Wahyu Dea Amanda Sugiarto	23101209	Anggota	Pemimpin Kegiatan Produksi
Pendamping: Dr. Puji Subekti, S,Si., M.Si			

Ringkasan Eksekutif

Vegescoops adalah inovasi es krim berbasis sayuran yang bertujuan meningkatkan konsumsi sayur di masyarakat dengan cara yang lezat dan mudah diterima. Es krim ini menggunakan bahan-bahan seperti wortel, bayam merah, dan pakcoy, yang diolah sedemikian rupa sehingga tetap mempertahankan kandungan vitamin dan mineralnya. Produk Vegescoops bebas dari pewarna dan pengawet buatan, menjadikannya pilihan es krim sehat dan alami. Selain menawarkan alternatif yang menyehatkan, Vegescoops juga mendukung petani lokal dengan menggunakan bahan-bahan organik dan ramah lingkungan dalam setiap tahap produksinya.

Konsumen potensial Vegescoops mencakup orang tua yang ingin meningkatkan konsumsi sayur anak-anak mereka, mahasiswa yang peduli akan keseimbangan antara kenikmatan dan kesehatan, vegetarian dan vegan yang mencari alternatif es krim sesuai dengan gaya hidup mereka, konsumen dengan intoleransi laktosa, serta pecinta produk organik. Vegescoops memberikan solusi bagi mereka yang kesulitan mengonsumsi sayuran dalam bentuk yang menyenangkan.

Vegescoops terus melakukan pengembangan produk untuk mengikuti tren kesehatan dan kebutuhan konsumen. Selain itu, perusahaan menggunakan bahan-bahan biodegradable dan daur ulang guna mengurangi dampak terhadap lingkungan. Komitmen Vegescoops terhadap legalitas usaha terlihat dari perolehan Nomor Induk Berusaha (NIB)

dan pendirian PT Perseorangan, yang mendukung ekspansi pasar dengan penyesuaian ukuran porsi dan harga produk.

Strategi pemasaran dilakukan terutama melalui media sosial, dengan Instagram sebagai platform utama. Kemasan produk dirancang ramah lingkungan dan menarik, dilengkapi informasi manfaat kesehatan sayuran pada bagian belakangnya untuk mengedukasi konsumen. Testimoni dan ulasan pelanggan juga dimanfaatkan untuk membangun kepercayaan terhadap produk. Dalam hal sumber daya, Vegescoops menggunakan sayuran segar, air, dan susu sapi murni sebagai bahan utama, serta teknologi pengawetan modern untuk menjaga kualitas es krim selama penyimpanan dan pengiriman. Tim Vegescoops juga mengikuti berbagai pelatihan, seperti pelatihan Hak Kekayaan Intelektual (HKI), sertifikasi halal, dan fotografi produk, guna meningkatkan kompetensi dan daya saing di pasar.

Secara keseluruhan, Vegescoops adalah bisnis yang memadukan inovasi makanan sehat dengan pendekatan ramah lingkungan, mendukung gaya hidup sehat di masyarakat, dan mempromosikan pertanian lokal yang berkelanjutan.

Deskripsi Usaha

Vegescoops adalah inovasi unik dalam industri makanan, khususnya pada produk es krim. Berawal dari keprihatinan terhadap rendahnya konsumsi sayuran di masyarakat, Vegescoops hadir sebagai solusi dengan menggabungkan kebaikan sayuran dalam bentuk yang disukai oleh banyak orang, yaitu es krim. Vegescoops menggunakan sayuran seperti wortel, bayam merah, dan pakcoy sebagai bahan dasar es krimnya. Sayuran tersebut diolah dengan hati-hati agar kandungan vitamin dan mineralnya tetap terjaga, namun tetap memberikan rasa es krim yang lembut dan lezat.

Selain itu, produk Vegescoops bebas dari pewarna dan pengawet buatan, sehingga menjadi pilihan es krim yang sehat dan alami. Tujuan utama Vegescoops adalah meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pola makan sehat, terutama dalam hal konsumsi sayuran. Vegescoops memberikan cara baru untuk memenuhi kebutuhan gizi harian, terutama bagi mereka yang kesulitan mengonsumsi sayuran secara langsung. Baik anak-anak maupun orang dewasa yang biasanya kurang menyukai sayuran, kini dapat menikmati manfaat nutrisinya dalam bentuk es krim yang lezat.

Selain memperhatikan kesehatan, Vegescoops juga berkomitmen pada kelestarian lingkungan. Mereka menggunakan bahan-bahan organik yang diperoleh dari petani lokal, sehingga turut mendukung perekonomian setempat dan mendorong praktik pertanian yang berkelanjutan. Dalam upaya menjaga lingkungan, Vegescoops juga berusaha mengurangi penggunaan plastik dalam kemasan produknya dengan memilih bahan kemasan yang ramah lingkungan.

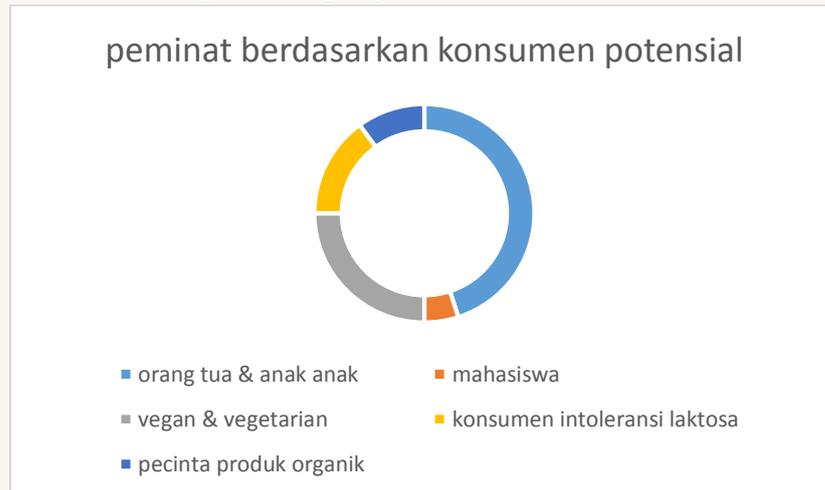
Konsumen Potensial

Analisis konsumen potensial dilakukan melalui beberapa pendekatan, termasuk survei konsumen, wawancara, dan studi literatur terkait tren konsumsi makanan sehat. Kami juga

mengidentifikasi tren pasar yang berkembang di kalangan generasi muda terkait pola makan sehat dan konsumsi produk-produk organik.

Berdasarkan hasil penelitian kami, konsumen potensial Vegescoops dapat dibagi ke dalam beberapa segmen sebagai berikut:

- **Orang Tua dengan Anak-anak:** Para orang tua yang ingin meningkatkan konsumsi sayur anak-anak mereka dengan cara yang menyenangkan dan lezat.
- **Mahasiswa:** Kelompok ini cenderung tertarik pada produk yang menawarkan keseimbangan antara kenikmatan dan kesehatan, serta memperhatikan faktor-faktor keberlanjutan dan produk alami.
- **Vegetarian dan Vegan:** Konsumen yang menjalani gaya hidup vegetarian dan vegan melihat produk kami sebagai alternatif yang sesuai dengan preferensi diet mereka.
- **Konsumen dengan Intoleransi Laktosa:** Vegescoops menjadi solusi es krim bebas susu bagi konsumen yang alergi terhadap laktosa.
- **Pecinta Produk Organik:** Masyarakat yang lebih peduli dengan konsumsi produk organik dan alami tanpa bahan pengawet.



Produk



Produk merupakan langkah penting dalam menjaga keberlanjutan dan daya saing di pasar. Vegescoops, sebagai es krim berbasis sayur yang inovatif, berupaya untuk terus beradaptasi dengan kebutuhan konsumen dan tren kesehatan yang berkembang. Beberapa

strategi pengembangan produk yang telah dan akan diterapkan oleh Vegescops untuk meningkatkan daya tarik dan keberhasilannya di pasar.



Berdasarkan analisis pasar dan umpan balik dari konsumen, kami juga melakukan penyesuaian terhadap ukuran porsi dan harga untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Dalam rangka meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas jangkauan pasar, serta mematuhi regulasi yang berlaku, Vegescops berkomitmen untuk memperoleh dokumen legal yang dibutuhkan. Pada tahap ini, kami telah berhasil mencapai beberapa pencapaian legalitas penting, yaitu memperoleh **Nomor Induk Berusaha (NIB)** dan mendirikan **Perseroan Terbatas (PT) Perseorangan**



Pemasaran

Selama periode penjualan ini, Vegescops berhasil mencapai total omzet kisaran Rp 2.500.000 per bulan dengan menjual rata-rata sebanyak 150 unit es krim. Angka ini menunjukkan permintaan yang cukup baik di pasar dengan harga jual Rp 18.000 per unit. Untuk meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap Vegescops. Untuk mencapai tujuan pemasaran dan meningkatkan penjualan, kami menggunakan berbagai instrumen pemasaran sebagai berikut:

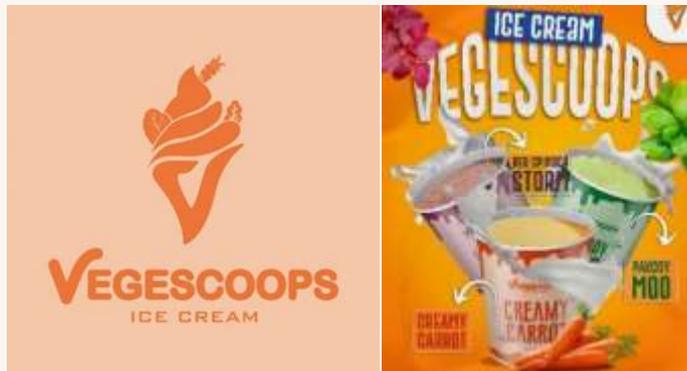
1. Digital Marketing Tools

- **Media Sosial:** Instagram menjadi platform utama untuk pemasaran, dengan konten berupa foto produk, video, dan edukasi kesehatan.



2. Desain Kemasan dan Branding

- **Kemasan Menarik:** Kami mengembangkan kemasan yang tidak hanya ramah lingkungan, tetapi juga menarik secara visual dengan warna-warna cerah yang mencerminkan bahan alami dan rasa es krim. Informasi tentang manfaat kesehatan sayuran ditampilkan di bagian belakang kemasan untuk mengedukasi konsumen.
- **Logo dan Identitas Merek:** Logo Vegescoops didesain dengan ikon sayuran dan warna hijau segar yang mencerminkan komitmen kami terhadap produk sehat dan alami.



3. Testimoni dan Ulasan Konsumen

- Kami juga memanfaatkan ulasan konsumen di media sosial dan marketplace sebagai alat promosi. Dengan menunjukkan testimoni positif dari pelanggan yang puas, kami membangun kepercayaan lebih tinggi terhadap produk.



Keuangan

Arus kas pengeluaran	Keterangan		Total
	Pemasukan	Pengeluaran	
Kas masuk	12.590.000		12.590.000
Produksi		5.913.400	6.676.600
Pengembangan produk/riset		5.320.000	1.356.600
Belanja ATK dan penunjang		100.900	1.255.700
Legalitas, perizinan, sertifikasi, dan standarisasi		1.255.700	0

Pendapatan	Keterangan		Total
	Qty	Nominal	
Penjualan Bulan Mei	11	18.500	203.500
Penjualan bulan Juni	30	18.500	555.000
Penjualan bulan Juli	33	18.000	594.000
Penjualan melalui mitra bulan Juli	118	18.500	2.183.000
Penjualan di bulan Agustus	125	18.500	2.312.500
Penjualan di bulan September	132	18.500	2.442.000
Penjualan di bulan Oktober	87	18.500	1.609.500

LABA	Total
Laba bulan Mei	37.222
Laba bulan Juni	388.722
Laba bulan Juli	444.222
Laba mitra bulan Juli	1.957.722
Laba penjualan selama 3 bulan	2.827.888
Laba bulan Agustus	2.145.722
Laba bulan September	2.275.722
Laba bulan Oktober	1.443.222

B. Pokat Ginger Tea

Tim

Nama	NIM	Peran	Tugas
Juni Aulia Putri	22101139	Ketua Tim	Mengkoordinasi jalannya usaha dan memiliki tanggung jawab akan seluruh kegiatan operasional usaha.
Laelatuz Zahro	22101037	Tim Operasional Produksi	Memegang tanggung jawab atas kegiatan operasional yang terkait dengan pembuatan produk Pokat Ginger Tea
Nur Kholifah	22101099	Tim Operasional Produksi	Memegang tanggung jawab penuh atas kegiatan operasional yang terkait dengan pembuatan produk Pokat Ginger Tea
Nur Mubayatul Khusmia	22101052	Tim Marketing dan Financial	Mengatur keuangan dan penggerak dalam bidang pemasaran, mengelola semua mengenai strategi pemasaran, periklanan, dan pengelolaan e-commerce.
Pendamping: Widya Adharyanty Rahayu, S.Pd., M.Pd.			

Ringkasan Eksekutif

Limbah organik biji alpukat seringkali diabaikan, meskipun buah alpukat sendiri kaya akan manfaat, termasuk kandungan antioksidan yang tinggi. Sementara itu, konsumsi teh secara berlebihan dapat menimbulkan efek samping yang kurang baik bagi tubuh, seperti risiko diabetes. Oleh karena itu, kami menciptakan inovasi minuman kesehatan dari biji alpukat, yang dipadukan dengan jahe dan teh, untuk memaksimalkan manfaatnya. Produk ini praktis dan mudah dikonsumsi.

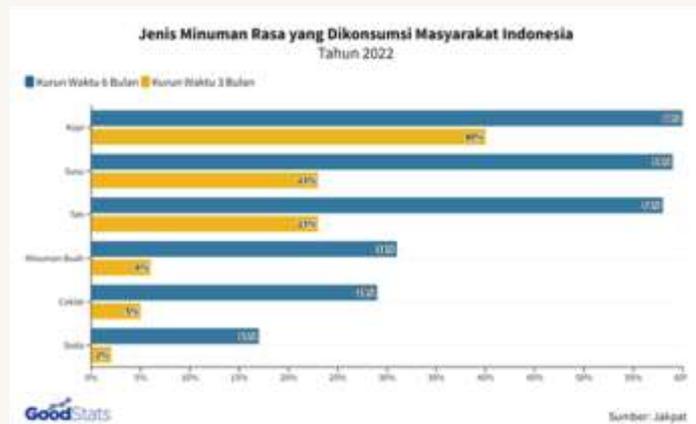
Seluruh anggota tim telah menjalani pelatihan dalam proses produksi, pemasaran, hingga pengelolaan keuangan, sehingga masing-masing anggota dapat menjalankan tugasnya dengan baik.

Setelah melakukan riset, kami menargetkan produk ini untuk pria dan wanita usia 25-65 tahun serta masyarakat yang ingin hidup lebih sehat. Kami juga menganalisis kompetitor bisnis, yaitu jamu herbal yang telah dikenal dan menjadi langganan banyak konsumen.

Deskripsi Usaha

Popularitas produk minuman saat ini semakin berkembang dan meningkat sehingga dapat membangun model bisnis yang baru dan berinovasi. Bisnis minuman merupakan salah satu bisnis yang saat ini sudah cukup banyak serta berkembang pesat dan juga memiliki potensi untuk terus meningkat. Dengan adanya ide bisnis ini, kami berharap banyak UMKM dan bisnis rumahan akan terus berkembang.

Berdasarkan riset, masyarakat Indonesia sering kali mengonsumsi minuman teh. Terbukti pada data analisis tahun 2022 yang ditunjukkan pada Gambar 1, dalam kurun waktu 6 bulan sebanyak 58% masyarakat Indonesia mengonsumsi teh.



Teh banyak digemari karena memiliki beberapa kelebihan diantaranya, citarasa dan aroma yang khas, memberikan kesegaran setelah meminumnya dan dapat membantu menormalkan sistem peredaran tubuh. Namun, masyarakat pada umumnya sering kali mengkonsumsi minuman teh yang manis. Yang apabila sering dikonsumsi bahkan berlebihan akan menimbulkan efek samping yang kurang baik pada tubuh diantaranya, dapat memicu kecemasan, mengganggu penyerapan zat besi bahkan merusak hati. Efek samping yang terdapat dalam minuman teh tersebut berkaitan dengan kandungan kafein dan tanin yang ada didalamnya.

Limbah organik dari biji buah alpukat sering kali diabaikan oleh banyak orang. Buah alpukat sendiri memiliki banyak manfaat diantaranya, untuk menurunkan kolesterol darah, menurunkan kadar glukosa darah, membantu mengobati sariawan, meningkatkan kekebalan tubuh. Biji Alpukatnya sendiri juga memiliki kandungan yang baik bagi kesehatan tubuh, yaitu kandungan antioksidan.

Maka dari itu, melihat dari banyaknya konsumen teh dan memanfaatkan limbah organik dari biji buah alpukat. Kami memiliki inovasi baru dengan menciptakan minuman teh herbal sehat yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat yaitu dengan mengkombinasikan teh, biji alpukat, dan jahe. Biji alpukat dan jahe memiliki banyak kandungan yang bermanfaat di dalamnya dan untuk mendapatkannya terbilang cukup mudah dan harganya yang terjangkau.

Buah alpukat mengandung vitamin C, vitamin K, Vitamin E, Vitamin B6, Folat, Kalium, dan Zat Besi. Buah alpukat juga memiliki manfaat untuk menurunkan kolesterol darah, menurunkan kadar glukosa darah, membantu mengobati sariawan, meningkatkan kekebalan tubuh, dan masih banyak lagi. Namun disamping itu, banyak yang mengabaikan biji dari buah alpukat. Banyak yang tidak menggunakan biji buah alpukat, padahal biji buah alpukat juga memiliki manfaat, seperti dapat melancarkan peredaran darah karena mengandung antioksidan.

Informasi Nilai Gizi Alpukat	
Jumlah sajian per 100 gram	
Nutrisi	Jumlah
Air (g)	73,23
Energi (kcal)	160
Protein (g)	2
Total lemak jenuh (g)	14,66
Karbohidrat (g)	8,53
Serat (g)	6,7
Gula (g)	0,66
Kalsium (mg)	12
Zat besi, Fe (mg)	0,55
Magnesium, Mg (mg)	29
Fosfor, P (mg)	52
Potassium, K (mg)	485
Sodium, Na (mg)	7

Sumber : USDA Nutrient Database

Jahe adalah salah satu jenis rempah yang mudah didapatkan di Indonesia. Jahe mengandung antioksidan, mineral dan asam amino yang dapat membantu melindungi dari penyakit jantung. Jahe juga memiliki manfaat untuk memperlancar peredaran darah, menurunkan kolesterol, meredakan sakit maag, dan menurunkan tekanan darah.

Tabel Komposisi Kimia Jahe dalam 100 gram	
Komponen	Jumlah
Jahe Segar	
Kalori (kcal)	51
Protein (g)	1,5
Lemak (g)	1,0
Karbohidrat (g)	10,1
Kalsium (mg)	21
Fosfor (mg)	39
Besi (mg)	4,3
Vitamin A (SI)	30
Thiamin (mg)	0,02
Niasin (mg)	0,8
Vitamin C (mg)	4
Serat kasar (g)	7,53
Total abu (g)	3,70
Kalium (mg)	57,0
Air (g)	86,2

Sumber : Departemen Kesehatan RI, 1990

Daun teh juga mengandung antioksidan yang sangat tinggi, sehingga baik untuk kesehatan tubuh. Dalam daun teh ini, antioksidan tidak hanya mencegah pertumbuhan sel-sel kanker namun juga mencegah serangan radikal bebas.

Varietas	Katekin					Teainin	Kafein
	(+)-K	(-)-EK	(-)-EGK	(-)-EKG	(-)-EGKG		
sinensis	0,07	1,13	2,38	1,35	8,59	1,21	2,78
assamica	0,02	1,44	0,35	3,35	12,10	1,43	2,44

Sumber: Yamamoto dkk., (1997)

Keterangan: K: Katekin, E: Epi Katekin, EGK: Epi Galo Katekin, EKG: Epi Katekin Galat, EGKG: Epi Galo Katekin Galat

Dalam hal ini kami memiliki tujuan usaha diciptakannya produk ini, karena banyak orang yang menyukai buah alpukat, namun banyak yang belum mengetahui manfaat dari biji buah alpukat sehingga banyak yang mengabaikannya bahkan membuangnya. Dan juga berdasarkan data analisis yang telah kita dapat, banyak orang yang mengonsumsi minuman teh namun tidak memikirkan efek samping buruk yang terdapat dalam tubuh.

Oleh karena itu, kami memiliki ide bisnis untuk membuat minuman yaitu “POKAT GINGER TEA” yang terbuat dari biji alpukat, jahe dan daun teh yang dikeringkan. “Pokat Ginger Tea” ini memiliki banyak manfaat bagi kesehatan tubuh dan juga memiliki efek samping yang sangat minim.



Dampak dari tujuan mulia bagi konsumen adalah meningkatkan kesehatan karena minuman ini mengandung beberapa manfaat yaitu mengandung antioksidan tinggi, memperlancar peredaran darah, menurunkan kolesterol, menurunkan tekanan darah tinggi, dan lain lain. Bagi penjual daging buah grosir, jus buah tidak perlu membuang biji alpukat, karena akan diolah menjadi minuman herbal. Selain itu, juga berdampak bagi masyarakat karena proses produksi memerlukan beberapa tenaga kerja, sehingga dapat membuka lapangan pekerjaan.

Konsumen Potensial

Menurut hasil riset kami bahwa di Kota Malang memiliki peminat minuman kesehatan jahe dan teh, dengan rentang usia 25-65 tahun. Sehingga kami memiliki potensi untuk melakukan penjualan di daerah Kota & Kabupaten Malang dan akan menjangkau wilayah Kota Batu, karena wilayah tersebut banyak sekali wisatawan yang kami harapkan akan menjadi pangsa pasar kami.

Produk

1. Produk Final



Produk final dari Pokat Ginger Tea adalah dengan serbuk yang dimasukkan ke dalam kantong teh dan kemudian dikemas pada standing pouch yang sudah didesain. Isi setiap 1 pouch adalah 10 kantong teh dengan berat 150 gr.

2. Legalitas



Produk Pokat Ginger Tea telah memiliki legalitas secara resmi Nomor Induk Berusaha (NIB) dengan nomor 0508240056244 dan mendaftarkan HKI Logo produk kami dengan nomor EC00202478274.

3. Pengembangan Produk

Dari program pendanaan ini kami melakukan uji kandungan sebagai bukti bahwa produk kami layak dan aman untuk dikonsumsi dan sesuai dengan manfaat yang terkandung dalam komposisi utama. Sehingga para konsumen tidak ragu untuk mengonsumsi produk minuman herbal Pokat Ginger Tea. Kami telah melakukan Uji Kadar Air dengan hasil sebagai berikut.



LABORATORIUM SENTRAL
 UIN Ar-Raniry
 Jalan Sekeloa Timur No. 101, Pekanbaru, Riau 28155
 Telp. (081) 733-1000, Fax. (081) 733-1001
 Email: info@labcentral.com, labcentral@uin-ar-raniry.ac.id

Lampiran: 1.7 (AM) Lab. Sentral (CM) / Q1004

1. Kadar Air

No	Kode Sampel	berat Kering (Kering)	berat Sampel	berat Air (Air)	Kadar Air (%)
1.	Sekeloa	26,770g	3,000g	30,200g	11,28%
	Metode				AOAC, 2005

• Laboratorium sentral berakreditasi nasional
 • Hasil analisis di sini bersifat rahasia kecuali yang dinyatakan
 • Laboratorium tidak bertanggung jawab terhadap hasil di luar scope yang diberikan
 • Jika diperlukan ada pada setiap laboratorium untuk laboratorium bertanggung jawab untuk melakukan analisis ulang.

Tanggal: 11/11/2024
 Manajer Teknik

 (Nama Tertera)

Pemasaran

1. Omset

Omset yang diperoleh Rp 5.012/pcs dengan penjualan pada bulan pertama sebanyak 10 pcs, dan pada produksi bulan kedua sebanyak 17 pcs, dan produksi selanjutnya penjualan meningkat secara bertahap sejumlah 26pcs. Untuk harga per pcs Rp. 20.000. Kami melakukan penjualan secara offline yaitu masih orang terdekat anggota tim, seperti saudara, teman kampus dan tetangga. Penjualan secara online dengan mempromosikan produk di Instagram.

PENDAPATAN PENJUALAN			
per Mei - Okt 2024			
Bulan	Penjualan (pcs)	Harga/pcs	Pendapatan
Mei	10	Rp20.000	Rp200.000
Juni	17	Rp20.000	Rp340.000
Juli	26	Rp20.000	Rp520.000
Agustus	52	Rp20.000	Rp1.040.000
September	86	Rp20.000	Rp1.720.000
Oktober	68	Rp20.000	Rp1.360.000
TOTAL			Rp5.180.000

2. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan masih mengandalkan strategi offline berupa word of mouth yang dimulai dari lingkup terdekat, serta mengikuti kegiatan bazar dan membagikan brosur di berbagai tempat yang ramai pengunjung. Kami juga fokus pada digital marketing, karena akan menjangkau konsumen yang lebih luas. Produk dari Pokat Ginger Tea fokus pada pemasaran melalui media sosial seperti Instagram dengan menggunakan fitur promosi, dan menggunakan Iklan berbayar untuk promosi seperti endorse melalui influencer untuk menarik lebih banyak konsumen. Kami juga telah mengikuti kegiatan Modal.in yang diadakan oleh pihak perguruan tinggi, yang dimana di dalam kegiatan tersebut kami melakukan demo atau pitching produk.



3. Instrumen Pemasaran

Instrumen pemasaran produk kami yaitu dengan melakukan promosi dan pengenalan produk di media sosial seperti Instagram dengan menggunakan fitur promosi berbayar. Dalam Instagram tersebut telah disediakan linktree yang menghubungkan konsumen ke Whatsapp kami. Kami juga telah melakukan endorsement dengan influencer, ikut serta dalam kegiatan bazar, dan membagikan brosur ke masyarakat seperti saat CFD (Car Free Day)



Keuangan

1. Cash Flow

LAPORAN ARUS KAS			
Per 31 Mei 2024			
Aktivitas Operasional			
Penerimaan kas dari pelanggan		Rp 200.000,00	
Pembayaran kas pada beban			-Rp 149.000,00
Total kas aktivitas operasional			Rp 51.000,00
Aktivitas Investasi			
Pembelian alat produksi			-Rp 5.346.500,00
Aktivitas Pembiayaan			
Dana Hibah		Rp 12.000.000,00	
Saldo Akhir Kas			Rp 6.704.500,00

LAPORAN ARUS KAS			
Per 30 Juni 2024			
Saldo Awal Kas		Rp 6.704.500,00	
Aktivitas Operasional			
Penerimaan kas dari pelanggan		Rp 340.000,00	
Pembayaran kas pada beban			-Rp 253.300,00
Total kas aktivitas operasional			Rp 86.700,00
Saldo Akhir Kas			Rp 6.791.200,00

LAPORAN ARUS KAS			
Per 31 Juli 2024			
Saldo Awal Kas		Rp 6.791.200,00	
Aktivitas Operasional			
Penerimaan kas dari pelanggan		Rp 520.000,00	
Pembayaran kas pada beban			-Rp 387.400,00
Total kas aktivitas operasional			Rp 132.600,00
Saldo Akhir Kas			Rp 6.923.800,00

LAPORAN ARUS KAS			
Per 31 Agustus 2024			
Saldo Awal Kas		Rp 6.923.800,00	
Aktivitas Operasional			
Penerimaan kas dari pelanggan		Rp 1.040.000,00	
Pembayaran kas pada beban			-Rp 774.800,00
Total kas aktivitas operasional			Rp 265.200,00
Saldo Akhir Kas			Rp 7.189.000,00

LAPORAN ARUS KAS			
Per 31 September 2024			
Saldo Awal Kas		Rp 7.189.000,00	
Aktivitas Operasional			
Penerimaan kas dari pelanggan		Rp 1.720.000,00	
Pembayaran kas pada beban			-Rp 1.281.400,00
Total kas aktivitas operasional			Rp 438.600,00
Saldo Akhir Kas			Rp 7.627.600,00

LAPORAN ARUS KAS			
Per 15 Oktober 2024			
Saldo Awal Kas		Rp 7.627.600,00	
Aktivitas Operasional			
Penerimaan kas dari pelanggan		Rp 1.360.000,00	
Pembayaran kas pada beban			-Rp 1.013.200,00
Total kas aktivitas operasional			Rp 346.800,00
Saldo Akhir Kas			Rp 7.974.400,00

2. Pendapatan

PENDAPATAN PENJUALAN			
per Mei - Okt 2024			
Bulan	Penjualan (pcs)	Harga/pcs	Pendapatan
Mei	10	Rp20.000	Rp200.000
Juni	17	Rp20.000	Rp340.000
Juli	26	Rp20.000	Rp520.000
Agustus	52	Rp20.000	Rp1.040.000
September	86	Rp20.000	Rp1.720.000
Oktober	68	Rp20.000	Rp1.360.000
TOTAL			Rp5.180.000

3. Laba Bersih

LAPORAN L/R			
Per 31 Mei 2024			
Pendapatan			
Penjualan bersih		Rp 200.000,00	
Total Pendapatan			Rp 200.000,00
Beban			
Harga pokok produksi		Rp 149.000,00	
Total beban			-Rp 149.000,00
Laba bersih			Rp 51.000,00

LAPORAN L/R			
Per 30 Juni 2024			
Pendapatan			
Penjualan bersih		Rp 340.000,00	
Total Pendapatan			Rp 340.000,00
Beban			
Harga pokok produksi		Rp 253.300,00	
Total beban			-Rp 253.300,00
Laba bersih			Rp 86.700,00

LAPORAN L/R			
Per 31 Agustus 2024			
Pendapatan			
Penjualan bersih		Rp 1.040.000,00	
Total Pendapatan			Rp 1.040.000,00
Beban			
Harga pokok produksi		Rp 774.800,00	
Total beban			-Rp 774.800,00
Laba bersih			Rp 265.200,00

LAPORAN L/R			
Per 31 September 2024			
Pendapatan			
Penjualan bersih		Rp 1.720.000,00	
Total Pendapatan			Rp 1.720.000,00
Beban			
Harga pokok produksi		Rp 1.281.400,00	
Total beban			-Rp 1.281.400,00
Laba bersih			Rp 438.600,00

LAPORAN L/R			
Per 15 Oktober 2024			
Pendapatan			
Penjualan bersih		Rp 1.360.000,00	
Total Pendapatan			Rp 1.360.000,00
Beban			
Harga pokok produksi		Rp 1.013.200,00	
Total beban			-Rp 1.013.200,00
Laba bersih			Rp 346.800,00



C. Gondol Florist

Tim

Nama	NIM	Peran	Tugas
Lulut Setyo Mustakin	23101211	Ketua Tim	Pengelola Lahan
Apriliya Amanda Rizki	22101107	Anggota	Keuangan
Risma Pratiwi	22101099	Anggota	Marketing
Muhammad Aris	22101229	Anggota	Pengelola lahan
Pendamping: Dr. Puji Subekti, S,Si., M.Si			

Ringkasan Eksekutif

Sebelum mendapatkan pembinaan, Gondol Florist menghadapi masalah dalam skala produksi yang kecil, pemasaran terbatas, serta kurangnya modal dan perencanaan usaha yang matang. Hal ini menyebabkan hasil panen yang kurang maksimal dan omset yang fluktuatif.

Dengan adanya pendanaan, Gondol Florist dapat memperluas lahan, meningkatkan kualitas perawatan bunga, serta memperbaiki strategi pemasaran. Kami juga mulai memasarkan secara online menggunakan Instagram dan Facebook Ads, serta membangun kerjasama dengan mitra dagang untuk memperluas jangkauan pasar. Gondol Florist terdiri dari 4 anggota yang bertanggung jawab atas pengelolaan lahan, keuangan, dan pemasaran. Kerjasama tim yang solid dan peran yang jelas memungkinkan kami untuk beroperasi lebih efisien.

Kami berfokus pada pasar B2B, termasuk wedding organizer, toko bunga, dan pelaku usaha pembuatan buket. Peningkatan pemasaran online juga menjangkau pelanggan perorangan untuk pembelian bunga segar. Sebelumnya, pesaing utama kami adalah petani bunga lokal. Namun, dengan kerjasama yang terjalin, kami mampu bersaing dengan mereka dan memperluas pangsa pasar. Setelah pendanaan, omset meningkat secara signifikan. Pendapatan kami mencapai Rp 20.722.000 dalam 3 bulan terakhir, dengan total laba sebesar Rp 12.752.000, menunjukkan pertumbuhan yang konsisten. Kami telah memperluas produksi, menjangkau konsumen baru, dan memantapkan posisi kami di pasar bunga pikok yang kompetitif.

Deskripsi Usaha

1. Latar Belakang

Pertanian bunga potong (*florikultura*) merupakan bagian dari subsektor pertanian hortikultura. Tingginya kebutuhan masyarakat untuk menggunakan bunga potong dalam berbagai kesempatan serta masa panen yang singkat, menyebabkan pertanian bunga potong sangat potensial untuk dikembangkan. Bunga pikok memiliki bentuk yang unik dan mencolok, dengan tangkai panjang dan bunga yang berwarna-warni. Beberapa varietas bahkan memiliki pola dan tekstur yang menarik. Selain itu perkembangan bisnis dalam bidang dekorasi juga semakin meningkat sebagaimana ditunjukkan pada data berikut ini.

Bunga pikok dikenal karena daya tahannya yang tinggi terhadap cuaca panas dan kelembapan tinggi, serta mampu tumbuh dengan baik di berbagai jenis tanah, mulai dari tanah liat hingga tanah berpasir, dan dari dataran rendah hingga dataran tinggi. Bunga pikok tidak hanya digunakan sebagai hiasan dalam aransemen bunga dan taman, tetapi juga digunakan dalam industri pariwisata, seni dekoratif, dan sebagai bahan baku obat tradisional. Budidaya dan pemasaran bunga pikok di Indonesia masih menghadapi sejumlah tantangan. Keterbatasan akses pasar yang luas, rendahnya kesadaran akan manfaat dan keindahan bunga pikok, serta kurangnya strategi pemasaran yang efektif menjadi tantangan tersendiri untuk bunga pikok. Selain itu, perubahan iklim dan pola cuaca yang tidak menentu juga dapat memengaruhi produksi dan kualitas bunga pikok. Dalam menghadapi tantangan ini, diperlukan upaya konkret untuk meningkatkan profitabilitas usaha budidaya bunga pikok. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan mengembangkan produk unggulan yang memiliki keunggulan kompetitif di pasar, serta meningkatkan efisiensi dalam rantai produksi dan pemasaran. Di wilayah kota batu sendiri khususnya desa Sidomulyo ada banyak bunga yang telah terekspor ke luar negeri. Ketua gabungan kelompok petani (Gapoktan) Sidomulyo, Nayamani menyebutkan bahwa sebagian dari bunga yang dihasilkan petani Kota Batu telah diekspor ke sejumlah negara Asia dan Amerika. "Ada tanaman tertentu yang kami ekspor baik ke Thailand, Amerika hingga Jepang. Salah satu tanaman yang kita ekspor itu Monstera," ujarnya. Melihat hal ini ada peluang bagi para petani bunga khususnya bunga pikok untuk mengembangkan budidayanya agar bisa bersaing dipasar domestik maupun internasional.

Peluang usaha budidaya bunga pikok sangat menjanjikan dan juga menguntungkan. Untuk saat ini, usaha kami ini pun bisa dibilang memiliki kemajuan untuk kedepannya. Usaha yang berlokasi di dusun Kekep, desa Tulungrejo ini bisa dikatakan cukup berhasil dalam upaya penanaman bunga dikebun untuk pertama kalinya dan menghasilkan produk bunga pikok unggulan. Namun dari segi pemasaran kami masih mengalami kesulitan, selama ini kami hanya menjual hasil produk budidaya kami ke mitra dagang bunga lokal atau bisa disebut bakul bunga. Maka dari itu, Gondol Florist berupaya untuk meningkatkan strategi pemasaran dengan melalui media sosial ataupun dengan bekerja sama dengan mitra-mitra usaha yang masih sinkron dengan usaha budidaya bunga ini. Sehubungan dengan hal tersebut, Gondol Florist akan berupaya untuk fokus pada pengembangan produk unggulan dan strategi pemasaran inovatif guna meningkatkan profitabilitas dan daya saing usaha. Dengan

memanfaatkan teknologi dan pengetahuan terkini, serta memperhatikan perubahan tren pasar dan kebutuhan konsumen, diharapkan usaha ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan industri bunga di Indonesia serta meningkatkan kesejahteraan para pelaku usaha di sektor ini.

2. Profil Usaha

Gondol Florist adalah usaha yang bergerak di bidang budidaya bunga potong, khususnya bunga pikok. Berlokasi di Dusun Kekep, Desa Tulungrejo, usaha ini telah beroperasi selama kurang lebih 1,5 tahun dengan fokus utama pada produksi dan penjualan bunga pikok. Bunga pikok dikenal karena keindahan dan daya tahannya yang baik, sehingga sangat cocok untuk digunakan dalam berbagai acara dekoratif seperti pernikahan, acara formal, dan sebagai bahan baku industri kreatif lainnya. Usaha ini dimulai dengan skala kecil, dengan target pasar lokal melalui mitra dagang bunga atau bakul bunga.

Gondol Florist terus berkembang dan kini berupaya memperluas pangsa pasar melalui pemasaran digital serta kolaborasi dengan berbagai mitra usaha di bidang dekorasi dan florikultura. Selain itu, usaha ini juga fokus pada perbaikan kualitas produk dan efisiensi dalam proses budidaya dengan mengoptimalkan penggunaan sumber daya alam yang ramah lingkungan. Dengan menggunakan pupuk organik dan teknologi irigasi modern, Gondol Florist berkomitmen untuk menghasilkan bunga yang berkualitas tinggi, ramah lingkungan, dan berkelanjutan.

Dalam upayanya memperluas jangkauan pasar, Gondol Florist mulai merambah pasar B2B (Business to Business), dengan menjalin kerja sama dengan dekorator bunga, pembuat buket, serta wedding organizer. Meskipun usaha ini masih menghadapi tantangan dalam hal pemasaran yang lebih luas, Gondol Florist memiliki visi untuk menjadi salah satu pemasok bunga potong utama baik di pasar domestik maupun internasional, dengan pengembangan produk yang inovatif dan strategi pemasaran yang efektif.

3. Tujuan Mulia

- Memberdayakan petani lokal dan pengrajin bunga untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan mereka.
- Mendukung pemberdayaan wanita dengan memberikan kesempatan kerja dan pelatihan keterampilan di bidang florikultura.
- Memberikan kesan yang menarik dan membawa keindahan bagi pelanggan kami. Kami percaya bahwa kehadiran bunga dalam kehidupan sehari-hari dapat meningkatkan produktivitas dan daya cipta seseorang.
- Menciptakan kerja sama dengan pembudidaya bunga lain dan penjual bunga di pasar lokal sebagai mitra kerja.



Konsumen Potensial

1. Jumlah Konsumen Potensial

Setelah mendapatkan pendanaan ini, kami akhirnya bisa memasarkan produk kami menjadi lebih luas. Konsumen kami mulai merambah ke dunia dekorasi pelaku usaha rangkaian bunga atau pembuatan buket. Bahkan kami juga memiliki mitra dagang untuk memasarkan produk kami ke konsumen-konsumen dari mitra tersebut, dengan kata lain kami memiliki harga kontrak dengan mitra dagang tersebut untuk menjual produk bunga segar kami. Dengan pemasaran yang lebih luas menimbulkan dampak positif dengan bertambahnya konsumen gondol florist, yang awalnya hanya memiliki 5 konsumen tetap hingga pada akhirnya kami bisa memiliki 30 konsumen tetap sampai bulan Agustus, dan dari Agustus sampai sekarang kami bisa mencapai 40 konsumen tetap.

2. Ukuran Pangsa Pasar

Setelah mendapatkan pendanaan ini, kami bekerja sama dengan sesama para petani bunga lokal untuk memenuhi permintaan bunga yang melonjak ketika bunga pikok dari hasil kami kurang mencukupi dan kami juga bekerja sama dengan pedagang bunga yang bernama Yanti Florist untuk memasarkan hasil bunga kami ke pasar yang lebih luas dengan harga kontrak yang telah disepakati. Sehingga didapatkan pangsa pasar yang lebih luas seperti pada grafik berikut ini



Produk

1. Prototipe/Produk Final

Saat ini “Gondol Florist” sudah melakukan perencanaan usaha yang bisa dibilang matang serta adanya pendanaan ini membuat kami para pengelola memiliki modal untuk terus mengembangkan hasil yang maksimal serta memasarkan yang lebih luas lagi. Dengan adanya pendanaan ini, produk yang kami hasilkan bisa dibilang cukup memuaskan karena kami bisa lebih fokus ke perawatan lahan dan bunga tanpa memikirkan modal untuk beli sumber daya yang dibutuhkan untuk perawatan bunga.

(foto bunga pikok sng apik).

Harapan kami untuk kedepanya, kami bisa mengembangkan hasil produk budidaya yaitu tidak hanya bunga segar yang kami pasarkan melainkan hasil pengembangan produk dari bunga tersebut seperti jasa pembuatan buket, dekorasi, dan lainnya. Bahkan sebagian dari kebun kami bisa dijadikan tempat wisata padang rumput namun terbuat dari hamparan tanaman bunga pikok yang beraneka warna.



2. Legalitas

Saat ini “Gondol Florist” telah memiliki sertifikasi NIB, PT, dan saat ini Gondol Florist sudah memiliki legalitas HKI kami berharap usaha kami bisa berjalan dengan baik dan diakui secara resmi sehingga kami bisa fokus memperbesar dan mengembangkan usaha kami tanpa khawatir dengan legalitas usaha yang kami jalankan.



3. Pengembangan Produk

Setelah mendapatkan pendanaan kami mulai fokus dalam perawatan lahan dan bunga. Mulai kami dari beli alat untuk memotong rumput hingga pompa air untuk perawatan bunga pikok yang lebih maksimal. Serta kita juga memaksimalkan modal pendanaan ini untuk pembelian sumber daya seperti pupuk organik, pupuk kimia, obat pestisida yang kami gunakan untuk membantu pertumbuhan dari bunga pikok sendiri, penggunaanya pun kami lakukan dengan secara optimal dan efisien namun tidak berlebihan demi menjaga keberlanjutan aktivitas pertanian dan lahan. Dengan hal tersebut, kami mendapat hasil panen yang bisa dibilang cukup maksimal dan memiliki perbedaan dari hasil panen sebelumnya.

- Varietas dan warna baru:

Setelah mendapatkan pendanaan kita mulai mempunyai bunga pikok dengan warna lain yaitu warna biru dan pink.



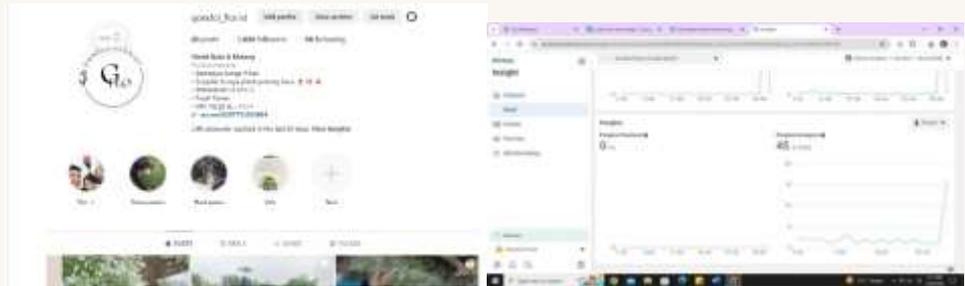
- Pengemasan kreatif:
Setelah mendapat pendanaan kita menggunakan wrapping paper dan kardus untuk mengirim produk.



- Produk bernilai tambah:
Setelah mendapat pendanaan kita menjual bunga dengan beberapa variasi warna yaitu biru dan pink.



- Branding:
Setelah mendapat pendanaan kita mempromosikan secara online dengan menggunakan ig ads dan fb ads, kita juga mulai bekerjasama dengan eventorganizer, pedagang bucket, dll.



- Produk ramah lingkungan:
Setelah mendapat pendanaan kita mulai beralih menggunakan pupuk organik, namun terkadang beberapa kali kita menyelingi dengan pupuk anorganik.

Pemasaran

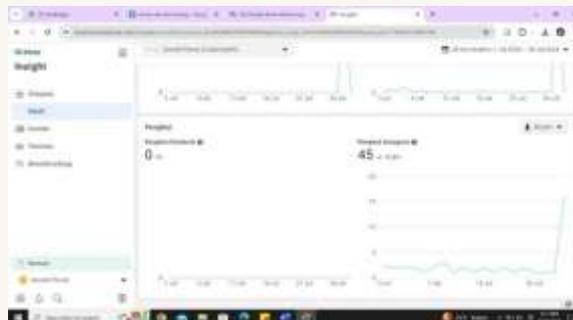
1. Omset/Sales

Setelah mendapatkan pendanaan kami akhirnya mulai fokus dalam perawatan dan pengembangan lahan serta bunga pikok serta kita juga memperluas lahan penanaman yang sebelumnya masih berupa lahan kosong. Dengan modal pendanaan ini, bisa dibilang usaha kami cukup profit dan memiliki perbedaan yang cukup signifikan. Kini setelah melakukan perluasan lahan dan memaksimalkan perawatan bunga pikok akhirnya omset kami dapat meningkat dari hasil penjualan bunga pikok dalam satu bulan.



2. Strategi Pemasaran

Mulai fokus untuk memasarkan secara online melalui instagram dan facebook, menggunakan iklan instagram ads dan facebook ads. Dengan modal pendanaan ini, bisa dibilang usaha kami terdapat kemajuan dan mendapat insight dari pemasaran secara online



3. Instrumen Pemasaran

Kami memanfaatkan instagram dan whatsapp sebagai kontak langsung untuk pemesanan atau jika ada kendala dalam produk gondol florist. Selain secara online

kami juga membangun relasi dengan beberapa tengkulak bunga secara langsung untuk melakukan pendekatan secara lebih, dengan harapan bisa menjadi konsumen potensial dalam jangka panjang. kami juga turut serta dalam kegiatan pameran untuk membantu memperkenalkan produk bunga segar kami.



Keuangan

1. Cash Flow

Bulan	Penjualan
Mei	Rp4.875.000
Juni	Rp7.488.000
Juli	Rp8.359.000
Agustus	Rp5.343.000
September	Rp8.840.000
Oktober	Rp6.331.000

2. Pendapatan



3. Laba Rugi

Gondol Florist					
Laporan Laba Rugi					
Bulan Mei - 15 Oktober 2024					
Pendapatan					
	Penjualan				Rp39.364.000
	Pendapatan Non Penjualan				Rp 18.500.000

Total Pendapatan						Rp57.864.000
Harga Pokok Penjualan (HPP)						
	Harga Pokok Penjualan					Rp5.000
Total Harga Pokok Penjualan (HPP)						Rp15.140.000
Total Laba Kotor						Rp42.724.000
Beban-beban :						
	Beban Operasional				Rp 14.800.000	
	Beban Penjualan				Rp 2.700.000	
	Beban Administrasi				Rp 1.000.000	
Total Beban						Rp 18.500.000
Laba/Rugi Bersih						Rp24.224.000

D. GreenEats

Tim

Nama	NIM	Peran	Tugas
Adhitya Setiawan	22201024	Ketua Tim	Product Owner and UX Research
Sarah Azizah	22201087	Anggota	FrontEnd Dev and Testing
Maulana Baktiar Ramadhan	22201304	Anggota	BackEnd Dev and UI
Pendamping: Samsul Arifin, S.ST, M.Kom			

Ringkasan Eksekutif

GreenEats adalah platform digital yang menyediakan layanan catering makanan sehat dengan fokus pada kemasan ramah lingkungan dan penghitung kalori makanan dan kalori harian yang dibutuhkan tubuh. GreenEats berkomitmen untuk menyediakan menu makanan yang seimbang, organik, dan bebas dari bahan kimia berbahaya, serta menghitung kalori dari setiap porsi makanan untuk membantu konsumen dalam mengelola pola makan yang lebih sehat.

GreenEats didirikan karena meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan serta kekhawatiran terhadap dampak lingkungan dari penggunaan kemasan plastik sekali pakai. Dengan pertumbuhan tren gaya hidup sehat dan ramah lingkungan, GreenEats hadir untuk menjawab kebutuhan akan makanan sehat yang praktis dan berkelanjutan. Kami berusaha memadukan teknologi dengan kebutuhan kesehatan, menawarkan layanan personalisasi dengan fitur penghitung kalori untuk memantau asupan gizi harian.

Usaha ini dimulai dengan riset pasar untuk memahami kebutuhan masyarakat akan makanan sehat dan ramah lingkungan. Setelah itu, kami memulai pengembangan platform digital yang memudahkan pelanggan memesan catering secara online dengan fitur tambahan seperti penghitung kalori dan saran diet personal. Tahap awal fokus pada wilayah kota besar, dan sekarang GreenEats telah berkembang mencakup layanan antar ke berbagai kota di Indonesia.

GreenEats termasuk dalam kategori bisnis catering dan teknologi digital. Dengan layanan berbasis aplikasi, GreenEats menggabungkan e-commerce dengan sektor kuliner yang berkelanjutan.

Saat ini, GreenEats telah memiliki basis pelanggan yang terus berkembang dengan lebih dari 100 pengguna aktif. Websitekami telah dikunjungi oleh lebih dari 500 orang. Kami juga terus menjalin kerjasama dengan pemasok lokal untuk memastikan bahan

makanan yang digunakan segar dan organik. Dengan meningkatnya permintaan, GreenEats tengah melakukan ekspansi layanan dan terus memperbaiki fitur-fitur aplikasi.

Struktur organisasi GreenEats terdiri dari CEO yang memimpin tim manajemen strategis, CTO yang bertanggung jawab atas pengembangan teknologi dan inovasi, COO yang mengelola operasional harian. Kami juga memiliki tugas khusus yang menangani pengembangan produk ramah lingkungan, memastikan setiap aspek operasional selaras dengan prinsip keberlanjutan.

Deskripsi Bisnis Digital

Pasar untuk makanan sehat dan ramah lingkungan di Indonesia terus berkembang seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan dan lingkungan. Konsumen, terutama generasi milenial dan Gen Z, cenderung memilih produk yang tidak hanya baik untuk kesehatan tetapi juga ramah lingkungan. Menurut data riset pasar, pasar makanan sehat diproyeksikan tumbuh sebesar 15-20% per tahun di Indonesia. GreenEats menargetkan segmen ini dengan fokus pada konsumen urban yang sadar akan kesehatan dan kebersihan lingkungan.

Visi GreenEats adalah menjadi platform catering sehat terkemuka yang tidak hanya memberikan pilihan makanan bergizi, tetapi juga berkontribusi terhadap pengurangan sampah plastik dengan menawarkan solusi kemasan yang ramah lingkungan. Tujuan utama kami adalah menciptakan ekosistem makanan sehat yang mudah diakses, memfasilitasi gaya hidup yang lebih baik, dan mendukung keberlanjutan lingkungan melalui layanan catering yang praktis dan terjangkau.

Permasalahan yang dihadapi saat ini adalah kurangnya akses terhadap makanan sehat dan kesadaran masyarakat tentang dampak buruk penggunaan kemasan plastik. Banyak orang yang ingin menjalani pola hidup sehat, tetapi terkendala dengan waktu untuk menyiapkan makanan bergizi dan keberadaan alternatif catering sehat yang terbatas. Di sisi lain, sampah plastik dari industri makanan terus meningkat dan memperburuk pencemaran lingkungan.

GreenEats menawarkan solusi berupa layanan catering digital yang menyediakan menu makanan sehat dengan hitungan kalori yang terintegrasi di aplikasi. Kami menggunakan kemasan ramah lingkungan yang terbuat dari bahan daur ulang atau biodegradable. Selain itu, aplikasi kami memudahkan konsumen memantau asupan gizi dan memberikan rekomendasi makanan sesuai kebutuhan kesehatan personal. Dengan demikian, GreenEats memadukan kemudahan, kesehatan, dan kelestarian lingkungan dalam satu solusi.

Beberapa kompetitor di industri catering makanan sehat di Indonesia seperti Gorry Gourmet dan Berrykitchen juga menawarkan layanan serupa. Namun, keunggulan GreenEats terletak pada komitmen kuat terhadap lingkungan melalui penggunaan kemasan ramah lingkungan dan fitur penghitung kalori yang lebih canggih dalam aplikasinya. Kami juga memberikan lebih banyak opsi personalisasi menu untuk memenuhi kebutuhan kesehatan unik setiap pelanggan.

Strategi peluncuran GreenEats fokus pada pemasaran digital melalui media sosial dan kerjasama dengan influencer kesehatan. Kami juga akan menggelar kampanye pemasaran yang menekankan pada keunggulan produk ramah lingkungan dan manfaat kesehatan dari catering kami. Selain itu, kami merencanakan program trial bagi konsumen baru dan membership premium untuk pelanggan setia. GreenEats juga akan bermitra dengan pusat kebugaran dan komunitas olahraga untuk memperluas jangkauan pasar.

Model bisnis GreenEats adalah subscription-based dan on-demand. Konsumen dapat berlangganan paket catering harian, mingguan, atau bulanan yang disesuaikan dengan kebutuhan kesehatan mereka. Kami juga menyediakan opsi pemesanan harian tanpa berlangganan untuk konsumen yang ingin fleksibilitas lebih. Pendapatan kami berasal dari penjualan paket catering, serta biaya layanan premium untuk fitur tambahan di aplikasi seperti pelacakan gizi lanjutan.

1. Indikator Kinerja (Key Metrics)

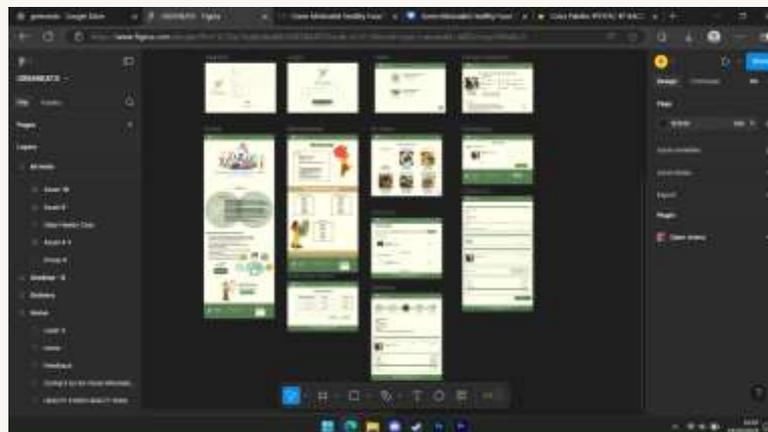
a. Indikator kinerja utama yang kami pantau

- Jumlah pengguna aktif harian/mingguan di website
- Tingkat retensi pelanggan (pelanggan yang kembali menggunakan layanan)
- Tingkat pertumbuhan jumlah langganan (jumlah pengguna baru yang berlangganan paket catering)
- Rata-rata pendapatan per pelanggan (ARPU)
- Tingkat konversi dari pengguna uji coba menjadi pelanggan berbayar
- Pengurangan penggunaan plastik dalam pengemasan

GreenEats dipimpin oleh tim yang memiliki pengalaman dalam dunia catering dan teknologi. CEO kami adalah seorang mahasiswa teknik informatika yang tertarik dengan diet sehat. CTO kami memimpin pengembangan teknologi aplikasi, dan memiliki pengalaman di industri perangkat lunak, sementara COO kami memastikan operasional catering berjalan efisien. Tim kami juga mencakup ahli gizi, desainer produk ramah lingkungan, dan tim pemasaran yang berfokus pada strategi digital.

Produk

Prototype



Link Prototype:

<https://www.figma.com/design/95n71CS3pT6ydjlyfuvXj8/GREENEATS?node-id=0-1&t=u8Zls1cszy16HaTs-1>

Link Web: [GreenEats](#)

NIB:



HKI:



Business Development

1. Permasalahan dan Solusi

a. Permasalahan

- **Konsumsi Makanan Tidak Sehat**
Konsumsi makanan yang tidak sehat meningkatkan risiko terkena berbagai penyakit seperti obesitas, diabetes, dan hipertensi
- **Kemasan makanan tidak ramah lingkungan**
Kemasan makanan yang tidak ramah lingkungan meningkatkan dampak negatif terhadap lingkungan
- **Kendala dalam memilih makanan sehat dan ramah lingkungan**
Konsumen sulit untuk memilih makanan yang sehat dan ramah lingkungan dengan cepat dan efektif, Kemungkinan terbatas dalam mengembangkan produk baru yang sehat dan ramah lingkungan. Perusahaan makanan sulit untuk mengembangkan produk baru yang

memenuhi kebutuhan konsumen terhadap makanan yang sehat dan ramah lingkungan.

b. Solusi

- Platform digital GreenEats

Dengan mengembangkan platform digital, kami dapat memungkinkan konsumen untuk memilih makanan yang sehat dan ramah lingkungan dengan mudah. Platform ini akan memungkinkan konsumen untuk memilih makanan berdasarkan nilai kalori, kandungan makronutrien, dan kemasan yang ramah lingkungan.

- Pemahaman dan pemenuhan kebutuhan konsumen

Dengan memahami kebutuhan konsumen dalam mengonsumsi makanan yang sehat dan ramah lingkungan, perusahaan makanan dapat mengembangkan produk yang lebih sehat dan ramah lingkungan.

- Kemasan Ramah Lingkungan

Dengan mengembangkan produk yang memenuhi kebutuhan konsumen terhadap makanan yang sehat dan ramah lingkungan, perusahaan makanan dapat mengembangkan pasar baru yang dapat mengatasi masalah yang dihadapi oleh industri makanan saat ini.

- Pengembangan Produk Baru

Dengan Platform GreenEats, perusahaan makanan dapat membantu konsumen untuk memilih makanan yang sehat dan ramah lingkungan dengan mudah, serta membantu perusahaan makanan untuk mengembangkan produk yang lebih sehat dan ramah lingkungan.

2. Strategi Pemasaran

Strategi Go to Market GreenEats dimulai dengan peluncuran di kota Malang, di mana permintaan untuk makanan sehat dan layanan digital tinggi. Kami akan memanfaatkan saluran pemasaran digital. Seperti media sosial SEO, dan iklan berbayar untuk menjangkau audiens yang luas. Selain itu, kolaborasi dengan influencer kesehatan dan lingkungan akan membantu meningkatkan kesadaran merek. GreenEats juga akan fokus pada konten edukatif melalui blog dan podcast untuk memperkuat posisi sebagai pemimpin dalam gaya hidup sehat dan berkelanjutan.

E. RRRAN

Tim

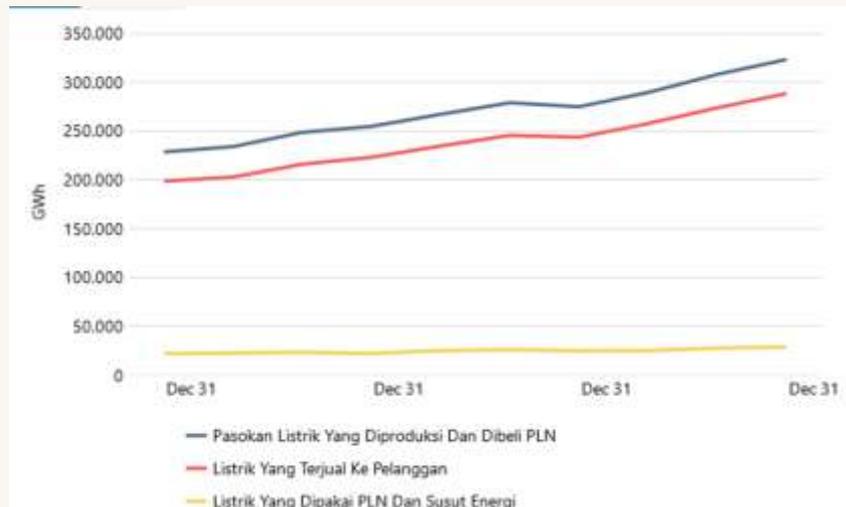
Nama	NIM	Peran	Tugas
Gregorius Yopiristus	21202193	Ketua Tim	Fokus pada pengenalan dan pemasaran produk, serta mengcover semua tugas dari anggota
Ari Surya Prasetya	21202019	Anggota 1	Pembuatan desain serta perancangan dan pengembangan produk
Muhammad Rizky	22202241	Anggota 2	Bagian administrative serta membantu perancangan produk
Pendamping: Nicholaus Wayong Kabelen			

Ringkasan Eksekutif

Energi listrik merupakan kebutuhan dasar yang sangat penting dalam kehidupan modern, baik untuk kebutuhan rumah tangga, industri, maupun layanan publik. Ketergantungan yang tinggi terhadap energi listrik menuntut ketersediaan sumber energi yang andal dan berkelanjutan. Namun, dengan meningkatnya permintaan serta tantangan lingkungan yang semakin kompleks, sumber energi alternatif yang ramah lingkungan menjadi semakin diperlukan sebagai solusi untuk mengurangi ketergantungan pada energi konvensional.

Oleh karena itu kami mengusulkan ide bisnis RRRAN, RRRAN adalah produk yang memanfaatkan teknologi terapan, sensor piezoelektrik yang bisa menghasilkan listrik melalui getaran. Dengan mengimplementasikan piezoelektrik pada sepatu yang setiap hari digunakan untuk beraktivitas, akan dapat mengisi baterai hp yang digunakan secara darurat. Ide usaha ini masih pada tahap awal dan sedang pada tahap realisasi.

Deskripsi Usaha



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/utilitas/statistik/8ab2f2acd9ebc41/listrik-pln-masih-oversupply-sampai-2023>

Di era modern ini, energi listrik menjadi kebutuhan yang tak terelakkan, terutama untuk mengoperasikan perangkat elektronik seperti ponsel, yang mendukung berbagai aktivitas harian. Namun, dalam situasi tertentu, seperti saat berada di luar ruangan atau di lokasi yang jauh dari sumber listrik, kebutuhan untuk mengisi daya ponsel menjadi tantangan. Berdasarkan kebutuhan tersebut, hadir produk RRAN yang bertujuan untuk menyediakan energi listrik alternatif yang praktis dan efisien, khususnya untuk masyarakat yang sering berada di lapangan atau terlibat dalam kegiatan luar ruangan.

RRAN adalah sebuah produk inovatif yang dikembangkan untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses energi listrik di situasi darurat atau saat jauh dari sumber listrik utama. Produk RRAN dirancang portabel dan ramah lingkungan, memberikan solusi praktis dalam mengisi daya ponsel kapan saja dan di mana saja. Dengan teknologi canggih yang dapat memanfaatkan sumber energi terbarukan, RRAN memberikan solusi hemat energi dan ramah lingkungan yang dapat digunakan dalam berbagai situasi, dari kegiatan outdoor, petualangan alam, hingga dalam keadaan darurat.

Melalui tujuan mulia ini, RRAN diharapkan mampu memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat, terutama dalam memberikan kemudahan dan rasa aman ketika berada dalam kondisi tanpa akses listrik. Dengan produk RRAN, masyarakat akan lebih nyaman menjalani aktivitas luar ruang tanpa harus khawatir kehabisan daya ponsel di saat-saat penting. Dampak positif ini diharapkan akan meningkatkan kenyamanan, efisiensi, dan ketenangan pengguna, serta turut mendukung pelestarian lingkungan melalui penggunaan energi alternatif yang berkelanjutan.

Konsumen Potensial

Dalam menjalankan usaha tentunya diperlukan perencanaan yang matang untuk mengetahui calon pembeli baik itu alat Plantap dan juga pupuk hasil Plantap. Berikut adalah segmen pasar dan target potensial yang telah di analisa:

1. Para pekerja di sektor pertambangan, perhutanan, dan konstruksi seringkali berada di lapangan dan jauh dari sumber daya listrik.
2. Konsumen yang hobi mendaki, berkemah, atau bersepeda atau aktivitas luar ruangan lainnya.
3. Pekerja konten kreatif yang memerlukan sumberdaya listrik di saat melakukan pembuatan konten di lapangan.
4. Treveller atau orang suka berwisata dan berpergian di berbagai tempat.

Untuk rincian lebih detailnya masih diperlu dilakukan survei, analisis pasar, dan penelitian lebih lanjut untuk mengukur secara tepat target pasar yang bisa dijangkau oleh produk RRAN.

Produk

RRAN adalah Charger portable berbasis tenaga tekanan yang di implementasikan pada media sepatu. Produk RRAN sudah di kembangkan dan dirancang dengan teliti agar konsumen dapat digunakan dengan nyaman dan aman. RRAN.



Cara kerja RRAN adalah komponen elektronik pada sepatu akan menerima tekanan setiap kali konsumen melangkah, hal ini akan menyebabkan munculnya energi listrik yang nantinya akan disimpan. Dalam produk ini RRAN juga sudah di daftarkan untuk HKI.

Pemasaran

Dalam pemasaran kami awalnya ingin menjual produk inovasi berbentuk sepatu yang dapat digunakan oleh konsumen. Namun setelah berjalan beberapa bulan kami menambahkan jasa untuk melakukan modifikasi sepatu agar bisa ditingkatkan menjadi sepatu piezo elektrik. Konsumen hanya perlu menitipkan sepatu pada kami dan kami akan memodifikasi sepatu mereka dengan menambahkan komponen piezo elektrik.



Strategi pemasaran yang kami lakukan adalah pendekatan personal dan dari mulut ke mulut. Kami juga mengikuti pameran dan event produk inovasi untuk mengenalkan produk kami ke konsumen secara luas.



Keuangan

1. Cash Flow

CASH FLOW RRRAN 2024			
TANGGAL	PEMASUKAN	PENGELUARAN	KETERANGAN
31/05/2024	Rp11.360.000		Pemodalan
04/06/2024		Rp300.000	Pembelian Piezo Ceramic
04/06/2024		Rp65.000	Pembelian Soket USB Female
04/06/2024		Rp500.000	Pembelian Digital Clamp Ohm Meter
04/06/2024		Rp150.000	Pembelian Kabel Jumper Male
04/06/2024		Rp320.000	Pembelian Timah
04/06/2024		Rp300.000	Pembelian Kabel Jumper 10pin
04/06/2024		Rp300.000	Pembelian Kabel Charger
04/06/2024		Rp230.000	Pembelian Solder
17/06/2024		Rp300.000	Pembelian Ferriklorid
17/06/2024		Rp210.000	Pembelian Baterai
17/06/2024		Rp100.000	Pembelian PCB Double Side
17/06/2024		Rp120.000	Pembelian Charger Baterai
17/06/2024		Rp125.000	Pembelian Resistor 10k
23/06/2024		Rp210.000	Pembelian Baterai
23/06/2024		Rp175.000	Pembelian Resistor 10k
23/06/2024		Rp450.000	Pembelian Piezo Sound
23/06/2024		Rp300.000	Pembelian Dioda 1N4007
23/06/2024		Rp40.000	Pembelian LED 10mm
23/06/2024		Rp230.000	Pembelian Solder

01/07/2024		Rp800.000	Pembelian Buku K3
01/07/2024		Rp750.000	Pembelian Jasa Template Web
02/07/2024		Rp60.000	Pembelian Paper One HVS
02/07/2024		Rp60.000	Pembelian Paper One HVS
02/07/2024		Rp75.000	Pembelian Snowman G12
02/07/2024		Rp450.000	Pembelian sepatu
02/07/2024		Rp340.000	Pembelian Tinta
15/07/2024		Rp500.000	Pembelian Buku Koding
20/07/2024		Rp500.000	Pembelian Hosting
20/07/2024		Rp300.000	Pembelian Domain
20/07/2024		Rp200.000	Pembelian Buku Elektronik
23/07/2024		Rp350.000	Pembelian Buku Bisnis
23/07/2024		Rp300.000	Pembelian Buku Public Speaking
24/07/2024		Rp500.000	Ads IG
25/07/2024		Rp260.000	Pembelian Mockup Feed IG
25/07/2024		Rp500.000	Pembelian Jasa Mockup
30/07/2024	Rp400.000		Pre Oder Sepatu
02/08/2024		Rp360.000	Pembelian Jas Hujan Sepatu
04/08/2024		Rp500.000	Ads IG
04/08/2024		Rp450.000	Pembelian sepatu
05/08/2024		Rp500.000	HKI Desain Sepatu
05/08/2024		Rp500.000	HKI Website
05/08/2024		Rp500.000	HKI Logo
10/09/2024	Rp2.840.000		HKI Logo
15/09/2024		Rp600.000	Pembelian Box
29/09/2024		Rp240.000	Pembelian Stiker Bonus
30/09/2024		Rp180.000	Pembelian Stiker Box
	Rp14.600.000	Rp14.200.000	JUMLAH
		Rp400.000	TOTAL AKHIR

2. Pendapatan

Dalam 6bulan terakhir RRAN mendapatkan pemasukan dari hasil pre order produk sepatu yang kami modifikasi menjadi sepatu piezoelektrik

PENDAPATAN RRAN 2024		
Tanggal	Nominal	Keterangan
30/07/2024	Rp400.000	Pre Oder Sepatu
	Rp400.000	TOTAL AKHIR

3. Laba Bersih

Dari perhitungan pendapatan diatas, RRAN mendapatkan laba bersih sebesar:

PENDAPATAN RRAN 2024				
Tanggal	Keterangan	Nominal	Cost Produksi	Laba
30/07/2024	Pre Oder Sepatu	Rp400.000	Rp320.000	Rp80.000
TOTAL AKHIR				Rp80.000

F. Lestari Art Florist

Tim

Nama	NIM	Peran	Tugas
Chindi Setyawan	21102217	Ketua Tim	Bertanggung jawab dalam bidang desain, mengelola akun media sosial dan produksi
Sagita Dika Maharani	21101233	Anggota 1	Bertanggung jawab dalam mengelola SDM, pemasaran dan produksi.
Ayu Via Mei Margareta	21102023	Anggota 2	Bagian administrative serta membantu perancangan produk
Pendamping: Widya Adharyanty Rahayu S.Pd, M.Pd			

Ringkasan Eksekutif

Saat ini permasalahan yang kami hadapi yaitu belum adanya transportasi untuk pengiriman (pick up). Dikarenakan usaha kami perlu kendaraan yang cukup besar untuk menampung papan bunga. Solusi untuk permasalahan kami, maka kelompok kami memanfaatkan jasa pick up online.

Kekuatan tim kami, sudah berjalan dengan baik. Semua anggota telah bekerja dengan maksimal di bidangnya masing-masing. Meskipun berawal dari pertemanan yang baik, tim kami tetap membuat perjanjian hitam diatas putih untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan. Segmentasi dalam pemasaran Lestari Art Florist yaitu disemua kalangan. Mulai dari remaja, mahasiswa, hingga perusahaan besar. Untuk pesaing dari Lestari Art Florist yaitu florist florist yang tersebar di Kota Malang. Namun itu tidak menjadi penghalang karena usaha kami menonjolkan kualitas dan pelayanan 24 jam. Keuangan usaha kelompok kami mulai meningkat dengan adanya promosi online dan offline yang kami lakukan. Pencapaian yang didapat Lestari Art Florist yaitu sudah mulai mencapai target, dari omzet semula yang hanya 3jt perbulan menjadi puluhan juta.

Deskripsi Usaha

Lestari Art Florist merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa dan kesenian merangkai bunga. Usaha ini didirikan pada tahun 2019 pada saat pandemi covid 19. Ide untuk memulai usaha ini berawal dari hobi merangkai bunga dan keinginan untuk menciptakan kreasi unik yang dapat mengungkapkan perasaan dalam berbagai momen penting seperti pernikahan, ulang tahun, duka cita dan acara perusahaan. Oleh karena itu, Lestari Art Florist menyediakan berbagai macam karangan bunga, standing flower, rangkaian bunga meja, krans, buket, dekorasi, dan bunga tutup peti.

Dalam konteks ekonomi lokal, pemanfaatan teknologi dan kreativitas dalam usaha jasa pembuatan karangan bunga memiliki potensi untuk menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan bagi pelaku usaha, dan mendukung perkembangan ekonomi komunitas lokal secara keseluruhan. Dengan demikian, upaya untuk mengintegrasikan teknologi dan kreativitas dalam usaha ini tidak hanya akan meningkatkan daya saing dan

ketahanan ekonomi lokal, tetapi juga memperkuat identitas budaya dan tradisi khas setempat

Konsumen Potensial

1. Jumlah Konsumen Potensial

Jumlah konsumen potensial meningkat secara signifikan menjadi sekitar 50-70 orang. Program pembinaan ini membantu meningkatkan keterampilan pemasaran dan manajemen usaha, sementara pendanaan memungkinkan peningkatan kualitas produk dan layanan. Dengan adanya pendanaan ini, juga mampu menarik lebih banyak pelanggan dari luar lingkaran pertemanan, menciptakan basis konsumen yang lebih luas dan stabil, serta meningkatkan loyalitas pelanggan yang sudah ada.



2. Ukuran Pangsa Pasar

Lestari Art Florist mampu membentuk tim yang terstruktur sehingga setiap aspek usaha bisa ditangani lebih fokus dan efektif, seperti divisi pemasaran, produksi, dan pelayanan pelanggan. Pendanaan memungkinkan peningkatan kualitas bahan dan diversifikasi produk, seperti variasi rangkaian bunga dan layanan tambahan, yang menarik lebih banyak konsumen. Implementasi strategi pemasaran yang lebih terstruktur, termasuk kampanye media sosial yang lebih intensif, kolaborasi dengan influencer, dan promosi melalui berbagai kanal pemasaran digital. Dengan adanya pelatihan, usaha mampu menjangkau konsumen di luar lingkaran pertemanan, termasuk pelanggan korporat dan event organizer, sehingga memperluas basis pelanggan dan meningkatkan loyalitas. Pembinaan membantu usaha dalam membangun branding yang kuat dan reputasi baik di kalangan konsumen, meningkatkan kepercayaan dan daya tarik di pasar. Setelah mendapatkan pendanaan dan mulai menjalankan iklan di facebook, instagram, google ads pangsa pasar kami jauh lebih luas karena menjangkau seluruh wilayah



Produk

1. Prototipe/Produk Final

Menambah jenis produk dengan dekorasi pernikahan dan tutup peti untuk meningkatkan variasi dan daya tarik bagi konsumen baru. Pemasaran menggunakan iklan facebook, instagram, website dan google maps, iklan dilakukan secara terstruktur dan teratur sehingga menjangkau lebih banyak customer. Peningkatan jumlah konsumen potensial menjadi sekitar 50-70 orang dengan konsumen bervariasi, tidak hanya dari relasi pribadi tetapi dari pasar yang lebih luas. Mendapatkan tambahan modal usaha digunakan untuk pengembangan produk, pemasaran dan peningkatan operasional



2. Legalitas

Untuk legalitas, kami sudah memiliki NIB dan HAKI Lestari Art Florist Nomor NIB: 1207240057016



Logo usaha sudah terdaftar dan mendapatkan sertifikasi HKI
 Nomor HKI Logo: EC00202474091



3. Pengembangan Produk

Produk papan ucapan, standing flower, buket dan krans masih menjadi produk utama dengan peningkatan kualitas dan variasi desain. Ada beberapa produk yang mulai kami coba kembangkan yaitu dekorasi untuk pernikahan, tutup peti, dll. Dengan adanya bermacam variasi akan dapat menarik lebih banyak pelanggan dan mempertahankan loyalitas pelanggan lama. Kami juga menyediakan layanan konsultasi dan custom order apabila pelanggan membutuhkan rangkaian bunga dan dekorasi sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Dengan melakukan strategi tersebut akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang berpotensi meningkatkan repeat order dan rekomendasi dari mulut ke mulut.



Pemasaran

1. Omset/Sales

Saat ini omset kami mencapai Rp. 86.660.000 pada bulan Mei sampai September dengan laba bersih sekitar Rp. 10.360.000 yang bisa dilihat pada lampiran laporan keuangan

2. Strategi Pemasaran

Setelah mendapatkan pendanaan dan mulai menjalankan iklan di facebook, instagram, google ads intens dan membuat standard harga toko yang sesuai dengan target pasar.

3. Instrumen Pemasaran

Giat menjalankan kegiatan online dengan iklan, sehingga pemasarannya bisa luas. Mendapat pelanggan dari sosial media berkat konten di instagram, facebook dll.

Keuangan

1. Cash Flow

Pendanaan memberikan tambahan kas sebesar Rp10.360.000 yang dapat digunakan untuk menambah likuiditas usaha. Ini membantu dalam menjaga arus kas positif dan memastikan bahwa usaha dapat memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

Dengan pendanaan tersebut, Lestari Art Florist dapat melakukan investasi sebesar Rp 18.500.000 untuk pembelian peralatan dan bahan baku. Investasi ini kemungkinan besar akan meningkatkan kapasitas produksi dan kualitas layanan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan usaha.

Dengan arus kas bersih dari kegiatan operasi sebesar Rp10.360.000 dan tambahan dari pendanaan sebesar Rp18.500.000, usaha memiliki saldo kas akhir sebesar Rp 10.360.000. Ini menunjukkan bahwa usaha dalam kondisi keuangan yang sehat dan memiliki cadangan kas yang cukup untuk mendukung operasional dan ekspansi di masa depan.

2. Pendapatan

Pendanaan dapat mempengaruhi pendapatan operasional dalam jangka pendek (Mei - September 2024). Pendapatan tetap berada di angka Rp 86.660.000

3. Laba Bersih

Laba bersih meningkat menjadi Rp 10.360.000. Namun, pendanaan ini lebih berpengaruh terhadap likuiditas dan kemampuan investasi daripada terhadap pendapatan operasional langsung dalam periode yang sama.

PENUTUP

Demikian laporan akhir tahun kegiatan Inkubator Bisnis Institut Asia Malang tahun 2024 ini kami buat. Semoga laporan ini dapat diterima dan dapat bermanfaat bagi kita semua. Tidak lupa kami ucapkan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa karena atas segala Rahmat dan Hidayah-Nya kami dapat menyelesaikan laporan kemajuan perguruan tinggi ini. Tidak lupa pula kami ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah ikut membantu dalam pembuatan laporan kemajuan ini.

Semoga laporan akhir tahun ini dapat diterima oleh semua pihak. Segala saran dan kritik yang membangun sangatlah kami harapkan dari semua pihak, karena kami menyadari bahwa laporan kemajuan kami masih jauh dari kata sempurna. Saran dan kritik tersebut semoga dapat menjadi acuan atau pelajaran bagi kami semua untuk dapat menjadi lebih baik lagi dihari esok. Atas segala waktu dan perhatiannya kami mengucapkan terima kasih.