

RINGKASAN EKSEKUTIF

GULPI didirikan pada tahun 2020 dengan memiliki misi utama yaitu memberikan minuman sehat terbaik buatan sendiri untuk para keluarga di JABODETABEK dan Kalimantan Barat yang akan meningkatkan kesehatan keluarga. GULPI menjual minuman kesehatan tradisional dengan konsep modern seperti akar alang, kundur, dan lain-lain dengan *topping* modern seperti biji chia. Nilai utama yang diberikan GULPI adalah memenuhi kebutuhan mikro nutrisi konsumennya, terutama vitamin C karena adanya pandemi yang terjadi di tahun 2020 yang ternyata melihat adanya kenaikan permintaan pada produk yang memiliki kemampuan untuk meningkatkan imunitas.

Target *market* yang disasar oleh GULPI terdiri dari generasi Y dan Z di kelas sosial *middle to affluent* yang memperhatikan gaya hidup sehat mereka. Harga produk GULPI adalah Rp20,000 *ala carte*, dan Rp15,000 masing-masing jika dibeli secara *bundling*. GULPI memiliki 2 rumah produksi yang terletak masing-masing satu di Jakarta dan Pontianak. Walaupun sekarang GULPI beroperasi menggunakan toko *online* dengan sistem *pre-order*, GULPI memiliki rencana untuk mencapai konsumennya melalui *social media* dan juga membuka toko fisik yang akan memiliki produk baru ketika kondisi pandemi saat ini menjadi lebih baik di masa mendatang.

Modal awal yang dimiliki GULPI pada awalnya adalah sejumlah Rp26,250,000. Saat ini, GULPI membutuhkan penjualan sebanyak 374 unit atau setara dengan Rp5,807,822 setiap bulannya untuk mencapai target *break-even* pada bulan ke 9 produksi dilakukan. GULPI telah mengumpulkan *revenue* sebesar Rp16,190,000 setelah 4 bulan melakukan operasi dengan *gross profit* sebesar Rp9,422,931.

Kata Kunci	:	Minuman, kesehatan, nutrisi, imunitas
Bidang Usaha	:	<i>Food & Beverages</i>

EXECUTIVE SUMMARY

GULPI was founded in 2020 with the mission of delivering the best home-made healthy recreational drinks to the families in JABODETABEK & West of Kalimantan that will improve the health of the families. GULPI Sells Indonesia's traditional yet modern healthy drinks such as Cogon Grass Root, Wax Gourd, and etc with modern toppings such as Chia Seeds. GULPI values propositions are fulfilling the micronutrients of its customer, mainly vitamin C due to the pandemic outbreak that happened in 2020 which saw an increase in demand for immune boosting properties.

GULPI's target markets consist of Generation Y and Z in middle to affluent social classes that are concerned about their healthy lifestyle. Selling prices of GULPI's product is Rp20,000 ala carte and Rp15,000 each if purchased as a bundle. GULPI has two production houses located in Jakarta and Pontianak respectively. While currently it operates as an *online* store with a pre-order system, GULPI plans to reach its customers through more social media awareness and *offline* stores which have a new line of products as the pandemic situation gets better in the near future.

GULPI's initial investment at the beginning was Rp26,250,000. GULPI currently needs to sell at least 375 units or a sales revenue of Rp5,807,822 each month to reach its target for break even in the 10th month of operation. GULPI has accumulated a total of Rp18,570,000 of sales revenue with a gross profit of Rp10,757,935 in its 4 months of operation.

Keywords	:	Drinks, healthy, nutrients, immune
Fields of Business	:	Food & Beverages