

BUSINESS PLAN
LUK CHUP BRAND "RUMAH SWEETS"



Disusun Oleh kelompok 9:

1. Edwin ramadhan	2223130079
2. Sabrina zahwa	2223240106
3. Ester permata sari	2223240105
4. Nora safitri	2223240098
5. Nadya arzilea	2223240054
6. Maulia dwi sentia	2223210116
7. Rannesha ayu devta Amanda	2223240145
8. Dewi puspita sari	2223240064
9. Nur afifah rohmah	2223240067
10. Della	2223240065

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
TAHUN AJARAN 2025/2026

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkatnya saya dapat menyelesaikan tugas *business plan*, dimana dari rencana bisnis yang dibuat bisa menjadi jembatan bagi seseorang untuk memulai suatu usaha.

kami menyadari bahwa makalah ini masih jauh dari sempurna, baik dari teknik penulisan maupun materi mengingat kemampuan yang kami miliki. oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun selalu saya harapkan demi kesempurnaan tugas business plan ini.

Sebelumnya, saya mohon maaf jika terdapat kata-kata yang kurang berkenan. Semoga dengan penyusunan makalah ini memberikan manfaat bagi pembaca sehingga dapat menambah pengetahuan dan pemahaman diri. Akhir kata, saya sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan serta dalam penyusunan makalah ini. Semoga Allah SWT senantiasa meridhai segala usaha kita. Aamiin.

Bengkulu, Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	2
DAFTAR ISI.....	3
Ringkasan Eksekutif	5
<i>Executive Summary</i>	5
BAB I PENDAHULUAN	6
1.1 Latar Belakang	6
1.2 Visi dan Misi	7
1.2.1 Visi	7
1.2.2 Misi.....	7
1.3 Tujuan Dan Manfaat	7
1.3.1 Tujuan Bisnis.....	7
1.3.2 Manfaat Bisnis.....	7
1.4 Identitas Pemilik dan Perusahaan	8
1.5 Konsep Usaha	8
BAB II ASPEK PASAR DAN PEMASARAN	9
2.1 Industry Overview.....	9
2.2 Target Market.....	9
2.3 Competitive Analysis	9
2.4 SWOT Analysis	10
2.4.1 Strengths (Kekuatan).....	10
2.4.2 Weaknesses (Kelemahan).....	10
2.4.3 Opportunities (Peluang)	11
2.4.4 Threats (Ancaman)	11
2.5 Strategi Pemasaran.....	12
1. Digital Marketing & Social Media	12
2. Event & Offline Marketing.....	12
3. Public Relations & Media Engagement.....	12
BAB III ASPEK PRODUKSI	13
3.1 Produk	13
3.1.1 Classic Luk Chup Series.....	13
3.1.2. Premium Luk Chup Series.....	13

3.1.3. Luk Chup Gift Box.....	13
3.2 Proses Produksi	14
3.2.1. Persiapan Bahan Baku.....	14
3.2.2. Pengolahan Adonan.....	14
3.2.3. Pembentukan Luk Chup	14
3.2.4. Pewarnaan & Finishing	14
3.2.5. Pengemasan	15
3.3 Supply Chain & Distribusi	15
3.3.1. Pengadaan Bahan Baku	15
3.3.2. Produksi & Penyimpanan	15
3.3.3. Distribusi & Pengiriman.....	15
BAB IV ASPEK KEUANGAN	17
4.1 Sumber Pendanaan	17
4.2 Proyeksi Keuangan.....	17
4.2.1 Perkiraan Pendapatan	17
4.3 Anggaran Pengeluaran	18
4.4 Strategi Keuangan	19
4.5 Analisis Break-Even Point (BEP)	19
4.6 Estimasi Laba Bersih.....	20
BAB V ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN	21
5.1 Risiko Operasional	21
5.2 Risiko Keuangan	21
5.3 Risiko Pasar dan Persaingan	22
5.4 Risiko Regulasi	23
BAB VI PENUTUP	24
6.1 Kesimpulan	24
6.2 SARAN	24
DAFTAR PUSTAKA	25

Ringkasan Eksekutif

RUMAH SWEETS adalah merek makanan manis yang berfokus pada produksi dan pemasaran Luk Chup, camilan tradisional Thailand yang berbentuk miniatur buah-buahan dengan tampilan warna-warni yang menarik. Dengan meningkatnya tren makanan estetik dan berbahan alami, RUMAH SWEETS hadir sebagai solusi bagi konsumen yang menginginkan camilan cantik, lezat, dan berkualitas tinggi. Produk kami dibuat dengan bahan-bahan berkualitas seperti kacang hijau, santan, dan pewarna alami, yang diolah dengan teknik tradisional untuk menghasilkan rasa yang autentik. Kami berkomitmen untuk menghadirkan produk yang tidak hanya enak tetapi juga sehat dan aman untuk dikonsumsi. Keunggulan utama produk ini adalah keautentikan rasa, kualitas premium, dan daya tarik visual yang sangat cocok untuk dijadikan camilan spesial, oleh-oleh, serta hidangan dalam acara tertentu seperti pesta dan pernikahan. Dengan strategi pemasaran yang berbasis digital dan offline, Luk Chup by Nadya menargetkan pasar yang luas, termasuk pecinta kuliner unik, penyuka makanan sehat, serta para pengusaha katering dan event organizer.

Executive Summary

RUMAH SWEETS is a sweet food brand that focuses on the production and marketing of Luk Chup, a traditional Thai snack in the form of miniature fruits with an attractive colorful appearance. With the increasing trend of aesthetic and natural food, RUMAH SWEETS is here as a solution for consumers who want beautiful, delicious, and high-quality snacks. Our products are made with quality ingredients such as mung beans, coconut milk, and natural coloring, which are processed using traditional techniques to produce an authentic taste. We are committed to presenting products that are not only delicious but also healthy and safe to consume. The main advantages of this product are the authenticity of taste, premium quality, and visual appeal that are very suitable for special snacks, souvenirs, and dishes for certain events such as parties and weddings. With a digital and offline-based marketing strategy, Luk Chup by Nadya targets a wide market, including unique culinary lovers, healthy food lovers, as well as catering entrepreneurs and event organizers.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, tren makanan estetik dan unik semakin meningkat di Indonesia, terutama di kalangan anak muda yang aktif di media sosial. Konsumen tidak hanya mencari makanan yang lezat, tetapi juga produk dengan tampilan menarik dan artistik yang bisa dibagikan di platform seperti Instagram dan TikTok. Luk Chup, sebagai camilan khas Thailand yang berbentuk miniatur buah-buahan warna-warni, sangat sesuai dengan tren ini. Namun, belum banyak produsen lokal yang menghadirkan Luk Chup berkualitas premium di Indonesia.

Meskipun Luk Chup sudah populer di Thailand dan beberapa negara Asia lainnya, di Indonesia makanan ini masih tergolong baru dan belum banyak dikenal oleh masyarakat luas. Dengan keunikan bentuk dan rasanya, Luk Chup memiliki potensi besar untuk menarik perhatian konsumen dari berbagai segmen, terutama:

- Pecinta makanan manis dan unik
- Pelanggan yang mencari hampers atau hadiah eksklusif
- Penyelenggara acara seperti pernikahan, ulang tahun, dan gathering

Selain itu, industri kuliner dan makanan ringan di Indonesia terus mengalami pertumbuhan pesat, dengan peningkatan konsumsi produk premium. Hal ini membuka peluang besar bagi RUMAH SWEETS untuk menjadi pionir dalam produksi dan pemasaran Luk Chup secara luas.

Sebagai seorang pengusaha yang memiliki passion dalam dunia kuliner, Nadya melihat peluang besar untuk mengenalkan Luk Chup sebagai camilan premium di pasar Indonesia. Dengan merek RUMAH SWEETS, bisnis ini berkomitmen untuk:

1. Menghadirkan Luk Chup berkualitas tinggi dengan bahan alami dan teknik pembuatan autentik.
2. Mengembangkan inovasi dalam varian rasa dan kemasan agar sesuai dengan selera konsumen lokal.
3. Memanfaatkan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk ini.

4. Membangun jaringan distribusi yang luas, baik melalui online marketplace maupun toko fisik.

Dengan strategi yang tepat, RUMAH SWEETS bertujuan untuk menjadi pemimpin pasar dalam kategori Luk Chup di Indonesia dan membawa produk ini ke tingkat internasional.

1.2 Visi dan Misi

1.2.1 Visi

Menjadi merek Luk Chup terbaik di Indonesia yang dikenal dengan kualitas tinggi, inovasi produk, dan tampilan estetik.

1.2.2 Misi

1. Menghasilkan Luk Chup berkualitas premium dengan rasa autentik dan tampilan menarik.
2. Meningkatkan kesadaran masyarakat akan keunikan Luk Chup sebagai camilan artistik dan sehat.
3. Menyediakan layanan custom untuk berbagai acara dan kebutuhan spesial pelanggan.
4. Menggunakan bahan alami dan teknik tradisional dalam proses produksi.
5. Mengembangkan jaringan distribusi online dan offline untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

1.3 Tujuan Dan Manfaat

1.3.1 Tujuan Bisnis

1. Memperkenalkan Luk Chup di Indonesia
2. Menjadi Pemimpin Pasar dalam Segmen Makanan Ringan Estetik
3. Menyediakan Produk yang Sehat dan Berkualitas
4. Mengembangkan Jaringan Distribusi dan Pemasaran Digital
5. Menciptakan Peluang Usaha dan Lapangan Kerja
6. Ekspansi ke Pasar Internasional

1.3.2 Manfaat Bisnis

1. Membuka Lapangan Pekerjaan

2. Mendorong Pertumbuhan UMKM di Industri Kuliner
3. Meningkatkan Nilai Ekonomi Produk Lokal
4. Menambah Variasi Makanan di Indonesia
5. Menarik Wisatawan dan Pecinta Kuliner
6. Potensi Ekspor ke Pasar Internasional

1.4 Identitas Pemilik dan Perusahaan

- **Nama Perusahaan:** RUMAH SWEETS
- **Pemilik:** Edwin,sabrina,ester,nora,Nadya,maulia,rannesa,dewi,nur,della
- **Bidang Industri:** Kuliner & Camilan Tradisional
- **Target Pasar:** Pecinta makanan manis, anak-anak, remaja, dan orang dewasa
- **Lokasi:** Bengkulu, Indonesia
- **Bentuk Usaha:** PT (Perseroan Terbatas)

1.5 Konsep Usaha

RUMAH SWEETS adalah perusahaan yang bergerak di industri kuliner dengan fokus pada produksi Luk Chup, camilan berbasis kacang hijau yang berasal dari Thailand. Produk ini memiliki tampilan menarik karena dibuat menyerupai buah-buahan kecil yang berwarna-warni, sehingga sangat cocok untuk dijadikan hadiah, camilan, atau hidangan spesial dalam berbagai acara.

Selain menghadirkan produk berkualitas, RUMAH SWEETS juga berkomitmen untuk mempopulerkan Luk Chup di pasar Indonesia dengan menyesuaikan cita rasa dan kemasan agar sesuai dengan selera konsumen lokal. Kami juga menawarkan layanan custom order untuk acara spesial seperti pernikahan, ulang tahun, dan acara perusahaan.

Sebagai bagian dari strategi bisnis kami, RUMAH SWEETS akan memperkenalkan produk ini melalui berbagai platform digital dan event kuliner. Kami menargetkan konsumen di kelas menengah ke atas yang mencari camilan premium yang unik dan artistik.

BAB II

ASPEK PASAR DAN PEMASARAN

2.1 Industry Overview

Industri kuliner dan makanan ringan di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat dengan meningkatnya tren makanan estetik dan berbahan alami. Konsumen kini mencari camilan yang tidak hanya enak tetapi juga memiliki nilai visual yang tinggi, terutama untuk kebutuhan media sosial dan acara spesial.

Berdasarkan data dari Asosiasi Industri Makanan Indonesia, sektor makanan ringan diproyeksikan tumbuh sebesar 6,5% per tahun. Luk Chup memiliki potensi besar untuk masuk ke pasar ini karena keunikannya dan kelangkaan produk sejenis di Indonesia.

2.2 Target Market

RUMAH SWEETS menyasar konsumen yang menyukai makanan manis dan unik, termasuk:

- Demografi: Wanita dan pria usia 15-45 tahun, kelas menengah ke atas.
- Geografi: Wilayah perkotaan dengan daya beli tinggi.
- Psikografi: Konsumen yang menyukai makanan artistik, hobi mencoba makanan unik, dan sering berbagi pengalaman kuliner di media sosial.
- Perilaku Konsumen: Suka membeli makanan premium, mencari produk dengan tampilan menarik, dan tertarik pada makanan khas dari negara lain.

2.3 Competitive Analysis

Meskipun Luk Chup masih tergolong baru di pasar Indonesia, beberapa merek makanan ringan dan dessert premium seperti Tokyo Banana, Mochin, dan Le Gourmet dapat menjadi pesaing. Namun, RUMAH SWEETS memiliki beberapa keunggulan:

- Tampilan Estetik: Produk dibuat dengan detail tinggi sehingga tampak seperti miniatur buah asli.
- Rasa Autentik: Menggunakan resep dan teknik tradisional untuk mempertahankan rasa asli Luk Chup.

- Custom Order: Menawarkan layanan pemesanan khusus sesuai kebutuhan pelanggan.
- Strategi Digital Marketing: Memanfaatkan media sosial dan marketplace untuk menjangkau lebih banyak pelanggan.

2.4 SWOT Analysis

2.4.1 Strengths (Kekuatan)

1. Produk Unik & Estetis – Luk Chup memiliki tampilan yang sangat menarik karena bentuknya yang menyerupai buah-buahan mini dengan warna-warna cerah, menjadikannya produk yang menarik perhatian konsumen, terutama di media sosial.
2. Bahan Berkualitas Tinggi & Alami – Menggunakan bahan dasar seperti kacang hijau, santan, dan pewarna alami, memastikan kualitas premium dan keamanan produk.
3. Custom Order & Variasi Produk – Menawarkan layanan pemesanan khusus untuk acara-acara spesial seperti pernikahan, ulang tahun, dan acara perusahaan, memberikan fleksibilitas bagi pelanggan.
4. Resep Autentik & Rasa Lezat – Menggunakan teknik tradisional untuk menghasilkan rasa yang autentik dan khas seperti yang ditemukan di Thailand.
5. Potensi Viral di Media Sosial – Produk dengan tampilan menarik memiliki kemungkinan tinggi untuk menjadi tren di platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube.

2.4.2 Weaknesses (Kelemahan)

1. Harga Lebih Tinggi Dibandingkan Camilan Biasa – Karena bahan baku berkualitas dan proses produksi yang detail, harga jual Luk Chup lebih mahal dibandingkan makanan ringan lainnya.
2. Membutuhkan Edukasi Pasar – Luk Chup belum dikenal secara luas di Indonesia, sehingga membutuhkan upaya pemasaran dan edukasi konsumen agar tertarik untuk mencoba produk ini.

3. Masa Simpan Relatif Pendek – Karena dibuat dengan bahan alami tanpa pengawet, Luk Chup memiliki masa simpan yang terbatas dibandingkan dengan camilan olahan lainnya.
4. Proses Produksi yang Rumit & Memakan Waktu – Dibutuhkan keterampilan khusus dan waktu yang cukup lama untuk menghasilkan Luk Chup dengan bentuk yang sempurna dan warna yang menarik.

2.4.3 Opportunities (Peluang)

1. Tren Makanan Estetik & Premium – Konsumen semakin menyukai makanan yang memiliki tampilan menarik, terutama untuk keperluan media sosial dan acara spesial.
2. Pasar yang Belum Jenuh – Kompetitor di Indonesia masih sangat sedikit, memberikan peluang besar bagi RUMAH SWEETS untuk menjadi pemimpin pasar dalam kategori Luk Chup.
3. Potensi Ekspansi ke Pasar Internasional – Dengan meningkatnya permintaan produk khas Asia di luar negeri, Luk Chup dapat menjadi produk ekspor yang menarik.
4. Kolaborasi dengan Brand atau Influencer – Bisa bekerja sama dengan restoran, café, atau food influencer untuk memperkenalkan produk ini kepada audiens yang lebih luas.
5. Dukungan dari Tren Makanan Sehat & Alami – Menggunakan bahan alami tanpa pengawet dapat menarik pelanggan yang peduli dengan kesehatan.

2.4.4 Threats (Ancaman)

1. Persaingan dari Produk Sejenis & Makanan Ringan Premium – Meski belum banyak pesaing langsung, produk-produk dessert premium seperti mochi, macaron, dan Japanese cheesecake bisa menjadi alternatif bagi pelanggan.
2. Fluktuasi Harga Bahan Baku – Harga kacang hijau, santan, dan bahan alami lainnya bisa mengalami kenaikan yang berdampak pada biaya produksi.
3. Perubahan Tren Pasar – Tren makanan sering berubah-ubah. Jika Luk Chup tidak terus berinovasi, ada kemungkinan produk ini kehilangan daya tariknya.

4. Regulasi & Perizinan Makanan – Untuk menjual produk secara luas, harus memenuhi berbagai regulasi keamanan pangan dari BPOM dan sertifikasi halal, yang bisa menjadi tantangan bagi bisnis yang baru berkembang.
5. Kendala dalam Distribusi & Pengiriman – Karena bentuknya yang rapuh dan masa simpannya terbatas, pengiriman produk ke luar kota atau luar negeri bisa menjadi tantangan logistik yang perlu diatasi.

2.5 Strategi Pemasaran

Kami menggunakan kombinasi strategi digital dan offline untuk memperkenalkan RUMAH SWEETS ke pasar dan meningkatkan penjualan.

1. Digital Marketing & Social Media

- Instagram & TikTok Marketing
- Website & Online Store
- Paid Advertising
- Email & WhatsApp Marketing

2. Event & Offline Marketing

- Bazar & Food Festival
- Strategi Sampling
- Kolaborasi dengan Hotel & Café Premium
- Strategi Word of Mouth

3. Public Relations & Media Engagement

- Press Release & Liputan Media
- Endorsement & Influencer Marketing
- Brand Collaboration

BAB III

ASPEK PRODUKSI

3.1 Produk

RUMAH SWEETS menghadirkan berbagai varian Luk Chup yang tidak hanya cantik secara visual, tetapi juga memiliki cita rasa autentik dan berkualitas tinggi. Produk kami menggunakan bahan alami seperti kacang hijau, santan, dan pewarna alami untuk menciptakan pengalaman kuliner yang sehat dan lezat.

Berikut adalah lini produk yang tersedia:

3.1.1 Classic Luk Chup Series

Luk Chup dalam bentuk miniatur buah-buahan tradisional Thailand dengan warna-warna cerah dan tampilan estetik. Varian yang tersedia:

- Mango Delight – Bentuk mangga dengan rasa manis khas tropis.
- Apple Bliss – Bentuk apel merah dengan sedikit rasa asam segar.
- Grape Sensation – Miniatur anggur ungu dengan rasa yang lembut.
- Strawberry Fantasy – Stroberi kecil dengan rasa creamy dan sedikit asam.

3.1.2. Premium Luk Chup Series

Luk Chup dengan bentuk lebih unik dan tampilan lebih detail, dibuat khusus untuk pelanggan yang menginginkan sesuatu yang lebih eksklusif. Varian premium ini sering digunakan untuk hadiah dan acara spesial. Varian yang tersedia:

- Golden Pineapple – Luk Chup berbentuk nanas kecil dengan lapisan emas edible untuk tampilan mewah.
- Chocolate Hazelnut Luk Chup – Dipadukan dengan isian cokelat dan kacang hazelnut premium.
- Royal Berry Mix – Kombinasi beberapa buah mini dengan tambahan lapisan jelly khusus.

3.1.3. Luk Chup Gift Box

Paket Luk Chup dalam kemasan eksklusif yang cocok untuk hadiah atau hampers:

- Small Gift Box (isi 6 pcs) – Cocok untuk oleh-oleh kecil.
- Medium Gift Box (isi 12 pcs) – Cocok untuk hadiah ulang tahun atau kejutan kecil.

- Luxury Gift Box (isi 24 pcs + kartu ucapan) – Paket premium dengan kemasan elegan.

3.2 Proses Produksi

Produksi Luk Chup dilakukan dengan standar kebersihan tinggi dan mengikuti proses tradisional Thailand agar menghasilkan produk berkualitas premium. Berikut tahapan produksi:

3.2.1. Persiapan Bahan Baku

- Kacang hijau kupas direndam selama beberapa jam untuk melunakkan teksturnya.
- Santan segar dipersiapkan sebagai bahan pencampur.
- Gula dan pewarna alami seperti pandan, kunyit, dan ubi ungu disiapkan untuk memberikan warna dan rasa alami.

3.2.2. Pengolahan Adonan

- Kacang hijau yang telah direndam dikukus hingga empuk, lalu dihancurkan hingga menjadi pasta halus.
- Pasta kacang hijau dicampur dengan santan dan gula, kemudian dimasak hingga mengental dan bisa dibentuk.
- Adonan yang telah matang didiamkan hingga mencapai suhu yang tepat untuk dibentuk.

3.2.3. Pembentukan Luk Chup

- Adonan dibentuk menyerupai buah-buahan kecil seperti mangga, apel, anggur, dan stroberi dengan tangan secara manual.
- Detail halus pada buah dibuat menggunakan alat kecil seperti tusuk gigi dan cetakan khusus.

3.2.4. Pewarnaan & Finishing

- Setiap Luk Chup diwarnai menggunakan pewarna alami agar menyerupai buah aslinya.
- Pewarnaan dilakukan dengan teknik kuas untuk memberikan gradasi warna yang cantik.
- Setelah kering, setiap Luk Chup dicelupkan ke dalam lapisan gelatin transparan agar mengilap dan tahan lebih lama.

3.2.5. Pengemasan

- Produk dikemas dalam wadah transparan dengan desain elegan yang menjaga bentuk dan kualitasnya.
- Setiap kemasan diberi label berisi informasi produk, bahan, tanggal produksi, dan logo RUMAH SWEETS.
- Untuk pengiriman jarak jauh, kemasan dilengkapi dengan pelindung tambahan agar produk tidak rusak.

3.3 Supply Chain & Distribusi

Agar proses operasional berjalan lancar, RUMAH SWEETS memiliki sistem supply chain yang terorganisir dengan baik:

3.3.1. Pengadaan Bahan Baku

- Sumber bahan baku berasal dari pemasok lokal yang terpercaya untuk memastikan kualitas tetap terjaga.
- Pembelian dilakukan dalam jumlah besar untuk mendapatkan harga terbaik dan menghindari fluktuasi harga.
- Stok bahan baku disimpan di tempat penyimpanan khusus untuk menjaga kesegaran dan keamanan pangan.

3.3.2. Produksi & Penyimpanan

- Proses produksi dilakukan di dapur produksi yang memenuhi standar sanitasi dan kebersihan.
- Produk jadi disimpan di suhu ruangan dengan ventilasi baik agar tetap segar sebelum dikirim ke pelanggan.

3.3.3. Distribusi & Pengiriman

- Produk dijual melalui berbagai kanal distribusi:
 - Toko offline & bazar kuliner – Dijual langsung di outlet dan event khusus.
 - Online Store & Marketplace – Dijual melalui website resmi, Shopee, Tokopedia, dan Instagram.
 - Kolaborasi dengan Café & Restoran – Produk dapat disediakan di café atau restoran tertentu.

- Custom Order & Event Catering – Menyediakan layanan khusus untuk acara pernikahan, ulang tahun, dan perusahaan.
- Pengiriman dilakukan menggunakan jasa ekspedisi yang menyediakan layanan khusus untuk makanan agar produk tetap dalam kondisi terbaik saat sampai ke pelanggan.

BAB IV

ASPEK KEUANGAN

4.1 Sumber Pendanaan

Untuk memulai dan mengembangkan bisnis RUMAH SWEETS, sumber pendanaan berasal dari beberapa sumber, antara lain:

1. Modal Pribadi: Nadya menginvestasikan modal awal untuk produksi, pemasaran, dan operasional awal.
2. Pinjaman Bank: Pengajuan pinjaman usaha kecil untuk tambahan modal kerja.
3. Investor: Pencarian investor strategis yang tertarik pada industri makanan premium.
4. Crowdfunding: Melalui platform crowdfunding untuk meningkatkan kesadaran merek sekaligus mendapatkan modal tambahan.

Berikut adalah estimasi biaya produksi dan pendapatan RUMAH SWEETS:

Keterangan	Biaya (IDR)
Biaya Produksi	300,000,000
Biaya Pemasaran	150,000,000
Biaya Operasional	100,000,000
Biaya Distribusi	50,000,000
Total Biaya	600,000,000
Perkiraan Pendapatan	1,000,000,000
Laba Bersih	400,000,000

4.2 Proyeksi Keuangan

Proyeksi keuangan berikut didasarkan pada target penjualan dan pengeluaran selama tahun pertama operasional:

4.2.1 Perkiraan Pendapatan

Pendapatan dihitung berdasarkan harga jual rata-rata Luk Chup dan target penjualan bulanan.

Bulan	Target Penjualan (Pcs)	Harga per Pcs (IDR)	Total Pendapatan (IDR)
Januari	2,500	12,000	30,000,000
Februari	3,000	12,000	36,000,000
Maret	3,500	12,000	42,000,000
April	4,000	12,000	48,000,000
Mei	4,500	12,000	54,000,000
Juni	5,000	12,000	60,000,000
Juli	5,500	12,000	66,000,000
Agustus	6,000	12,000	72,000,000
September	6,500	12,000	78,000,000
Oktober	7,000	12,000	84,000,000
November	7,500	12,000	90,000,000
Desember	8,000	12,000	96,000,000
TOTAL	63,000	12,000	756,000,000

Total pendapatan tahunan diperkirakan IDR 756.000.000.

4.3 Anggaran Pengeluaran

Estimasi biaya yang diperlukan untuk operasional RUMAH SWEETS selama satu tahun adalah sebagai berikut:

Kategori Biaya	Biaya Bulanan (IDR)	Biaya Tahunan (IDR)
Bahan Baku (Kacang hijau, santan, pewarna alami)	15,000,000	180,000,000
Produksi & Tenaga Kerja (Gaji karyawan)	12,000,000	144,000,000
Sewa Tempat Produksi	5,000,000	60,000,000

Kategori Biaya	Biaya Bulanan (IDR)	Biaya Tahunan (IDR)
Pemasaran & Iklan	8,000,000	96,000,000
Biaya Logistik & Distribusi	5,000,000	60,000,000
Pengemasan & Branding	4,000,000	48,000,000
Operasional & Utilitas	3,000,000	36,000,000
Cadangan Dana Darurat	2,000,000	24,000,000
TOTAL PENGELUARAN	54,000,000	648,000,000

Total biaya tahunan diperkirakan IDR 648.000.000.

4.4 Strategi Keuangan

Untuk memastikan kelangsungan bisnis, RUMAH SWEETS memiliki beberapa strategi keuangan:

1. Mengoptimalkan biaya produksi dengan mencari supplier bahan baku yang lebih terjangkau tanpa mengorbankan kualitas.
2. Memaksimalkan keuntungan dari penjualan online melalui e-commerce dan media sosial.
3. Menjaga arus kas positif dengan memastikan pembayaran dari pelanggan dilakukan tepat waktu.
4. Meningkatkan efisiensi pemasaran dengan strategi digital marketing berbasis ROI (Return on Investment).
5. Mencari peluang ekspansi ke restoran, hotel, dan toko kue premium untuk menambah pendapatan.

4.5 Analisis Break-Even Point (BEP)

Break-Even Point (BEP) adalah titik di mana pendapatan sama dengan total biaya, sehingga bisnis tidak mengalami kerugian maupun keuntungan.

$$BEP = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit}}$$

Diketahui:

- Total Biaya Tetap: IDR 324.000.000 (50% dari total pengeluaran tahunan)

- Harga Jual per Unit: IDR 12.000
- Biaya Variabel per Unit: IDR 6.000 (estimasi bahan baku dan tenaga kerja per unit)

$$BEP = \frac{324.000.000}{12.000 - 6.000} = \frac{324.000.000}{6.000} = 54.000 \text{ pcs}$$

Artinya, RUMAH SWEETS perlu menjual minimal 54.000 pcs Luk Chup dalam satu tahun untuk mencapai titik impas. Berdasarkan proyeksi, target penjualan 63.000 pcs akan memberikan keuntungan.

4.6 Estimasi Laba Bersih

Setelah menghitung pendapatan dan pengeluaran, estimasi laba bersih adalah sebagai berikut:

Laba Bersih=Total Pendapatan–Total Pengeluaran

Laba Bersih=756.000.000–648.000.000=108.000.000

Keuntungan tahunan diperkirakan IDR 108.000.000, dengan profit margin sekitar 14%.

BAB V

ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

Setiap bisnis memiliki risiko yang perlu diidentifikasi dan dikelola dengan strategi mitigasi yang tepat. RUMAH SWEETS melakukan analisis risiko yang mencakup aspek operasional, keuangan, pasar, regulasi, serta strategi mitigasi untuk mengurangi dampak negatifnya.

5.1 Risiko Operasional

Risiko operasional mencakup segala hambatan yang dapat mengganggu proses produksi dan distribusi Luk Chup.

Potensi Risiko:

1. Gangguan Produksi: Keterlambatan bahan baku, peralatan rusak, atau tenaga kerja terbatas dapat menghambat produksi.
2. Kualitas Produk Tidak Konsisten: Jika proses produksi tidak terstandarisasi dengan baik, dapat mempengaruhi rasa, tekstur, dan tampilan produk.
3. Kesehatan dan Keamanan Pangan: Jika tidak mematuhi regulasi BPOM dan standar kebersihan, dapat menimbulkan risiko kesehatan bagi konsumen.
4. Ketergantungan pada Supplier: Jika pemasok bahan baku mengalami kendala (seperti kenaikan harga atau keterlambatan pengiriman), produksi bisa terganggu.

Strategi Mitigasi:

- Menyusun SOP (Standard Operating Procedures) untuk memastikan kualitas produksi tetap konsisten.
- Menggunakan lebih dari satu pemasok untuk mengurangi ketergantungan pada satu sumber bahan baku.
- Menerapkan sistem Quality Control (QC) yang ketat.
- Mengikuti sertifikasi BPOM dan halal MUI untuk menjamin keamanan produk.

5.2 Risiko Keuangan

Risiko finansial dapat berdampak pada kelangsungan bisnis jika tidak dikelola dengan baik.

Potensi Risiko:

1. Modal Tidak Mencukupi: Kurangnya modal kerja dapat menghambat pengembangan bisnis.
2. Arus Kas Negatif: Pengeluaran lebih besar dari pemasukan dalam jangka waktu tertentu dapat menyebabkan kerugian.
3. Fluktuasi Harga Bahan Baku: Jika harga bahan utama seperti kacang hijau dan santan meningkat drastis, dapat mempengaruhi margin keuntungan.
4. Piutang Tak Tertagih: Jika pelanggan atau distributor tidak membayar tepat waktu, bisa berdampak pada likuiditas perusahaan.

Strategi Mitigasi:

- Menyediakan dana darurat untuk menutup biaya operasional dalam keadaan darurat.
- Menerapkan sistem pembayaran yang efisien, seperti pembayaran di muka untuk pesanan dalam jumlah besar.
- Mencari alternatif bahan baku atau pemasok dengan harga lebih kompetitif.
- Mengelola pengeluaran dengan bijak dan mengoptimalkan strategi pemasaran untuk meningkatkan pendapatan.

5.3 Risiko Pasar dan Persaingan

Pasar makanan ringan sangat kompetitif, dan tantangan utama adalah mendapatkan perhatian pelanggan serta mempertahankan loyalitas mereka.

Potensi Risiko:

1. Permintaan Pasar Tidak Stabil: Produk baru seperti Luk Chup mungkin memerlukan waktu untuk dikenal dan diterima oleh konsumen.
2. Persaingan dengan Produk Sejenis: Merek makanan ringan premium lainnya bisa menjadi pesaing yang kuat.
3. Tren Pasar Berubah Cepat: Perubahan tren dapat menyebabkan penurunan minat terhadap produk.
4. Ketergantungan pada Platform Online: Jika algoritma media sosial berubah atau marketplace meningkatkan biaya komisi, pemasaran bisa terhambat.

Strategi Mitigasi:

- Melakukan edukasi pasar melalui media sosial dan strategi pemasaran digital.
- Menawarkan keunikan seperti custom Luk Chup untuk acara spesial agar tetap menarik.
- Mengembangkan varian rasa dan inovasi produk agar selalu sesuai dengan tren.
- Diversifikasi kanal penjualan agar tidak hanya bergantung pada satu platform.

5.4 Risiko Regulasi

Regulasi pemerintah terkait industri makanan harus dipatuhi agar bisnis dapat berjalan dengan lancar.

Potensi Risiko:

1. Perizinan dan Sertifikasi: Tanpa izin BPOM atau sertifikasi halal, produk tidak bisa dipasarkan secara luas.
2. Perubahan Regulasi Pangan: Perubahan kebijakan dapat mempengaruhi komposisi produk atau metode produksi.
3. Persyaratan Pajak dan Keuangan: Jika tidak mengelola pajak dengan benar, bisnis bisa terkena sanksi atau denda.

Strategi Mitigasi:

- Memastikan semua perizinan seperti BPOM, PIRT, dan sertifikasi halal diproses sejak awal.
- Selalu mengikuti perkembangan regulasi makanan melalui asosiasi industri
- Bekerja sama dengan konsultan pajak untuk memastikan kepatuhan terhadap peraturan keuangan dan perpajakan.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

RUMAH SWEETS hadir sebagai inovasi baru di industri makanan ringan premium dengan membawa Luk Chup, camilan khas Thailand yang unik, estetik, dan lezat, ke pasar Indonesia. Dengan mengusung konsep makanan berbasis seni dan tradisi, bisnis ini memiliki potensi besar untuk berkembang di tengah tren konsumsi makanan yang semakin berorientasi pada visual dan pengalaman. Melalui analisis yang telah dilakukan, kami menyimpulkan bahwa RUMAH SWEETS memiliki keunggulan kompetitif dari segi:

- Keunikan
- Bahan Berkualitas
- Customizable & Premium
- Strategi Pemasaran yang Tepat
- Peluang Pasar yang Besar

6.2 SARAN

1. Penguatan Branding dan Diferensiasi Produk
 - Menciptakan Ciri Khas Produk
 - Membangun Storytelling Merek
2. Strategi Pemasaran yang Lebih Agresif
 - Optimalkan Media Sosial dan Digital Marketing.
 - Program Promosi dan Loyalty Program
 - Kolaborasi dengan Bisnis Kuliner dan Event
3. Perluasan Jaringan Distribusi
 - Ekspansi ke E-Commerce dan Marketplace
 - Menawarkan Paket Reseller dan Kemitraan

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Industri Makanan Ringan Indonesia. (2023). *Tren Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman di Indonesia*. Diakses dari <https://www.asosiasimakananindonesia.com>
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2022). *Laporan Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman di Indonesia*. Diakses dari <https://www.bps.go.id>
- Euromonitor International. (2023). *Indonesia Snack Market Overview and Consumer Trends*. Diakses dari <https://www.euromonitor.com>
- NielsenIQ. (2023). *Consumer Behavior in the Food & Beverage Industry Post-Pandemic*. Diakses dari <https://www.nielseniq.com>
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2023). *Regulasi dan Kebijakan Industri Makanan di Indonesia*. Diakses dari <https://www.kemenperin.go.id>
- Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). (2023). *Panduan Keamanan Pangan untuk Produk Industri Rumah Tangga*. Diakses dari <https://www.pom.go.id>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. (2022). *Pengaruh Tren Kuliner Estetik terhadap Industri Makanan di Indonesia*. Diakses dari <https://www.kemenparekraf.go.id>
- Statista. (2023). *Global Dessert Trends and Consumer Preferences*. Diakses dari <https://www.statista.com>
- Harvard Business Review. (2022). *How Small Businesses Can Leverage Digital Marketing Strategies*. Diakses dari <https://hbr.org>
- McKinsey & Company. (2023). *Winning Strategies for Food and Beverage Startups in Emerging Markets*. Diakses dari <https://www.mckinsey.com>