

**RENCANA BISNIS LEMONIVITA: ANALISIS RENCANA
PENGEMBANGAN BISNIS PADA USAHA LEMONIVITA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Grace Elizabeth

00000053496

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

**RENCANA BISNIS LEMONIVITA : ANALISIS RENCANA
PENGEMBANGAN BISNIS PADA USAHA LEMONIVITA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

Grace Elizabeth

00000053496

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Grace Elizabeth

Nomor Induk Mahasiswa : 00000053496

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir Skripsi saya yang berjudul:

**"RENCANA BISNIS LEMONIVITA : ANALISIS RENCANA
PENGEMBANGAN BISNIS PADA USAHA LEMONIVITA"**

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 29 November 2024



(Grace Elizabeth)

HALAMAN PESETUJUAN

Tugas Akhir Skripsi dengan judul

RENCANA BISNIS LEMONIVITA : ANALISIS RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS PADA USAHA LEMONIVITA

Oleh

Nama : Grace Elizabeth

NIM : 00000053496

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Tugas Akhir Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 11 Desember 2024

Pembimbing



Elissa Dwi Lestari.,
S.Sos.,M.S.M
NIDN : 0306088501

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M.
NIDN: 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Skripsi dengan judul

RENCANA BISNIS LEMONIVITA : ANALISIS RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS PADA USAHA LEMONIVITA

Oleh

Nama : Grace Elizabeth

NIM : 00000053496

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 11 Desember 2024
Pukul 9.30 s.d 11.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Ir. D. Wim Prihanto, M.M.
0312126610

Pembimbing



Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M
0306088501

Penguji



Dr. Ir. Andrey Andoko, M.S.c
0310116205

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M.
NIDN: 0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Grace Elizabeth

NIM : 00000053496

Program Studi : Manajemen

Jenjang : D3/S1/S2* (pilih salah satu)

Judul Karya Ilmiah : **RENCANA BISNIS LEMONIVITA : ANALISIS
RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS PADA USAHA LEMONIVITA**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 9 November 2024

Yang menyatakan,



(Grace Elizabeth)

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "**RENCANA BISNIS LEMONIVITA : ANALISIS RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS PADA USAHA LEMONIVITA**". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata 1 jurusan Manajemen Pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan berkat, karunia dan kesehatan bagi penulis untuk mengerjakan hingga menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi.
2. Bapak Dr. Ninok Leksono M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Purnamaningsih S.E., M.S.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara.
5. Ibu Elissa Dwi Lestari S.Sos., M.S.M., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Teman-teman Lemonivita, yaitu Verrencia Yosephine, Erike Eirene Ginting, Shannon Avrile Wijaya yang telah memberikan semangat dan keceriaan selama masa studi saya.
8. Dave Kenny yang telah membantu saya selama proses penyelesaian skripsi saya, melewati fase suka dan duka saya selama proses berlangsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan memberikan kontribusi positif dalam perkembangan ilmu pengetahuan.

Tangerang, 9 November 2024



Grace Elizabeth



RENCANA BISNIS LEMONIVITA: ANALISIS RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS PADA USAHA LEMONIVITA

Grace Elizabeth

ABSTRAK

Lemonivita adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang produksi minuman berbahan dasar lemon, bertujuan untuk memberikan solusi sehat bagi masyarakat urban. Persaingan di industri minuman kesehatan yang semakin ketat serta perubahan preferensi konsumen menjadi latar belakang dari penelitian ini. Fokus penelitian adalah menganalisis efektivitas bauran promosi Lemonivita dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan menggali potensi pengembangan bisnis yang lebih luas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen-elemen bauran promosi seperti promosi digital dan interaksi langsung dengan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari segi finansial, perhitungan ROI menunjukkan bahwa investasi yang dilakukan memiliki tingkat pengembalian yang menguntungkan, sehingga mendukung kelayakan bisnis ini untuk terus dikembangkan. Namun, ditemukan kebutuhan untuk meningkatkan konsistensi dalam penerapan strategi promosi serta evaluasi rutin terhadap kinerjanya. Business Plan ini dibuat untuk mendapatkan pendanaan dari investor sebesar Rp. 100.000.000 dan akan dikembangkan untuk merealisasikan perencanaan Lemonivita.

Kata Kunci: *Lemonivita, bauran promosi, strategi promosi, keputusan pembelian, pengembangan bisnis*

Business Plan for Lemonivita: An Analysis of Business Development Plans for Lemonivita

Grace Elizabeth

ABSTRACT (English)

Lemonivita is a business engaged in the production of lemon-based beverages, aimed at providing healthy solutions for urban communities. The increasing competition in the health drink industry and changing consumer preferences serve as the backdrop for this research. The focus of the study is to analyze the effectiveness of Lemonivita's promotional mix in influencing consumer purchase decisions and to explore the potential for broader business development. The results of the research indicate that promotional mix elements, such as digital promotion and direct interaction with customers, have a significant impact on purchasing decisions. From a financial perspective, the ROI calculation shows that the investments made have a profitable return rate, supporting the feasibility of further developing this business. However, the study highlights the need for improved consistency in applying promotional strategies and routine evaluations of their performance. This business plan is created to secure funding of IDR 100,000,000 from investors and will be developed to implement Lemonivita's strategic plans.

Keywords: Lemonivita, promotional mix, promotional strategy, purchasing decisions, business development

DAFTAR ISI

HALAMAN PESETUJUAN.....	8
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	10
KATA PENGANTAR	11
ABSTRAK	13
<i>ABSTRACT (English).....</i>	14
DAFTAR ISI.....	15
DAFTAR TABEL.....	18
DAFTAR GAMBAR	19
DAFTAR LAMPIRAN	20
BAB I	
EXECUTIVE SUMMARY	1
1.1 Perkenalan.....	1
1.2 Deskripsi Perusahaan.....	1
1.3 Analisis Industri.....	3
1.4 Analisis Pasar	3
1.5 Analisis Pemasaran	4
1.6 Tim Manajemen dan Struktur Perusahaan.....	5
1.7 Rencana Operasional dan Pengembangan Produk	8
1.8 Proyeksi Keuangan	8
1.9 Pendanaan.....	9
BAB II	
DESKRIPSI PERUSAHAAN	11
2.1 Pendahuluan	11
2.2 Latar Belakang	13
2.3 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan	21
2.4 Tagline	22
2.5 Produk	24
2.6 Status Bisnis Saat Ini.....	25
2.7 Tujuan Pembuatan Business Plan	26
2.8 Kebutuhan Dana yang Diharapkan	28
2.9 Status Hukum dan Kepemilikan Usaha	31
BAB III	

ANALISIS INDUSTRI	33
3.1 Ukuran Industri Food and Beverage di Indonesia	33
3.2 Pertumbuhan Industri Food and Beverage di Indonesia	34
3.3 Proyeksi Penjualan Industri.....	35
3.4 Karakteristik Industri.....	37
3.5 Tren Industri	39
3.6 Prospek Jangka Panjang Industri.....	40
3.7 Kesimpulan	41
BAB IV	
ANALISIS PASAR	43
4.1 Analisis Kompetitor	43
4.2 Competitive Analysis Grid	47
4.3 Estimasi Penjualan Tahunan	48
BAB V	50
ANALISIS PEMASARAN	50
5.1 Strategi Pemasaran	50
5.1.1 Segmentasi Pasar	56
5.1.3 Customer Value Proposition	58
5.1.4 Ukuran Target Market.....	61
5.1.5 Perilaku Konsumen	64
5.1.6 Pemosisian	65
5.1.7 Diferensiasi Produk	68
5.1.8 Product Attribute Map	70
5.1.9 Business Model	72
5.1.10 Strategi Harga.....	75
5.2 Proses Penjualan dan Bauran Promosi.....	79
5.2.2 Bauran Promosi	86
BAB VI	91
TIM MANAJEMEN DAN PERUSAHAAN	91
6.1 Tim Manajemen	91
6.2 Tujuan dan Sasaran Perusahaan.....	94
BAB VII	95
PERENCANAAN OPERASIONAL	95
7.1 Model dan Prosedur Operasional.....	95
7.1.1 Riset Kepuasan Pelanggan	101
7.2 Lokasi Bisnis	107
7.3 Fasilitas dan Peralatan	111
DESAIN PRODUK DAN RENCANA PENGEMBANGAN	118
8.1 Status Pengembangan	118

8.2 Tantangan dan Resiko	119
8.2.1 Solusi Untuk Tantangan dan Resiko	120
8.3 Biaya	121
8.4 Properti Intelektual	123
BAB IX	125
IMPLEMENTASI STRATEGI.....	125
9.1 Milestones	125
9.2 Akuisisi Konsumen.....	126
BAB X.....	133
PENDANAAN DAN BIAYA.....	133
10.1 Pendanaan dan Biaya	133
10.2 Proyeksi Penjualan	138
10.3 Proyeksi Penjualan 3-Tahun.....	141
10.4 Proyeksi Laba Rugi.....	142
10.5 Balance Sheet.....	148
10.6 Arus Kas 3-Tahun	151
10.7 Break Even Point	153
10.8 Payback Period	155
BAB XI	
SIMPULAN DAN SARAN.....	158
11.1 Kesimpulan	158
11.2 Saran	159
11.2.1 Saran untuk Universitas	160
11.2.2 Saran untuk Mahasiswa.....	160
DAFTAR PUSTAKA	162
LAMPIRAN	171

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pendanaan Lemonivita dari WMK 2023	9
Tabel 1.2 Pendanaan Lemonivita dari P2MW	10
Tabel 2.1 Uraian Kebutuhan Dana Dari Investor	29
Tabel 2.2 Return Of Investment Lemonivita	
Tabel 5.1 Diferensiasi Produk Lemonivita dengan Kompetitor	70
Tabel 7.1 Daftar Peralatan Untuk Operasional Lemonivita	118
Tabel 8.1 Harga Pokok Penjualan Lemonivita	124
Tabel 10.1 Pendanaan Lemonivita dari WMK	135
Tabel 10.2 Pendanaan Lemonivita dari P2MW	135
Tabel 10.3 Penggunaan Dana WMK	136
Tabel 10.4 Penggunaan Dana P2MW	138
Tabel 10.5 Proyeksi penjualan Lemonivita tahun 2024	140
Tabel 10.6 Proyeksi Penjualan selama 3 Tahun	142
Tabel 10.7 Proyeksi Laba Rugi Periode 2025	144
Tabel 10.8 Proyeksi Laba Rugi Periode 2026	146
Tabel 10.9 Proyeksi Laba Rugi Periode 2027	148
Tabel 10.10 Balance Sheet Lemonivita Periode 2025	150
Tabel 10.11 Balance Sheet Lemonivita Periode 2026	151
Tabel 10.12 Balance Sheet Lemonivita Periode 2027	151
Tabel 10.13 Proyeksi Arus Kas Lemonivita selama 3 Tahun	153
Tabel 10.14 Break Even Point Lemonivita Periode 2025	154
Tabel 10.15 Break Even Point Lemonivita Periode 2026	155
Tabel 10.16 Break Even Point Lemonivita Periode 2027	156
Tabel 10.17 Payback Period Lemonivita selama 3 Tahun	157

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Struktur Perusahaan Lemonivita	6
Gambar 2.3 Demo-day WMK	23
Gambar 2.5 NIB Lemonivita	32
Gambar 4.1 Data Survey 1	44
Gambar 4.2 Data Survey 2	45
Gambar 4.3 Data Survey 3	46
Gambar 5. 1 Media Sosial Lemonivita	51
Gambar 5.2 Program Loyalty Lemonivita	52
Gambar 5. 3 Promosi Endorse Lemonivita	54
Gambar 5. 4 Gelas kemasan Lemonivita	55
Gambar 5.5 Value Proposition Canvas Lemonivita	59
Gambar 5.6 Market Size Lemonivita	62
Gambar 5.7 Analisis Kompetitor Lemonivita	70
Gambar 5.8 Business Model Canvas Lemonivita	73
Gambar 5.9 Penetapan Harga Lemonivita Per November 2023	76
Gambar 5.10 Penetapan Harga Lemonivita Per Mei 2024	78
Gambar 5.11 Penjualan Event Kampus	82
Gambar 5.12 Penjualan Pre-Order	84
Gambar 5.13 Penjualan Keliling	86
Gambar 5.14 Promosi Lemonivita	87
Gambar 5.15 Kolaborasi dengan food Blogger	89
Gambar 5.16 Promosi Booth Lemonivita	90
Gambar 6.1 Struktur Organisasi Lemonivita	92
Gambar 7.1 Flowchart Lemonivita	96
Gambar 7.2 Data Survey 1	101
Gambar 7.3 Data Survey 2	102
Gambar 7.4 Data Survey 3	103
Gambar 7.5 Data Survey 4	104
Gambar 7.6 Data Survey 5	105
Gambar 7.7 Lokasi Bisnis 1	107
Gambar 7.8 Lokasi Bisnis 2	108
Gambar 7.9 Lokasi Bisnis 3	109
Gambar 8.1 Harga Pokok Penjualan Lemonivita	120
Gambar 9.1 Milestones Lemonivita	123
Gambar 9.2 Live Streaming di Platform TikTok Lemonivita	124
Gambar 9.3 Konten Marketing Melalui Instagram Story	125
Gambar 9.4 Media Sosial Lemonivita	126

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	172
-----------------	------------