



**Daftar Isi:**

**Kata Pengantar**

**Pendahuluan**

**Materi Inovasi Produk**

**Penutup**

**Daftar Referensi**

**Lampiran**

## Kata Pengantar

Terimakasih kehadiran Allah S.W.T. Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang yang telah menggerakkan penulis untuk mendokumentasikan hasil pembelajaran dari mata kuliah “Pengembangan dan Pemasaran Produk Baru” (JMP 305) di program studi Supervisor Jaminan Mutu Pangan, Sekolah Vokasi, IPB University.

Mata kuliah ini menerapkan metode pembelajaran inovasi “*Project Based Learning (PjBL)*” secara *teamwork*. Setiap kelompok kecil mahasiswa melaksanakan satu proyek berupa pengembangan produk yang bersumber pada keinginan dan kebutuhan konsumen. Pengembangan produk ini dimulai dengan setiap kelompok melakukan “*Brainstorming*” terkait ide-ide produk dari setiap anggota kelompok, selanjutnya pengerucutan ide, survei pelanggan, pembuatan desain atau rancangan produk sesuai keinginan konsumen, pembuatan produk skala kecil (skala lab), pembuatan produk skala sedang, pembuatan produk skala besar, uji pasar, strategi pemasaran, analisis biaya, pemantapan produk, dan komersialisasi. Hasil dari penerapan PjBL pada mata kuliah ini berupa produk inovasi, manual produk, booklet, video pembuatan produk dan video pemasaran produk.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh mahasiswa SJMP angkatan 58 maupun mahasiswa peserta program PMM (Pertukaran Mahasiswa Merdeka) tahun 2023 yang telah melaksanakan PjBL ini hingga tuntas. Salah satu luaran dari PjBL mata kuliah P3B ini adalah booklet yang dibuat oleh setiap kelompok untuk menampilkan produk inovasinya dan booklet tersebut ditampilkan pada buku ini. Terimakasih tidak lupa disampaikan kepada seluruh manajemen pengelola Prodi SJMP dan Sekolah Vokasi-IPB, serta seluruh dosen pengampu mata kuliah Pengembangan dan Pemasaran Produk Baru. Terimakasih kepada seluruh pihak yang berkontribusi terwujudnya buku ini.

Dengan mendokumentasikan hasil pembelajaran ini diharapkan dapat menjadi gambaran dan inspirasi bagi pendidik, pengembang produk, ataupun pembaca. Tidak ada gading yang tak retak begitu pula penyusunan buku ini, meskipun demikian semoga tulisan ini dapat menjadi inspirasi ataupun dapat dipetik hikmahnya bagi pembaca. Aamiin.

Desember 2023

*Penulis*

## Pendahuluan

Mata kuliah "Pengembangan dan Pemasaran Produk" memiliki 4 SKS (Satuan Kredit Semester) dan terdiri 1 SKS teori dan 3 SKS praktikum atau proses belajar (PB) untuk teori selama 1x50 menit sementara PB untuk praktikum selama 3x170 menit. Mata kuliah ini membahas tentang : penggalan kebutuhan konsumen, desain produk, pengembangan produk dari skala kecil sampai skala produksi, termasuk : *Scaling-up*, desain kemasan dan label yang memenuhi regulasi yang berlaku, regulasi produk, mutu dan keamanan pangan, serta konsep peluncuran dan pemasaran produk. Rincian topik pertemuan selama satu semester pembelajaran tersaji di Tabel 1.

Kemampuan akhir yang diharapkan tercapai bagi mahasiswa dari setiap 14 pertemuan dan 2 pertemuan ujian terstruktur (UTS dan UAS) tersaji di Tabel 1 berikut.

**Tabel 1. Rincian Tujuan Pembelajaran per Topik Pertemuan MK -P3B**

Sub-CPMK1	Mahasiswa Mampu menjelaskan konsep teoritis tentang pengembangan produk baru (New Product Development), ruang lingkup, tujuan, peran dan kegunaan pengembangan produk baru
Sub-CPMK2	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai "Business Process" mulai dari penggalan ide, pengerucutan ide, pengembangan dan pengujian konsep produk, pengembangan strategi pemasaran, analisis bisnis, pengembangan produk , pengujian pasar hingga komersialisasi
Sub-CPMK3	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep teoritis dan pelaksanaan Penggalan dan Pengembangan Ide Produk
Sub-CPMK4	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep teoritis dan pelaksanaan Desain Pengembangan Produk
Sub-CPMK5	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep teoritis dan pelaksanaan Teknik Pengembangan Produk
Sub-CPMK6	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep teoritis dan pelaksanaan Teknik Perbesaran Skala
Sub-CPMK7	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep teoritis dan pelaksanaan Analisis Biaya dan Keuntungan dalam Pengembangan Produk Baru
<b>UJIAN TENGAH SEMESTER [UTS]</b>	
Sub-CPMK8	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep teoritis dan pelaksanaan simulasi Regulasi Produk
Sub-CPMK9	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep teoritis terkait Hak Kekayaan Intelektual
Sub-CPMK10	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep teoritis terkait Hak Perlindungan Konsumen
Sub-CPMK11	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep teoritis dan pelaksanaan Pembuatan Manual, SOP, IK
Sub-CPMK12	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep teoritis dan pelaksanaan Komersialisasi Hasil Pengembangan Produk
Sub-CPMK13	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep teoritis dan pelaksanaan Konsep Dasar Peluncuran Produk
Sub-CPMK14	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep teoritis dan pelaksanaan Evaluasi Kinerja Hasil Pengembangan Produk
<b>UJIAN AKHIR SEMESTER [UAS]</b>	

Luaran dari penerapan metode PjBL pada mata kuliah P3B, terdiri atas: 1) produk inovasi berkemasan dan berlabel; 2) Manual produk inovasi; 3) Booklet; 4) Video pembuatan produk inovasi dan video terkait pemasaran produk. Luaran tambahan dari mata kuliah ini: mahasiswa dibimbing untuk menjadi penyelenggara acara "Kuliah Umum Bersama" dengan narasumber dari praktisi: industri pangan, LPPOM-MUI, Dinas Kesehatan-Bogor, Badan POM RI, atau dengan usaha mikro kecil menengah (UMKM). Selain itu, luaran tambahan tahun ini dari PjBL P3B berupa manuskrip jurnal terkait tahapan pengembangan produk inovasinya.

## Materi Inovasi Produk

Mahasiswa peserta mata kuliah “Pengembangan dan Pemasaran Produk Pangan ini terdiri dari mahasiswa program studi Supervisor Jaminan Mutu Pangan dan mahasiswa dari program PMM (Pertukaran Mahasiswa Merdeka) tahun 2023 (3 orang). Untuk mengerjakan proyek, seluruh mahasiswa dibagi dalam 24 kelompok kecil dan setiap kelas praktikum terdiri dari 6 kelompok, sementara setiap kelompok terdiri atas 4-5 mahasiswa.

Tema produk inovasi untuk tahun 2023 adalah “Makanan atau Minuman Berbasis Tepung”. Di awal tahap pengembangan, setiap kelompok akan mencari ide produk yang akan dikembangkan bersama tim sesuai tema tahun 2023. Selanjutnya di minggu praktikum ke 2, semua kelompok melakukan survey konsumen, pakar, praktisi, tren produk terkini dari jenis produk sejenis. Di pertemuan ke 3, setiap kelompok mahasiswa mempresentasikan hasil survey dan rancangan produk yang akan dikembangkannya. Di minggu praktikum ke 4-6, setiap kelompok berusaha mewujudkan rancangan produknya dari skala kecil (skala laboratorium), sedang (skala *pilot-plant*), dan besar (skala produksi). Di pertemuan ke 7 setiap kelompok mempresentasikan progres proyek inovasi produknya. Setelah Ujian Tengah Semester (UTS) selesai di pertemuan ke 8, setiap kelompok melakukan *brainstorming* terkait kendala-kendala yang terjadi, baik dari sisi formulasi, pengolahan produk, pengemasan, strategi pemasaran, analisis biaya, dan komersialisasi produk. Pertemuan minggu ke 9, setiap kelas praktikum dibimbing Dosen melakukan simulasi pengurusan izin edar, penjelasan hak konsumen, dan hak kekayaan intelektual. Pada pertemuan minggu ke 10 dan 11, setiap kelompok melaksanakan pemantapan pembuatan produk. Di minggu ke 12, setiap kelompok membuat produk dan melakukan komersialisasi. Praktikum minggu ke 13, semua penanggung jawab kelas praktikum beserta panitia mempersiapkan acara “Kuliah Bersama” dengan narasumber Praktisi. Sebelum melaksanakan ujian akhir semester di minggu ke 16, setiap kelompok mempresentasikan hasil PjBL selama satu semester.

### Pertemuan Minggu ke 1

Umumnya dimulai dengan penyampaian kontrak perkuliahan mata kuliah P3B yang berisi deskripsi mk, capaian mk, topik pembahasan di 14 pertemuan selama 1 semester dan 2 pertemuan ujian terstruktur. Mahasiswa per kelas praktikum berjumlah sekitar 30 mahasiswa terbagi dalam 6 kelompok. Agenda materi minggu ini pencarian ide produk inovasi, masing-masing kelompok berkumpul dengan anggota kelompoknya melakukan Focus Group Discussion (FGD) atau melakukan *Brainstorming* terkait pembentukan unit usaha (simulasi), struktur organisasi dan personelnya, visi-misi-moto perusahaan, pencarian 10 ide produk untuk dikerucutkan menjadi 3 ide produk yang disiapkan untuk dilakukan survey konsumen, pakar, dan praktisi.

## **Pertemuan Minggu ke 2**

Setiap kelompok merancang kuisisioner terkait 3 produk yang akan disurvei ke konsumen, pakar, atau praktisi. Hasil survei menjadi pertimbangan untuk mengerucutkan ketiga ide produk ke 1 ide produk yang paling direkomendasikan atau disukai oleh konsumen.

## **Pertemuan Minggu ke 3**

Setelah mengetahui prioritas produk yang disukai konsumen, maka tiap kelompok perlu menetapkan: deskripsi produk, kategori pangan, formulasi, diagram alir proses pengolahan hingga teknik komersialisasi produk jadinya. Rancangan atau desain produk inovasi ini, selanjutnya dipresentasikan di Forum kelas untuk untuk menjaring masukan-masukan dari dosen maupun mahasiswa.

## **Pertemuan Minggu ke 4**

Pada minggu ini, saatnya melakukan trial dan error di lab pengolahan. Fokus dari tahap ini mendapatkan formulasi produk sesuai selera konsumen. Oleh karena masih proses tahapan *trial error*, maka jumlah produk yang dibuat sebaiknya sedikit dulu atau skala laboratorium saja. Produk akhir yang sudah siap, selanjutnya dicobakan ke konsumen untuk mendapatkan umpan balik.

## **Pertemuan Minggu ke 5**

Minggu praktikum ke 5 merupakan kelanjutan usaha mewujudkan rancangan/desain produk menjadi produk dengan jumlah produksi ditingkatkan dari minggu sebelumnya, yaitu dengan skala sedang. Pada tahap ini, setelah menemukan formula yang tepat, mulai dilakukan pula pengamatan mutu organoleptik.

## **Pertemuan Minggu ke 6**

Minggu ke 6 merupakan minggu kelanjutan pembuatan produk dengan jumlah produksi ditingkatkan dari minggu sebelumnya, yaitu dengan skala besar. Pada tahap ini, setelah menemukan formula dan proses pengolahan yang tepat, mulai dilakukan pula pengamatan mutu organoleptik, mutu fisik, mutu kimia, serta mutu mikrobiologinya. Perbesaran skala produksi dapat berdampak pada munculnya kendala terkait jumlah dan ketrampilan tenaga kerja, kurangnya peralatan, keterbatasan kapasitas peralatan.

## **Pertemuan Minggu ke 7**

Setiap kelompok mempresentasikan progres proyek inovasi produknya. Selama presentasi di forum ini, selain untuk menjaring masukan-masukan, umpan balik, juga solusi atas kendala yang dihadapi kelompok.

## **Pertemuan Minggu ke 8**

Setiap kelompok melakukan *brainstorming* terkait kendala-kendala yang terjadi, baik dari sisi formulasi, pengolahan produk, pengemasan, strategi pemasaran, analisis biaya, dan komersialisasi produk. Oleh karena itu diperlukan tindakan solusi untuk mengatasi kendala yang terjadi.

## Pertemuan Minggu ke 9

Pertemuan minggu ke 9, setiap kelas praktikum dibimbing Dosen melakukan simulasi pengurusan ijin edar, penjelasan hak konsumen, dan hak kekayaan intelektual. Bekal ini sangat penting untuk membantu UMKM dalam mengurus pengajuan ijin edar.

## Pertemuan Minggu ke 10 dan 11

Setiap kelompok melaksanakan pemantapan pembuatan produk. Pada tahap ini, saatnya membuat dan memasarkan produk dengan kapasitas besar. Melakukan komersialisasi melalui media sosial atau penawaran langsung ke konsumen.

## Pertemuan Minggu ke 13

Pada pertemuan praktikum minggu ke 13, semua penanggung jawab kelas praktikum beserta panitia mempersiapkan acara "Kuliah Bersama" dengan narasumber dari Praktisi. Pada tahun 2023, Kuliah Umum mengangkat tema "**Penanaman Sikap Inovatif dan Jiwa Entrepreneur pada Mahasiswa Guna Mendukung Peran UMKM dalam Memajukan Perekonomian Masyarakat**".

Narasumber pertama adalah Sdr. Ichsana Lovano Pradewa, S.H.Int sebagai *Co-Owner* Bacailte, Bandung yang mana saat ini sedang menempuh studi *Master of Business Administration* di Universitas Leipzig, Jerman untuk pendalaman mengenai UMKM Global. Materi yang disampaikan pada acara Kuliah Umum SJMP berjudul "Kiprah UMKM sebagai Penggerak Ekonomi Masyarakat dan Prospeknya secara Global". Narasumber kedua, Sdr. Randy Raharja, S.KPMA *Owner* OSHA Snack dengan materi berjudul "Penanaman Sikap Inovatif dan Jiwa Entrepreneur pada Mahasiswa Guna Mendukung Peran UMKM". *Flyer* dari Kuliah Umum SJMP tahun 2023 tersaji di Gambar 1.

The flyer is for a public lecture event organized by Sekolah Vokasi (School of Vocational Studies) at Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS). The event is presented by the Supervisor of Quality Assurance, Praditya Praditya. The main theme is "Penanaman Sikap Inovatif dan Jiwa Entrepreneur Pada Mahasiswa Guna Mendukung Peran UMKM dalam Memajukan Perekonomian Masyarakat".

**SPEAKER:**

- Ichsana Lovano P, SH, Int (Co-Owner Bacailte)
- Randy Raharja, S.KPMA (Owner OSHA Snack)

**GUEST STARS:**

- Putri Rahma Fauziah A (Mahasiswa SJMP 23)

**MODERATOR:**

- Lagi Hoesniyah (Mahasiswa SJMP 23)
- Ryha Hoesniyah Fitriyani (Mahasiswa SJMP 23)

**Save The Date!**

- Minggu, 26 November 2023
- 08.00 WIB - selesai
- Gedung BS B03-B06

**Benefit:**

- 1) Ilmu yang bermanfaat
- 2) E-Sertifikat
- 3) Relasi

**REGISTER HERE!**

QR code and link: [ipb.link/pendaftaran-kulim-p3b-sjmp](https://ipb.link/pendaftaran-kulim-p3b-sjmp)

**NARAHUBUNG**

- Aliajya Sini Handayani (Wa : 0856-0013-4945)
- Shema Hanika Putri (Wa : 0888-0689-9694)

Gambar 1. Flyer dari Kuliah Umum SJMP mata kuliah P3B semester ganjil TA 2023-2024

## Pertemuan Minggu ke 14

Setiap kelompok mempresentasikan hasil PjBL selama satu semester. Laporan akhir dari hasil *Project Based Learning* diwujudkan dalam file ppt. Selain laporan akhir yang dipresentasikan, luaran dari penerapan metode PjBL pada mata kuliah P3B meliputi: 1) produk inovasi berkemasan dan berlabel; 2) Manual produk inovasi; 3) Booklet; 4) Video pembuatan produk inovasi dan video terkait pemasaran produk. Pada tahun 2023, luaran tambahan yang dituntaskan oleh seluruh mahasiswa peserta kuliah P3B adalah pembuatan manuskrip jurnal terkait histori dan tahapan pengembangan produk inovasi per kelompoknya.

## Penutup

Berdasarkan hasil esai dari setiap mahasiswa mengenai *personal reflection* terhadap mata kuliah “Pengembangan dan Pemasaran Produk Pangan Baru (JMP 305)” menyampaikan bahwa: secara umum pembelajaran dari mata kuliah ini sangat bermanfaat untuk menunjang kariernya ke masa depan. Meskipun pelaksanaan praktikum selama satu semester menguras pikiran, waktu dan tenaga, tetapi terbayarkan oleh manfaat yang diperoleh. Pelaksanaan PjBL ini bersifat semi mandiri, semua bahan, prosedur pembuatan, penjualan produk dipikirkan oleh setiap kelompok, tetapi waktu pelaksanaan pembuatan produk terjadwal, dengan fasilitas laboratorium untuk pengolahan produk beserta peralatan yang tersedia.

Banyak pembelajaran yang diperoleh dari mata kuliah ini. Tidak hanya dari sisi keilmuan, praktik mandiri, tetapi juga dari sisi softskill seperti: ketrampilan berkomunikasi antar anggota kelompok, pelanggan, ketrampilan mengatasi ketidaksamaan persepsi, ketrampilan bekerjasama dan berkolaborasi antar anggota kelompok dan antar kelompok dalam menyelesaikan serangkaian kegiatan untuk mewujudkan produk inovasi masing-masing kelompoknya beserta kendalanya.

Mewujudkan produk inovasi yang disukai konsumen dengan standar keamanan pangan, bermutu, dan layak dikonsumsi ternyata bukanlah hal simpel dan mudah. Perlu perjalanan panjang nan berliku untuk mewujudkannya menjadi produk yang bermutu secara berkelanjutan dari waktu ke waktu. Dengan pengalaman praktik pembuatan produk ini terpetik pelajaran bahwa mengubah bahan pangan dari *farm to table* adalah kontribusi dari banyak tangan, oleh karena itu rasanya tidak mampu bila bertekad menyediakan pangan *ready to eat* sendirian tanpa campur tangan orang lain.

Pengalaman bagaimana perjuangannya mewujudkan produk kesukaan konsumen dari pencetus ide, desain produk hingga komersialisasi produk inovasi merupakan pembelajaran yang sarat ilmu, sarat hardskill dan sarat softskill. Dari pengalaman ini diperoleh pembelajaran bahwa sesungguhnya kita butuh orang lain dalam menjalani hidup ini, bahkan hanya untuk menyediakan pangan sehat, aman, bermutu, bergizi seimbang, dan layak dikonsumsi untuk tubuh kita. Ada satu kata bijak tren masakini ”Pangan adalah hak setiap orang, maka makanlah sesuai kebutuhan tubuh saja”.

## Daftar Referensi

- [BPM] Badan Penjamin Mutu.2019. Pedoman Pembuatan Instruksi Kerja (IK). Universitas Al Azhar Indonesia.Jakarta (diunduh 2022 April 27) di <https://bpm.uai.ac.id/wp-content/uploads/2020/01/Pedoman-Pembuatan-Instruksi-Kerja-IK-2019.pdf>
- [BPM] Badan Penjamin Mutu.2019. Pedoman Pembuatan Standar Operasional Prosedur (SOP). Universitas Al Azhar Indonesia.Jakarta. (diunduh 2022 April 27) di <https://bpm.uai.ac.id/wp-content/uploads/2022/03/Pedoman-pembuatanStandar-Operasional-Prosedur-SOP-2019.pdf>
- [BPOM] Badan Pengawasan Obat dan Makanan. 2019. Panduan Registrasi Pangan Olahan : Buku 1 Informasi Umum Registrasi Pangan Olahan . Jakarta. e-book [Diunduh 2020 Agustus 30] <http://registrasipangan.pom.go.id/assets/uploads/files/ebook/ebook1.pdf>
- [BPOM] Badan Pengawasan Obat dan Makanan. 2019. Panduan Registrasi Pangan Olahan : Buku 2 Tata Cara Registrasi Akun Perusahaan. Jakarta. e-book (Diunduh 2020 Agustus 30] <http://registrasipangan.pom.go.id/assets/uploads/files/ebook/ebook2.pdf>
- [BPOM] Badan Pengawasan Obat dan Makanan. 2019. Panduan Registrasi Pangan Olahan : Buku 3 Tata Cara Registrasi Pangan Olahan . Jakarta. e-book [Diunduh 2020 Agustus 30] <http://registrasipangan.pom.go.id/assets/uploads/files/ebook/ebook3.pdf>
- [BPOM] Badan Pengawasan Obat dan Makanan. 2019. Panduan Registrasi Pangan Olahan : Buku 4 Label Pangan Olahan. Jakarta. e-book [Diunduh 2020 Agustus 30] <http://registrasipangan.pom.go.id/assets/uploads/files/ebook/ebook4.pdf>
- [BPOM] Badan Pengawasan Obat dan Makanan. 2019. Panduan Registrasi Pangan Olahan : Buku 5 Pengawasan Pre-Market Pangan Segar dan Pangan Olahan. Jakarta. Booklet [Diunduh 2020 Agustus 30] <http://registrasipangan.pom.go.id/assets/uploads/files/ebook/ebook5.pdf>
- Brethauer D. 2002. New Product Development and Delivery. AMACOM, Washington, DC.
- Brody AL dan J.B. Lord. 2000. Developing New Food Products for a Changing Marketplace
- Brody AL dan J.B. Lord. 2000. Developing New Food Products for a Changing Marketplace. CRC Press. Washington, DC.
- [Deperin] Departemen Perindustrian. 2007. Kebijakan pemerintah dalam perlindungan hak kekayaan intelektual dan liberalisasi perdagangan jasa profesi di bidang hokum. Dirjen UKM.
- Earle M, Earle R, Anderson A. 2001. Food Product Development. CRC Press., Washington, D.C.
- Earle, M & Earle, R. 1999, Creating New Foods The Product Developer's Guide, Chandos Publishing (Oxford) Limited, Oxford, England.
- Fuller, GW 1994, New Food Product Development From Concept to Marketplace, CRC Press, Florida, USA.
- Kotler P and Keller KL. 2009. Marketing Management: 13th Edition. New Jersey: Upper Saddle River. Macfie, H. 2007. Consumer-led Food Product Development. CRC Press., Washington, DC. 16.
- Zulham. 2013. Hak Perlindungan Konsumen. Kencana Prenada Media Group. Jakarta

## Lampiran



B O O K L E T



PRODUK INOVASI BERBASIS TEPUNG

**PENGEMBANGAN DAN PEMASARAN  
PRODUK BARU**

**SJMP'58**

# DAFTAR PRODUK

## A P - 1

- **PT Yummy Bite**  
Mirukuboru (Bola Susu)
- **PT Puff N'Joy**  
Croissant Buah
- **PT Hanzi Food**  
Xiaochi Fun (Choipan Tepung Garut)
- **PT Bogor Tasty Food**  
Bomba (Bomboloni Boba)
- **PT Purpa Jaya**  
Bora Cake (Pancake Vla Ubi Ungu)
- **PT Palapa Swakarya**  
Yams Treats (Daifuku Ubi Ungu)

## B P - 1

- **PT Uno Beverage.Co**  
Motte (Mochi Latte)
- **PT Naga Bersinar**  
Doppy (Donut Happy)
- **PT Segienam Jaya**  
Chobakies (Soft Cookies)
- **PT Happy Tummy**  
Es Pistel (Es Pisang Telang)
- **PT Sunny Food**  
Ci-ren Pops (Cireng Pop Ayam)
- **PT Magic Cup Drink**  
Cella (Cendol Rosella)

## A P - 2

- **PT MANAFOOD**  
Mango Bliss Boba (Dessert Mango with Boba)
- **PT Sunshine Food TBK**  
Bananies (Brownies Crispy Tepung Pisang)
- **PT Nexus Food Pioneers**  
ROMANTIC (Roll Mango Sticky Rice)
- **PT Smart VIP**  
De Risin (Risol Isi Nusantara)
- **PT KMS Mitra Food**  
PERI (Pempek Teri)
- **PT Emeryn**  
KERIBANG (Keripik Bawang Pedas Manis)

## B P - 2

- **PT Nomnom Castle**  
Crochick (Croquette with Spicy Curry Chicken)
- **PT Sweet's n Giggles**  
Chilos (Chicken Olos with Japanese Sauce)
- **PT Freshcu Drink**  
Tabo'J (Taro Ball Jelly)
- **PT Fresh On Drink**  
Go Taroo (Sago Ubi Ungu)
- **PT Happy Milk**  
Coocup (Cookies Cup)
- **PT Hakanaje**  
Onichi-Ten (Dimsum Sambal Bawang)

# OUR PRODUCT

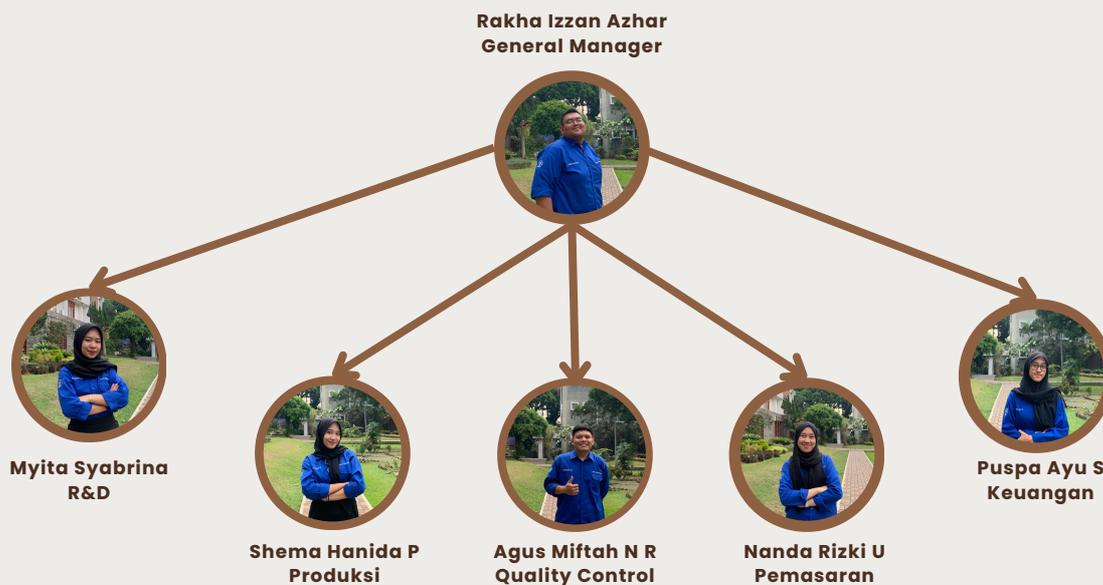
# PRODUCT



# PT. YUMMY BITE

PT Yummy Bite merupakan perusahaan di bidang pangan yang memproduksi produk bola susu dengan pewarna alami buah naga sebagai produk unggulannya.

## STRUKTUR ORGANISASI



## VISI

Menjadi perusahaan di bidang pangan yang mengedepankan mutu, keamanan dan inovasi pangan.

## MISI

1. Menjaga mutu dan keamanan produk sesuai dengan regulasi pangan
2. Memastikan seluruh proses produksi aman dan terkendali
3. Memprioritaskan permintaan dan kepuasan konsumen

# DESKRIPSI PRODUK

Mirukuboru merupakan makanan pencuci mulut berbasis susu yang terbuat dari pencampuran tepung tapioka dengan susu bubuk menjadi bola susu dengan penambahan pewarna alami buah naga, perisa melon, dan milo.

## FORMULASI

### NAGA & MELON

Bahan	Ukuran	Brand	Harga
Tepung tapioka	250 g	Pak Tani Gunung	Rp7.500
Susu bubuk	90 g	Frisian Flag	Rp49.000
Pasta Vanili	3 g	Koepoe koepoe	Rp8.000
Perisa melon	2 g	Koepoe koepoe	Rp8.500
Buah naga	30 g	-	Rp15.000
Kental manis putih	200 g	Frisian Flag	Rp9.000
Air panas	30 mL	-	-
Daun Pandan	3-5 lembar	-	Rp3.000

### MILO

Bahan	Ukuran	Brand	Harga
Tepung tapioka	250 g	Rose Brand	Rp7.500
Susu bubuk	90 g	Milo	Rp38.000
Pasta Vanili	3 g	Koepoe koepoe	Rp8.000
Kental manis coklat	150 g	Frisian Flag	Rp9.000
Air panas	40 mL	-	-
Daun Pandan	3-5 lembar	-	Rp3.000

## DIAGRAM ALIR PROSES

### PROSES PEMBUATAN MIRUKUBORU (NAGA & MELON)



\*Untuk varian milo, susu bubuk diganti dengan susu milo dan kental manis putih diganti dengan kental manis coklat

### NAGA & MELON

INFORMASI NILAI GIZI		
Takaran Saji	50 g	
10 Sajian per Kemasan		
<b>JUMLAH PER SAJIAN</b>		
Energi Total	204.4 kkal	
		<b>%AKG*</b>
<b>Lemak Total</b>	4 g	6%
<b>Protein</b>	4 g	7%
<b>Karbohidrat Total</b>	37 g	12%
Serat Pangan	0 g	1%
<b>Garam (Natrium)</b>	60 mg	4%
<b>Vitamin C</b>	2 mg	2%
<b>Kalsium</b>	144 mg	13%
<b>Magnesium</b>	15 mg	4%
*Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal. Kebutuhan energi Anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah.		

INFORMASI NILAI GIZI		
Takaran Saji	50 g	
10 Sajian per Kemasan		
<b>JUMLAH PER SAJIAN</b>		
Energi Total	178.3 kkal	
		<b>%AKG*</b>
<b>Lemak Total</b>		
<b>Protein</b>		
<b>Karbohidrat Total</b>		
Serat Pangan		
<b>Garam (Natrium)</b>		
<b>Vitamin C</b>		
<b>Kalsium</b>		
<b>Magnesium</b>		
*Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal. Kebutuhan energi Anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah.		

### MILO

## KEBERHASILAN STRATEGI PEMASARAN

Faktor keberhasilan pemasaran mirukuboru dilihat dari segi promosi lewat sosial media, penawaran langsung, dan sistem pemesanan secara *pre-order*. Total 146 pack produk mirukuboru telah terjual dari produksi pertama hingga produksi terakhir.



# PUFF N'JOY CROISSANT BUAH

PT. JOY FOOD



M. Kholid Irhamni Maulana  
(General Manager)



Syifa Khairunnisa  
(RnD)



Ade Trisna Iswanda  
(QC)



Dinda Marina  
(Produksi)



Ikhsanti Nuru Dinnisa  
(Pemasaran)



Dennaya Mustika  
(Keuangan)

## PROFIL PERUSAHAAN

PT. JOY FOOD merupakan perusahaan yang berasal dari kelas API program studi Supervisor Jaminan Mutu Pangan angkatan 58. Perusahaan ini berfokus pada pengembangan produk di bidang bakery & pastry dengan produk unggulannya yakni 'Croissant Buah'.

## VISI

Menyajikan produk pastry berkualitas unggul dan inovatif untuk mengeksplorasi citarasa baru

## MISI

### ENJOY

- Excellence In Taste and Quality
- Nurturing Relationship With Care
- Joyful Innovation as Our Driving Force
- Obligation to Society and Environment
- Yielding Uncompromising Quality

## DESKRIPSI PRODUK

*Croissant* merupakan salah satu jenis pastry yang berasal dari adonan lipat yang hampir sama dengan puff pastry dengan ciri khas berlapis-lapis dan berbentuk bulan sabit. *Croissant* buah memiliki inovasi yaitu pada bagian atasnya akan diberikan whipped cream dan buah stroberi. *Croissant* biasanya memiliki rasa gurih, dengan penambahan buah maka dapat menambah rasa asam, manis dari buah untuk *croissant* itu sendiri.

## FORMULASI

Bahan	Jumlah
<i>Croissant</i>	
Danish pastry sheets	938 g
<i>Whip cream</i>	
Susu bubuk	27 g
Gula halus	45 g
Kental manis	45 g
SP	15 g
Vanili	5 g
Buah naga	30 g
Es batu halus	200 g
Strawberry segar	25 pcs

Danish pastry dikeluarkan dari pendingin

Didiamkan selama 10 menit

Pemotongan segitiga sesuai ukuran

Dilakukan penipisan adonan

Penggulungan adonan

Didiamkan selama 60 menit

Pengovenan suhu 180C, 10 menit

Didinginkan suhu ruang

Whipped cream buah naga

Pengemasan

Buah strawberry

Croissant Buah

## ING

INFORMASI NILAI GIZI		40 g
Takaran per saji		40 g
1 Sajian per Kemasan		
<b>JUMLAH PER SAJIAN</b>		
<b>Energi Total</b>		164,1 kkal
		<b>%AKG</b>
Lemak	11,5 g	13%
Protein	2,2 g	3%
Karbohidrat	0,8 g	3%
Serat	2,8 g	14%
Vitamin E	1,6 mg	13%
Vitamin C	3,4 mg	3%
Fosfor	36,3 mg	5%

\* Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal. Kebutuhan energi anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah.

## 4P

- Price : Rp. 10.000
- Place : Sekolah Vokasi IPB
- Product : Croissant whipped cream buah (pastry)
- Promotion : Melalui media sosial (instagram, whatsapp)

## KELOMPOK 3 / API

1. Cika Ridha Rismawati J0305211033
2. Eka Dewi Anisyah Azis J0305211090
3. Mochamad Nabil Sr J0305211053
4. Jasmine Maulida Luthfiana J0305211106
5. Fauzah Khairunnisa Shidiq J0305211166
6. Muhammad Ibrani Aldin X1004231190



### Nama Perusahaan: PT HANZI FOOD

#### Visi:

Menjadi perusahaan di bidang makanan yang dikenal luas oleh masyarakat dengan citra rasa positif sebagai makanan camilan yang menyehatkan

#### Misi:

- Menawarkan menu makanan dengan harga terbaik
- Menciptakan produk makanan dengan bahan yang berkualitas
- Memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen agar konsumen merasa puas

Hanzi adalah salah satu bentuk seni tulisan yang tertua di dunia dari Tiongkok dengan bentuk yang beragam dan indah yang banyak disukai. Tujuan penggunaan nama ini agar perusahaan ini dapat sukses dengan waktu yang lama seperti hanzi yang banyak disukai dan mendapatkan pembeli yang berlimpah

## STRUKTUR PERUSAHAAN





# CHOI PAN

## SUBSTITUSI TEPUNG GARUT

Choi pan merupakan makanan khas Pontianak yang berbahan baku dari tepung beras dengan isian parutan bengkung, wortel dan rebon. Setelah itu, choi pan dikukus hingga matang dan disajikan dengan taburan bawang putih goreng dan minyaknya. Namun pada produk olahan inovasi kami penggunaan tepung tapioka disubstitusi menggunakan tepung garut

### FORMULASI CHOIPAN

No.	Bahan	Satuan (g/mL)	No.	Bahan	Satuan (g/mL)	No.	Bahan	Satuan (g/mL)
1.	Tepung Beras	100 gram	7.	Wortel	200 gram	12.	Garam	15 gram
2.	Tepung Garut	30 gram	8.	Rebon	15 gram	13.	Lada	10 gram
3.	Air Hangat	100 mL	9.	Bawang putih	20 gram	14.	Penyedap	10 gram
4.	Garam	8 gram	10.	Minyak sayur	20 mL	15.	Cabai	52 gram
5.	Minyak Sayur	20 mL	11.	Gula	20 gram	16.	Cuka	3 mL
6.	Bengkung	1000 gram						

### INFORMASI NILAI GIZI

Informasi Gizi	
Ukuran Porsi	20 gram (g)
Per porsi	
<b>Energi</b>	<b>142 kJ</b> 34 kkal
<b>Lemak</b>	<b>1,01g</b>
Lemak Jenuh	0,085g
Lemak Trans	0g
Lemak tak Jenuh Ganda	0,322g
Lemak tak Jenuh Tunggal	0,527g
Kolesterol	4mg
<b>Protein</b>	<b>1,03g</b>
<b>Karbohidrat</b>	<b>5,31g</b>
Serat	0,7g
Gula	0,96g
Sodium	44mg
Kalium	44mg

### DIAGRAM ALIR PEMBUATAN CHOIPAN



## PT. BOGOR TASTY FOOD

# Profil Perusahaan



PT. Bogor Tasty Food adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang makanan, yaitu membuat camilan/dessert yang enak dan mengenyangkan dengan motto :

nikmat, aman, dan berkualitas.

Dengan produk yaitu Bomboloni Boba

## Visi

Menyajikan produk pangan yang berkualitas, aman, dan inovatif.

## Misi

- Menggunakan bahan baku yang berkualitas.
- Proses pembuatan dengan mengedepankan kebersihan
- Mengembangkan produk sesuai keinginan konsumen

# Struktur Organisasi

General manager



Faida Nur Zakiyah  
J0305211088

Keuangan



Makayla fayly Wibowo  
J0305211031

Quality control



Nurhasanah  
J0305211147

RnD



Mutiara Vania Hesti  
J0305211024

Produksi



M Razev Azmi Z  
J0305211204

Pemasaran



M. Fiqih Al Fikri  
J0305211186



# B O M B A

## Deskripsi Produk

Bomboloni Boba merupakan produk jenis bakeri yang dipadupadankan dengan boba brown sugar. Bomboloni boba ini merupakan cetusan ide dessert terbaru terutama bagi orang yang menyukai makanan manis dan menyukai boba.

## Formulasi

### Bomboloni

Terigu protein tinggi 500g, terigu protein sedang 500g, es batu 400g, gula pasir 220g, margarin 100g, telur 115g, susu bubuk 27g, ragi 5g, dan garam 5g.

### Boba

Tapioka 100g, agar 30g, gula merah 120g dan air mendidih 20mL.

### Whipped cream

Kental manis 228g, susu bubuk 108g, gula pasir 1000g, Sp 30g, es batu 50g

## ING Bomba

INFORMASI NILAI GIZI		
Takaran Saji	50 g	
1 Sajian per kemasan		
JUMLAH PER SAJIAN		
Energi Total	80 kkal	
		<b>%AKG*</b>
Lemak total	1 g	2%
Protein	2 g	2%
Karbohidrat total	15 g	5%
Kalsium	10 g	1%
Magnesium	4 g	1%
Fosfor	22 g	3%

\*Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal. Kebutuhan energi Anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah.

## Diagram Alir

### Bomboloni



### Boba



### Whipped cream



## Keberhasilan

	50 kotak	52 kotak	72 kotak	25 kotak	35 kotak
Total penjualan	Rp203,236	Rp208,166	Rp257,460	Rp197,879	Rp142,265
1 Pcs	Rp 4,065	Rp 4,003	Rp 3,576	Rp 7,915	Rp 4,065
40% untung	Rp 1,626	Rp 1,601	Rp 1,430	Rp 3,166	Rp 1,626
Harga baru	Rp 5,691	Rp 5,604	Rp 5,006	Rp 11,081	Rp 5,691
Harga pokok	Rp 6,000	Rp 6,000	Rp 6,000	Rp 6,000	Rp 6,000
Untung per Pcs	Rp 1,935	Rp 1,997	Rp 2,424	Rp (1,915)	Rp 1,935
Keuntungan total	Rp 96,764	Rp103,834	Rp174,528	Rp (47,879)	Rp 48,382
Total keuntungan 5 hari produksi				Rp	375,629

**Bomba** produksi selama 5 hari dengan keuntungan yang memuaskan



# PROFIL PERUSAHAAN

PT. Purpa Jaya merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang industri makanan terutama roti, dengan produk yang dihasilkan yaitu pancake vla ube ungu dengan merek The Bora Cake.

## STRUKTUR ORGANISASI



Muhammad Arsyad  
(Manajer)



Novi Giotta  
(R&D)



Rifqi Zain  
(Produksi)



Gita Khaerunnisa  
(QC)



Shafira Az-zahra  
(Pemasaran)



Maghira Syafiqah  
(Keuangan)

### VISI

Menjadi usaha produk pangan yang inovatif memanfaatkan bahan lokal dengan kualitas terbaik

### MISI

1. Menyediakan menu makanan dengan bahan-bahan berkualitas
2. Menciptakan produk yang berinovasi dengan menyesuaikan saran konsumen



# DESKRIPSI PRODUK

Pancake with Vla Sweet Potato merupakan inovasi dari produk pancake dengan variasi rasa saus baru dengan menambahkan ubi ungu pada bahan dasar vla yang akan dijadikan saus pelengkap pada pancake. Selain itu inovasi dari saus pancake ini tentu akan memiliki varian warna baru dari saus pancake pada umumnya, yaitu, berwarna ungu.

## DIAGRAM ALIR

### PANCAKE



### VLA UBI UNGU



## STRATEGI PEMASARAN

Produk inovasi ini dijual dengan harga Rp10.000/box dengan pemasaran secara online dengan sistem pre-order. Produk ini dipromosikan melalui media sosial.

## FORMULASI

No	Pancake		Vla Ubi Ungu	
	Bahan	Jumlah	Bahan	Jumlah
1	Tepung Terigu	500 g	Susu cair	450 ml
2	Telur Ayam	310 g	Ubi Ungu	180 gr
3	Margarin	200 g	Air	16 gr
4	Gula Pasir	200 g	Garam	2,5 g
5	Susu Cair	250 ml	Vanili	5 g
6	Baking Powder	25 g	Maizena	75 g
7	Garam	3 g	Gula Pasir	45 g
8	Vanili	4 g		

## INFORMASI NILAI GIZI

INFORMASI NILAI GIZI		
Takaran saji : 100 g		
Jumlah sajian per kemasan : 2		
<b>JUMLAH PERSAJIAN</b>		
<b>Energi Total</b>		273 kkal
		% AKG
<b>Lemak Total</b>	9 g	28%
<b>Kolesterol</b>	61 mg	
<b>Protein</b>	5 g	8%
<b>Karbohidrat</b>	44 g	64%
<b>Natrium</b>	27 g	
*Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal. Kebutuhan energi anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah		



# DESKRIPSI PRODUK

Daifuku merupakan makanan semi basah manis khas Jepang yang terbuat dari tepung mochiko. Daifuku memiliki tekstur yang lembut, lengket, kenyal, dan berbentuk bulat-bulat. Daifuku biasanya memiliki isian strawberry utuh dan diisi dengan pasta kacang merah.

Pada produk inovasi ini, tepung ketan sebagai bahan dasar akan disubstitusikan dengan tepung ubi ungu. Kemudian, pasta ubi ungu dan buah strawberry akan digunakan sebagai filling pada daifuku.

## FORMULASI

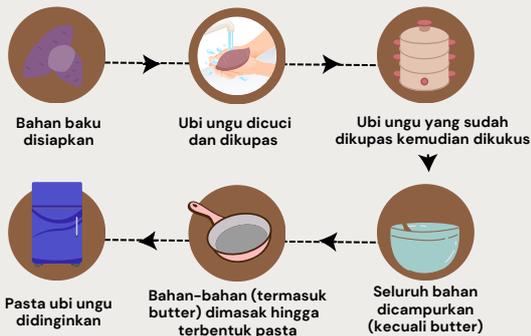
### pasta ubi ungu

- Ubi ungu 6.6 g
- Gula pasir 3.3 g
- Susu bubuk 0.7 g
- Susu full cream 3.0 g
- Margarin 2.2 g
- Lemon 0.7 g
- Tepung maizena 0.2 g

### daifuku ubi ungu

- Tepung ubi ungu 0.2 g
- Tepung ketan 5.5 g
- Tepung maizena 1.4 g
- Susu full cream 9.7 g
- Gula pasir 2.4 g
- Minyak 0.8 g

### pasta ubi ungu



### DIAGRAM ALIR daifuku ubi ungu



## TABEL ING

INFORMASI NILAI GIZI		
Takaran Saji/Serving Size: 90 g		
Jumlah Sajian per Kemasan/Serving per Pack: 1		
JUMLAH PER SAJIAN/AMOUNT PER SERVING		
Energi Total/Total Energy 164 kkal/kcal		
		%AKG/%DV
Lemak Total/Total Fat	5 g	8%
Protein/Protein	2 g	4%
Karbohidrat Total/ Total Carbohydrates	29 g	9%
Serat Pangan/Dietary Fiber	1 g	4%
Vitamin dan Mineral		
Vitamin C	19 mg	21%
Vitamin A	27 mcg	5%
Fosfor/Phosphorus	52 mg	8%
Kalsium/Calcium	44 mg	5%
Magnesium	16 mg	5%
Seng/Zinc	1 mg	8%
Zat Besi/iron	1 mg	5%

\*Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal. Kebutuhan energi anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah.  
\*Percent recommended daily intakes for population are based on 2150 kcal diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs.

## STRATEGI PEMASARAN

Strategi pemasaran yang diterapkan pada produk daifuku ini adalah strategi 4P. Strategi 4P meliputi:

- Product (produk): Yam Treats Daifuku Ubi Ungu
- Price (harga): Rp 10.000 (1 pack isi 2 pcs)
- Place (tempat): Sekolah Vokasi IPB University dan sekitarnya
- Promotion (promosi): Secara daring melalui platform media sosial Instagram dan Whatsapp, juga secara luring dengan menawarkan kepada para dosen dan mahasiswa sekitar kampus

# KELOMPOK 1

PT. MANAFOOD



The Art of Sipping Sweetness

## PROFIL PERUSAHAAN

PT Manafood merupakan perusahaan yang berkomitmen untuk membawa kelezatan dan kebahagiaan melalui makanan *dessert* berkualitas tinggi dengan produk unggulan *Mango Bliss Boba*. Kami menyatukan keunikan sajian boba dengan kenikmatan mangga segar, menciptakan kombinasi yang memukau dan memuaskan selera.

## STRUKTUR ORGANISASI



### VISI

Menciptakan produk *dessert* berkualitas yang selalu segar dan lezat, serta menjaga komitmen terhadap inovasi dan kepuasan pelanggan.

### MISI

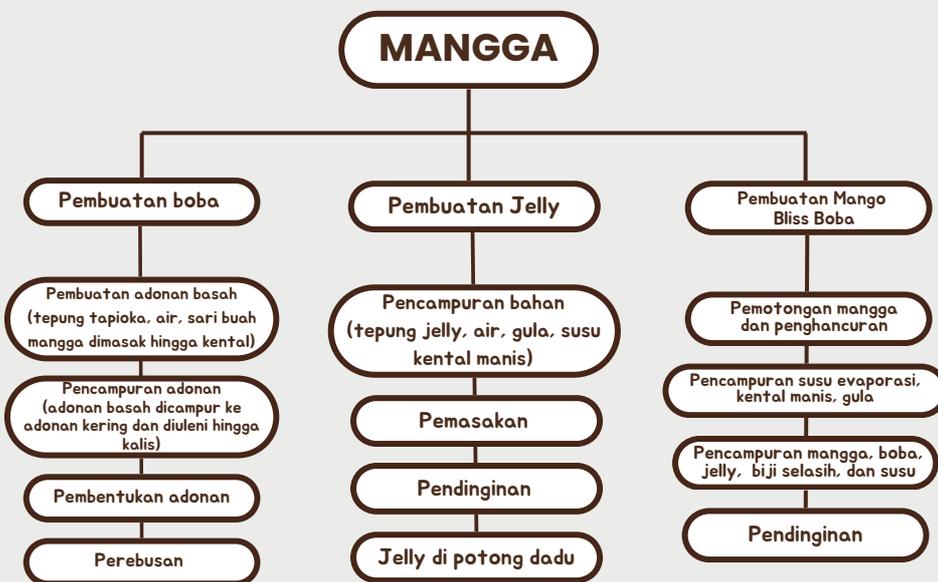
- Berkomitmen menghasilkan produk *dessert* berkualitas terbaik dengan bahan-bahan segar.
- Kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama dengan mendengarkan umpan balik pelanggan dan berusaha memperbaiki produk agar memenuhi harapan pelanggan.
- Memberikan edukasi publik tentang manfaat kesehatan dan gizi dari buah mangga.



## DESKRIPSI PRODUK

Mango Bliss Boba merupakan salah satu jenis minuman pencuci mulut (*dessert*) berbahan dasar buah mangga yang dipotong-potong menjadi potongan kecil dan boba yang dipadukan dengan campuran susu yang menjadikan mango bliss boba ini digemari oleh berbagai kalangan. Mango bliss boba memiliki rasa yang manis dan segar, serta lebih nikmat disajikan secara dingin sehingga cocok dimakan saat cuaca panas.

## DIAGRAM ALIR



## FORMULASI

- Jelly 60 g
- Susu evaporasi 1215 g
- Susu Kental manis 220 g
- tepung tapioka 500 g
- biji selasih 20 g
- Buah mangga 2 kg
- Gula pasir 1500 g
- Air 2700 ml

## INFORMASI NILAI GIZI

INFORMASI NILAI GIZI	
Takaran Saji	300 mL
1 Sajian per kemasan	
JUMLAH PER SAJIAN	
Energi Total	1882 Kal
<b>Lemak total</b>	7 g
Lemak Tersaturasi	0 g
Lemak Tak Jenuh Ganda	0 g
Lemak Tak Jenuh Tunggal	0 g
Lemak Trans	0 g
<b>Protein</b>	1.3 g
<b>Karbohidrat total</b>	12 g
Dietary Fiber	2 g
Gula	3 g
<b>Natrium</b>	10 mg
<b>Kalium</b>	0 mg

## KEBERHASILAN STRATEGI PEMASARAN

Keberhasilan pemasaran pada produk Mango Bliss Boba dapat dilihat dari peningkatan jumlah produksi dan penjualan di setiap batch produksi/minggu. PT Manafood mampu mendapatkan keuntungan dalam jumlah besar dengan biaya produksi yang kecil serta testimoni positif dari konsumen yang melakukan pembelian ulang setiap *open pre-order*.





# PROFIL PERUSAHAAN

Pt.Sunshine food tbk merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri inovasi pangan. Produk inovasi yang dikembangkan ialah merupakan Brownies Pisang Crispy dengan merk dagang **Bannanies**. Perusahaan selalu memastikan produk yang dijual selalu dalam mutu yang baik dimana memiliki rasa yang lezat dan tekstur yang renyah.

## STRUKTUR ORGANISASI

GENERAL MANAGER



GHASSAN RAFANANDA



ANNISA INTAN



YUDITH REVIANO



ANNISA SALSABILA



ANISA PUTRI



DIFA MUKMILATUL

## VISI

Menghasilkan makanan yang bermutu dengan cita rasa yang memancarkan kehangatan dan keceriaan pada setiap gigitannya.

## MISI

1. Menghasilkan produk yang bermutu dengan cita rasa yang baik.
2. Berinovasi dalam menghasilkan produk inovatif dan kreatif.
3. Memberikan pelayanan yang terbaik untuk mencapai kepuasan konsumen yang tinggi.

# DESKRIPSI PRODUK



"Bananies" merupakan brownies bertekstur renyah dan kering yang bahan utamanya terbuat dari campuran tepung pisang dengan berbagai topping seperti choco chips, kacang almond dan keju.

## DIAGRAM ALIR



## STRATEGI PEMASARAN

Memasarkan Produk secara offline di sekitar kawasan Bogor dan secara online dengan media sosial (Instagram dan WhatsApp) dengan sistem pre-order untuk menarik konsumen agar terpacu untuk membeli produk kami.

## FORMULASI

- 50 g Tepung Pisang
- 50 g Gula Halus
- 100 g Coklat Batang
- 40 g Margarin
- 50 g Telur
- 20 g Susu Bubuk
- 1,25 g Vanili
- 1,25 g Garam
- 2 g Baking Powder

## INFORMASI NILAI GIZI

INFORMASI NILAI GIZI		
Takaran Saji 35 g		
Jumlah Sajian per Kemasan 1		
<b>Energi Total</b>		<b>143.8 kkal</b>
		<b>% AKG*</b>
<b>Karbohidrat Total</b>	<b>18.7 g</b>	<b>6 %</b>
<b>Gula</b>	<b>7.3 g</b>	
<b>Serat Pangan</b>	<b>0.2 g</b>	<b>1 %</b>
<b>Lemak Total</b>	<b>7.7 g</b>	<b>11 %</b>
<b>Kolesterol</b>	<b>22.7 mg</b>	
<b>Protein</b>	<b>6.3 g</b>	<b>10 %</b>

\*Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal. Kebutuhan energi anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah.



# PT NEXUS FOOD PIONEERS

**Sajian istimewa di Setiap Gigitan**

## About Company

PT Nexus Food Pioneers merupakan sebuah perusahaan yang fokus pada industri makanan. Misi utama perusahaan ini adalah untuk terus menerus berinovasi dalam pengembangan produk makanan, dengan tujuan menciptakan produk-produk berkualitas tinggi yang memenuhi harapan konsumen. Dengan berkomitmen untuk memberikan kualitas yang terbaik, PT Food Pioneers bertujuan untuk menjadi pemimpin dalam industri makanan dan terus memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan.

## Organization Structure



## Visi & Misi Company

V  
I  
S  
I

Menjadi pionir dalam menciptakan pengalaman kuliner yang tak terlupakan, menghubungkan rasa dengan kebahagiaan, dan menjadi sumber inspirasi untuk pengembangan produk makanan yang inovatif, aman, dan berkualitas.

M  
I  
S  
I

1. Menyajikan produk makanan berkualitas tinggi dengan bahan-bahan pilihan,
2. Menciptakan kombinasi rasa yang baru dan menarik, menjembatani tradisi dengan kreativitas modern, serta menghadirkan pengalaman kuliner yang unik dan menggugah.
3. Memberikan layanan pelanggan yang luar biasa, mendengarkan saran, masukkan dan terus meningkatkan kualitas.
4. Membangun kemitraan yang kuat dengan produsen lokal dan penyedia bahan baku untuk mendukung komunitas bisnis dan ekonomi setempat

# ROMANTIC

## Diagram Alir

### PEMBUATAN KETAN



### PEMBUATAN KULIT & ROLL MANGO STICKY RICE



### PEMBUATAN SAUS



### PEMOTONGAN BUAH MANGGA



## Deskripsi Produk



Nama Produk : Roll Mango Sticky Rice  
 Nama Brand : Romantic  
 Ukuran Kemasan : 30 gram  
 Umur Simpan : 1 hari (suhu ruang),  
 2 hari (penyimpanan refrigrator)

Roll Mango Sticky Rice merupakan inovasi antara mango sticky rice dan lapisan kulit dadar gulung (crepes) dengan penampilan yang menarik dan memiliki rasa unik yaitu percampuran antara gurih dan manis.

## Formulasi Produk

#### Bahan pembuatan potongan mangga

1000 gram mangga harumanis (hijau pucat dan kecoklatan pada bagian atasnya)

#### Bahan pemasakan ketan

- 500 gram beras ketan
- 200 gram santan kara
- 300 gram air mineral
- 24 gram daun pandan simpul
- 7 gram garam

#### Bahan pembuatan saus ketan

- 100 gram santan kara
- 200 gram air
- 38 gram susu kental manis
- 12 gram tepung maizena
- 20 gram gula pasir
- 16 gram daun pandan

#### Bahan pembuatan kulit (crepes)

- 59 gram telur ayam
- 40 gram gula pasir
- 100 gram tepung terigu protein sedang
- 250 gram susu full krim
- 40 gram margarin (keadaan cair)
- 3 gram garam
- 0,2 gram pewarna makanan (tartrazine)

## Keberhasilan Pemasaran

Pemasaran dilakukan secara offline di sekitar Bogor dan online (whatsapp & instagram) dengan menggunakan sistem pre-order. Berdasarkan sistem tersebut dapat dilihat jumlah perkiraan produksi setiap minggu/batch dengan puncak penjualan tertinggi pada batch ke-3 yaitu 78box. Melalui konten instagram dan penyebaran poster terdapat membantu menarik konsumen serta melalui testimoni konsumen produk Romantic dapat terus berkembang.

## Informasi Nilai Gizi

INFORMASI NILAI GIZI	
Takaran saji	45 gram
Jumlah sajian per kemasan : 1	
JUMLAH PER SAJIAN	
Energi total	210 Kkal
%ARG*	
Lemak total	6 g 8 %
Protein	4 g 7 %
Karbohidrat total	33 g 51 %
Natrium	1 mg 0 %
Serat	1 g 0 %
Kalsium	59 mg 4 %
Fosfor	101 mg 14 %
*Persen ARG berdasarkan kebutuhan energi 2150 Kkal. Hebutuhan energi anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah	



# PROFIL PERUSAHAAN PT. SMART VIP

PT. Smart VIP merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri pangan. Produk inovasi yang dikembangkan yaitu Risol Isi Nusantara.

## STRUKTUR PERUSAHAAN



## VISI MISI

Visi : Menjadi perusahaan makanan yang menghadirkan makanan berkualitas serta dikenal luas oleh masyarakat sebagai hidangan yang lezat, aman dan menyehatkan.

Misi :

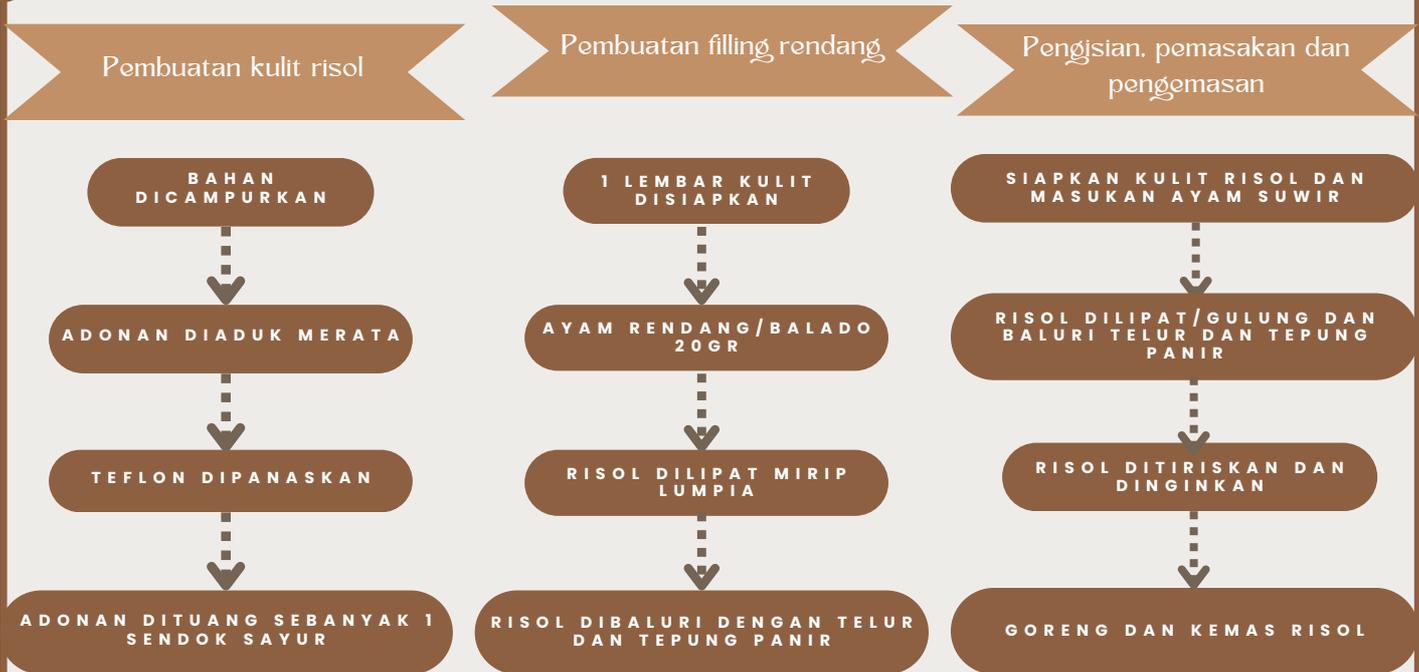
1. Menyediakan kualitas produk yang terbaik dan enak dengan terus meningkatkan kreatifitas dalam memproduksi makanan.
2. Karyawan yang selalu berinovasi dalam pembuatan produk dan menyesuaikan dengan saran dari konsumen.
3. Perusahaan akan mengutamakan tanggung jawab dan terus mengembangkan produk.



## DESKRIPSI PRODUK

'De Risin' merupakan risoles yang berisi lauk-pauk khas nusantara, seperti ayam rendang dan ayam balado dan dilengkapi dengan saus cabai dan cabai rawit kemudian digoreng hingga coklat keemasan

## DIAGRAM ALIR



## FORMULASI

- 1 kg Ayam Fillet
- 2 L Minyak Goreng
- 1 L Air
- 1/2 kg Tepung Panir
- 1/2 kg Cabe Merah Besar
- 1/2 kg Cabe Kriting
- 400 gr Tepung Terigu Protein Sedang
- 250 gr Telur
- 5 sdm Tepung Kanji
- 2 sachet Bumbu Rendang Instan
- 1 pack Daun Jeruk
- 1 ons Bawang Merah
- 1 ons Bawang Putih
- 1/2 ons Kemiri
- 1 sdt Garam

## STRATEGI PEMASARAN

- Melalui promosi di media sosial
- Promosi secara langsung
- Pemasaran word of mouth (WOM) atau mulut ke mulut

## ING PRODUK

INFORMASI NILAI GIZI		
Takaran Saji 1 Sajian per kemasan	25 g	
<b>JUMLAH PER SAJIAN</b>		
Energi Total	140 kkal	
Lemak total	1 g	%AKG* 1%
Lemak Trans	0 g	2%
Protein	8 g	13%
Karbohidrat total	24 g	7%
Kolesterol	15 g	5%
Zat Besi	1 g	3%
• *Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal. Kebutuhan energi Anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah.		

# PROFIL PERUSAHAAN

PT KMS MITRA FOOD



PT KMS Mitra Food merupakan perusahaan yang bergerak di dalam bidang pangan dengan melakukan pengembangan inovasi.

## STRUKTUR ORGANISASI

**GENERAL MANAGER**  
AHMAD DAFFA NAUFAL Z

**R & D**

HESTI NURPADILLAH

**MARKETING**

AMANDA ATIKA ZAHRA

**QC & PRODUCTION**

VISKA PUTRI PRISILLIA

**FINANCE & PRODUCTION**

AISYAH SAKHA DAMARJATI



**VISI**

Menjadi perusahaan yang menjaga kualitas hingga akhir dengan memberikan kontribusi yang signifikan dan terpercaya dalam segi kepuasan bagi konsumen serta masyarakat.

**MISI**

Mengembangkan dan mempertahankan produk yang berkualitas tinggi dan membuat semua aspek secara tepat dan inovatif untuk kepuasan konsumen.

# DESKRIPSI

Olahan daging Ikan teri yang digiling lembut dengan penambahan tepung serta penambahan bahan pendamping lainnya seperti telur, mie, timun, dan cuko sebagai kuah.

# PEMPEK TERI (SI PERI)



## FORMULASI

### PEMPEK

- 1 kg Tepung terigu
- 1 kg Tepung tapioka
- 400 gr Ikan teri medan
- 2 L Air
- 1/2 kg mie kuning
- 100 gr bawang putih
- 25 gr lada
- 40 gr garam
- 12 gr penyedap rasa
- 4 butir telur
- 1 L minyak goreng
- 800 gr timun
- 40 gr ebi

### CUKO

- 4 L air
- 2 kg gula merah
- 160 gr ebi
- 100 gr bawang putih
- 80 gr cabai rawit merah
- 80 gr cabai rawit hijau
- 160 gr asam jawa
- 40 gr garam

## DIAGRAM ALIR

### PEMPEK



### CUKO



## TABEL ING

INFORMASI NILAI GIZI / NUTRITION FACTS	
Takaran saji	150 g
Sajian per kemasan	1
JUMLAH PER SAJIAN / AMOUNT PER SERVING	
Energi Total 362,5 kkal / Total Calories 362,5 kkal	
	%AKG*
Lemak Total / Total Fat	5,1 g 8%
Kolesterol / Cholesterol	145,4 mg 48%
Protein / Protein	38,4 g 64%
Karbohidrat Total / Total Carbohydrate	36,8 g 11%
Serat Pangan / Dietary Fiber	0,4 g 1%
Garam (Natrium) / Salt (Sodium)	438,2 mg 29%
Vitamin A	15%
Vitamin B1	21%
Vitamin B2	12%
Vitamin B6	38%
Vitamin C	0%
Vitamin E	13%
Kalsium	25%
Zat besi / Iron	8%
Seng / Zinc	8%

\*Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal. Kebutuhan energi Anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah  
 \*Percent Daily Values are based on a 2150 kcal diet. Your daily values may be higher or lower on your calorie needs.

## KEBERHASILAN STRATEGI PEMASARAN

Sosial media (instagram dan Whatsapp) yang kami gunakan dalam proses pemasaran produk inovasi ini memberi pengaruh nyata terhadap penjualan produk. Hal ini terlihat dari meningkatnya angka penjualan pada setiap batch produksi.

## PROFIL PERUSAHAAN

- Nama Perusahaan :PT. Emeryn
- Nama Produk :Keribang
- Jenis Produk :Keripik bawang pedas manis
- Motto :Emm Makanan Enak Rasa Yang Nagih

## VISI

Menghasilkan produk yang berkualitas dan bermutu serta dipercayai oleh konsumen

## MISI

- Menghasilkan produk berkualitas dan bermutu
- Menjadikan kepuasan konsumen sebagai prioritas
- Tanggung jawab dan integritas dikedepankan

## STRUKTUR ORGANISASI



## DESKRIPSI PRODUK

Keribang pedas manis merupakan makanan ringan yang terbuat dari tepung terigu dengan tambahan bawang merah sehingga memiliki rasa bawang merah yang gurih. Kemudian, keripik tersebut diinovasikan dengan saus pedas manis sehingga memiliki tambahan cita rasa pedas dan manis. Keribang memiliki tekstur yang renyah dengan rasa pedas manis yang khas.

# KERIBANG

## FORMULASI PRODUK

### Keripik bawang

- Tepung terigu 500 g
- Tepung tapioka 250 g
- Telur 50 g
- Bawang merah 100 g
- Penyedap rasa 12 g
- Garam 4 g
- Margarin 125 g
- Air 225 ml

### Bumbu pedas manis

- Cabai merah 100 g
- Bawang putih 16 g
- Gula pasir 60 g
- Gula merah 75 g
- Penyedap rasa 4 g
- Garam 8 g
- Daun jeruk 4 g
- Air 180 ml



## DIAGRAM ALIR PROSES



## TABEL ING PRODUK

### INFORMASI NILAI GIZI

Takaran saji : 100 g  
Jumlah Takaran Saji : 20 g

### JUMLAH PER SAJIAN

		85 kkal
		% AKG*
<b>Energi total</b>		
<b>Lemak</b>	2 g	3%
<b>Protein</b>	1g	2%
<b>Karbohidrat</b>	15g	5%
<b>Serat</b>	0 g	1%
<b>Natrium</b>	100 mg	7%
<b>Kalsium</b>	9 mg	1%
<b>Magnesium</b>	3 mg	1%

\*Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal.  
Kebutuhan energi anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah

## KEBERHASILAN PEMASARAN

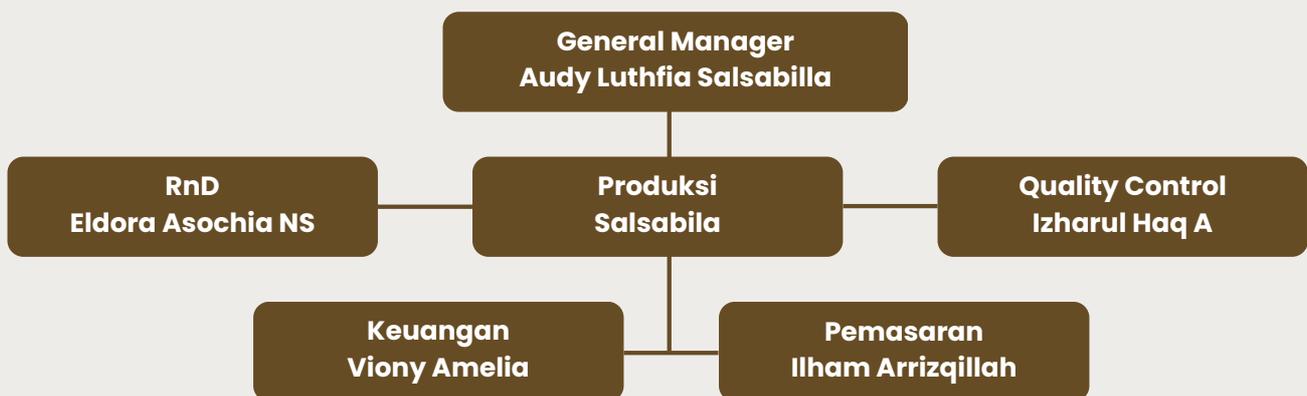
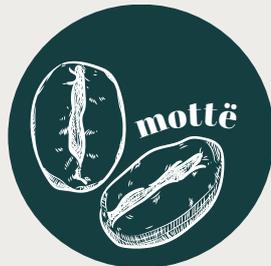
- Pemasaran dilakukan secara online melalui sosial media
- Pemasaran dilakukan secara langsung di daerah Sekolah Vokasi
- Total produk yang terjual selama 5 kali produksi adalah 163 pcs

# UNO BEVERAGES CO.

UNO Beverages Company merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pangan khususnya produk minuman modern. Dengan visi menciptakan minuman berkualitas dan inovatif, kami selalu menjamin kualitas serta mutu produk juga menciptakan minuman inovasi untuk memenuhi keinginan konsumen kami.

## Produk

### Perusahaan :



**Visi** : Menciptakan produk minuman berkualitas dan inovatif bagi konsumen, serta memberikan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat.

**Misi** : Melakukan pengembangan produk berkelanjutan, menjaga kualitas dan daya tarik, serta selalu bertanggung jawab terhadap lingkungan.

**Motto** : There is No-thing Impossible for Being Uno

# DESKRIPSI PRODUK

- Nama Produk** : Mochi Latte  
**Nama Brand** : MOTTE  
**Ukuran** : 250 mL  
**Kemasan** : Gelas plastik PP uk. 12 oz  
**Saran Penyajian** : Konsumsi dalam keadaan dingin



MOTTE merupakan minuman berkafein dengan tambahan susu (coffee latte) yang dipadukan bersama dengan mochi kenyal berisi cookies cream. Rasa manis sedikit pahit dari latte berpadu dengan rasa mochi yang manis bertekstur kenyal.

## FORMULASI DAN TAKARAN SAJI

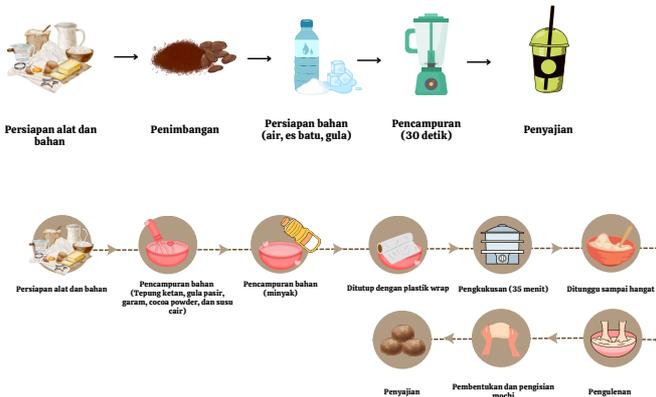
### Coffee Latte

- Coffee latte instan 60 gram
- Gula Pasir 20 gram
- Air matang 500 mL
- Es batu 500 gram

### Mochi

- Tepung ketan 50 gram
- Gula pasir 15 gram
- Garam 2 gram
- Susu *full cream* cair 100 mL
- Minyak goreng 10 mL
- Cocoa powder 10 gram
- Whipp cream 100 gram
- Air dingin 200 mL
- Biskuit hitam 78 gram

## DIAGRAM ALIR



### INFORMASI NILAI GIZI

Takaran saji : 250 g

Jumlah Sajian per Kemasan : 1

**JUMLAH PER SAJIAN :**

**Energi Total 302 kkal**

		%AKG/DV*
<b>Lemak total</b>	<b>13g</b>	<b>19,4%</b>
<b>Kolesterol</b>	<b>23g</b>	<b>1,2%</b>
<b>Protein</b>	<b>6g</b>	<b>0,1%</b>
<b>Karbohidrat Total</b>	<b>41g</b>	<b>12,6%</b>
<b>Garam (Natrium)</b>	<b>991mg</b>	<b>0,7%</b>

Vitamin A

15,7%

\*Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal. Kebutuhan energi anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah.

## KEBERHASILAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK INOVASI

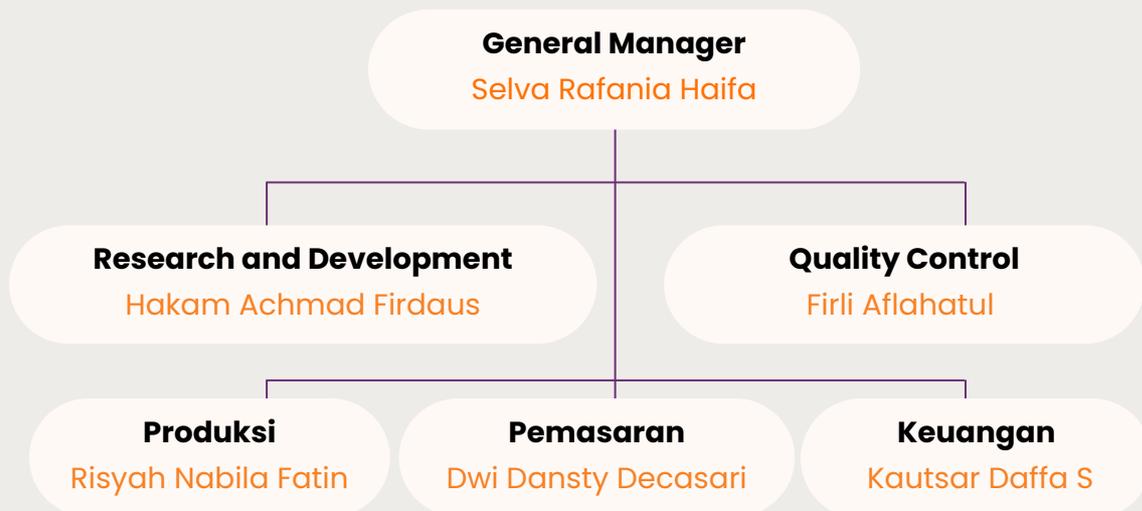
Keunggulan dan keunikan produk /branding, pemasarannya sesuai segmen yang diinginkan



# OUR COMPANY

PT. Naga Bersinar merupakan perusahaan F&B yang menjual produk donat. Menginovasikan donat biasa menjadi donat buah untuk mendukung petani lokal yang ada.

## Struktur Organisasi Perusahaan



### VISI

Menjadi perusahaan terkemuka dalam menghadirkan makanan sehat berbahan dasar buah-buahan dengan fokus pada inovasi, kualitas, dan kepuasan pelanggan.

### MISI

1. Menjaga standar kebersihan dan keamanan pangan yang ketat dalam semua tahap produksi
2. Menghasilkan produk makanan berkualitas tinggi yang diolah dari bahan segar dengan menjaga nilai gizi dan rasa alami

**Motto :**

**Kepuasan Pelanggan No 1**



Donat buah happy (Doppy) merupakan donat yang berbentuk bulat yang akan diisi dengan whip cream dan potongan buah kemudian dibagian atas donat diberi whip cream dan aneka potongan buah-buahan sebagai topping, sehingga berbeda dengan donat pada umumnya yang telah ada dipasaran. Inovasi donat ini cocok bagi konsumen yang ingin merasakan rasa baru seperti sedikit asam dan manis.

## Formulasi Donat

- 200g tepung terigu protein tinggi
- 34g kuning telur
- 37.5g margarin
- 32.5g gula
- 5g ragi
- 130g susu cair UHT full cream
- 1,25g garam
- 200g buah strawberry
- 150g buah mangga

## Formulasi Filling

- 100g bubuk *whip cream*
- 200ml air es
- 150g buah naga
- 2.5g gula

## ING

INFORMASI NILAI GIZI DONAT BUAH HAPPY			
Takaran Saji			1 Pes (45 gr)
Jumlah Sajian Per Kemasan			1
<b>JUMLAH PER SAJIAN</b>			
Energi Total			150,8 kkal
Energi dari Lemak			0 kkal
			% AKG*
Lemak Total	9,6 g		5,97%
Protein	1,8 g		1,66%
Karbohidrat Total	14,7 g		2,15%
Serat Pangan	0,4 g		0,66%
Gula	3 g		
Kalsium	17,1 mg		0,72%
Zat Besi	0,2 mg		22,2%

\* Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal.  
Kebutuhan energi anda mungkin bisa lebih tinggi atau lebih rendah.

## STRATEGI PEMASARAN

1. Penggunaan buah sebagai inovasi konsumsi donat
2. Penggunaan kemasan produk yang menari dan *eye catching*
3. Pembuatan foto produk yang menarik
4. Promosi melalui sosial media
5. Pemesanan menggunakan sistem PO dan batasan orderan
6. Penggunaan diskon setiap pembelian paket donat

## Pembuatan Donat



## Pembuatan Filling Buah



# PROFIL PERUSAHAAN



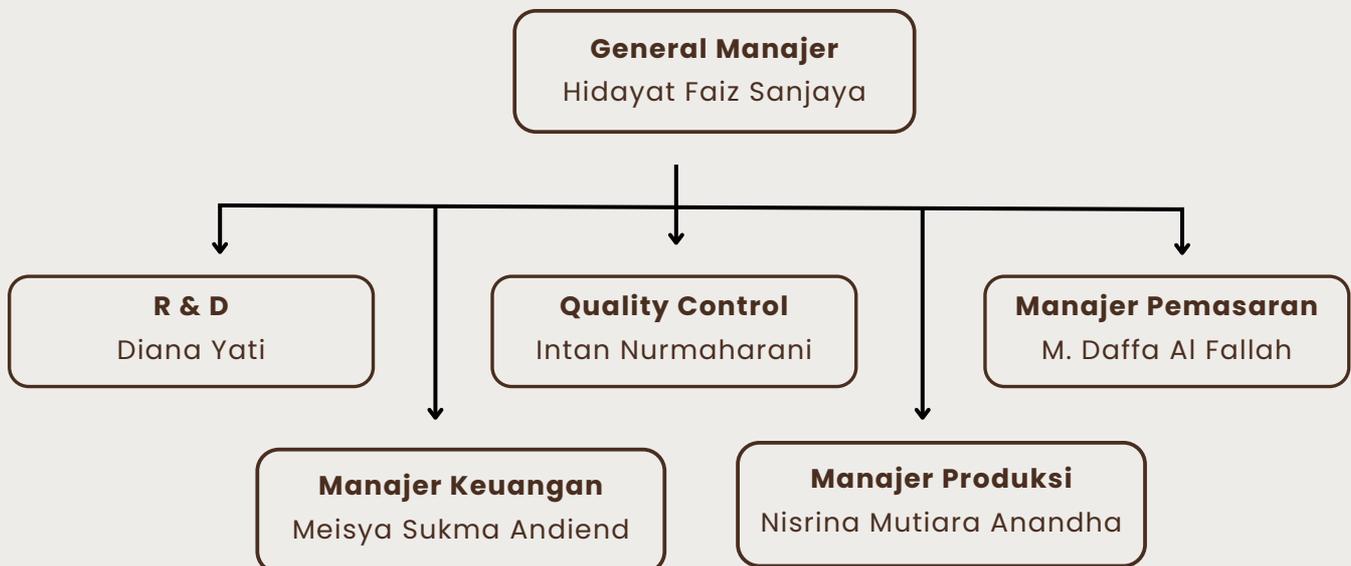
## Tentang Kami

Pt. Segienam Jaya merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pangan dengan produk yang dijual yaitu soft cookies. Perusahaan ini dipimpin oleh Hidayat Faiz Sanjaya dengan visi dan misi yang dibawanya yaitu menjadikan Pt. Segienam Jaya sebagai perusahaan makanan yang dapat memuaskan konsumen dan memperluas jaringan perusahaan serta pemasaran ke seluruh penjuru dunia.

## Filosofi Logo

Segienam yang terdapat pada logo mewakili jumlah anggota kelompok yang terdiri dari 6 orang, sedangkan kata jaya bermakna selalu berhasil/sukses/hebat.

# STRUKTUR ORGANISASI



Soft banana choco cookies kami memiliki tekstur renyah diluar dan bila dipatahkan penampang potongannya bertekstur lunak dengan isian pisang dan chocochips dibagian atasnya.

01  
Deskripsi  
Produk



02

Formulasi  
Produk

- 115 gram mentega atau margarin
- 50 gram gula pasir
- 100 gram brown sugar
- 1 butir telur
- 200 gram terigu protein sedang
- 2,1 gram garam
- 150gram chocochips
- 150 gram coklat putih
- 100 gram pisang Uli
- 2 gram perisa pisang
- 2,1 gram vanilla bubuk
- 2,1 gram baking soda

### 03 Diagram Alir

#### • Diagram Alir Isian Creamy Pisang

White chocolate di lelehkan dengan suhu 40°C dengan metode steam selama 5 menit

Pisang yang sudah di hancurkan, keju oles, susu cair, perisa pisang, dan garam dimasukkan kedalam white chocolate yang sudah dilelehkan dan dilakukan pengadukan hingga tercampur rata

Adonan isian creamy pisang didinginkan dalam freezer atau dengan suhu -18°C selama 8 jam

#### • Diagram Alir Adonan Cookies

Mentega dilelehkan dengan suhu 80°C selama 15 menit

Brown sugar dan gula pasir dimasukkan kedalam mentega dengan masih keadaan panas

Telur dan vanilli bubuk dimasukkan kedalam adonan, diaduk menggunakan balloon whisk selama 15 menit

Tepung terigu, baking soda, choco chips, garam, dan cocoa powder dimasukkan ke dalam adonan lalu aduk dengan balloon whisk hingga rata selama 5 menit

Adonan dipanggang menggunakan oven selama 18 menit pada suhu 175°C

Adonan yang sudah dibentuk bulat dan diberi isian disimpan pada loyang lalu dimasukkan kedalam freezer pada suhu -17° C selama 2 jam

Adonan cookies dipipihkan lalu dimasukkan adonan isian cream pisang, dibentuk bulat dan diberi taburan choco chips dibagian atasnya

Adonan cookies ditimbang sesuai dengan berat yang telah ditentukan yaitu 50 g /pcs

Cookies sudah jadi siap dikemas

### 04 Informasi Nilai Gizi

#### Informasi Nilai Gizi

<b>Takaran Saji</b>	<b>65 gram</b>	
1 Sajian per Kemasan		
Jumlah per sajian		
Energi Total	251.8 kkal	
AKG %		
Lemak Total	13 gram	19 %
Protein	4 gram	7 %
Karbohidrat Total	30 gram	9 %
Garam (Natrium)	90 mg	6 %

\*Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal. Kebutuhan energi anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah.

05

### Keberhasilan Strategi Pemasaran Produk

Keberhasilan pemasaran tim kami dalam memasarkan produk terlihat dari jumlah produk yang meningkat dan terjual di setiap batch produksi. Yang mana kelompok kami mampu meraih keuntungan dalam jumlah besar dengan mengeluarkan sedikit modal

# PROFIL PERUSAHAAN

## PT HAPPYTUMMY



GENERAL MANAGER  
AHMAD RIFQI



### Visi:

Menjadi perusahaan minuman tradisional yang mampu bersaing di pangsa pasar.

### Misi:

1. Menjamin mutu produk sesuai standar yang telah ditetapkan
2. Mampu meningkatkan kreativitas untuk terus berinovasi
3. Dapat mengembangkan produk yang bermanfaat bagi konsumen

**Motto:** Happy Tummy makes you happy

# PROFIL PERUSAHAAN

PT. HAPPYTUMMY merupakan nama perusahaan dari kelompok 4, kelas BPI program studi Supervisor Jaminan Mutu Pangan angkatan 58. Perusahaan ini berfokus pada pengembangan produk inovasi baru dengan produk minuman yang berhasil dikembangkan yaitu es pisang bunga telang.

# DESKRIPSI PRODUK

Es pisang bunga telang merupakan minuman inovasi dari es pisang ijo. Es pisang akan diinovasikan dengan menambahkan ekstrak bunga telang sebagai pemberi warna biru tua pada bagian kulit. Untuk membuat es pisang tahan lama dalam freezer maka akan digunakan vla sebagai pengganti bubur sumsum.

# FORMULASI

## Ekstrak Bunga Telang

- Air 1200 ml
- Bunga telang kering 30 g

## Pisang Bunga Telang

- Pisang Uli 35 buah
- Tepung Beras 300 g
- Tepung Terigu 300 g
- Gula Pasir 150 g
- Santan Kental Instant 170 ml
- Garam 5 g
- Ekstrak Bunga Telang 1000 mL
- Sirup 10 g / porsi
- SKM 10 g / porsi

## Vla

- Air 3400 ml
- Fiber creme 320 g
- Tepung Beras 280 g
- Gula Pasir 400 g
- Garam 12 g
- Perisa Vanilla 12 g

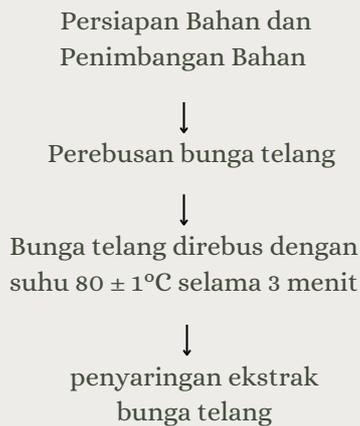
\*Formulasi untuk 38 pack produk

# DIAGRAM ALIR

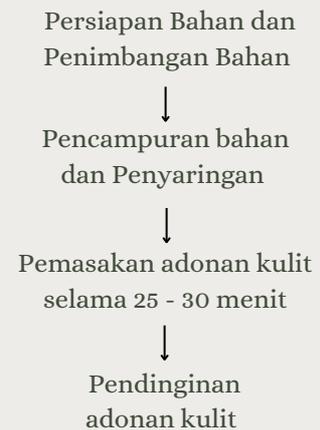
## PEMBUATAN VLA



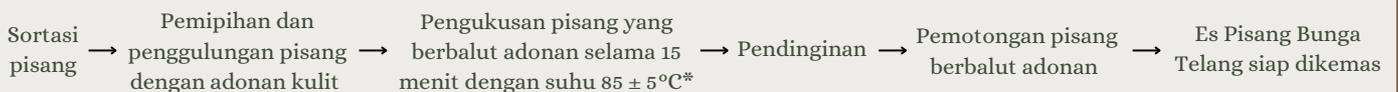
## PEMBUATAN EKSTRAK TELANG



## PEMBUATAN KULIT



## PEMBUATAN ES PISANG



## 4P

- Price : Rp.12.000
- Place : Sekolah Vokasi IPB
- Product : Es Pisang Bunga Telang
- Promotion: Sosial Media ( Instagram, Whatsapp)

- Trial 1 : Terjual 12 pack dengan keuntungan Rp. 32.280
- Trial 2 : Terjual 30 pack dengan keuntungan Rp. 226.568
- Trial 3 : Terjual 38 pack dengan keuntungan Rp. 306.868
- Trial 4 : Terjual 34 pack dengan keuntungan Rp. 98.300
- Trial 5 : Terjual 49 pack dengan keuntungan Rp. 509.000

# TABELING

INFORMASI NILAI GIZI		
Takaran Saji : 300 g		
Jumlah Sajian per Kemasan: 1		
JUMLAH PERSAJIAN		
Energi Total		250,0 kkal
		%AKG
Protein	3,8 g	6%
Lemak	0,8 g	1%
Karbohidrat Total	56,7 g	20%
Serat Pangan	2,0 g	7%
Vitamin dan Mineral		
Vitamin C	5,5 mg	5%
Vitamin A	16,7 µg	2%
Magnesium	26,3 mg	8%
Zat Besi	0,5 mg	8%

# STRUKTUR ORGANISASI



**Nanda Madia Ramadhan**  
(General Manager)



**Fatiyya Ariza**  
(Quality Control)



**Yudisthira Adi**  
(R n D)



**Jeni Luthfi Araya**  
(Production)



**Denita Dwi M**  
(Finance n Marketing)

## TAGLINE

**Tagline: Good Food is Happiness**

Dapat diartikan bahwa mengonsumsi makanan yang lezat dapat membuat perasaan seseorang senang dan merasa gembira. Makanan yang dikonsumsi dapat mempengaruhi suasana hati seseorang. Konsumen diharapkan merasa senang dan gembira setelah mengonsumsi produk cireng pops yang lezat dan nikmat.

**Moto:**

*Good Food Is Happiness*

## DESKRIPSI PRODUK

Ci-ren Pops merupakan camilan yang terbuat dari tepung tapioka dengan penambahan ekstrak wortel yang kemudian dicetak sehingga memiliki warna orange dan memiliki ukuran kecil seperti popcorn.

- Nama dagang : Ci-ren Pops
- Produk : Cireng isi ayam
- Berat bersih : 66 gram
- Bentuk : Bulat
- Diameter : 4 cm
- Komposisi : Air, tapioka, wortel, ayam, cabai, bawang merah, bawang putih, kemiri, daun jeruk, garam, kaldu bubuk, merica, daun bawang.
- Harga/pack : Rp 8.000,

## VISI DAN MISI

**Visi:**

Menjadi perusahaan yang menyajikan produk makanan berbahan dasar tepung-tepungan dengan kualitas tinggi dan disukai oleh hampir semua kalangan

**Misi:**

1. Menyediakan makanan berbahan dasar tepung dengan bahan yang berkualitas
2. Menawarkan produk dengan harga terbaik



## MAKNA LOGO



• **Gambar Popcorn**

Produk yang disajikan berukuran kecil seperti popcorn

• **Warna Orange**

Bentuk pemberi rasa semangat

• **Warna Kuning**

Bentuk kepuasan hati dan kehangatan

• **Ekspresi Tersenyum**

Produk diharapkan dapat membuat konsumen senang dan bahagia

# CI-REN POPS

# PRODUK

## Formulasi

### Isian Ayam Cincang

- Ayam Cincang (500 g)
- Air (150 mL)
- Bawang merah (20 g)
- Bawang putih (50 g)
- Cabai merah (40 g)
- Cabai rawit (10 g)
- Kemiri (5 g)
- Daun Jeruk (3 g)
- Kaldu bubuk (2 g)
- Garam (2 g)
- Lada (1 g)
- Minyak goreng (150 ml)

### Cireng Pops

- Tepung tapioka (1500 g)
- Ekstrak wortel (1,5 L)
- Bawang putih halus (20 g)
- Daun bawang (15 g)
- Garam (3 g)
- lada (2 g)
- Kaldu bubuk (3 g)
- Minyak goreng (500 ml)

### Ekstrak Wortel

- Air (1,5L)
- Wortel (400 g)

## Ekstrak Wortel



## Isian Cireng



## Cireng Pop



## Strategi Pemasaran



Strategi pemasaran yang digunakan pada produk Cireng Pops yaitu dengan menggunakan sistem Open Pre-Order melalui poster yang disebarakan pada platform Instagram dan WhatsApp



## ING

### INFORMASI NILAI GIZI

Takaran saji : 6 g  
Jumlah Sajian per Kemasan : 11

JUMLAH PER SAJIAN :  
Energi Total 19 kkal

		%AKG/DV*
<b>Lemak total</b>	<b>1g</b>	<b>2%</b>
Lemak jenuh	0g	2%
<b>Protein</b>	<b>1g</b>	<b>2%</b>
<b>Karbohidrat Total</b>	<b>3g</b>	<b>1%</b>
Gula	1g	
<b>Garam (Natrium)</b>	<b>0mg</b>	<b>0%</b>
Vitamin A		40%

\*Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal. Kebutuhan energi anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah.

## Total Penjualan & Keuntungan

Berikut rincian total jumlah produk terjual berikut dengan keuntungan bersih yang didapat pada masing-masing produksinya.

- 1 **10 Cup** → - Rp 76.800
- 2 **27 Cup** → Rp 72.800
- 3 **47 Cup** → Rp 227.500
- 4 **31 Cup** → Rp 114.000
- 5 **37 Cup** → Rp 151.000

### Note:

Produk **berhasil terjual** dan sudah memiliki keuntungan bersih sebesar Rp 488.500,00



# CI-REN POPS

# INFORMASI PERUSAHAAN



Kelompok 6 BP 1

## CELLA ES CENDOL ROSELLA



### ● Profil Perusahaan

- Nama perusahaan : PT. Magic Cup Drink
- Nama produk : Cella
- Jenis produk : Cendol Rosella
- Motto : Nikmati sensasi kesegaran minuman kami

### ● Visi dan Misi Perusahaan

Visi :

- Memperkenalkan PT. Magic Cup Drink ke konsumen dan menyediakan minuman segar yang digemari masyarakat yang bermutu dan aman.

Misi :

- Menyajikan minuman yang segar dan aman.
- Menjaga mutu sesuai standar minuman sampai ke tangan konsumen.
- Menambah kualitas dalam bidang research and development.

### ● Struktur Perusahaan



**AI Zahra DP**  
General Manager



**Luluah Sabrina P**  
Finance



**Rafly Aulia R**  
R&D



**AI Zahra DP**  
Produksi



**Awwalu RA**  
Quality Control



**Putri Tampubolon**  
Marketing

# INFORMASI PRODUK



Kelompok 6 BP 1

## ● Deskripsi Produk

Es cendol rosella merupakan jenis minuman manis berupa cendol berbahan dasar tepung beras yang dibuat menggunakan tambahan ekstrak rosella.

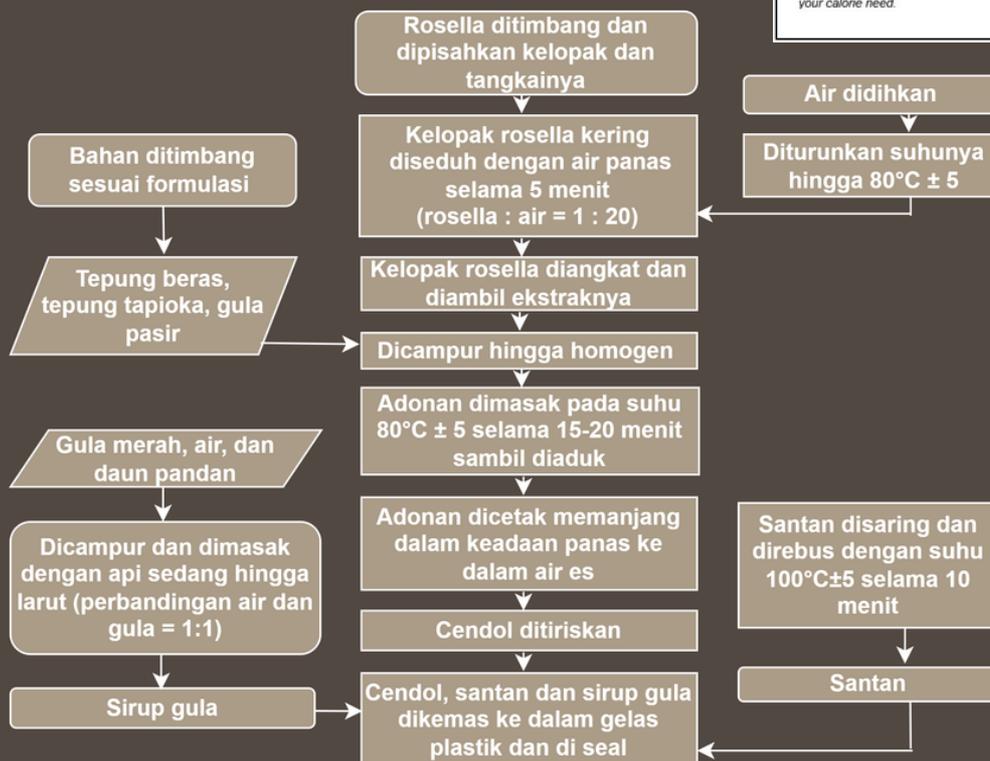
## ● Formulasi Produk dan ING

Formulasi untuk 25 pcs	
150 gr tepung beras	152 gr gula pasir
150 gr tepung tapioka	531 gr gula merah
70 gr rosella kering	1200 gr kelapa parut

INFORMASI NILAI GIZI (Nutrition Facts)	
Takaran Saji (Serving Size)	250 mL
1 Sajian per Kemasan	
<b>JUMLAH PER SAJIAN (AMOUNT PER SERVING)</b>	
Energi Total (Calories)	260 Kkal
<b>Lemak Total (Total Fat)</b>	12 g 18%
Lemak Jenuh (Saturated Fat)	0 g 0%
<b>Protein (Protein)</b>	2 g 2%
<b>Karbohidrat Total (Total Carbohydrate)</b>	38 g 13%
<b>Natrium (Sodium)</b>	8 mg 0%

\*Persen AKG Berdasarkan kebutuhan energi 2000 kkal  
Kebutuhan energi Anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah.  
\*Percent Daily Values are based on 2000 kcal diet  
Your daily values may be higher or lower depending on your calorie need.

## ● Diagram Alir Proses



## ● Keberhasilan

1. Pada produksi 4 dan 5, tekstur cendolnya sudah seperti yang diharapkan yaitu kenyal dan tidak langsung pecah di mulut
2. Rasa cendol mengalami turun naik setiap produksi, namun di produksi 4-5 rasanya sudah stabil seperti yang diharapkan
3. Kemasan juga mengalami beberapa kali perubahan, namun pada produksi 4-5 sudah didapatkan kemasan yang sesuai yaitu sebesar 14 oz. Sesuai dan berhasil karena tidak terlalu kecil dan tidak terlalu besar serta mencukupi untuk dimasukkan es dan cendolnya.

# Croquette with Spicy Curry Chicken (Crochick)

## PROFIL

PT NOMNOM CASTLE Merupakan perusahaan yang memproduksi makanan berbahan dasar tepung dengan kegiatan produksi utamanya yaitu pembuatan Krokot yang di inovasikan dengan isian rendang ayam. Perusahaan ini menerapkan sistem produksi sesuai permintaan konsumen atau sistem (*pre order*). Perusahaan ini berdiri pada tahun 2023 dengan misi menghasilkan produk inovasi dengan kualitas dan keamanan produk yang terjamin dan memprioriaskan kepuasan konsumen. Produk Utama perusahaan ini yaitu Crochik.

## STRUKTUR ORGANISASI PT. NOMNOM CASTLE



M. Shofi'i As'aadi  
GENERAL MANAGER



Ayu Shakira Nur R.  
MANAGER RND



Andhea Sitoresmi N.  
MANAGER PRODUKSI



Ghina Khairunnisa P.  
MANAGER QC



Selica Banowati  
MANAGER PEMASARAN



Febby Aurellyya  
MANAGER KEUANGAN

## VISI

Menjadikan  
usaha makanan  
siap saji yang  
memiliki citra  
positif sebagai  
hidangan  
berkualitas dan  
dikenal oleh  
masyarakat luas.

## MISI

- 1 Menghasilkan produk inovasi baru dari pengembangan produk yang sudah ada
- 2 Berkomitmen dalam menjaga kualitas dan keamanan produk
- 3 Memprioritaskan kepuasan konsumen dengan terus memperbaiki mutu produk
- 4 Memberikan pelayanan yang ramah untuk membangun hubungan yang baik untuk konsumen

# Croquette with Spicy Curry Chicken (Crochick)



## Deskripsi produk:

Croquette with Spicy Curry Chicken (Crochick) adalah produk Krokot kentang dengan isian ayam dan sayuran berbumbu rendang khas Indonesia. Crochick memiliki rasa asin dan gurih yang berasal dari mentega dan susu dengan tekstur renyah di luar, lembut di dalam. Crochick disajikan bersama dengan cabai rawit.

### Formulasi:

#### Adonan:

Kentang 2000g, Tepung terigu 250g, Mentega 100g, Kuning telur 30g, Susu bubuk 20g, Garam 5g

#### Isian:

Ayam 600, Wortel 150g, Buncis 150g, Bawang bombay 50g, Bumbu rendang 150g, Santan 65g, Garam 7g

#### Pelapis basah:

Tepung terigu 200g, Air 500g, Telur 60g, Garam 1g

#### Pelapis kering:

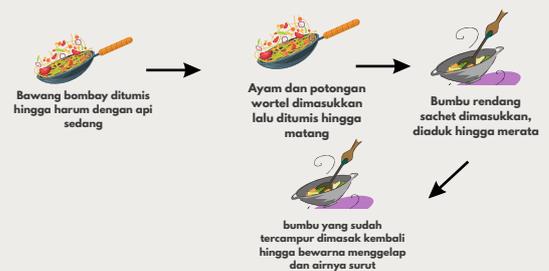
Tepung roti 500g, Tepung terigu 100g

## Diagram Alir Proses Produksi

### Pelapis Crochick



### Isian Crochick



### Croquette with Spicy Curry Chicken



## Informasi Nilai Gizi (ING):

INFORMASI NILAI GIZI		
Takaran Saji/Serving Size : 70 g (1 pcs)		
Jumlah Sajian per Kemasan/Serving per Pack : 1		
JUMLAH PER SAJIAN/AMOUNT PER SERVING		
<b>Energi Total/Total Energy</b>		<b>103.7 Kkal</b>
		%AKG
Lemak Total	3.9 g	6%
Protein	5.1 g	9%
Karbohidrat	12 g	4%
Garam	17.2 g	9%

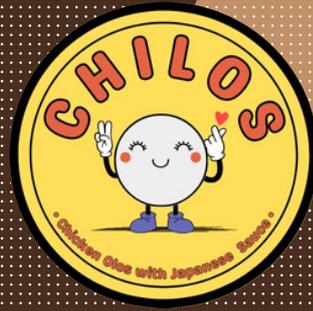
\*Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal. Kebutuhan energi anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah.

## Capaian Penjualan

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Tim Crochick diantaranya melalui media sosial seperti story WhatsApp, Instagram, serta *direct selling*. Strategi pemasaran yang paling berhasil yaitu dengan melalui story WhatsApp selanjutnya dengan *direct selling*. Hal ini terbukti dari para pelanggan yang akhirnya melakukan pembelian lebih dari 2 kali pada produk kami setelah mereka melihat promosi yang Tim lakukan.

Kelompok 2 | BP2

# PT. SWEETS'N GIGGLES



## PROFIL PERUSAHAAN

PT Sweets'n Giggles merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang industri pangan. Perusahaan kami memproduksi sebuah makanan yang bernama Chicken Olos With Japanese Sause yang biasa disingkat menjadi Chilos. Kualitas dan kuantitas merupakan prioritas kami.

## STRUKTUR ORGANISASI



## VISI MISI & MOTTO

**VISI :** Berkomitmen menjadi pionir dalam menghadirkan kelezatan yang tiada tara dan menghiasi setiap suapan dengan sentuhan lezat yang abadi.

**MISI :** 1)Menghasilkan produk berkualitas tinggi yang menyatu dengan estetika, menciptakan pengalaman visual dan rasa yang mengesankan, 2)Menyajikan inovasi berkelanjutan dalam penciptaan rasa dan desain, menggugah selera dan keingintahuan pelanggan kami, 3)Menyediakan layanan pelanggan yang istimewa dan membangun hubungan jangka panjang berdasarkan saling pengertian dan kepercayaan, 4)Berkomitmen terhadap praktik bisnis yang berkelanjutan dan ramah lingkungan, mendukung keberlanjutan planet kita, 5)Menjadi inspirasi dalam industri sebagai model elegan, kreatif, dan terpercaya dalam bisnis kue dan dessert.

**MOTTO :** "Sweet Elegance, Simply Savored"

## DESKRIPSI PRODUK

Chilos Japaneuce (Chicken Olos with Japanese Sauce) atau CHILOS merupakan makanan berbasis tepung tapioka dan tepung terigu yang berbentuk bulat dan melalui proses pemasakan dengan minyak (digoreng). Chilos memiliki tekstur padat dan kenyal, berwarna putih hingga golden brown, dan beraroma seperti produk cireng. Produk Chilos merupakan inovasi dari produk Olos, dengan penyajian Chilos menggunakan isian ayam giling, sayur kol, dan potongan cabai, serta topping saus Jepang.



## ING PRODUK

INFORMASI NILAI GIZI		
Takaran Saji 10 Sajian per Kemasan	25 g	
<b>JUMLAH PER SAJIAN</b>		
Energi Total	475.8 kcal	
		%AKG*
Lemak Total	2 g	3%
Protein	2 g	4%
Karbohidrat Total	6 g	2%
Serat Pangan	0.4 g	1%
Garam (Natrium)	128 mg	9%
Kolesterol	6 mg	2%
Kalsium	6 mg	6%
Magnesium	4 mg	4%

\*Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal. Kebutuhan energi Anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah.

## FORMULASI

Tepung tapioka, Tepung terigu, Kaldu bubuk, Garam, Air panas, Daun bawang, Bawang putih, Merica, Dada ayam, Kol, Bawang merah, Bawang bombay, Saus tiram, Cabai, Saus takoyaki, Bon nori.

## DIAGRAM ALIR



## KEBERHASILAN PEMASARAN

Promosi Chilos dilakukan secara luring dengan menawarkan langsung kepada konsumen dan secara daring dengan melakukan promosi di media sosial berupa postingan poster setiap minggunya. Hasil yang didapatkan hingga produksi terakhir cukup memuaskan. Banyak konsumen dan mahasiswa yang mengetahui produk Chilos dan konsumen dengan loyalitasnya menyebarkan kepada teman-teman mereka sehingga banyak konsumen yang tertarik dengan produk Chilos.

PT. Freshcu Drink merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang industri minuman dengan inovasi berbahan dasar tepung. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2023 dengan mengedepankan kualitas produk dan keinginan konsumen untuk terus menjadi perusahaan yang maju, kreatif, inovatif, dan inspiratif. Produk andalan kami adalah Tabo'J (Taro Ball Jelly).



**RAIDA DWIANA**  
GENERAL MANAGER



**SOPHIA DEVI**  
PRODUCTION  
MANAGER



**ROLAN SITINJAK**  
QC  
MANAGER



**RAISA FASYA**  
R&D  
MANAGER



**RINI YUNI SARA**  
MARKETING  
MANAGER



**ANNISA NURUL**  
ADMINISTRATION  
MANAGER

**Visi: "Perusahaan inovatif dengan kualitas produk terbaik,"**

**Misi:**

- Menyediakan produk berkualitas tinggi dengan rasa yang enak, aman untuk dikonsumsi, dan harga terjangkau
- Kepuasan konsumen adalah no. 1

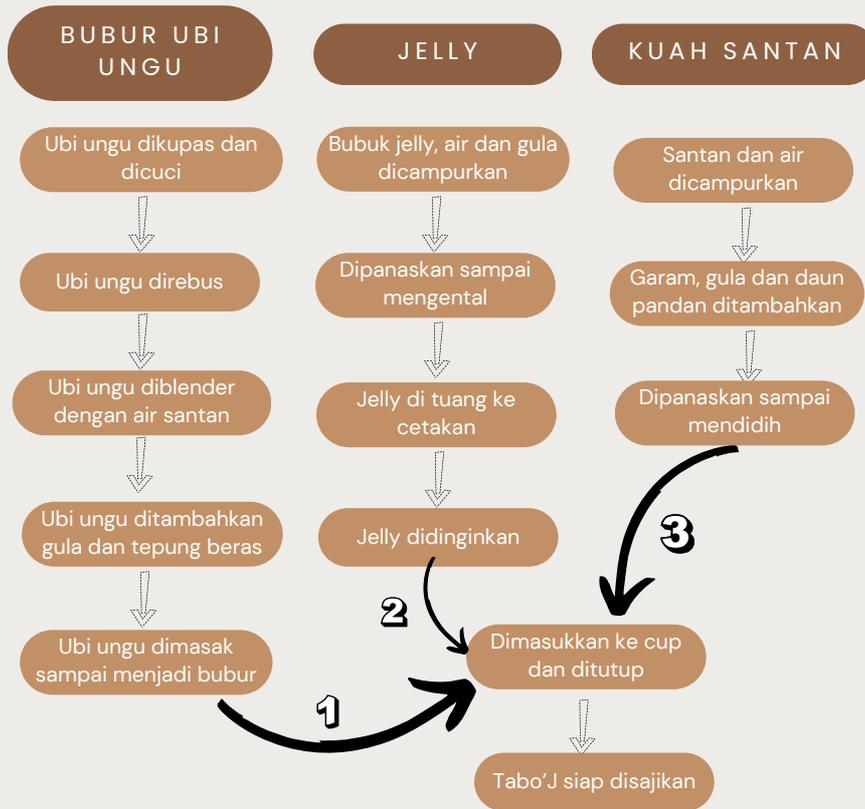
**Motto: Cold, smooth, and tasty**

Tabo'J atau taro ball jelly merupakan produk dessert dengan inovasi kombinasi ubi ungu, tepung beras, santan, dan jelly dengan flavor taro. Tabo'J menghadirkan minuman dengan rasa manis, sensasi menyegarkan, dan kombinasi tekstur bubur ubi ungu yang lembut, santan yang *creamy*, serta *jelly ball* taro yang kenyal.

# TABO'J



## DIAGRAM ALIR PROSES PRODUKSI



## FORMULASI PRODUK/54 CUP

Bahan	Berat Bahan
<b>Bubur Ubi Ungu</b>	
Ubi ungu	1,5 kg
Tepung beras	148 g
Santan	152 mL
Gula pasir	334 g
Air untuk T.beras	296 mL
Air untuk santan	1520 mL
Air untuk gula	277 mL
<b>Ball Jelly</b>	
Bubuk jelly	50 g
Bubuk Taro	50 g
Gula pasir	350 g
Air	2000 mL
<b>Kuah Santan</b>	
Santan	1939 mL
Air untuk santan	3878 mL
Gula pasir	10 g
Garam	20 g
Daun pandan	3 helai

## INFORMASI NILAI GIZI

INFORMASI NILAI GIZI		
Takaran saji 1 Sajian per kemasan		190 g
<b>JUMLAH PER SAJIAN</b>		
<b>Energi Total</b>		141 kkal
		<b>***%AKG</b>
Lemak Total	4 g	6%
Protein	2 g	3%
Karbohidrat Total	24 g	8%
Gula	13 g	
Garam (Natrium)	167 mg	11%
*Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal. Kebutuhan energi anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah.		

## PEMASARAN PRODUK

Produk Tabo'J dipromosikan dan dipasarkan melalui beberapa *platform* media sosial (*instagram* dan *whatsapp story*) dan *direct selling*. Strategi pemasaran yang paling berhasil adalah dengan menerapkan sistem promo dan paket hemat pada produk kami.

# PROFIL PERUSAHAAN

## GOTAROO - KELOMPOK 4 - BP2

### Struktur Organisasi



### PT. FRESH ON DRINK

#### Visi

*Menjadi sebuah perusahaan minuman yang menciptakan produk-produk dengan kualitas tinggi dan mampu memuaskan konsumen*

#### Misi

- Berkomitmen memberikan kepuasan pelanggan dengan menjaga kualitas dan harga yang terjangkau*
- Perusahaan menggunakan bahan-bahan dasar dengan kualitas terbaik untuk minuman terbaik*
- Menjadi perusahaan nomor satu yang menyajikan minuman terbaik dengan rasa yang berkualitas*

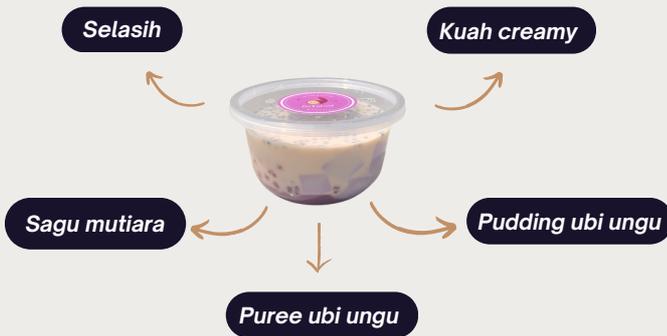
#### Motto

*Hilangkan dahaga anda dengan minuman kami*

## About GoTaroo

Go Taroo merupakan salah satu jenis makanan dengan bahan baku utamanya adalah ubi ungu. Go Taroo menjadi produk inovasi makanan penutup dengan rasa yang manis ciri khas dari ubi ungu, creamy dan memiliki tekstur yang lebih lembut dibandingkan jenis sago lainnya.

### The Art Layers at GoTaroo



## INFORMASI NILAI GIZI

### INFORMASI NILAI GIZI

Takaran saji 100 gram  
1 sajian perkemasan

JUMLAH SAJIAN PERKEMASAN		
Energi Total		235,2 kkal
		<b>%AKG</b>
Protein	14,9 gram	25%
Karbohidrat	66,2 gram	23%
Lemak	2,4 gram	3%
Serat	1,8 gram	6%
Kalsium		11%
Magnesium		16%
Fosfor		16%
Zat besi		8%
Zink		23%

\*persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal. Kebutuhan energi anda mungkin lebih tinggi atau rendah.

## D I A G R A M A L I R

Diagram Alir Pembuatan Puding Ubi Ungu

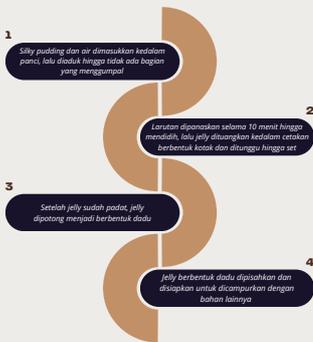


Diagram Alir Pembuatan Sagu Mutiara

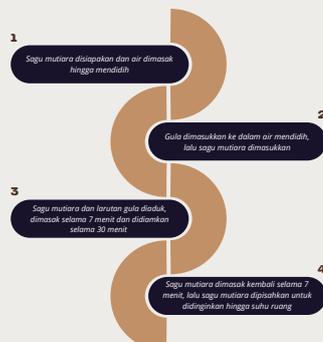


Diagram Alir Pembuatan Puree Ubi Ungu

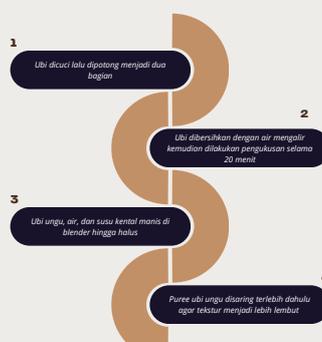
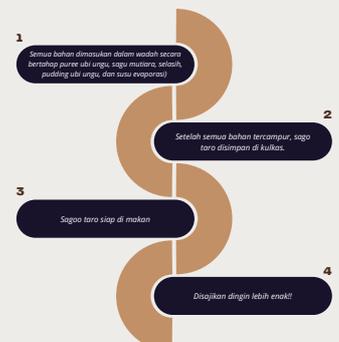
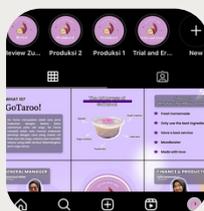


Diagram Alir Pembuatan GoTaroo



## KEBERHASILAN STRATEGI PEMASARAN

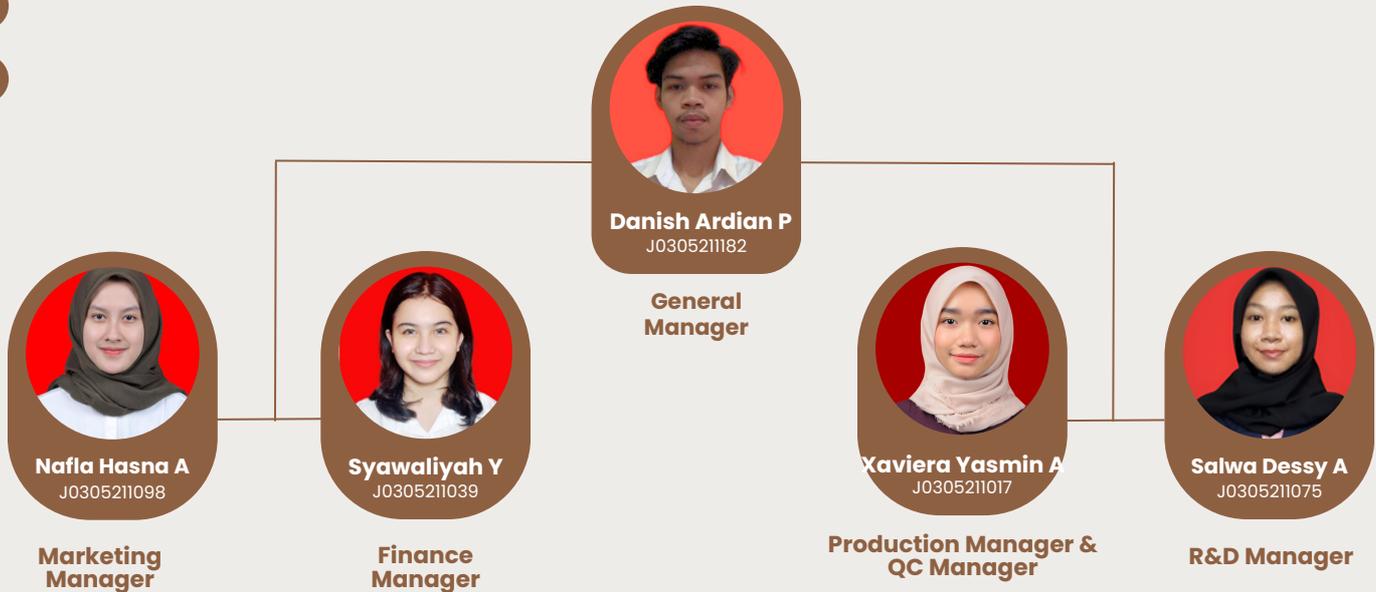
Produk Gotaroo terbukti berhasil dalam strategi pemasaran yang dilakukan. Pada proses pemasarannya, tim gotaroo menggunakan konten-konten yang sedang hype di kalangan mahasiswa yang menjadi target pasar dari produk gotaroo. Selain itu akun instagram gotaroo yang selalu aktif menjadi daya tarik pasar untuk mencari tau tentang produk gotaroo dan akhirnya melakukan pemesanan bahkan banyak pelanggan gotaroo yang melakukan pembelian produk lebih dari 2 kali dalam 5 kali proses produksi.





## PT HAPPY MILK

### KELOMPOK 5:



Spreading Happiness In Every Gulp

## VISI

Menjadikan perusahaan minuman yang berkembang dan berkualitas serta memuaskan konsumen dengan produk minuman inovatif.

## MISI

- Mendorong inovasi baru melalui produk minuman yang berkualitas
- Menjamin mutu produk sesuai standar yang ditetapkan
- Memprioritaskan kepuasan konsumen



Cookies cup merupakan suatu inovasi baru dengan cara meminum susu/kopi dengan edible cup yang terbuat dari cookies sehingga dapat dimakan dan ditambahkan pasta ubi ungu untuk meningkatkan cita rasa dan sensasi berbeda

**Formulasi:**

- Pasta Ubi ungu
- Gula pasir
- Tepung terigu
- Mentega
- Coklat batang
- Gula aren
- Susu
- Air panas
- Kopi bubuk

**INFORMASI NILAI GIZI**

Takaran saji 33 gram (1 buah)

**JUMLAH PER SAJIAN**

<b>Energi total</b>		164,5 kkal
		<b>%AKG*</b>
<b>Lemak total</b>	8,4 g	45%
<b>Lemak jenuh</b>	0 g	0%
<b>Kolestrol</b>	41,9 mg	
<b>Protein</b>	2,1 g	5%
<b>Karbohidrat</b>	19,7 g	49%
Serat pangan	0,6 g	

\*Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal. Kebutuhan energi anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah



**How to make Coocup?**



Produk Coocup dipasarkan dengan cara *direct selling* dan juga secara *online* melalui platform *Instagram* dan *Whats App*. Strategi pemasaran yang berhasil yaitu melalui konten *Instagram* dan banyak pelanggan yang melakukan repeat order lebih dari 2 kali dari 4 kali produksi.

# PT. HAKANAJE

(Hasil Karya Anak JMP)



GENERAL MANAGER  
**AIDIL HIDAYAT**



QUALITY CONTROL  
**ASSADEL ZHAFIF**



RnD  
**HESA SYAFA A.P**



MARKETING & FINANCE  
**RAGIL ARIMBI**



PRODUCTION  
**MAISYAH APRIYANI**

**PT. HAKANAJE** merupakan sebuah perusahaan makanan (food company) berbentuk PT yang beroperasi dalam industri makanan. Seiring dengan tren dan permintaan konsumen, perusahaan ini meningkatkan formulasi produk untuk mengembangkan produk baru yang ada. PT ini memiliki motto “One Bite, Many Satisfactions” yang berarti satu gigitan dari dimsum dapat memberikan banyak kenikmatan.

## VISI

Mengembangkan varian baru bagi para pelanggan

## MISI

- Menciptakan inovasi produk pangan luar dengan rasa oriental nusantara
- Memberikan kualitas yang terbaik
- Mengutamakan kepuasan pelanggan

# ONICHI-TEN DIMSUM

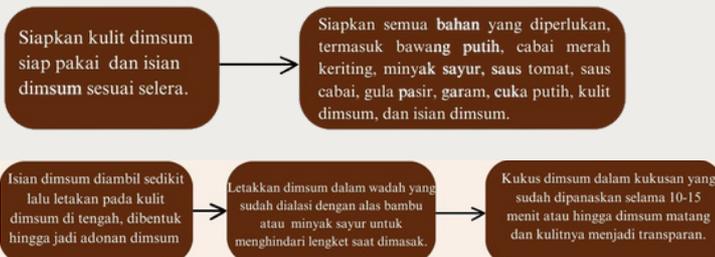
## SAMBAL BAWANG



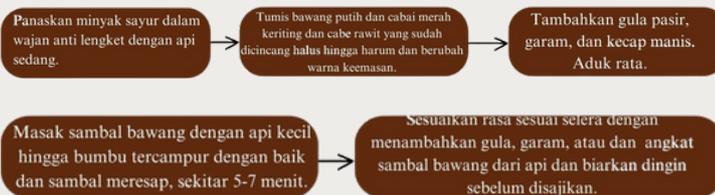
Onichi-ten merupakan salah satu jenis produk olahan dimsum ayam yang diinovasikan dengan sambal khas nusantara yaitu sambal bawang yang membuat perpaduan rasa antara gurih dari dimsum bertemu dengan rasa pedas dari sambal bawang membuat rasa yang baru.

## DIAGRAM ALIR

### • PEMBUATAN DIMSUM



### • PEMBUATAN SAMBAL BAWANG



## FORMULASI PRODUK

### Bahan Pembuatan Dimsum untuk 48 pcs dimsum :

- 200 gr daging ayam paha
- 40 gr udang
- 3 gr bawang putih
- 1 gr bawang merah goreng
- 1 sdm tepung tapioka
- 120 gr telur
- 1 sdt lada bubuk
- 1 sdt kaldu ayam
- 3 gr gula pasir
- 15 ml minyak wijen
- 20 gr rumput laut
- 50 lembar kulit pangsit

### Bahan pembuatan sambal bawang :

- 10 gr bawang putih
- 20 gr cabe merah kriting
- 3 sdt minyak wijen
- 1/2 gr garam

## INFORMASI NILAI GIZI

INFORMASI NILAI GIZI ONICHI-TEN		
Takaran saji		35g
Jumlah Sajian Per Kemasan		3
JUMLAH PER SAJIAN		
Energi total		487.7 kkal
		%AKG*
Lemak Total	2 g	3%
Protein	4 g	4%
Karbohidrat Total	6 g	3%
Kalsium	15 mg	8%
Natrium	100 mg	10%
Magnesium	5 mg	3%

## PEMASARAN PRODUK

Produk dimsum sambal bawang dipromosikan dan dipasarkan melalui platform daring seperti media sosial serta memanfaatkan ulasan pelanggan dan testimoni positif untuk membangun kepercayaan dan mempromosikan produk kepada calon konsumen.

## U C A P A N T E R I M A K A S I H



Demikian penyusunan booklet Pengolahan Produk Inovasi Berbasis Tepung ini, diharapkan dapat menjadi bahan referensi ataupun pembelajaran untuk semua. Kami mengucapkan banyak terimakasih kepada ibu Dewi Sarastani selaku koordinator mata kuliah Pemasaran & Pengembangan Produk Baru dan kepada seluruh dosen yang telah membimbing kami sehingga dapat melaksanakan pembelajaran dan penyusunan booklet ini dengan baik. Serta kepada kakak asisten dosen yang telah membantu kami dalam melaksanakan pembelajaran sehingga pembelajaran dapat terlaksana dengan baik.



# PENGEMBANGAN DAN PEMASARAN PRODUK BARU



**SUPERVISOR  
JAMINAN MUTU  
PANGAN**