



RENCANA BISNIS Pendirian Usaha Minuman Susu Murni “*MilkyRush*”

Di Jakarta Barat

Billy Marcello

Dr. M. Budi Widiyo Iryanto, S.E., M.E.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Sunter - Jakarta utara

Telp : (021) 65307062/ Fax : 6530 6971

77200061@student.kwikkiangie.ac.id / billy.m3003@gmail.com

ABSTRAK

Billy Marcello/ 77200061/ Rencana Bisnis Pendirian Usaha Minuman Susu Murni *MilkyRush*
Di Jakarta/ Dosen Pembimbing: Dr. M.Budi Widiyo Iryanto,S.E,M.E)

MilkyRush adalah usaha yang bergerak di bidang *food and beverage* berbahan dasar susu-segar dimana usaha tersebut akan menjual berbagai macam varian susu yang menarik yang dibuat secara handmade. Alasan penulis mendirikan usaha *MilkyRush* karena penulis memiliki ketertarikan terhadap minuman yang berbahan dasar susu murni dan juga adanya peluang untuk masuk kedalam pasar dan juga menjadikan inovasi usaha baru. *MilkyRush* berlokasi di Mangga Besar 7 no 4, Jakarta barat. *MilkyRush* berfokus untuk mengola susu dengan kualitas yang baik dan menggunakan packaging yang bisa digunakan secara berulang. *MilkyRush* pada awalnya akan meluncurkan 4 varian rasa yaitu coklat, matcha, vanilla, dan strawberry.

Perkembangan yang cukup pesat terjadi didalam dunia kuliner terutama bisnis dalam sector beverages atau minuman. Hal ini dapat dilihat dari berkembangnya tempat-bisnis yang mengusung minuman yang bervariasi. Saat ini banyak sekali bisnis minuman yang berkembang, sehingga dapat bersaing. *MilkyRush* juga tentunya akan mempersiapkan berbagai strategi promosi dengan cara membuat akun media sosial. Tentunya *MilkyRush* akan memanfaatkan segala fitur media sosialnya dengan mengiklankan produknya, membuat konten yang menarik berupa foto atau video untuk media sosialnya, melakukan endorsement dengan influencer, adanya giveaway, potongan harga, promo beli 1 gratis 1, dan lain-lain.

Target pasar *MilkyRush* yaitu masyarakat daerah Jakarta Barat, dari anak – anak hingga dewasa baik laki – laki. *MilkyRush* memiliki diferensiasi produk susu dari pesaing dari segi bahan baku yang dimana *MilkyRush* menggunakan susu yang bebas Laktosa yang dimana dapat dikonsumsi oleh orang yang alergi terhadap laktosa. *MilkyRush* menetapkan harga berdasarkan pesaing karena strategi ini cocok digunakan pada bidang kuliner. memiliki 2 tenaga kerja yang terdiri dari 1 manajer dan 1 karyawan.

Selain itu, perencanaan bisnis ini dibuat untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, segmentasi, dan menghitung nilai kelayakan bisnis *MilkyRush*. Dengan nilai Investasi awal sebesar Rp 62.845.060. Berdasarkan dari studi kelayakan, didapatkan payback period dapat dicapai dalam kurun waktu 3 tahun 9 bulan 19hari, NPV juga lebih besar dari 0, yang berarti NPV positif. Hasil PI *MilkyRush* sebesar 1,59 lebih besar dari 1,0 , yang berarti PI positif dan usaha layak untuk dijalankan. Penjualan *MilkyRush* setiap tahunnya lebih besar dari nilai BEP. Untuk itu dapat dikatakan bisnis layak untuk dijalani. Serta dituliskan juga analisis dampak dan resiko usaha *MilkyRush*

Kata Kunci : *MilkyRush*, *food and beverage*, susu murni, Rencana Bisnis

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis ini untuk tujuan penuntutan, kecuali dengan izin penulisan karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



ABSTRACT

Billy Marcello / 77200061 / Business Plan for the Establishment of MilkyRush Pure Milk Drink Business in Jakarta / Supervisor: Dr. M. Budi Widiyo Iryanto, S.E, M.E)

MilkyRush is a business engaged in food and beverage made from fresh milk where the business will sell a variety of interesting milk variants made by handmade. The reason the author founded the MilkyRush business was because the author had an interest in drinks made from pure milk and also the opportunity to enter the market and also make new business innovations. MilkyRush is located at Mangga Besar 7 no 4, West Jakarta. MilkyRush focuses on managing milk with good quality and using packaging that can be used repeatedly. MilkyRush will initially launch 4 flavors, namely chocolate, matcha, vanilla, and strawberry.

Quite rapid developments have occurred in the culinary world, especially businesses in the beverages sector. This can be seen from the development of business places that carry a variety of drinks. Currently, there are many beverage businesses that are developing, so they can compete. MilkyRush will also certainly prepare various promotional strategies by creating social media accounts. Of course, MilkyRush will take advantage of all its social media features by advertising its products, creating interesting content in the form of photos or videos for its social media, doing endorsements with influencers, giveaways, discounts, buy 1 free 1 promos, and others.

MilkyRush's target market is the people of the West Jakarta area, from children to adults, both men. MilkyRush has differentiation of dairy products from competitors in terms of raw materials where MilkyRush uses lactose-free milk which can be consumed by people who are allergic to lactose. MilkyRush sets prices based on competitors because this strategy is suitable for use in the culinary field. has 2 workforces consisting of 1 manager and 1 employee.

In addition, this business plan is made to determine the strengths, weaknesses, opportunities, threats, segmentation, and calculate the value of MilkyRush's business feasibility. With an initial investment value of Rp 62,845,060. Based on the feasibility study, it is obtained that the payback period can be achieved within 3 years 9 months 19 days, the NPV is also greater than 0, which means that the NPV is positive. MilkyRush's PI result of 1.59 is greater than 1.0, which means that PI is positive and the business is feasible to run. MilkyRush sales each year are greater than the BEP value. For this reason, it can be said that the business is feasible. Also written is also an analysis of the impact and risk of the MilkyRush business.

Keywords: MilkyRush, food and beverage, pure milk, Business Plan



Pendahuluan

A. Konsep Bisnis

MilkyRush merupakan bisnis yang menjual minuman yang berbahan dasar susu yang memiliki banyak varian rasa. *MilkyRush* merupakan bisnis berbasis *online* dan berpusat di Jakarta. . Produk minuman yang ditawarkan oleh *MilkyRush* berbahan dasar susu dengan berbagai macam variasi rasa yang inovatif untuk menciptakan rasa yang nikmat. *MilkyRush* menjadi salah satu tempat minuman yang memiliki cita rasa yang tinggi dan juga mengikuti trend yang sedang berkembang. Kemasan yang digunakan semenarik mungkin agar dapat menarik minat pelanggan. Produk minuman ini sangat cocok untuk semua kalangan mulai dari anak-anak hingga orang tua. Target pasar yang ingin di capai terutama kalangan menengah, pengguna *social media* dan aplikasi pesan-antar

B. Visi dan Misi

MilkyRush memiliki visi 2035 yaitu menjadi penyedia minuman susu nomor satu di Indonesia dengan kualitas rasa yang tinggi dan bergizi yang dapat di nikmati semua kalangan. Misi *MilkyRush* adalah :

- 1) Menyediakan produk susu yang fresh dan berkualitas
- 2) Memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen
- 3) Menjaga kualitas minuman dan terus melakukan inovasi

C. Peluang Usaha

Dapat diketahui susu merupakan minuman yang disukai oleh semua kalangan baik anak-anak, remaja hingga orang dewasa. Susu sendiri bisa jadi pengganti makanan untuk sarapan, biasa susu diminum langsung ataupun menggunakan cereal. Masyarakat banyak sekali mengkonsumsi susu, hal ini didapatkan dari data yang diambil dari *Google Trends* mengenai minat masyarakat terhadap susu.

Dilihat dari lokasi yang penulis ingin bangun bisnis di Jakarta, disana pun juga masih jarang orang mempunyai atau memiliki bisnis minuman susu murni. hal tersebut merupakan sebuah peluang yang besar untuk memperkenalkan *MilkyRush* serta mendapatkan konsumen sebanyak mungkin.

D. Kebutuhan Dana

Kebutuhan dana awal yang diperlukan oleh *MilkyRush* sebesar Rp 66.017.060 yang dialokasikan untuk keperluan kas yang tujuannya digunakan untuk kebutuhan dana yang mendesak seperti kebutuhan bahan baku, perlengkapan dan uang kembalian. Lalu kebutuhan dana juga diperlukan untuk membeli bahan baku langsung, bahan baku tidak langsung, persediaan perlengkapan, peralatan, sewa tempat usaha, adanya biaya pra operasi seperti hak paten dan promo launching.

Rencana Produk/Jasa, Kebutuhan Operasional, dan Manajemen

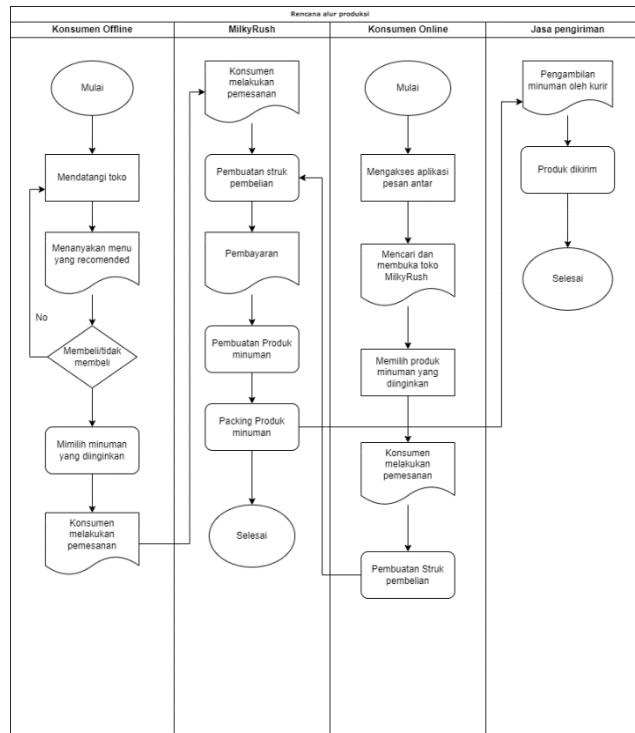
A. Rencana Alur Produk

Rencana alur produk menggambarkan proses pengelolaan produk mulai dari proses pemesanan produk oleh konsumen hingga produk tersebut diterima oleh konsumen. Alur proses dari *MilkyRush* terbagi menjadi 2 proses yaitu pemesanan produk secara online dan offline.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Alur Pemesanan Produk MilkyRush

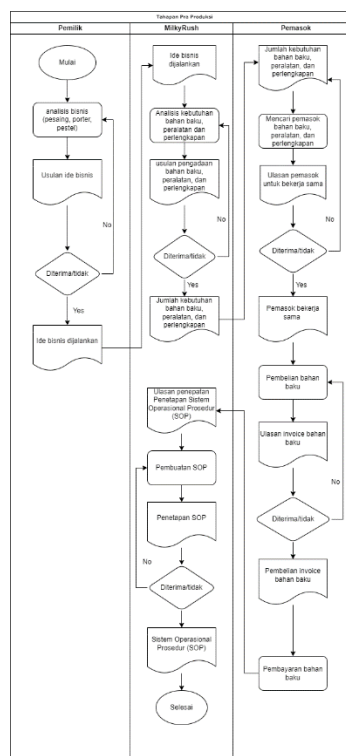


Sumber: MilkyRush. 2023

B. Rencana Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Persediaan

Pembelian bahan persediaan biasanya dilakukan sebelum melakukan proses operasional usaha. Perusahaan memiliki persediaan tiap tahunnya yang terdiri dari bahan

Rencana Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Baku





baku dilakukan setiap 3 hari sekali dengan alasan keterbatasan tempat penyimpanan dan agar penggunaan bahan baku dapat di kontrol sehingga menjadi efisien, artinya tidak ada bahan baku yang terbuang.

C. Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha

Pembelian peralatan dan teknologi ini dilakukan sebelum kegiatan operasional usaha berlangsung dan pastinya memiliki usia pemakaian yang berbeda untuk tiap barangnya. Peralatan dan teknologi yang digunakan oleh MilkyRush diperkirakan ada yang memiliki usia hingga 5 tahun dan mungkin ada yang hanya 3 tahun. Berikut ini daftar teknologi dan peralatan yang dibutuhkan oleh MilkyRush dalam menjalankan usahanya :

Keterangan	Harga	jumlah	harga	total	1 tahun
botol kemasan	Rp 1.550	250	Rp 387.500	Rp 1.550.000	Rp 18.600.000
ketas thermal	Rp 25.000	5	Rp 125.000	Rp 500.000	Rp 6.000.000
trashbag	Rp 7.500	3	Rp 22.500	Rp 90.000	Rp 1.080.000
kabel ties	Rp 2.950	2	Rp 5.900	Rp 23.600	Rp 283.200
spunbond	Rp 715	250	Rp 178.750	Rp 715.000	Rp 8.580.000
sabun cuci piring	Rp 49.000	1	Rp 49.000	Rp 196.000	Rp 2.352.000
spidol	Rp 1.200	6	Rp 7.200	Rp 28.800	Rp 345.600
pena	Rp 1.500	6	Rp 9.000	Rp 36.000	Rp 432.000
Total			Rp 784.850	Rp 3.139.400	Rp 37.672.800

Sumber: Shopee, Supplier

Strategi Bisnis

A. Rencana Pemasaran

1. Segmentasi

a) Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis membagi pasar berdasarkan pada beberapa bagian unit yang berbeda seperti Negara, Negara bagian, wilayah, kota, kabupaten, atau lingkungan sekitar. Berdasarkan segmentasi geografis, *MilkyRush* menentukan lokasi nya di Jl. Mangga Besar, Jakarta Barat yang merupakan lokasi yang strategis dimana letaknya di sekitar permukiman penduduk, kost karyawan, dan juga pusat perbelanjaan.

b) Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis membagi pasar berdasarkan kelompok variable seperti usia, jenis kelamin, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, etnis, ras, kebangsaan dan generasi.

Produk yang di tawarkan *MilkyRush* merupakan minuman yang berbahan dasar susu yang bisa dinikmati semua kalangan dari anak-anak hingga dewasa. *MilkyRush* menargetkan konsumen dengan usia mulai dari 5-60 tahun, laki-laki dan perempuan.

c) Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis membagi pasar berdasarkan kelas sosial, gaya hidup atau karakteristik kepribadian.

MilkyRush menargetkan masyarakat yang gaya hidupnya praktis, serba cepat dan konsumtif. *MilkyRush* juga menyajikan minuman cepat saji dan menyehatkan. Hal ini menjadi daya tarik masyarakat yang memperhatikan Kesehatan setelah masa pandemic.

d) Segmentasi Perilaku

Segmentasi perilaku membagi kelompok pasar berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan dan reaksi mereka terhadap suatu produk.



Produk *MilkyRush* adalah minuman yang berbahan dasar susu yang biasa di konsumsi masyarakat setiap pagi sebelum melakukan aktivitas. Oleh karena itu, *MilkyRush* menargetkan masyarakat yang memiliki kebiasaan melakukan pemesanan melalui aplikasi pesan - antar *online* untuk memenuhi kebutuhannya.

2. Targeting

MilkyRush menargetkan konsumen untuk kelas ekonomi menengah kebawah hingga keatas yang suka terhadap susu terutama yang tidak bisa minum susu yang mengandung laktosa

3. Positioning

MilkyRush memposisikan bisnis sebagai pembuat minuman susu murni bebas laktosa yang berkualitas dari segi rasa, penampilan dan pelayanan serta disesuaikan dengan selera dan kebutuhan konsumen.

B. Rencana Organisasi

MilkyRush memiliki tenaga kerja 2 orang yang terdiri dari *owner/manager* dan karyawan. Tenaga kerja memiliki kewajiban waktu kerja dari hari senin hingga sabtu dengan waktu 6 jam bekerja dari pukul 08.00 hingga 15.00.

C. Rencana Keuangan

Berikut ini kebutuhan dana awal dari MilkyRush untuk melakukan pendirian usaha:

Aktiva	
Aktiva Lancar	
Kas	4.103.230
Persediaan bahan baku	3.753.230
perlengkapan	3.139.400
Sewa dibayar dimuka	24.000.000
Total Aktiva Lancar	34.995.860
Aktiva Tetap	-
Peralatan	28.521.200
Akumulasi Peny. Peralatan	-
Total Aktiva Tetap	28.521.200
Aktiva tak berwujud	-
Aktiva tak berwujud	2.500.000
Akumulasi Amortasi Aktiva Tak Berwujud	-
Total aktiva tak berwujud	2.500.000
Total Aktiva tetap	31.021.200
total aktiva	66.017.060
Pasiva	
Modal sendiri	66.017.060
akumulasi laba ditahan	-
Total Pasiva	66.017.060

Sumber: Tabel 7.1

Untuk mengetahui kelayakan dari pengembangan usaha MilkyRush, dilakukan analisis sebagai berikut :



Keterangan	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
Payback Period (PP)	5 Tahun	2 Tahun 4 Bulan 15 Hari	Layak
Net Present Value (NPV)	> 0	Rp 262.389.111	Layak
Profitability Index (PI)	> 1	4,97	Layak
Internal Rate of Return (IRR)	> 14,73 %	78%	Layak

Sumber: Tabel 9.1

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa usaha MilkyRush layak untuk dijalankan, dengan penjelasan sebagai berikut :

- 1) Berdasarkan analisis Payback Period, didapatkan hasil analisis Payback Period yaitu selama 2 tahun 4 bulan 15 hari, maka dapat disimpulkan bahwa usaha Yamyam Noodle layak untuk dijalankan karena Payback Period kurang dari 5 tahun.
- 2) Berdasarkan analisis hasil NPV, didapatkan hasil NPV sebesar Rp 262.389.111, maka dapat disimpulkan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan
- 3) Berdasarkan hasil dari Profitability Index, didapatkan hasil PI sebesar 4,97 yang berarti hasil $PI > 1$ maka dari itu dapat disimpulkan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan.
- 4) Berdasarkan hasil analisis Internal Rate of Return (IRR) didapatkan hasil IRR sebesar 78%, maka dapat disimpulkan usaha ini layak untuk dijalankan

Tahun	Biaya Variabel (VC)	Biaya Tetap (FC)	Penjualan	Break Even Point (BEP)
2025	80.301.761	67.812.248	152.028.000	143.732.064
2025	85.318.851	70.056.823	177.325.459	135.021.371
2025	90.962.157	72.629.840	206.832.416	129.646.774
2025	97.330.666	75.316.017	241.249.330	126.251.440
2025	106.012.290	78.120.626	291.911.689	122.670.239

Sumber: Tabel 9.2

Berdasarkan Tabel diatas dilihat bahwa penjualan per tahun *MilkyRush* lebih besar dari nilai Break Event Point (BEP), maka dapat disimpulkan bahwa usaha *MilkyRush* layak dijalankan.

D. Pengendalian Resiko

- 1) Melakukan Evaluasi Bisnis Secara Rutin dan Meningkatkan Kualitas SDM

Evaluasi bisnis secara rutin dapat berguna bagi perkembangan bisnis. Evaluasi yang ada juga perlu diikuti dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia untuk mengantisipasi berbagai risiko yang dapat terjadi. Antisipasi dapat dilakukan dengan melakukan evaluasi pada setiap bidang yang ada dalam *MilkyRush*. Dari segi keuangan, perlu dilakukan evaluasi dalam pengontrolan arus kas perusahaan agar tidak terjadi pengeluaran yang berlebihan dalam kegiatan pembelian. Manajer harus lebih teliti dan memiliki perencanaan keuangan yang baik. Untuk bagian pemasaran, staff pemasaran dapat meningkatkan kinerjanya untuk membangun brand image yang baik dalam masyarakat serta terus melakukan evaluasi terhadap keefektifan program pemasaran yang telah dilakukan. Apabila program pemasaran yang telah dilakukan kurang berhasil maka diperlukan perencanaan strategi pemasaran baru yang kreatif dan efektif. Risiko dari kualitas produk dapat diantisipasi dengan meningkatkan ketelitian dalam proses produksi / menyiapkan pesanan pelanggan serta melakukan quality control yang baik agar pelanggan dapat selalu mendapatkan produk yang baik dan memuaskan. Pelatihan karyawan juga dapat dilakukan agar para karyawan meningkatkan kemampuan sesuai dengan bidangnya masing – masing.

- 2) Melakukan Research dan Development

MilkyRush harus selalu mengikuti arus informasi terkait dunia bisnis terutama dalam bidang F&B, baik terhadap akan kemunculan suatu tren baru atau perkembangan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

politik yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah. Dengan dilakukannya penelitian dan pengembangan ini maka *MilkyRush* dapat mengantisipasi dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan-perubahan yang dinamis sehingga dapat mampu mengikuti perkembangan dan menciptakan inovasi yang sesuai dengan tren / keinginan masyarakat.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





DAFTAR PUSTAKA

1. Daftar ebook

Fauzi, Fauzi., Irviani, Rita. & Wulandari, Wulandari. (2022). Penguatan Organisasi, Edisi Pertama, Yogyakarta : Penerbit ANDI.

Nainggolan, Hotnida., Hastuti, Dwi., Hendriyani, Chandra. & Hernando, Risiko. (2023). Manajemen Pemasaran (Implementasi Manajemen Pemasaran pada Masa Revolusi Industri 4.0 menuju era *Society* 5.0), Edisi Pertama, Kota Jambi : PT Sonpedia Publishing Indonesia.

Purwanti, Ari. (2023). Akuntansi Manajemen, Jakarta Selatan : Penerbit Salemba Humanika.

Rangkuti, Freddy. (2013). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis, Edisi Ketiga Belas, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Umum.

Saragih, Liharman., Muhamad, Lili Fadli., Korosando, Fransiskus. & Nurkomariyah, Siti. (2023). Konsep Dasar Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama, Kota Batam : Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.

Septiani, Sisca., Senoaji, Fauzie., Maghfirah, Nurul. & Martha, Dewi. (2024). Manajemen Kompensasi, Banten : PT Sada Kurnia Pustaka.

Suprihanto, John. & Putri, Lana Prihanti. (2021). Manajemen Sumber Daya Manusia, Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.

Syamil, Ahmad., Danial, Deni Muhammad., Saori, Sopyan. & Waty, Ervina. (2023). Buku Ajar Manajemen Rantai Pasok, Edisi Pertama, Kota Jambi : PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

2. Website

Binus University 2020, *Porter's Five Forces* : Lima Hal Sebelum Bersaing, diakses 1 Maret 2024, <https://binus.ac.id/malang/2020/08/porters-five-forces-lima-hal-sebelum-bersaing/>

Database Peraturan 2008, Undang – undang (UU) No. 20 Tahun 2008 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, diakses 1 Maret 2024, <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>



Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia 2021, Dukungan Pemerintah Bagi UMKM Agar Pulih di Masa Pandemi, diakses 1 Maret 2024, <https://ekon.go.id/info-sektoral/15/357/berita-dukungan-pemerintah-bagi-umkm-agar-pulih-di-masa-pandemi>

Pratiwi, Febriana Sullistya 2023, Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 5,33% pada kuartal I/2023, diakses 1 Maret 2024, <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-533-pada-kuartal-i2023>

Widi, Silvina 2022, Angka Konsumsi Susu Penduduk Indonesia Masih Rendah, diakses 1 Maret 2024, <https://dataindonesia.id/agribisnis-kehutanan/detail/angka-konsumsi-susu-penduduk-indonesia-masih-rendah>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dakipatani IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : Billy Marcello

NIM : 77200061

Tanggal Sidang : 29-2-2024

Judul Karya Akhir : Rencana Bisnis Perbaikan Usaha Minuman Susu Murni "MilkY Rush"

di Jakarta Barat

Jakarta, 13 / 03 20 24

Mahasiswa/I

Pembimbing

Has cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mena. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pe
penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh
tanpa izin IBIKKG.