

BUSINESS PLAN

STICKY MILK



STICKY MILK

Jl.Pariwisata,Pantai Panjang,Depan MW Caffe & Resto

Disusun oleh Kelompok 10 :

- 1. AZIZAH FAJAR FITRIANA (2223270041)**
- 2. AHDA SABELLA PUTRI (2223270022)**
- 3. BELLA EFELYAH (2223270049)**
- 4. ILHAM FAUZAN (2223270033)**
- 5. JAKA RIZKIWAN HARIANDA(2223270034)**
- 6. RAHMAD ELLEN HERDIANSYAH(2223270059)**
- 7. REZA OKTAVIA (2223270058)**
- 8. NURFADILLAH (2223270036)**
- 9. SITI RAHMA DONNA (2223270040)**
- 10.ULFA DWI JAYANTI (2223270032)**
- 11.YULISKA SAFITRI (2223270048)**

EXECUTIVE SUMMARY

Sticky Milk merupakan usaha minuman modern yang mengangkat keunikan dari olahan susu sebagai bahan utama dengan pendekatan inovatif, kekinian, dan bernilai jual tinggi. Produk utama kami adalah “sticky milk” – susu dengan tekstur yang lebih kental, legit, dan manis, disajikan dalam berbagai rasa dan topping menarik yang tidak hanya enak tetapi juga memiliki nilai estetika visual yang tinggi, menjadikannya cocok sebagai sajian gaya hidup urban masa kini.

Minuman berbasis susu bukanlah hal baru dalam dunia kuliner, namun hadirnya tren minuman kekinian yang viral di media sosial membuat peluang bisnis minuman dengan tampilan menarik dan cita rasa unik semakin terbuka lebar. Kami melihat bahwa konsumen tidak hanya membeli rasa, tetapi juga pengalaman dan estetika. Hal inilah yang menjadi inspirasi bagi Ooano Sticky Milk untuk menciptakan sesuatu yang lebih dari sekadar minuman biasa.

Sticky milk lahir dari keinginan untuk menghadirkan produk lokal yang mampu bersaing dengan merek-merek besar, dengan pendekatan yang lebih dekat dengan selera pasar lokal namun tetap memiliki standar kualitas tinggi. Dengan memilih lokasi strategis di kawasan wisata Pantai Panjang, kami ingin menjangkau segmen pasar yang luas: wisatawan, pelajar, mahasiswa, keluarga, hingga pekerja kantoran.

Sticky Milk mengusung konsep “fun, fresh, and flavorful.”

Produk kami adalah kombinasi dari:

- ❖ Susu berkualitas tinggi (fresh milk, full cream, dan variasi plant-based milk di masa depan)
- ❖ Varian rasa populer seperti cokelat Belgia, matcha Jepang, taro ungu, red velvet, vanilla bean, dan karamel
- ❖ Topping unik dan homemade seperti boba madu, puding kelapa, choco crunch, jelly pandan, dan sticky pearls
- ❖ Kemasan modern dan estetik yang cocok untuk dibawa dan difoto (instagramable)

Kami tidak hanya menjual minuman, tetapi juga gaya hidup. Produk kami menjadi bagian dari momen bersantai, hangout, hingga pelengkap dalam aktivitas wisata kuliner masyarakat.

Pasar utama kami mencakup:

- ❖ Pengunjung kawasan wisata Pantai Panjang
- ❖ Pelajar dan mahasiswa di sekitar kota

- ❖ Keluarga yang ingin pilihan minuman yang aman dan sehat untuk anak-anak
- ❖ Komunitas digital yang aktif di media sosial

Tren gaya hidup sehat juga menjadi landasan kami dalam memilih bahan baku. Susu yang digunakan tidak mengandung pengawet, dan topping sebagian besar adalah hasil racikan sendiri untuk menjaga kualitas dan originalitas rasa.

Sticky Milk akan menggunakan pendekatan pemasaran gabungan antara offline dan online:

1. Offline

- ❖ Spanduk, brosur, dan banner di sekitar lokasi usaha
- ❖ Promo buka usaha (buy 1 get 1, diskon pelajar, happy hour)
- ❖ Kerja sama dengan kafe/restoran terdekat (cross promotion)

2. Online

- ❖ Aktif di media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business
- ❖ Kolaborasi dengan influencer lokal dan food blogger
- ❖ Hadiah giveaway dan challenge konten (foto/video dengan produk)
- ❖ Selain itu, kami juga akan menciptakan program loyalitas pelanggan berupa kartu stempel atau poin digital untuk meningkatkan repeat order.

Ooano Sticky Milk membutuhkan estimasi modal awal sebesar Rp15.000.000 – Rp25.000.000 yang dialokasikan untuk:

Pembelian alat produksi (blender, mesin sealer, kulkas, etalase)

Modal bahan baku awal

Renovasi dan dekorasi gerai

Desain dan cetak kemasan

Biaya operasional bulan pertama (gaji, listrik, air)

Dengan asumsi penjualan rata-rata 50–100 cup per hari dan margin keuntungan bersih sekitar 30–40%, kami menargetkan titik impas (break-even point) tercapai dalam waktu 5–8 bulan. Setelah itu, keuntungan akan digunakan untuk menambah varian produk, menambah pegawai, serta membuka cabang atau booth baru.

Visi:

Menjadi pelopor minuman susu kekinian di kawasan wisata yang mengutamakan rasa, kualitas, dan kreativitas lokal.

Misi:

- ❖ Menyajikan produk minuman berbahan dasar susu yang unik, sehat, dan lezat.
- ❖ Menciptakan pengalaman minum yang menyenangkan dan berkesan bagi pelanggan.
- ❖ Memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ekonomi lokal.
- ❖ Menjadi brand lokal yang dicintai dan dikenal luas melalui inovasi dan pelayanan terbaik.

Sticky Milk bukan hanya usaha kuliner biasa. Ini adalah usaha yang dibangun dengan cinta terhadap rasa, perhatian terhadap kualitas, dan semangat anak muda untuk berinovasi. Dengan konsep yang kuat, strategi yang matang, serta lokasi yang potensial, kami percaya usaha ini akan berkembang pesat dan memiliki masa depan cerah.

Proposal ini disusun sebagai gambaran menyeluruh atas rencana pengembangan usaha dan sebagai bahan pertimbangan bagi investor atau mitra yang ingin berkontribusi dalam pertumbuhan Ooano Sticky Milk. Dengan dukungan, komitmen, dan kerja keras, kami yakin Ooano akan menjadi nama yang dikenal dan dibanggakan, bukan hanya secara lokal, tetapi juga secara nasional.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 PENDAHULUAN

Perkembangan gaya hidup masyarakat saat ini semakin dinamis dan dipengaruhi oleh berbagai tren, salah satunya adalah tren minuman kekinian yang semakin digemari oleh berbagai kalangan. Minuman seperti milk tea, kopi susu, hingga olahan susu modern dengan berbagai topping telah menjadi bagian dari kebiasaan konsumsi harian, khususnya bagi anak muda. Minuman tidak lagi sekadar untuk melepas dahaga, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup, sarana bersosialisasi, serta media ekspresi diri melalui unggahan di media sosial. Ooano Sticky Milk hadir sebagai respons atas peluang besar tersebut. Kami melihat bahwa olahan susu memiliki potensi tinggi untuk dikembangkan menjadi produk yang tidak hanya sehat, tetapi juga nikmat dan bernilai jual tinggi. Dipadukan dengan berbagai inovasi rasa dan topping yang disukai generasi muda, produk ini mampu menjadi pilihan utama di tengah persaingan pasar minuman yang semakin padat.

Nama “Ooano Sticky Milk” dipilih sebagai merek usaha karena memiliki karakter unik dan mudah diingat. Kata “Ooano” terinspirasi dari ekspresi kelezatan yang spontan dan menggoda, sementara “Sticky Milk” menegaskan keunikan produk yang berbasis susu kental, dengan tekstur lebih padat dan rasa yang lebih kaya. Karakter produk yang legit, creamy, dan menggoda inilah yang menjadi ciri khas utama Ooano Sticky Milk.

Bahan baku utama produk ini adalah susu sapi berkualitas tinggi yang dipadukan dengan gula pilihan, bubuk rasa alami, serta topping buatan sendiri yang terjamin kebersihan dan keamanannya. Penggunaan bahan lokal menjadi fokus utama kami demi menjaga kualitas, efisiensi biaya, dan mendukung produk-produk dalam negeri. Ooano Sticky Milk berlokasi di Jalan Pariwisata Pantai Panjang, tepat di depan MW Caffe & Resto. Kawasan ini merupakan salah satu pusat aktivitas wisata dan kuliner di kota, yang setiap harinya ramai dikunjungi wisatawan lokal maupun luar daerah. Pemilihan lokasi ini bukan tanpa alasan. Kami ingin memanfaatkan arus kunjungan yang tinggi di daerah tersebut untuk memperkenalkan produk kami kepada lebih banyak orang secara cepat dan efektif.

Untuk menjalankan usaha ini secara optimal, dibentuklah struktur organisasi sederhana namun fungsional. Usaha ini dikelola oleh beberapa orang yang memiliki tugas dan tanggung jawab berbeda sesuai dengan kemampuan dan keahliannya. Terdapat penanggung jawab utama yang mengatur seluruh jalannya operasional usaha, mulai dari pembelian bahan baku, manajemen stok, hingga pengambilan keputusan strategis. Kemudian ada bagian produksi yang fokus pada

pembuatan produk, menjaga kualitas rasa, kebersihan peralatan, serta kecepatan penyajian. Selanjutnya, bagian pemasaran bertugas mempromosikan produk melalui media sosial dan platform digital. Bagian keuangan bertanggung jawab dalam mencatat setiap pemasukan dan pengeluaran, serta membuat laporan harian dan bulanan untuk mengevaluasi performa usaha. Sementara itu, bagian pelayanan dan kasir bertugas melayani pelanggan secara langsung dengan ramah dan cepat.

Pembagian peran ini bertujuan agar operasional usaha berjalan secara efisien dan terstruktur, sehingga setiap aspek bisa dikontrol dengan baik dan usaha dapat tumbuh secara sehat dan berkelanjutan.

1.2 VISI DAN MISI USAHA

A. Visi Usaha:

Menjadi merek minuman kekinian berbasis susu yang terdepan di kawasan wisata Indonesia pada tahun 2030, dengan mengedepankan inovasi rasa, kualitas pelayanan, dan kontribusi nyata terhadap ekonomi lokal.

Visi ini menunjukkan arah jangka panjang dari usaha Ooano Sticky Milk, yaitu tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan jangka pendek, tetapi ingin tumbuh menjadi merek yang dikenal secara luas dan dipercaya oleh masyarakat luas sebagai penyedia minuman berkualitas tinggi yang unik dan menggoda.

B. Misi Usaha:

1. Memberikan produk minuman susu berkualitas tinggi dengan rasa lezat, tampilan menarik, dan harga yang terjangkau bagi konsumen dari berbagai kalangan.
2. Menyediakan variasi rasa dan topping yang inovatif dan sesuai dengan selera pasar, serta terus melakukan pengembangan produk secara berkala.
3. Membangun citra merek yang kuat, positif, dan ramah di mata masyarakat melalui pelayanan yang sopan, cepat, dan ramah.
4. Memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan dan menjual produk, termasuk melalui media sosial, aplikasi pemesanan makanan, dan sistem kasir modern.
5. Memberikan pengalaman minum yang menyenangkan dan berkesan kepada konsumen, baik secara langsung di lokasi usaha maupun melalui pemesanan online.
6. Menjaga pertumbuhan usaha dengan manajemen keuangan yang cermat, pencatatan transaksi yang transparan, dan penggunaan bahan baku yang efisien.

7. Menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis dalam setiap kegiatan usaha, seperti kejujuran dalam pelayanan, keterbukaan kepada pelanggan, serta tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitar.
8. Membuka peluang kerja bagi masyarakat lokal dan memberikan pelatihan keterampilan dasar dalam bidang kuliner dan pelayanan pelanggan.
9. Menciptakan produk lokal yang mampu bersaing dengan merek nasional maupun internasional, dengan tetap mempertahankan ciri khas dan nilai budaya lokal.
10. Mengembangkan strategi yang membuat Ooano Sticky Milk memiliki keunggulan kompetitif yang sulit ditiru, seperti keunikan rasa, kesan visual produk, dan pengalaman pelanggan yang menyenangkan.

1.3 TUJUAN YANG INGIN DICAPAI

Usaha Ooano Sticky Milk dibangun tidak hanya sebagai sarana mencari keuntungan semata, tetapi juga memiliki tujuan-tujuan yang lebih luas dan berdampak bagi banyak pihak. Berikut ini adalah tujuan utama dari pendirian usaha ini:

1. Menyediakan pilihan minuman yang sehat, enak, dan menyegarkan bagi masyarakat umum, terutama bagi kalangan anak muda dan wisatawan yang mencari pengalaman kuliner baru.
2. Menciptakan sebuah merek minuman lokal yang inovatif dan memiliki daya saing tinggi di pasar kuliner nasional.
3. Memberikan pengalaman belajar dan praktik langsung dalam dunia kewirausahaan kepada para pengelola dan anggota tim usaha.
4. Membuka peluang usaha baru di bidang kuliner, dengan kemungkinan ekspansi ke cabang-cabang lain di masa depan.
5. Membantu meningkatkan perekonomian lokal dengan menciptakan lapangan kerja baru dan menggunakan bahan baku dari peternak atau produsen lokal.
6. Mengedukasi masyarakat tentang pentingnya konsumsi susu dalam kehidupan sehari-hari sebagai bagian dari pola makan sehat.
7. Mengembangkan usaha hingga mampu menjadi franchise atau waralaba yang bisa dimiliki oleh masyarakat di berbagai daerah.
8. Menjadi pelopor dalam penyajian minuman susu kekinian yang memadukan rasa lokal dan presentasi modern yang menarik secara visual.

9. Meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar dengan cara aktif berkontribusi dalam kegiatan sosial dan program pemberdayaan masyarakat.

10. Mewujudkan usaha yang mandiri, berkelanjutan, dan mampu bertahan dalam jangka panjang melalui pengelolaan yang profesional dan adaptif terhadap perubahan zaman.

BAB II

ASPEK PEMASARAN

Pemasaran adalah ujung tombak dari keberhasilan sebuah usaha. Tanpa strategi pemasaran yang tepat dan terstruktur, produk sehebat apapun tidak akan dikenal, diterima, apalagi menjadi pilihan utama konsumen. Untuk itu, Ooano Sticky Milk merancang strategi pemasaran secara menyeluruh, dari riset pasar, penentuan segmen dan target konsumen, pemetaan posisi produk di pasar (positioning), hingga implementasi strategi promosi, harga, distribusi, dan pengembangan produk secara berkelanjutan. Ooano Sticky Milk adalah sebuah brand lokal yang mengusung konsep minuman kekinian berbasis susu kental yang dikombinasikan dengan berbagai topping menarik, rasa manis yang menggoda, serta kemasan visual yang estetik. Kami menyadari bahwa pasar minuman manis sangat kompetitif, namun juga terus berkembang dan sangat potensial, terutama di kalangan anak muda dan masyarakat urban. Oleh karena itu, strategi pemasaran kami disusun dengan mengacu pada prinsip STP (Segmentation, Targeting, Positioning) dan 4P (Product, Price, Promotion, Placement) yang akan dijabarkan berikut ini.

2.1 SEGMENTASI, TARGETING DAN POSITIONING (STP)

A. Segmentasi Pasar (Segmentation)

Segmentasi pasar adalah proses mengelompokkan konsumen potensial berdasarkan karakteristik dan perilaku mereka. Ooano Sticky Milk melakukan segmentasi berdasarkan variabel berikut:

- Demografis: Usia 13–35 tahun, pelajar, mahasiswa, karyawan muda, wisatawan, dan keluarga muda.
- Geografis: Konsumen yang berdomisili di kota Bengkulu, terutama kawasan Pantai Panjang dan sekitarnya, serta pengunjung dari luar kota yang berwisata.
- Psikografis: Gaya hidup modern, menyukai produk kekinian, tertarik dengan estetika visual, serta aktif di media sosial.
- Perilaku: Konsumen yang sering mengonsumsi minuman manis atau minuman kekinian, menyukai rasa unik, senang mencoba produk baru, dan sensitif terhadap tren kuliner.

Segmentasi ini menunjukkan bahwa konsumen Ooano Sticky Milk memiliki ketertarikan terhadap inovasi, visualisasi, dan kualitas rasa.

B. Targeting (Penentuan Target Pasar)

Dari hasil segmentasi di atas, kami menentukan bahwa target utama dari Ooano Sticky Milk adalah:

- Remaja dan dewasa muda (usia 15–28 tahun) yang tinggal atau sering beraktivitas di sekitar lokasi usaha.
- Mahasiswa dan pelajar yang menjadikan minuman kekinian sebagai bagian dari gaya hidup dan sarana bersosialisasi.
- Wisatawan yang datang ke Pantai Panjang dan mencari minuman segar dan instagenik untuk menemani aktivitas wisata mereka.
- Keluarga muda yang mencari minuman sehat dan menyenangkan untuk dinikmati bersama anak-anak mereka.
- Penargetan ini difokuskan pada konsumen yang memiliki daya beli, terbiasa dengan produk kekinian, dan aktif di media sosial—yang secara tidak langsung juga menjadi media promosi gratis melalui unggahan mereka.

C. Positioning (Penempatan Merek di Pasar)

Ooano Sticky Milk memposisikan dirinya sebagai minuman susu kental kekinian dengan konsep visual unik, rasa manis creamy, dan harga terjangkau yang dikemas untuk menysasar konsumen muda yang dinamis. Berbeda dengan pesaing yang menjual bubble tea atau milk tea biasa, Ooano Sticky Milk menawarkan produk berbasis susu kental (condensed milk) dengan tekstur dan cita rasa yang lebih khas, dilengkapi topping lokal dan modern seperti:

- Boba madu
- Puding pandan
- Jagung manis serut
- Biskuit cokelat
- Gula aren asli

Kami juga menekankan pada konsep fun and fresh, menjadikan Ooano bukan sekadar minuman, tetapi juga pengalaman. Booth kami didesain estetik dan instagramable, menjadi spot foto yang menarik sekaligus alat promosi yang efektif.

Dengan positioning ini, Ooano Sticky Milk hadir bukan sebagai pesaing langsung waralaba besar, tetapi sebagai alternatif lokal yang berkualitas dan berbeda.

2.2 RENCANA PENJUALAN DAN PANGSA PASAR

A.Rencana Penjualan

Untuk mencapai pertumbuhan yang konsisten, kami menyusun rencana penjualan jangka pendek, menengah, dan panjang.

- Tahun Pertama:

Fokus pada pembangunan brand awareness dan basis pelanggan lokal di sekitar Pantai Panjang. Target penjualan harian 60 cup = 1.800 cup per bulan = ±21.600 cup per tahun. Pendapatan kotor diperkirakan mencapai Rp 270.000–500.000 per hari, tergantung pada varian yang terjual.

- Tahun Kedua:

Memperluas pangsa pasar dengan promosi digital, kerja sama dengan ojek online (GoFood/GrabFood), dan menambahkan menu baru. Target penjualan meningkat 30% menjadi 28.000–30.000 cup per tahun.

- Tahun Ketiga:

Membuka cabang atau booth baru di kawasan strategis lain (misalnya di pusat kota, area kampus, atau tempat wisata lain). Target penjualan naik hingga 45.000 cup per tahun, dan berencana membuat franchise/kemitraan.

B.Pangsa Pasar

Dalam industri minuman kekinian, diperkirakan terdapat lebih dari 50 gerai minuman di area Bengkulu. Ooano Sticky Milk menargetkan merebut setidaknya 5–10% dari total pasar minuman non-kopi dan non-karbonasi di wilayah sekitar. Dengan kualitas produk, lokasi strategis, dan diferensiasi rasa, Ooano yakin bisa mempertahankan konsumen tetap dan menarik konsumen baru setiap bulannya.

Kami juga rutin melakukan evaluasi terhadap kompetitor, baik dari sisi harga, menu, promosi, maupun pelayanan untuk terus menjaga daya saing.

2.3 STRATEGI PEMASARAN(MARKETING STRATEGY-4P)

1. Product (Produk)

Produk Ooano Sticky Milk memiliki beberapa keunggulan:

- Rasa otentik: Susu kental yang digunakan dikombinasikan dengan bahan segar dan topping pilihan.
- Inovatif: Menu terus dikembangkan, termasuk edisi musiman, varian lokal (gula aren, durian), dan paket kolaborasi.
- Kemasan menarik: Cup plastik dengan desain unik, label warna cerah, dan segel anti-tumpah.
- Higienis dan aman dikonsumsi: Mengikuti standar kebersihan dan keamanan pangan, termasuk pada proses penyimpanan bahan baku.

2. Price (Harga)

Strategi harga berdasarkan prinsip “value for money”:

- Harga mulai dari Rp 10.000–Rp 18.000.
- Paket bundling dan harga promo untuk pembelian dalam jumlah tertentu.
- Diskon khusus untuk pelajar, pelanggan tetap, atau hari-hari besar (misalnya Ramadhan, Hari Kemerdekaan).
- Menyediakan loyalty card (setelah pembelian 10 cup, gratis 1 cup).
- Harga ditetapkan lebih rendah dari beberapa waralaba besar, tetapi tetap mempertahankan kualitas.

3. Promotion (Promosi)

Promosi dilakukan secara kreatif dan terintegrasi:

- Online: Aktif di Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business. Menampilkan konten menarik, testimoni pelanggan, serta kolaborasi dengan influencer lokal.
- Offline: Banner, X-banner, brosur, stiker, dan media promosi di sekitar Pantai Panjang.
- Event: Promo grand opening, challenge “minum Ooano 3 rasa tanpa jeda”, dan lomba foto bersama cup Ooano Sticky Milk.
- Membership dan referral: Program “ajak teman, dapat gratis topping”, serta sistem poin loyalitas.
- Endorsement lokal: Menggaet food vlogger dan akun kuliner di Bengkulu untuk mereview produk.

4. Placement (Distribusi)

Penjualan Ooano Sticky Milk dilakukan melalui:

- Booth fisik: Lokasi strategis di jalur wisata Pantai Panjang – depan MW Cafe & Resto, mudah dijangkau kendaraan dan pejalan kaki.
- Delivery mandiri: Melayani pesanan via WhatsApp dengan sistem antar dalam radius 3 km.
- Platform digital: Dalam tahap pengembangan integrasi ke GoFood dan GrabFood.
- Event pop-up: Akan hadir di event komunitas, bazar UMKM, atau festival kampus.

Kami menjaga standar distribusi dengan memastikan bahan baku dalam kondisi optimal, pengemasan rapi dan kuat, serta pelayanan cepat agar produk sampai ke tangan konsumen dalam keadaan segar.

BAB III

ASPEK PRODUKSI

3.1 PROSES PRODUKSI

Ooano Sticky Milk memproduksi minuman berbasis susu kental manis (condensed milk) yang dipadukan dengan berbagai topping seperti boba, pudding, jagung manis, gula aren, dan topping kekinian lainnya. Proses produksi dirancang agar cepat, higienis, dan efisien, namun tetap menjaga cita rasa dan kualitas visual produk. Berikut adalah tahapan proses produksi Ooano Sticky Milk yang dilakukan setiap hari, mulai dari persiapan hingga produk siap disajikan ke konsumen:

Alir Proses Produksi Ooano Sticky Milk

1. Pengadaan Bahan Baku
2. Penyimpanan Bahan Sesuai Kebutuhan
3. Persiapan Produksi (pembersihan alat, bahan, topping)
4. Proses Pemanasan / Pemasakan (misal: gula aren, boba, pudding)
5. Peracikan Minuman (takaran susu, topping, es, dan sirup)
6. Pengecekan Rasa dan Tampilan
7. Pengemasan (gelas plastik + segel)
8. Penyajian / Penyerahan ke Konsumen

Penjelasan Deskriptif Proses:

1. Pengadaan Bahan Baku: Dilakukan rutin setiap 2–3 hari dari supplier lokal maupun grosir besar (susu, boba, gula, es batu, sirup rasa, pudding, dsb). Bahan baku diperiksa kualitas dan tanggal kedaluwarsanya.
2. Penyimpanan: Bahan yang mudah rusak seperti es, susu cair, dan topping disimpan dalam lemari pendingin. Bahan kering seperti gelas, sedotan, dan sirup disimpan di rak tertutup.
3. Persiapan Produksi: Pagi hari dilakukan pembersihan peralatan dan area kerja, kemudian bahan-bahan topping dimasak atau direndam sesuai kebutuhan (boba direndam dan direbus, pudding dibuat dan didinginkan).
4. Proses Pemasakan: Boba, pudding, gula cair direbus atau dipanaskan menggunakan kompor dan panci food grade.

5. Peracikan: Setiap pesanan dibuat secara langsung dengan takaran tetap (standardized serving), agar kualitas dan rasa konsisten.
6. Pengecekan: Dilakukan oleh petugas produksi untuk memastikan estetika (warna, lapisan topping) dan rasa sesuai SOP.
7. Pengemasan: Menggunakan gelas plastik khusus Ooano Sticky Milk, diberi segel plastik dan sedotan. Konsumen bisa membawa langsung atau pesan antar.
8. Penyajian: Produk siap disajikan dengan cepat dalam waktu 2–3 menit per cup.

Dengan proses ini, Ooano dapat melayani sekitar 60–80 cup per hari tergantung waktu dan jumlah pelanggan.

3.2 PRODUK DAN KAPASITAS PRODUKSI

Produk Utama:

- Ooano Sticky Milk menyajikan beragam varian minuman susu kental dengan topping unik, antara lain:
- Sticky Brown Sugar Boba, Susu Jagung Manis, Pudding Caramel Sticky Milk, Oreo Choco Stickymilk, Choco Lava Boba, Signature Ooano Original (susu kental + sirup rahasia)
- Varian rasa dibuat berdasarkan bahan baku yang mudah diperoleh namun memiliki kombinasi yang unik dan digemari masyarakat.

Bahan Baku dan Ketersediaannya:

- Ooano menjalin kerja sama dengan beberapa pemasok tetap:
- Susu kental manis: dari distributor resmi merk ternama.
- Gula aren dan topping lokal: dari pelaku UMKM lokal Bengkulu.
- Boba dan pudding: dari supplier bahan baku minuman kekinian di luar daerah (Jakarta atau Bandung), dikirim mingguan.
- Es batu: dibuat sendiri dengan mesin es bersih dan higienis.
- Gelas dan kemasan: dipesan dalam jumlah besar dari percetakan plastik khusus untuk branding.

Kami memastikan memiliki minimal dua opsi supplier untuk masing-masing bahan pokok, agar tidak bergantung pada satu pihak saja. Ketersediaan bahan dipantau harian, dan pembelian ulang dilakukan maksimal tiap 3 hari.

Kapasitas Produksi:

- Alat produksi utama: kompor gas, panci stainless steel, blender, kulkas, mesin es batu, rak display, dan alat press segel plastik.
- Produksi maksimal per hari: ± 100 cup per hari, jika dibantu dua orang karyawan.
- Kapasitas produksi awal (saat ini): 60–80 cup per hari.
- Estimasi waktu produksi per cup: 2–3 menit (tergantung topping).
- Jam operasional: 11.00–21.00 (10 jam aktif).

Dengan kapasitas ini, Ooano dapat memenuhi permintaan pelanggan reguler, pengunjung wisata, dan pesanan dalam jumlah besar saat event atau kerja sama.

3.3(SDM) SUMBER DAYA MANUSIA(SDM)

Meskipun berskala kecil-menengah, Ooano Sticky Milk tetap menerapkan sistem kerja profesional agar operasional berjalan lancar, efisien, dan produktif. Saat ini, struktur organisasi masih sederhana namun memiliki pembagian peran yang jelas:

Struktur dan Tugas SDM:

1. Pemilik Usaha (Owner) – 1 Orang

Mengelola seluruh aktivitas usaha

Bertanggung jawab terhadap keuangan, perizinan, dan inovasi produk

Menjadi supervisor harian

2. Staff Produksi – 1–2 Orang

Menyiapkan bahan, memasak topping, meracik minuman

Menjaga kebersihan area dan peralatan

Melayani pelanggan

3. Staff Pemasaran/Online Admin – 1 Orang (opsional)

Mengelola akun media sosial

Menerima pesanan online

Menjalankan strategi promosi dan endorsement

BAB IV

ASPEK KEUANGAN

Aspek keuangan dalam usaha Ooano Sticky Milk merupakan salah satu fondasi utama yang menentukan kelayakan dan keberlanjutan usaha. Dalam bab ini akan dijelaskan secara rinci kebutuhan investasi, biaya produksi, laporan keuangan, hingga analisis kelayakan usaha dari sisi finansial. Tujuan utama dari aspek keuangan ini adalah untuk mengetahui berapa modal yang dibutuhkan, bagaimana struktur pembiayaannya, bagaimana kemampuan usaha dalam menghasilkan keuntungan, dan sejauh mana investasi yang ditanamkan dapat memberikan nilai tambah dalam jangka pendek maupun panjang.

A. SUMBER PENDANAAN Untuk memulai usaha Ooano Sticky Milk, sumber dana yang digunakan berasal dari kombinasi antara modal sendiri dan pinjaman. Komposisi pembiayaan adalah sebagai berikut:

1. Modal Sendiri: 100%

B. KEBUTUHAN PEMBIAYAAN / MODAL INVESTASI Kebutuhan investasi awal mencakup pengadaan peralatan produksi, infrastruktur, dan biaya pra-operasional:

Tanah: Sewa lahan kecil untuk usaha (Rp 1.000.000)

Bangunan: Biaya renovasi dan interior booth (Rp 1,500.000.)

Mesin/Peralatan: Blender, kompor, panci stainless, kulkas (Rp 2.000.000)

Infrastruktur: Meja, kursi, rak, papan menu (Rp 1.000.000)

Biaya Pra Operasi: Riset produk, sampling, pelatihan pegawai (Rp 700.0000) Total Modal Investasi: Rp6.200.000

C. KEBUTUHAN PEMBIAYAAN / MODAL KERJA Untuk menjalankan usaha dalam bulan pertama hingga usaha dapat menutup biaya operasional dari pendapatan, diperlukan modal kerja sebagai berikut:

Bahan Baku: Susu, gula, boba, es, plastik cup, stiker (Rp 2.000.000)

Persediaan Bahan Tambahan: topping, sirup, susu bubuk (Rp 1.000.000)

Produk Dalam Proses: bahan-bahan setengah jadi (Rp 1.000.000)

Total Modal Kerja: Rp 4.000.000

D. ANALISA BIAYA TETAP

Gaji Pegawai Tetap (2 orang): Rp 2.000.000/bulan

Penyusutan Alat Produksi: Rp 500.000/bulan

Biaya Iklan (media sosial dan banner): Rp 100.000/bulan

Biaya Operasional Tetap lainnya (sewa, kebersihan, dll): Rp 200.000/bulan
Total Biaya Tetap: Rp 2.600.000/bulan

E. ANALISA BIAYA TIDAK TETAP

Upah Pegawai Harian (2 orang): Rp 1.000.000/bulan

Bahan Baku: Rp 500.000/bulan

Biaya Listrik, Air, dan Internet: Rp 1.000.000/bulan
Total Biaya Tidak Tetap: Rp 2.500.000/bulan

F. ANALISA KELAYAKAN USAHA

1. NPV (Net Present Value) Menggunakan diskonto bunga 10%, hasil simulasi menunjukkan bahwa NPV selama 3 tahun bernilai positif sekitar Rp 32.000.000. Artinya, usaha Ooano Sticky Milk layak dijalankan.

2. IRR (Internal Rate of Return) Berdasarkan perhitungan manual dan asumsi cash flow selama 3 tahun, IRR proyek sebesar 18%, lebih tinggi dari suku bunga bank (10%). Hal ini menunjukkan usaha menguntungkan.

3. BEP (Break Even Point) Biaya Tetap = Rp 8.000.000 Biaya Variabel per cup = Rp 5.000 Harga Jual per cup = Rp 12.000 Margin Kontribusi = Rp 7.000
BEP Unit = $\text{Biaya Tetap} / \text{Margin Kontribusi} = 8.000.000 / 7.000 = 1.143$ cup/bulan
Maka, usaha akan impas jika mampu menjual minimal 1.143 cup per bulan atau sekitar 38 cup per hari.

PENUTUP

Penyusunan rencana bisnis Ooano Sticky Milk ini dimaksudkan sebagai pedoman strategis dalam memulai, mengelola, dan mengembangkan usaha minuman berbasis susu kental manis kekinian dengan pendekatan inovatif dan kualitas premium. Rencana bisnis ini juga ditujukan sebagai dokumen rujukan untuk calon investor, lembaga keuangan, dan mitra strategis lainnya dalam rangka memberikan gambaran menyeluruh tentang prospek usaha yang sedang dikembangkan. Dalam menyusun rencana ini, terdapat beberapa prinsip dan hal penting yang menjadi perhatian utama, yaitu:

1. Kelengkapan Isi Tanpa Kelebihan Beban Dokumen

Dokumen ini disusun secara ringkas namun mencakup semua aspek penting, mulai dari analisa pasar, strategi pemasaran, operasional, hingga aspek keuangan. Uraian yang bersifat teknis dan detail ditempatkan dalam bagian lampiran agar tidak membebani bagian utama dokumen. Ini sejalan dengan rekomendasi Kuratko dan Hodgetts (2004) yang menyarankan agar rencana bisnis idealnya tidak melebihi 50 halaman.

2. Identitas Jelas pada Sampul Depan

Identitas usaha disajikan secara lengkap pada halaman depan dokumen ini, mencakup:

Nama Usaha: Ooano Sticky Milk

Jenis Usaha: Minuman Siap Saji (Food & Beverage)

Alamat Usaha: JL.PARIWISATA,pantai panjang,depan mw caffe & resto

3. Executive Summary yang Informatif dan Padat

Executive summary yang telah disusun pada bagian awal dokumen mencerminkan gambaran umum dari usaha ini, termasuk profil produk unggulan, nilai manfaat bagi pelanggan, proyeksi keuangan awal, serta visi jangka panjang usaha. Executive summary ini berfungsi untuk menarik perhatian dan memberikan informasi ringkas bagi pembaca yang memerlukan keputusan cepat.

4. Struktur Organisasi Dokumen yang Sistematis

Penyusunan rencana bisnis ini dilakukan dengan mengacu pada struktur yang sistematis dan logis, terdiri dari Bab 1 hingga Bab 4, dimulai dari pendahuluan, analisis pasar dan strategi pemasaran, aspek operasional, hingga proyeksi dan analisis keuangan. Dengan penyajian yang terorganisasi, pembaca dapat menelusuri setiap aspek usaha secara runtut dan mudah dipahami.

Dengan disusunnya rencana bisnis ini, diharapkan Ooano Sticky Milk dapat menjadi usaha yang berdaya saing tinggi, memiliki dasar operasional yang kuat, serta menarik bagi para pemodal dan mitra usaha. Rencana bisnis ini juga merupakan dokumen yang fleksibel, yang dapat direvisi sesuai dinamika pasar dan perkembangan usaha di masa mendatang.

Demikian dokumen rencana bisnis ini disusun sebagai salah satu langkah awal untuk membangun dan mengembangkan bisnis minuman yang unik, lezat, dan menguntungkan. Kami percaya bahwa dengan strategi yang matang, produk berkualitas, serta komitmen manajemen, Ooano Sticky Milk akan tumbuh menjadi merek yang dikenal luas dan disukai pelanggan di berbagai segmen.