



PENGEMBANGAN DAN ANALISIS KELAYAKAN USAHA MINUMAN DAWET SARI KEDELAI "SOYLUSI DAWET"

INTISARI

Oleh :

NAJMA NADHROH ALHAQ

21/474723/TP/13109

Saat ini, usaha di bidang makanan dan minuman berkembang pesat dengan berbagai inovasi produk minuman kekinian. Namun, inovasi yang ada masih kurang memperhatikan aspek kesehatan dengan penggunaan gula berlebih yang dapat berdampak pada penyakit seperti obesitas dan diabetes melitus tipe 2. Padahal saat ini kebutuhan akan produk minuman yang sehat dan berbahan alami menjadi semakin meningkat. Salah satu produk yang berpotensi untuk dikembangkan lebih sehat dan kekinian yaitu dawet. Dengan permasalahan dan potensi tersebut akan dikembangkan ide produk inovasi dawet dengan berbagai varian berbasis sari kedelai sebagai alternatif rendah lemak dengan kombinasi gula tebu dan ekstrak stevia melalui usaha Soylusi Dawet. Strategi usaha dan strategi pemasaran tersebut akan dievaluasi berdasarkan hasil penjualan serta dilakukan analisis kelayakan usaha Soylusi Dawet dengan metode *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Payback Periode*.

Selama lima bulan (Oktober 2024 – Februari 2025) usaha berjalan, Soylusi Dawet menerapkan inovasi produk dengan sistem penjualan utama secara *online* melalui mekanisme *pre-order*, menghasilkan total penjualan sebanyak 421 produk dengan laba bersih sebesar Rp 658.213. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang paling efektif adalah strategi promosi dengan program pemasaran *bundling product*, yang mampu meningkatkan volume penjualan secara signifikan. Berdasarkan hasil analisis, investasi awal usaha sebesar Rp 5.808.100 dinilai layak dijalankan dengan nilai NPV sebesar Rp 52.991.560, IRR sebesar 126%, dan *payback periode* selama 1 tahun 2 bulan. Usaha Soylusi Dawet menunjukkan potensi yang besar sebagai usaha minuman tradisional yang lebih sehat dan kekinian.

Kata kunci: Dawet sari kedelai, inovasi produk, kelayakan usaha, strategi pemasaran, strategi usaha



DEVELOPMENT AND FEASIBILITY ANALYSIS OF SOY MILK DAWET BEVERAGE BUSINESS "SOYLUSI DAWET"

ABSTRACT

By :

NAJMA NADHROH ALHAQ

21/474723/TP/13109

Currently, businesses in the food and beverage sector are growing rapidly with various innovations in contemporary beverage products. However, existing innovations still do not pay attention to health aspects with the use of excess sugar which can have an impact on diseases such as obesity and type 2 diabetes mellitus. In fact, currently the need for healthy and natural beverage products is increasing. One of the products that has the potential to be developed is healthier and more contemporary, namely dawet. With these problems and potential, the idea of dawet innovation products with various variants based on soy milk will be developed as a low-fat alternative with a combination of cane sugar and stevia extract through the Soylusi Dawet business. The business strategy and marketing strategy will be evaluated based on sales results and an analysis of Soylusi Dawet's business feasibility will be carried out using the Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), and Payback Periode methods.

For five months (October 2024 – February 2025) of the business, *Soylusi Dawet* implemented product innovation with the main offline sales system through a *pre-order* mechanism, resulting in total sales of 421 products with a net profit of IDR 658,213. The results of the evaluation showed that the most effective marketing strategy was a promotional strategy with a *product bundling* marketing program, which was able to significantly increase sales volume. Based on the results of the analysis, the initial business investment of IDR 5,808,100 is considered feasible with an NPV value of IDR 52,991,560, an IRR of 126%, and a capital return period of 1 year and 2 months. *Soylusi Dawet's* business shows great potential as a healthier and more contemporary traditional beverage business.

Keywords: Soy milk dawet, product innovation, business feasibility, business strategy, marketing strategy