

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Industri Makanan dan Minuman mengalami pertumbuhan sebesar 7,91 persen atau melewati pertumbuhan ekonomi nasional yang hanya mencapai 5,17 persen. Namun minuman tradisional yang ada saat ini kurang diminati dikarenakan tampilan yang kurang menarik, tidak higienis, dan tidak memiliki brand identity yang menyebabkan anak muda jaman sekarang kurang menyukainya. “Legit” hadir untuk menyajikan minuman tradisional Indonesia dengan tampilan yang menarik, dikemas dengan baik untuk menjaga higienitas dan praktis untuk diminum kapanpun dan di manapun serta hadir membawa suasana baru bagi minuman tradisional untuk menjadi lebih dekat bagi anak muda jaman sekarang dengan membangun brand identity dari minuman tradisional Indonesia yang disukai anak muda jaman sekarang.

Target pasar kami yaitu pria dan wanita berusia 16 hingga 45 tahun, yang berprofesi sebagai pelajar, mahasiswa, wiraswasta, karyawati, hingga ibu rumah tangga dengan pengeluaran sebesar Rp 1.800.000 hingga lebih dari Rp 3.000.000 per bulan (SES A dan B). Sebagai seseorang yang tinggal didaerah perkotaan yang suka mengeksplorasi dan suka mengkonsumsi minuman saat berpergian.

Dalam menjalankan perencanaan bisnis “Legit” membutuhkan investasi awal sebesar Rp 55.235.594 yang digunakan untuk modal kerja, peralatan, bahan baku dan lain-lain. Dengan modal awal yang tidak terlalu besar, maka “Legit” dapat mencapai *break even point* pada gelas ke-9318. Hal ini dihitung dengan perbandingan penjualan produk kami 2:2:1 dengan *contribution margin* 12.347 Dengan asumsi “Legit” dapat menjual 100 gelas per hari, “Legit” mampu mencapai *payback period* dalam waktu 2 bulan saja. Dengan nilai *net present value* 2.791.603,41 pada tahun 2021. Serta “Legit” memiliki *return on equity* sebesar 620% dan *return on asset* sebesar 86,18%.

Kata Kunci	Minuman Tradisional, Higienis,Praktis
Bidan Usaha	Minuman

## EXECUTIVE SUMMARY

Food and Beverage Industry experienced a growth of 7.91 percent or exceeded the national economic growth which only reached 5.17 percent. But traditional drinks that are currently less desirable because of the appearance that is less attractive, unhygienic, and does not have a brand identity that causes young people today less like it. "Legit" is here to serve Indonesian traditional drinks with an attractive appearance, well packaged to maintain hygiene and is practical to drink whenever and wherever and here to bring a new atmosphere for traditional drinks to be closer to young people today by building a brand identity of traditional Indonesian drinks that are preferred by young people today.

Our target market are men and women aged 16 to 45 years, who work as students, students, entrepreneurs, employees, and housewives with expenditures of Rp 1,800,000 to more than Rp 3,000,000 in a month (SES A and B). As someone who lives in an urban area who likes to explore and likes to consume drinks when traveling.

According to the business plan, "Legit" will need an initial investment amounting to Rp. 55,235,954 which will be used for operating expenses such as equipment and ingredients. Because the initial investment is considerably low, "Legit" will be able to reach the break-even point by selling our 9318th cup. This is counted through the ratio 2:2:1 with an average contribution margin of Rp. 12,347. With the assumption that "Legit" can sell 100 cups a day, "Legit" will reach a pay back period in just 2 months with a net present value of Rp 2,791,603,562,41 with a return on equity of 620% and a return of asset of 86,18%.

Keywords	Traditional Drinks, Hygienic, Practical
Field of Business	Drinks