

BAB II

DESKRIPSI PERUSAHAAN

2.1 Pendahuluan

Menurut *World Health Organization* (WHO), *healthy lifestyle* atau gaya hidup sehat adalah pola hidup yang dijalani untuk mengurangi risiko terkena penyakit serius dan meningkatkan peluang hidup lebih lama. Gaya hidup ini tidak hanya terbatas pada konsumsi makanan yang bergizi serta berolahraga secara teratur, tetapi juga mencakup berbagai aspek lain yang berkaitan dengan kesehatan secara keseluruhan, seperti kesejahteraan mental dan interaksi sosial. Menjalani gaya hidup sehat berarti menciptakan keseimbangan antara kesehatan fisik, mental, dan sosial, sehingga semua komponen ini dapat mendukung satu sama lain dalam menciptakan kehidupan yang lebih berkualitas. (World Health Organization, 2020)

Di era modern saat ini, kesadaran akan pentingnya menjalani gaya hidup sehat semakin meningkat, seiring dengan meningkatnya pemahaman tentang bagaimana kesehatan fisik dan mental saling mempengaruhi. Dengan tantangan kehidupan yang semakin kompleks, seperti stres pekerjaan, pola makan tidak sehat, dan kurangnya aktivitas fisik, semakin banyak orang menyadari bahwa menjaga kesehatan membutuhkan perubahan kebiasaan yang holistik. Gaya hidup sehat mencakup berbagai keputusan dan perilaku positif yang secara konsisten diterapkan untuk meningkatkan kualitas hidup. Hal ini tidak hanya terbatas pada aktivitas fisik yang teratur dan asupan makanan yang seimbang, tetapi juga mencakup manajemen stres, tidur yang cukup, dukungan sosial, serta kebiasaan positif lainnya yang berkontribusi pada kesejahteraan menyeluruh. Gaya hidup sehat bukanlah tren sementara, melainkan sebuah pendekatan jangka panjang yang bertujuan untuk membawa perubahan positif di berbagai aspek kehidupan, baik fisik, emosional, maupun sosial. (World Health Organization, 2022)

Menjalani gaya hidup sehat dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi kesehatan fisik dan mental dalam jangka panjang. Sebagai contoh,

menerapkan pola makan yang seimbang dapat membantu menurunkan risiko terjadinya penyakit kronis seperti diabetes, penyakit jantung, dan hipertensi. (Mayo Clinic, 2023) Di samping itu, olahraga teratur berperan dalam meningkatkan pelepasan endorfin, yaitu hormon yang dapat menciptakan perasaan bahagia dalam tubuh. Endorfin ini membantu memperbaiki suasana hati serta berkontribusi dalam menurunkan tingkat stres. (World Health Organization, 2024)

Selain itu, gaya hidup yang sehat juga memiliki pengaruh positif terhadap kualitas tidur, di mana tubuh bisa pulih dengan lebih optimal setelah melakukan berbagai aktivitas sehari-hari. (Dinas Kesehatan Provinsi Kalimantan, 2023) Namun, masih banyak masyarakat Indonesia yang mengonsumsi makanan dan minuman yang tidak sehat dan berpotensi merusak kesehatan. Kesadaran untuk menjalani gaya hidup sehat di kalangan masyarakat masih tergolong rendah, bahkan mencapai tingkat yang cukup memprihatinkan. Meski belakangan ini terlihat ada perubahan menuju tren yang lebih positif, penerapan gaya hidup sehat masih jauh dari ideal. Salah satu faktor penyebab utama adalah rendahnya kualitas higienitas dalam proses pengolahan produk hasil perkebunan di Indonesia. Produk makanan dan minuman seringkali tidak memenuhi standar mutu pangan yang memadai, sehingga kualitas produk kesehatan ini diragukan oleh konsumen. Kondisi tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi masyarakat yang ingin beralih dari pola hidup tidak sehat ke gaya hidup yang lebih baik. Kesulitan dalam mendapatkan produk makanan dan minuman yang benar-benar berkualitas membuat masyarakat ragu untuk melakukan perubahan.

Meskipun demikian, kondisi ini juga menciptakan peluang bisnis yang sangat menjanjikan bagi mereka yang mampu menyediakan produk sehat dengan kualitas yang terjamin. Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya kesehatan, permintaan terhadap produk yang mendukung gaya hidup sehat semakin meningkat, membuka kesempatan bagi berbagai pihak untuk berinovasi dalam menyediakan solusi yang tepat bagi konsumen.

2.2 Latar Belakang

Indonesia menempati peringkat ketiga dalam konsumsi minuman berpemanis di Asia Tenggara, dengan rata-rata konsumsi sebesar 20,23 liter per orang per tahun. Tingginya angka konsumsi ini berkontribusi pada meningkatnya kasus kematian dan penyakit yang berkaitan dengan kelebihan berat badan, obesitas, serta penyakit tidak menular (PTM) seperti diabetes dan gangguan kardiovaskular. Secara global, sebanyak 43 juta anak berusia 0–5 tahun mengalami obesitas atau kelebihan berat badan, dengan prevalensi obesitas anak yang diprediksi meningkat dari 4,2% pada 1990 menjadi 9,1% pada 2020. Di Indonesia, PTM telah menjadi beban besar bagi masyarakat, terlihat dari pengeluaran BPJS Kesehatan sebesar 14,4 triliun rupiah pada 2017 untuk menangani kasus-kasus tersebut. (FK UGM, 2020)

Sebagian besar masyarakat Indonesia masih belum terbiasa meninggalkan kebiasaan mengonsumsi makanan dan minuman yang kurang sehat, meskipun dampaknya terhadap kesehatan semakin banyak disoroti. Tingkat kesadaran akan pentingnya menjalani pola hidup sehat di kalangan masyarakat masih tergolong rendah dan bahkan berada pada kondisi yang memprihatinkan. Walaupun beberapa tahun terakhir terlihat adanya tren positif dengan semakin banyaknya orang yang mulai peduli terhadap kesehatan, perubahan ini belum memberikan dampak yang signifikan secara menyeluruh. (ANTARA, 2022)

Salah satu faktor utama yang menjadi hambatan adalah masalah higienitas dalam proses pengolahan produk pertanian dan perkebunan. Standar mutu pangan yang layak dan dapat diandalkan masih sering diabaikan, sehingga produk-produk yang dihasilkan, meskipun dilabeli sebagai sehat, sering kali diragukan kualitasnya. Hal ini menyebabkan masyarakat yang berusaha beralih ke pola hidup sehat menghadapi berbagai kesulitan, seperti sulitnya menemukan produk yang

benar-benar berkualitas dan aman. Kondisi ini juga membuka peluang besar bagi para pelaku bisnis untuk menyediakan produk makanan dan minuman yang sehat serta terpercaya, memenuhi kebutuhan konsumen yang kian sadar akan pentingnya menjaga kesehatan. (Lestari, 2015)

Masalah kesehatan seperti diabetes dan obesitas juga masih menjadi tantangan besar di Indonesia, dan kondisinya semakin memprihatinkan dari tahun ke tahun. Jumlah penderita diabetes di Indonesia terus meningkat, mendorong banyak orang untuk menjalani program diet dalam upaya menurunkan berat badan dan mengurangi risiko gangguan kesehatan lebih lanjut. Namun, sayangnya, tidak sedikit yang memilih cara yang salah, seperti melakukan diet ekstrem yang justru tidak sehat dan berpotensi berbahaya. Secara global, berdasarkan data dari tahun 2017, tercatat ada 425 juta penderita diabetes di seluruh dunia, dan angka ini diproyeksikan akan meningkat sebesar 45% menjadi 629 juta orang pada tahun 2045. Komplikasi serius yang terkait dengan diabetes, seperti gangguan jantung dan ginjal, menjadi penyebab utama kematian di kalangan pasien. Dari jumlah tersebut, sebanyak 75% penderita diabetes di tahun 2017 berada dalam rentang usia produktif, yaitu antara 20 hingga 64 tahun. Indonesia sendiri menduduki peringkat keenam dalam daftar negara dengan jumlah penderita diabetes terbanyak, dengan 10,3 juta pasien pada tahun 2017, yang diperkirakan akan meningkat menjadi 16,7 juta pada tahun 2045 jika tidak ada intervensi yang efektif.

Bahkan, berdasarkan data terbaru dari *International Diabetes Federation* (IDF) pada 2021, sekitar 10,6 persen penduduk Indonesia atau 1 dari 10 orang menderita diabetes. Jumlah penderita diabetes di Indonesia terus meningkat secara signifikan, menempatkan Indonesia pada posisi kelima dunia dengan jumlah pengidap mencapai 19,47 juta orang dari total populasi sebesar 179,72 juta. Ini berarti prevalensi diabetes di Indonesia mencapai angka 10,6%, yang merupakan jumlah yang sangat mengkhawatirkan. (Puspitasari S.pd. KEMD, 2024)

Selain itu, Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) Indonesia pada 2018 menunjukkan bahwa tingkat konsumsi makanan dan minuman manis di kalangan masyarakat Indonesia sangat tinggi. Sebanyak 87,9% masyarakat tercatat mengonsumsi makanan manis, sementara 91,49% mengonsumsi minuman manis secara rutin. (Kemenkes, 2022) Padahal, telah ada rekomendasi yang mengatur batas konsumsi gula harian agar tidak berlebihan. Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan (Permenkes) Nomor 30 Tahun 2013, konsumsi gula yang dianjurkan per orang per hari adalah 10% dari total kebutuhan energi atau setara dengan 200 kkal. Jika dikonversi, angka ini setara dengan 4 sendok makan gula per hari atau sekitar 50 gram gula per hari per orang. (Kemenkes, 2018) Sayangnya, pola konsumsi makanan dan minuman manis yang berlebihan ini sangat umum di Indonesia, sehingga meningkatkan risiko berbagai penyakit, salah satunya diabetes melitus. Konsumsi gula yang melebihi batas harian dapat menyebabkan resistensi insulin, yang merupakan salah satu pemicu utama perkembangan diabetes tipe 2. (Sehat Negriku, 2024)

Diabetes pada anak-anak dan remaja merupakan masalah kesehatan serius yang terus meningkat akibat gaya hidup modern yang kurang sehat. Mengingat dampak buruk yang bisa ditimbulkan, upaya pencegahan melalui edukasi mengenai pola makan sehat dan pentingnya aktivitas fisik perlu ditingkatkan. Untuk remaja yang telah didiagnosis dengan diabetes, pemantauan kesehatan secara rutin dan pengobatan yang tepat sangat penting untuk mencegah komplikasi dan meningkatkan kualitas hidup mereka.

Menurut data dari Kementerian Kesehatan RI, hingga Januari 2023, prevalensi diabetes pada anak di Indonesia telah mencapai 2 kasus per 100.000 jiwa. Angka ini menunjukkan lonjakan signifikan dibandingkan tahun 2010, ketika prevalensinya hanya 0,028 per 100.000 jiwa. Dengan demikian, terjadi peningkatan sekitar 70 kali lipat dalam kurun waktu 13 tahun. Sementara itu, data dari Ikatan Dokter Anak Indonesia (IDAI) mencatat bahwa terdapat 1.645 kasus diabetes melitus pada anak yang tersebar di 13 kota besar, seperti Jakarta, Bandung,

Surabaya, Denpasar, Manado, dan kota lainnya di Indonesia. Angka ini menunjukkan perlunya perhatian serius terhadap pengendalian diabetes pada anak melalui edukasi dan upaya preventif. (Taufik, 2023)

Salah satu cara untuk menekan angka kematian dan penyakit akibat diabetes pada anak-anak dan remaja adalah dengan strategi edukasi, di mana orang tua diberi pemahaman tentang cara membaca label gizi pada produk makanan dan minuman kemasan maupun siap saji. Promosi dan edukasi yang masif diharapkan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat sekaligus membantu mengurangi konsumsi makanan dan minuman dengan kadar gula tinggi. Diabetes pada anak-anak dan remaja merupakan masalah kesehatan serius yang terus meningkat akibat gaya hidup modern yang kurang sehat. Mengingat dampak buruk yang bisa ditimbulkan, upaya pencegahan melalui edukasi mengenai pola makan sehat dan pentingnya aktivitas fisik perlu ditingkatkan. Untuk remaja yang telah didiagnosis dengan diabetes, pemantauan kesehatan secara rutin dan pengobatan yang tepat sangat penting untuk mencegah komplikasi dan meningkatkan kualitas hidup mereka.

Jika tidak segera diatasi, masalah ini berpotensi menambah beban kesehatan masyarakat dan sistem pelayanan kesehatan di Indonesia secara signifikan. Dengan meningkatnya prevalensi diabetes dan kebiasaan konsumsi gula yang berlebihan, penting bagi masyarakat Indonesia untuk segera mengubah kebiasaan pola makan dan minum mereka. Peningkatan kesadaran tentang bahaya gula berlebih dan edukasi mengenai pola makan sehat harus menjadi prioritas. Pihak pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat perlu bekerja sama untuk mengurangi konsumsi makanan dan minuman manis, serta mendorong adopsi gaya hidup yang lebih sehat. Intervensi seperti kampanye kesadaran publik, peraturan yang lebih ketat terhadap kandungan gula dalam produk makanan dan minuman, serta ketersediaan produk-produk yang lebih sehat di pasar dapat membantu mengurangi tren peningkatan jumlah penderita diabetes di masa depan (tarmizi, 2024)



Gambar 2.1 10 Penyebab Teratas Kematian di Indonesia

Sumber: IHME *Global Burden of Disease*, 2019

Berdasarkan Gambar 2.1, Diabetes merupakan penyebab kematian ketiga di Indonesia. Diabetes melitus telah menjadi salah satu penyakit kronis yang paling mematikan di Indonesia. Berdasarkan data dari *Institute for Health Metrics and Evaluation*, penyakit ini menjadi penyebab kematian tertinggi ketiga di Indonesia pada tahun 2019, dengan angka kematian mencapai 57,42 per 100.000 penduduk. Situasi ini semakin memprihatinkan dengan temuan dari *International Diabetes Federation* (IDF) yang mengungkapkan bahwa jumlah penderita diabetes di Indonesia mengalami peningkatan yang pesat dalam satu dekade terakhir. Pada tahun 2021, jumlah penderita diabetes mencapai 19,47 juta, dan diperkirakan akan melonjak hingga 28,57 juta pada tahun 2045. Lonjakan 47% ini mengindikasikan ancaman yang semakin serius terhadap kesehatan masyarakat. (Geriatri, 2024) Penting untuk diingat bahwa meskipun gula tidak harus dihindari sepenuhnya, pembatasan konsumsi gula sangat penting untuk menjaga kesehatan, terutama

dalam mencegah diabetes. Salah satu cara efektif untuk melakukannya adalah dengan memilih makanan dan minuman yang lebih sehat dan rendah gula.

Obesitas juga menjadi masalah yang mengancam kesehatan banyak orang di Indonesia. Obesitas adalah kondisi medis di mana seseorang memiliki berat badan yang berlebih akibat penumpukan lemak yang signifikan. Ini terjadi karena ketidakseimbangan antara asupan kalori yang tinggi dan jumlah kalori yang dibakar oleh tubuh. Kondisi ini, apabila dibiarkan berlangsung dalam jangka waktu lama, dapat menyebabkan peningkatan berat badan yang terus menerus, yang pada akhirnya meningkatkan risiko penyakit serius seperti penyakit jantung, hipertensi, diabetes, dan berbagai gangguan kesehatan lainnya. (Siloam Hospitals Medical Team, 2024) Penanganan obesitas menjadi hal yang mendesak karena dampaknya yang luas terhadap kualitas hidup individu. Data dari Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) pada tahun 2022 menunjukkan bahwa prevalensi obesitas di kalangan anak-anak usia 5-12 tahun cukup tinggi, dengan 10,8% anak tergolong gemuk dan 9,2% mengalami obesitas. Artinya, 1 dari 5 anak dalam kelompok usia tersebut mengalami kelebihan berat badan, yang diperburuk oleh kurangnya aktivitas fisik. Sementara itu, pada anak-anak usia 13-15 tahun, tingkat obesitas mencapai 16%, dan pada usia 16-18 tahun, prevalensinya sebesar 13,5%. (Direktorat Pendidikan Anak Usia Dini, 2023)

Penyebab utama obesitas pada anak-anak berkaitan erat dengan pola makan yang tidak sehat, seperti rendahnya asupan protein, tingginya konsumsi makanan manis, makanan instan, dan makanan cepat saji, terutama di daerah perkotaan. Anak-anak yang mengalami obesitas berisiko lebih tinggi terkena penyakit jantung, stroke, diabetes, dan berbagai penyakit tidak menular lainnya di kemudian hari. Oleh karena itu, penting untuk menangani obesitas sejak dini guna mencegah komplikasi kesehatan yang lebih serius di masa mendatang. (Kemenkes, 2024)

Melihat meningkatnya masalah kesehatan seperti diabetes dan obesitas, penulis kemudian mengambil langkah inovatif dengan menciptakan bisnis

minuman sehat yang bernama Lemonivita. Produk ini diharapkan dapat memberikan solusi praktis bagi mereka yang ingin menjaga kesehatan melalui konsumsi minuman yang rendah kalori dan sehat. Lemonivita merupakan startup di bidang *Food and Beverages* (FnB) yang menggunakan buah lemon sebagai bahan dasar utama. Buah lemon dikenal sebagai buah yang rendah kalori namun kaya akan nutrisi seperti vitamin C, serat, dan antioksidan. Selain itu, lemon juga mampu memberikan rasa kenyang lebih lama, menjadikannya pilihan yang tepat bagi mereka yang sedang menjalani program diet atau ingin mengontrol berat badan. Minuman berbahan dasar lemon sangat cocok untuk membantu orang-orang yang ingin membatasi asupan makanan karena air lemon dapat menekan nafsu makan, yang pada akhirnya membantu mengurangi konsumsi makanan berlebih.

Lemonivita juga menawarkan lebih dari sekadar minuman sehat biasa. Proses pembuatan minuman berbasis lemon ini cukup sederhana, tetapi sangat efektif dalam memenuhi kebutuhan nutrisi harian tanpa perlu repot-repot mengonsumsi buah-buahan atau rempah-rempah secara langsung. Lemonivita memberikan alternatif yang efisien, ekonomis, dan praktis bagi konsumen yang ingin menikmati manfaat kesehatan dari buah lemon tanpa harus menghabiskan waktu untuk menyiapkannya sendiri. Manfaat lain dari minuman lemon termasuk kemampuan untuk menjaga tubuh tetap terhidrasi, berfungsi sebagai detox alami, dan membantu mengeluarkan racun dari dalam tubuh. Dengan mengonsumsi Lemonivita, konsumen dapat memenuhi kebutuhan cairan tubuh, terhindar dari dehidrasi, dan mendapatkan nutrisi yang diperlukan untuk menjaga kesehatan tubuh secara keseluruhan.

Salah satu inovasi unik yang ditawarkan oleh Lemonivita adalah penggunaan pemanis alami, stevia. Berbeda dengan gula biasa yang tinggi kalori, stevia merupakan pemanis alami yang berasal dari tanaman *Stevia rebaudiana*, yang tidak mengandung kalori maupun karbohidrat. Hal ini menjadikan stevia pilihan yang sangat aman bagi penderita diabetes atau mereka yang ingin menjaga kadar gula darah tetap stabil. Stevia tidak hanya memberikan rasa manis yang enak, tetapi

juga dipercaya mampu memperbaiki metabolisme glukosa dalam tubuh dengan meningkatkan produksi insulin. Berdasarkan penelitian, konsumsi stevia dinilai aman dan efektif dalam membantu menjaga kadar gula darah tetap terkendali, terutama bagi penderita diabetes. Namun, untuk mendapatkan manfaat maksimal, stevia harus dikonsumsi dalam bentuk murni tanpa campuran pemanis lainnya, dan tetap dalam jumlah yang wajar.

Penggunaan stevia sebagai pemanis alami dalam produk Lemonivita membawa banyak manfaat kesehatan bagi konsumen. Salah satu keunggulan utamanya adalah rendahnya kalori yang terkandung dalam stevia, sehingga sangat cocok bagi mereka yang ingin menjaga berat badan atau sedang menjalani program diet. Selain itu, stevia juga memiliki indeks glikemik yang sangat rendah, sehingga tidak menyebabkan lonjakan gula darah seperti pemanis pada umumnya. Hal ini menjadikannya pilihan yang aman bagi orang-orang yang memiliki risiko terkena diabetes atau yang ingin menjaga kadar gula darah mereka tetap stabil. Penggunaan stevia dalam minuman Lemonivita juga membantu menjaga kesehatan gigi, karena stevia tidak menyebabkan kerusakan atau pembusukan gigi yang sering terjadi akibat konsumsi gula berlebih. Sebagai pemanis alami, stevia merupakan alternatif yang jauh lebih sehat dibandingkan pemanis buatan berbasis kimia, menjadikannya pilihan yang lebih baik bagi mereka yang ingin menghindari efek negatif dari pemanis sintetis.

Dengan manfaat yang ditawarkan, Lemonivita berkomitmen untuk terus menyediakan minuman yang tidak hanya segar dan enak, tetapi juga memberikan manfaat kesehatan yang nyata bagi konsumen. Inovasi ini menjadikan Lemonivita sebagai solusi praktis untuk mengatasi masalah kesehatan seperti obesitas dan diabetes, sekaligus membantu meningkatkan gaya hidup sehat di tengah masyarakat yang semakin sadar akan pentingnya menjaga kesehatan. Minuman berbasis lemon yang rendah kalori, dikombinasikan dengan pemanis alami seperti stevia, menjadikan Lemonivita pilihan yang ideal bagi mereka yang ingin hidup lebih sehat tanpa harus mengorbankan kenikmatan rasa.

2.3 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan

Pada pertengahan tahun 2023, tepatnya pada Bulan Agustus, penulis membentuk sebuah kelompok yang beranggotakan empat orang untuk membangun bisnis bersama melalui Program Wirausaha Merdeka (WMK). Mulanya, team memiliki beberapa ide bisnis untuk direalisasikan yang kemudian dikumpulkan dan dipilih berdasarkan kebutuhan masyarakat. Melalui Program WMK, team melakukan riset mendalam mengenai permasalahan yang ingin diselesaikan oleh produk dari bisnis ini. Setelah melakukan riset yang matang selama kurang lebih satu bulan, Team Lemonivita mulai mencari supplier dengan harga yang sesuai dan kualitas terbaik untuk melakukan proses produksi pembentukkan prototype. Pelaksanaan riset dan pembentukkan prototype tersebut dibantu oleh mentor berpengalaman yang telah disediakan oleh pemerintah. Melalui mentor, Team dapat mengembangkan ide bisnis Lemonivita dan memperbaiki kekurangan pada produk bisnis tersebut. Di Bulan Oktober, Team Lemonivita menghitung modal dan menentukan harga produk yang sesuai dengan target pasar dan tetap mencapai keuntungan. Selain itu, team juga mulai menentukan tempat produksi dan membeli peralatan yang dibutuhkan untuk kebutuhan produksi dan penjualan. Pada Bulan November, team melaksanakan proses testing dengan cara membagikan tester kepada masyarakat di sekitar tempat produksi dan di sekitar kampus UMN. Proses testing ini dilakukan untuk mengetahui apakah produk yang akan ditawarkan dapat diterima oleh pasar, serta mendapatkan masukan yang dapat digunakan untuk pbenahan bisnis. Setelah melakukan proses testing, team melakukan beberapa perbaikan dari segi rasa, kualitas, dan harga dari produk Lemonivita. Pada awal Bulan Desember, team Lemonivita mendapatkan kesempatan pertama untuk melakukan penjualan di UMN sebagai tugas akhir dari Program WMK.



Gambar 2.3 Demo-day WMK
Sumber: Lemonivita, 2024

Tim Lemonivita memilih untuk mengembangkan ide bisnis yang berfokus pada penyelesaian permasalahan diabetes, sebuah isu kesehatan yang sering ditemui di lingkungan sekitar, seperti keluarga dan orang di sekitar team yang terjangkit diabetes atau kelebihan gula darah. Maka dari itu, team menciptakan sebuah ide bisnis minuman sehat untuk membantu orang di sekitar dan calon konsumen yang ingin mengurangi konsumsi gula pada minuman mereka. Dengan dibentuknya dan didirikannya bisnis ini, team berharap akan semakin banyak orang yang peduli terhadap kesehatan dan membantu orang yang ingin mengurangi konsumsi gula darah dengan minuman manis rendah gula yang baik untuk kesehatan tubuh.

2.4 Tagline

Tagline merupakan kumpulan kata atau frasa singkat dan ekspresif yang dirancang untuk menyampaikan manfaat fungsional dan emosional suatu merek kepada pelanggan serta calon pelanggan. Tujuan utama dari *tagline* adalah untuk

mempengaruhi perasaan mereka terhadap merek tersebut. Perlu dicatat bahwa tagline dapat disesuaikan seiring dengan perubahan kondisi produk atau bisnis. Dalam banyak kasus, penulis juga dapat melakukan perubahan *tagline* sebagai strategi untuk menarik perhatian dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan definisi ini, dapat disimpulkan bahwa *tagline* merupakan elemen penting dalam iklan pemasaran, yang biasanya digunakan sebagai penutup pesan agar pelanggan lebih mudah mengingat iklan dan dapat membedakannya dari iklan pesaing.

Proses pemasaran melalui iklan yang menyertakan *tagline* terbukti menjadi metode yang sangat efektif untuk memperkenalkan merek kepada masyarakat luas. Melalui iklan yang strategis, perusahaan dapat menjangkau konsumen dengan tujuan membujuk dan meyakinkan mereka untuk menggunakan produk yang ditawarkan, sehingga harapan untuk meningkatkan penjualan dapat tercapai.

Dalam konteks ini, *tagline* Lemonivita adalah "*Revitalize Your Day, Naturally with Lemonivita!*" yang dalam bahasa Indonesia berarti "Segarkan Hari Anda, Secara Alami bersama Lemonivita!" *Tagline* ini secara jelas menggambarkan bahwa produk Lemonivita adalah minuman segar yang tidak hanya menyegarkan, tetapi juga dapat meningkatkan produktivitas harian pelanggan, menjadikannya lebih baik dan penuh energi. Lemonivita berkomitmen untuk memberikan pengalaman yang menyenangkan kepada pelanggannya. Penulis yakin bahwa setiap menu yang ditawarkan di Lemonivita pasti menyegarkan, karena menggunakan bahan-bahan alami seperti lemon dan stroberi yang segar. Kombinasi kedua buah ini, yang memiliki rasa manis dan asam, sangat cocok untuk dijadikan minuman yang menyegarkan, memberikan manfaat kesehatan sekaligus memuaskan selera konsumen. Dengan pendekatan ini, Lemonivita tidak hanya berupaya menarik perhatian pelanggan, tetapi juga membangun hubungan positif yang berkelanjutan melalui produk berkualitas tinggi.

2.5 Produk

Lemonivita merupakan produk minuman sehat yang dirancang untuk memberikan kesegaran alami sekaligus mendukung gaya hidup sehat. Dengan memanfaatkan bahan-bahan berkualitas tinggi, Lemonivita menghadirkan lima pilihan menu yang menyegarkan dan kaya manfaat.



Gambar 2.4 Foto Produk Lemonivita
(Sumber: Lemonivita, 2024)

Gambar 2.4 diatas ini merupakan produk-produk dari Lemonivita. Menu utama Lemonivita diberi nama Lemonivita. Lemonivita menawarkan kesegaran lemon yang kaya akan *vitamin C*, memberikan energi dan menjaga kesehatan tubuh. Ada juga *Honey Lemontea*, yang menggabungkan lemon segar dengan madu alami untuk menciptakan minuman manis sehat yang membantu meningkatkan imunitas. Selain itu, *Strawberry Lemonade* hadir sebagai pilihan yang menggugah selera, dengan kombinasi stroberi segar dan lemon yang memberikan

keseimbangan sempurna antara rasa asam dan manis. Bagi yang mencari minuman fermentasi, *Strawberry Yakult* adalah perpaduan stroberi dengan Yakult, yang tidak hanya lezat tetapi juga baik untuk pencernaan berkat kandungan probiotiknya. Terakhir, *Lychee Tea* menawarkan rasa manis lembut dari buah leci yang berpadu dengan teh, menciptakan minuman yang segar dan menenangkan. Kelima varian ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan minuman yang tidak hanya enak, tetapi juga bermanfaat bagi kesehatan, menjadikan Lemonivita pilihan ideal bagi mereka yang ingin menikmati minuman lezat sambil merawat tubuh. Semua menu di atas menggunakan gula stevia sebagai pengganti gula pasir untuk mendukung gaya hidup sehat.

2.6 Status Bisnis Saat Ini

Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan kewirausahaan Nasional Tahun 2021-2024 mengatakan bahwa. Perpres ini mengatur mengenai penetapan kebijakan pemerintah yang dijadikan sebagai pedoman bagi kementerian/lembaga, Pemerintah Daerah, dan Pemangku Kepentingan dalam melakukan Pengembangan Kewirausahaan Nasional yang ditetapkan untuk periode tahun 2021 sampai dengan tahun 2024 (Perpres, 2022). Dalam rangka Pengembangan Kewirausahaan Nasional dibentuk Komite Pengembangan Kewirausahaan Nasional. Lemonivita merupakan perusahaan rintis atau bisa disebut Start Up, adalah perusahaan baru yang umumnya berbasis *food and beverage* dan fokus pada inovasi. Maka seringkali didirikan oleh sekelompok kecil seperti kelompok Lemonivita ini, yaitu dengan individu dengan ide bisnis yang unik dan potensial untuk tumbuh secara eksponensial.

Lemonivita berdiri sejak 2023 maka bisa dikatakan perusahaan pemula atau start up, karena baru ada satu tahun hingga 2024 ini. Tim Lemonivita bergerak dengan hasil pembelajaran yang diajarkan di masa perkuliahan, Tim Lemonivita menerapkan dengan sebaik mungkin mulai dari pembuatan konten, keuangan, dan

juga pengoprasian. dan juga penulis dan tim Lemonivita bisa dengan adanya arahan dari mentor yang sudah berpengalaman, tentunya sudah memiliki perusahaan food and beverage. Status bisnis merupakan kondisi atau keadaan terbaru dari sebuah usaha atau perusahaan dalam berbagai aspek, termasuk keuangan, operasional, hukum, dan pemasaran. Status ini memberikan gambaran tentang perkembangan, serta tantangan yang dihadapi bisnis pada suatu waktu. Status bisnis bisa disimpulkan bagaimana kondisi terkini dalam usaha, mulai dari perkembangan variasi, jumlah produksi, jumlah pemasukan, strategi pemasaran, sumber daya manusia, dan masih banyak hal lainnya yang harus diperhatikan oleh penulis dalam menjalankan usaha bisnis.

2.7 Tujuan Pembuatan Business Plan

Sebelum memulai sebuah bisnis baru, penting untuk menerapkan etika yang baik dan memikirkan berbagai aspek penting secara menyeluruh. Perencanaan bisnis (*business plan*) yang matang sangatlah krusial; tanpa itu, suatu usaha dapat mengalami kesulitan dalam pertumbuhannya. Rencana bisnis bertindak sebagai panduan yang memberikan arah bagi pengusaha dalam merencanakan masa depan bisnis dan membantu menghindari tantangan serta kesalahan yang mungkin muncul selama perjalanan usaha. Tujuan utama dalam menyusun *business plan* adalah untuk merancang strategi dan rencana awal yang jelas. Sebuah bisnis yang sedang dirintis akan mengalami kesulitan dalam berkembang jika tidak memiliki perencanaan yang terarah. Dengan adanya rencana bisnis, pengusaha dapat lebih fokus dalam mencapai target yang telah ditetapkan. Selain itu, proses penyusunan business plan juga memungkinkan pengusaha untuk menentukan prioritas yang berkaitan dengan pertumbuhan perusahaan, kesehatan finansial, dan manajemen yang efektif. Meskipun terlihat sepele, menetapkan prioritas sangat penting agar bisnis dapat berkembang lebih cepat.

Business plan dapat mengurangi risiko kegagalan. Dengan persiapan yang matang dan pendekatan yang profesional, pengusaha dapat mengidentifikasi masalah yang mungkin dihadapi serta mempertimbangkan dampaknya, sekaligus mencari solusi yang tepat. Ini tentunya membantu meminimalisir risiko kegagalan dalam perjalanan bisnis yang panjang. Selain itu, dengan rencana bisnis yang baik, pengusaha dapat memprediksi masa depan usaha mereka. Proses penyusunan rencana ini memungkinkan pengusaha untuk merencanakan jangka pendek, menengah, dan panjang, serta membuat perkiraan yang dapat direalisasikan, terutama jika didukung oleh riset atau survei yang solid. Ada beberapa tujuan utama dari adanya *business plan* yang dapat menguntungkan perusahaan kedepannya. Tujuan-tujuan tersebut meliputi: memperjelas rencana yang telah ditetapkan, menentukan arah dan tujuan perusahaan, dan mencapai sasaran yang ingin diraih. *Business plan* juga membantu pengusaha tetap kreatif dan fokus pada tujuan awal saat merintis usaha. Selain itu, *business plan* berfungsi sebagai alat untuk mencari dana, yang akan membantu pengusaha mengatur keuangan dan mencapai kesuksesan dalam bisnis.

Business plan juga berfungsi sebagai sarana komunikasi untuk menarik perhatian pihak lain, seperti pemasok, konsumen, dan investor. Hal ini membantu mereka memahami tujuan dan cara operasional dari bisnis yang dijalankan. Dengan mengetahui langkah-langkah praktis dalam menghadapi persaingan, promosi, dan berbagai aspek lainnya, usaha akan berjalan lebih efektif dan berpotensi menghasilkan keuntungan. Selain itu, rencana bisnis mempermudah pengawasan dalam operasional yang dijalankan, serta berfungsi sebagai alat untuk menarik investor, bank, atau pihak ketiga lainnya. Rancangan yang informatif dan terperinci akan memberikan gambaran jelas tentang usaha kepada calon investor.

Kami membuat *Business Plan* ini dengan tujuan yaitu mendapatkan pendanaan demi masa depan Lemonivita. Dengan mendapatkan pendanaan, Lemonivita dapat mengembangkan potensinya lebih jauh lagi. Dengan adanya

pendanaan ini, Lemonivita dapat berkembang mulai dari menambahkan lebih banyak varian menu, tempat berjualan yang lebih layak, dan inovasi kedepan yang dapat direalisasikan.

2.8 Kebutuhan Dana yang Diharapkan

Lemonivita memiliki target untuk membangun Outlet di tempat strategis yang sesuai dengan target pasar dalam 3 tahun kedepan. Selain itu, Lemonivita juga menargetkan untuk membentuk website untuk memudahkan pelanggan mencari informasi mengenai bisnis dan produk Lemonivita. Untuk itu, jika terdapat investor yang tertarik untuk membantu dalam pengembangan Lemonivita, maka dapat memberikan bantuan dana sebesar Rp 102.725.000. Pada tabel 2.1 ini terdapat uraian kebutuhan dana yang dibutuhkan Lemonivita.



KEBUTUHAN DANA DARI INVESTOR			
KEBUTUHAN	QTY	HARGA	JUMLAH
Sewa Ruko Outlet Per Tahun	1	Rp 50.000.000,00	Rp 50.000.000,00
Perengkapan Outlet			
Peralatan Produksi			
Blender	2	Rp 500.000,00	Rp 1.000.000,00
Pisau dan Talenan	2	Rp 75.000,00	Rp 150.000,00
Meja Persiapan	1	Rp 800.000,00	Rp 800.000,00
Lemari Es	2	Rp 1.200.000,00	Rp 2.400.000,00
Dispenser Air dan Teh	5	Rp 160.000,00	Rp 800.000,00
Kompas	1	Rp 500.000,00	Rp 500.000,00
Rak Bahan Baku	1	Rp 1.000.000,00	Rp 1.000.000,00
Perengkapan Penyimpanan			
Wadah Penyimpan Buah	5	Rp 30.000,00	Rp 150.000,00
Wadah Penyimpan Es Batu	1	Rp 270.000,00	Rp 270.000,00
Botol Pump	5	Rp 30.000,00	Rp 150.000,00
Toples atau Kontainer	5	Rp 15.000,00	Rp 75.000,00
Peralatan Penyajian			
Gelas Plastik, Tutup Gelas, dan Sablon Logo	16500	Rp 1.000,00	Rp 16.500.000,00
Sedotan	16500	Rp 100,00	Rp 1.650.000,00
Perengkapan Kebersihan			
Kain Lap dan Spons	3	Rp 20.000,00	Rp 60.000,00
Tempat Sampah	2	Rp 100.000,00	Rp 200.000,00
Sabun Pencuci Peralatan	5	Rp 20.000,00	Rp 100.000,00
Sapu dan Pel	2	Rp 35.000,00	Rp 70.000,00
Sabun Pembersih Lantai	5	Rp 20.000,00	Rp 100.000,00
Peralatan Tambahan			
Meja Kasir			
Mesin Kasir dan Aplikasi POS	1	Rp 2.000.000,00	Rp 2.000.000,00
Rak Display	1	Rp 600.000,00	Rp 600.000,00
Banner dan Papan Menu	5	Rp 200.000,00	Rp 1.000.000,00
AC	1	Rp 3.000.000,00	Rp 3.000.000,00
Meja	5	Rp 400.000,00	Rp 2.000.000,00
Kursi	20	Rp 50.000,00	Rp 1.000.000,00
Dekorasi dan Branding			
Lampu dan Pencahayaan Menarik	5	Rp 200.000,00	Rp 1.000.000,00
Brosur atau Menu	3	Rp 200.000,00	Rp 600.000,00
Jam Dinding	1	Rp 50.000,00	Rp 50.000,00
Speaker	1	Rp 1.500.000,00	Rp 1.500.000,00
CCTV	1	Rp 3.000.000,00	Rp 3.000.000,00
Renovasi		Rp 10.000.000,00	Rp 10.000.000,00
Website	1	Rp 1.000.000,00	Rp 1.000.000,00
		TOTAL	Rp 102.725.000,00

Tabel 2.1 Uraian Kebutuhan Dana Dari Investor

Sumber: Lemonivita, 2024.

Lemonivita akan memanfaatkan dana ini untuk mengembangkan bisnis dengan membantun outlet pada tahun 2027 yang berlokasi di Gading Serpong atau sekitarnya dengan biaya sewa ruko sebesar Rp 50.000.000. Dengan outlet ini, Lemonivita dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan. Selain itu, Lemonivita dapat meningkatkan Brand Awareness dan dapat berinteraksi dengan pelanggan untuk mendapatkan umpan balik secara langsung. Untuk

melengkapi pembentukan outlet, Lemonivita memerlukan dana untuk melakukan renovasi dan perlengkapan yang dapat menjadi daya tarik terhadap brand dan produk lemonivita.

Tahun / Bulan -->	2025 (dalam pertamua)												
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agst	Sep	Oktr	Nov	Des	Total
Pendapatan (DR Jata)	58,175,000.00	55,192,500.00	60,711,750.00	67,997,100.00	74,794,870.00	82,279,563.00	84,616,046.14	115,494,818.73	121,265,729.47	117,205,005.00	132,956,645.84	145,596,116.48	1,127,622,594.13
COGS / Biaya (DR Jata)	14,838,967.50	16,322,894.25	17,955,150.44	14,119,881.44	15,816,991.78	17,094,090.96	19,646,706.61	23,968,579.62	25,167,428.60	24,425,993.03	27,482,832.01	30,607,444.07	279,150,133.57
Gross Margin (DR Jata)	43,336,032.50	38,869,605.75	42,756,599.56	53,877,218.56	58,977,878.22	65,185,472.04	64,969,339.53	91,526,239.11	96,098,300.87	92,779,011.97	105,473,813.83	114,988,672.41	848,472,460.56
Biaya Non Direct / Fixed Cost (DR Jata)	13,792,800	14,294,250	15,156,775	15,674,735	16,254,689	17,092,659	18,506,605	20,644,402	20,895,572	23,501,601	22,013,645	23,484,231	235,442,260
Net Margin	29,543,232.50	24,575,355.50	27,600,424.81	38,202,487.12	42,723,186.44	48,092,812.08	46,462,733.92	70,881,837.50	75,192,722.30	69,277,410.34	83,460,170.18	91,504,441.24	613,030,200.51
Estimated Tax (DR Jata) 0.5% of income	-290,875.00	-275,962.50	-302,508.75	-338,618.80	-371,084.38	-401,181.02	-472,040.14	-577,176.04	-608,238.60	-640,100.00	-661,793.33	-727,941.55	-5,848,111.11
Net Profit	29,252,357.50	24,299,393.00	27,297,916.06	37,864,868.32	42,352,102.06	47,691,631.06	45,990,693.78	70,304,661.46	74,584,483.70	68,637,310.34	82,798,376.85	90,776,499.69	607,182,089.40
Initial Phase Capital	40,000,000.00	21,167,042.50	8,848,168.25	-	-	-	-	-	-	-	-	-	70,015,210.75
Investment Need Kumulatif Investment	25,265,000.00	31,190,825.75	45,182,440.81	63,197,743.34	80,412,982.98	97,504,613.97	114,501,220.01	131,499,825.54	148,498,309.24	165,499,802.27	182,500,379.12	199,502,959.87	1,127,622,594.13
Pajak (DR based) 20% per annum	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,914,055.56
Pengeluaran tetap / investasi	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,265,101.40
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	88,612,001.21
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	151,713,372.21

Tahun / Bulan -->	2025 (dalam pertamua)												
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agst	Sep	Oktr	Nov	Des	Total
Pendapatan (DR Jata)	189,152,341.31	188,089,839.00	194,879,389.22	228,226,189.26	232,187,289.39	277,875,244.28	338,979,346.31	389,126,802.42	498,612,942.33	628,045,189.08	846,204,896.79	1,096,829,399.28	5,822,478,893.26
COGS / Biaya (DR Jata)	58,126,481.27	64,044,129.39	70,444,362.38	76,867,485.81	84,785,454.93	95,406,193.01	109,746,126.81	135,929,678.38	140,016,012.30	167,097,833.50	173,274,547.25	168,332,055.36	1,308,156,136.59
Gross Margin (DR Jata)	131,025,860.04	124,045,709.61	124,435,026.84	151,358,703.45	147,401,834.46	182,469,051.27	229,233,219.50	253,197,124.04	358,596,930.03	460,947,355.58	672,930,349.54	928,497,343.92	4,514,322,756.67
Biaya Non Direct / Fixed Cost (DR Jata)	41,522,771	44,469,034	46,301,089	50,915,119	54,073,639	60,116,033	65,446,931	75,873,208	77,841,891	90,496,475	81,499,734	91,223,088	771,021,527
Net Margin	89,503,089.04	79,576,675.61	78,133,937.76	100,443,584.54	93,328,195.53	122,353,018.24	163,786,282.59	177,323,915.80	280,754,458.05	370,450,880.58	591,430,614.80	837,274,258.94	3,743,301,229.10
Estimated Tax (DR Jata) 0.5% of income	-447,515.42	-422,363.38	-450,796.94	-504,155.87	-470,178.27	-525,450.57	-572,434.64	-666,364.54	-697,142.03	-805,982.38	-717,490.72	-786,115.44	-6,300,284.34
Net Profit	89,055,573.62	79,154,312.23	77,683,140.82	99,939,428.67	92,857,977.26	121,827,567.67	158,313,847.95	176,657,551.26	273,757,266.02	369,652,898.20	588,943,124.08	836,488,143.50	3,677,020,944.76
Initial Phase Capital	111,770,818	132,958,000	125,252,233	151,082,654	166,620,919	182,264,011	210,788,113	257,164,458	299,019,571	381,520,552	594,980,476	836,142,512	2,532,084,954
Investment Need Kumulatif Investment	111,770,818	244,728,818	370,001,051	521,090,705	687,711,624	869,975,635	1,080,763,748	1,337,928,206	1,636,947,777	2,018,468,329	2,613,448,805	3,450,591,317	10,064,169,912
Pajak (DR based) 20% per annum	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,914,055.56
Pengeluaran tetap / investasi	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,265,101.40
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	88,612,001.21
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	151,713,372.21



Tahun / Bulan	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Agus	Sep	Ok	Nov	Dik	Total
Pendapatan (Rp Juta)	896.701.218,68	1.096.750.705,62	1.426.708.054,32	1.370.021.198,42	1.276.562.211,41	1.098.972.790,18	1.262.008.637,18	1.262.075.125,31	1.211.241.765,87	1.531.111.003,35	1.961.338.881,62	1.154.883.269,98	11.324.451.811,72
Costa (Rp Juta)	277.689.261,25	376.488.912,64	492.694.374,21	452.083.713,74	371.123.861,26	335.908.379,04	380.701.385,04	1.245.779.436,31	1.173.837.240,96	1.718.774.343,91	1.655.479.081,25	1.256.146.428,92	11.302.483.518,94
Gross Margin (Rp Juta)	725.127.480,73	871.932.064,73	1.045.623.061,11	1.307.922.479,68	1.505.438.350,15	1.560.244.213,14	1.148.707.678,73	1.155.235.722,73	1.044.011.805,73	1.089.318.802,73	1.029.446.111,73	5.153.815.431,73	30.535.970.529,73
Margin (%)	80,8	79,4	73,3	96,1	119,8	143,1	90,6	91,6	86,3	71,2	52,5	44,6	270,1
Biaya Item Direct / Fixed Cost (Rp Juta)	402.345.256	476.030.451	565.855.380	608.260.217	621.788.035	1.025.543.458	1.140.220.812	1.331.763.818	1.262.193.818	1.080.205.246	1.245.745.865	1.703.454.881	10.037.524.359
Net Margin	422.777.502,73	495.273.482,73	479.768.181,73	603.780.249,68	714.252.268,89	624.994.458,15	1.038.487.866,73	1.176.331.905,73	1.182.091.875,73	1.069.811.814,73	1.034.106.542,73	1.450.460.430,73	10.498.546.829,73
Net Margin (%)	47,1	45,2	33,5	43,9	55,2	56,4	89,1	96,3	95,7	69,2	52,7	125,1	92,6
EBITDA (Rp Juta)	4.908.087	5.890.784	7.180.342	8.850.118	10.797.011	15.487.284	17.540.443	22.013.818	25.076.414	27.600.939	29.808.999	35.778.178	235.117.289
EBITDA (%)	0,55	0,54	0,50	0,64	0,83	1,45	1,39	1,77	2,05	1,76	1,52	3,08	2,10
Net Profit	318.778.524	303.274.708	472.349.653	596.742.063	722.024.473	811.453.074	1.193.831.822	1.156.744.319	1.172.400.351	1.031.831.070	1.044.251.942	7.493.556.311	14.373.484.052
Net Profit (%)	35,5	27,6	33,2	43,6	56,3	74,1	93,2	92,7	94,6	64,3	53,2	65,6	126,1
Initial Share Capital	100.000.000												100.000.000
Investment Need	750.118.475	877.831.198	1.375.821.125	1.318.875.692	1.377.133.087	1.974.041.477	2.396.373.911	3.106.133.207	3.088.744.207	4.036.717.417	4.209.894.811	5.711.300.779	30.716.881.796
Return of Investment	750.118.475	1.808.426.543	1.661.191.811	1.471.126.019	1.536.981.128	1.331.011.019	10.196.086.054	11.411.884.492	11.822.028.799	21.179.887.219	20.889.101.025	30.716.881.796	30.716.881.796
Payback (ROI) (30% per annum)													
Pengeluaran Uang / Investasi													

Tabel 2.2 Return Of Investment Lemonivita

Sumber : Lemonivita, 2024

Berdasarkan data laporan keuangan tahun 2025, perusahaan menunjukkan pertumbuhan pendapatan yang konsisten dari bulan ke bulan. Kenaikan pendapatan ini dapat diindikasikan oleh meningkatnya permintaan pasar terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Meskipun demikian, peningkatan biaya operasional juga perlu diperhatikan. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor seperti kenaikan harga bahan baku, peningkatan biaya tenaga kerja, atau perluasan kegiatan operasional. Meskipun demikian, margin laba kotor perusahaan cenderung stabil, menunjukkan efisiensi dalam mengelola biaya produksi. Namun, margin laba bersih mengalami sedikit penurunan akibat kenaikan biaya operasional. Untuk menjaga profitabilitas di masa mendatang, perusahaan perlu melakukan evaluasi terhadap struktur biaya dan mencari cara untuk meningkatkan efisiensi operasional.

Pada era digital ini, Lemonivita perlu membentuk sebuah website untuk memudahkan pelanggan mengakses informasi mengenai Lemonivita tanpa batas waktu dan lokasi. Selain itu, website juga efektif untuk branding dan promosi, membantu bisnis untuk tetap kompetitif di pasar global. Lemonivita juga dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan menyesuaikan bisnis dengan tren pasar. Dana yang dibutuhkan Lemonivita untuk membentuk website sebesar Rp 1.000.000. Tim mengharapkan dana ini dapat terpenuhi sebagai pendorong

pertumbuhan Lemonivita sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas dan dapat terus mengembangkan inovasi dan produk baru.

2.9 Status Hukum dan Kepemilikan Usaha

Pada saat proses pembentukan bisnis, team Lemonivita sempat mendaftarkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) secara online untuk bisnis. Pelaksanaan pendaftaran ini dibantu dan dibimbing oleh panitia dari Program WMK serta dosen pembimbing.



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 1811240154814

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

1. Nama Pelaku Usaha	: SHANNON AVRILE WIJAYA
2. Alamat	: MUARA KARANG BLOK Y5B NO. 17A, Desa/Kelurahan Pluit, Kec. Penjaringan, Kota Adm. Jakarta Utara, Provinsi DKI Jakarta
3. Nomor Telepon Seluler	: +628119996086
Email	: -
4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI)	: Lihat Lampiran
5. Skala Usaha	: Usaha Mikro

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepastian, pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Laporan Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLKP).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

NIB ini merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai sertifikasi jaminan produk halal berdasarkan pernyataan mandiri pelaku usaha dan setelah memperoleh pembinaan dan/atau pendampingan Proses Produk Halal (PPH) dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Ditandatangani di Jakarta, tanggal: 18 November 2024

Menteri Investasi dan Hilirisasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 18 November 2024

Gambar 2.5 NIB Lemonivita

Sumber: Lemonivita, 2024

Penulis telah mendaftarkan perizinan berusaha berbasis risiko dengan Nomor Induk Berusaha (NIB): 1811240154814. NIB berlaku sebagai identitas usaha dan juga berlaku sebagai Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Angka Pengenal Impor (API) dan Akses Kepabeanaan perusahaan melakukan kegiatan impor maupun ekspor impor. Dengan adanya NIB, Lemonivita mendapatkan perlindungan usaha secara hukum serta mendapatkan akses Layanan Bantuan Dan Pendampingan Hukum secara gratis. Selain itu, Lemonivita juga dapat sertifikasi Halal dan PIRT dengan mudah.

