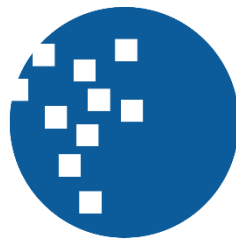


**ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA LEMONIVITA:
IMPLEMENTASI DAN PEMBUATAN RENCANA
PEMASARAN LEMONIVITA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Erike Eirene Ginting

00000054006

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

**ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA LEMONIVITA:
IMPLEMENTASI DAN PEMBUATAN RENCANA
PEMASARAN LEMONIVITA**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Erike Eirene Ginting

00000054006

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Erike Eirene Ginting

Nomor Induk Mahasiswa : 00000054006

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

**“ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA LEMONIVITA:
IMPLEMENTASI DAN PEMBUATAN RENCANA PEMASARAN
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



(Erike Eirene Ginting)

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir Skripsi dengan judul

ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA LEMONIVITA: IMPLEMENTASI DAN PEMBUATAN RENCANA PEMASARAN LEMONIVITA

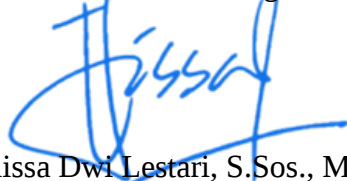
Oleh

Nama : Erike Eirene Ginting
NIM : 00000054006
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Tugas Akhir Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 29 November 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
ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA LEMONIVITA:
IMPLEMENTASI DAN PEMBUATAN RENCANA
PEMASARAN LEMONIVITA

Oleh

Nama : Erike Eirene Ginting
NIM : 00000054006
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

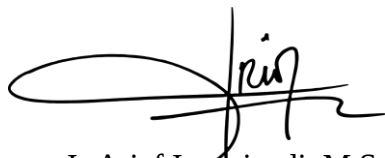
Telah diujikan pada hari Senin, 16 Desember 2024

Pukul 14.00 s.d 15.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Ir. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D

0316026404

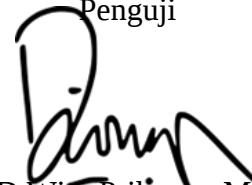
Pembimbing



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

0306088501

Penguji



Ir. D Wim Prihanto, M.M.

0312126610

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M

0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Erike Eirene Ginting
NIM : 00000054006
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Analisis Pengembangan Usaha Lemonivita:
Implementasi dan Pembuatan Rencana Pemasaran 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, 29 November 2024



(Erike Eirene Ginting)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih karunia-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dan team dapat bekerja sama dan menyelesaikan penulisan Tugas Akhir Skripsi ini dengan judul: **“Analisis Pengembangan Usaha Lemonivita: Implementasi dan Pembuatan Rencana Pemasaran Lemonivita”** dilakukan untuk mencapai gelar Pendidikan Strata 1 Jurusan Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan berkat dan karunia bagi penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi.
2. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., 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 banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
6. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Tim Lemonivita, yang terdiri dari Grace Elizabeth, Shannon Avrile, dan juga Verrencia Yosephine yang telah berperan sebagai kolega sekaligus rekan seperjuangan dalam merintis dan mengembangkan bisnis Lemonivita hingga dapat dikelola dengan baik dan mencapai posisi saat ini.

Atas semua masukan dan dukungan yang telah diberikan, saya mengucapkan terima kasih. Saya menyadari bahwa karya ilmiah ini masih memiliki banyak kekurangan dan belum sempurna. Maka dari itu, penulis meminta maaf atas segala kekurangan yang terdapat pada karya ilmiah ini, serta mengharapkan kritik dan saran untuk perbaikan karya ilmiah ini. Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca dan menambah informasi yang berkaitan dengan bidang yang sesuai dengan informasi yang dibutuhkan.

Tangerang, 30 November 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Erike' followed by a stylized surname.

(Erike Eirene Ginting)

ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA LEMONIVITA: IMPLEMENTASI DAN PEMBUATAN RENCANA PEMASARAN LEMONIVITA

Erike Eirene Ginting

ABSTRAK

Lemonivita merupakan *Startup* yang bergerak di industri *Food and Beverage* yang dibentuk oleh penulis beserta teman-teman pada tahun 2023. Lemonivita menawarkan produk minuman sehat yang menggunakan bahan-bahan segar dan berkualitas. Lemonivita bertujuan untuk menyediakan alternatif minuman sehat yang tidak hanya menyegarkan, tetapi juga membantu mengontrol asupan gula dan kalori, Praktik kerja yang dilakukan penulis pada *Startup* Lemonivita pada bagian Pemasaran. Selama berjalannya *Startup* Lemonivita, tugas yang dikerjakan adalah membuat rencana konten setiap harinya, bagaimana menarik perhatian pelanggan dalam melihat setiap kontennya, mencari booth bazaar, dan mencari ide dan inovasi baru dari referensi konten lain. Melaksanakan tugas pada bagian Pemasaran harus penuh dengan ide kreativitas dalam membuat kontennya. Optimalisasi pemasaran ini diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap pencapaian target pertumbuhan, peningkatan jumlah pelanggan, sekaligus memperkuat posisi Lemonivita sebagai salah satu *startup* unggulan di industri FnB. Selain itu, Lemonivita memerlukan pendanaan sebesar Rp 102.725.000 dari para investor, yang akan dialokasikan untuk pengembangan bisnis serta merealisasikan rencana strategis perusahaan ke depan. Pendanaan ini didukung oleh perhitungan ROI yang menunjukkan tingkat pengembalian investasi yang menguntungkan.

Kata kunci: *Startup, Food and Beverages, Pemasaran*

ANALYSIS OF LEMONVITA BUSINESS DEVELOPMENT: IMPLEMENTATION AND CREATION OF LEMONIVITA MARKETING PLAN

Erike Eirene Ginting

ABSTRACT (English)

Lemonivita is a startup engaged in the Food and Beverage industry formed by the author and friends in 2023. Lemonivita offers healthy beverage products that use fresh and quality ingredients. Lemonivita aims to provide an alternative healthy drink that is not only refreshing, but also helps control sugar and calorie intake. The work practices carried out by the author at the Lemonivita Startup in the Marketing section. During the Lemonivita Startup, the tasks carried out were to create a content plan every day, how to attract customers' attention in seeing each content, looking for bazaar booths, and search new ideas or content from other people's references. Carrying out tasks in the Marketing section must be full of creative ideas in creating content. This marketing optimization is expected to have a positive impact on achieving growth targets, increasing the number of customers, while strengthening Lemonivita's position as one of the leading startups in the FnB industry. Furthermore, Lemonivita requires funding of IDR 102,725,000 from investors, which will be allocated for business development and the realization of the company's strategic plans. This funding is supported by ROI calculations that indicate a profitable return on investment.

Keywords: *Startup, Food and Beverages, Marketing*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT (<i>English</i>).....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
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.....	5
1.6 Tim Manajemen dan Struktur Perusahaan	5
1.7 Rencana Operasional dan Pengembangan Produk	8
1.8 Proyeksi Keuangan.....	9
1.9 Pendanaan.....	9
BAB II	
DESKRIPSI PERUSAHAAN	11
2.1 Pendahuluan.....	11
2.2 Latar Belakang.....	13
2.3 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan	22
2.4 Tagline.....	24
2.5 Produk	25
2.6 Status Bisnis Saat Ini.....	29
2.7 Tujuan Pembuatan Business Plan.....	30
2.8 Kebutuhan Dana yang Diharapkan.....	31
2.9 Status Hukum dan Kepemilikan Usaha.....	35
BAB III	
ANALISIS INDUSTRI	36
3.1 Ukuran Industri Food and Beverage di Indonesia	36
3.2 Pertumbuhan Industri Food and Beverage di Indonesia.....	37
3.3 Proyeksi Penjualan Industri.....	40

3.4 Karakteristik Industri.....	42
3.5 Tren Industri.....	44
3.6 Prospek Jangka Panjang Industri.....	45
3.7 Kesimpulan.....	47
BAB IV	
ANALISIS PASAR	49
4.1 Analisis Kompetitor	49
4.2 Competitive Analysis Grid	53
4.3 Estimasi Penjualan Tahunan	54
BAB V	56
ANALISIS PEMASARAN	56
5.1 Strategi Pemasaran	56
5.1.1 Segmentasi Pasar	61
5.1.2 Seleksi Target Market	63
5.1.3 Customer Value Proposition.....	64
5.1.4 Ukuran Target Market.....	66
5.1.5 Perilaku Konsumen.....	68
5.1.6 Pemosisian	70
5.1.7 Diferensiasi Produk.....	73
5.1.8 Product Attribute Map	75
5.1.9 Business Model.....	78
5.1.10 Strategi Harga	81
5.2 Proses Penjualan dan Bauran Promosi	85
5.2.1 Timeline Pengerjaan Setiap Bulan	94
5.2.1 Target Pasar Sesuai Dengan Masalah Lemonivita	95
BAB VI.....	97
TIM MANAJEMEN DAN PERUSAHAAN.....	97
6.1 Tim Manajemen	97
6.2 Tujuan dan Sasaran Perusahaan	100
BAB VII	102
PERENCANAAN OPERASIONAL	102
7.1 Model dan Prosedur Operasional	102
7.1.1 Riset Kepuasan Pelanggan.....	108
7.2 Lokasi Bisnis	114
7.3 Fasilitas dan Peralatan	117
BAB VIII.....	124
DESAIN PRODUK DAN RENCANA PENGEMBANGAN.....	124
8.1 Status Pengembangan.....	124
8.2 Tantangan dan Resiko	125
8.2.1 Solusi Untuk Tantangan dan Resiko.....	126

8.3 Biaya.....	127
8.4 Properti Intelektual.....	129
BAB IX.....	132
IMPLEMENTASI STRATEGI	132
9.1 Milestones	132
9.2 Akuisisi Konsumen	133
BAB X	138
PENDANAAN DAN BIAYA.....	138
10.1 Pendanaan dan Biaya.....	138
10.2 Proyeksi Penjualan	143
10.3 Proyeksi Penjualan 3-Tahun.....	147
10.4 Proyeksi Laba Rugi	148
10.5 Balance Sheet	154
10.6 Arus Kas 3-Tahun	157
10.7 Break Even Point.....	159
10.8 <i>Payback Period</i>	161
BAB XI	
SIMPULAN DAN SARAN.....	164
11.1 Simpulan	164
11.2 Saran	165
11.2.1 Saran untuk Universitas	166
11.2.2 Saran untuk Mahasiswa	166
DAFTAR PUSTAKA.....	167
LAMPIRAN.....	176

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pendanaan Lemonivita dari WMK 2023	10
Tabel 1.2 Pendanaan Lemonivita dari P2MW	10
Tabel 2.1 Uraian Kebutuhan Dana Dari Investor	32
Tabel 5.1 Perbandingan Dengan Kompetitor	76
Tabel 7.1 Daftar Peralatan Untuk Operasional Lemonivita	122
Tabel 10.1 Pendanaan Lemonivita dari WMK	138
Tabel 10.2 Pendanaan Lemonivita dari P2MW	138
Tabel 10.3 Penggunaan Dana WMK	139
Tabel 10.4 Penggunaan Dana P2MW	141
Tabel 10.5 Proyeksi penjualan Lemonivita tahun 2024	143
Tabel 10.6 Proyeksi Penjualan selama 3 Tahun	146
Tabel 10.7 Proyeksi Laba Rugi Periode 2025	148
Tabel 10.8 Proyeksi Laba Rugi Periode 2026	150
Tabel 10.9 Proyeksi Laba Rugi Periode 2027	152
Tabel 10.10 Balance Sheet Lemonivita Periode 2025	153
Tabel 10.11 Balance Sheet Lemonivita Periode 2026	154
Tabel 10.12 Balance Sheet Lemonivita Periode 2027	154
Tabel 10.13 Proyeksi Arus Kas Lemonivita selama 3 Tahun	156
Tabel 10.14 Break Even Point Lemonivita Periode 2025	157
Tabel 10.15 Break Even Point Lemonivita Periode 2026	158
Tabel 10.16 Break Even Point Lemonivita Periode 2027	159
Tabel 10.17 Payback Period Lemonivita selama 3 Tahun	160

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Struktur Perusahaan Lemonivita	6
Gambar 2.2 Demo-day WMK	23
Gambar 2.4 NIB Lemonivita	33
Gambar 3.1 Gambar Pengeluaran Per Kapita Bulanan Makanan dan Minuman di Indonesia	40
Gambar 4.1 Data Survey 1	49
Gambar 4.2 Data Survey 2	50
Gambar 4.3 Data Survey 3	51
Gambar 5. 1 Media Sosial Lemonivita	56
Gambar 5.2 Loyalty Program Lemonivita	57
Gambar 5.3 Promosi Endorse Lemonivita	59
Gambar 5.4 Gelas kemasan Lemonivita	60
Gambar 5.5 Value Proposition Canvas Lemonivita	64
Gambar 5.6 Market Size Lemonivita	67
Gambar 5.8 Business Model Canvas Lemonivita	79
Gambar 5.9 Penetapan Harga Lemonivita Per November 2023	83
Gambar 5.10 Penetapan Harga Lemonivita Per Mei 2024	85
Gambar 5.11 Penjualan di berbagai Event Bazaar	89
Gambar 5.12 Penjualan Melalui Pre Order	90
Gambar 5.13 Penjualan Keliling	91
Gambar 5.14 Penjualan dengan Promo Buy 1 Get 1	93
Gambar 5.15 Endorse Tangsel Foodies	94
Gambar 5.16 Media Sosial Lemonivita	95
Gambar 5.17 Timeline Pengerjaan	95
Gambar 6.1 Struktur Organisasi Lemonivita	97
Gambar 7.1 Flowchart Lemonivita	102
Gambar 7.2 Dokumentasi Tahap Testing Produk	104
Gambar 7.3 Logo Lemonivita	106
Gambar 7.4 Data Survey 1	108
Gambar 7.5 Data Survey 2	109
Gambar 7.6 Data Survey 3	110
Gambar 7.7 Data Survey 4	111
Gambar 7.8 Data Survey 5	112
Gambar 7.12 Lokasi Bisnis 1	114
Gambar 7.13 Lokasi Bisnis 2	115
Gambar 7.14 Lokasi Bisnis 3	116
Gambar 8.1 Harga Pokok Penjualan Lemonivita	128

Gambar 8.2 HKI Lemonivita	129
Gambar 9.1 Milestones Lemonivita Selama 3 Tahun	132
Gambar 9.2 Boosting Views Konten TikTok	133
Gambar 9.3 Live Streaming di Platform TikTok Lemonivita	134
Gambar 9.3 Konten Marketing Melalui Instagram Story	135
Gambar 9.4 Media Sosial Lemonivita	136

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Lampiran A Hasil Persentase Turnitin (Wajib Ada)	170
Lampiran Bimbingan Skripsi	173
Lampiran C Bagian Keuangan	174
Lampiran D Bagian Pemasaran	175