

**Perumusan Rencana Bisnis MIKOTEE sebagai Brand Minuman  
Ramah Lambung: Strategi Kepemimpinan CEO pada Bisnis  
Tahap Awal**



**Pengembangan Bisnis**

**Dania Oey**

**00000070012**

**PROGRAM STUDI Bisnis**

**Manajemen**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2025**

**Perumusan Rencana Bisnis MIKOTEE sebagai Brand Minuman  
Ramah Lambung: Strategi Kepemimpinan CEO pada Bisnis  
Tahap Awal**



**Tugas Akhir**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen

**Dania Oey**

**00000070012**

**PROGRAM STUDI Bisnis**

**Manajemen**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2025**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

### HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Dania Oey

Nomor Induk Mahasiswa : 00000070012

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

Perumusan Rencana Bisnis MIKOTEE sebagai Brand Minuman  
Ramah Lambung: Strategi Kepemimpinan CEO pada bisnis  
Tahap Awal

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, 4 Desember 2025



(Dania Oey)

## **HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Dania Oey

NIM : 00000070012

Program Studi : Manajemen

Judul Laporan : Perumusan Rencana Bisnis MIKOTEE sebagai  
Brand Minuman Ramah Lambung: Strategi Kepemimpinan CEO pada bisnis Tahap  
Awal

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan  
Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas Akhir (pilih salah satu) sebagai berikut (beri  
tanda centang yang sesuai):

Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan  
ide-ide utama saja

☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks  
pertama saja

☒ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk  
pengumpulan tugas

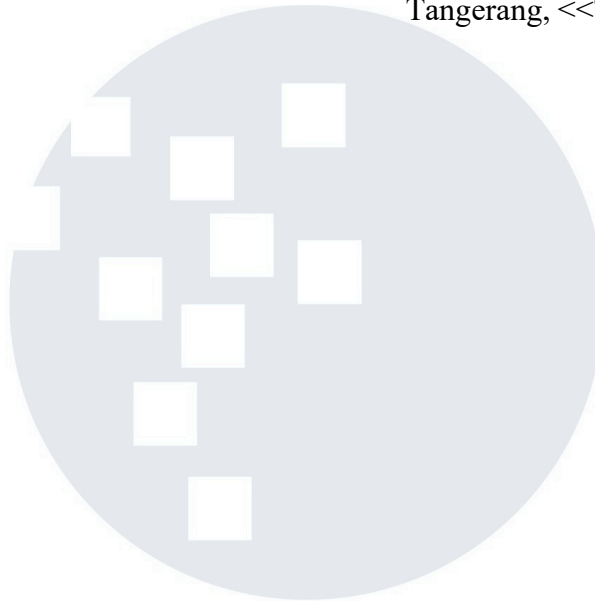
☐ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun  
dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang  
diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan  
Artifisial (AI)

- (2) Mengakui telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, <<Tanggal Sidang>>



A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Dania Oey', written in a cursive style.

(Dania Oey)

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul

Perumusan Rencana Bisnis MIKOTEE sebagai Brand Minuman  
Ramah Lambung: Strategi Kepemimpinan CEO pada bisnis Tahap  
Awal

Oleh

Nama : Dania Oey  
NIM : 00000070012  
Program Studi : Bisnis  
Fakultas : Manajemen

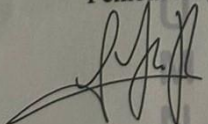
Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Tugas Akhir Skripsi Program Studi Manajemen

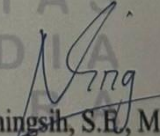
Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 25 November 2025

Pembimbing

  
Putu Yani Pratiwi, S.T., M.M.  
NIDN: 0314018302

Ketua Program Studi Manajemen

  
Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.  
NIDN: 0323047801

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**Perumusan Rencana Bisnis MIKOTEE Sebagai Brand Minuman Ramah**

**Lambung: Strategi Kepemimpinan CEO pada Bisnis Tahap Awal**

Oleh

Nama : Dania Oey

NIM : 00000070012

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 17 Desember 2025

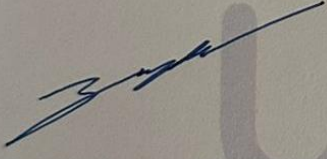
Pukul 14.00 s.d 15.30 dan dinyatakan

LULUS

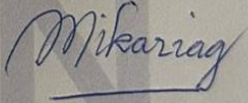
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

  
**Hendro Budiyanto, S.Pd, M.M, CHRA.**

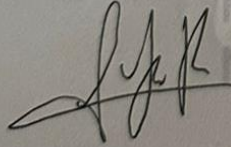
**NIDN: 0315107502**

  
**Dr. Mikaria Gultom, S.Pd., M.M.**

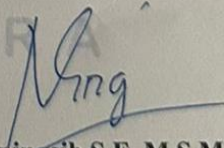
**NIDN: 0405077509**

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen

  
**Putu Yani Pratiwi, S.T., M.M.**

**NIDN: 0314018302**

  
**Purnamapingsih S.E, M.S.M, C.B.O.**

**NIDN: 0323047801**

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dania Oey  
NIM : 00000070012  
Program Studi : Manajemen  
Jenjang : ~~D3~~/S1/S2  
Judul Karya Ilmiah : Perumusan Rencana Bisnis MIKOTEE sebagai  
Brand Minuman Ramah Lambung: Strategi  
Kepemimpinan CEO pada bisnis Tahap Awal

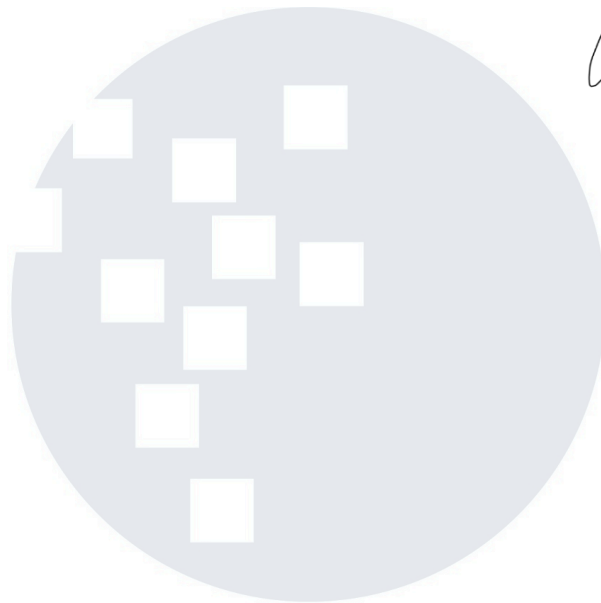
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

- ☒ 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, 4 Desember 2025



(Dania Oey )



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## KATA PENGANTAR

(Kata Pengantar dapat dikembangkan dan harus meliputi ucapan rasa syukur, tujuan pembuatan tugas akhir, ucapan terima kasih, dan harapan pada hasil Tugas Akhir ini.)

Mengucapkan terima kasih

1. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. Ph.D., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Prio Utomo, S.T, MPC., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih. S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Putu Yani Pratiwi, S.T., M.M., selaku Dosen Pembimbing, terima kasih yang sebesar-besarnya atas waktu, kesabaran, serta bimbingan berharga yang telah diberikan hingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Teruntuk diri sendiri Dania Oey Terima kasih telah memilih untuk tetap kuat dan tidak menyerah di tengah segala tantangan. Terima kasih karena telah berani mengambil tanggung jawab besar sebagai pemimpin dan bekerja keras melampaui batas kemampuan. Skripsi ini adalah bukti nyata dari keteguhan hati dan keyakinan bahwa setiap usaha yang tulus tidak akan pernah mengkhianati hasil.
6. Kepada kedua orang tua saya Papa dan Mama tercinta, serta saudara-saudara saya. Terima kasih yang tak terhingga atas segala doa yang tidak pernah putus, kasih sayang, kesabaran, serta dukungan moral dan material yang luar biasa. Kalian adalah investor terbesar dalam hidup saya, yang selalu percaya pada potensi saya bahkan ketika saya meragukan diri sendiri. Keberhasilan menyelesaikan pendidikan ini saya persembahkan sebagai bentuk bakti kecil saya kepada kalian.
7. Kepada teman-teman seperjuangan di Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara angkatan 2022 yakni Patrick Thengono (00000075165),

Kelvin Harianto (00000072811), Gracia aurelia Cung (Binus Universty), Kelvin Man (Binus Universty), Christie Holy Gracia W (00000089426), Muchaca De Sartika (00000069572) dan Amelia Evelyn Kumalasari (00000069384), khususnya sahabat-sahabat terdekat. Terima kasih telah menjadi tempat berkeluh kesah, berbagi tawa, dan saling menguatkan di saat-saat lelah mengerjakan revisi. Kehadiran kalian membuat masa-masa kuliah menjadi lebih berwarna dan bermakna.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga karya tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi pembaca serta menjadi referensi yang berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 4 Desember 2025

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



(Dania Oey)

# **Perumusan Rencana Bisnis MIKOTEE sebagai Brand Minuman**

## **Ramah Lambung: Strategi Kepemimpinan CEO pada Bisnis**

### **Tahap Awal**

(Dania Oey)

### **ABSTRAK**

Pengembangan bisnis ini bertujuan merumuskan rencana bisnis MIKOTEE dengan visi menjadi pelopor kopi ramah lambung dan misi menyediakan alternatif kopi sehat berbasis manual brew yang terjangkau. Metode validasi dilakukan dalam dua tahap. Tahap pertama (Validasi Masalah & Solusi) melibatkan 185 responden Gen Z di wilayah Gading Serpong dengan keluhan lambung, di mana 62,3% menunjukkan minat beli positif. Tahap kedua (Validasi Pengembangan Produk) dilakukan terhadap 69 responden untuk menentukan strategi pengembangan produk lanjutan.

Hasil tahap kedua menunjukkan bahwa 76% pasar menginginkan varian berbasis susu (*milk-based*), yang menjadi dasar keputusan strategis peluncuran varian Golden Purr dan Choco Purr. Selain aspek produk, strategi kepemimpinan CEO dirancang secara bertahap, bermula dari Resilient Leadership pada fase operasional hingga bertransisi menuju Transformational Leadership pada fase manajerial.

Kata Kunci: Coffee Shop Startup, Kopi Ramah Lambung, Kepemimpinan CEO, Validasi Bisnis, Perencanaan Keuangan.

## ***Formulation of MIKOTEE Business Plan as a Stomach Friendly***

### ***Beverage Brand: CEO Leadership Strategy in the Early Stage***

(Dania Oey)

#### **ABSTRACT**

*This business development aims to formulate a business plan for MIKOTEE, with a vision to become a pioneer in stomach-friendly coffee and a mission to provide healthy, affordable manual brew alternatives. The validation method was conducted in two stages. The first stage (Problem & Solution Validation) involved 185 Gen Z respondents in the Gading Serpong area experiencing gastric issues, where 62.3% demonstrated positive purchase interest. The second stage (Product Development Validation) was conducted with 69 respondents to determine the subsequent product development strategy.*

*The results indicated that 76% of the market preferred milk-based variants, serving as the basis for the strategic decision to launch the Golden Purr and Choco Purr product lines. Furthermore, the CEO leadership strategy is designed in phases, starting with Resilient Leadership during the operational phase and transitioning into Transformational Leadership during the managerial phase.*

*Keywords: Coffee Shop Startup, Stomach-Friendly Coffee, CEO Leadership, Business Validation, Financial Planning.*

## DAFTAR ISI

|                                                            |             |
|------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>              | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN.....</b>                  | <b>iii</b>  |
| <b>BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI) .....</b>            | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>                           | <b>v</b>    |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                            | <b>vi</b>   |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....</b>    | <b>vii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                                | <b>ix</b>   |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                        | <b>xi</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                      | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                     | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                                   | <b>xvi</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                               | <b>xx</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                             | <b>21</b>   |
| 1.1 Latar Belakang .....                                   | 21          |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                  | 22          |
| 1.3 Manfaat Penulisan .....                                | 23          |
| 1.4 Sistematika Penulisan .....                            | 24          |
| <b>BAB II BADAN USAHA .....</b>                            | <b>25</b>   |
| 2.1 Bentuk Badan Usaha.....                                | 25          |
| 2.2 Struktur Organisasi .....                              | 26          |
| 2.3 Dokumen Legal .....                                    | 29          |
| <b>BAB III LANDASAN TEORI .....</b>                        | <b>32</b>   |
| 3.1 Teori Kewirausahaan .....                              | 32          |
| 3.1.1 Pengertian Kewirausahaan .....                       | 32          |
| 3.1.2 Karakteristik Wirausahawan.....                      | 32          |
| 3.1.3 Kewirausahaan Sosial dan Inovatif .....              | 33          |
| 3.2 Teori Motivasi Kewirausahaan .....                     | 34          |
| 3.2.1 Pengertian Motivasi Kewirausahaan .....              | 34          |
| 3.2.2 Jenis-jenis Motivasi Kewirausahaan.....              | 34          |
| 3.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Berwirausaha ..... | 35          |
| 3.3 Teori Startup dan Bisnis Digital.....                  | 35          |

|                                                                 |           |
|-----------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.3.1 Pengertian dan Karakteristik Startup .....                | 36        |
| 3.3.2 Digitalisasi dan Inovasi Startup .....                    | 36        |
| 3.3.3 Faktor keberhasilan Startup dalam Ekosistem Digital ..... | 36        |
| <b>3.4 Teori Khusus: Kepemimpinan Startup .....</b>             | <b>37</b> |
| 3.4.1 Hakikat Kepemimpinan Startup .....                        | 37        |
| 3.4.2 Gaya Kepemimpinan Startup .....                           | 38        |
| 3.4.3 Resiko Mitigasi Gaya Kepemimpinan .....                   | 38        |
| <b>BAB IV GAMBARAN BISNIS .....</b>                             | <b>40</b> |
| <b>4.1 Deskripsi Bisnis.....</b>                                | <b>40</b> |
| <b>4.2 Analisis Pasar.....</b>                                  | <b>41</b> |
| 4.2.1 TAM .....                                                 | 41        |
| 4.2.2 SAM.....                                                  | 41        |
| 4.2.3 SOM.....                                                  | 42        |
| <b>4.3 Kondisi Usaha Sebelum Periode Tugas Akhir .....</b>      | <b>43</b> |
| 4.3.1 Profile Demografi Responden .....                         | 44        |
| 4.3.2 Operasional Usaha .....                                   | 45        |
| 4.3.3 Penjualan awal.....                                       | 46        |
| 4.3.4 Kendala Bisnis .....                                      | 47        |
| <b>4.4 Business Model Canvas (BMC).....</b>                     | <b>48</b> |
| <b>4.5 Validation Problem MIKOTEE .....</b>                     | <b>52</b> |
| 4.5.1 Profile Demografi Responden .....                         | 53        |
| 4.5.2 Prilaku Konsumsi Kopi .....                               | 55        |
| 4.5.3 Preferensi Produk dan Psikografis.....                    | 58        |
| 4.5.4 Pengalaman Pasca Komunikasi dan Keluhan Lambung.....      | 62        |
| 4.5.5 Faktor Keputusan Pembelian dan Sensivitas Harga .....     | 66        |
| <b>4.6 Analisis Kompetitor.....</b>                             | <b>68</b> |
| 4.6.1 Target Pasar Kompetitor.....                              | 68        |
| 4.6.2 Price.....                                                | 71        |
| 4.6.3 Variasi Minuman .....                                     | 72        |
| 4.6.3 Packaging .....                                           | 73        |
| 4.6.4 Peta Competitive Map .....                                | 75        |
| <b>4.7 Kegiatan Bisnis Selama Periode Tugas Akhir.....</b>      | <b>75</b> |

|                                                           |            |
|-----------------------------------------------------------|------------|
| 4.7.1 Kegiatan Operasional .....                          | 76         |
| 4.7.2 Kegiatan Marketing .....                            | 82         |
| 4.7.3 Kegiatan Sumber Daya Manusia .....                  | 87         |
| 4.7.4 Kegiatan Keuangan .....                             | 90         |
| <b>BAB V.....</b>                                         | <b>99</b>  |
| <b>5.1 Validasi Pasar untuk Pengembangan MIKOTEE.....</b> | <b>99</b>  |
| 5.1.1 Validasi Penerimaan Pasar .....                     | 99         |
| 5.1.2 Validasi Konsep Produk .....                        | 100        |
| 5.1.3 Validasi Desain dan Kemasan .....                   | 102        |
| 5.1.4 Validasi Harga .....                                | 104        |
| 5.1.5 Purchase Intent dan Word of Mouth.....              | 104        |
| 5.1.6 Potensi Pasar.....                                  | 106        |
| <b>5.2 Pengembangan Usaha MIKOTEE.....</b>                | <b>106</b> |
| 5.2.1 Pengembangan Operasional .....                      | 107        |
| 5.2.2 Pengembangan Marketing .....                        | 108        |
| 5.2.3 Pengembangan Keuangan .....                         | 111        |
| 5.2.3.1 Proyeksi Penjualan 3 Tahun Ke Depan .....         | 111        |
| 5.2.3.2 Estimasi Kebutuhan Biaya .....                    | 113        |
| 5.2.3.3 Proyeksi Laba Rugi .....                          | 116        |
| 5.2.3.4 Proyeksi Balance sheets .....                     | 117        |
| 5.2.3.5 Proyeksi Break Even Point .....                   | 118        |
| 5.2.3.6 Analisis Estimasi Rasio Keuangan MIKOTEE .....    | 120        |
| 5.2.3.7 Strategi Pencapaian Target Penjualan .....        | 121        |
| 5.2.3.8 Pengembangan Sumber Daya Manusia.....             | 126        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                               | <b>129</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                     | <b>131</b> |

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

|                                                                                              |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 2. 1 Kinerja Utama (KPI) CEO MIKOTEE .....                                             | 28  |
| Tabel 3. 2 Potensi Risiko dan Mitigasi Gaya Kepemimpinan .....                               | 39  |
| Tabel 4. 1 Rincian Penggunaan Modal Awal .....                                               | 44  |
| Tabel 4. 2 Rekapitulasi Kinerja Penjualan Awal .....                                         | 46  |
| Tabel 4. 3 Business Model Canvas (BMC) MIKOTEE .....                                         | 49  |
| Tabel 4. 4 Klasifikasi Preferensi Varian Kopi Responden (Data: Kopi Susu, Latte, dll) .....  | 58  |
| Tabel 4. 5 Klasifikasi Preferensi Varian Non-Kopi Responden (Data: Matcha, Coklat, Teh)..... | 60  |
| Tabel 4. 6 Perbandingan Segmentasi Pasar Kompetitor.....                                     | 69  |
| Tabel 4. 7 Perbandingan Harga Produk.....                                                    | 71  |
| Tabel 4. 9 Analisis Komparasi Produk Berdasarkan Komposisi dan Teknik .....                  | 72  |
| Tabel 4. 10 Analisis Komparasi Strategi Kemasan (Packaging) .....                            | 73  |
| Tabel 4. 11 Realisas Struktur Organisasi.....                                                | 88  |
| Tabel 4. 12 Pencatatan Transaksi Harian .....                                                | 90  |
| Tabel 4. 13 Laporan Keuangan Bulan Juli 2025 .....                                           | 91  |
| Tabel 4. 14 Laporan Keuangan Bulan Agustus 2025 .....                                        | 92  |
| Tabel 4. 15 Laporan Keuangan Bulan September 2025 .....                                      | 92  |
| Tabel 4. 16 Laporan Keuangan Bulan Oktober 2025 .....                                        | 93  |
| Tabel 4. 17 Laporan Keuangan Bulan November 2025 .....                                       | 93  |
| Tabel 4. 18 Rekapitulasi Laba Rugi Komprehensif (Juli – November 2025).....                  | 94  |
| Tabel 4. 19 Perhitungan Titik Impas (Break Even Point).....                                  | 95  |
| Tabel 4. 20 Breakdown HPP dan Margin Produk .....                                            | 95  |
| Tabel 4. 21 Analisis Efisiensi Produk.....                                                   | 96  |
| Tabel 4. 22 Analisis Payback Period .....                                                    | 96  |
| Tabel 4. 23 Analisis Payback Period .....                                                    | 97  |
| Tabel 5. 1 Peta Jalan Pengembangan Operasional (2026–2028).....                              | 107 |
| Tabel 5. 2 Fokus Pengembangan Pemasaran.....                                                 | 108 |
| Tabel 5. 3 Struktur Biaya dan Profitabilitas Produk Edisi Reseller.....                      | 110 |
| Tabel 5. 4 Proyeksi Penjualan dan Strategi Tahun 2026.....                                   | 111 |
| Tabel 5. 5 Proyeksi Penjualan dan Strategi Tahun 2027 .....                                  | 112 |
| Tabel 5. 6 Proyeksi Penjualan dan Strategi Tahun 2028.....                                   | 113 |
| Tabel 5. 7 Kebutuhan Biaya Tahun 2026 .....                                                  | 113 |
| Tabel 5. 8 Estimasi Kebutuhan Biaya Tahun 2025 .....                                         | 114 |
| Tabel 5. 9 Estimasi Kebutuhan Biaya Tahun 2028 .....                                         | 115 |
| Tabel 5. 10 Proyeksi Laba Rugi 2026–2028 .....                                               | 116 |
| Tabel 5. 11 Proyeksi Balance Sheets.....                                                     | 117 |

|                                                              |     |
|--------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 5. 12 Proyeksi Break Even Point (BEP) 2026–2028 .....  | 118 |
| Tabel 5. 13 Proyeksi Analisis Rasio Keuangan 2026–2028 ..... | 120 |
| Tabel 5. 14 Strategi Pencapaian Target 2026 .....            | 121 |
| Tabel 5. 15 Strategi Pencapaian Target 2027 .....            | 123 |
| Tabel 5. 16 Strategi Pencapaian Target 2028 .....            | 125 |
| Tabel 5. 17 Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia.....   | 127 |



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2. 1 Struktur Organisasi MIKOTEE .....                               | 26 |
| Gambar 2. 2 Bukti Pendaftaran NIB di OSS .....                              | 29 |
| Gambar 2. 3 Dokumen Nomor Induk Berusaha (NIB) MIKOTEE .....                | 30 |
| Gambar 2. 4 Lampiran Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) ..... | 31 |
|                                                                             |    |
| Gambar 4. 1 Business Model Canvas (BMC).....                                | 49 |
| Gambar 4. 2 Profil Demografi Usia Responden (Validasi Awal).....            | 53 |
| Gambar 4. 3 Profil Kesibukan Responden .....                                | 54 |
| Gambar 4. 4 Alasan Utama Mengonsumsi Kopi .....                             | 55 |
| Gambar 4. 5 Preferensi Varian rasa Kopi .....                               | 56 |
| Gambar 4. 6 Preferensi Non Kopi .....                                       | 59 |
| Gambar 4. 7 Pengalaman Keluhan Lambung .....                                | 62 |
| Gambar 4. 8 Jenis Keluhan Lambung yang Dialam .....                         | 63 |
| Gambar 4. 9 Perferensi Rasa Biji Kopi.....                                  | 64 |
| Gambar 4. 10 Cara Mengatasi Keluhan Lambung .....                           | 65 |
| Gambar 4. 11 Faktor Keputusan Pembelian Kopi .....                          | 66 |
| Gambar 4. 12 Persepsi Harga Wajar Kopi Ramah Lambung .....                  | 68 |
| Gambar 4. 13 Peta Competitive Map.....                                      | 75 |
| Gambar 4. 14 Chat dengan Supplier (Kieta Roastery) .....                    | 76 |
| Gambar 4. 15 Referensi Kemasan Botol .....                                  | 77 |
| Gambar 4. 16 Proses R&D Takaran .....                                       | 77 |
| Gambar 4. 17 Stok Bahan Baku .....                                          | 78 |
| Gambar 4. 18 Hasil Seduh Manual untuk tester .....                          | 78 |
| Gambar 4. 19 Kemasan Awal (Cup) .....                                       | 79 |
| Gambar 4. 20 Menanyakan kemasan cans untuk kemasan kedua .....              | 79 |
| Gambar 4. 21 Kemasan Kedua (cans) .....                                     | 80 |
| Gambar 4. 22 Produksi Real-Time .....                                       | 80 |
| Gambar 4. 23 <i>Jadwal di pengantaran dan pengambilan order</i> .....       | 81 |
| Gambar 4. 24 Logo MIKOTEE.....                                              | 82 |
| Gambar 4. 25 Melakukan dokumentasi pemesanan .....                          | 83 |
| Gambar 4. 26 menggambar design sticker packaging terbaru.....               | 83 |
| Gambar 4. 27 Menu digital pertama MIKOTEE .....                             | 84 |
| Gambar 4. 28 Foto Produk 3 Varian.....                                      | 85 |
| Gambar 4. 29 Profil Instagram .....                                         | 85 |
| Gambar 4. 30 Testimoni Pelanggan .....                                      | 86 |
| Gambar 4. 31 Membuat poster marketing .....                                 | 87 |

|                                                                       |     |
|-----------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 5. 1 Profil Usia Responden (Survei Validasi Pengembangan)..... | 99  |
| Gambar 5. 2 Profil Status Responden.....                              | 100 |
| Gambar 5. 3 Tingkat Ketertarikan Konsep Ramah Lambung .....           | 100 |
| Gambar 5. 4 Varian Produk Paling Menarik .....                        | 101 |
| Gambar 5. 5 Faktor Paling Menarik dari MIKOTEE .....                  | 102 |
| Gambar 5. 6 Tingkat Ketertarikan Kemasan Kaleng.....                  | 102 |
| Gambar 5. 7 Kebiasaan Penggunaan Wadah Minum .....                    | 103 |
| Gambar 5. 8 Validasi Kewajaran Harga .....                            | 104 |
| Gambar 5. 9 Minat Mencoba Produk (Purchase Intent) .....              | 104 |
| Gambar 5. 10 Kemungkinan Merekomendasikan Produk.....                 | 105 |
| Gambar 5. 11 Persepsi Potensi Pasar MIKOTEE.....                      | 106 |
| Gambar 5. 12 Pengembangan RnD Finale .....                            | 107 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                     |     |
|---------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran A Hasil Persentase Similarity.....                         | 102 |
| Lampiran B AI Turnitin.....                                         | 102 |
| Lampiran C Formulir Bimbingan .....                                 | 106 |
| Lampiran D Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial..... | 108 |



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA