**Rencana Bisnis**

|  |
| --- |
| **TRAFFIC LIGHT JUICE AND TAMAGOPAN** |

**MAKANAN DAN MINUMAN**

**Bandung, 16 Mei 2016**

**disusun oleh:**

Adhitya W.S. / 1572051

Andreas W. / 1472033

Arif S. / 1472063

Ramadhita P.J / 1572032

Reynaldi W. / 1572014

Sarah U. / 1572049

**Sukakarya**

**No. Telepon 022-5404040**

**Alamat E-mail** *trafficlight@gmail.com* **Situs Web** *www.trafficlight.com*

# DAFTAR HALAMAN

[DAFTAR HALAMAN 1](#_Toc510631336)

[1. RINGKASAN EKSEKUTIF 3](#_Toc510631337)

[2. LATAR BELAKANG PERUSAHAAN 3](#_Toc510631338)

[2.1 DATA PERUSAHAAN 3](#_Toc510631339)

[2.2 BIODATA PEMILIK / PENGURUS 4](#_Toc510631340)

[2.3 STRUKTUR ORGANISASI 4](#_Toc510631341)

[2.4 VISI MISI 4](#_Toc510631342)

[3. ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN 5](#_Toc510631344)

[3.1 PRODUK / JASA YANG DIHASILKAN 5](#_Toc510631345)

[3.2 GAMBARAN PASAR 6](#_Toc510631346)

[3.3 TARGET ATAU SEGMEN PASAR YANG DITUJU 7](#_Toc510631347)

[3.4 TREND PERKEMBANGAN PASAR 7](#_Toc510631348)

[3.6 STRATEGI PEMASARAN SWOT 8](#_Toc510631350)

[3.7 ANALISIS PESAING 8](#_Toc510631351)

[3.8 SALURAN DISTRIBUSI 9](#_Toc510631352)

[4. ANALISIS PRODUKSI 10](#_Toc510631353)

[4.1 PROSES PRODUKSI 10](#_Toc510631354)

[4.2 BAHAN BAKU DAN PENGGUNAANNYA 11](#_Toc510631355)

[4.3 KAPASITAS PRODUKSI 11](#_Toc510631356)

[4.4 RENCANA PENGEMBANGAN PRODUKSI 11](#_Toc510631357)

[5. ANALISIS SUMBERDAYA MANUSIA (SDM) 12](#_Toc510631358)

[5.1 ANALISIS KOMPETENSI SDM 12](#_Toc510631359)

[5.2 ANALISIS KEBUTUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM 13](#_Toc510631360)

[5.3 RENCANA KEBUTUHAN PENGEMBANGAN SDM 13](#_Toc510631361)

[6. RENCANA PENGEMBANGAN USAHA 13](#_Toc510631362)

[6.1 RENCANA PENGEMBANGAN USAHA 13](#_Toc510631363)

[6.2 TAHAP-TAHAP PENGEMBANGAN USAHA 14](#_Toc510631364)

BREAK EVEN POINT

[7. ANALISIS KEUANGAN………………. 1](#_Toc510631369)6

[7.1 LAPORAN KEUANGAN 1](#_Toc510631370)6

[7.2 RENCANA KEBUTUHAN INVESTASI 1](#_Toc510631371)9

[7.3 RENCANA ARUS KAS (CASH – FLOW) 2](#_Toc510631372)0

[7.4 RENCANA KEBUTUHAN PINJAMAN 2](#_Toc510631373)1

[7.5 RENCANA PENGEMBALIAN DANA PINJAMAN 2](#_Toc510631374)2

[7.6 AGUNAN YANG DIMILIKI 2](#_Toc510631375)2

[8. ANALISIS RESIKO USAHA 23](#_Toc510631376)

[8.3 ANALISIS RESIKO USAHA 23](#_Toc510631379)

[8.4 ANTISIPASI RESIKO USAHA 23](#_Toc510631380)

[LAMPIRAN 25](#_Toc510631381)

[A. ANALISIS LINGKUNGAN BISNIS 2](#_Toc510631382)5

[B. KELENGKAPAN PERIJINAN 31](#_Toc510631383)

[C. PETA LOKASI 32](#_Toc510631384)

[D. FOTO PRODUK 33](#_Toc510631385)

[E. DOKUMENTASI PRODUKSI 34](#_Toc510631386)

# 1. RINGKASAN EKSEKUTIF

|  |
| --- |
| - Traffic Light Juice and Bread- Makanan dan minuman- Juice dan roti bakar- +-Rp 500.000.000,00 (penjualan per tahun)- +-Rp 40.000.000,00 (kekayaan perusahaan saat ini)- Perusahaan ini akan berkembang karena penjualan makanan dan minuman tidak akan mati, dan dengan harga yang terjangkau, setiap orang bisa membelinya- Akan membuka toko-toko di beberapa sekolah dan perguruan tinggi lainnya- Rp 40.000.000,00 per bulan (target penjualan per bulan)- Pembelian bahan baku, pembukaan tempat baru, membuat |

# 2. LATAR BELAKANG PERUSAHAAN

## 2.1 DATA PERUSAHAAN

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Nama Perusahaan
 | Traffic Light Juice and Bread |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Bidang Usaha
 | Makanan dan minuman |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Jenis Produk / Jasa
 | Minuman Dingin dan Roti Panggang |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Alamat Perusahaan
 | Sukakarya |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Nomor Telepon/Fax
 | 022-5404040 |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Alamat E-mail
 | traffic-light@gmail.com |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Bank Perusahaan
 | BCA/Mandiri |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Mulai Berdiri
 | 14 Maret 2016 |

## 2.2 BIODATA PEMILIK / PENGURUS

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Nama
 | Thomas Kawengian |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Jabatan
 | Pemilik Perusahaan |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Tempat dan Tanggal Lahir
 | 29 Februari 1990 |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Alamat Rumah
 | Jl. Bima no. 123 |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Nomor Telepon
 | 022 - 5404040 |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Alamat E-mail
 | tkawengian.trafficlight@gmail.com |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Pendidikan Terakhir
 | Strata 1 |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Pengalaman Kerja
 | Manager di *“The* *RESTAURANT Bistro and Cafe”*  |

# 3. ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

## 3.1 PRODUK / JASA YANG DIHASILKAN

|  |
| --- |
| Usaha yang direncanakan ini adalah usaha produk makanan dan minuman yaitu memproduksi Juice dan Roti Bakar. Penjualan yang diutamakan adalah minuman traffic light juice dengan design yang unik. Ide ini tercipta karena traffic light juice ini belum terlihat ada di Indonesia dan keunikannya karena didalam traffic light juice ini terdapat 3 jenis buah-buahan yang berbeda didalam 1 juice ini. Roti Bakar disini juga memiliki bentuk yang unik dan rasa yang unik dengan brand TamagoPan. |

### KEUNGGULAN PRODUK YANG DIMILIKI

|  |
| --- |
| * 1. Penyajian Cepat
	2. Mengenyangkan dibandingkan snack lain
	3. Harga yang terjangkau
 |

## 3.2 GAMBARAN PASAR

|  |
| --- |
|  Situasi pasar saat ini mendukung untuk membuka usaha Traffic Light Juice dan TamagoPan karena setiap kali ada perayaan penting banyak orang yang mencari makanan dan minuman yang menarik yaitu salah satunya Traffic Light Juice dan TamagoPan. Traffic light juice dan TamagoPan juga biasanya dimanfaatkan dalam beberapa perayaan seperti perayaan ulang tahun, hari raya, acara pernikahan, dll sehingga jika usaha Traffic Light Juice dan TamagoPan ini dijalankan dengan kualitas yang baik seperti pelayanan memuaskan dan rasanya yang enak pasti usaha ini akan maju. Untuk saat ini banyak penjual produk juice dan roti bakar namun mereka hanya menjual juice dan roti bakar yang biasa sedangkan Traffic Light Juice dan TamagoPan memiliki keunikan sendiri yaitu menjual Juice dan Roti Bakar dengan design yang unik dan rasa yang unik untuk memberikan pengalaman baru bagi pelanggan. |

### KEGIATAN PEMASARAN DAN PROMOSI YANG SUDAH DILAKUKAN

|  |
| --- |
| 🞏 PERSONAL SELLINGPemasaran awal produk kami melalui mulut ke mulut, dimana melalui mulut ke mulut kemudian terus berkembang.🞏 PAMERANMengikuti kegiatan pameran-pameran dan festival makanan dan minuman yang ada untuk mengenalkan produk Traffic Light Juice dan TamagoPan. Serta memberikan tester produk dalam kegiatan pameran tersebut.🞏 PENGGUNAAN INTERNET UNTUK PROMOSIDalam berpromosi kita menggunakan fasilitas yang ada di internet, diantaranya adalah melalui situs jejaring sosial seperti facebook ataupun instagram. Promosi seperti ini sangat efektif dan tidak mengeluarkan biaya besar. Selain itu, melalui media ini, bisa dilakukan promosi-promosi menarik bagi konsumen.🞏 ADVERTISING / IKLANSpanduk yang berisi keunggulan yang ditawarkan Juice dan TamagoPan kita kepada masyarakat. Sehingga diharapkan mereka akan menjadi pelanggan kita. Spanduk akan dipasang pada tempat-tempat strategis yang ramai dilewati orang.🞏 PAMFLET/BROSURUntuk mempromosikan Juice dan TamagoPan, kita tidak memerlukan jasa public relation secara khusus, yang kita lakukan dalam berpromosi adalah memberikan pamflet kepada calon pelanggan sambil memberitahukan keunggulan dari produk kami dibanding dengan produk yang lain. Yang bertugas untuk itu adalah karyawan kita. |

## 3.3 TARGET ATAU SEGMEN PASAR YANG DITUJU

|  |
| --- |
| Target Traffic Light Juice dan TamagoPan ini adalah meraih pelanggan dari semua usia karena Traffic Light Juice dan TamagoPan bisa dinikmati oleh siapa saja. Terutama kalangan Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha dan masyarakat yang berolahraga di lapangan futsal sekitar area penjualan. Traffic Light Juice dan TamagoPan sangat cocok untuk dijadikan makanan dan minuman dalam acara ulang tahun, pernikahan, dll.  |

## 3.4 TREND PERKEMBANGAN PASAR

|  |  |
| --- | --- |
| PERKIRAAN JUMLAH DAN NILAI RATA-RATA PERMINTAAN PRODUK PER TAHUN | Perkiraan rata-rata jumlah produksi sehari:100 Traffic Light Juice dan TamagoPan |

## 3.5 PROYEKSI PENJUALAN

|  |
| --- |
| Januari 2016* Produksi Juice dan TamagoPan sebulan asumsi 100 buah perhari x 30(satu bulan) = 3000 buah per bulan.

Februari 2016:* Produksi asumsi naik 50% dari Januari 2016 menjadi 150 buah perhari (4500 per bulan), produksi naik dikarenakan acara hari raya Imlek(Sin Cia)

Maret 2016:* Produksi asumsi turun 30% dari Februari 2016 menjadi 105 buah perhari (3150 per bulan), dikarenakan tidak ada acara yang special.

April 2016 :* Produksi asumsi sama dengan Maret 2016 yaitu 105 buah perhari, dikarenakan tidak ada acara yang special.

Mei 2016 :* Produksi asumsi meningkat 20% dalam bulan Mei 2016 menjadi 126 buah. Hal ini disebabkan dimulainya musim kemarau di Bandung.
 |

## 3.6 STRATEGI PEMASARAN

|  |
| --- |
| 🞏 PENGEMBANGAN PRODUKSudah banyak jenis-jenis kegiatan yang telah kami lakukan untuk mencapai kepuasan dari konsumen kami, seperti konsumen dapat melakukan pemesanan melalui web yang telah kami buat secara online, menyediakan jasa delivery service, dan terus melakukan inovasi terhadap produk-produk kami. |

|  |
| --- |
| 🞏 PENGEMBANGAN WILAYAH PEMASARANUntuk pengembangan wilayah pemasaran sekarang masih fokus di daerah sekitar kampus-kampus di Bandung (daerah kost), serta wilayah Bandung karena kami menyediakan layanan pesan-antar dan bisa diakses oleh umum. |

|  |
| --- |
| 🞏 STRATEGI PENETAPAN HARGAHarga yang kami tawarkan adalah Rp 5.500,00 untuk TamagoPan dan Rp 7.000,00 untuk Traffic Light Juice. Kami juga memberikan jasa pengembalian produk jika produk yang dikirim ke konsumen mengalami kerusakan dan konsumen bisa mendapatkannya secara gratis. Untuk konsumen yang membeli dengan partai besar maka akan mendapatkan potongan harga yang special. |

## 3.7 ANALISIS PESAING

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| PESAING | KEUNGGULAN | KELEMAHAN |
| Cafetaria sekitar Kampus | * 1. Pilihan Makanan
	2. Tempat Makan
 | * 1. Makanan Berat
	2. Menu Standar
 |
| Penjual Makanan Keliling | 1. Murah
 | 1. Kebersihan
2. Kesehatan
 |

## 3.8 SALURAN DISTRIBUSI

### WILAYAH PEMASARAN DAN JALUR DISTRIBUSI **SAAT INI**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Wilayah Pemasaran | 🞏 Daerah Kampus 100 % |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 2. Jalur Distribusi  | 🞏 Penjualan Langsung🞏 Delivery |  |

|  |  |
| --- | --- |
| 3. Alamat Counter Penjualan  | Sukakarya, Bandung |

### WILAYAH PEMASARAN DAN JALUR DISTRIBUSI **YANG DIRENCANAKAN**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Wilayah Pemasaran | 🞏 Daerah Kampus 70 %🞏 Sekitaran Bandung 30 % |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 2. Jalur Distribusi  | 🞏 Penjualan Langsung🞏 Delivery🞏 Minimart (setelah pengemasan)  |  |

# 4. ANALISIS PRODUKSI

## 4.1 PROSES PRODUKSI

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| PROSES PRODUKSI | BAHAN BAKU | TEKNOLOGI | MESIN |
| Masukan Es dan air minum kedalam minuman | Es Batu, Air |  |  |
| Campurkan jus dan sirup kedalam satu cup yang telah disediakan dan dengan takaran yang di tentukan | Jus Jeruk, Sirup Strawberi, Sirup Melon | Tradisional |  |
| Tempelkan Stiker yang telah dibuat | Kertas Stiker  |  |  |

Masukkan Es kedalam cup

Siapkan Jus Jeruk

Siapkan Jus Jeruk

Sirup Melon

Sirup Strowberi

Jus Jeruk

Siapkan Jus Jeruk

Masukan Jus dan Sirup kedalam cup yang disediakan satu Persatu dengan perlahan agar Sirup dan Jus tidak pecah

 dan kemudian tutup cup

Tempelkan stiker yang telah dibuat

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| PROSES PRODUKSI | BAHAN BAKU | TEKNOLOGI | MESIN |
| Lubangi roti tawar dengan cetakan yang disediakan, panggang kedua roti tawar dengan mentega. | Roti tawar, Mentega |  Tradisional | Kompor |
| Masukan sosis ke dalam lubang roti yang di panggang ,kemudian masukan telur kedalam lubang roti tadi. | Sosis, Telur | Tradisional | Kompor |
| Sajikan roti bakar |  | Tradisional |  |

Iris sosis

Telur

Sosis

Roti tawar

Lubangi roti tawar

Pecahkan dan masukan Telur kedalam wadah

Lubangi roti tawar dengan cetakan yang disediakan, panggang kedua roti tawar dengan mentega.

Masukan sosis ke dalam lubang roti yang di panggang ,kemudian masukan telur kedalam lubang roti tadi.

Sajikan roti bakar

### KEUNGGULAN PROSES YANG DIMILIKI

|  |
| --- |
| 1. Produk dibuat saat dipesan
2. Makanan yang masih hangat (fresh) dan minuman yang masih dingin.
 |

## 4.2 BAHAN BAKU DAN PENGGUNAANNYA

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| BAHAN BAKU | **KEBUTUHAN****RATA-RATA PER BULAN** | **SUMBER** |
| Jus Jeruk | 214.500 ml | Pabrik Jus Jeruk |
| Sirup Melon | 75.000 ml | Distributor Grosir |
| Sirup Stroberi | 75.000 ml | Distributor Grosir |
| Roti tawar | 3.000 lembar | Pabrik Roti |
| Telur | 3.000 butir | Peternak Ayam |
| Sosis | 1.000 buah | Distributor Grosir |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| BAHAN PENOLONG | **KEBUTUHAN****RATA-RATA PER BULAN** | **SUMBER** |
| Cup | 3.000 cup | Pabrik Plastik |
| Es Batu | 450.000 gr | Pabrik Es Batu untuk minum |
| Mentega | 30.000 gr | Distributor Grosir |
| Stiker | 3.000 buah | Percetakan |

## 4.3 KAPASITAS PRODUKSI



*\*) tanah, bangunan, mesin dan peralatan produksi*

|  |  |
| --- | --- |
| KAPASITAS PRODUKSI RATA-RATA PER BULAN | Rp 37.500.000 (100 cup dan 100 buah roti /hari) |

## 4.4 RENCANA PENGEMBANGAN PRODUKSI

### STRATEGI DAN TAHAP-TAHAP RENCANA PENGEMBANGAN PRODUKSI

|  |
| --- |
| 1. Membuka stan sendiri dan cabang
2. Membeli kulkas
3. Membeli kompor
 |

### RENCANA PENAMBAHAN FASILITAS DAN MESIN PRODUKSI



*\*) tanah, bangunan, mesin dan peralatan produksi*

|  |  |
| --- | --- |
| TARGET KAPASITAS PRODUKSI RATA-RATA PER BULAN \*) | 6.000 Cup minuman 6.000 buah roti(dengan rata2 200 cup/hari dan 200 roti/hari) |

*\*) setelah penambahan fasilitas dan mesin produksi*

# 5. ANALISIS SUMBERDAYA MANUSIA (SDM)

## 5.1 ANALISIS KOMPETENSI SDM

 

### KEUNGGULAN DAN KOMPETENSI SDM LAIN-LAIN

|  |
| --- |
| 1. SDM yang berada di bagian pemasaran memiliki kemampuan secara khusus promosi suatu barang (good communication skill).
2. SDM yang berada di bagian administrasi memiliki kemampuan khusus di bidang akuntansi, kami mengambil lulusan dari jurusan IPS.
3. SDM di bagian manajemen kami mengambilnya dari yang memiliki kemampuan di bidangnya.
 |

## 5.2 ANALISIS KEBUTUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| JABATAN | Tingkat Pendidikan | Pengalaman (tahun) | Keterampilan Khusus |
| Pemasaran | SMU | 0 | Memiliki pengetahuan tentang pemasaran barang baik lisan dan tertulis |

## 5.3 RENCANA KEBUTUHAN PENGEMBANGAN SDM

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| JABATAN | Jumlah Kebutuhan | Tenaga yang Tersedia | Tenaga yang Harus Direkrut |
| Pemasaran | 2 | 1 | 1 |

# 6. RENCANA PENGEMBANGAN USAHA

## 6.1 RENCANA PENGEMBANGAN USAHA

|  |
| --- |
| 🞏 STRATEGI PEMASARAN* Pertama kami akan membuat poster/brosur secara online dan kami cetak juga untuk disebarkan kepada orang-orang
* Pemasaran juga akan kami lakukan lewat mulut ke mulut
* Pemasaran akan kami lakukan dengan melakukan promosi dengan membuat dan membagikan tester kepada orang-orang
 |

|  |
| --- |
| 🞏 STRATEGI PRODUKSI* Produksi kami mulai dengan mencari bahan dan mengolahnya dengan bahan-bahan yang sudah tercantum
* Kami akan memproduksi produk disaat ada pesanan dan permintaan
 |

|  |
| --- |
| 🞏 STRATEGI ORGANISASI DAN SDM* Kami akan melakukan training kepada SDM yang kami rekrut
* SDM yang kami rekrut bukan sembarang orang, melainkan orang-orang yang sudah kami seleksi terlebih dahulu sebelumnya
* Untuk di awal kami akan merekrut beberapa SDM saja
 |

|  |
| --- |
| 🞏 STRATEGI KEUANGAN* Untuk awal kami akan membuat tester dari produk kami agar produk kami lebih dikenal oleh orang-orang
* Untuk selanjutnya kami akan fokus kepada produksi dan pemasaran dari produk kami
 |

# 7. ANALISIS KEUANGAN

## 7.1 LAPORAN KEUANGAN



7.2 RENCANA KEBUTUHAN INVESTASI



# 8. ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA

## 8.1 DAMPAK TERHADAP MASYARAKAT SEKITAR

|  |
| --- |
| −* + - Tidak signifikan.

−* + - Tercipta Lapangan Pekerjaan
		- Tempat makan dan minum

−* + - Tidak signifikan
 |

## 8.2 DAMPAK TERHADAP LINGKUNGAN

|  |
| --- |
| −  Tidak signifikan− Dibuang ke TPS terdekat. |

## 8.3 ANALISIS RESIKO USAHA

|  |
| --- |
| * Penjualan yang menurun
* Harga bahan baku yang naik
* Daya beli masyarakat yang menurun
* Munculnya pesaing yang inovatif
 |

## 8.4 ANTISIPASI RESIKO USAHA

|  |
| --- |
| * Membuat promosi-promosi untuk menarik pelanggan
* Menyesuaikan harga
* Membuat potongan harga saat daya beli masyarakat menurun
* Melakukan inovasi-inovasi yang relevan
 |

# LAMPIRAN

## A. ANALISIS LINGKUNGAN BISNIS

Setiap kegiatan untuk memulai usaha harus mengukur kemampuan terhadap lingkungan atau pesaing yaitu melalui analisis SWOT.

1. Strength (kekuatan)

Potensi lain yang dimiliki oleh usaha  Juice dan TamagoPan ini yaitu penjualan Juice dan TamagoPan yang menyediakan berbagai varian rasa dan design yang unik jadi masih besar kemungkinan usaha ini untuk menjadi usaha yang cukup besar, bahan produk yang terjamin sehat dan higienis, mempunyai ciri khas tampilan dan rasa yang berbeda dengan usaha makanan dan minuman yang lainnya yaitu  rasa yang bervariasi serta harga yang cukup terjangkau. Serta pembuatan Juice dan TamagoPan dilalukan oleh para pembuat produk Juice dan TamagoPan yang proffesional dengan skill yang baik.

2.  Weakness (kelemahan)

Bahan baku dan produk sendiri tidak dapat tahan lama, alat produksi akkan cepat rusak karena digunakan terus setiap hari, belum memiliki banyak pengalaman dalam bisnis ini.

3.  Opportunity (peluang)

Pemesanan online, ciri khas menu dan design Juice dan TamagoPan yang menarik dan dibuat sesuai selera menjadikan usaha ini sangat menjanjikan, budaya masyarakat yang konsumtif menjadikan usaha ini mempunyai peluang besar untuk mendapatkan keuntungan yang besar.

4. Threats (ancaman)

Banyak saingan yang namanya sudah lebih melambung dan dikenal konsumen terutama yang telah membuka gerai di mall, harga bahan baku yang sewaktu-waktu bisa naik dapat menyebabkan kenaikan harga Juice dan TamagoPan yang mungkin dapat mengurangi pembeli, serta acuhnya konsumen terhadap inovasi baru dalam Juice dan TamagoPan ini.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **STRATEGI SWOT** | ***Strength***1. Keunikan design yang kami ciptakan.
2. Tidak menggunakan pengawet
3. Mengenyangkan
 | ***Weakness***1. Belum memiliki cukup pengalaman

 Bahan baku produksi mudah rusak apabila tidak terjual |
| ***Opportunity***1. Besarnya potensi konsumen yang konsumtif
2. Konsumen yang mulai memperhatikan sisi estetika makanan dan minumannya

 Suhu udara yang semakin hari semakin panas | 1. Melakukan program promosi dan memberikan promo khusus agar Juice dan TamagoPan yang diproduksi setiap harinya semakin meningkat.

b.      | 1. Melakukan promo-promo untuk pembelian dalam jumlah besar. Terutama ketika ada stok bahan baku yang harus dihabiskan.
 |
| ***Threat*** Usaha kantin/jajanan yang sudah mapan berdiri  Ketidakstabilan harga bahan baku |  Mengedepankan keunggulan dan keunikan produk dibanding pesaing dalam mempromosikan produknya. |  Melakukan pelatihan keterampilan kepada karyawan baru yang memiliki motivasi tinggi agar mendapat modal ekstra ditengah minimnya pengalaman |

##

## E. DOKUMENTASI PRODUKSI