

**PENGEMBANGAN HIKYOO MAC AND CHEESE : INOVASI
KULINER BERBAHAN MAKARONI DENGAN PERPADUAN
CITA RASA NUSANTARA**

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



Oleh :

Meita Melviana Khairunnisa

20423171

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

2024

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Meita Melviana Khairunnisa
NIM : 20423171
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Tugas Akhir : **Pengembangan Hikyoo Mac and Cheese :
Inovasi Kuliner Berbahan Makaroni dengan
Perpaduan Cita Rasa Nusantara (Bidang
Produksi dan Bidang Riset)**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

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

Yogyakarta, 11 September 2024



METERAI
TAMPEL
BEND4ALX2598450000

Meita Melviana Khairunnisa

NOTA DINAS

Yogyakarta, 26 Februari 2024 M

16 Sya'ban 1445 H

Hal : Tugas Akhir Perintisan Bisnis
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Univeristas Islam Indonesia Yogyakarta dengan surat nomor: 448/Dek/60/DAATI/FIAI/II/2024 tanggal 12 September 2024, atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Meita Melviana Khairunnisa
NIM : 20423171
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Pengembangan Hikyoo Mac and Cheese :
Inovasi Kuliner Berbahan Makaroni dengan
Perpaduan Cita Rasa Nusantara

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing



Muhammad Iqbal, SEI., MSI

REKOMENDASI PEMBIMBING

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

Nama : Meita Melviana Khairunnisa

NIM : 20423271

Judul Tugas Akhir : Pengembangan Hikyoo Mac and

Cheese : Inovasi Kuliner Berbahan
Makaroni dengan Perpaduan Cita
Rasa Nusantara

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikutimunaqosah Tugas Akhir penelitian pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas IslamIndonesia.

Yogyakarta, 13 September 2024



Muhammad Iqbal,SEL., MSI

LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Haryim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kalbarang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiai@uii.ac.id
W. fiai.uii.ac.id

PENGESAHAN

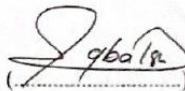
Skripsi ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 3 Oktober 2024
Judul Skripsi : Pengembangan Hikyo Mac And Cheese: Inovasi Kuliner Berbahan Makaroni dengan Perpaduan Cita Rasa Nusantara
Disusun oleh : MEITA MELVIANA KHAIRUNNISA
Nomor Mahasiswa : 20423171

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

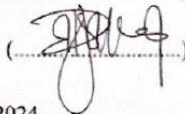
Ketua/Pembimbing : Muhammad Iqbal, SEI, MSI

()

Penguji I : Muhammad Adi Wicaksono, SE, M.E.I

()

Penguji II : Fitri Eka Aliyanti, SHI., MA

()

Yogyakarta, 3 Oktober 2024



Diklan,

()
Dr. Drs. Asmuni, MA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Allah SWT, Tuhan pemilik alam semesta yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini. Salawat serta salam terhadap Rasulullah Muhammad SAW atas segala petunjuk kebaikan yang Beliau berikan kepada penulis dan penulis harapan syafaatnya di hari pertanggungjawaban nanti. Melalui sebuah karya yang penulis susun dengan sebaik-baiknya dan penulis persembahkannya ini kepada:

Ibunda tercinta Sri Mawartiningsih S.AP., serta Alm. Ayahanda tercinta Achmad Fadillah S.H. yang telah mencurahkan segenap kasih sayang dan pengorbanan yang besar untuk merawat, membimbing, dan memberikan kecukupandalam segala hal. Begitupun juga setiap langkah yang saya tempuh dalam memperjuangkan dan menyelesaikan pendidikan ini, tidaklah terlepas dari segala dukungan dan doa yang selalu dipanjatkan oleh orang tua untuk kebaikan dan kebahagiaan anak-anaknya, dan terima kasih atas cinta kasih yang tiada terhingga yang tidak dapat dibalas hanya dengan kalimat-kalimat dalam lembar persembahan ini. Walaupun ibunda memperjuangkan segala hal seorang diri tanpa sosok suami sekaligus ayah, tetapi mampu memberikan dan mengusahakan segala hal begitupun juga pendidikan yang terbaik untuk semua anak-anaknya. Terima kasih juga kepada saudara kembar saya, Sdri. Mitha Afrida Khairunnisa, yang juga sama-sama sedang menuntut ilmu serta memperjuangkan pendidikannya di tanah perantauan negara Rusia, semoga dilancarkan pendidikannya dan dikuatkan pundaknya untuk dapat menempuh pendidikan hingga selesai. Terima kasih atas doa, dukungan dan motivasi yang terus mengalir untuk tetap kuat dan bertahan dalam menghadapi kerasnya tanah perantauan, karena motivasi terbesar untuk terus memperjuangkan pendidikan ini sampai akhir adalah untuk kembali dan berkumpul bersama lagi.

Terima kasih banyak penulis ucapkan kepada seluruh dosen di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia terkhusus kepada dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah membimbing penulis dari awal masa perkuliahan hingga saat ini. Selain itu, penulis ucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yaitu Bapak Muhammad Iqbal, SEI., MSI., yang sudah membantu, membimbing dan selalu memberi saran yang membangun terhadap penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis hingga akhir. Semoga penulis dapat mengamalkan ilmu yang telah diberikan oleh Bapak/Ibu dosen dan nantinya menjadi suatu keberkahan yang mengalir kepada Bapak/Ibu semua.

Terimakasih kepada sahabat-sahabat penulis, yang telah berjuang bersama-sama sehingga penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini. Tak lupa ucapan terimakasih untuk diri penulis sendiri yang dapat bertahan sejauh ini dan tidak pernah berhenti berusaha serta berdoa untuk melakukan yang terbaik sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

MOTTO

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ①

“ Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu dalam keadaan mudah dimanfaatkan. Maka, jelajahilah segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Hanya kepada-Nya kamu (kembali setelah)dibangkitkan.”

(Q.S. Al-Mulk : 15)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ①

”Wahai orang-orang yang beriman, makanlah apa-apa yang baik yang Kami anugerahkan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah jika kamu benar-benar hanya menyembah kepada-Nya.”

(Q.S. Al-Baqarah : 175)

ABSTRAK

PENGEMBANGAN HIKYOO MAC AND CHEESE :INOVASI KULINERBERBAHAN MAKARONI DENGAN PERPADUAN CITA RASA NUSANTARA

MEITA MELVIANA KHAIRUNNISA

20423171

Pengembangan bisnis ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan manusia yang semakin beragam, di mana kini konsumen tidak hanya mencari makanan lezat, tetapi juga yang memiliki ciri khas tersendiri. Hidangan yang disediakan bertujuan menjadi alternatif pengganti nasi dengan cita rasa nusantara, memenuhi kebutuhan primer masyarakat. Saat ini, peluang usaha di bidang kuliner semakin diminati karena prospeknya yang menjanjikan.. Hidangan yang dipilih dalam perintisan bisnis ini adalah pasta Mac and Cheese, sebuah hidangan western berbahan dasar makaroni dan keju. Tujuan dari perintisan ini adalah mengenalkan inovasi pasta modern yang memadukan cita rasa nusantara, sehingga menawarkan variasi yang membedakan kami dari kompetitor serta melestarikan cita rasa nusantara dengan penyajian yang modern. Pengembangan bisnis ini berlangsung selama empat bulan, dari Januari hingga April 2024, yang berlangsung di Yogyakarta. Kegiatan yang dilakukan mencakup riset dan manajemen produksi dengan program terencana untuk memastikan progress disetiap minggunya. Hasilnya, Tim produksi Hikyoo berhasil meluncurkan produk baru, yaitu Mac and Cheese Bumbu Rendang dan Mac and Cheese Bumbu Sate, yang menciptakan perbedaan yang mendasar dari kompetitor lain. Selain itu, tim produksi Hikyoo juga berhasil memperluas pasar melalui kerjasama dengan mitra kafe, yang dapat meningkatkan penjualan dan visibilitas produk.

Kata Kunci : Produksi, Inovasi Kuliner, Cita Rasa Nusantara

ABSTRACT

DEVELOPMENT OF HIKYOO MAC AND CHEESE: CULINARY INNOVATION MADE FROM MACARONY WITH A BLEND OF NUSANTARA FLAVORS

MEITA MELVIANA KHAIRUNNISA

20423171

The development of this business is motivated by the increasingly diverse human needs, where now consumers are not only looking for delicious food, but also those that have their own characteristics. The dishes provided aim to be an alternative to rice with the taste of the archipelago, fulfilling people's primary needs. Currently, business opportunities in the culinary field are increasingly in demand due to their promising prospects. The dish chosen in this business pilot is Mac and Cheese pasta, a western dish made from macaroni and cheese. The purpose of this pilot is to introduce modern pasta innovations that combine the flavors of the archipelago, thus offering variations that differentiate us from competitors and preserve the flavors of the archipelago with a modern presentation. This business development lasted for four months, from January to April 2024, taking place in Yogyakarta. Activities included research and production management with a planned program to ensure progress every week. As a result, the Hikyoo production team successfully launched new products, namely Mac and Cheese Bumbu Rendang and Mac and Cheese Bumbu Satay, which created a fundamental difference from other competitors. In addition, the Hikyoo production team also managed to expand the market through cooperation with cafe partners, which can increase sales and product visibility.

Keywords: *Production, Culinary Innovation, Taste of the Nusantara*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Th.1987

Nomor: 0543b/U/1987

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman Transliterasi Arab – Latin ini di susun dengan prinsip sebagai berikut:

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

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman Transliterasi Arab - Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah

6. Kata sandang (di depan huruf Syamsiyah dan Qomariyah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

1. Konsonan

Fonemkonsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda ,dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)

ع	‘ain	‘	komaterbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
-			
ء	Hamzah	'	Apostrof

ي	Ya	Y	Ye
---	----	---	----

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

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

2) Vokal Rangkap

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
-------	------	-------------	------

يَ...َ	Fathah dan ya	ai	a Dan i
وَ...َ	Fathah dan wau	au	a Dan u

Contoh:

كَتَبَ	- kataba
فَعَلَ	- fa'ala
سُئِلَ	- žukira
كَيْفَ	- yažhabu
	- su'ila
	- kaifa
حَوْلَ	- haula

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
أَ...َ...ِ	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
إِ...ِ	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
وُ...ُ	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ - qāla

- رَمَى - ramā
- قِيلَ - qīla
- يَقُولُ - yaqūlu

4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

1. Ta'marbutah hidup

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

2. Ta'marbutah mati

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

3. Kalau pada kata terakhir denagn ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha(h)

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam ulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala

- الْبِرُّ al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /1/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

3. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu

- الْقَلَمُ al-qalamu

- الشَّمْسُ asy-syamsu

- الْجَلَالُ al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- | | |
|--|---------------------------------------|
| - وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ | Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/ |
| | Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn |
| - بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا | Bismillāhi majrehā wa mursāhā |

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- | | |
|---|-----------------------------------|
| - الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ | Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ |
| | Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn |

- الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Allaāhu gafūrun rahīm

- لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا

Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini dengan penuh kelancaran. Sholawat serta salam senantiasa terhaturkan kepada Baginda Rasulullah SAW yang telah menjadi teladan penulis untuk terus bersemangat dalam menjalankan kebaikan, termasuk melakukan dan menulis Tugas Akhir Perintisan Bisnis dengan judul ‘Pengembangan Hikyo Mac and Chesse : Inovasi Kuliner Berbahan Makaroni Dengan Perpaduan Cita Rasa Nusantara’.

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

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D, selaku rektor Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajarannya dan rektor-rektor sebelumnya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menuntut ilmu menjadi mahasiswa di Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, MA., beserta jajarannya selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., ME., selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Muhammad Iqbal, S.E.I., MSI., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan Bisnis yang telah memberikan dukungan, arahan,

masukan, dan bimbingan dengan penuh kesabaran kepada penulis dalam menjalani kewajiban sebagai mahasiswa di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas IslamIndonesia.

6. Segenap dosen serta staf Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat dan juga memberikan pelayanan kepada mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam.
7. Keluarga penulis, Ibu Sri Mawartiningsih selaku Ibu Kandung dari penulis, Mitha Afrida Khairunnisa selaku saudara kembar penulis, serta seluruh keluarga besar H. Marsoem yang selalu mendukung dan memberikan doa terbaik untuk kelancaran penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
8. Teman seperjuangan di tanah rantau, Hanifa Nida sebagai partner bisnis dalam penulisan tugas akhir, terimakasih atas kerjasama yang baik untuk saling membantu serta melengkapi dalam menjalankan bisnis ini.
9. Untuk pemilik nomor NIM 20423126, terimakasih telah bersedia menjadi bagian dari perjuangan penulis, yang senantiasa meluangkan waktu dan tenaga untuk menemani penulis dalam menjalankan tugas akhir ini, terimakasih sudah mau menjadi pendengar keluh kesah sekaligus pemberi motivasi yang berarti sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
10. Dan untuk sahabat- sahabat tercinta Sitti Annisa Haerani, Ratna Tiara, Revansha Zulfikar A., Andika Lutfi S., Ratna Tiara, terimakasih untuk selalu adadan menjadi penyemangat serta penghibur saat suka maupun duka, Setiap momen yang dilewati bersama adalah bagian berharga dari kisah yang takkan pernah terlupakan. Begitupun juga teman-teman di kampung halaman Atika Nabila, Anisa Nurfadhilah, Rahayu Oktaviani terimakasih atas segala dukungan, dan doa dalam menemani penulis menyelesaikan Tugas Akhir.

Dengan ini, penulis meminta maaf dengan kerendahan hati apabila ada kesalahan dan hal-hal yang mungkin kurang berkenan dihati para pembaca, dan penulis menyadari bahwa laporan perintisan bisnis yang disajikan ini jauh dari kata

sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga laporan perintisan bisnis ini dapat berguna untuk para pembacanya.

Yogyakarta, 30 Juni 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Meita', with a stylized flourish at the end.

Meita Melviana Khairunnisa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA DINAS	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xix
DAFTAR ISI.....	xxii
DAFTAR TABEL.....	xxiii
DAFTAR GAMBAR	xxiv
BAB I	1
A. <i>Latar Belakang</i>	1
B. <i>Sistematika Penulisan</i>	5
BAB II.....	7
PELAKSANAAN KEGIATAN WIRAUSAHA	7
A. <i>Profil Bisnis</i>	7
B. <i>Pelaksanaan Bisnis</i>	9
BAB III	46
A. Identifikasi Masalah	46
B. Pemecahan Masalah Bidang Produksi dan Riset.....	49
C. Tinjauan Teoritis.....	53
BAB IV	65
A. <i>Kesimpulan</i>	65
B. <i>Saran</i>	66
DAFTAR PUSTAKA	68
Riwayat Hidup	183

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Kegiatan Operasional Hikyoo.....	10
Tabel 2 2 Proyeksi BEP Hikyoo	15
Tabel 2 3 Daftar Menu Hikyoo dan Harga pada Marketplace	30
Tabel 2 4 Daftar Menu Hikyoo dan Harga diluar Marketplace (PO).....	37
Tabel 2 5 Data Produk Kompetitor.....	56
Table 3 1 Daftar Supplier Bahan Baku	50
Table 3 2 Daftar Supplier Kemasan.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Preferensi Jajanan Favorite Anak Muda Indonesia.....	3
Gambar 2 1 Logo Hikyoo Mac and Cheese.....	8
Gambar 2 2 Bagan Alur Produksi.....	12
Gambar 2 3 Pembelian Bahan Baku.....	14
Gambar 2 4 Pembelian Kemasan Produk	14
Gambar 2 5 Pembuatan Sample Bumbu Rendang.....	19
Gambar 2 6 Pembuatan Sample Bumbu Sate	21
Gambar 2 7 Proses Produksi dan Penjualan Produk.....	22
Gambar 2 8 Pertemuan pertama dan Training Bersama Pihak Kopinya Piyu.....	34
Gambar 2 9 Mini Riset Pemilihan Platform Marketplace untuk Penjualan.....	40
Gambar 2 10 Uji Ketahanan Bumbu Rendang di Suhu Ruangan dan Pendingin.....	43
Gambar 2 11 Uji Ketahanan Mac N Cheese Original di Suhu Pendingin	44
Gambar 2 12 Uji Ketahanan Mac N Cheese Original di Suhu Pendingin.....	44

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

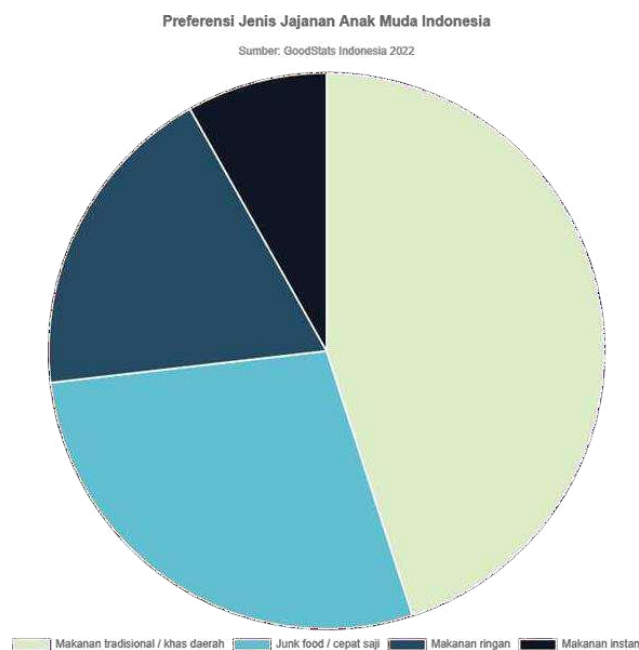
Di era modern ini masyarakat lebih menyukai hal-hal instan dan praktis, salah satunya makanan. Dilansir pada artikel BBC News Indonesia, survei yang dilakukan lembaga amal Oxfam menunjukkan pasta berada di urutan teratas, mengalahkan daging, nasi, dan pizza (BBC NEWS INDONESIA, 2011). Pasta adalah jenis makanan olahan khas masakan Italia yang biasanya dibuat dari adonan tidak beragi berbahan dasar tepung gandum durum (semolina), dicampur dengan air atau telur, lalu dibentuk menjadi lembaran-lembaran atau berbagai bentuk lainnya, dan dimasak dengan cara direbus atau dipanggang (id.wikipedia.org, 2020). Di Indonesia, pasta yang paling dikenal adalah spaghetti, makaroni, dan lasagna. Namun, sebenarnya terdapat banyak jenis pasta lainnya, seperti vermicelli, fusilli, penne, ravioli, dan masih banyak lagi.

Pengaruh globalisasi berdampak pada semakin beragamnya jenis makanan yang ada di Indonesia termasuk jenis makanan yang berasal dari luar negeri dan salah satu yang sangat berkembang pesat adalah makanan yang berasal dari Italia seperti pasta dan pizza. Karena pasta merupakan salah satu makanan paling populer di dunia, varian pasta yang disediakan pada bisnis ini akan dapat menjadi makanan pengganti nasi untuk kebutuhan primer masyarakat. Dilatar belakangi hal tersebut, terlihat bahwa saat ini peluang usaha di bidang kuliner sudah banyak dilirik karena memiliki prospek yang menjanjikan kedepannya.

Alasan lain kami memilih pasta *Mac and Cheese* sebagai usaha kuliner dikarenakan makaroni sebagai bahan baku utama dalam usaha ini juga bisa menjadi sumber karbohidrat pengganti nasi. Dikutip dari artikel yang bersumber dari laman *website* Halodoc, makaroni mengandung karbohidrat yang baik untuk menambah energi tubuh, gandum utuh dan pasta putih dari makaroni mengandung serat yang besar. Hal tersebut diperlukan untuk pencernaan yang efektif. Pencernaan yang efektif meningkatkan kesejahteraan tubuh secara keseluruhan (halodoc.com, 2021) Selain itu, untuk inovasi rasa, kami terinspirasi langsung dari masyarakat Indonesia yang memang tidak bisa lepas dari masakan tradisional, lidah orang Indonesia sudah melekat dengan bumbu-bumbu atau rempah yang dipakai untuk memasak makanan tradisional, terlebih juga belum banyak yang tahu atau merasa asing dengan pasta atau makanan *western* seperti *mac and cheese* ini. Oleh karena itu, kami berusaha untuk menunjukkan bahwa makanan tradisional dapat dikombinasikan dengan makanan modern, sambil memperkenalkan pasta *mac and cheese* kepada masyarakat yang belum familiar dengan hidangan modern tersebut. Upaya ini dilakukan tanpa menghilangkan cita rasa tradisional yang telah menjadi bagian dari kebiasaan kuliner sehari-hari masyarakat Indonesia.

Tidak hanya dapat menjanjikan, usaha dalam bidang kuliner juga perlu inovasi yang kuat dan beragam untuk dapat menjadi daya tarik yang membedakan usaha ini dengan usaha lainnya. Oleh karena itu, untuk menentukan setiap variasi menu yang akan ditawarkan, tim produksi Hikyoo melakukan serangkaian riset yang mendalam. Proses ini dimulai dengan mengamati kompetitor sejenis, guna memahami variasi menu yang mereka jual. Selain itu, tim juga melaksanakan survei atau mini riset pada media sosial yang Hikyoo miliki untuk mengumpulkan informasi mengenai preferensi kuliner masyarakat secara umum.

Seperti halnya, pada salah satu inovasi yang diperkenalkan dalam varian menu nusantara Hikyoo didasarkan pada hasil riset yang diperoleh dari survei yang dilaksanakan oleh GoodStats, Indonesia. Survei tersebut, yang berlangsung pada Agustus hingga September 2022, menyajikan informasi seputar preferensi kuliner anak muda Indonesia. Dengan survei yang berjumlah 440 responden ini menghasilkan bahwa sebanyak 71,4% di antaranya menjadikan makanan tradisional dan khas daerah di Indonesia sebagai makanan favorit mereka (data.goodstats.id, 2023). Dengan mengintegrasikan data ini, tim produksi Hikyoo berupaya untuk menciptakan menu yang tidak hanya menarik tetapi juga sesuai dengan keinginan target pasar kami. Oleh karena itu, kami mencoba membuat dan menampilkan sebuah inovasi baru yang membedakan dari hidangan pasta lain yang hanya menampilkan sisi modern dan *western* saja. Dengan ini kami mencoba menyatukan sisi modern dari *mac and cheese* dengan cita rasa tradisional, yang akan dapat menjadi sebuah terobosan baru dibidang kuliner.



Gambar 1 1 Preferensi Jajanan Favorite Anak Muda

Sumber : (<https://data.goodstats.id/statistic/>)

Gambar di atas menjelaskan tentang preferensi jenis makanan favorit anak muda Indonesia, yang mana sebanyak 45% di antaranya menyukai masakan tradisional sebagai jenis jajanan favorit mereka. Namun selain itu juga tertinggi kedua terdapat sebanyak 28,2%, yang menyukai makanan cepat saji. Dari hasil survei ini tidak dapat dipungkiri bahwa masakan tradisional dengan masakan modern masih sama-sama menduduki peringkat teratas untuk kuliner favorit yang banyak dicari, sehingga perpaduan antara keduanya dapat menjadi sebuah inovasi yang bagus untuk perkembangan kuliner di Indonesia.

Berdasarkan topik bisnis yang akan diangkat di atas maka tujuan dalam bisnis ini yaitu:

- Memberikan fasilitas ke konsumen dengan sajian kuliner modern dan perpaduan cita rasa nusantara
- Menjadikan usaha kuliner ini sebagai pilihan untuk variasi karbohidrat pengganti nasi.
- Menyediakan makanan simple dan mengenyangkan.
- Mengedepankan kualitas rasa, bahan dan kehalalan produk.

Dalam 5 tahun terakhir, penelusuran pasta *mac and cheese* meningkat sedikit demi sedikit di mesin pencarian *google trend*. Kami menggunakan *google trend* untuk mencari *keyword* tentang pasta *mac and cheese* dan menargetkan target pasar :

1. Mahasiswa dan masyarakat sekitar.
2. Untuk Semua usia dari 3-70 tahun .
3. Balita diatas 3 tahun.
4. Semua kalangan

B. Sistematika Penulisan

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

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

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

Pada Bab III identifikasi dan pemecahan masalah terdiri dari identifikasi masalah, tinjauan teoritis, dan pemecahan masalah. Pada bagian identifikasi masalah menguraikan tentang permasalahan yang dihadapi oleh pelaku bisnis dalam membuat suatu bisnisnya. Kemudian bagian tinjauan teoritis berisikan tentang teori yang berkaitan dengan permasalahan yang muncul dan untukbagian pemecahan masalah menjabarkan tentang teori atau pendekatan apa yang dipakai untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi dan bagaimana tingkat efektifitasnyaTerakhir bagian Bab IV kesimpulan dan rekomendasi yaitu menjelaskantentang pelaksanaan bisnis secara umum. Pelaksanaan aspek fungsional dan penyelesaian masalah yang dihadapi sebagaimana telah diuraikan pada BabIII,dan saran kepada calon wisudawan yang akan berkecimpung di bidang bisnis yang sama dengan yang dijalankan.

Kemudian di bagian akhir memaparkan tentang daftar pustaka dan lampiran-lampiran di dalam menunjang bisnis yang dijalankan.

BAB II

PELAKSANAAN KEGIATAN WIRAUSAHA

A. Profil Bisnis

Hikyoo Mac and Cheese merupakan jenis usaha yang bergerak dibidang kuliner, dengan pengolahan makaroni dan keju menjadi sebuah pasta. Bentuk dari usaha ini adalah firma dimana setiap anggota memiliki kewajiban yang sama dalam menjalankan usaha. Yang membedakan usaha *mac and cheese* ini dari kompetitor lainnya adalah, *Hikyoo* menawarkan menu *mac and cheese* dengan sentuhan rasa nusantara, yaitu menggabungkan pasta dengan rasa dan tampilan yang modern dengan topping bumbu-bumbu khas cita rasa masakan Indonesia. Usaha ini telah beroperasi di sekitar kampus UII JL. Lodadi, Sleman DIY. Dikelola oleh 2 mahasiswa yang bernama Meita Melviana dan Hanifa Nida. Adapun filosofi nama “*Hikyoo*” terinspirasi dari sebuah tim bola voli di Jepang yaitu “*Haikyuu*” yang artinya “tim kuat”. Dengan harapan menjadi Tim yang kuat dan selalu mengusahakan yang terbaik dari waktu ke waktu dan juga pandai menyesuaikan diri dengan kondisi terbaru. Karena tim *Hikyoo* berjumlah 2 orang maka kata dari *Hikyoo* sendiri di tambahkan satu huruf “o” dibelakang untuk menggambarkan 2 orang dalam tim yang kuat. Selain kuat *Hikyoo* juga punya komitmen untuk selalu membuka kritik dan saran untuk menjadi lebih baik. *Hikyoo Mac and Cheese* juga memiliki visi misi sebagai berikut :

a. Visi

Visi dari *Hikyoo Mac and Cheese* ialah *Hikyoo* menjadi tujuan pertama bagi pecinta *mac and cheese* karena menawarkan rasa yang berbeda ialah dengan rasa nusantara pertama di Indonesia

b. Misi

1. Menjadikan Hikyoo *Mac and Cheese* sebagai bisnis kuliner pertama di Yogyakarta yang tetap melestarikan cita rasa nusantara dengan penyajian yang modern.
2. Konsisten memberikan pelayanan terbaik dengan mengutamakan kebersihan, kualitas rasa dan kepuasan konsumen.
3. Selalu menciptakan inovasi menu-menu baru untuk meningkatkan penjualan dan daya saing.



Gambar 2 1 Logo Hikyoo Mac and Cheese

Gambar diatas merupakan logo dari Hikyoo Mac and Cheese yang memiliki arti dan makna pada masing-masing simbol yang tertera didalamnya, berikut artinya :

- **Filosofi Logo Pink Kemerahan** , perpaduan dua warna melambangkan sifat yang menyenangkan dan kreatif (pink) juga berani (merah) dengan harapan dalam bisnis ini dapat mengembangkan kreatifitas, dapat menjadi brand yang disukai banyak orang dan berani dalam membuat inovasi baru.
- **Putih** bermakna bersih (suci), yang mana merujuk pada kualitas

yang selaludijaga dengan baik (higienis).

- **Gambar hati** bermakna pelayanan dengan sepenuh hati.
- **Kuning** yang melambangkan warna asli dari makaroni dan keju sebagai bahan utama yang di gunakan pada usaha Hikyoo.
- **Gambar keju (*cheese*)** merupakan primadona dalam sebuah bisnis makanan, yang mana keju menjadi makanan favorit sebagian besar orang dan sebagai bahan utama dalam *mac and cheese*.

B. Pelaksanaan Bisnis

a. Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia/Organisasi

Hikyoo *Mac and Cheese* didirikan oleh dua orang mahasiswi dengan menjalankan tugasnya masing-masing, yaitu bagian produksi,riset,keuangan dan pemasaran. Yang mana setiap bidang punya kualifikasi tersendiri untuk dapat menjalankan tugas dan tanggungjawabnya masing-masing, adapun *jobdesk* atau deskripsi tugas antara lain :

Table 2.1 Kegiatan Operasional Hikyoo

Bidang Produksi	Bidang Riset	Bidang Pemasaran	Bidang Keuangan
Menyusun prosedur produksi yang terstandar untuk memastikan konsistensi kualitas produk,	Mengidentifikasi kondisi pasar disekitar Universitas Islam Indonesia dengan melihat peluang dan kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi	Melakukan photoshoot produk dan mendesain produk	Melakukan pencatatan arus kas harian
Melakukan pengembangan atau perubahan pada produk yang sudah ada dan menguji ketahanan produknya	Menganalisis kekuatan dan kelemahan strategi produk serta pemasaran pesaing untuk evaluasi dan penyesuaian strategi.	Bertanggung jawab atas Penjualan Produk Melalui Marketplace (Shopee dan GoFood)	Melaporkan hasil rekapitulasi pemasukan bulanan yang bersifat transparan
Membeli dan mengelola stok bahan baku dan kemasan.	Mengidentifikasi bahan baku untuk memahami karakteristik dan potensi masalah kualitas produk yang mungkin timbul	Pembuatan konten baik untuk kebutuhan Instagram dan Tiktok	Laporan keuangan bersifat transparan yang dimana dikoordinasikan ke tim produksi
Melakukan quality control stok bahan baku untuk menghindari kekurangan atau kelebihan persediaan serta pembersihan rutin alat produksi dan packaging.	Melakukan riset tentang berbagai macam bahan baku yang inovatif dan berkualitas untuk dapat menjadi variasi menu produk.	Pembuatan desain dan logo produk	Melakukan Semua Pembayaran atas nama Hikyoo Mac and Cheese

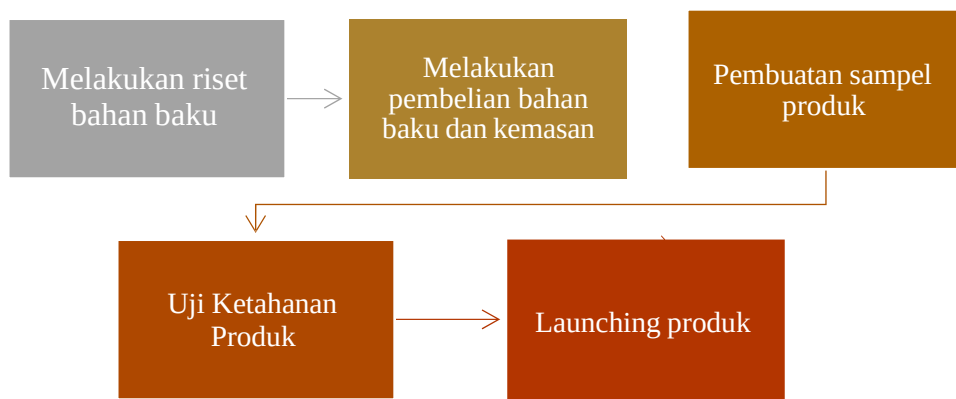
b. Tinjauan Aspek Produksi

Untuk menentukan strategi pengeluaran produk, tim Hikyoo melakukan observasi di beberapa lokasi di sekitar kampus UII guna menilai potensi pendirian usaha ini. Berdasarkan pengamatan terhadap wilayah kampus UII dan sekitarnya, ditemukan bahwa rata-rata usaha kuliner yang ada berupa warmino dan warung-warung kecil. Namun, tim Hikyoo tidak menemukan usaha yang menawarkan makanan pasta. Meskipun terdapat beberapa tempat yang menjual pasta, variasi dan harga yang monoton serta jarak yang cukup jauh dari kampus menjadi pertimbangan penting bagi target pasar Hikyoo, yaitu mahasiswa dan masyarakat sekitar kampus UII, dalam memilih dan membeli produk tersebut. Dengan latar belakang ini, muncul ide untuk mendirikan usahayang menyajikan pasta dengan harga terjangkau, menawarkan menu rasa nusantara seperti rendang dan sate. Hal ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pasar akan alternatif makanan selain nasi dan menyediakan opsi yang sesuai bagi mahasiswa serta masyarakat sekitar untuk memenuhi kebutuhan primer mereka.

Setelah menganalisa data dan peluang, muncul sebuah inovasi atau ide bisnis yang ingin di kembangkan dalam rangka Tugas Akhir PerintisanBisnis, yaitu dengan mengangkat "Hikyoo Mac and Cheese" sebagai sebuah rintisan bisnis yang mengusung konsep modern dan milenial. Bisnis ini akan menghadirkan inovasi produk makanan berbahan makaroni siap konsumsi dengan sensasi yang berbeda, yaitu dengan rasa yang tradisional dibalut dengan penyajian yang modern.

Untuk memulai proses produksi dalam usaha kuliner, tim produksi Hikyoo merancang alur produksi berdasarkan observasi yang dilakukan melalui internet, sebagaimana yang dilansir dalam artikel Kumparan berjudul "Teknik dan Urutan Tahapan Pengolahan Pangan yang Benar."

Alur produksi ini mencakup perencanaan, pelaksanaan pembuatan, penyajian, pengemasan, dan evaluasi. Rancangan alur produksi yang dibuat oleh tim produksi Hikyoo telah dirangkum agar sesuai dengan kegiatan operasional tim produksi Hikyoo. Adapun proses produksi Hikyoo Mac and Cheese sebagai berikut :



Gambar 2 2 Bagan Alur Produksi

1) Melakukan riset, penentuan bahan baku, dan pembelian bahan baku serta kemasan.

Menurut (Wibowo, 2007) pengertian dari bahan baku bahan baku meliputi semua barang dan bahan yang dimiliki perusahaan dandigunakan untuk proses produksi”. Dalam pengadaan bahan baku, kesuksesan suatu usaha sangat ditentukan oleh upaya yang dilakukan untuk mencari dan memilih bahan baku dengan cermat. Proses pemilihan ini harus dilakukan dengan perhatian yang tinggi terhadap setiap detail, karena kualitas bahan baku akan secara langsung mempengaruhi hasil produk akhir (Sentosa & Trianti, 2017). Oleh karena itu, memiliki bahan baku yang berkualitas tinggi dan bebas dari cacat sangat penting, karena hal ini akan menghasilkan produk yang berkualitas baik.

Pentingnya pemilihan bahan baku ini mencakup berbagai aspek, termasuk keandalan pemasok, spesifikasi teknis bahan, serta ketersediaan bahan baku dalam jumlah yang memadai. Perusahaan perlu melakukan evaluasi menyeluruh terhadap pemasok untuk memastikan bahwa mereka dapat menyediakan bahan yang memenuhi standar kualitas yang diinginkan. Selain itu, penerapan kontrol kualitas pada setiap tahap pengadaan akan membantu mendeteksi masalah sejak awal, sehingga dapat meminimalkan risiko penggunaan bahan yang tidak sesuai.

Dengan demikian, upaya untuk memilih dan mengelola bahan baku dengan baik bukan hanya akan meningkatkan kualitas produk, tetapi juga dapat meningkatkan efisiensi proses produksi dan kepuasan pelanggan. Keberhasilan perusahaan dalam hal ini akan berkontribusi pada reputasi yang baik di pasar serta daya saing yang lebih kuat.

Bahan baku yang kami pilih untuk proses produksi merupakan bahan kualitas terbaik yang sudah teruji BPOM dan bersertifikasi halal, walaupun usaha ini belum bersertifikasi halal, namun bahan yang kami gunakan adalah bahan yang banyak beredar di pasaran dan juga sudah kami lakukan riset tentang komposisi masing-masing bahan, harga, kualitas dan rasanya sehingga aman untuk dikonsumsi. *Supplier* yang kami gunakan adalah beberapa toko agen, supermarket dan pedagang-pedagang pasar disekitar Jogja yang memang menjual bahan-bahan yang dibutuhkan dari mulai makaroni, keju, susu, *frozen food* sampai dengan bumbu atau rempah-rempah yang menjadi sumber dari racikan masakan nusantara yang ada dalam menu *mac and cheese* kami.



Gambar 2 3 Pembelian Bahan Baku



Gambar 2 4 Pembelian Kemasan Produk

Berdasarkan bahan baku yang telah ditentukan, tim produksi dan bagian keuangan telah mencatat biaya pengeluaran produksi per produk beserta takarannya :

Tabel 2.2 Proyeksi BEP Hikyoo

No	Bahan	Takaran	Harga
1.	Macaroni	100 gram	Rp. 2000
2.	Susu	2 sendok (30 ml)	Rp.1000
3.	Lada	1 gram	Rp. 500
4.	Royco	Menyesuaikan	Rp. 500
5.	keju spready	satu sendok mkn (15 gram)	Rp. 1000
6.	tepung maizena	2 sendok teh (1 gram)	Rp. 500
7.	Mentega	1 sendok makan (15 gram)	Rp. 500
8.	Sosis	2 sosis	Rp. 2000
9.	Saus	1 Sendok makan	Rp. 1.000
10.	Saus Bolognese	1 Sendok makan	Rp. 1000
11.	Tempat makan	1 Wadah	Rp. 1000
12.	Sendok	1	Rp. 500
13.	Gas	Optional	Rp. 1000
14.	Air	Optional	Rp. 1000
15.	Sticker	1	Rp. 180
16.	Plastik	1	Rp. 500
		TOTAL	Rp 14.180

No	Topping	Takaran	Harga
1.	Sate	3 sendok	Rp. 3000
2.	Rendang	3 sendok	Rp. 4000
3.	Bologness	3 sendok	Rp. 3500
4.	Telur	1 butir	Rp. 2500

Diketahui bahwa dalam rumus Harga Pokok Produksi (HPP) per unit untuk produk Hikyoo Original, yang mencakup biaya bahan baku per porsi ditambah biaya produksi per porsi, total biaya yang dikeluarkan untuk setiap produk original berukuran 500 ml adalah sebesar Rp 14.180. Dengan demikian, biaya per porsi adalah sekitar Rp 14.180, belum termasuk topping tambahan yang disediakan oleh Hikyoo, seperti rendang, sate, dan lainnya. Oleh karena itu, bidang keuangan melakukan diskusi dengan bidang riset untuk menentukan persentase keuntungan yang diinginkan dari setiap produk yang dijual. Hasil dari diskusi tersebut adalah persentase keuntungan sebesar 56%. Perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$56\% (0,56) \times \text{Rp } 14.180 = \text{Rp } 7.941$$

Dengan demikian, bidang keuangan dan bidang riset sepakat bahwa setiap penjualan produk original 500 ml tanpa tambahan topping akan memberikan keuntungan sebesar Rp 8.000. Penetapan harga untuk topping yang disajikan akan dibuat dalam bentuk tabel, mengingat jenis topping yang tersedia lebih dari tiga, yang masing-masing akan dimasukkan sebagai menu di Hikyoo, seperti sate dan rendang

1) Melakukan proses produksi dimulai dari pembuatan sample sampai dengan produk siap jual.

Menurut (Yamit, 2011), “proses produksi merupakan pengubahan (transformasi) dari bahan atau komponen (input) menjadi produk lain yang mempunyai nilai tinggi atau dalam proses terjadi penambahan nilai”. Selain itu pada penelitiannya, menurut (Assauri, 2008) proses produksi adalah cara, metode dan teknik untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan- bahan dan dana) yang ada.

Proses penciptaan produk berkualitas tinggi sangat bergantung pada adanya tahapan produksi yang baik dan tepat. Proses produksi ini tidak sekadar melibatkan pengubahan input menjadi output, tetapi juga mencakup pencarian metode yang efektif untuk menghasilkan produk yang memenuhi ekspektasi pelanggan serta sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan. Hal ini harus dilakukan dengan memperhatikan batasan biaya yang ada dan berbagai kendala manajerial lainnya.

Dalam penelitiannya, menurut (Noerpratomo, 2018), terdapat hubungan yang erat antara proses produksi dan kualitas produk di dalam perusahaan. Hal ini dapat dilihat bahwa ketika proses produksi dilaksanakan dengan baik, hasilnya akan mencerminkan kualitas produk yang tinggi. Proses produksi yang efektif tidak hanya melibatkan penggunaan teknologi yang tepat, tetapi juga membutuhkan keterampilan dan perhatian dari setiap anggota tim yang terlibat.

Ketika setiap tahapan produksi dikelola dengan cermat mulai dari pemilihan bahan baku yang berkualitas, pengawasan ketat terhadap proses, hingga penerapan standar kontrol kualitas maka produk akhir yang dihasilkan akan memenuhi ekspektasi konsumen. Selain itu, proses produksi yang terencana dengan baik memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi dan memperbaiki potensi masalah sejak dini, sehingga dapat meminimalisir risiko cacat produk.

Proses produksi mac and cheese kami, berbasis *pre-order* dengan waktu masak yang ditentukan sekitar 15-30 menit dengan pemesanan melalui marketplace seperti Go food dan juga Shopee food, juga dapat dipesan melalui kontak Whatsapp. Untuk menciptakan bumbu khas tradisional yang melengkapi hidangan ini, seperti bumbu rendang dan bumbu sate, waktu yang diperlukan jauh lebih lama, mencapai sekitar 2 hingga 3 jam. Hal ini dikarenakan kami mengutamakan metode memasak manual, mengikuti resep yang telah kami susun dengan cermat menggunakan bahan-bahan pilihan yang telah ditentukan.

Untuk memastikan rasa dan komposisi yang tepat, kami telah melakukan serangkaian percobaan atau *trial and error* berulang kali sebelum menetapkan resep akhir untuk setiap menu. Proses ini melibatkan pengujian berbagai kombinasi bahan dan teknik memasak, sehingga kami dapat menemukan proporsi yang menghasilkan cita rasa otentik dan memuaskan. Setiap kali kami mencoba resep baru, kami selalu mencatat umpan balik dari tim dan pengunjung, yang kemudian kami gunakan untuk menyempurnakan bumbu dan teknik memasak yang kami gunakan.

Dengan dedikasi untuk menghasilkan hidangan yang tidak hanya lezat tetapi juga berkualitas, kami percaya bahwa proses yang lebih panjang untuk bumbu tradisional ini akan sangat berharga. Hasil akhir tidak hanya akan meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memberikan pengalaman kuliner yang kaya dan otentik, sehingga pelanggan dapat merasakan perpaduan antara cita rasa modern dan tradisional dalam setiap suapan mac and cheese yang kami sajikan.



Gambar 2 5 Pembuatan Sample Bumbu Rendang

Berikut adalah proses produksi meliputi bahan baku dan cara memasak sample bumbu rendang :

- Bahan-Bahan

1. Bawang merah (disesuaikan)
2. Bawang putih (disesuaikan)
3. Cabe merah kriting (disesuaikan)
4. Kemiri
5. Kunyit
6. Jahe
7. Daun salam (1 salam)
8. Sereh (1 batang)
9. Daun jeruk (4 lembar)
10. Santan (1,5 liter)
11. Kelapa gongseng
12. Daun kunyit (1 lembar)

- Cara pembuatan :

1. Haluskan dengan cara diblender bahan-bahan berikut : bawangmerah, bawang putih, cabe merah, cabe rawit, kunyit, jahe, kemiri.
2. Masak kelapa gongseng sampai terlihat kehitaman
3. Masak semua bumbu yang sudah dihaluskan, lalu masukkan daun salam, sereh, daun jeruk dan daun kunyit hingga harum.
4. Masukkan 1,5 liter santan kental
5. Masukkan rempah (ketumbar, merica, pala, kapulaga, bunga lawang, kayu manis, jinten) dan kelapa gongseng.
6. Masak dan terus diaduk sampai kental dan berubah warna menjadi merah kehitaman
7. Bumbu rendang siap dikonsumsi



Gambar 2 6 Pembuatan Sample Bumbu Sate

Berikut adalah proses produksi meliputi bahan baku dan caramemasak sample bumbu sate :

- Bahan-Bahan

1. 250 gr kacang tanah
2. 5 siung Bawang merah (disesuaikan)
3. 8 siung Bawang putih
4. 5 buah Cabe merah kriting (disesuaikan)
5. 5 buah Kemiri
6. Gula aren (disesuaikan)
7. Gula pasir (disesuaikan)
8. Air (secukupnya)
9. Garam (disesuaikan)
10. Kaldu Jamur (disesuaikan)

- Cara pembuatan :

1. Goreng 250 gr kacang tanah, setelah itu haluskan kacang yang sudah di goreng lalu sisihkan
2. Haluskan bumbu berikut : bawang merah, bawang putih, cabe merah, kemiri. Tumis bumbu halus hingga harum.
3. Setelah itu masukkan kacang yang sudah dihaluskan dan tambahkan sedikit air , aduk sebentar lalu masukkan gula Aren
4. Tambahkan gula, garam, dan kaldu jamur
5. koreksi rasa angkat dan sisihkan
6. Bumbu sate siap dikonsumsi



Gambar 2 7 Proses Produksi dan Penjualan Produk

Berikut adalah proses produksi meliputi bahan baku dan cara memasak sample bumbu sate :

- Bahan-Bahan

1. 400 ml susu full cream
2. 600 gram pasta makaroni atau varian pasta lain yang sejenis
3. 400 gram keju *cheddar*
4. 4 siung bawang putih
5. 2 sendok makan tepung maizena
6. 2 sendok makan margarin atau *butter*
7. 4 buah sosis sapi
8. Garam dapur secukupnya
9. Merica bubuk secukupnya
10. Penyedap rasa secukupnya

- Cara pembuatan :

1. Siapkan wajan atau panci untuk merebus pasta makaroni hingga matang. Tingkat kelembutan makaroni bisa Anda sesuaikan dengan selera. Tambahkan garam dapur secukupnya pada air rebusan dan 2 sendok makan margarin atau *butter*. Setelah matang, buang air rebusan dan sisihkan.
2. Masak sosis sapi yang sudah disiapkan sebelumnya. Jika menggunakan sosis siap santap, sosis bisa langsung diiris tipis atau potong dadu.
3. Siapkan wajan untuk menumis 2 sendok makan margarin atau *butter* hingga meleleh, kemudian masukkan bawang putih yang sudah dicincang halus, lalu tumis hingga harum.

4. Tambahkan potongan sosis sapi yang sudah dipotong-potong ke dalam wajan, aduk-aduk selama kurang lebih 30 detik.
5. Masukkan tepung maizena sebanyak 2 sendok makan dan aduk kembali hingga merata.
6. Setelah masukkan tepung terigu, di dalam wajan yang sama, tuangkan susu full cream sembari mengaduk adonan secara perlahan-lahan.
7. Siapkan makaroni yang sudah direbus dan masukkan ke dalam adonan. Tambahkan sedikit garam dan merica bubuk dan aduk-aduk hingga adonan susu meresap ke dalam pasta makaroni.
8. Terakhir, tambahkan keju *cheddar* parut yang sudah Anda siapkan, tambahkan ke dalam adonan. Tuangkan lada hitam sesuai selera. Aduk-aduk rata semua bahan. tuangkan susu full cream sembari mengaduk adonan secara perlahan-lahan.
9. Siapkan makaroni yang sudah direbus dan masukkan ke dalam adonan. Tambahkan sedikit garam dan merica bubuk dan aduk-aduk hingga adonan susu meresap ke dalam pasta makaroni.
10. Terakhir, tambahkan keju *cheddar* parut yang sudah Anda siapkan, tambahkan ke dalam adonan. Tuangkan lada hitam sesuai selera. Aduk-aduk rata semua bahan.

1) Melakukan *Quality Control* Pada Bahan Baku Dan Juga Kemasan.

Kualitas produk merupakan aspek fundamental yang harus diperhatikan dengan serius oleh setiap perusahaan jika ingin produk yang dihasilkan mampu bersaing di pasar. Kualitas yang baik tidak hanya mencerminkan standar produk, tetapi juga menjadi indikator utama dalam menarik minat dan memenuhi ekspektasi konsumen (Hillary & Wibowo, 2021)

Dengan pemahaman yang mendalam mengenai kebutuhan dan harapan konsumen, perusahaan dapat merancang dan mengelola produk dengan lebih efektif. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk memberikan kinerja yang optimal dalam hal penyampaian produk, yang pada gilirannya akan meningkatkan kepuasan konsumen. Untuk mencapai kepuasan tersebut, perusahaan harus berfokus pada penciptaan pengalaman yang positif bagi konsumen, sambil berupaya keras untuk meminimalisir atau bahkan menghilangkan pengalaman yang kurang menyenangkan selama proses konsumsi produk.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas bahan baku berperan penting dalam meningkatkan kualitas produk. Hal ini disebabkan oleh pengelolaan penyimpanan yang baik, yang meliputi perhatian terhadap kebersihan yang sangat krusial, pengaturan penyimpanan secara teratur sesuai dengan jenis bahan, serta penyesuaian suhu ruangan yang sesuai dengan karakteristik masing-masing bahan baku yang disimpan. (Hillary & Wibowo, 2021).

Untuk menjaga kualitas bahan baku, kami secara rutin melakukan pengawasan yang ketat melalui proses *quality control* setiap kali memulai penjualan. Langkah ini penting untuk memastikan bahwa kualitas dan kuantitas bahan yang akan diproduksi tetap terjaga, sehingga kami dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan. Setiap bahan yang kami gunakan telah disimpan dengan baik, mengikuti prosedur penyimpanan yang sesuai untuk masing-masing jenis bahan. Dengan memperhatikan faktor-faktor seperti suhu, kelembapan, dan metode penyimpanan yang tepat, kami berupaya keras untuk melindungi bahan baku dari ancaman serangan, bakteri, atau kontaminasi lainnya yang dapat merusak kualitasnya.

Dengan pendekatan ini, kami yakin bahwa bahan baku yang kami gunakan tidak hanya akan aman dan segar, tetapi juga akan memberikan dampak positif pada hasil akhir produk. Kami berkomitmen untuk memberikan pengalaman terbaik kepada konsumen, dan pengawasan yang ketat terhadap kualitas bahan baku adalah langkah awal yang krusial dalam mencapai tujuan tersebut.

2) Pengenalan Variasi Menu Dan Kemasan Yang Digunakan

Selain beberapa aspek penting yang telah dibahas sebelumnya, selanjutnya adalah bagian kemasan (*packaging*) dan pengenalan dari masing-masing menu Hikyoo Mac and Cheese yang terinspirasi dari cita rasa nusantara. Dalam suatu usaha kuliner, hal krusial yang paling diperhatikan oleh konsumen adalah terkait kemasan. Kemasan sendiri berfungsi sebagai wadah, sarana distribusi, dan alat pemasaran, sehingga desainnya perlu disesuaikan dengan produk dan segmen pasar yang dituju. Sebagai wadah, kemasan menampung produk dan melindunginya dari panas, air, mikroorganisme, dan kontaminan lainnya, sehingga menjaga kualitas dan kesegaran produk (Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Kulon Progo, 2020). Kemasan adalah salah satu bidang dalam desain komunikasi visual yang mempunyai banyak tuntutan khusus karena fungsinya yang langsung berhadapan dengan konsumen, antara lain tuntutan teknis, kreatif, komunikatif dan pemasaran yang harus diwujudkan kedalam bahasa visual. (Azhari, 2016)

Selain itu, kemasan juga mempermudah distribusi dengan memastikan efisiensi dan keamanan selama pengiriman. Di sisi lain, kemasan berperan sebagai alat pemasaran, karena desain yang menarik dapat meningkatkan daya tarik dan penjualan produk. Banyak keputusan pembelian didasarkan pada kemasan dan informasi yang tercantum di dalamnya. Untuk kemasan sendiri Tim produksi dan pemasaran memilih menggunakan kemasan berbahan *Thinwall* kotak yang telah teruji bebas BPA dan *microwave*

safe. Kemasan ini tersedia dalam dua ukuran: sedang, yaitu 300 ml, dan besar, yaitu 500 ml. Pemilihan kemasan ini bertujuan agar produk kami dapat berfungsi sebagai wadah serbaguna, memberikan kemudahan bagi konsumen untuk menyimpan sisa makanan atau menggunakannya untuk keperluan lain.

Untuk mempercantik tampilan kemasan, sebagai daya tarik tersendiri sekaligus upaya branding produk yang baik seperti yang terlansir pada artikel yang diunggahh oleh Dinas Perdagangan dan Perindustriarian Kabupaten Kolonprogo, bahwa membranding produk melalui kemasan bertujuan untuk memperkuat citra produk melalui desain yang menarik. Desain kemasan harus diperhatikan dengan cermat, karena citra produk akan langsung terbentuk di benak konsumen saat mereka melihat kemasan tersebut. (Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Kulon Progo, 2020).

Saat merancang kemasan, penting untuk menyampaikan pesan "belilah saya." Oleh karena itu, desain kemasan memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk, artinya semakin baik kemasan yang ditampilkan oleh perusahaan akan mempengaruhi semakin banyaknya konsumen yang memutuskan untuk memilih / membeli produknya (Apriyanti, 2018). Daya tarik kemasan yang unik dan menarik dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan keuntungan bagi pelaku usaha.

Oleh karena itu untuk packaging kami menambahkan paperbelt dan stiker logo "Hikyoo," yang tidak hanya menambah daya tarik visual tetapi juga memperkuat identitas merek kami. Selain identitas juga ditambahkan beberapa informasi terkait kontak yang dapat dihubungi jika ingin memesan produk seperti nomor telepon, nama usaha pada marketplace dan juga media sosial Hikyoo, sehingga konsumen dapat melihat perkembangan Hikyoo melalui konten pemasaran yang dirancang oleh Tim pemasaran kami.

Melaluidesain kemasan yang menarik ini diharapkan dapat mencuri perhatian konsumen dan memberikan kesan profesional dan berkualitas tinggi.

Dalam hal menu, kami menghadirkan berbagai pilihan yang menggugah selera, termasuk “*Hikyoo Mac and Cheese Original*,” “*Hikyoo Mac and Cheese with Beef Bolognese*,” “*Hikyoo Mac and Cheese Bumbu Rendang*,” dan “*Hikyoo Mac and Cheese Bumbu Sate*.” Setiap menu dipadukan dengan opsi tambahan *topping*, yaitu “*Extra Cheese*” dan “*Extra Beef*,” sehingga konsumen memiliki fleksibilitas untuk menyesuaikan hidangan sesuai dengan preferensi mereka. Dengan variasi ini, kami berkomitmen untuk memberikan pengalaman kuliner yang kaya dan memuaskan bagi setiap pelanggan, sekaligus merayakan keanekaragaman rasa yang ada dalam masakan nusantara. Berikut tabel daftar menu Hikyoo Mac and Cheese :

Tabel 2.3 Daftar Menu Hikyoo dan Harga pada Marketplace

No.	Nama Produk	Ukuran	GoFood	ShopeeFood
1	Mac and Cheese Original	300 ml	Rp. 22.000	Rp. 21.000
2	Mac and Cheese Original	500 ml	Rp.31.999	Rp. 29.000
3	Mac and Cheese Bumbu Sate	300 ml	Rp. 27.000	RP. 25.000
4	Mac and Cheese Bumbu Sate	500 ml	Rp. 37.000	RP. 34.000
5	Mac and Cheese Bumbu Rendang	300 ml	Rp. 29.000	Rp. 27.000
6	Mac and Cheese Bumbu Rendang	500 ml	Rp. 45.000	Rp.38.000
7	Mac and Cheese Bolognese	300 ml	Rp. 27.000	Rp. 25.000
8	Mac and Cheese Bolognese	500 ml	Rp. 39.000	Rp. 38.000
9	Mac and Cheese Telur	300 ml	Rp. 27.000	Rp. 25.000
10	Mac and Cheese Telur	500 ml	Rp. 39.000	Rp. 37.000

Tabel 2.4 Daftar Menu Hikyoo dan Harga diluar Marketplace (PO)

No.	Nama Produk	Ukuran	GoFood
1	Mac and Cheese Original	300 ml	Rp. 13.000
2	Mac and Cheese Original	500 ml	Rp. 22.000
3	Mac and Cheese Bumbu Sate	300 ml	Rp. 16.000
4	Mac and Cheese Bumbu Sate	500 ml	Rp. 25.000
5	Mac and Cheese Bumbu Rendang	300 ml	Rp. 18.000
6	Mac and Cheese Bumbu Rendang	500 ml	Rp. 28.000

3) Manajemen Stok Produk dan Bahan Baku

Faktor penting dalam suatu perusahaan adalah bahan baku, karena bahan baku merupakan sumber utama jalannya produksi. Masalah penentuan besarnya persediaan merupakan masalah yang penting bagi perusahaan, karena persediaan mempunyai efek langsung terhadap keuntungan perusahaan (Fitra, Effendy, & Howara, 2017).

Penting bagi pelaku usaha untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang manajemen persediaan bahan baku. Dengan pengetahuan yang baik, mereka dapat mengelola stok dengan lebih efisien, sehingga dapat mengurangi biaya penyimpanan dan pengeluaran lainnya. Hal ini berangkat dari anggapan bahwa persediaan bahan baku yang dikelola dengan baik merupakan fondasi utama dalam strategi bisnis untuk meningkatkan keuntungan.

Menguasai cara pengelolaan persediaan tidak hanya membantu dalam menghindari pemborosan, tetapi juga memungkinkan pelaku

usaha untuk merespons permintaan pasar dengan lebih cepat. Dengan demikian, dapat menjaga ketersediaan produk, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan pada akhirnya, memperkuat posisi kompetitif di pasar. Menerapkan praktik terbaik dalam manajemen persediaan juga dapat berkontribusi pada keberlanjutan operasional, menjadikan perusahaan lebih adaptif terhadap perubahan kondisi bisnis. Juga perlu digaris bawahi untuk memahami persediaan bahan baku secara menyeluruh bukanlah hal yang mudah, karena persediaan bahan baku memiliki banyak faktor-faktor yang dapat membuat perusahaan baik untung maupun rugi (Rangkuti, 2007).

Untuk memastikan persediaan bahan baku yang mencukupi selama proses produksi, tim produksi memulai dengan perencanaan yang teliti. Mulai dari melakukan pencatatan setiap bahan baku yang diperlukan untuk masing-masing variasi menu, termasuk komposisi per porsi dan harga setiap bahan baku. Dengan informasi ini, dapat memperkirakan jumlah stok yang perlu disediakan serta biaya produksi yang terkait.

Lebih jauh, tim produksi Hikyoo aktif terlibat dalam proses produksi secara langsung. Keterlibatan ini tidak hanya memastikan bahwa setiap bahan baku digunakan secara efektif sesuai dengan komposisi yang telah disesuaikan untuk setiap menu, tetapi juga membantu menghindari terjadinya kelebihan stok. Dengan demikian, mereka mampu menjaga efisiensi dan mengoptimalkan penggunaan bahan baku.

Selain itu, tim produksi Hikyoo memiliki tanggung jawab penting untuk memastikan bahwa bahan baku tersedia dalam jumlah yang cukup untuk memenuhi permintaan pelanggan. Dalam menjalankan tanggung jawab ini, Tim produksi secara rutin mencatat setiap transaksi pengeluaran produk, baik untuk kebutuhan internal perusahaan maupun untuk pengiriman barang kepada pelanggan, baik melalui penjualan di marketplace maupun melalui sistem pemesanan (PO).

Melalui pendekatan yang terstruktur dan pengawasan yang cermat, tim produksi Hikyoo berhasil menjaga ketersediaan stok bahan baku yang konsisten. Ini tidak hanya memastikan kelancaran operasional tetapi juga meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memenuhi permintaan secara tepat waktu dan efisien. Keberhasilan ini menunjukkan komitmen tim dalam menjaga standar kualitas dan layanan yang tinggi.

3) Melakukan Kerjasama dengan Mitra *Café*

Menurut Undang-undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, kemitraan adalah kerja sama usaha antara usaha kecil dengan usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau besar dengan memperlihatkan prinsip saling membutuhkan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan. Dalam penelitiannya menurut (Rahayu, 2010) kemitraan adalah jalinan kerjasama dari dua atau lebih pelaku usaha yang saling menguntungkan sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesempatan dalam percaturan perekonomian nasional

Untuk memperluas jangkauan penjualan dan meningkatkan pengenalan produk Hikyoo, tim Hikyoo berupaya menjalin kerjasama dengan mitra dagang di sekitar kampus UII. Sebagaimana yang tertera dalam penelitian menurut (M. & Bado, 2011). Dalam upaya untuk pengembangan usaha kecil menengah dan koperasi, maka faktor-faktor strategis tersebut dapat ditempuh melalui kerjasama dengan lembaga usaha lainnya dalam bermitra usaha. Salah satu langkah strategis yang diambil adalah kolaborasi dengan *café* Kopinya Piyu Turi, yang dikenal dengan beragam pilihan minuman yang menarik. Dalam kerjasama ini, Hikyoo berperan sebagai penyedia makanan, sehingga produk mereka dapat menjadi pelengkap yang sempurna bagi menu *café*.

Proses kerjasama ini melibatkan serangkaian pertemuan antara tim Hikyoo dan pihak Kopinya Piyu. Pertemuan pertama difokuskan pada pembahasan kesepakatan kerjasama, di mana kedua pihak mendiskusikan visi dan tujuan kolaborasi yang saling menguntungkan. Selanjutnya, pada pertemuan kedua, tim Hikyoo memberikan pelatihan kepada para barista dan karyawan *café* mengenai teknik memasak dan penyajian menu produk Hikyoo. Pelatihan ini bertujuan untuk memastikan bahwa makanan disajikan dengan standar kualitas yang tinggi, sesuai dengan citra yang ingin dibangun oleh kedua pihak.

Setelah tahapan pelatihan, tim Hikyoo mempersiapkan stok bahan baku yang diperlukan untuk penjualan di *café*. Stok tersebut dikelola dengan cermat agar selalu tersedia dan memenuhi permintaan pelanggan. Selain itu, tim Hikyoo juga menjadwalkan kunjungan rutin ke *café* untuk melakukan quality control, memastikan bahwa produk yang disajikan selalu memenuhi standar kualitas yang ditetapkan. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan kolaborasi antara Hikyoo dan Kopinya Piyu dapat berjalan sukses dan memberikan manfaat yang signifikan bagi kedua belah pihak.

Kerjasama yang dikembangkan melalui kemitraan akan memberikan manfaat baik bagi usaha kecil menengah dan koperasi maupun bagi usaha besar dalam membentuk jaringan usaha dan jaringan distribusi pemasaran produk (M. & Bado , 2011). Berikut dokumentasi pertemuan Tim Hikyoo dengan pihakKopinya Piyu.



*Gambar 2 8 Pertemuan pertama dan
Training Bersama Pihak Kopinya Piyu*

b. Tinjauan Aspek Riset

Dalam pelaksanaan pengembangan bisnis ini, semua aspek terkait produk dan pemasaran didasarkan pada riset yang mendalam. Menurut KBBI, riset berarti penyelidikan suatu masalah secara kritis, tersistem, dan ilmiah dengan jelas. Hal ini berguna untuk meningkatkan pengetahuan serta pengertian dalam mendapatkan fakta dan penafsiran yang lebih baik. Dilansir pada artikel Berita Usaha, riset bisnis atau penelitian merupakan proses pengumpulan informasi untuk mengetahui segala hal terkait bisnis. Mulai dari kondisi pasar, target pasar, pesaing, dan lainnya sehingga pengusaha dapat menentukan strategi yang tepat untuk memperoleh keuntungan maksimal (Zakawali, 2024) .

Riset memainkan peran yang sangat krusial dalam industri kuliner, terutama dalam membantu pengambilan keputusan yang akan memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis. Dengan melakukan riset yang sistematis, berbagai hal terkait pengembangan bisnis dapat ditangani dengan lebih efektif, termasuk pemahaman terhadap preferensi konsumen, segmentasi pasar yang tepat, serta identifikasi tren dan inovasi yang dapat diadopsi.

Selain itu, riset memungkinkan analisis yang lebih mendalam terhadap strategi kompetitor, sehingga tim dapat merumuskan pendekatan yang lebih baik dalam menghadapi persaingan. Riset juga berfungsi untuk mengoptimalkan operasional dan layanan, memastikan bahwa setiap elemen dalam bisnis berjalan dengan efisien dan memenuhi harapan pelanggan. Dengan informasi yang diperoleh dari riset, tim dapat merumuskan strategi yang lebih cerdas dan responsif terhadap kebutuhan pasar.

Berikut adalah beberapa kegiatan operasional yang berkaitan dengan bidang riset, yang dirancang untuk mendukung pengembangan bisnis Hikyoo secara menyeluruh:

1) Melakukan Riset Pasar dengan Melihat Dan Mengamati Kompetitor

Di bidang riset, sejumlah langkah strategis dilakukan untuk mendukung pengembangan bisnis, salah satunya adalah melakukan riset pasar. Hal tersebut dijelaskan juga oleh (Aditama, 2014) yang menjelaskan bahwa riset pasar perlu dilakukan pada saat memulai usaha baru, memperkenalkan produk baru, dan untuk mempertahankan usaha yang sudah ada. Dilakukannya riset pasar pada produk selain dapat membantu para pengusaha dalam mengidentifikasi seberapa besar produknya dapat diterima oleh masyarakat, tapi juga dapat dilakukan perbaikan dan inovasi sesuai dengan kebutuhan pasar.

Riset pemasaran memiliki fungsi antara lain digunakan untuk mengidentifikasi dan mendefinisikan peluang dan masalah di perusahaan untuk menghasilkan dan mengevaluasi pemasaran; untuk memantau kinerja pemasaran; serta memperbaiki proses pemasaran (Anjarsari & Nandiroh, 2017). Tujuan utama dari riset pasar ini adalah untuk mengidentifikasi kondisi pasar di sekitar kampus UII, dengan cara menganalisis peluang serta kebutuhan konsumen yang masih belum terpenuhi. Selain itu, riset ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi tren pasar yang sedang berkembang dalam industri makanan di area tersebut, sehingga tim dapat mengambil langkah yang tepat untuk memenuhi permintaan pasar.

Kegiatan riset lainnya yang kami lakukan mencakup analisis mendalam terhadap kekuatan dan kelemahan strategi produk dan pemasaran dari para pesaing. Melalui evaluasi ini, kami dapat mengumpulkan informasi berharga yang menjadi acuan untuk menyesuaikan strategi bisnis kami berdasarkan dinamika pasar yang ada. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai posisi kompetitor, kami dapat mengembangkan pendekatan yang lebih efektif untuk menarik perhatian konsumen.

Dengan melaksanakan beragam kegiatan riset ini, semua aspek yang terkait dengan usaha kuliner kami dapat dilandasi oleh data yang konkret dan hasil yang telah teruji, bukan hanya berdasarkan asumsi atau perkiraan semata. Hal ini memungkinkan kami untuk mengambil keputusan yang lebih informasional dan efektif, sehingga mendorong keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis Hikyoo di tengah persaingan yang semakin ketat.

Tabel 2.5 Data Produk Kompetitor

	Toko 1	Toko 2
Nama Toko	Vins Pizza	Pazuppa
Harga, ukuran	1. Ukuran 200 ml Rp.28k 2. Ukuran 450 ml Rp. 45k	Ukuran 250ml-300ml dengan harga 20k-27k
Variasi Menu	1. Mac N Cheese Beef Brulee 2. Mac N Cheese Beef Sausage	1. Mac N Cheese Ayam 2. Mac N Cheese Smoke Beef 3. Mac N Cheese Kornet 4. Mac N Cheese Spicy Tuna
Media Penjualan	Whatsapp, GoFood,ShopeeFood, GrabFood	GoFood,ShopeeFood
Media Sosial	Instagram : @vinspizza	Tidak Ada
Lokasi	Jl. Kaliurang KM 10- Yogyakarta	Jl. Palagan KM 9-Yogyakarta

Dari tabel di atas, hasil riset menunjukkan bahwa kedua toko yang menjadi kompetitor Hikyoo Mac and Cheese di sekitar Jalan Kaliurang menawarkan beragam variasi menu dengan harga yang terbilang cukup terjangkau. Meskipun demikian, ketika melihat lebih dalam variasi menu yang ditawarkan oleh kedua kompetitor tersebut, tidak ada satu pun yang menyajikan cita rasa nusantara. Hal ini memberikan keunggulan tersendiri bagi Hikyoo Mac and Cheese, yang dapat menawarkan pengalaman kuliner

yang unik dan berbeda.

Selain itu, perbedaan mencolok lainnya terletak pada ukuran porsi yang ditawarkan. Hikyoo menyediakan porsi yang lebih besar, berkisar antara 300ml hingga 500ml, dengan rentang harga yang cukup kompetitif, yaitu sekitar 21 ribu hingga 45 ribu rupiah, tergantung pada ukuran dan variasi menu yang dipilih. Pendekatan ini memungkinkan Hikyoo untuk memberikan nilai lebih kepada pelanggan, baik dari segi kuantitas maupun cita rasa.

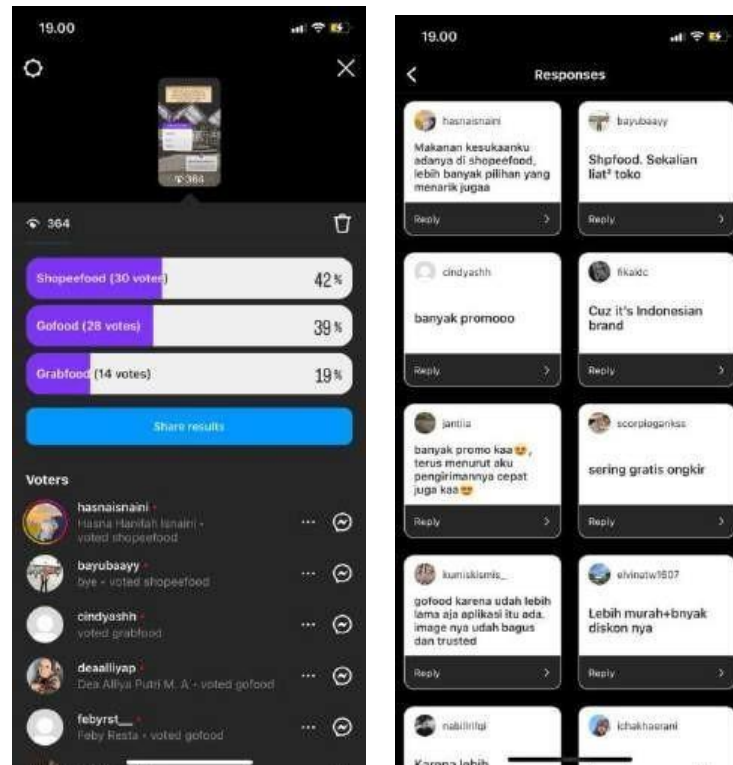
Untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kesadaran merek, Hikyoo juga aktif memanfaatkan media sosial, terutama Instagram dan TikTok, sebagai platform pemasaran. Melalui strategi pemasaran digital ini, Hikyoo dapat menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, serta memperkenalkan produk-produk mereka kepada masyarakat dengan cara yang menarik dan kreatif. Dengan semua keunggulan ini, Hikyoo semakin dikenal dan berpotensi menarik lebih banyak pelanggan.

2) Riset Mengenai Platform Yang Sering Digunakan Untuk Menunjang Penjualan Produk

Selain itu, kami juga melaksanakan sejumlah riset kecil melalui media sosial untuk mengidentifikasi platform marketplace mana yang paling sering digunakan atau digemari oleh target pasar kami. Riset ini sangat penting karena memberikan wawasan yang berguna dalam mengambil keputusan terkait strategi penjualan kami di platform-platform yang terpilih. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang preferensi konsumen, kami dapat menyesuaikan pendekatan pemasaran dan meningkatkan kemungkinan keberhasilan penjualan.

Dikutip dari laman Kompas.com, Perusahaan marketplace adalah penyedia *platform*/tempat bertemunya penjual dan pembeli, di mana pembeli bisa melihat produk apa saja yang dijual, lalu perusahaan marketplace mengambil keuntungan melalui komisi dari setiap penjualan. Platform dalam marketplace adalah bisa berbentuk website maupun aplikasi. Semua operasional marketplace, termasuk pengelolaan website hingga metode pembayaran difasilitasi oleh perusahaan penyedia marketplace (Idris, 2023).

Berikut adalah hasil mini riset mengenai platform marketplace yang kami pilih untuk mendukung strategi penjualan kami. Riset ini tidak hanya mencakup analisis popularitas masing-masing platform, tetapi juga faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, biaya transaksi, dan jangkauan pasar yang ditawarkan, yang semuanya akan menjadi pertimbangan penting dalam pengambilan keputusan kami. Dengan pendekatan yang terstruktur ini, kami berharap dapat mengoptimalkan potensi penjualan dan mencapai tujuan bisnis kami secara lebih efektif.



Gambar 2 9 Mini Riset Pemilihan Platform Marketplace untuk Penjualan

Pada gambar diatas, setelah riset melalui media sosial, kami memilih untuk menggunakan 2 *platform* yang paling diminati yaitu Shopeefood dan Gofood, sebelum kami memulai penjualan dari dua platform tersebut kami juga melakukan riset kembali mengenai syarat dan ketentuan untuk bermitra dengan dua *platform*tersebut dari mulai cara pembuatan akun, sistem penjualan, penerapan strategi penjualan, sampai dengan pembagian hasil penjualan.

3) Riset Tentang Penentuan Variasi Menu Tradisional

Kegiatan riset lainnya di bidang produksi, kami melakukan riset tentang macam-macam masakan khas daerah yang paling diminati masyarakat untuk dapat dipadukan dengan hidangan pasta kami yaitu “*Mac and Cheese*”. Dilansir dari artikel yang bersumber dari situs *website* Kemenparekraf, dilaporkan bahwasanya “Pada 2017, CNN International merilis daftar “50 Makanan Terenak di Dunia” (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020) Pemilihan ini dilakukan berdasarkan voting pada laman media sosial Facebook dan berhasil menghimpun 35.000 suara.

Berdasarkan survei tersebut, rendang berhasil menduduki posisi pertama dari daftar tersebut.”, sebagaimana yang kita tahu rendang merupakan salah satu makanan tradisional khas daerah Minangkabau yang menggunakan daging sapi sebagai “*main menu*” dalam masakan ini, dipadukan dengan santan kelapa sebagai bahan utama dengan kandungan bumbu yang kaya akan rempah. Selain rendang makanan lain yang juga menjadi *favorite* dan masuk dalam 50 daftar makanan terlezat di dunia versi media internasional tahun 2017 adalah sate. Sate adalah makanan khas Indonesia yang terdiri dari daging ayam, sapi, maupun kambing yang ditusuk dan dipanggang dengan bumbu kacang yang memadukan rasa gurih, manis dan juga sedikit pedas.

Dari kedua menu masakan tersebut Tim produksi menimbang juga dari komposisi dan tekstur dari kedua bumbu tersebut yang tidak terlalu cair namun tetap ada unsur kental, sehingga dirasa cocok untuk dijadikan *topping* yang dipadukan dengan *Mac and Cheese*, seperti halnya *topping* bumbu *Bolognese* yang sering dijadikan *topping* pada *Mac and Cheese* dan memiliki tekstur yang mirip dengan keduanya. Dari hasil riset dan pertimbangan antara kedua menu tersebut, terpilih lah dua menu unggulan kami yang memadukan masakan modern dengan cita rasa tradisional yaitu “Mac and Cheese Bumbu Rendang” dan “Mac and Cheese Bumbu Sate”.

Dari dua menu pilihan itu masing-masing menu juga telah kami lakukan riset mendalam dari mulai bahan sampai dengan cara pembuatannya. Oleh karena itu kami meracik sendiri resep dari masing-masing menu dengan dilandasi berbagai riset tentang masakan tersebut sehingga kami dapat menyajikan hidangan yang inovatif, tentunya dengan beberapa kali percobaan untuk mendapatkan resep yang sesuai dengan karakteristik yang akan kami bangun dari usaha ini.

4) Uji Ketahanan Produk

Setelah menemukan resep yang sesuai, langkah riset selanjutnya adalah melakukan percobaan ketahanan produk. Kami melakukan pengujian ini dengan menyimpan produk dalam dua kondisi, yaitu di suhu ruang dan suhu pendingin selama beberapa hari. Tujuan dari percobaan ini adalah untuk mengevaluasi seberapa baik produk kami dapat bertahan dalam berbagai kondisi penyimpanan.

Beberapa aspek yang diuji meliputi ketahanan Mac and Cheese Original yang telah dimasak, Mac and Cheese yang dicampur dengan bumbu tradisional, serta bumbu tradisional itu sendiri. Setiap variasi produk diuji dengan cermat, dan kami memperhatikan perubahan yang terjadi dari segi rasa, warna, dan aroma. Dengan melakukan pengujian ini, kami dapat mengidentifikasi potensi perubahan yang mungkin mempengaruhi kualitas produk seiring berjalannya waktu.

Hasil dari percobaan ini akan memberikan wawasan berharga mengenai daya simpan produk kami dan membantu kami dalam merumuskan strategi penyimpanan yang tepat. Selain itu, informasi ini juga akan menjadi dasar untuk menginformasikan pelanggan tentang cara terbaik menyimpan produk agar tetap berkualitas.

Dengan pendekatan yang sistematis dan berbasis riset ini, kami berusaha untuk memastikan bahwa produk Hikyoo Mac and Cheese tidak hanya lezat saat disajikan, tetapi juga memiliki daya tahan yang baik, sehingga dapat dinikmati oleh pelanggan dalam waktu yang lebih lama.



*Gambar 2 10 Uji Ketahanan Bumbu Rendang
di Suhu Ruangan dan Pendingin*



*Gambar 2.11 Uji Ketahanan Mac N CheeseBumbu
Satedi suhu ruangan dan pendingin*



*Gambar 2 12 Uji Ketahanan Mac N
Cheese Original di Suhu Pendingin*

Dari hasil riset uji ketahanan untuk variasi menu Mac and Cheese Bumbu Rendang, kami telah melakukan serangkaian pengujian untuk mengevaluasi daya tahan produk dalam berbagai kondisi penyimpanan. Kami melakukan riset ini dengan menguji masing-masing menu, baik yang disimpan di suhu ruangan maupun suhu pendingin selama beberapa hari. Hasil pengujian menunjukkan variasi yang menarik dalam ketahanan produk.

Dari pengujian yang dilakukan, kami menemukan bahwa semua produk Mac and Cheese yang telah dimasak tanpa tambahan pengawet memang tidak memiliki daya tahan yang lama ketika disimpan di suhu ruang, dengan ketahanan hanya mencapai 1x24 jam. Hal ini menunjukkan bahwa tanpa pengawet, produk kami lebih rentan terhadap perubahan kualitas. Namun, untuk Mac and Cheese Original yang belum dicampur dengan bumbu tradisional, serta versi yang sudah dicampur dengan topping bumbu tradisional, daya tahannya jauh lebih baik. Kedua variasi ini dapat bertahan selama 3 hingga 5 hari ketika disimpan di suhu pendingin. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi kami dalam merumuskan panduan penyimpanan yang tepat untuk konsumen, memastikan mereka dapat menikmati produk kami dalam kondisi terbaiknya.

Dengan informasi ini, kami berkomitmen untuk memberikan edukasi kepada pelanggan tentang cara menyimpan Mac and Cheese agar tetap enak dan aman untuk dikonsumsi. Selain itu, hasil riset ini juga akan menjadi dasar bagi kami untuk mempertimbangkan pengembangan produk di masa depan, termasuk kemungkinan penggunaan bahan pengawet alami yang dapat memperpanjang umur simpan tanpa mengorbankan kualitas rasa.

BAB III

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

A. Identifikasi Masalah

Segala hal yang telah direncanakan dan dipersiapkan dalam menjalankan sebuah bisnis, tidaklah selalu dapat berjalan dengan baik, tentu terkadang dalam sebuah usaha juga pasti akan menghadapi berbagai tantangan dan masalah yang dapat menghambat rencana yang telah dipersiapkan dengan matang. Akan tetapi sebagai pebisnis yang kompeten alangkah baiknya dapat mengantisipasi masalah dan tantangan tersebut dengan memikirkan dan mempersiapkan segala bentuk rencana lainnya jika memang terdapat kendala pada rencana sebelumnya. Adapun masalah-masalah umum yang muncul dalam menjalankan bisnis ini antara lain :

1. Identifikasi Masalah Bidang Produksi

Persaingan ketat di bidang kuliner yang membuat Hikyoo Mac and Cheese menjadi perbandingan antara brand besar yang juga memiliki menyang serupa, begitupun juga dengan selera konsumen yang berbeda-beda, tidak semua orang suka dan dapat menikmati sajian pasta yang mana makanan ini terasa asing bagi sebagian orang yang belum pernah mencoba. Lalu Bahan baku yang tidak bertahan lama, karena bahan baku yang kami gunakan tidak menggunakan bahan pengawet sehingga tidak bisa didiamkan terlalu lama jika stok masih terlalu banyak, sehingga bahan yang sudah tidak bisa digunakan harus diganti dengan bahan yang baru dan terkadang bahan yang kami gunakan ada beberapa yang kehabisan stok di toko atau supplier yang biasa kami beli, karena produk bahan yang digunakan termasuk bahan yang *favorite* untuk dibeli

Persaingan yang ketat di bidang kuliner menjadi tantangan yang signifikan bagi Hikyoo Mac and Cheese, terutama ketika harus bersaing dengan merek-merek besar yang menawarkan menu serupa. Dalam konteks ini, preferensi konsumen yang beragam juga menjadi faktor yang harus diperhatikan. Tidak semua orang memiliki selera yang sama terhadap pasta, dan bagi sebagian individu, hidangan ini bisa terasa asing jika mereka belum pernah mencobanya sebelumnya. Oleh karena itu, memahami karakteristik pasar dan menyesuaikan penawaran dengan preferensi konsumen menjadi hal yang krusial untuk menarik perhatian dan membangun basis pelanggan yang loyal.

Di samping tantangan persaingan, kami juga menghadapi kendala terkait bahan baku yang digunakan. Salah satu komitmen kami adalah untuk tidak menggunakan bahan pengawet, sehingga bahan baku yang kami pilih memiliki masa simpan yang terbatas. Hal ini membuat kami harus lebih selektif dalam pengelolaan stok, karena bahan yang tidak dapat disimpan terlalu lama harus segera digunakan. Jika stok bahan baku berlebih, kami harus melakukan penggantian dengan bahan baru sebelum kualitasnya menurun. Ini menuntut manajemen yang efisien agar tidak terjadi pemborosan.

Kendala lain yang dihadapi adalah ketersediaan bahan baku di pasar. Beberapa bahan favorit seringkali mengalami kekurangan stok dari toko atau pemasok yang kami andalkan. Untuk mengatasi tantangan ini, Hikyoo Mac and Cheese berupaya menjaga hubungan baik dengan pemasok, agar dapat memberikan produk berkualitas tinggi tanpa mengorbankan cita rasa atau standar yang telah ditetapkan

2. Identifikasi Masalah Bidang Riset

Menciptakan variasi menu nusantara yang dapat dipadukan dengan hidangan mac and cheese bukanlah tugas yang mudah. Proses ini memerlukan penelitian dan eksplorasi yang mendalam, di mana saya harus mencari berbagai resep masakan Indonesia yang cocok untuk diintegrasikan dengan hidangan tersebut. Namun, saya sering menemui tantangan ketika resep-resep yang saya teliti memiliki metode pembuatan dan bahan yang bervariasi. Hal ini menyebabkan kebingungan dalam menentukan resep dan bahan terbaik yang harus digunakan untuk menciptakan kombinasi yang tepat.

Selain itu, penulis juga menghadapi kendala lain dalam riset ini, khususnya terkait dengan ketahanan produk. Banyak resep yang penulis temukan menghasilkan hidangan yang tidak dapat bertahan lama pada suhu ruang. Ini tentunya menjadi pertimbangan penting bagi konsumen ketika mereka mempertimbangkan untuk membeli produk. Ketahanan produk yang rendah dapat mempengaruhi keputusan pembelian, karena konsumen cenderung menginginkan makanan yang tidak hanya lezat, tetapi juga aman dan tahan lama.

Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan pendekatan kreatif dan inovatif dalam pengembangan resep. Penulis harus melakukan eksperimen dengan berbagai bahan dan teknik penyajian untuk menemukan solusi yang efektif, sehingga hidangan yang dihasilkan tidak hanya menggugah selera, tetapi juga memiliki daya simpan yang lebih baik. Upaya ini akan melibatkan kolaborasi dengan ahli kuliner dan melakukan uji coba yang berkelanjutan, guna memastikan bahwa hasil akhirnya dapat memenuhi harapan konsumen dan tetap mempertahankan kualitas serta cita rasa yang diinginkan.

B. Pemecahan Masalah Bidang Produksi dan Riset

Dengan adanya tantangan dan masalah dalam sebuah bisnis juga memiliki sisi positif yaitu dapat melatih cara berpikir yang lebih kritis dan tidak hanya mengambil langkah yang cepat namun juga harus tepat. Sebagai seorang pebisnis perlu memikirkan segala bentuk hambatan yang mungkin terjadi sehingga dapat mencari dan mempertimbangkan solusi lain dari masalah tersebut. Berikut beberapa kendala dan pemecahan masalah dari bidang produksi dan riset :

1. Pemecahan Masalah Bidang Produksi

Kendala pertama, adanya persaingan yang ketat di bidang kuliner membuat Hikyoo Mac and Cheese harus terus membuat inovasi yang dapat membedakan dari usaha kuliner lainnya, mengingat mac and cheese bukan hidangan yang sering dikonsumsi masyarakat Indonesia dan bahkan masih terlihat asing bagi sebagian orang, oleh karena itu kami mencoba untuk menyesuaikan dengan selera lidah masyarakat Indonesia, solusi yang kami lakukan adalah membuat hidangan pasta mac and cheese dipadukan dengan bumbu masakan Indonesia, seperti contohnya variasi menu Mac and Cheese Bumbu Rendang dan Mac and Cheese Bumbu Sate. Dengan variasi menu ini harapannya akan dapat menarik konsumen untuk dapat mencoba, walaupun mungkin masih ada sebagian orang yang tetap merasa asing dengan variasi ini karena selera orang berbeda-beda namun kami tetap mempertahankan kualitas rasa tanpa harus mengurangi salah satunya.

Kendala kedua, mengenai bahan baku yang tidak bertahan lama seperti susu cair *full cream* misalnya, bahan ini hanya bertahan paling lama seminggu jika didiamkan dalam pendingin, oleh karena itu kami harus mencari bahan alternatif yang tidak merubah harga modal terlalu banyak namun, bahan ini lebih tahan lama dari susu *full cream* biasanya.

Untuk kendala pada stok bahan baku yang sering habis di toko *supplier* solusinya adalah memperbanyak *supplier* alternatif di toko-toko sekitar jogja walaupun jaraknya jauh, atau mencari *supplier* lain di toko online dengan pembelian secara instan, dan biasanya kelebihan toko online harganya lebih murah dibanding toko offline sehingga bisa sedikit menekan pengeluaran modal. Untuk mengatasi hal ini tim produksi hikyoo telah mencatat toko-toko *supplier* bahan baku maupun kemasan yang ada disekitar jogja sebagai berikut :

Table 3.1 Daftar *Supplier* Bahan Baku

No.	Toko Offline	Toko Online
1.	Toko Agung Grosir	Toko Bahan Kue 72
2.	Fikrunisa Grosir	Indobaru bakermart
3.	Rizquna Frozen Food	Intisari bakersmart
4.	Rasa Foodie Frozen Food	Dimas ryans frozen foods
5.	Superindo Kaliurang	Adeshop frozen foods
6.	Manna Kampus (Mirota Kampus 2)	

Table 3.2 Daftar *Supplier* Kemasan

No.	Nama Toko
1.	Toko Plastik Husna
2.	Toko Mekar Wangi “Bahan Roti dan Plastik”
3.	Toko Plastik dan Kemasan 60
4.	Toko plastik Lariz
5.	“Aneka plastik” toko plastik dan bahan Kue

Dari daftar pemasok di atas mencakup nama-nama toko yang telah disurvei terkait kualitas dan perbandingan harganya. Beberapa toko online yang dipilih sebagai pemasok bahan baku tidak hanya memiliki lokasi yang relatif dekat, tetapi juga menjadi alternatif saat pemasok dari toko fisik mengalami kekurangan stok. Oleh karena itu, toko-toko online tersebut memiliki keunggulan dalam pengiriman yang lebih cepat, sehingga memudahkan tim produksi dalam mengatasi kendala persediaan bahan baku.

2. Pemecahan Masalah Bidang Riset

Kendala pertama, yang kami hadapi berkaitan dengan beragam variasi resep masakan Indonesia yang berasal dari berbagai sumber. Keberagaman ini sedikit menyulitkan kami dalam menentukan resep paten untuk bumbu Nusantara, terutama karena kami belum pernah membuat masakan tersebut secara mandiri. Situasi ini tentu saja menjadi tantangan tersendiri bagi tim kami, mengingat kompleksitas rasa dan teknik yang terdapat dalam masakan Indonesia. Oleh karena itu, sebagai bagian dari proses riset, sangat penting untuk melakukan percobaan berkali-kali guna menemukan rasa dan komposisi yang tepat. Proses ini tidak hanya akan membantu kami memahami karakteristik masing-masing bumbu, tetapi juga memberikan wawasan mengenai kombinasi yang paling cocok. Tim produksi telah mencoba beberapa resep yang ditemukan dari berbagai sumber, termasuk buku masak, situs web kuliner, dan video tutorial.

Selain itu, kami juga berinteraksi dengan orang-orang terdekat yang memiliki pengalaman dalam memasak masakan Indonesia, terutama mereka yang sering mengolah hidangan serupa. Dengan meminta pendapat dan pengalaman mereka, kami berharap dapat memperkaya pengetahuan kami dan mendapatkan sudut pandang yang berbeda. Informasi dan teknik yang mereka bagikan akan menjadi referensi berharga dalam proses pengembangan resep paten kami. Dengan menggabungkan berbagai pendekatan ini, kami percaya bahwa kami dapat menghasilkan resep yang tidak hanya autentik tetapi juga dapat diterima oleh berbagai kalangan. Proses kolaborasi dan eksplorasi ini diharapkan akan memperkaya hasil akhir, menjadikan hidangan yang kami ciptakan lebih bernilai dan sesuai dengan selera masyarakat luas.

Kendala lain yang kami hadapi berkaitan dengan ketahanan produk. Berdasarkan hasil riset, produk yang telah dimasak tidak dapat bertahan lama pada suhu ruangan, yang dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk membelinya. Untuk mengatasi hal ini, kami telah melakukan penelitian lebih lanjut mengenai ketahanan produk dengan mengujinya selama beberapa hari di dalam suhu pendingin. Hasilnya menunjukkan bahwa produk dapat bertahan sekitar 3-5 hari.

Sebagai langkah komunikasi, kami telah membuat pengumuman melalui media sosial Hikyoo dan mitra marketplace kami. Selain itu, kami sedang mempertimbangkan untuk melengkapi kemasan dengan informasi mengenai masa penyimpanan, sehingga konsumen tidak ragu atau memiliki pertanyaan mengenai ketahanan produk kami.

C. Tinjauan Teoritis

Agar pembaca dapat lebih mudah memahami isi laporan bisnis Hikyoo Mac and Cheese, penulis telah menyajikan beberapa definisi yang relevan terkait dengan identifikasi masalah yang dihadapi. Di antara definisi-definisi tersebut, beberapa yang akan diuraikan adalah Teori tentang produksi, manajemen produksi dan Riset dalam bisnis.

Riset bisnis adalah proses sistematis yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi terkait pasar, pelanggan, dan kompetitor. Tujuannya adalah untuk membantu pengusaha membuat keputusan yang lebih tepat dan strategis. Dengan pemahaman yang mendalam tentang kondisi pasar, Hikyoo Mac and Cheese dapat mengidentifikasi peluang dan tantangan yang ada.

Sementara itu, manajemen produksi merujuk pada perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan proses produksi untuk memastikan efisiensi dan kualitas. Dalam konteks Hikyoo, manajemen produksi yang baik akan mendukung pengembangan produk yang inovatif sekaligus menjaga standar kualitas, sehingga dapat memenuhi harapan pelanggan.

Dengan menyajikan definisi-definisi ini, diharapkan pembaca dapat memiliki kerangka acuan yang jelas untuk memahami konteks dan analisis yang akan dipaparkan dalam laporan ini. Ini akan mempermudah pembaca dalam menyerap informasi yang relevan dan menarik kesimpulan yang tepat mengenai strategi dan arah bisnis Hikyoo Mac and Cheese.

1. Teori Produksi .

a. Definisi

Teori Produksi secara umum adalah studi tentang produksi atau proses ekonom yang didefinisikan sebagai suatu tindakan atau proses yang merubah masukan (input) menjadi hasil keluaran (output), (Sholiha, 2018). Konsep utama yang dikenal dalam teori ini adalah memproduksi output semaksimal mungkin dengan input tertentu dengan biaya produksiseminimal mungkin.

Definisi ini cukup luas untuk mencakup keluaran (output) yang dapat berupa barang atau jasa. Dalam arti yang lebih sempit produksi didefinisikan sebagai proses membuat barang jadi maupun barang setengah jadi, bahan industri, maupun komponen, yang dapat menghasilkan barang konsumsi dan industri. Dalam definisi lain produksi adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengubah input menjadi output (Hutauruk, 2023). Dengan kata lain, produksi melibatkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengubah input seperti bahan baku, tenaga kerja, dan modal menjadi output yang memiliki nilai ekonomi.

Proses produksi ini sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan, karena efisiensi dan efektivitas produksi berpengaruh langsung pada profitabilitas. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai teori produksi dapat membantu perusahaan dalam merancang strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk mereka. Dengan memahami teori ini, perusahaan dapat mengidentifikasi cara-cara untuk meningkatkan produktivitas, mengurangi limbah, dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya, sehingga dapat bersaing lebih baik di pasar.

Dalam konteks ini, produksi mencakup semua aktivitas yang bertujuan untuk menciptakan atau meningkatkan nilai suatu barang atau jasa. Tanpa ini, suatu perusahaan tidak dapat berjalan. Dalam ekonomi, kegiatan tersebut digambarkan dalam fungsi produk, yang menunjukkan jumlah output maksimum yang dapat dihasilkan dengan menggunakan sejumlah input dengan teknologi tertentu. Produksi juga sering disebut sebagai penciptaan guna, di mana guna merujuk pada kemampuan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Menurut definisi di atas, produksi mencakup semua aktivitas dan tidak hanya mencakup pengertian yang sangat luas. Produksi juga mencakup pembuatan barang yang dapat dilihat dengan menggunakan

faktor produksi. Berbagai macam input yang digunakan dalam proses produksi disebut sebagai faktor produksi.

Faktor produksi terdiri dari tenaga kerja, modal, dan bahan mentah. Ketiga faktor ini bekerja sama dalam jumlah dan kualitas tertentu. Bentuk, lokasi, dan waktu penggunaan hasil produksi diubah sebagai bagian dari aktivitas yang terjadi selama proses produksi. Dikutip dari laman Detik.com, Produksi sendiri sering diartikan sebagai kegiatan menambah atau menciptakan guna/manfaat atau utilitas suatu barang. Sehingga proses produksi menekankan pada barang (good) dan/atau jasa (service) yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan dan disebut dengan produk (Faizah, 2023).

Selain itu, produksi juga dapat didefinisikan sebagai pembentukan nilai guna (utilitas) suatu barang dan jasa, dimana nilai guna didefinisikan sebagai kemampuan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Produksi berbeda dari segi ekonomi karena produksi secara teknis adalah penggunaan sumber daya yang tersedia. Namun, dari perspektif ekonomi, produksi adalah suatu proses memanfaatkan semua sumber daya yang tersedia untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi, yang dikelola dengan baik dan dilakukan dengan biaya serendah mungkin untuk mencapai hasil maksimal.

2. Teori Manajemen Produksi

Manajemen produksi adalah kegiatan untuk mengatur dan mengkoordinasikan penggunaan sumber daya, yang berupa sumber daya manusia, sumber daya alat dan sumber daya dana serta bahan secara efektif dan efisien untuk menciptakan dan menambah kegunaan (utility) suatu barang atau jasa (Assauri, 2008). Untuk mengetahui apa saja hal-hal yang harus dilakukan pada manajemen produksi ada beberapa hal yang dilakukan pada tim produksi Hikyoo, antara lain :

1. Analisis Kebutuhan: Mengidentifikasi tujuan bisnis dan permintaan pasar untuk menentukan kapasitas dan jenis produk yang akan diproduksi.
2. Studi Kasus dan Riset: Mempelajari praktik terbaik dalam industri terkait untuk memahami strategi yang telah terbukti efektif.
3. Pengumpulan Data: Mengumpulkan data tentang proses produksi saat ini, termasuk waktu siklus, biaya, dan kualitas produk.
4. Menjalin komunikasi dan koordinasi yang baik dengan rekan kerja atau bidang lain untuk memahami tantangan dan peluang.
5. *Benchmarking* atau membandingkan proses dan kinerja produksi dengan kompetitor atau usaha lain yang sejenis dalam industri yang sama untuk mengidentifikasi praktik terbaik.
6. Melakukan pelatihan dan pengembangan diri untuk meningkatkan keterampilan tim produksi dan memahami teknolog yang dapat diterapkan untuk menunjang inovasi-inovasi baru.

a. Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Di era saat ini, mengingat kebutuhan akan konsumsi masyarakat yang selalumeningkat, maka aktivitas produksi sangat berperan penting baik dalam ekonomi konvensional maupun ekonomi Islam. Bisnis dalam Islam mengartikan aktivitas perekonomian sebagai bentuk upaya untuk mendapatkan ridho Allah dan tentunya juga perlu diselaraskan dengan aturan syariat. Karena Allah juga memberikan ganjaran pahala yang berlipat ganda untuk tujuan meningkatkan kehidupan manusia dan meningkatkan derajat mereka (Habibulloh, 2022).

Menggabungkan semua proses produksi untuk menghasilkan produk yang halal adalah merupakan konsep produksi dalam Islam. Dalam ekonomi Islam, tujuan produksi adalah kemaslahatan dan kebahagiaan dunia dan akhirat, sehingga operasi produksi harus didasarkan pada nilai-nilai Islam dan sesuai dengan *maqashid al-syari'ah* (Turmudi, 2017). Tidak membuat barang atau jasa yang bertentangan dengan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta; prioritas produksi harus sesuai dengan kebutuhan yaitu *dharuriyyat*, *hajjiyat*, dan *tahsiniyat*; kegiatan produksi harus memperhatikan aspek keadilan, sosial, zakat, sedekah, infak, dan wakaf; mengelola sumber daya alam secara optimal, tidak berlebihan, dan tidak merusak lingkungan; dan memberikan pembagian keuntungan yang adil antara pemilik dan konsumen (Lestari & setianingsih, 2019).

Dalam hal ekonomi syariah atau etika islam, kualitas proses strategi produksi adalah masalah yang paling penting. dimana Al-Quran menyatakan bahwa kualitas dan keamanan makanan adalah tujuan akhir dari pelaksanaan. Hal Ini dilakukan agar konsumen memperoleh rasa percaya terhadap barang atau jasa yang akan

mereka konsumsi. Seperti yang dijelaskan pada Al-Quran Surah Al- Baqoroh ayat 172, yang berisi perintah Allah SWT kepada manusia untuk menikmati makanan dan rezeki yang sumbernya halal

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ﴿١٧٢﴾

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman, makanlah apa-apa yang baik yang Kami anugerahkan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah jika kamu benar-benar hanya menyembah kepada-Nya.”

Selain itu juga ditegaskan dalam Al-quran Surah Taha Ayat 81 :

كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَلَا تَطْغَوْا فِيهِ فَيَحِلَّ عَلَيْكُمْ غَضَبِي وَمَن يَحِلَّ عَلَيْهِ غَضَبِي فَقَدْ هَوَىٰ ﴿٨١﴾

Artinya: “ Makanlah dari rezeki yang baik-baik yang telah kami berikan kepadamu, dan janganlah melampaui batas, yang menyebabkan kemurkaan-Ku menimpamu. Barang siapa ditimpa kemurkaan-Ku, maka sungguh binasalah dia”.

Dalam beberapa ayat alquran diatas telah dituliskan dimana Allah SWT telah memerintahkan kepada umatnya supaya mengkonsumsi sesuatu yang halal dan baik, lalu kerjakanlah perbuatan sholeh. Begitupun dengan mencari rezeki yang baik dan halal juga merupakan upaya sikap yang sholeh dengan menerapkan sifat *siddiq* (jujur), *amanah* (terpercaya), *tabligh* (selalu dalam syariat agama) dan *fatimah* (cerdas dan bijaksana), dalam segala kegiatan usaha meliputi produksi, pemasaran maupun konsumsi.

Pada dasarnya, tujuan produksi dalam Islam adalah untuk menciptakan *maslahah* yang optimal bagi manusia secara keseluruhan sehingga, akan mencapai *falāh* yang merupakan tujuan akhir dari kegiatan ekonomi sekaligus tujuan hidup manusia. *Falāh* itu sendiri adalah kemuliaan hidup di dunia dan akhirat yang akan memberikan kebahagiaan hakiki bagi manusia. Kegiatan produksi sangatlah memperhatikan kemuliaan dan harkat manusia yakni dengan mengangkat kualitas dan derajat hidup manusia. Kemuliaan harkat kemanusiaan harus dijunjung tinggi dalam keseluruhan aktivitas produksi, karena segala aktivitas yang bertentangan dengan pemuliaan harkat kemanusiaan dapat dikatakan juga bertentangan dengan ajaran Islam (Turmudi, 2017).

1. Manajemen Produksi

a. Definisi

Manajemen merupakan proses pengkoordinasian sumber daya yang dimiliki oleh sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan. Manajemen mempunyai lima fungsi yaitu, planning, organizing, directing, controlling, dan evaluating dalam penggunaan sumber daya dalam perusahaan (Handoko, 2017).

Dalam proses produksi suatu barang, terdapat serangkaian langkah yang harus dilalui hingga barang tersebut menjadi produk jadi yang berkualitas baik dan siap dipasarkan. Kegiatan produksi mencakup segala aktivitas yang berhubungan dengan penciptaan atau pembuatan barang, jasa, atau kombinasi keduanya. Proses ini melibatkan transformasi dari input sumber daya produksi menjadi barang atau jasa yang diinginkan oleh konsumen.

Manajemen produksi, di sisi lain, adalah proses pengambilan keputusan dalam perusahaan yang bertujuan untuk menghasilkan produk dengan cara yang efektif dan efisien (Marselina & Rokamah, 2022). Oleh karena itu, manajemen produksi berfokus pada pengkajian dan pengambilan keputusan yang berkaitan dengan fungsi produksi. Melalui kegiatan produksi ini, perusahaan dapat menciptakan produk yang memiliki nilai tambah, baik dalam bentuk barang jadi, barang setengah jadi, maupun jasa.

Ukuran utama yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja manajemen produksi adalah produktivitas. Produktivitas mencerminkan seberapa efisien perusahaan dalam mengubah input menjadi output, dan menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu proses produksi. Dengan meningkatkan produktivitas, perusahaan tidak hanya dapat menghasilkan lebih banyak produk, tetapi juga dapat mengurangi biaya dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, manajemen produksi yang baik sangat berpengaruh terhadap daya saing dan keberlanjutan bisnis di pasar yang semakin kompetitif.

3. Riset Pasar

a. Definisi

Riset pasar adalah proses identifikasi, pengumpulan, analisis, diseminasi, serta penggunaan informasi secara sistematis dan obyektif untuk membantu manajemen membuat keputusan yang berhubungan dengan identifikasi dan penyelesaian masalah (dan peluang) dalam bidang pemasaran (Malhotra, 2005).

Riset pemasaran berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan konsumen, pelanggan, dan masyarakat dengan pemasar. Melalui informasi yang diperoleh, riset pemasaran membantu mengidentifikasi dan mendefinisikan peluang, mendukung kinerja pemasaran, serta meningkatkan pemahaman tentang pemasaran sebagai suatu proses yang berkelanjutan.

Pentingnya riset pasar menjadi semakin jelas ketika kita mempertimbangkan bahwa riset ini harus dilakukan sebelum memulai usaha baru, meluncurkan produk baru, atau bahkan saat mempertahankan usaha yang sudah ada (Aditama, 2014). Dengan melakukan riset pasar, pemasar dapat mengumpulkan data berharga mengenai preferensi dan kebutuhan konsumen, tren industri, serta perilaku pesaing.

Informasi ini sangat krusial dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif, karena membantu pemasar untuk membuat keputusan yang lebih terinformasi dan terarah. Riset pasar juga memungkinkan perusahaan untuk mengantisipasi perubahan dalam permintaan dan menyesuaikan penawaran mereka agar tetap relevan di mata konsumen. Dengan demikian, riset pemasaran tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk mengumpulkan data, tetapi juga sebagai fondasi yang kuat untuk strategi bisnis yang sukses dan berkelanjutan.

Dalam bukunya "Manajemen Pemasaran" (2021), Alexander Thian menyatakan bahwa tujuan utama dari riset pasar adalah untuk memahami dan menganalisis bagaimana cara meningkatkan kepuasan pelanggan yang sudah ada serta mencari strategi alternatif untuk menarik pelanggan baru. Riset

pasar memiliki ruang lingkup yang spesifik, yakni terfokus pada analisis pasar dan perilaku konsumen. Dalam konteks ini, konsumen menjadi elemen kunci yang diperhatikan perusahaan saat melaksanakan riset (Thian, 2021). Selain dua tujuan utama tersebut, riset pasar juga memiliki beragam tujuan lain yang penting. Misalnya, riset ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi tren pasar yang sedang berkembang, mengevaluasi efektivitas kampanye pemasaran, serta menganalisis kekuatan dan kelemahan pesaing. Dengan informasi yang diperoleh dari riset pasar, perusahaan dapat membuat keputusan yang lebih baik dan lebih terinformasi mengenai strategi pemasaran mereka.

Pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan preferensi konsumen tidak hanya membantu dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga dalam menciptakan produk dan layanan yang lebih sesuai dengan harapan pasar. Dengan demikian, riset pasar menjadi alat yang sangat berharga dalam mengembangkan strategi bisnis yang efektif dan berkelanjutan. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk tetap kompetitif dan responsif terhadap perubahan yang terjadi di pasar.

Dikutip dari laman Kompas.com, menurut penulis artikel (Karunia, 2022) terdapat 5 tujuan dalam melakukan riset bisnis sebagai berikut :

2. Mengidentifikasi pasar yang memberikan potensi keuntungan.

Riset pasar yang komprehensif memungkinkan perusahaan mengidentifikasi segmen target yang menguntungkan, khususnya dalam promosi dan pemasaran produk. Dengan informasi ini, perusahaan dapat menyesuaikan strategi pemasaran dan merancang produk sesuai kebutuhan pasar. Pemahaman mendalam tentang pasar yang menguntungkan membantu perusahaan mengalokasikan sumber daya secara efisien dan mengurangi risiko peluncuran produk baru. Secara keseluruhan, riset pasar menjadi alat strategis yang penting untuk membangun keunggulan kompetitif dan mencapai keberhasilan bisnis di pasar yang semakin kompetitif.

3. Mengidentifikasi perubahan dalam perilaku konsumen

Adalah hal yang penting, karena perilaku tersebut selalu berubah sesuai dengan situasi dan kondisi yang dihadapi oleh setiap individu. Sebagai contoh, pola perilaku konsumen sebelum pandemi Covid-19 jelas berbeda dibandingkan dengan saat pandemi berlangsung. Oleh karena itu, perusahaan atau pemasar perlu melakukan riset pasar untuk memahami dan menentukan strategi yang tepat untuk mengatasi perubahan dalam perilaku konsumen tersebut.

4. Meningkatkan teknik pemasaran.

Riset pasar adalah jenis pemasaran yang memfokuskan diri pada aktivitas dan kemampuan pesaing, struktur pasar, tren ekonomi, kemajuan teknologi, dan aspek lainnya. Riset pasar yang dilakukan dapat meningkatkan teknik pemasaran, karena hasil yang diperoleh dapat digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan dan penetapan strategi pemasaran.

5. Menetapkan Sasaran yang Realistis.

Riset pasar memiliki tujuan penting dalam menetapkan dan merencanakan sasaran yang realistis. Hal ini berarti bahwa target pasar yang ditentukan oleh perusahaan harus sesuai dan relevan dengan produk yang mereka tawarkan. Proses ini melibatkan analisis mendalam terhadap karakteristik demografis, perilaku, dan preferensi konsumen, sehingga perusahaan dapat memahami siapa yang paling mungkin tertarik dengan produk mereka.

6. Mengidentifikasi Masalah Dilapangan

Mengidentifikasi masalah di lapangan merupakan salah satu tujuan utama dari riset pasar. Proses ini sangat penting untuk memahami tantangan yang dihadapi perusahaan dalam menjalankan strategi pemasaran mereka. Misalnya, riset pasar dapat mengungkap kendala dalam segmentasi pasar, di mana perusahaan mungkin menemukan bahwa target yang dipilih tidak sesuai dengan karakteristik demografis atau preferensi konsumen yang sebenarnya.

Selain itu, perubahan perilaku konsumen juga menjadi fokus utama dalam riset pasar. Dinamika yang terjadi di pasar, seperti perubahan tren, kebiasaan belanja, atau respons terhadap kondisi ekonomi, dapat mempengaruhi cara konsumen berinteraksi dengan produk. Dengan memahami masalah-masalah ini secara mendalam, perusahaan dapat mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk menyesuaikan strategi mereka, memastikan bahwa produk dan layanan yang ditawarkan tetap relevan dan menarik bagi konsumen.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam segala kegiatan pada perintisan bisnis ini, tim Hikyoo Macand Cheese khususnya bidang produksi telah melakukan serangkaian aktivitas yang menjadi penunjang berjalannya sebuah usaha dibidang kuliner, meliputi Serangkaian aktivitas penting yang mendukung operasional usaha kuliner ini. Kegiatan yang dijalankan mencakup riset mendalam tentang bahan baku dan variasi menu tradisional, pencarian supplier bahan baku yang memenuhi standar kualitas, perencanaan produksi melalui pembuatan sampel menu, serta melakukan uji rasa dan ketahanan. Selain itu, kami juga menerapkan *quality control* yang ketat, merancang kemasan produk yang menarik, serta melakukan evaluasi dan penyempurnaan produk hingga siap diluncurkan ke pasar.

Selama pelaksanaan program kerja ini, penulis sebagai yang bertanggung jawab pada bidang produksi, tidak bisa menghindari tantangan dan hambatan yang sering muncul dalam dunia bisnis. Target yang tercapai pada pengembangan bisnis ini adalah keberhasilan tercapainya pengeluaran produk baru dengan nuansa masakan nusantara, yaitu Mac and Cheese Bumbu Rendang dan Mac and Cheese Bumbu Sate yang berhasil membuat perbedaan mendasar dari kompetitor sejenis karena inovasi tersebut belum ada yang memiliki. Selain itu, Tim produksi Hikyoo juga berhasil memperluas pasar dengan menjalin kerjasama dengan mitra kafe, yang akan menunjang penjualan dan meningkatkan visibilitas produk kami. Kerjasama ini diharapkan dapat mendorong penjualan secara signifikan dan memperkenalkan Mac and Cheese dengan cita rasa nusantara kepada lebih banyak konsumen. Untuk target yang belum tercapai adalah dengan rencana pengadaan pengiriman

jarak jauh, yang mana hal ini masih terkendala dengan ketahanan produk yang tidak dapat bertahan lama pada suhu normal, sehingga rencana tersebut masih terus menjadi pertimbangan yang matang dan Tim Hikyoo terus melakukan evaluasi dan mencari solusi terbaik agar produk tetap terjaga kualitasnya untuk dapat merealisasikan rencana pengiriman jarak jauh.

B. Saran

Sebagai seorang pebisnis, salah satu tantangan terbesar yang dihadapi adalah kemampuan untuk berinovasi secara kreatif, terutama ketika menghadapi kompetitor yang juga memiliki ide-ide cemerlang. Dalam konteks ini, penting bagi pelaku usaha untuk memiliki kualifikasi yang diperlukan agar dapat terus berkembang dan bertahandi pasar yang sangat dinamis. Selain itu, pebisnis harus memiliki kemampuan untuk membaca peluang yang ada, yang dapat dilakukan dengan memperluas jaringan relasi dan kemitraan. Dengan menjalin hubungan yang kuat dengan mitra bisnis, penjualan dapat tersebar lebih luas, dan berbagai inovasi baru dapat diciptakan, yang pada gilirannya akan membantu usaha semakin tumbuh dan bersaing secara efektif.

Terkait dengan menu di Hikyoo Mac and Cheese, kami menyadari bahwa penting untuk selalu memperbarui penawaran kami dan menambahkan inovasi baru. Hal ini diperlukan agar kami dapat terus menyajikan sesuatu yang segar dan menarik bagi konsumen, yang akan meningkatkan minat mereka untuk mencoba produk kami. Kami percaya bahwa dengan menjaga variasi dan kualitas menu, kami dapat menarik pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Di samping itu, komunikasi yang baik dan sikap kolaboratif antar anggota tim sangat diperlukan untuk menghindari miskomunikasi yang dapat menghambat kemajuan usaha. Keterbukaan dalam berdiskusi dan berbagi ide akan memfasilitasi pengambilan keputusan yang lebih baik dan lebih cepat. Dalam dunia bisnis yang penuh tantangan ini, kemampuan untuk beradaptasi dan berkolaborasi dengan baik menjadi kunci keberhasilan yang tak bisa diabaikan. Dengan pendekatan ini, kami optimis bahwa Hikyoo Mac and Cheesedapat terus berkembang dan mencapai kesuksesan yang lebih besar dimasa depan.

DAFTAR PUSTAKA

BBC NEWS INDONESIA. (2011, Juni 2011). Pasta Makanan Paling Populer sedunia.

data.goodstats.id. (2023, Mei 25). Makanan Tradisional KhasIndonesia Dominasi Selera Anak Muda.

Habibulloh. (2022). Teori Produksi Berdasarkan Perspektif Islam.
MABNY : Journal of Sharia Management and Bussines, 61.
halodoc.com. (2021, Desember 27). Resep Makaroni Sehat yang Cocok untuk Keluarga.

Hutauruk, F. N. (2023). Teori Produksi Dalam Perspektif Islam.
Journal of Islamic Economics and Finance, 18.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020, Agustus 12). Rendang dan Nasi Goreng Makanan Terenak di Dunia, DayaTarik Pariwisata Indonesia.

Lestari, N., & setianingsih, s. (2019). ANALISIS PRODUKSI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Terhadap Produsen Genteng di Muktisari, Kebumen, Jawa Tengah).
LABATILA : Jurnal Ekonomi Islam, 215.

Muhammad, T. (2017). Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam.
Islamadina, 46.

Sholiha, I. (2018). Teori Produksi dalam Islam. *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.

- Turmudi, M. (2017). Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam.
Islamadina, 45-46.
- Aditama, Y. (2014). RISET PASAR PRODUK KERIPIK TEMPE SAGU.
Universitas Atma Jaya. E-Journal
- Anjarsari, N. P., & Nandiroh, S. (2017). Riset Pasar Produk Piemirsa (Pie Intip Rasa-rasa).
- Apriyanti, M. E. (2018, April). PENTINGNYA KEMASAN TERHADAP PENJUALAN.
Jurnal LPPM Unindra sosio e-kons, 10.
- Assauri, S. (2008). Manajemen Produksi dan Operasi. *LPFEUI*.
- Azhari, A. (2016). Model penelitian desain komunikasi visual. *PT. Cakra Press*.
- Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Kulon Progo. (2020, September 24).
MANFAAT KEMASAN DALAM MEMBRANDING PRODUK.
- Faizah, N. (2023, Oktober 27). 4 Faktor Produksi dalam Kegiatan Ekonomi, Apa Saja?
- Fitra, N. A., Effendy, & Howara, D. (2017, Agustus). ANALISIS MANAJEMEN
PERSEDIAAN BAHAN BAKU COKELAT PADA INDUSTRI RAPOVIKA
SIMPLE DI KOTA PALU. *Media Neliti*.
- Handoko, T. H. (2017). *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta:
BPFEE.
- Hillary, D., & Wibowo, I. (2021, april 12). PENGARUH KUALITAS BAHAN BAKU
DAN PROSES PRODUKSI TERHADAP KUALITAS PRODUK PT.
MENJANGAN SAKTI. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*.
- id.wikipedia.org. (2020, agustus 7). Pasta.

Idris, M. (2023, Juli 29). Apa Itu Marketplace dan Bedanya dengan Toko Online Maupun E-Commerce?

Karunia, V. (2022, Maret 2). 5 Tujuan Riset Pasar.

M., S., & Bado , B. (2011, Agustus). PENGARUH KEMITRAAN USAHA TERHADAP KINERJA USAHA PADA USAHA KECIL MENENGAH (UKM) DAN KOPERASI DI KABUPATEN JENEPONTO. *Econo Sains*, IX, 163-164.

Malhotra, N. (2005). *Marketing Research An Applied Orientation I*. USA : Prentice Hall.

Marselina, E., & Rokamah, R. (2022, Januari-Juni). MANAJEMEN PRODUKSI HOME INDUSTRY KERIPIK GALIH KURNIA USAHA DESA BUBAKAN KECAMATAN TULAKAN. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2, 107.

Noerpratomo, A. (2018, Agustus). PENGARUH PERSEDIAAN BAHAN BAKU DAN PROSES PRODUKSI TERHADAP KUALITAS PRODUK DI CV. BANYU BIRU CONNECTION. *Almana Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2.

Rahayu, E. S. (2010, Agustus). KEMITRAAN USAHA SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING UKM (USAHA KECIL MENENGAH) (STUDI DIPERKAMPUNGAN KECIL (PIK) JAKARTA TIMUR). *Econo Sains*, VIII, 126.

Rangkuti, F. (2007). *Manajemen Persediaan : Aplikasi di Bidang Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.

Satar, M., & Israndi, A. (2019, September-Desember). PENGARUH KUALITAS BAHAN BAKU DAN EFISIENSI BIAYA PRODUKSI TERHADAP KUALITAS PRODUK PADA CV. GRANVILLE. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 10, 89-101.

Sentosa, E., & Trianti, E. (2017, Juli). Pengaruh Kualitas Bahan Baku,. *Okonomia Jurnal Ilmu Manajemen*, 13.

Thian, A. (2021). *Manajemen Pemasaran*.

Wibowo, S. (2007). Manajemen Produksi. *BPFE*.

Yamit, Z. (2011). Manajemen Produksi dan Operasi. *Ekonisia*.

Zakawali, G. (2024, Februari 9). Apa yang Dimaksud dengan Riset? Ini 6 Manfaatnya bagi Bisnis. *Berita Usaha*.

LAMPIRAN

A. Tabel Realisasi Uraian Kegiatan Bidang produksi

No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Minggu Ke – 1					
1	22 Januari 2024	Melakukan diskusi untuk menentukan produk apa yang akan Dibuat	Berdiskusi dan mencarita tentang makanan apa yang mungkin disukai atau dibutuhkan target pasar	4 jam	
2	22 Januari 2024	Melakukan survey ke beberapa pasar disekitar	Mendatangi beberapa pasar disekitar, mencari bahanbaku bumbu tradisional dengan mencatat harga danmelihat kualitas	3 jam	
3	23 Januari 2024	Melakukan survei ke beberapa toko bahan baku disekitar	Mendatangi langsung dan mencatat nama-nama toko disekitar beserta harganya untuk dapat menjadi pembanding suplier bahan Baku	3 jam	
4	24 Januari 2024	Melakukan survey ke toko plastik	Mendatangi langsung dan mencatat nama-nama tokodisekitar beserta harganya untuk dapat menjadi pembanding suplier bahan Baku	3 jam	
6	25 Januari	Melakukan diskusi tentang hasil	Membandingkan hasil survei toko offline danmarketplce untuk menentukan supplier	1 jam	

	2024	survey			
7	26 Januari 2024	Melaporkan perkiraan stok bahan baku	Mencatat akumulasi biaya produksi dan melaporkanke bagian keuangan untuk menimbang harga jual	1 jam	
8	26 Januari 2024	Membeli peralatan produksi dan mediapenyimpanan	Mendatangi beberapa toko untuk mencari danmembeli peralatan produksi dan juga media penyimpanan bahan baku	3 jam	
	Total Jam =			18 jam	

No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Minggu Ke – 2					
1	29 Januari 2024	Membeli bahan baku bumbu tradisional di pasar	Membeli beberapa keperluan bumbu yang akan dipakai untuk memasak "bumbu rendang" untuk <i>launching</i> menu baru	3 jam	
2	29 Januari 2024	Melakukan diskusi untuk merencanakan pembuatan sample produk	Berdiskusi mengenai pembuatan sample produk (<i>trial and error</i>)	1 jam	
3	30 Januari 2024	Melakukan diskusi untuk menentukan <i>supplier</i> bahan baku	Berdiskusi hasil survei dan membandingkan harga untuk menentukan <i>supplier</i>	1 jam	
4	30 Januari 2024	Merencanakan jadwal pembuatan sample produk dan photo shoot	Melakukan diskusi dan mencatat jadwal pembuatan sample produk dan pemotretan foto Produk	1 jam	
5	31 Januari 2024	Melakukan pembelian <i>packaging</i>	Membeli beberapa kebutuhan <i>packaging</i> seperti, tempat makan (thinwall, plastik dll)	2 jam	
6	31 Januari	Melakukan riset toko-toko kemasan produk di <i>marketplace</i>	Mencaritau dan mencatat nama-nama toko disekitar dan <i>marketplace</i> yang dapat dijadikan	4 jam	

	2024		<i>supplier</i> kemasan produk		
7	1 Februari 2024	Membuat desain untuk atribut <i>packaging</i>	Membuat desain pada <i>sticker</i> dan <i>paper belt</i> untuk tambahan atribut packaging yang meliputi logo dan informasi kontak	2 jam	
8	1 Februari 2024	Melakukan pembelian atribut tambahan <i>Packaging</i>	Membeli dan melakukan transaksi bersama pihak percetakan untuk membuat atribut tambahan <i>packaging</i> meliputi <i>sticker</i> dan <i>paper belt</i>	1 jam	

9	2 Februari 2024	Melakukan pembuatan sample produk	Membuat sample produk dengan memasak sesuai dengan resep dan cara pembuatan yang telah di riset (dilakukan selama 3 hari untuk menemukan rasa yang sesuai)	3x 24 jam	
10	3 Februari 2024	Melakukan diskusi penentuan harga jual	Berdiskusi untuk menentukan harga jual bersama bagian keuangan dengan perhitungan dasar	3 jam	
	Total Jam =			27 jam	

No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Minggu Ke – 3					
1.	12 Februari 2024	Membeli bahan baku menu baru	Melakukan pembelian bahan baku untuk pembuatan sample menu baru di marketplace dan pasar	3 jam	
2.	12 Februari 2024	Melakukan quality control	Melakukan <i>quality control</i> pada bahan baku setiap sebelum membuka toko pada marketplace, dengan mengecek kelayakan bahan baku dari mulai baunya, warna dan rasanya.	3 x 30 menit	
3.	13 Februari 2024	Melakukan proses memasak pesanan	Memasak menu sesuai dengan pesanan dan resep serta komposisi yang sudah ditentukan	(estimasi 10 produk perhari) (4 jam x 7 hari)	
4.	14 Februari 2024	Melakukan pengecekan ketersediaan bahan baku	Memeriksa dan mencatat ketersediaan bahan baku setiap habis penjualan untuk memperkirakan stok penjualan Berikutnya	3 x 15 menit	
5.	15 Februari 2024	Melakukan pembuatan sample menu baru	Melakukan trial and error memasak menu baru (sate), sesuai dengan komposisi dan resep yang sudah di Diskusikan	4 jam	

	Total Jam			39 jam 45 menit	
--	------------------	--	--	------------------------	--

No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Minggu Ke – 4					
1.	19 Februari 2024	Melakukan pembersihan gudang dan penataan bahan baku	Membersihkan tempat yang akan dipakai menjadigudang bahan baku dan menata bahan baku yang telah di beli ke media penyimpanan	3 jam	
2.	20 Februari 2024	Melakukan <i>quality control</i>	Melakukan <i>quality control</i> pada bahan baku setiap sebelum membuka toko pada marketplace, dengan mengecek kelayakan bahan baku darimulai baunya,warna dan rasanya.	3x30 menit	
3.	21 Februari 2024	Melakukan proses memasak pesanan	Memasak menu sesuai dengan pesanan dan resep serta komposisi yang sudah ditentukan	(estimasi 10 produk perhari) (4 jam x 7 hari	
4.	22 Februari 2024	Melakukan pengecekan ketersediaan bahan baku	Memeriksa dan mencatat ketersediaan bahan baku setiap habis penjualan untuk memperkirakan stok penjualan berikutnya	3x15 menit	
5.	23 Februari 2024	Membeli perlengkapan masak tambahan	Pembelian beberapa alat masak baru untuk menunjang pembuatan menu Baru	2 jam	
6.	24 Februari 2024	Melakukan pembuatan sample menu baru	Melakukan <i>trial and error</i> ke 2 kalinya memasakmenu baru (sate) , sesuai dengan komposisi danresep yang	dilakukan selama 2 hari (4jam)	

			sudah di diskusikan		
	Total Jam			41 jam 45 menit	

No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Minggu Ke – 5					
1.	1 Maret 2024	Melakukan proses memasak pesanan	Memasak menu sesuai dengan pesanan (estimasi 10 produk perhari)	(estimasi 10 produk perhari) (4 jam x 7 hari)	
2.	2 Maret 2024	Melakukan pengecekan ketersediaan bahan baku	Memeriksa dan mencatat ketersediaan bahan baku setiap habis penjualan untuk memperkirakan stok penjualan berikutnya, dilakukan selama 3 hari (30menit x 3 hari)	dilakukan selama 3 hari (15 menit x 7 hari)	
3.	3 Maret 2024	Melakukan <i>quality control</i> pada bahan baku	Melakukan <i>quality control</i> sebelum membuka toko pada marketplace, dilakukan selama 3 hari	dilakukan selama 3 hari(30 menit x 3 hari)	
4.	4 Maret 2024	Melakukan pencatatan resep dan prosedur produksi	Mencatat dan menyusun prosedur produksi sesuai dengan standar dan resep yang telah ditentukan untuk masing-masing variasi menu	1 jam 30 menit	
	Total Jam			32 jam 45 menit	

No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Minggu Ke – 6					
1.	11 Maret 2024	Membeli bahan baku menu	Melakukan pembelian bahan baku dan packaging untuk stok menu yang sudah Habis	2 jam 30 menit	
2.	13 Maret 2024	Evaluasi sample variasi menu baru	Evaluasi sample menu baru (<i>trial and error</i>) dengan menguji kembali resep yang telah dibuat dan ditetapkan sebagai resep yang paten	dilakukan selama 2 hari (4jam)	
3.	14 Maret 2024	Melakukan <i>quality control</i> bahan baku	Melakukan <i>quality control</i> sebelum membuka toko pada <i>marketplace</i> dengan mengecek kelayakan bahan baku darimulai baunya, warna dan rasanya.	dilakukan selama 3 hari (15 menit x 3 hari)	
4.	16 Maret 2024	Melakukan proses produksi	Memasak menu sesuai dengan pesanan dengan menyesuaikan pada resep	(estimasi 10 produk perhari) (4 jam x 7 hari)	
	Total Jam			35 jam 45 menit	

No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Minggu Ke – 7					
1.	18 Maret 2024	Memasak sample menu untuk kerjasama	Memasak sample menu bumbu rendang dan bumbu sate untuk pemberian sample produk kepada mitra dagang	2 jam	
2.	19 Maret 2024	Melakukan pengecekan ketersediaan bahan baku	Memeriksa dan mencatat ketersediaan bahan baku setiap habis penjualan untuk memperkirakan stok penjualan berikutnya	dilakukan selama 3 hari(30 menit x 3 hari)	
3.	20 Maret 2024	Melakukan <i>quality control</i> bahan baku	Melakukan <i>quality control</i> sebelum membuka toko pada marketplace dengan mengecek kelayakan bahan baku dari mulai baunya, warna dan rasanya.	dilakukan selama 3 hari (15 menit x 3 hari)	
4.	21 Maret 2024	Melakukan proses produksi	Memasak menu sesuai dengan pesanan dengan menyesuaikan pada resep	(estimasi 10 produk perhari) (4 jam x 7 hari)	
5.	23 Maret 2024	Melakukan diskusi strategi penjualan	Melakukan diskusi bersama bagian pemasaran mengenai strategi penjualan pada menu baru	(1 jam 30 menit)	

6.	24 Maret 2024	Melakukan diskusi penetapan hargajual	Melakukan diskusi bersama bagian keuangan untukmenentukan harga jual produk baru	(2 jam)	
	Total Jam			35 jam 45 menit	

No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Minggu Ke – 8					
1.	25 Maret 2024	Membeli alat produksi dan media penyimpanan	Membeli beberapa media penyimpanan dan alat masak untuk menunjang produksi	2 jam	
2.	26 Maret 2024	Melakukan pengecekan ketersediaan bahan baku	Melakukan <i>quality control</i> dan memeriksa stok bahan baku dan kemasan dilakukan selama 3 kali dalam seminggu	30 menit	
3.	27 Maret 2024	Melakukan proses produksi	Memasak menu sesuai dengan pesanan dengan resep	(4 jam x 7 hari)	
4.	28 Maret 2024	Melakukan <i>quality control</i> bahan baku	Melakukan <i>quality control</i> sebelum membuka toko pada marketplace, dilakukan selama 3 hari	(30 menit x 3 hari)	
5.	29 Maret 2024	Melakukan perawatan dan pembersihan gudang produksi	Membersihkan ruangan atau gudang, alat makan, kemasan dll	2 jam	
6.	30 Maret 2024	Melakukan evaluasi kinerja dan setiap hasil produksi Hikyoo	Evaluasi kinerja masing-masing bidang	30 menit	
	Total Jam			34 jam 30 menit	

No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Minggu Ke – 9					
1.	1 Mei 2024	Pembelian bahan baku produk yang telah habis	Melakukan pembelian bahan baku dan packaging untuk stok menu yang sudah habis	2 jam	
2.	2 Mei 2024	Pendaftaran akun shopeefood	Melakukan proses pendaftaran ulang (revisi) akun shopeefood	1 jam 30 menit	
3.	3 Mei 2024	Melakukan <i>quality control</i> bahan baku	Melakukan <i>quality control</i> dan memeriksa stok bahan baku dan kemasan dilakukan selama 3 kali dalam seminggu	30 menit x 3 hari	
4.	4 Mei 2024	Melakukan proses produksi	Memasak menu sesuai dengan pesanan	4 jam x 7 hari	
5.	4 Mei 2024	Melakukan pengecekan ketersediaan bahan baku	Melakukan <i>quality control</i> dan memeriksa stok bahan baku dan kemasan	30 menit x 3 hari	
6.	5 Mei 2024	Membuat desain <i>banner</i> dan id card	Membuat desain <i>banner</i> dan id card untuk keperluan tempat produksi dan pemasaran	2 jam x 2 hari	
	Total Jam			39 jam 30 menit	

No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Minggu Ke – 10					
1.	6 Mei 2024	Membuat sample untuk memperluas pemasaran	Melakukan proses memasak sample yang akan diberikan ke beberapa mitra untuk dapat memperluas pemasaran	2 jam	
2.	7 Mei 2024	Melakukan quality control bahan baku	Melakukan <i>quality control</i> dan memeriksa stok bahan baku dan kemasan dilakukan selama 3 kali dalam seminggu	30 menit x 3 hari	
3.	7 Mei 2024	Melakukan proses produksi	Memasak menu sesuai dengan pesanan	4 jam x 7 hari	
4.	8 Mei 2024	Melakukan pengecekan ketersediaan bahan baku	Melakukan <i>quality control</i> dan memeriksa stok bahan baku dan kemasan	30 menit x 3 hari	
5.	9 Mei 2024	Diskusi mengenai strategi penjualan paket bundling	Melakukan diskusi bersama bagian pemasaran mengenai variasi menu untuk strategi penjualan dengan paket bundling	2 jam	
6.	11 Mei 2024	Membuat desain poster pre-order	Membuat desain poster <i>pricelist</i> menu untuk pre-order dan launching menu	2 jam	
	Total Jam			37 jam	

No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Minggu Ke – 11					
1.	13 Mei 2024	Memasak sample produk untuk diberikan kepada mitra dagang	Melakukan proses memasak sample produk untuk diberikan kepada pihak Kopinya Piyu cafee	1 jam 30 menit	
2.	14 Mei 2024	Melakukan pendaftaran menu dalam akun shopee food	Pendaftaran berupa setting nama produk, harga, gambar produk sampai dengan harga dan penyesuaian promo dalam shopee food	1 jam 30 menit	
3.	15 Mei 2024	Melakukan proses produksi	Memasak menu sesuai dengan pesanan sesuai dengan resep	4 jam x 7 hari	
4.	16 Mei 2024	Pemasangan banner usaha	Melakukan pemasangan banner untuk penetapan tempat Hikyoo	30 menit	
5.	18 Mei 2024	Pengeditan hasil <i>photoshoot</i> dan pembuatan poster menu	Melakukan pengeditan hasil photoshoot menu dan membuat poster menu untuk kepentingan akun Marketplace	4 jam	
6.	19 Mei 2024	Melakukan pengecekan ketersediaan bahan baku	Memeriksa dan mencatat ketersediaan bahan baku setiap habis penjualan untuk memperkirakan stok penjualan berikutnya	30 menit x 3 hari	

7.	19 Mei 2024	Melakukan <i>quality control</i> bahan baku	Melakukan <i>quality control</i> dan memeriksa stok bahan baku dan kemasan	30 menit x 3 hari	
	Total Jam			38 jam 30 menit	

No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Minggu Ke – 12					
1.	21 Mei 2024	Memasak menu produk untuk stok dicafe	Memasak 3 menu yaitu mac and cheese bumbu sate, mac and cheese bumbu rendang dan mac and cheese original, untuk stok kerjasama di cafe	2 jam	
2.	22 Mei 2024	Melakukan <i>training</i> bersama karyawan kopinya piyu	Melakukan training bersama barista Kopinya Piyu untuk persiapan penjualan, meliputi cara memasak ulang mac and cheese, takarannya sampai dengan menyajikan dengan <i>packaging</i> yang telah disediakan	2 jam 30	
3.	23 Mei 2024	Membuat desain daftar menu	Membuat desain daftar menu dan cara memasak ulang mac and cheese untuk penjualan pada Cafe Kopinya Piyu	1 jam 30 menit	

4.	23 Mei 2024	Melakukan proses produksi	Memasak menu sesuai dengan pesanan, packing makanan jadi, dan diberikan kepada kurir	4 jam x 7 hari	
5.	25 Mei 2024	Melakukan pengecekan ketersediaan bahan baku	Memeriksa dan mencatat ketersediaan bahan baku setiap habis penjualan untuk memperkirakan stok penjualan berikutnya, dilakukan selama 3 hari (30 menit x 3 hari)	30 menit x 3 hari	
6.	25 Mei 2024	Melakukan <i>quality control</i> bahan baku	Melakukan <i>quality control</i> dan memeriksa stok bahan baku dan kemasan	30 menit x 3 hari	
7.	26 Mei 2024	Melakukan pembelian packaging	Melakukan pembelian packaging di toko supplier terdekat untuk stok di cafe dan penjualan online	30 menit	
	Total Jam			44 jam 30 menit	

B. Tabel Realisasi Uraian Kegiatan Bidang Riset

No	Tanggal	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu	Biaya
Minggu Ke – 1					
1.	22 Januari 2024	Melakukan diskusi menentukan variasi produk	Berdiskusi menyatukan ide untuk menentukan variasi produk yang akan launching	4 jam	
2.	23 Januari 2024	Melakukan riset kondisi pasar di wilayah sekitar	Melakukan riset kondisi pasar disekitar Universitas Islam Indonesia dengan melihat peluang dan banyaknya kompetitor sejenis	5 jam	
3.	23 Januari 2024	Melakukan riset mencari referensi makanan tradisional	Melakukan riset terkait macam-macam menu masakan tradisional meliputi bahan baku dan cara pembuatannya	5 jam	
4.	24 Januari 2024	Melakukan survei ke beberapa toko bahan baku disekitar	Mendatangi langsung dan mencatat nama-nama toko disekitar beserta harganya untuk dapat menjadi pembanding suplier bahan baku	5 jam	
5.	24 Januari 2024	Melakukan diskusi mengenai hasil riset makanan tradisional	Berdiskusi mengenai pembuatan sample (trial and error) untuk variasi menu baru	3 jam	

6.	25 Januari 2024	Melakukan riset tentang berbagai macam bentuk Packaging	Mencari referensi di internet tentang macam-macam bentuk packaging meliputi bahan,kekurangan, kelebihan beserta harganya	3 jam	
7.	25 Januari 2024	Melakukan riset rekomendasi toko bahan baku dan kemasan di marketplace	Mencari rekomendasi toko-toko pada marketplace untuk mencari supplier alternatif untuk bahan baku dan packaging	5 jam	

8.	26 Januari 2024	Melakukan diskusi menentukan suplier	Melakukan diskusi bersama rekan kerja untuk menentukan suplier bahan baku dan packaging berdasarkan hasil riset	6 jam	
	Total Jam =			37 Jam	
Minggu Ke – 2					
1.	29 Januari 2024	Melakukan riset tentang penjualan melalui marketplace go food dan shopee food	Melakukan riset mengenai promo-promo yang ada di go food, sistem penggunaannya dan pembagian hasilnya	2 jam	
2.	30 Januari 2024	Melakukan diskusi tentang hasil riset sistem penjualan <i>marketplace</i>	Berdiskusi dan menentukan keputusan bersama bagian pemasaran tentang sistem penjualan di dua <i>marketplace</i> dan pengelolaan masing-masing <i>marketplace</i>	4 jam	
3.	30 Januari 2024	Melakukan diskusi mengenai harga jual	Berdiskusi bersama bagian keuangan untuk mempertimbangkan harga jual untuk menu baru yang akan launching dengan perhitungan dasar	4 jam	
4.	31 Januari 2024	Melakukan riset mengenai variasi atribut packaging	Mencari referensi tentang atribut packaging untuk menambah kesan estetis meliputi peletakkan logo dan informasi kontak	3 jam	
5.	1 Februari 2024	Melakukan riset mengenai desain atribut packaging	Mencari referensi tentang desain yang cocok untuk atribut packaging	5 jam	

6.	2 Februari 2024	Melakukan riset online percetakan atribut packaging	Mencari rekomendasi percetakan pada marketplace dan sosial media untuk mencetak atribut packaging	4 jam	
----	--------------------	--	--	-------	--

7.	3 Februari 2024	Melakukan diskusi hasil riset percetakan	Berdikusi mengenai desain atribut packaging yang akan kami buat beserta keputusan untuk memilih percetakan	3 jam	
	Total Jam =			29 Jam	

Minggu ke-3					
1.	13 Februari 2024	Melakukan diskusi komposisi produk baru	Melakukan diskusi mengenai komposisi produk baru dengan mencaritau variasi menu apa yang akan dibuat	2 jam	
2.	13 Februari 2024	Melakukan riset macam-macam bahan pengawet	Melakukan riset tentang macam-macam pengawet makanan untuk rencana pengiriman produk jarak jauh	4 jam	
3.	14 Februari 2024	Melakukan diskus mengenai produk baru	Melakukan diskusi dan menetapkan varian produk yang akan launching dengan menentukan resep dan komposisi untuk pembuatan sample terlebih dahulu	2 jam	
	Total Jam			8 jam	

No.	Minggu ke-4				
1.	20 Februari 2024	Melakukan riset bahan baku produk baru	Melakukan riset tentang bahan yang digunakan untuk membuat bumbu tradisional sate dan rendang , juga cara pembuatannya	2 jam	

2.	22 Februari 2024	Melakukan diskusi penentuan harga jual	Berdiskusi menentukan harga jual untuk pre-order dan <i>marketplace</i> dengan membandingkan harga kompetitor dan menghitung pengeluaran modal	3 jam	
3.	23 Februari 2024	Melakukan diskusi launching menu baru	Melakukan diskusi <i>fixed launching</i> menu baru dengan mencari konsep <i>photo shoot</i> dan kebutuhan konten	3 jam	
	Total Jam			10 jam	
Minggu ke-5					
1.	2 Maret 2024	Melakukan riset bentuk-bentuk kerjasama	Melakukan riset tentang bentuk-bentuk kerjasama seperti apa yang dapat meningkatkan penjualan serta mencari mitra yang sekiranya dapat bekerjasama	2 jam	
2.	3 Maret 2024	Menganalisis tren konsumen	Menganalisis tren konsumen terkini untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen terkait makanan	2 jam	
3.	4 Maret 2024	Melakukan riset uji ketahanan produk	Melakukan riset uji ketahanan produk mac and cheese bumbu rendang di suhu ruangan dan di dalam kulkas	1x24 jam	
	Total Jam			29 jam	
Minggu ke-6					

1.	13 Maret 2024	Melakukan riset tentang makanan khas daerah	Melakukan riset tentang karakteristik makanan khas daerah apa yang cocok dipadukan dengan mac and cheese	2 jam	
2.	14 Maret 2024	Riset Kepuasan konsumen	Melakukan riset mengenai kepuasan konsumen mengenai produk yang telah dibeli dengan meminta review	1 jam	
	Total Jam			3 jam	

Minggu ke-7					
1.	19 Maret 2024	Melakukan riset mengenai pengemasan yang efektif	Melakukan riset tentang pengemasan yang lebih efisien untuk memulai rencana pengadaan pengiriman produk jarak jauh	2 jam	
2.	20 Maret 2024	Melakukan riset tentang bahan pengawet untuk pengembangan produk	Melakukan riset mencari tahu bahan pengawet yang baik untuk memulai rencana pengadaan pengiriman produk jarak jauh	2 jam	
	Total Jam			4 jam	
Minggu Ke-8					
1.	26 Maret 2024	Meneliti aspek nutrisi pada produk	Meneliti aspek nutrisi dari makanan yang dibuat untuk memastikan bahwa produk memenuhi standar gizi dan keamanan pangan yang ditetapkan.	1 jam 30 menit	
2.	28 Maret 2024	Melakukan riset mengenai mitra dagang untuk pemasaran produk	Melakukan riset dan mencari tahu mengenai mitra dagang yang cocok untuk dapat bekerjasama menjual Produk	2 jam	
	Total Jam			3 jam 30 menit	

Minggu Ke-9					
1.	2 Mei 2024	Melakukan riset sistem penjualan pada shopee food	Melakukan riset mengenai sistem penjualan di shopeefood dan juga promo yang ditawarkan untuk menunjang penjualan	3 jam	
2.	3 Mei 2024	Menganalisis strategi kompetitor	Mencaritau tentang strategi apa yang digunakan para kompetitor untuk menjual produknya, dengan mengamati dan mencatat peluang dan kekurangannya	2 jam	
	Total Jam			5 jam	
Minggu Ke-10					
1.	8 Mei 2024	Riset menentukan desain untuk packaging,banner dan id card	Melakukan riset mengenai desain yang cocok untuk ornamen atau pelengkap packaging, desain banner dan id card untuk keperluan pemasaran	2 jam	
2.	9 Mei 2024	Menganalisis tren pemasaran	Menganalisis tren pemasaran dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk mempromosikan produk makanan kepada konsumen.	3 jam	

3.	9 Mei 2024	Mencari referensi untuk keperluan photoshoot	Mencari referensi untuk menentukan tema photoshoot produk sate darimulai tempat, konsep dan pengeditan	2 jam	
4.	10 Mei 2024	Melakukan riset teknis pengemasan produk	Melakukan riset mengenai teknik pengemasan produk agar dapat bertahan lama tanpa pengawet tambahan dari mulai bahan sampai dengan harga Pasarnya	2 jam 30 menit	
	Total Jam			9 jam 30 menit	
Minggu ke-11					
1.	16 Mei 2024	Melakukan riset ketahanan produk	Melakukan tinjauan kembali mengenai riset ketahanan produk dengan menguji produk pada suhu ruangan dan suhu pendingin untuk produk sate	dilakukan selama 4x24 jam	
2.	16 Mei 2024	Melakukan riset untuk penjualan produk di marketplace	Melakukan riset di sosial media tentang media penjualan yang diminati oleh konsumen dengan melakukan polling	dilakukan selama 1x24 jam	
3.	18 Mei 2024	Melakukan diskusi mengenai penetapan harga untuk penjualan ke mitra dagang	diskusi bersama bagian keuangan menentukan harga tetap untuk penjualan melalui mitra dagang (cafe) dan <i>marketplace</i> shopee	2 jam	

4.	18 Mei 2024	Melakukan pertemuan dan membangun kerjasama dengan mitra Dagang	Melakukan pertemuan dengan pihak cafee untuk membicarakan terkait penjualan kolaborasi antara Hikyoo dan Kopinya Piyu Cafee	3 jam	
Total Jam				125 jam	

Minggu ke-12					
1.	21 Mei 2024	Melakukan riset ketahanan produk	Melakukan tinjauan kembali mengenai riset ketahanan produk dengan menguji produk pada suhu pendingin untuk menu mac and cheese original	dilakukan selama 4x24 jam	
2.	22 Mei 2024	Melakukan diskusi mengenai kerjasama untuk strategi penjualan	Melakukan diskusi bersama rekan usaha untuk melakukan kolaborasi bersama cafee kopinya piyu dengan rencana launching menu paket bundling	2 jam	
3.	23 Mei 2024	Mencari referensi tentang kolaborasi produk	Mencari referensi contoh kolaborasi produk minuman dan produk makanan untuk mencari inspirasi penjualan	1 jam 30 menit	
	Total Jam			99 jam 30 menit	

C. Tabel Realisasi Agenda Kegiatan Bidang Produksi Bulan Ke-1

Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4
Melakukan diskusi untuk menentukan variasi produk apa yang akan dibuat, dilakukan 2 hari (4 jam)	Membeli bahan baku tambahan di "Toko Agung" (2 jam)	Melakukan diskusi mengenai rencana pembuatan variasi menu baru (2 jam)	Membersihkan tempat yang akan dipakai menjadi gudang bahan baku dan menata bahan baku yang telah di beli ke media penyimpanan (4 jam)
Melakukan survei ke Toko "Agung" (1 jam 30 menit)	Membeli bumbu-bumbu tradisional diberbagai pasar (3 jam)	Melakukan pembelian bahan baku untuk pembuatan sample menu baru	Melakukan <i>quality control</i> sebelum membuka toko pada marketplace, dilakukan selama 3 hari (30 menit x 3 hari)
Melakukan survei ke "Toko Mirota Kampus" (1 jam 30 menit)	Melakukan diskusi untuk merencanakan pembuatan sample produk dan komposisi produk (1 jam 30 menit)	Melakukan <i>quality control</i> pada bahan baku setiap sebelum membuka toko pada marketplace, dilakukan selama 3 hari (30 menit x 3 hari)	Memasak menu sesuai dengan pesanan (estimasi 10 produk perhari) (4 jam x 7 hari)
Melakukan survei ke Toko "Mitra" (1 jam 30 menit)	Membuat sample produk, mencatat resep dan komposisi, dilakukan selama 2 hari (6 jam)	Memasak menu sesuai dengan pesanan (estimasi 10 produk perhari) (4 jam x 7 hari)	Memeriksa dan mencatat ketersediaan bahan baku setiap habis penjualan untuk memperkirakan stok penjualan berikutnya, dilakukan selama 3 hari (30 menit x 3 hari)

Melakukan survei ke berbagai pasar untuk mencari bahan baku bumbu tradisional, dilakukan selama 2 hari (4 jam)	Melakukan evaluasi sampel produk apakah sudah sesuai dengan resep dan komposisi yang diinginkan (1 jam 30 menit)	Memeriksa dan mencatat ketersediaan bahan baku setiap habis penjualan untuk memperkirakan stok penjualan berikutnya, dilakukan selama 3 hari (30 menit x 7 hari)	Pembelian beberapa alat masak baru untuk menunjang pembuatan menu baru
Melakukan diskusi untuk mengumpulkan modal usaha dan menentukan jumlah stok produk yang akan diproduksi (1 jam 30 menit)	melakukan diskusi menentukan harga jual produk (2 jam)	Melakukan trial and error memasak menu baru (sate)	Melakukan trial and error ke 2 memasak menu baru (sate) dilakukan selama 2 hari (4 jam)
Melakukan diskusi dan menetapkan varian produk yang akan launching beserta packaging yang akan dibeli (2 jam)	Membeli packaging di Toko "Husna" (1 jam 30 menit)	Mencatat dan menyusun prosedur produksi sesuai dengan standar dan resep yang telah ditentukan untuk masing-masing variasi menu (1 jam 30 menit)	
Melaporkan perkiraan stok bahan baku untuk pencatatan akumulasi biaya produksi (30 menit)	Membeli packaging di Toko "CSS" (1 jam 30 menit)		
Survey ke toko plastik "60" (1 jam 30 menit)	Membeli media penyimpanan untuk bahan baku dan peralatan lainnya (3		

	jam)		
Survey ke toko plastik "CSS" (1 Jam 30 menit)	Membuat desain untuk atribut tambahan packaging seperti paper belt dan sticker (4 jam)		
Membeli peralatan produksi dan media penyimpanan bahan baku (3 jam)	Melakukan transaksi atau membeli atribut packaging di marketplace (1 jam)		
23 jam	25 jam	45 jam 30 menit	40 jam

D. Tabel Realisasi Agenda Kegiatan Bidang Produksi Bulan Ke-2

Minggu 5	Minggu 6	Minggu 7	Minggu 8
Membeli bahan baku untuk pembuatan sample menu baru (2 jam)	Melakukan pembelian bahan baku dan packaging untuk stok menu yang sudah habis (2 jam 30 menit)	Melakukan diskusi bersama bagian pemasaran mengenai strategi penjualan pada menu baru (1 jam 30 menit)	Membeli beberapa media penyimpanan dan alat masak untuk menunjang produksi
Mencatat dan menyusun prosedur produksi sesuai dengan standar dan resep yang telah ditentukan untuk masing-masing variasi menu	Evaluasi sample menu baru (trial and error) dilakukan selama 2 hari (4 jam)	Melakukan diskusi bersama bagian keuangan untuk menentukan harga jual produk baru (2 jam)	Melakukan quality control dan memeriksa stok bahan baku dan kemasan dilakukan selama 3 kali dalam seminggu (30 menit)
Memasak menu sesuai dengan pesanan (estimasi 10 produk perhari) (4 jam x 7 hari)	Melakukan <i>quality control</i> sebelum membuka toko pada marketplace, dilakukan selama 3 hari (30 menit x 3 hari)	Melakukan <i>quality control</i> dan memeriksa stok bahan baku dan kemasan dilakukan selama 3 hari dalam seminggu (30 menit)	Memasak menu sesuai dengan pesanan dengan (estimasi 10 produk) (4 jam x 7 hari)
Memeriksa dan mencatat ketersediaan bahan baku setiap habis penjualan untuk memperkirakan stok penjualan berikutnya, dilakukan selama 3 hari (30 menit x 3 hari)	Memasak menu sesuai dengan pesanan (estimasi 10 produk perhari) (4 jam x 7 hari)	Memasak menu sesuai dengan pesanan (estimasi 10 produk perhari) (4 jam x 7 hari)	Melakukan quality control sebelum membuka toko pada marketplace, dilakukan selama 3 hari (30 menit x 3 hari)

Melakukan <i>quality control</i> sebelum membuka toko pada marketplace, dilakukan selama 3 hari (30 menit x 3 hari)	Melakukan <i>quality control</i> sebelum membuka toko pada marketplace, dilakukan selama 3 hari (30 menit x 3 hari)	Melakukan <i>quality control</i> sebelum membuka toko pada marketplace, dilakukan selama 3 hari (30 menit x 3 hari)	Melakukan perawatan dan pembersihan gudang produksi (2 jam)
		Memasak sample menu bumbu rendang dan bumbu sate untuk pemberian sample produk kepada mitra	Melakukan evaluasi kinerja dan setiap hasil produksi Hikyoo (30 menit)

		dagang (2 jam)	
43 jam	43 jam 30 menit	40 jam 30 menit	40 jam 30 menit

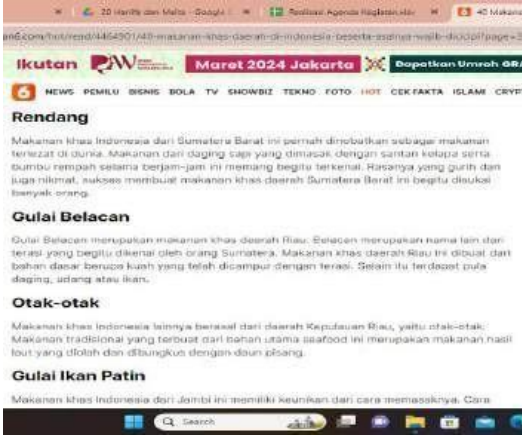
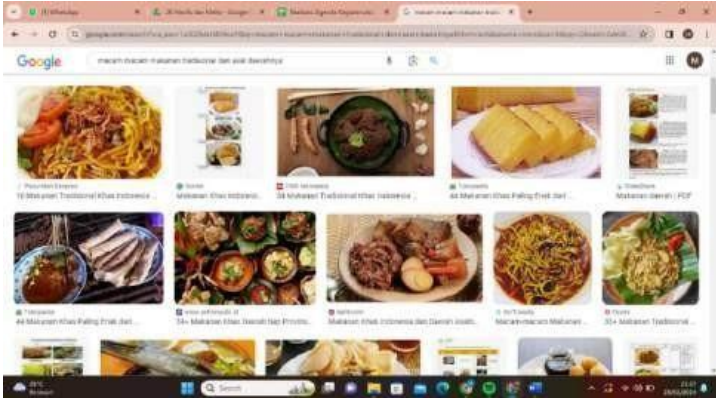
E. Tabel Realisasi Agenda Kegiatan Bulan ke-3

Minggu 9	Minggu 10	Minggu 11	Minggu 12
Melakukan pembelian bahan baku dan packaging untuk stok menu yang sudah habis(2 jam)	Melakukan proses memasak sample yang akan diberikan ke beberapa mitra untuk dapat memperluas pemasaran	Memasak sample produk untuk diberikan kepada mitra dagang	Memasak 3 menu yaitu mac and cheese bumbu sate, mac and cheese bumbu rendang dan mac and cheese original, untuk stok kerjasama di cafee
Melakukan proses pendaftaran ulang (revisi) akun shopeefood	Melakukan <i>quality control</i> dan memeriksa stok bahan baku dan kemasan dilakukan selama 3 hari dalam	Melakukan pendaftaran menu dalam akun shopeefood	Melakukan training bersama barista Kopinya Piyu untuk persiapan penjualan
Melakukan <i>quality control</i> dan memeriksa stok bahan baku dan kemasan dilakukan selama 3 kali dalam seminggu (30 menit)	Memasak menu sesuai dengan pesanan dengan (estimasi 10 produk) (4 jam x 7 hari)	Memasak menu sesuai dengan pesanan dengan (estimasi 10 produk) (4 jam x 7 hari)	Membuat desain daftar menu dan cara memasak ulang mac and cheese untuk penjualan pada Cafe Kopinya Piyu
Memasak menu sesuai dengan pesanan dengan (estimasi 10 produk) (4 jam x 7 hari)	Melakukan <i>quality control</i> sebelum membuka toko pada marketplace, dilakukan selama 3 hari (30 menit x 3 hari)	Melakukan pemasangan banner untuk penetapan tempat Hikyoo	Melakukan <i>quality control</i> dan memeriksa stok bahan baku dan kemasan dilakukan selama 3 kali dalam seminggu (30 menit)

Melakukan quality control sebelum membuka toko pada marketplace, dilakukanselama 3 hari (30 menit x 3 hari)	Melakukan diskusi bersama bagian pemasaran mengenai variasi menu untuk strategi penjualan dengan paket bundling(2 jam)	Melakukan pengeditan hasil photoshoot menu dan membuat poster menu untuk kepentingan akun Marketplace	Memasak menu sesuai dengan pesanan dengan (estimasi 10 produk) (4 jam x 7 hari)

Membuat desain banner dan id card	Membuat desain posterpricelist menu untuk pre-order dan launching menu	Memeriksa dan mencatat ketersediaan bahan baku setiap habis penjualan untuk memperkirakan stok penjualan berikutnya, dilakukan selama 3 hari (30 menit x 3 hari)	Memeriksa dan mencatat ketersediaan bahan baku setiap habis penjualan untuk memperkirakan stok penjualan berikutnya dilakukan 3 kali (30 menit)
		Melakukan quality control dan memeriksa stok bahan baku dan kemasan dilakukan selama 3 kali dalam seminggu (30 menit)	Melakukan evaluasi kinerja setiap divisi, penjualan dan produk (1 jam)
			Melakukan pembelian packaging di toko supplier terdekat untuk stok di cafe dan penjualan online
39 jam 30 menit	37 jam	38 jam 30 menit	44 jam 30 menit

F. BUKTI REALISASI KEGIATAN BIDANG PRODUKSI DAN RISET

No.	DOKUMENTASI KEGIATAN PEKAN KE-1
1.	<p>*Melakukan riset macam-macam makanan tradisional untuk variasi menu</p>  

2. ***Melakukan survey ke pasar untuk pembelian bahan baku bumbu tradisional**



3. ***Melakukan survey ke Toko “Agung”**



4.

***Melakukan survey ke Toko “Mirota Kampus”**



5.

***Melakukan survey ke Toko “Superindo”**



6.

***Survey ke toko plastik dan bahan kemasan 60**



7.

***Survey ke toko plastik “CSS”**



8.

***Membeli peralatan dan media penyimpanan bahan baku**



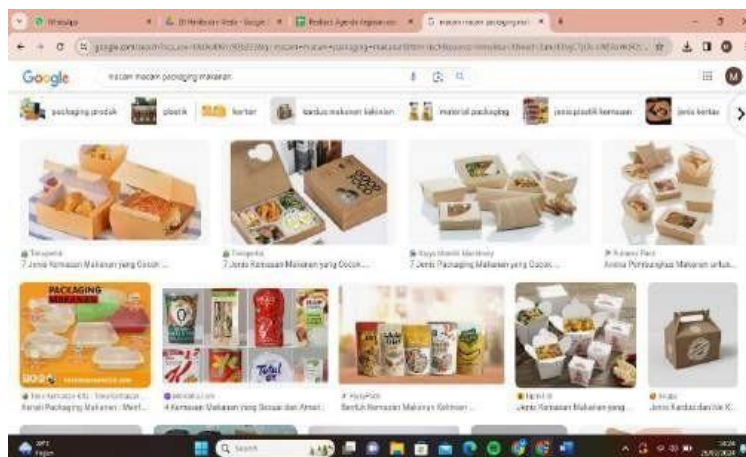
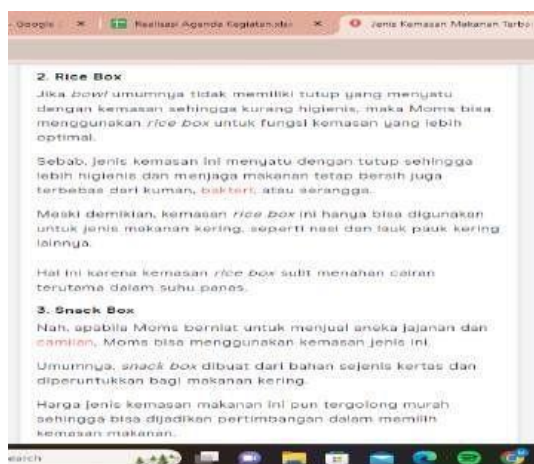
9.

***Membeli bahan baku frozen food**



10.

***Melakukan riset mengenai packaging untuk produk makanan**



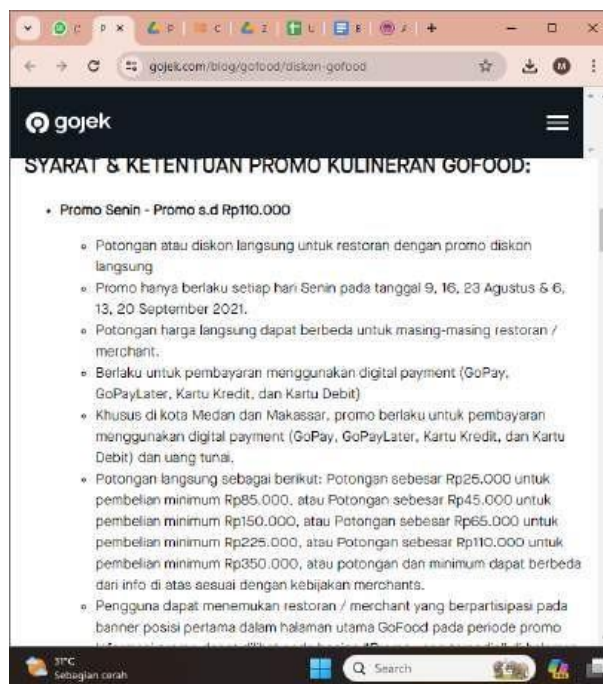
11. ***Proses Pembuatan Sample Bumbu Rendang (trial and error)**



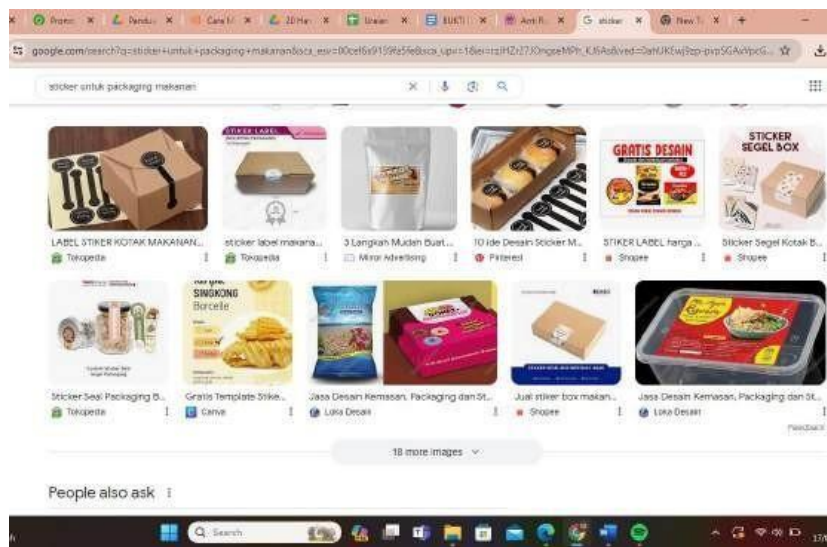
NO.

DOKUMENTASI KEGIATAN PEKAN KE-2

1. **Melakukan riset tentang penjualan melalui marketplace go food**



2. **Mencari referensi tentang atribut pelengkap packaging dan isnpirasi desainnya**



3. Mencari Referensi percetakan untuk atribut packaging di marketplace



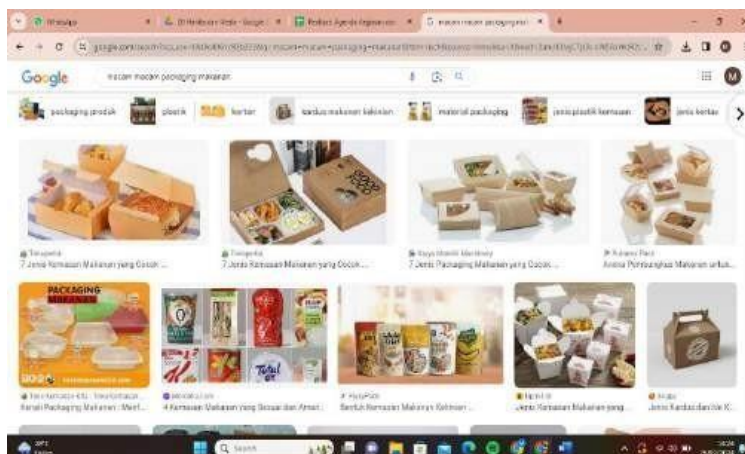
4. Melakukan pembelian packaging



5. Membeli bahan baku bumbu tradisional di pasar



6. Melakukan riset mengenai packaging untuk produk makanan



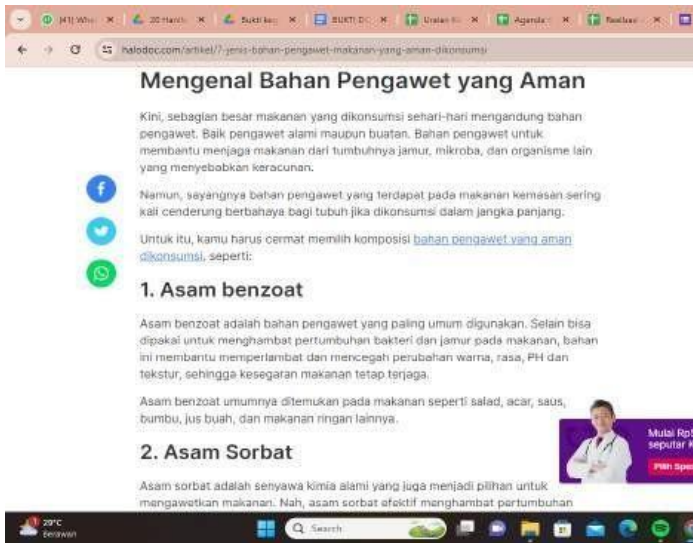
7. **Proses Pembuatan Sample Bumbu Rendang (trial and Error)**



8. **Membuat desain pada sticker dan paper belt untuk tambahan atribut packaging yang meliputi logo dan informasi kontak**



9.	<p>Melakukan pembelian atribut tambahan packaging</p> 
----	--

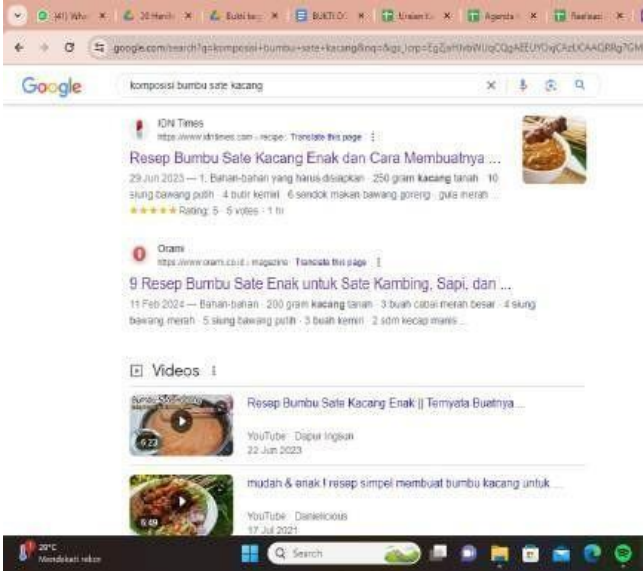
NO.	DOKUMENTASI KEGIATAN PEKAN KE-3
1.	<p>*Melakukan riset tentang macam-macam pengawet makanan untuk rencana pengiriman produk jarak jauh</p> 

2.	<p>*Melakukan riset makanan khas daerah untuk konten sneak peak (1 jam 30 menit)</p>
	
3.	<p>*Melakukan Pembelian bahan baku untuk menu baru</p> 
4.	<p>*Melakukan Trial and Error Pembuatan Menu Baru (Sate)</p>



5. **Memasak menu sesuai dengan pesanan**



NO.	DOKUMENTASI KEGIATAN PEKAN KE-4
1.	<p>*Melakukan riset tentang cara pembuatan komposisi bumbu sate</p>  <p>The screenshot shows a Google search interface with the query 'komposisi bumbu sate kacang'. The search results include two text-based links: one from JNN Times titled 'Resep Bumbu Sate Kacang Enak dan Cara Membuatnya ...' dated 29 Jun 2023, and another from Orami titled '9 Resep Bumbu Sate Enak untuk Sate Kambing, Sapi, dan ...' dated 11 Feb 2024. Below these are video results from YouTube, including 'Resep Bumbu Sate Kacang Enak Temyata Buatnya ...' and 'mudah & enak resep simpel membuat bumbu kacang untuk ...'.</p>
2.	<p>*Penataan gudang bahan baku</p>  <p>The photograph shows a storage area with several cardboard boxes. One box is open, revealing bags of rice and other food items. Another box contains a large bottle of cooking oil and a jar of spices. The items are arranged on a tiled floor, suggesting a kitchen or food storage area.</p>

3.	*Melakukan Pembelian alat masak baru
----	---



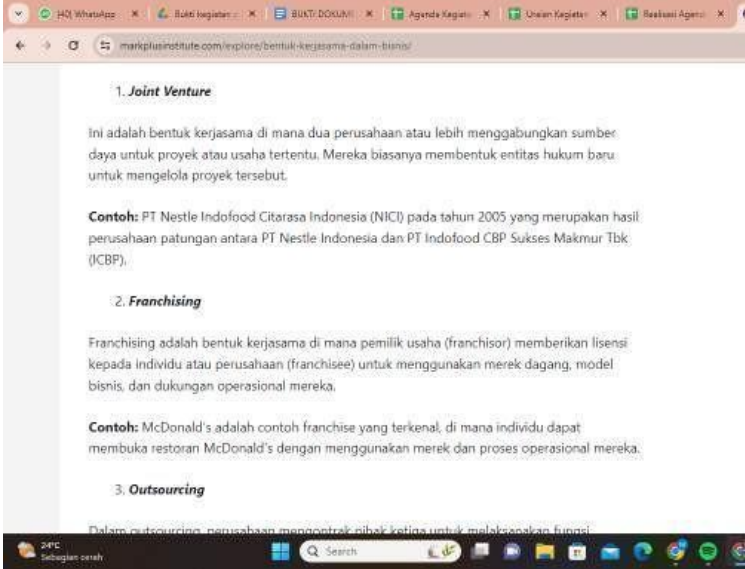
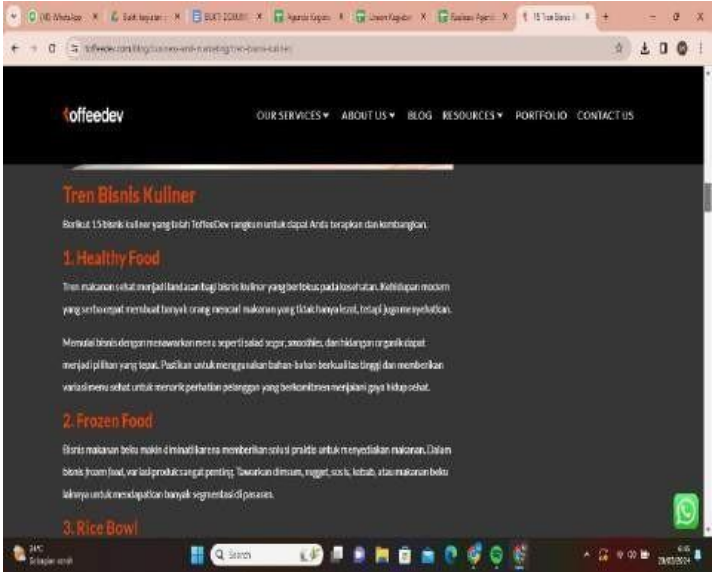
4. ***Melakukan Trial and Error ke 2 Pembuatan Menu Baru (Sate)**



5. **Memasak menu sesuai pesanan**



--	--

NO.	DOKUMENTASI KEGIATAN PEKAN KE-5
1.	<p>*Melakukan riset bentuk-bentuk kerjasama kemitraan</p>  <p>The screenshot shows a web browser with multiple tabs. The active tab displays an article titled "Bentuk-bentuk kerjasama dalam bisnis" (Forms of business cooperation). The article is structured as follows:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Joint Venture Ini adalah bentuk kerjasama di mana dua perusahaan atau lebih menggabungkan sumber daya untuk proyek atau usaha tertentu. Mereka biasanya membentuk entitas hukum baru untuk mengelola proyek tersebut. Contoh: PT Nestle Indofood Citarasa Indonesia (NICI) pada tahun 2005 yang merupakan hasil perusahaan patungan antara PT Nestle Indonesia dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP). 2. Franchising Franchising adalah bentuk kerjasama di mana pemilik usaha (franchisor) memberikan lisensi kepada individu atau perusahaan (franchisee) untuk menggunakan merek dagang, model bisnis, dan dukungan operasional mereka. Contoh: McDonald's adalah contoh franchise yang terkenal, di mana individu dapat membuka restoran McDonald's dengan menggunakan merek dan proses operasional mereka. 3. Outsourcing Dalam outsourcing, perusahaan mengontrak pihak ketiga untuk melaksanakan fungsi...
2.	<p>*Analisis Tren konsumen melalui media sosial dan beberapa artikel</p>  <p>The screenshot shows a website with the title "Tren Bisnis Kuliner" (Food Business Trends) by offeedev. The article discusses three trends in the food business:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Healthy Food Tren makanan sehat menjadi landasan bagi bisnis kuliner yang berfokus pada kesehatan. Kebanyakan restoran yang sukses saat ini menawarkan menu yang sehat dan bergizi, serta menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi. 2. Frozen Food Bisnis makanan beku makin diminati karena memberikan solusi praktis untuk menyediakan makanan. Dalam bisnis frozen food, variasi produk sangat penting. Tawarkan dimsum, nugget, sosis, kue, atau makanan beku lainnya untuk mendapatkan banyak segmen pasar. 3. Rice Bowl

	<p>06.41</p> <p>< Q Tren konsumen dalam usaha kuliner</p> <p>Top Videos Users Sounds Shop LIVE Pla</p> <p>Foodizz 201 Bangvano 381,6K</p> <p>4/9/2023</p> <p>#trending buat kalian yang baru banget mulai usaha...</p> <p>Minho Fish Cake 394</p> <p>5 TAHAPAN MEMBANGUN BISNIS KULINER PART 1 s...</p> <p>Papa Nanda 1233</p> <p>10/3/2023</p> <p>3 TIPS DARI AKU</p> <p>Nyiapin pesanan 50 porsi</p> <p>11/10/2023</p> <p>#idejualankuliner #jualanonline</p>
<p>3.</p>	<p>*Proses produksi memasak menu sesuai pesanan</p> 

4. ***Melakukan uji ketahanan produk Mac and cheese bumbu rendang di suhu ruang**

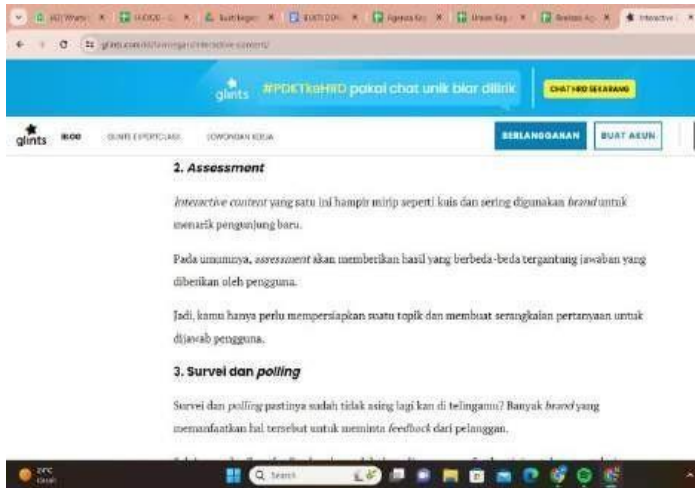


5. **Pencatatan komposisi menu beserta harga perbahan**

The screenshot shows a Google Sheets document with two tables. The first table, 'Bumbu Rendang', lists ingredients and their prices. The second table, 'Mac and cheese Original', lists ingredients and their prices. A calculation for the price of macaroni is shown in the right column of the second table.

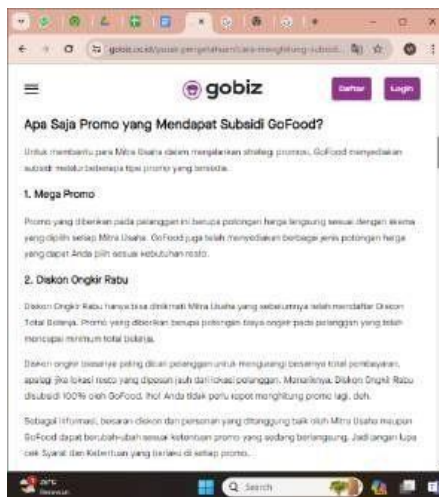
Bumbu Rendang		
Bahan	Takaran	
Bumbu pakot	5kg	
kelapa 1 butir (santan kental)	10kg	
bumbu rendang	7,5	
olep pemasakan bumbu 25 l + gas.		

Mac and cheese Original			
Bahan	Takaran	Harga	
Macaroni	100 gram	Rp. 2000	
susu	1 sendok (15 ml)	Rp. 500	
lada	1 gram	Rp. 1000	
minyak	minyak sayur	Rp. 1000	
			1 sendok setara 15 ml. 1 kg 27.000 (1000 ml) = 1000 : 15 = 66 jadi 27.000 : 66 = 500 perak

NO.	DOKUMENTASI KEGIATAN PEKAN KE-6
1.	<p>*Riset Kepuasan konsumen melalui review pembelian produk</p> 
2.	<p>*Riset konten interaktif</p> 
3.	<p>*Proses produksi memasak menu sesuai pesanan</p>



4. **Melakukan riset tentang macam-macam promo awal bulan yang efektif untuk penjualan**



5. ***Melakukan uji ketahanan produk Mac and cheese bumbu sate di suhu ruangan**

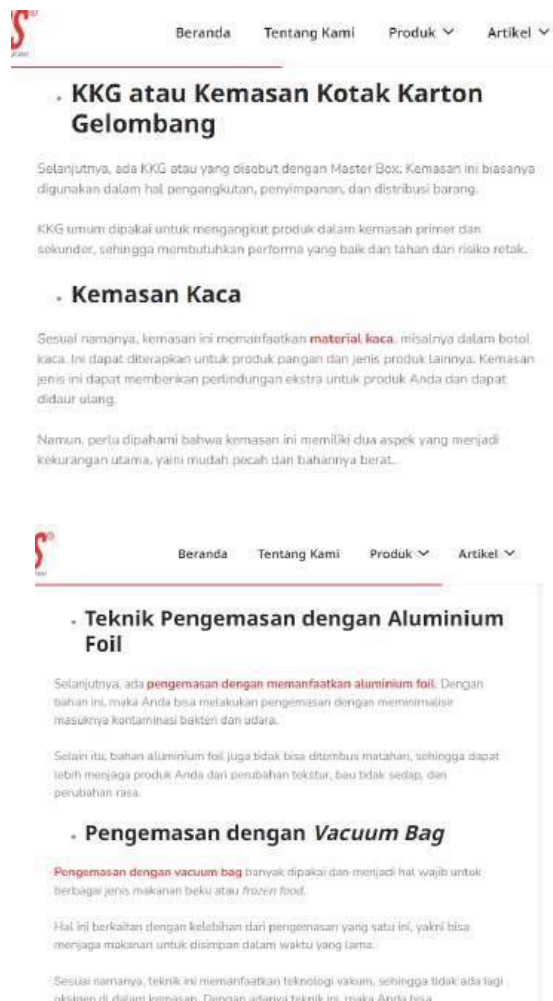


6.	Pembelian stok bahan baku yang sudah habis 
----	--

NO.	DOKUMENTASI KEGIATAN PEKAN KE-7
-----	--

1.

*Melakukan riset mengenai pengemasan yang efektif



The screenshot shows a website with a navigation bar at the top containing links for 'Beranda', 'Tentang Kami', 'Produk', and 'Artikel'. The main content area features three articles. The first article is titled 'KKG atau Kemasan Kotak Karton Gelombang' and discusses the use of Master Box for shipping, storage, and distribution. The second article is titled 'Kemasan Kaca' and describes glass packaging for food and other products, noting its durability and reusability. The third article is titled 'Teknik Pengemasan dengan Aluminium Foil' and explains how aluminum foil packaging protects products from light, air, and bacteria. The fourth article is titled 'Pengemasan dengan Vacuum Bag' and describes the use of vacuum bags for freezing food, highlighting the technology used to remove air.

KKG atau Kemasan Kotak Karton Gelombang

Selanjutnya, ada KKG atau yang disebut dengan Master Box. Kemasan ini biasanya digunakan dalam hal pengangkutan, penyimpanan, dan distribusi barang.

KKG umum dipakai untuk mengangkut produk dalam kemasan primer dan sekunder, sehingga membutuhkan performa yang baik dan tahan dan risiko retak.

Kemasan Kaca

Sesuai namanya, kemasan ini memanfaatkan **material kaca**, misalnya dalam botol kaca. Ini dapat diterapkan untuk produk pangan dan jenis produk lainnya. Kemasan jenis ini dapat memberikan perlindungan ekstra untuk produk Anda dan dapat didaur ulang.

Namun, perlu dipahami bahwa kemasan ini memiliki dua aspek yang menjadi kekurangan utama, yakni mudah pecah dan bahannya berat.

Teknik Pengemasan dengan Aluminium Foil

Selanjutnya, ada **pengemasan dengan memanfaatkan aluminium foil**. Dengan bahan ini, maka Anda bisa melakukan pengemasan dengan meminimalisir masuknya kontaminasi bakteri dan udara.

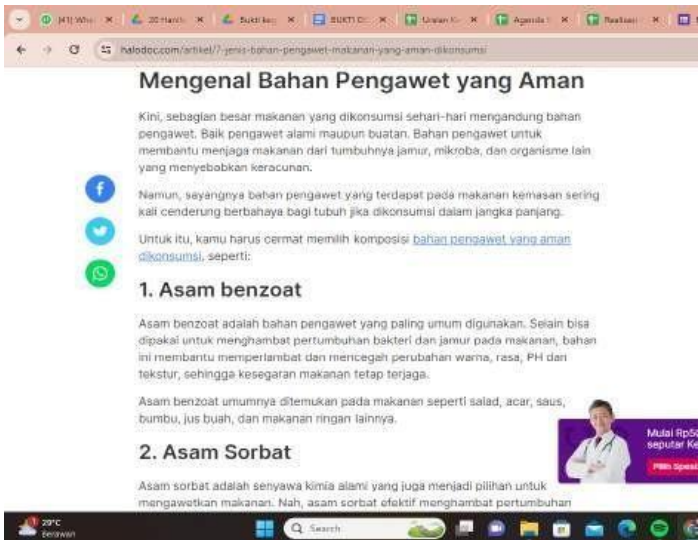
Selain itu, bahan aluminium foil juga tidak bisa ditembus matahari, sehingga dapat lebih menjaga produk Anda dari perubahan tekstur, bau tidak sedap, dan perubahan rasa.

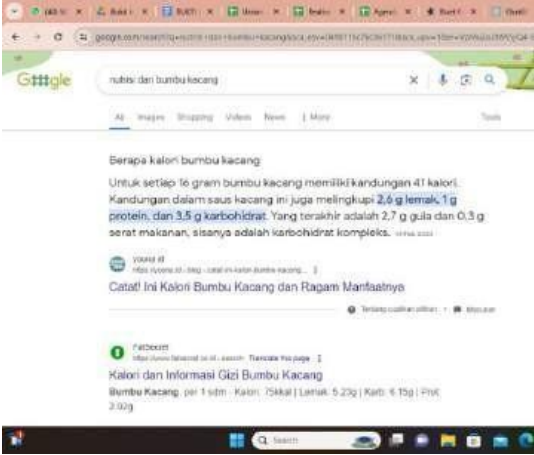
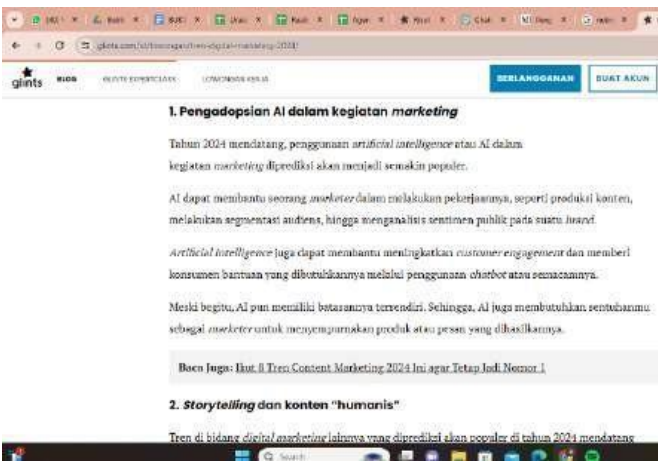
Pengemasan dengan Vacuum Bag

Pengemasan dengan vacuum bag banyak dipakai dan menjadi hal wajib untuk berbagai jenis makanan beku atau *frozen food*.

Hal ini berkaitan dengan kelebihan dari pengemasan yang satu ini, yakni bisa menjaga makanan untuk disimpan dalam waktu yang lama.

Sesuai namanya, teknik ini memanfaatkan teknologi vakum, sehingga tidak ada lagi oksigen di dalam kemasan. Dengan adanya teknik ini, maka Anda bisa

2.	<p>*Riset bahan pengawet yang aman untuk produk</p> 
3.	<p>*Proses produksi memasak menu sesuai pesanan</p> 
3.	<p>*Memasak produk untuk pemberian sample kepada mitra dagang</p> 

NO.	DOKUMENTASI KEGIATAN PEKAN KE-8
1.	<p>*Meneliti aspek nutrisi pada produk</p> <div data-bbox="295 443 1356 896">   </div>
2.	<p>*Riset tren pasar saat ini</p> <div data-bbox="316 1276 976 1736">  </div> <div data-bbox="1018 1164 1332 1848">  </div>

3.

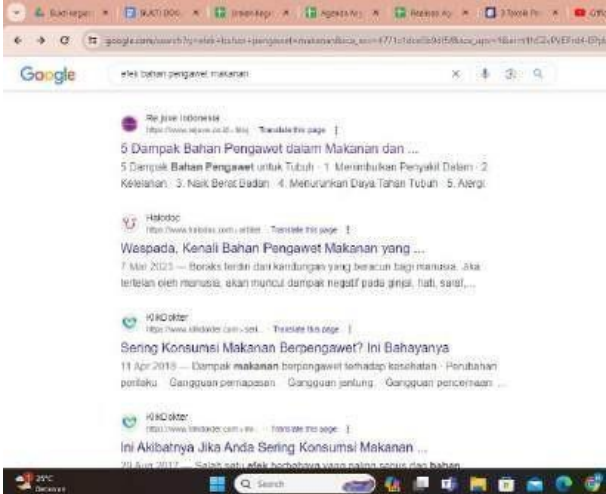
***Proses produksi memasak menu sesuai pesanan**



3.

***Membeli alat produksi dan media penyimpanan**



NO.	DOKUMENTASI KEGIATAN PEKAN KE-9
1.	<p>* Melakukan Riset tentang sistem penjualan di shopee food</p>  <p>The screenshot shows a blog post from 'kitalulus.com' with the URL 'kitalulus.com/blog/bisnis/teknik-jualan-di-shopee-food/'. The page lists requirements for selling on Shopee Food for small businesses and large businesses. For small businesses, requirements include: KTP (or KITAS), NPWP, SPPKP, and a personal photo. For large businesses, requirements include: KTP (or KITAS), NPWP, SIUP (or TDUJ), TDP (or NB), business license, company address proof, and restaurant or outlet photo. Below the requirements, it says 'Cara Daftar Jualan di Shopee Food Lengkap' and 'Setelah melengkapi persyaratan di atas, tahapan selanjutnya adalah melakukan pendaftaran. Berikut 5 langkah yang harus Anda lakukan.'</p>
2.	<p>*Peninjauan kembali tentang penggunaan bahan pengawet pada produk dan dampaknya pada tubuh</p>  <p>The screenshot shows a Google search result for 'efek bahan pengawet makanan'. The top result is from 'Rejeki Indonesia' titled '5 Dampak Bahan Pengawet dalam Makanan dan ...'. The snippet mentions: '5 Dampak Bahan Pengawet untuk Tubuh - 1. Menyebabkan Penyakit Dalam - 2. Ketelanan - 3. Nais Berat Badan - 4. Menurunkan Daya Tahan Tubuh - 5. Alergi'. Other results from 'Hidokter' and 'KIDOKTER' are also visible, discussing the dangers of consuming preservatives.</p>
3.	<p>*Pembelian bahan baku dan packaging</p>



4. ***Proses Pendaftaran Ulang Shopee Food**



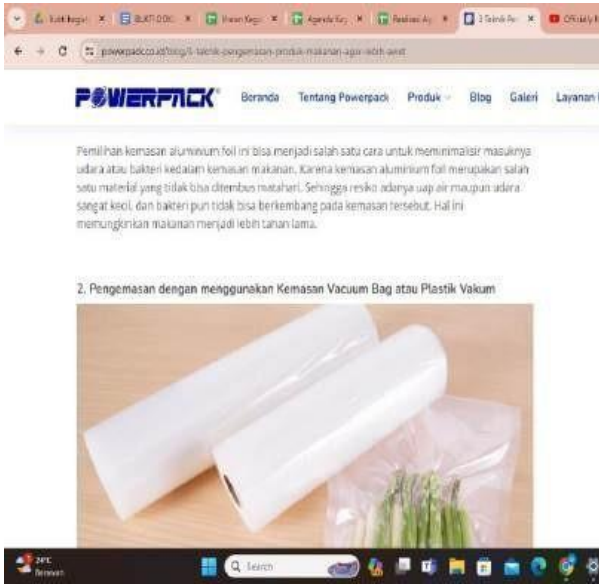
5. ***Membuat desain banner dan Id Card**

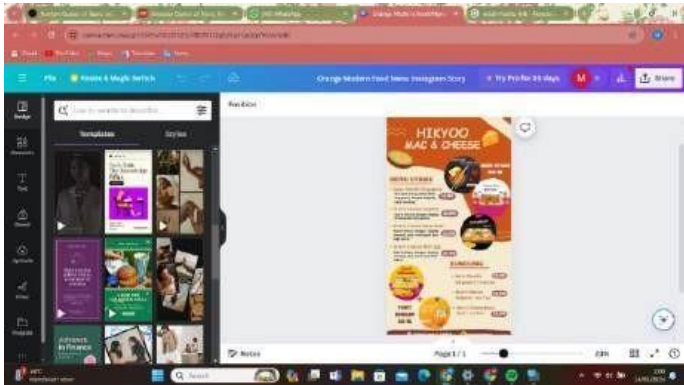


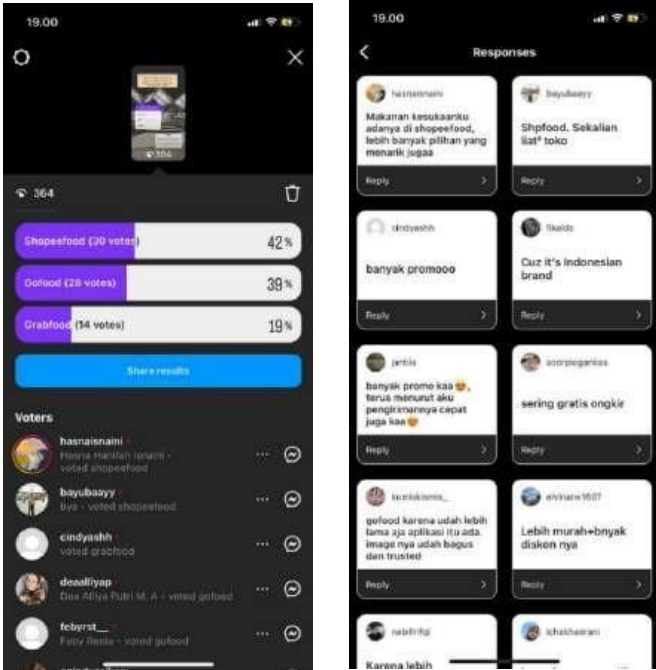
6.

Proses Produksi Memasak Menu Sesuai Pesanan



NO.	DOKUMENTASI KEGIATAN PEKAN KE-10
1.	<p>*Proses produksi memasak menu sesuai pesanan</p> <div data-bbox="435 456 1048 873">  </div>
2.	<p>*Melakukan riset tentang teknis pengemasan produk agar tahan lama tanpa pengawet</p> <div data-bbox="375 1099 976 1680">  </div>
3.	<p>*Proses membuat sample untuk mitra dan perjalanan menuju tempat pertemuan</p>

	
4.	<p>*Melakukan quality control dan memeriksa stok bahan baku dan kemasan</p> 
3.	<p>*Membuat desain pricelist menu pre-order</p> 

No.	DOKUMENTASI KEGIATAN PEKAN KE-11
1.	<p data-bbox="293 318 1098 353">Melakukan riset ketahanan produk sate di suhu pendingin</p> <div data-bbox="293 423 632 1019">  <p data-bbox="347 674 577 719">Dimasak jam 09.30, hari pertama sampai malam masih fresh</p> <p data-bbox="363 725 561 779">Hari ke-4 baru dikeluarkan dari pendingin untuk warna, rasa dan bau tidak berubah</p> </div>
2.	<p data-bbox="293 1097 1385 1182">Melakukan riset di sosial media tentang media penjualan yang diminati oleh konsumen dengan melakukan polling</p> <div data-bbox="293 1279 951 1946">  </div>

3. **Melakukan pertemuan dengan pihak cafee untuk membicarakan terkait penjualan kolaborasi antara Hikyoo dan Kopinya Piyu Cafee**



4. **Melakukan proses memasak sample produk untuk diberikan kepada pihak Kopinya Piyu cafee**



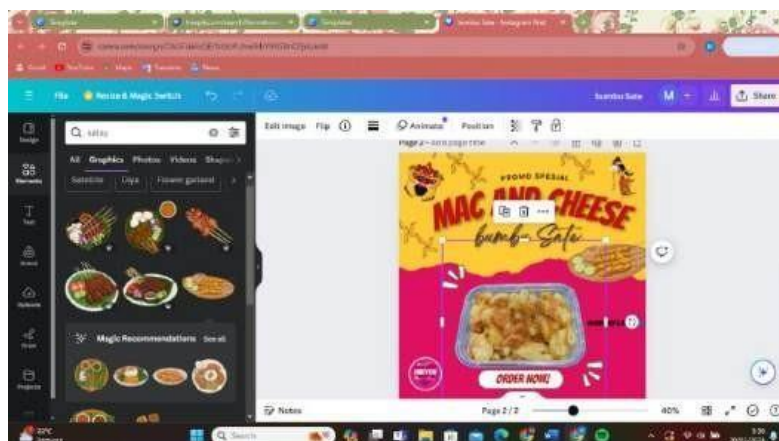
5. Melakukan proses produksi sesuai dengan pesanan

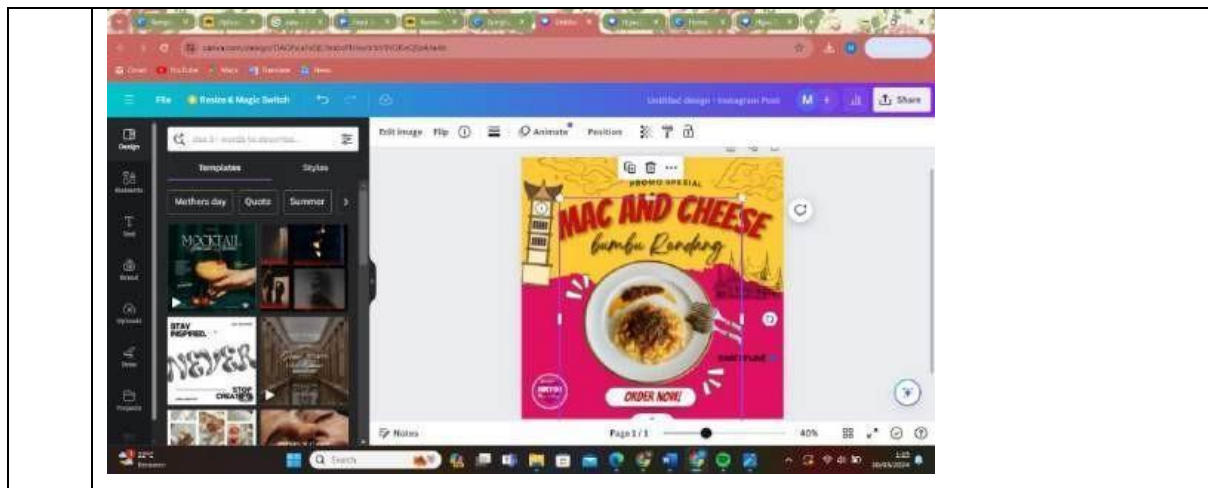


6. Melakukan pemasangan banner usaha



7. Melakukan pengeditan hasil photoshoot menu dan membuat poster menu untuk kepentingan akun marketplace





NO.	DOKUMENTASI KEGIATAN PEKAN KE-12
1.	<p>* Melakukan riset ketahanan produk menu mac and cheese original dan rendang dalam suhu pendingin</p> <div data-bbox="296 1081 598 1615">  <p>Dimasak jam 10.05 pagi, dimasukkan ke kulkas dan sampai malam dicoba masih enak.</p> <p>hari ke-4 jam 10.30 siang, dikeluarkan dari pendingin, untuk warna sedikit pucat karna dingin, untuk bau dan rasanya tidak ada yang berubah, masih bagus.</p> </div> <div data-bbox="614 1081 916 1615">  <p>Dimasak jam 10.05 pagi, dimasukkan kedalam kulkas dan sampai malam di coba masih enak.</p> <p>Hari ke-4 jam 10.40 siang, dikeluarkan dari pendingin, untuk warna sedikit pucat, namun untuk rasa dan bau tidak berubah.</p> </div>

2. ***Memasak menu produk untuk stok di café**



3. ***Membuat desain daftar menu untuk di café**



	<p>Melakukan Training Bersama barista/karyawan cafee piyu</p> 
<p>4.</p>	<p>*Melakukan proses produksi sesuai dengan pesanan</p> 

5.

***Membeli perlengkapan packaging untuk kebutuhan di cafe**



G. Laporan Hasil Riset

a. Pendahuluan

Dalam pelaksanaan pengembangan bisnis ini, untuk menunjang segala hal yang menyangkut dengan produk dan pemasaran dilandasi dengan riset. Riset memiliki peran yang penting dalam bisnis kuliner untuk membantu dalam pengambilan keputusan yang akan dilakukan untuk keberlanjutan suatu bisnis. Dengan adanya riset dapat memudahkan beberapa hal yang terkait dengan pengembangan bisnis ini diantaranya mengenai preferensi konsumen, segmentasi pasar, dapat mengidentifikasi tren dan inovasi, menganalisis strategi dari kompetitor dan mengoptimalkan operasional juga layanan. Oleh karena itu dalam laporan ini, akan dibahas mengenai hasil dari riset yang telah dijalankan selama 12 pekan pada perkembangan bisnis ini.

***MINGGU KE-1**

1. Melakukan riset kondisi pasar di wilayah sekitar kampus UII.

a. Metode

Riset ini dilakukan dengan melihat peluang dan banyaknya kompetitor dengan menyusuri sekitar kampus UII, untuk melihat dan mencari usaha-usaha kuliner yang setipe dengan Hikyoo. Riset dilakukan dengan berkunjung ke beberapa tempat yang dirasa sebagai kompetitor, survei pertama yang dilakukan adalah mengamati langsung dari beberapa tempat makan di sekitar UII yang memang memiliki kesamaan dalam hal menu yang disajikan yaitu *Mac and Cheese*, penulis mendatangi salah satu kompetitor yaitu “Vins Pizza” dengan mencoba membeli salah satu menu yaitu “Mac and Cheese Beef Sausage” dengan ukuran 200 ml seharga 28k. Penulis mengamati dari segi rasa, komposisi, harga, pelayanan, hingga strategi pemasaran melalui media sosial maupun marketplace. Kemudian survei kedua, penulis mencoba membeli salah satu

produk kompetitor lagi melalui marketplace shopee food yaitu “Pazuppa”, dengan mengamati hal yang sama dari rasa, komposisi, hingga perbandingan harganya. Begitupun pada survey yang ketiga, penulis mencoba mengamati hal yang sama dengan kompetitor lainnya, kali ini kompetitor yang dicoba bisa dibilang sudah menjadi brand besar dan tentu disukai banyak kalangan, yaitu “Dominos Pizza”.

b. Hasil

Dari ketiga survei yang dilakukan pada tempat yang berbeda, membuahkan hasil bahwa ada beberapa perbedaan yang sangat mencolok dari ketiganya, yang mana dari segi rasa tidak jauh beda, namun untuk variasi menu ketiganya menawarkan varian menu yang berbeda, untuk “Dominos Pizza” sudah tidak perlu diragukan lagi brand ini yang paling banyak memiliki varian menu dibanding 2 kompetitor lainnya. Namun dari segi harga terbilang cukup kompetitif, jika dibandingkan dengan ketiganya memang Dominos jauh lebih mahal, namun untuk 2 kompetitor sejenis yaitu Vins Pizzadan Pazuppa masih tetap lebih unggul yaitu, Vins Pizza dari segi variasi menu yang lebih banyak dan strategi maketing yang digunakan pada media sosial mereka, namun untuk harga memang sedikit lebih murah Pazuppa karna keduanya menawarkan ukuran dan komposisi yang berbeda.

c. Kebijakan

Dari ketiga kompetitor diatas, ada peluang besar bagi Hikyoo Mac and Cheese untuk mengenalkan inovasi baru yaitu Mac and Cheese dengan perpaduan cita rasa nusantara. Alasan Tim Hikyoo memutuskan untuk mengeluarkan produk inovatif ini ialah karena dari riset yang dilakukan memang belum ditemukan produk sejenis dengan varian rasa nusantara, sehingga Tim Hikyoo berani mengambil peluang dan siap bersaing dengan produk mac and cheeselainnya.

d. Hasil

Dari ketiga survei yang dilakukan pada tempat yang berbeda, membuahkan hasil bahwa ada beberapa perbedaan yang sangat mencolok dari ketiganya, yang mana dari segi rasa tidak jauh beda, namun untuk variasi menu ketiganya menawarkan varian menu yang berbeda, untuk “Dominos Pizza” sudah tidak perlu diragukan lagi brand ini yang paling banyak memiliki varian menu dibanding 2 kompetitor lainnya. Namun dari segi harga terbilang cukup kompetitif, jika dibandingkan dengan ketiganya memang Dominos jauh lebih mahal, namun untuk 2 kompetitor sejenis yaitu Vins Pizzadan Pazuppa masih tetap lebih unggul yaitu, Vins Pizza dari segi variasi menu yang lebih banyak dan strategi maketing yang digunakan pada media sosial mereka, namun untuk harga memang sedikit lebih murah Pazuppa karna keduanya menawarkan ukuran dan komposisi yang berbeda.

e. Kebijakan

Dari ketiga kompetitor diatas, ada peluang besar bagi Hikyoo Mac and Cheese untuk mengenalkan inovasi baru yaitu Mac and Cheese dengan perpaduan cita rasa nusantara. Alasan Tim Hikyoo memutuskan untuk mengeluarkan produk inovatif ini ialah karena dari riset yang dilakukan memang belum ditemukan produk sejenis dengan varian rasa nusantara, sehingga Tim Hikyoo berani mengambil peluang dan siap bersaing dengan produk mac and cheese lainnya.

2. Riset Melalui Online Tentang Referensi Makanan Tradisional.

a. Metode

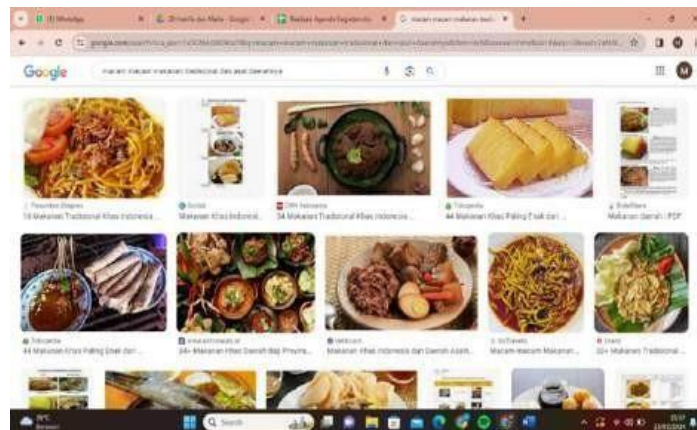
Pada kegiatan ini dilakukan riset terkait macam-macam menu masakan tradisional, meliputi bahan baku dan cara pembuatannya.

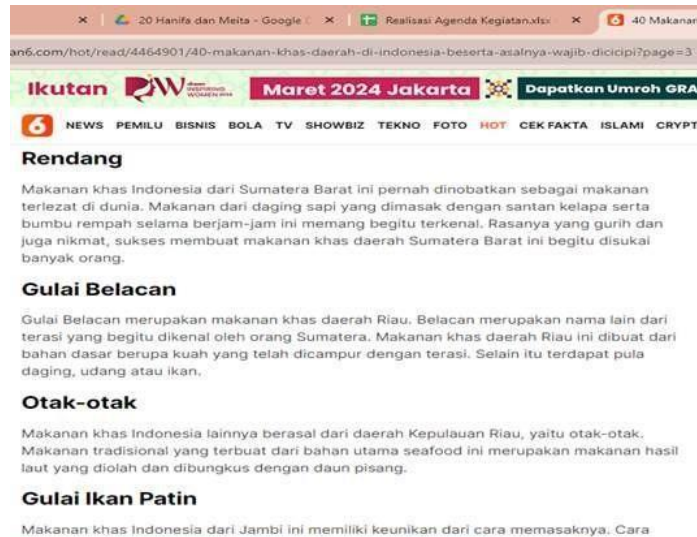
b. Hasil

Setelah mencari tahu terkait bahan dan cara memasak berbagai macam masakan tradisional, saya mencatat beberapa menu yang dirasacocok untuk dipadukan dengan Mac and Cheese yang punya cita rasa *creamy*, sehingga saya mencatat beberapa nama makanan seperti rendang, sate, bumbu hitam madura, bumbu taliwang dll. Beberapa bumbu tersebut menjadi kandidat karena punya tipe rasa yang bisa jadipelengkap dan perpaduan yang masih terbilang cocok untuk dinikmati. Sedangkan untuk varian rasa yang akan kami uji coba terlebih dahulu yaitu bumbu rendang.

c. Kebijakan Yang Diambil

Dari beberapa menu masakan yang dicatat berdasarkan bahan dan cara memasaknya. Kami berdiskusi dan menghasilkan kebijakan untuk memilih 2 rasa tradisional yang akan dicoba untuk dipadukan dengan pasta, yaitu bumbu rendang dan bumbu sate. Alasan kami memilih masakan tersebut karena, terkejutnya yang tidak terlalu cair, rasanya yang dominan pedas manis dan gurih akan dirasa sangat cocok dijadikan topping untuk dipadukan dengan mac and cheese.





3. Melakukan riset tentang berbagai macam bentuk packaging

a. Metode

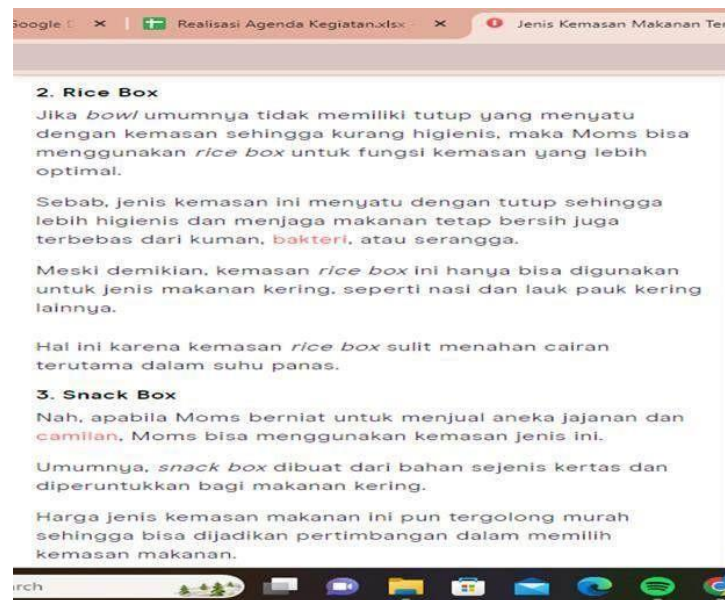
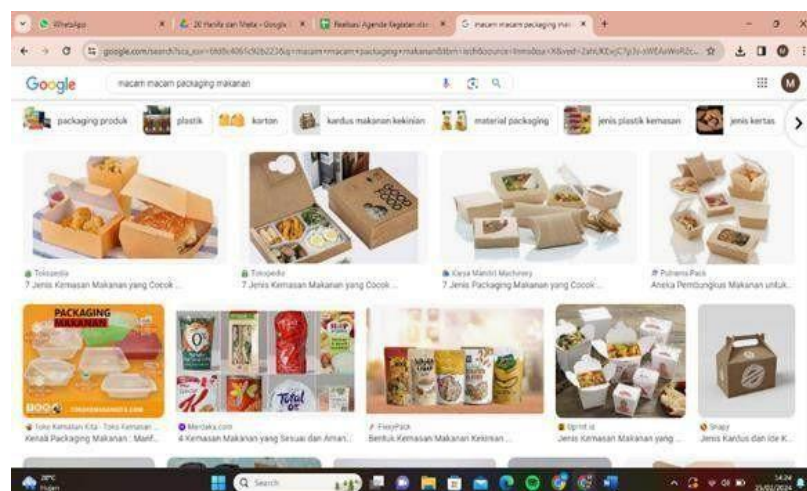
Mencari referensi di internet tentang macam-macam bentuk packaging meliputi bahan, kekurangan dan kelebihan dari packaging, harga pasarnya dan juga tempat membelinya, mulai dari toko-toko terdekat maupun marketplace untuk membandingkan jenis, bahan dan harganya.

b. Hasil

Hasil dari riset yang dilakukan, ada dua jenis packaging yang dapat kita jadikan pilihan yaitu, wadah thinwall bening, wadah paper tray, dan alumunium foil. Dari ketiga bahan tersebut yang dirasa sangat cocok untuk menjadi packaging dari mac and cheese dengan teksturenya yang sedikit basah dan lengket sehingga, diperlukan packaging yang kuat agar kualitas dari mac and cheese tidak berubah.

c. Kebijakan Yang Diambil

Kebijakan yang kami ambil setelah berdiskusi, akhirnya kami memutuskan memilih thinwall bening sebagai packaging untuk Hikyoo. Alasan kami memilih jenis packaging tersebut, karena bentuknya yang lumayan besar, kuat dan aman untuk dibawa kemana2. Apalagi untuk jenis makanan yg sedikit basah sangat diperlukan packaging yg kuat dan tahan tembus, dan thinwall merupakan salah satu packaging yg paling aman untuk pemesanan melalui marketplace seperti shopeefood dan go food.



***MINGGU KE-2**

1. Melakukan Riset tentang penjualan melalui marketplace Gofood, Shopeefood dan Grabfood

a. Metode

Untuk menunjang pemasaran produk yang lebih luas, saya mencaritahu tentang bagaimana sistem penjualan melalui marketplace shopeefood, go food dan grabfood, dari mulai cara membuat akun, sistem penggunaannya, strategi penjualan dengan promo-promo yang disediakan sampai dengan pembagian hasilnya. Selain hanya mencaritahu melalui internet di website resmi, saya juga melakukan riset kecil tentang marketplace mana yang paling banyak diminati oleh konsumen dengan melakukan polling di Instagram dan melihat respon dari para followers yang mengisi polling tersebut. Hal ini dilakukan juga untuk melihat peluang dan membantu membuat keputusan untuk nantinya akan diperjual belikan di platform yang mana.

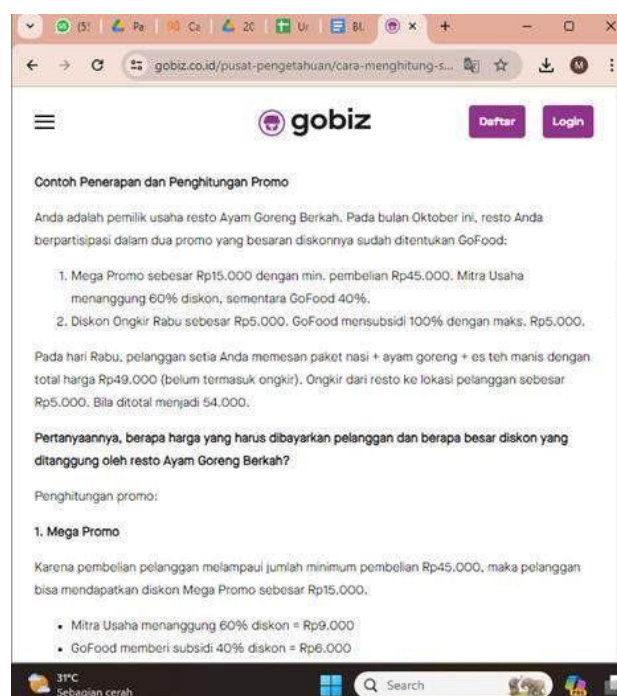
b. Hasil

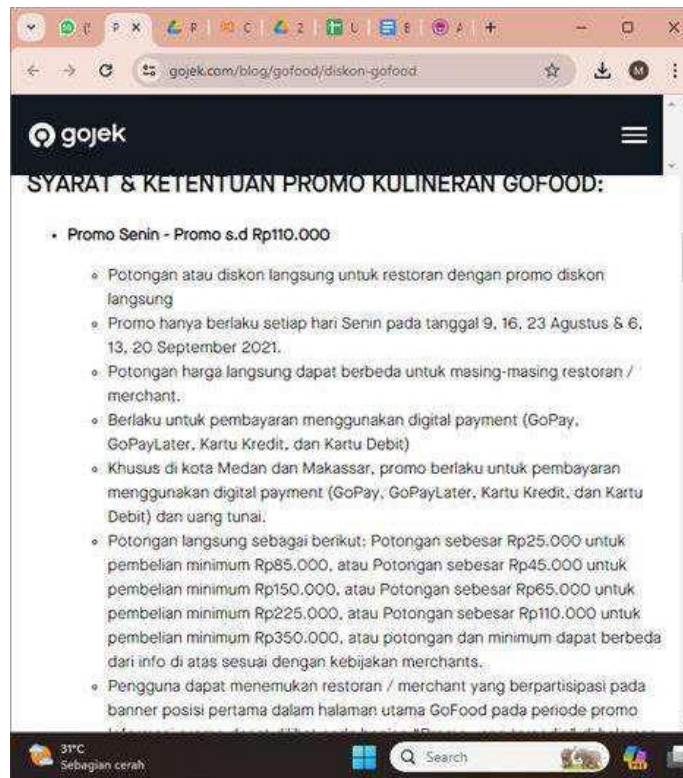
Hasil dari riset yang dijalankan, untuk sistem penggunaan ketiga marketplace ini tidak jauh berbeda , namun perbedaannya pada strategi penjualannya. Ketiganya sama-sama menerapkan syarat dan ketentuan bagi hasil sebesar 80:20, yang mana 80% untuk mitra dan 20% untuk penyedia platform, pertransaksi. Untuk strategi penjualannya sendiri, shopeefood lebih banyak menawarkan promo-promo yang dapat menarik customer untuk terus berbelanja melalui shopeefood. Hal ini juga.

dibuktikan dengan hasil riset kecil di media sosial, yang mana responden lebih banyak menyukai shopeefood untuk marketplace jual beli, dengan alasan lebih banyak untung bagi konsumen karna banyak promo yang ditawarkan. Dibanding dengan grabfood dan gofood, kedua marketplace ini bisa dibilang perlu beberapa syarat untuk bisa menikmati promo-promo yang ada sedangkan shopeefood tidak bergantung dengan syarat pembelian seminimal mungkin.

c. Kebijakan Yang Diambil

Melihat dari hasil riset yang telah dijalankan, kami telah berdiskusi dan menetapkan bahwa kami memilih untuk bermitra bersama dengan platform gofood dan shopeefood. Alasannya dari hasil riset polling di media sosial 2 nama marketplace tersebut yang paling diminati, karena dilihat juga dari strategi penjualan yang diberikan membuat customer jauh lebih tertarik. Sedangkan grabfood sepi peminat karna untuk fitur penjualannya sendiri kurang lengkap dan kurang menarik customer, dan jarang mengeluarkan promo-promo menarik yang dapat membantu penjualan.





kitalulus.com/blog/bisnis/cara-jualan-di-shopee-food/

kitalulus | [Seputar Kerja](#) | [Investasi](#) | [Info HRD](#) | [Info CPNS](#) | [Gaya Hidup](#) | [Bisnis](#)

1. Syarat Jualan di Shopee Food untuk Bisnis Kecil/Individu

- Kartu identitas, KTP (Kartu Tanda Penduduk) atau KITAS (Kartu Izin Menetap Sementara)
- NPWPD (Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah)
- SPPKP (Surat Pengukuhan Pengusaha Kena Pajak)
- Foto buku tabungan pribadi

2. Syarat Jualan di Shopee Food untuk Bisnis Besar (Non-UKM)

- Kartu identitas, KTP (Kartu Tanda Penduduk) atau KITAS (Kartu Izin Menetap Sementara)
- NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)
- SIUP (Surat Izin Usaha Perusahaan) atau TDUP (Tanda Daftar Usaha Pariwisata)
- TDP (Tanda Daftar Perusahaan) atau NB (Nota Bene)
- Akta pendirian usaha
- Surat keterangan domisili
- Foto buku tabungan aktif
- Foto bukti restoran atau outlet

Cara Daftar Jualan di Shopee Food Lengkap

Setelah melengkapi persyaratan di atas, tahapan selanjutnya adalah melakukan pendaftaran. Berikut 5 langkah yang harus Anda lakukan.

Ketentuan Dagang

1. Pastikan makanan yang Anda perdagangkan tidak melanggar Ketentuan Penjualan Makanan dalam Platform GrabFood dan Kode Etik: Mitra Penjual (Merchant)
2. Produk yang dijual tidak melanggar Hak Kekayaan Intelektual, dan segala turunannya dalam bentuk apapun (logo, produk, slogan, dan lainnya)
3. Mengunggah gambar, kata-kata atau konten yang sesuai dengan jenis menu yang diperdagangkan, Merchant tidak diperbolehkan untuk mengunggah foto yang menampilkan gambar/logo/nama layanan aplikasi selain Grab
4. Merchant yang berjualan alkohol wajib memiliki perizinan yang dipersyaratkan oleh peraturan dan undang-undang yang berlaku untuk dapat melaksanakan kegiatan usaha, termasuk namun tidak terbatas, izin usaha, izin operasional, izin lainnya yang terkait, serta izin untuk menjual minuman/makanan yang mengandung alkohol (lisensi yang dimaksud termasuk, namun tidak terbatas pada IUMK, SIUP-MB, dan SITU)
5. Tidak melakukan pengiriman alkohol yang akan dikirimkan ke tujuan dengan radius 100 Meter dari Lembaga Pendidikan, Tempat Ibadah, Rumah Sakit, dan Tempat Umum
6. Tidak memperjualbelikan alkohol kepada Pelanggan yang berusia di bawah 21 tahun
7. Tidak memperjualbelikan produk rokok, tembakau, e-cigarette, dan/atau produk lain yang mengandung nikotin
8. Tidak menggunakan :

2. Melakukan Riset Mengenai variasi atribut packaging (bahan,desain,pecetakan)

a. Metode

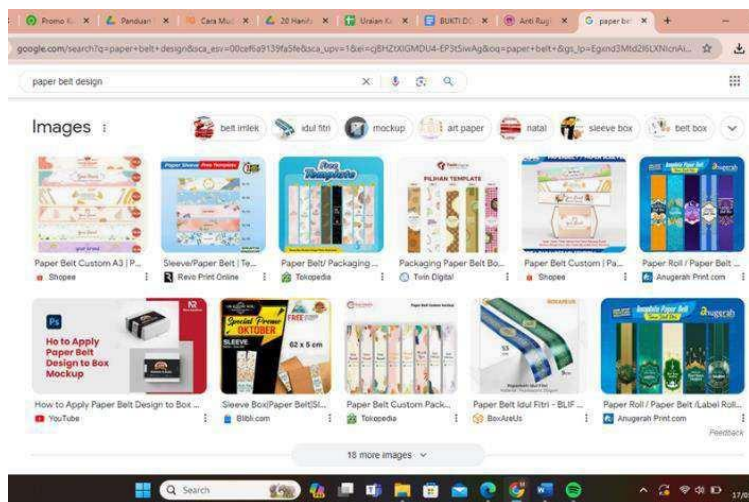
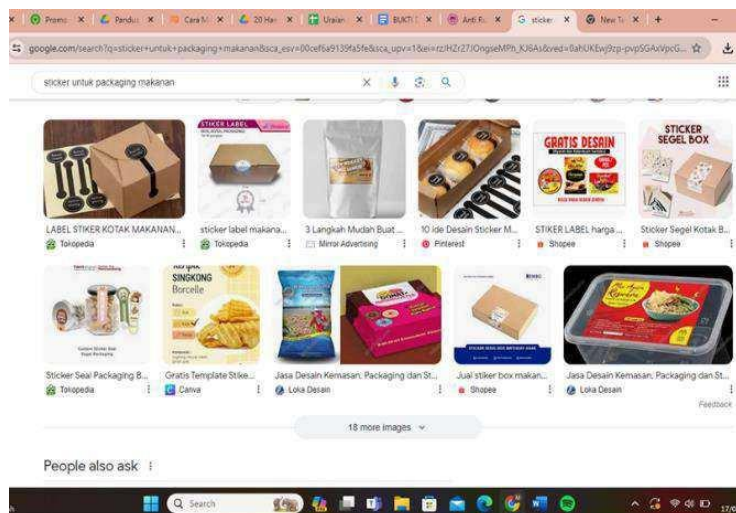
Pada kegiatan ini saya mencari referensi di media sosial tentang atribut packaging untuk menambah kesan estetis dengan meliputi peletakkan logo dan informasi kontak. Karena packaging yang kami gunakan masih terlihat polos dan perlu ada yang membuat lebih menarik, akhirnya saya mencari mencari inspirasi desain, dan bahan seperti apa yang dapat dijadikan atribut tambahan dalam packaging. Selain itu dalam kegiatan ini juga saya mencari rekomendasi percetakan di marketplace yang bisa menyesuaikan dengan desain yang diinginkan.

b. Hasil

Dari hasil mencari referensi di media sosial, ada beberapa pilihan atribut packaging yang terlihat cocok untuk packaging thinwall kotak dan bulat. Yang pertama ada paper belt yang membalut bagian atas dan bagian bawah dari thinwall, dan juga ada sticker label dengan bentuk bulat atau persegi untuk hiasan ditengah thinwall.

c. Kebijakan Yang Diambil

Dari hasil riset, kami memutuskan untuk memilih paperbelt sebagai atribut tambahan pada packaging, terlihat lebih cocok dan rapih karena membalut thiwall dari bagian atas ke bawah sehingga terlihat lebih exclusive. Dengan begitu desain pada paperbelt juga bisa kami tambahkan logo ditegahnya juga informasi kontak seperti shopefood, gofood dan sosial media Hikyoo



***MINGGU KE-3**

1. Melakukan Riset Tentang Macam-Macam Bahan Pengawet Makanan

a. Metode

Pada kegiatan ini saya mencari tahu tentang beberapa macam bahan pengawet makanan yang aman untuk dikonsumsi, untuk rencana pengiriman produk jarak jauh. Metode yang dilakukan dengan mencari informasi melalui internet tentang apa saja macam-macam pengawet buatan maupun alami, cara penerapannya pada makanan dan harganya.

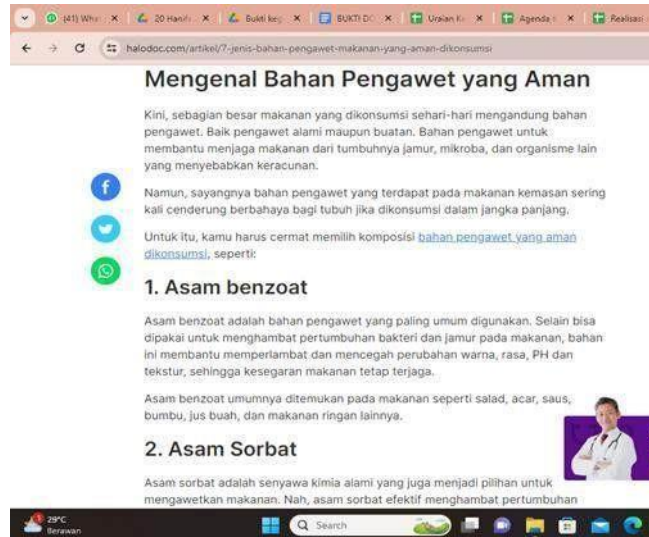
b. Hasil

Dari hasil riset, bahan pengawet kimia yang tergolong aman dan cocok untuk makanan basah yaitu ada asam benzoate dan asam sorbat. Kedua bahan pengawet ini biasa dipakai pada makanan dengan tekstur cair maupun bubuk seperti jus buah, salad, acar makanan kaleng, maupun bumbu-bumbuan. Sedangkan bahan pengawet alami yang memang sering dipakai dan menjadi tambahan bahan juga pada

Mac and Cheese seperti garam dan gula, namun memang ketahanannya tidak selama bahan pengawet buatan. Untuk takaran bahan sintetis yang boleh dipakai pada makanan menurut peraturan BPOM adalah sebanyak 600 mg/kg dan batas aman konsumsi harian sebanyak 0-5 mg/kg berat badan.

c. Kebijakan Yang Diambil

Dari hasil riset yang dilakukan, saya telah berdiskusi dengan rekan usaha bahwasanya hal ini perlu dipertimbangkan lagi karena resiko yang cukup besar untuk menambahkan bahan sintetis kedalam produk kami, sehingga untuk saat ini kami masih hanya menggunakan cara lain seperti penambahan bahan alami yang telah disebutkan tadi sambil melakukan riset ketahanan produk untuk menguji produk pada Teknik pengawetan lainnya.



***MINGGU KE-4**

1. Melakukan Riset Bahan Baku Produk, Resep dan pembuatan sample produk

a. Metode

Pada Kegiatan ini metode yang dilakukan adalah dengan mencari tahu melalui internet tentang bahan baku dan resep-resep pembuatan bumbu tradisional rendang dan sate. Selain mencari bahan dan resep, selanjutnya memasak untuk pembuatan sample produk beberapa kali melakukan percobaan untuk bisa mendapatkan resep yang sesuai dengan keinginan dan karakteristik masakan yang dibuat.

b. Hasil

Dari beberapa riset yang dilakukan, akhirnya saya mencoba untuk memasak 2 resep berbeda untuk dapat dibandingkan. Salah satu nya adalah resep dari keluarga dan resep dari internet. Bahan-bahan yang dipilih pun juga kami sesuaikan dengan resep masing-masing. Dan hasilnya untuk resep internet kurang memuaskan entah karena tidak sesuai takaran atau ada bumbu lain yang tidak sama dengan resep lain, sehingga terasa sekali perbedaannya dengan resep yang direkomendasikan oleh keluarga sendiri.

c. Kebijakan Yang Diambil

Dari hasil riset, kami mengambil keputusan untuk menggunakan resep turun temurun disbanding dengan resep internet yang sudah kami coba. Untuk bahan-bahannya pun ada beberapa tambahan untuk resep yang direkomendasikan, sehingga perlu adanya pembuatan sample berulang untuk menetapkan komposisi yang pas untuk resep yang paten.



masakapaharu.com/recipe/masakan-rendang-daging-sapi/

Resep Artikel Produk Unggah Resepmu

Mau Masak Apa Hari Ini?

Favorit Masuk

Cara Membuat Rendang Daging Sapi Agar Empuk dan Tidak Hancur

Bukan cuma soal teknik memasak dan bumbu rendang daging sapi, pemilihan bagian daging yang tepat juga jadi rahasia bikin rendang empuk. Nah, sebelum kamu menghabiskan waktu berjam-jam di dapur untuk coba resep rendang daging sapi spesial ini, baca dulu tipsnya, ya!

1. Gunakan bagian daging sapi yang memang cocok untuk dimasak lama. Bagian ini biasanya banyak mengandung otot sehingga teksturnya keras dan butuh waktu lama untuk empuk.
2. Pilih wajan yang dasarnya tebal supaya rendang tidak mudah gosong di bagian dasar panci. Pilih wajan tradisional yang terbuat dari material alumunium atau kamu juga bisa memilih wajan atau panci berbahan cast iron atau besi cor.
3. Saat bumbu rendang mulai mengental, kecilkan api dan kembali masak rendang hingga kandungan airnya habis. Dengan begitu daging empuk bersamaan dengan rendang mulai mengering.
4. Hindari mengaduk terlalu sering supaya potongan daging tidak mudah hancur. Saat bumbu rendang daging mulai mengental, aduk perlahan dengan cara bumbu disiram-siramkan ke daging.

Jadi nggak sabar bikin masakan khas Minang yang lezat ini, kan? Untuk ide hidangan rendang lainnya, coba juga resep [rendang jamur](#), [rendang jengkol](#), dan [rendang ayam](#). Temukan inspirasi baru dan nikmati lezatnya rendang dalam berbagai

Activate Windows

Pengaturan Cookie

***MINGGU KE-5**

1. Mencaritahu bentuk-bentuk Kerjasama untuk memperluas pasar

a. Metode

Pada kegiatan ini metode yang dilakukan diawali dengan mencaritahu melalui internet tentang model-model kerjasama untuk membuka peluang memperluas pasar selain penjualan melalui marketplace. Saya mencaritahu mitra mana saja yang cocok untuk bekerjasama dengan Hikyoo, seperti mencari informasi kontak melalui website mitra untuk dapat dihubungi, dan juga beberapa kali sempat mengunjungi langsung seperti mitra larizo atau café-café yang akan ditawarkan Kerjasama dan mencaritahu informasi kontak yang dapat dihubungi dari karyawannya langsung.

b. Hasil

Ketika telah mendapatkan informasi kontak, saya dan bagian pemasaran membagi tugas untuk menghubungi salah satu pihak mitra, untuk dapat kita tanyakan langsung prosedur kerjasama yang dapat dilakukan. Untuk mitra larizo kami di minta untuk membuat sample menu dan langsung memberinya ke pihak Larizo di jalan Tajem, karena dapat langsung dikirim ke pusat. Sedangkan untuk Cafe Piyu, kami diberikan kesempatan untuk dapat membicarakan terlebih dahulu dengan manajer café tersebut dan setelah itu boleh untuk dijual dengan sistem kolaborasi.

c. Kebijakan Yang Diambil

Dengan adanya peluang-peluang tersebut, kami mencoba memaksimalkan dengan mengikuti segala prosedur yang diminta untuk dapat melakukan kerjasama. Oleh karena itu dari kegiatan ini kami beberapa kali menemui pihak-pihak tertentu dan bernegosiasi untuk mendapatkan kesepakatan bersama.

1. Joint Venture

Ini adalah bentuk kerjasama di mana dua perusahaan atau lebih menggabungkan sumber daya untuk proyek atau usaha tertentu. Mereka biasanya membentuk entitas hukum baru untuk mengelola proyek tersebut.

Contoh: PT Nestle Indofood Citarasa Indonesia (NICI) pada tahun 2005 yang merupakan hasil perusahaan patungan antara PT Nestle Indonesia dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP).

2. Franchising

Franchising adalah bentuk kerjasama di mana pemilik usaha (franchisor) memberikan lisensi kepada individu atau perusahaan (franchisee) untuk menggunakan merek dagang, model bisnis, dan dukungan operasional mereka.

Contoh: McDonald's adalah contoh franchise yang terkenal, di mana individu dapat membuka restoran McDonald's dengan menggunakan merek dan proses operasional mereka.

3. Outsourcing

Dalam outsourcing, perusahaan mempekerjakan pihak ketiga untuk melaksanakan fungsi

***MINGGU KE-6**

1. Melakukan riset tentang karakteristik makanan khas daerah yang cocok dipadukan dengan mac and cheese

a. Metode

Pada kegiatan ini dilakukan riset terkait macam-macam menu masakan tradisional, meliputi bahan baku dan cara pembuatannya.

b. Hasil

Setelah mencari tahu terkait bahan dan cara memasak berbagai macam masakan tradisional, sesuai dengan catatan beberapa bumbu yang mask menjadi kandidat, bumbu sate juga termasuk salah satu masakan yang ingin kami coba. Alasannya, dilihat dari tekture yang tidak begitu cair dan agak sedikit kental, dirasa cocok untuk menjadi topping untuk mac and cheese, begitupun ciri khas rasa dari bumbu sate ini memiliki rasa yang manis dan gurih, sehingga tidak bertolak belakang dengan basic rasa dari mac and cheese itu sendiri. Untuk caramemasaknya sendiri tidak begitu sulit, walaupun agak memakan waktu yang lama, dan bahan yang dibutuhkan untuk membuat bumbusate juga tidak sulit untuk ditemukan.

c. Kebijakan Yang Diambil

Dari hasil riset tentang bumbu sate, saya sudah berdiskusi dengan rekan usaha dan kami memutuskan untuk melakukan percobaan untuk memasak bumbu sate. Dari kegiatan percobaan kami menjadikan bumbu tersebut dalam keadaan bubuk kering sehingga dapat disimpan lebih lama dan untuk cara penyediaannya pun hanya di campurkan sedikit dengan air hangat untuk membuat tekstur yang diinginkan. Lalu kebijakan lain soal resep, karna basic dari rasa bumbu sate hanya manis dan gurih sehingga perlu ada tambahan rasa pedas untuk menjadikan rasanya lebih balance, untuk penambahan rasa pedas dari cabe kami sesuaikan dengan rasanya.

2. Melakukan riset mengenai kepuasan konsumen mengenai produk yang telah dibeli dengan meminta review

a. Metode

Kegiatan yang dilakukan dengan cara meminta feedback kepada customer dari setiap produk yang dijual, dengan meminta kritik dan saran dari soal rasa, tekstur maupun hal lainnya.

b. Hasil

Dari hasil review customer, kami tidak mengalami complain yang buruk, namun ada sedikit kritik untuk varian bumbu rendang agak sedikit pedas, lalu untuk yang original masih kurang sedikit creamy, sehingga untuk pesanan selanjutnya kami harus memperhatikan takaran dari bumbu- bumbu pelengkap sehingga dapat menghasilkan rasa yang pas.

c. Kebijakan Yang Diambil

Karena review dari customer meliputi rasa, jadi kami memutuskan untuk melakukan percobaan lagi dengan resep yang diperbaharui yaitu, mengurangi sedikit rasa pedas dari bumbu rendangnya, dan menambahkan keju untuk menambah rasa creamy pdalam pastanya, setelah rasanya sudah sesuai saya mencatat kembali untuk tambahan resep yang coba tadi dengan takaran-takaran yang sudah di sesuaikan.



***MINGGU KE-7**

1. Melakukan riset tentang pengemasan yang lebih efisien untuk memulai rencana pengadaan pengiriman produk jarak jauh

a. Metode

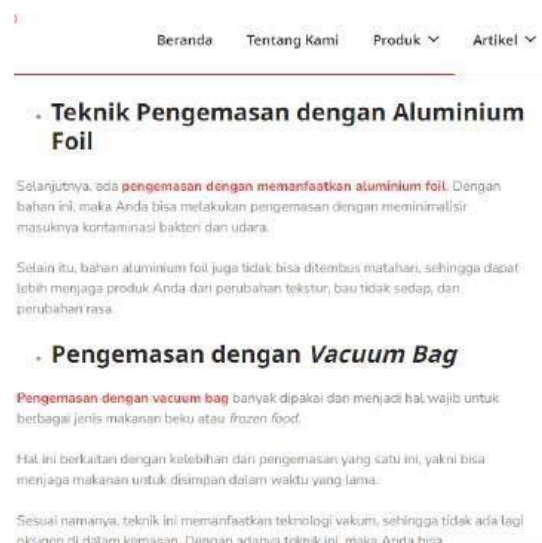
Kegiatan yang dilakukan adalah dengan melakukan riset melalui internet tentang bagaimana alternative pengemasan untuk pengiriman jarak jauh, dari mulai bahan pengemasan, packaging produk yang dibutuhkan sampai dengan supplier yang menyediakan pengemasan tersebut.

b. Hasil

Dari hasil riset, dan analisis dari beberapa produk UMKM yang beredar di marketplace, saya menganalisis untuk packaging yang mereka pilih adalah bahan kemasan dengan aluminium foil untuk meminimalisir untuk meminimalisir masuknya udara atau bakteri kedalam kemasan makanan. Karena kemasan aluminium foil merupakan salah satu material yang tidak bisa ditembus matahari. Sehingga resiko adanya uap air maupun udara sangat kecil, dan bakteri pun tidak bisa berkembang pada kemasan tersebut. Hal ini memungkinkan makanan menjadi lebih tahan lama. Selain itu saya juga menemukan Teknik lain yaitu pengemasan dengan menggunakan kemasan vacuum bag atau plastic vakum, Metode pengemasan hampa udara yang dilakukan pada saat proses vacuum bag packing akan memperkecil kerusakan komposisi gizi dan kontaminasi bakteri.

c. Kebijakan Yang Diambil

Dari hasil riset yang didapat, untuk pengemasan jarak jauh baru dua Teknik atau metode yang kedepannya akan kami coba yaitu kemasan dengan aluminium foil dan teknik vacuum bag. Dari kedua Teknik tersebut masih dalam pertimbangan kami karena kami juga perlu menyiapkan hal lain jika memang ada pesanan jarak jauh, juga perlu percobaan agar nantinya bisa dapat diplikasikan langsung pada produk.



2. Melakukan riset mencari bahan pengawet yang baik untuk memulai rencana pengadaan pengiriman jarak jauh.

a. Metode

Pada kegiatan ini saya mencahitahu tentang beberapa macam bahan pengawet makanan yang aman untuk dikonsumsi, untuk rencana pengiriman produk jara jauh. Metode yang dilakukan dengan mencari informasi melalui internet tentang apa saja macam-macam pengawet buatan maupun alami, cara penerapannya pada makanan dan harganya

b. Hasil

Dari hasil riset, bahan pengawet kimia yang tergolong aman dan cocok untuk makanan basah yaitu ada asam benzoate dan asam sorbat. Kedua bahan pengawet ini biasa dipakai pada makanan dengan tekstur cair maupun bubuk seperti jus buah,salad,acar makanan kaleng,maupun bumbu-bumbuan. Sedangkan bahan pengawet alami yang memang sering dipakai dan menjadi tambahan bahan juga pada Mac and Cheese seperti garam dan gula, namun memang ketahanannya tidak selama bahan pengawet buatan. Untuk takaran bahan sintetis yang boleh dipakai pada makanan menurut peraturan BPOM adalah sebanyak 600 mg/kg dan batas aman konsumsi harian sebanyak 0-5 mg/kg berat badan.

c. Kebijakan Yang Diambil

Dari hasil riset yang dilakukan, saya telah berdiskusi dengan rekan usaha bahwasanya hal ini perlu dipertimbangkan lagi karena resiko yang cukup besar untuk menambahkan bahan sintetis kedalam produk kami, sehingga untuk saat ini kami masih hanya menggunakan cara lain seperti penambahan bahan alami yang telah disebutkan tadi sambil melakukan riset ketahanan produk untuk menguji produk pada Teknik pengawetan lainnya.

***MINGGU KE-8**

1. Meneliti aspek nutrisi pada produk

a. Metode

Kegiatan meneliti aspek nutrisi ini dilakukan untuk memastikan bahwa produk memenuhi standar gizi dan keamanan pangan yang ditetapkan. Dari kegiatan ini metode yang dilakukan adalah dengan mencari tahu melalui internet tentang kandungan gizi dari satu porsi mac and cheese. Karena kami menggunakan produk ini mengklaim bahwa dapat menjadi pengganti nasi, oleh karena itu mungkin banyak yang belum tau bahwa macaroni juga termasuk karbohidrat yang dapat dijadikan alternative pengganti nasi. Customer yang mungkin sedang diet atau mementingkan sekali nutrisi yang terkandung dalam produk sehingga dapat membantu untuk memberikan informasi terkait kepada customer.

b. Hasil

Hasil penelitian dari situs [we fatsecret.co.id](http://fatsecret.co.id), menyatakan bahwa informasi gizi untuk satu porsi mac and cheese dengan rincian kalori yaitu 43% merupakan karbohidrat, 20% lemak dan 37% protein. Sehingga dengan hasil tersebut macaroni termasuk dalam jenis karbohidrat yang lumayan tinggi protein dan termasuk rendah gula, sehingga masih aman untuk dikonsumsi bagi orang-orang yang sangat memperhatikan kandungan gizi pada sebuah makanan.

c. Kebijakan Yang diambil

Dari hasil riset, kebijakan yang kami ambil adalah memberikan informasi gizi di beberapa platform media sosial kami sehingga konsumen dapat mengetahui tentang gizi yang terkandung dalam produk kami sehingga untuk customer yang memang sangat memperhatikan kandungan gizi tetap dapat menerima informasi yang kami berikan tanpa harus mencaritahu sendiri.

The screenshot displays the Fatsecret Indonesia website interface. At the top, the URL is `fatsecret.co.id/Diary.aspx?pa=fri&cid=47201`. The site logo "fatsecret INDONESIA" is visible, along with a search bar and navigation tabs for "FATSECRET SAHA", "MAKANAN", "RESEP", "KEBUGAHAN", and "KOMUNITAS".

The main content area is titled "Makanan > Mac & Cheese". It includes a search bar labeled "Cari Makanan" and a section for "Informasi Gizi" (Nutritional Information) for a 1-portion serving. The nutritional data is as follows:

Informasi Gizi	
Ukuran Porsi	1 porsi
Per porsi	
Energi	1214 kJ 290 kkal
Lemak	6.49g
Lemak Jenuh	3.80g
Lemak tak Jenuh Ganda	0.35g
Lemak tak Jenuh Tunggal	1.31g
Polysatend	22mg
Protein	26.94g

Below the nutritional table, a "Ringkasan Gizi" (Nutritional Summary) box shows: Kal 290, Lemak 6.49g, Karb 31.43g, and Prot 26.94g. It also states: "Terdapat 290kalori dalam 1 porsi Mac & Cheese. Rincian Kalori: 26% lemak, 43% karb, 37% prot."

A "Makanan terkait" (Related Foods) section lists: "Proxima Pasta Mac & Cheese", "Summer Minibar Mac N Cheese", "Yellowfin Mexican Chicken with Mac N Cheese + Free Garlic Bread", and "Bun Mies".

On the right side, there is a section for "AYUNO INTERMITENTE RETO DE 24 DIAS" (Intermittent Fasting 24 Day Challenge) with a grid of 8 daily meal plans (DIA 1 to DIA 8).

At the bottom, a cookie notice states: "cookies to ensure you get the best experience on our website. [Learn more](#)". A green "Got it" button is located at the bottom right.

2. Melakukan riset dan mencari tahu mengenai mitra dagang yang cocok untuk dapat bekerjasama menjual produk

a. Metode

Pada kegiatan ini metode yang dilakukan diawali dengan mencari tahu melalui internet tentang model-model Kerjasama untuk membuka peluang memperluas pasar selain penjualan melalui marketplace. Saya mencari tahu mitra mana saja yang cocok untuk bekerjasama dengan Hikyoo, seperti mencari informasi kontak melalui website mitra untuk dapat dihubungi, dan juga beberapa kali sempat mengunjungi langsung seperti mitra larizo atau café-café yang akan ditawarkan Kerjasama dan mencari tahu informasi kontak yang dapat dihubungi dari karyawannya langsung.

b. Hasil

Ketika telah mendapatkan informasi kontak, saya dan bagian pemasaran membagi tugas untuk menghubungi salah satu pihak mitra, untuk dapat kita tanyakan langsung prosedur kerjasama yang dapat dilakukan. Untuk mitra larizo kami di minta untuk membuat sample menu dan langsung memberinya ke pihak Larizo di jalan Tajem, karena dapat langsung dikirim ke pusat. Sedangkan untuk Cafe Piyu, kami diberikan kesempatan untuk dapat membicarakan terlebih dahulu dengan manajer café tersebut dan setelah itu boleh untuk dijual dengan sistem kolaborasi.

c. Kebijakan Yang Diambil

Dengan adanya peluang-peluang tersebut, kami mencoba memaksimalkan dengan mengikuti segala prosedur yang diminta untuk dapat melakukan kerjasama. Oleh karena itu dari kegiatan ini kami beberapa kali menemui pihak-pihak tertentu dan bernegosiasi untuk mendapatkan kesepakatan bersama.

***MINGGU KE-10**

1. Menganalisis tren pemasaran dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk mempromosikan produk makanan kepada konsumen.

a. Metode

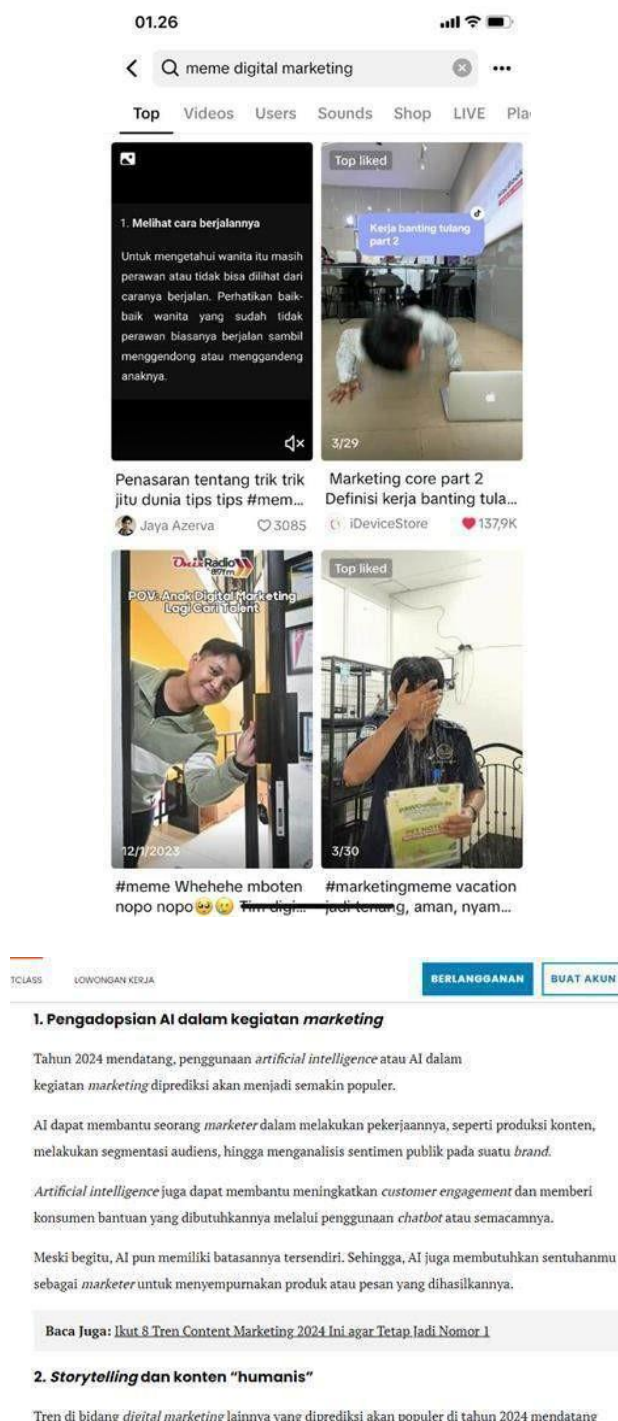
Metode yang dilakukan adalah dengan menganalisis trend terkini melalui Instagram dan tiktok yang dapat menjadi highlight bagi banyak orang sehingga konten-konten tersebut cepat dapat view yang banyak sehingga informasi yang disampaikan lebih fresh untuk didapatkan.

b. Hasil

Dari kegiatan yang dilakukan, di beberapa platform khususnya tiktok dan Instagram sedang digemari konten-konten lucu seperti meme digital marketing dan story telling tentang produk tersebut. Sehingga dengan konten yang fresh dan lucu dapat memudahkan untuk memberikan informasi pada media sosial dengan lebih mudah. Meme digital marketing yang saya analisis kebanyakan memang untuk mengenalkan produk atau promo yang sedang berlangsung, sehingga dengan dibalut oleh konten yang lucu dapat menarik perhatian pengguna platform untuk mencari tahu lebih dalam tentang produk yang sedang dipromosikan, hal ini memancing orang-orang untuk lebih mengenal produk yang ditampilkan, dan dengan cara seperti ini ternyata efektif untuk mengenalkan sebuah produk karna kebanyakan ketika orang melihat konten tersebut relate dan lucu bisa menjadi daya tarik tersendiri sehingga orang-orang mengikuti akun produk tersebut.

c. Kebijakan Yang Diambil

Dari hasil kegiatan, kebijakan yang kami ambil adalah dengan mengikuti alur trend terkini yaitu membuat konten-konten yang menarik sehingga dapat menjadi highlight dan meningkatkan insight di media sosial Hikyoos sehingga dapat dikenal lebih luas lagi.



***MINGGU KE-11**

1. Melakukan tinjauan kembali mengenai riset ketahanan produk dengan menguji produk pada suhu ruangan dan suhu pendingin untuk produk sate

a. Metode

Metode yang dilakukan dengan cara menguji produk sate dengan mendiamkannya pada suhu ruangan dan suhu pendingin beberapa hari kedepan, untuk mengetahui ketahanan produknya.

b. Hasil

Dari riset yang dilakukan untuk mac and cheese bumbu sate yang didiamkan dalam suhu ruangan hanya bertahan 1x24 jam, namun untuk ketahanan dalam suhu pendingin tahan sampai kurang lebih 3-5 hari, tanpamengurangi rasa.

c. Kebijakan Yang Diambil

Kebijakan yang kami ambil yaitu kami masih pertimbangkan tentang upgrade Packaging untuk menambahkan informasi penyimpanan, untuk saat ini kami baru memberikan informasi ketahanan pada media sosial kamisaja, dan akan kami usahakan untuk upgrade kemasan, menunggu stok packaging habis terlebih dahulu.



2. Melakukan riset di media sosial tentang media penjualan yang diminati oleh konsumen dengan melakukan polling

a. Metode

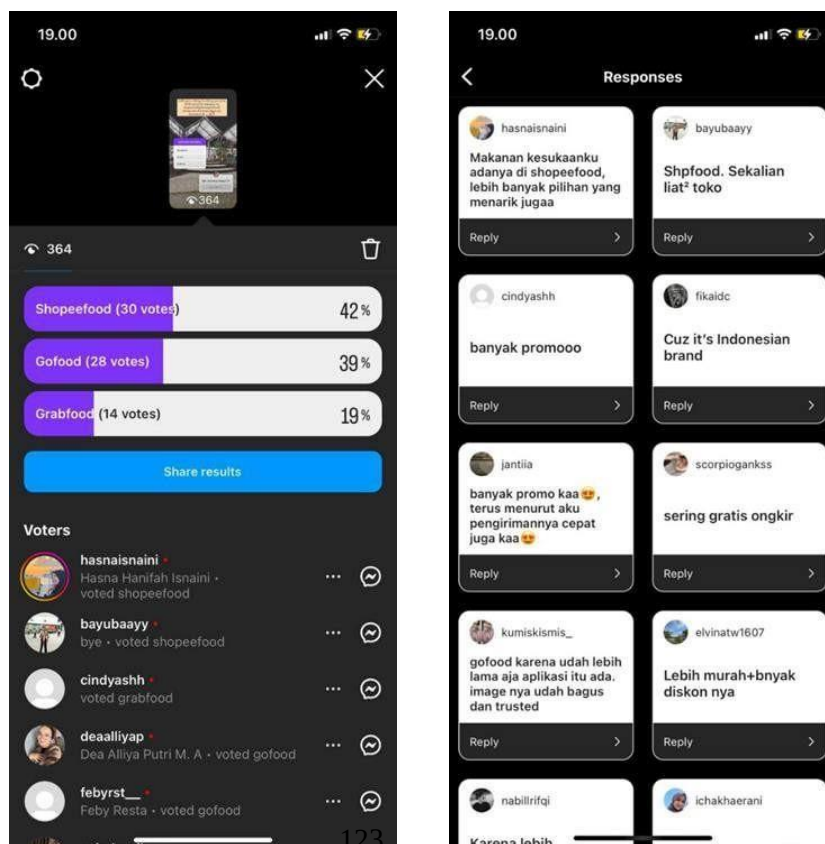
Kegiatan dilakukan dengan melakukan polling di media sosial mengenai media penjualan apa yang paling diminati oleh konsumen, dengan pilihan yang tersedia adalah shopee food, go food dan grab food, serta kolom untuk menuliskan alasan memilih salah satu media tersebut.

b. Hasil

Setelah riset melalui media social, dan hasilnya adalah yang memilih shopeefood 42%, go food 39% dan Grabfood 19%. Yang mana 2 platform tersebut (gofood dan Shopeefood) menjadi pilihan terbanyak, dan memang dari riset yang dilakukan alasan orang-orang banyak memilih kedua itu karna lebih banyak promo yang disediakan sehingga memudahkan para konsumen untuk membeli dari platform tersebut.

c. Kebijakan Yang Diambil

Sehingga berdas arkan hasil memilih untuk menggunakan 2 platform yang paling diminati yaitu Shopeefood dan Gofood, sebelum kami memulai penjualan dari dua platform tersebut kami juga melakukan riset kembali mengenai syarat dan ketentuan untuk bermitra dengan dua platform tersebut dari mulai cara pembuatan akun, sistem penjualan, penerapan strategi penjualan, sampai dengan pembagian hasil penjualan.



***MINGGU KE-12**

1. Melakukan tinjauan kembali mengenai riset ketahanan produk dengan menguji produk pada suhu ruangan dan suhu pendingin untuk produk original dan bumbu rendang

a. Metode

Metode yang dilakukan dengan cara menguji produk original dan bumbu rendang dengan mendiamkannya pada suhu ruangan dan suhu pendingin beberapa hari kedepan, untuk mengetahui ketahanan produknya.

b. Hasil

Dari riset yang dilakukan untuk mac and cheese original dan bumbu rendang yang didiamkan dalam suhu ruangan hanya bertahan 1x24 jam, namun untuk ketahanan dalam suhu pendingin tahan sampai kurang lebih 3-5 hari, tanpa mengurangi rasa.

c. Kebijakan Yang Diambil

Kebijakan yang kami ambil yaitu kami masih pertimbangkan tentang upgrade Packaging untuk menambahkan informasi penyimpanan, untuk saat ini kami baru memberikan informasi ketahanan pada media sosial kamisaja, dan akan kami usahakan untuk upgrade kemasan, menunggu stok packaging habis terlebih dahulu.



Riwayat Hidup



Penulis dilahirkan di Bekasi pada 5 Mei 2001 sebagai anak pertama dari dua bersaudara. Saat ini penulis bertempat tinggal di Kota , Jawa Barat. Alamat E-mail: 20423171@students.uui.ac.id. Pendidikan SMA di tempuh di SMA PGRI 1 BEKASI, lulus pada tahun 2019, dan melanjutkan pendidikannya pada program studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Selama mengikuti kuliah di Fakultas Ilmu Agama Islam UII, penulis aktif mengikuti kegiatan kepanitiaan kampus seperti TEMILNAS dan mengikuti MBKM internship dalam program magang yang di adakan oleh program studi Ekonomi Islam.