

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



TUGAS AKHIR SKRIPSI

SHANNON AVRILE WIJAYA

00000058008

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

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



TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

Shannon Avrile Wijaya

00000058008

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Shannon Avrile Wijaya

Nomor Induk Mahasiswa : 00000058008

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

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



Shannon Avrile Wijaya

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir Skripsi dengan judul

ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA LEMONIVITA : IMPLEMENTASI DAN PEMBUATAN RENCANA OPERASIONAL LEMONIVITA

Oleh

Nama : Shannon Avrile Wijaya

NIM : 00000058008

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

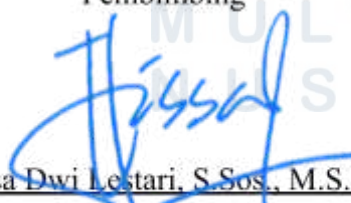
Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Tugas Akhir Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 29 November 2024

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen


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


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

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Skripsi dengan judul

ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA LEMONIVITA : IMPLEMENTASI DAN PEMBUATAN RENCANA OPERASIONAL LEMONIVITA

Oleh

Nama : Shannon Avrile Wijaya
NIM : 00000058008
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

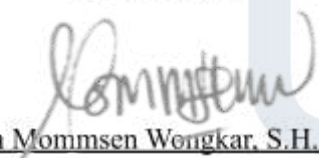
Telah diujikan pada hari Selasa, 17 Desember 2024

Pukul 08.00 s.d 09.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

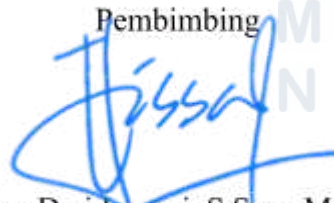
Ketua Sidang


Kanon Mommsen Wongkar, S.H., M.H.
NIDN: 0301078204

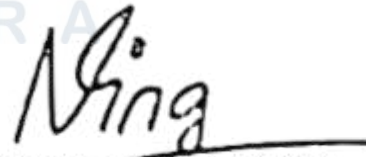
Penguji


Dr. Yosef Budi Susanto, M.M.
NIDN: 0301056103

Pembimbing


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

Ketua Program Studi Manajemen


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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Shannon Avrile Wijaya

NIM : 00000058008

Program Studi : Manajemen

Jenjang : S1

Jenis Karya Ilmiah : Tugas Akhir Skripsi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- ☒ 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 di akses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 29 November 2024

Yang menyatakan



Shannon Avrile Wijaya

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 Operasional 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. Bapak 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 Indrany Suhardi, Erike Eirene Ginting, 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.

8. Verna Fortunata Antony yang selalu memberikan motivasi dan bantuan kepada penulis dalam penyelesaian pengerjaan tugas akhir.
9. Band DAY6 yang telah menjadi bagian dari *support system* penulis dalam perjalanan menyelesaikan tugas akhir ini.

Tangerang, 2 Desember 2024



Shannon Avrile Wijaya



ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA LEMONIVITA : IMPLEMENTASI DAN PEMBUATAN RENCANA OPERASIONAL LEMONIVITA

Shannon Avrile Wijaya

ABSTRAK

Pola hidup sehat semakin menjadi perhatian penting di tengah-tengah masyarakat. Ini disebabkan karena adanya peningkatan yang signifikan pada jumlah penderita diabetes. Untuk mengatasi masalah ini, penulis mendirikan Lemonivita. Lemonivita merupakan *startup business* di bidang *Food and Beverages* (FnB) terkhusus pada minuman yang mengedepankan kesehatan pelanggan. Lemonivita menggunakan gula stevia yang rendah kalori sebagai pemanis alami. Lemonivita bertujuan untuk menyediakan alternatif minuman sehat yang tidak hanya menyegarkan, tetapi juga membantu mengontrol asupan gula dan kalori, sehingga dapat mendukung upaya pencegahan dan pengelolaan diabetes. Didirikan pada tahun 2023, bisnis ini diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan gaya hidup sehat di masyarakat dengan menawarkan produk yang aman dan bermanfaat bagi kesehatan.

Karya ini dibuat dengan tujuan untuk menambah wawasan bagi pembaca dalam perencanaan operasional yang matang, termasuk pengelolaan bahan baku, manajemen biaya, dan inovasi produk. Optimalisasi operasional ini diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap efisiensi biaya dan pencapaian target pertumbuhan, sekaligus memperkuat posisi Lemonivita sebagai salah satu *startup* unggulan di industri FnB.

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

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**LEMONIVITA BUSINESS DEVELOPMENT ANALYSIS:
IMPLEMENTATION AND CREATION OF LEMONIVITA OPERATIONAL
PLANS**

Shannon Avrile Wijaya

ABSTRACT (English)

A healthy lifestyle is increasingly becoming an important concern in society. This is due to a significant increase in the number of diabetes sufferers. To overcome this problem, the author founded Lemonivita. Lemonivita is a startup business in the Food and Beverages (FnB) sector, specifically in drinks that prioritize customer health. Lemonivita uses low-calorie stevia sugar as a natural sweetener. Lemonivita aims to provide healthy alternative drinks that are not only refreshing, but also help control sugar and calorie intake, so that they can support efforts to prevent and manage diabetes. Founded in 2023, this business is expected to contribute to improving healthy lifestyles in society by offering products that are safe and beneficial for health.

This work was created with the aim of increasing readers' insight into thorough operational planning, including raw material management, cost management and product innovation. This operational optimization is expected to have a positive impact on cost efficiency and achieving growth targets, while strengthening Lemonivita's position as one of the leading startups in the FnB industry.

Keywords: *Startup, Food and Beverage, Operational*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT (English).....</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I	
<i>EXECUTIVE SUMMARY.....</i>	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.....	23
2.4 <i>Tagline</i>	25
2.5 Produk.....	26
2.6 Status Bisnis Saat Ini.....	28
2.7 Tujuan Pembuatan <i>Business Plan</i>	29
2.8 Kebutuhan Dana yang Diharapkan.....	30
2.9 Status Hukum dan Kepemilikan.....	33
BAB III	

ANALISIS INDUSTRI.....	35
3.1 Ukuran Industri <i>Food and Beverage</i> di Indonesia.....	35
3.2 Pertumbuhan Industri <i>Food and Beverage</i> di Indonesia.....	36
3.3 Proyeksi Penjualan Industri.....	37
3.4 Karakteristik Industri.....	39
3.5 Tren Industri.....	42
3.6 Prospek Jangka Panjang Industri.....	43
3.7 Kesimpulan.....	44
BAB IV	
ANALISIS PASAR.....	46
4.1 Analisis Kompetitor.....	46
4.2 <i>Competitive Analysis Grid</i>	50
4.3 Estimasi Penjualan Tahunan.....	51
BAB V.....	53
ANALISIS PEMASARAN.....	53
5.1 Strategi Pemasaran.....	53
5.1.1 Segmentasi Pasar.....	56
5.1.2 Seleksi Target Market.....	58
5.1.3 <i>Customer Value Proposition</i>	59
5.1.4 Ukuran Target Market.....	60
5.1.5 Perilaku Konsumen.....	62
5.1.6 Pemosisian.....	64
5.1.7 Diferensiasi Produk.....	66
5.1.8 <i>Product Attribute Map</i>	68
5.1.9 <i>Business Model</i>	70
5.1.10 Strategi Harga.....	73
5.2 Proses Penjualan dan Bauran Promosi.....	76
5.2.1 Proses Penjualan.....	77
5.2.2 Bauran Promosi.....	82
BAB VI.....	86
TIM MANAJEMEN DAN PERUSAHAAN.....	86
6.1 Tim Manajemen.....	86
6.2 Tujuan dan Sasaran Perusahaan.....	89
BAB VII.....	90
PERENCANAAN OPERASIONAL.....	90
7.1 Model dan Prosedur Operasional.....	90
7.1.1 Riset Kepuasan Pelanggan.....	96
7.2 Lokasi Bisnis.....	102

7.3 Fasilitas dan Peralatan.....	104
BAB VIII.....	111
DESAIN PRODUK DAN RENCANA PENGEMBANGAN.....	111
8.1 Status Pengembangan.....	111
8.2 Tantangan dan Resiko.....	112
8.2.1 Solusi Untuk Tantangan dan Resiko.....	113
8.3 Biaya.....	114
8.4 Properti Intelektual.....	116
BAB IX.....	118
IMPLEMENTASI STRATEGI.....	118
9.1 <i>Milestones</i>	118
9.2 Akuisisi Konsumen.....	119
BAB X.....	123
PENDANAAN DAN BIAYA.....	123
10.1 Pendanaan dan Biaya.....	123
10.2 Proyeksi Penjualan.....	128
10.3 Proyeksi Penjualan 3-Tahun.....	131
10.4 Proyeksi Laba Rugi.....	133
10.5 <i>Balance Sheet</i>	137
10.6 Arus Kas 3-Tahun.....	140
10.7 <i>Break Event Point</i>	142
10.8 <i>Payback Period</i>	144
BAB XI	
SIMPULAN DAN SARAN.....	146
11.1 Simpulan.....	146
11.2 Saran.....	147
11.2.1 Saran Untuk Universitas Multimedia Nusantara.....	147
11.2.2 Saran Untuk Mahasiswa.....	148
DAFTAR PUSTAKA.....	149
LAMPIRAN.....	158

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 <i>Investor</i>	31
Tabel 2.2 <i>Return of Investment</i> Lemonivita.....	32
Tabel 3.1 Tabel Pengeluaran Per Kapita Bulanan Makanan dan Minuman di Indonesia.....	39
Tabel 4.1 <i>Competitive Analysis Grid</i>	50
Tabel 5.1 Diferensiasi Produk Lemonivita dengan Kompetitor.....	67
Tabel 7.1 Daftar Peralatan Untuk Operasional Lemonivita.....	108
Tabel 10.1 Pendanaan Lemonivita dari WMK.....	122
Tabel 10.2 Pendanaan Lemonivita dari P2MW.....	122
Tabel 10.3 Penggunaan Dana WMK.....	123
Tabel 10.4 Penggunaan Dana P2MW.....	125
Tabel 10.5 Proyeksi penjualan Lemonivita tahun 2024.....	127
Tabel 10.6 Proyeksi Penjualan selama 3 Tahun.....	130
Tabel 10.7 Proyeksi Laba Rugi Periode 2025.....	131
Tabel 10.8 Proyeksi Laba Rugi Periode 2026.....	133
Tabel 10.9 Proyeksi Laba Rugi Periode 2027.....	134
Tabel 10.10 <i>Balance Sheet</i> Lemonivita Periode 2025.....	136
Tabel 10.11 <i>Balance Sheet</i> Lemonivita Periode 2026.....	137
Tabel 10.12 <i>Balance Sheet</i> Lemonivita Periode 2027.....	138
Tabel 10.13 Proyeksi Arus Kas Lemonivita selama 3 Tahun.....	139
Tabel 10.14 <i>Break Even Point</i> Lemonivita Periode 2025.....	140
Tabel 10.15 <i>Break Even Point</i> Lemonivita Periode 2026.....	141
Tabel 10.16 <i>Break Even Point</i> Lemonivita Periode 2027.....	142
Tabel 10.17 <i>Payback Period</i> Lemonivita selama 3 Tahun.....	143

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Struktur Perusahaan Lemonivita.....	6
Gambar 2.1 10 Penyebab Teratas Kematian di Indonesia.....	17
Gambar 2.2 Dokumentasi Wawancara.....	19
Gambar 2.3 <i>Demo-day</i> WMK.....	24
Gambar 2.4 Foto Produk Lemonivita.....	26
Gambar 2.5 <i>Product Life Cycle</i>	27
Gambar 2.6 NIB Lemonivita.....	34
Gambar 4.1 Data <i>Survey</i> 1.....	47
Gambar 4.2 Data <i>Survey</i> 2.....	48
Gambar 4.3 Data <i>Survey</i> 3.....	49
Gambar 5.1 Media Sosial Lemonivita.....	53
Gambar 5.2 <i>Loyalty Program</i> Lemonivita.....	54
Gambar 5.3 Promosi <i>Endorse</i> Lemonivita.....	55
Gambar 5.4 Gelas Kemasan Lemonivita.....	56
Gambar 5.5 <i>Value Proposition Canvas</i> set Lemonivita.....	59
Gambar 5.6 <i>Market Size</i> Lemonivita.....	61
Gambar 5.7 <i>Product Attribute Map</i> Lemonivita.....	68
Gambar 5.8 <i>Business Model Canvas</i> Lemonivita.....	71
Gambar 5.9 Penetapan Harga Lemonivita Per November 2023.....	74
Gambar 5.10 Penetapan Harga Lemonivita Per Mei 2024.....	76
Gambar 5.11 Penjualan di berbagai <i>Event Bazaar</i>	79
Gambar 5.12 Penjualan Melalui <i>Pre Order</i>	80
Gambar 5.13 Penjualan Keliling.....	81
Gambar 5.14 Penjualan dengan <i>Promo Buy 1 Get 1</i>	83
Gambar 5.15 <i>Endorse</i> Tangsel Foodies.....	84
Gambar 5.16 Media Sosial Lemonivita.....	84
Gambar 6.1 Struktur Organisasi Lemonivita.....	86
Gambar 7.1 <i>Production Strategy</i> Lemonivita.....	89
Gambar 7.2 Dokumentasi Tahap <i>Testing</i> Produk.....	92
Gambar 7.3 Logo Lemonivita.....	94
Gambar 7.4 Data <i>Survey</i> 1.....	96
Gambar 7.5 Data <i>Survey</i> 2.....	97
Gambar 7.6 Data <i>Survey</i> 3.....	98
Gambar 7.7 Data <i>Survey</i> 4.....	99

Gambar 7.8 Data <i>Survey</i> 5.....	100
Gambar 7.9 Penjualan di Area Kampus.....	101
Gambar 7.10 Penjualan di Area Sekolah.....	102
Gambar 7.11 Penjualan di Area GOR.....	103
Gambar 8.1 Harga Pokok Penjualan Lemonivita.....	113
Gambar 8.2 HKI Lemonivita.....	115
Gambar 9.1 <i>Milestones</i> Lemonivita Selama 3 Tahun.....	117
Gambar 9.2 <i>Boosting Views</i> Konten TikTok.....	118
Gambar 9.3 <i>Live Streaming</i> di <i>Platform</i> TikTok Lemonivita.....	118
Gambar 9.4 Konten <i>Marketing</i> Melalui <i>Instagram Story</i>	119
Gambar 9.5 Media Sosial Lemonivita.....	120



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Lampiran A Hasil Persentase Turnitin.....	156
Lampiran B Formulir Bimbingan.....	168
Lampiran C Bagian Keuangan.....	169



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA