

## **PERENCANAAN BISNIS**



[Sari Jeruk Limau Prebiotik :  
Diversifikasi pangan lokal Pontianak  
sebagai prebiotik]

Oleh

**Maulidian, M.M.**

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Minuman jeruk limau merupakan salah satu minuman ciri khas Pontianak yang banyak digemari, terutama kalangan wanita berumur sekitar 20 – 35 tahun. Banyak wanita remaja pontianak berharap dan menginginkan minuman ini agar mudah dibawa dan mudah diminum (praktis), dan harganya terjangkau. Selain harapan, salah satu masalah yang banyak ingin diselesaikan pelanggan wanita remaja ini adalah masalah berat badan. Berdasarkan permasalahan tersebut, solusi terbaik yang dapat diberikan oleh Lazata Food Indonesia adalah dengan menghadirkan minuman sari jeruk limau khas Pontianak *Ready To Drink* dengan kandungan serat alami dan prebiotik. Minuman Sari jeruk limau yang menyegarkan dapat memberikan citra rasa sendiri sebagai minuman oleh-oleh khas Pontianak. Kandungan serat alami nya bermanfaat untuk menjaga berat tubuh yang ideal. Kandungan prebiotik di dalam minuman bermanfaat untuk menjaga kesehatan pencernaan tubuh.

Kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan Lazata Food Indonesia dalam program ini yaitu peningkatan kapasitas produksi, pemasaran *offline* dan *online*, pelatihan-pelatihan, serta mengikuti pameran inovasi yang diadakan kementerian ristek dikt dan pihak lain. Sehingga, kebutuhan anggaran untuk melakukan kegiatan tersebut sejumlah **280.050.000,-** (Dua Ratus Delapan Puluh Juta Lima Puluh Ribu Rupiah).

## DAFTAR ISI

RINGKASAN EKSEKUTIF.....	2
DAFTAR ISI.....	3
LATAR BELAKANG.....	4
Masalah.....	4
Solusi.....	4
Sejarah Inovasi.....	4
ASPEK PRODUK (TEKNOLOGI) DAN PRODUKSI.....	6
Inovasi Produk;.....	6
Spesifikasi Teknis Produk.....	6
Status Kesiapan Produk.....	7
Manfaat.....	7
Dampak Sosial-Ekonomi.....	7
Keunikan/Keunggulan (Unique Selling Proposition).....	7
Jumlah Produksi dan Kapasitas Produksi.....	7
Foto-foto Produk dan Produksi;.....	8
Status Kekayaan Intelektual.....	13
Status Perizinan.....	13
ASPEK BISNIS.....	14
Kanvas Model Bisnis Lezata Food Indonesia.....	14
Target dan potensi pasar (market size);.....	14
Identifikasi Kompetitor.....	15
Model dan Strategi Pemasaran.....	15
Sumber Modal Usaha.....	16
Sumber dan Jumlah Investasi.....	16
Skema harga.....	16
Data dan Proyeksi Produksi dan Penjualan.....	16
Analisis Risiko.....	17
Mitra Bisnis.....	17
Pengalaman Inkubasi.....	17
Foto-foto kegiatan bisnis;.....	17
RENCANA KEGIATAN DAN ANGGARAN.....	19

## LATAR BELAKANG

### Masalah

Jeruk limau merupakan salah satu jenis jeruk ciri khas Pontianak. Banyak masyarakat mengkonsumsinya dalam berbagai olahan seperti olahan sambal, olahan sirup, untuk penambah rasa asam pada makanan, dan minuman. Salah satu olahan yang banyak disajikan di resto-resto atau café-café di Pontianak adalah olahan jeruk limau sebagai minuman yang menyegarkan. Warung Gendhis, yang berdiri pada tahun 2017, merupakan unit bisnis Lazata Food Indonesia, juga menyajikan minuman khas Pontianak ini. Lebih dari 85% pelanggan yang datang ke café, memesan minuman olahan jeruk limau dingin. Dibalik banyaknya peminat jeruk ini, ternyata ada beberapa **harapan** dari pelanggan, menginginkan minuman ini agar mudah dibawa kemana-mana, mudah diminum (praktis), dan harga terjangkau. Pelanggan mayoritas yaitu wanita berumur sekitar 20 – 35 tahun. Melalui riset yang Panjang, kami mencoba menggali masalah-masalah yang sering mereka hadapi, salah satu masalah yang banyak ingin diselesaikan pelanggan wanita dewasa ini adalah **masalah** berat badan. Mereka takut apabila berat badan mereka tidak ideal. Sehingga, harapan yang ingin dicapai dan masalah yang ingin diselesaikan pelanggan menjadi perhatian utama Lazata Food untuk memberikan solusi yang terbaik.

### Solusi

Solusi terbaik yang dapat diberikan oleh Lazata Food Indonesia adalah dengan menghadirkan minuman sari jeruk limau khas Pontianak dengan prebiotik. Minuman Sari jeruk limau yang menyegarkan dapat memberikan citra sendiri sebagai minuman oleh-oleh khas Pontianak. Kandungan prebiotik di dalam minuman bermanfaat untuk menjaga kesehatan pencernaan tubuh.

### Sejarah Inovasi

Awalnya produk ini hanya disajikan di café Iezata food Indonesia sebagai hidangan minuman. Berdasarkan masalah yang muncul dan dirasakan pelanggan Lazata Food Indonesia selama ini yaitu ingin membawa pulang minuman ini dan mudah untuk dibawa kemana-mana (praktis), sehingga tercetuslah ide untuk menginovasikan produk minuman jeruk limau dalam kemasan siap minum (RTD) yang semula hanya sebagai hidangan minuman. Kemudian, berdasarkan hasil disuksi kami dengan pelanggan, ada permasalahan-permasalahan sehari-hari dari pelanggan yang berkunjung ke warung gendhis yaitu sembelit, kolesterol, obesitas, dan gula darah. Sehingga, berdasarkan permasalahan yang ditakuti tersebut, kami menginovasi produk SlimO dengan penambahan atau fortifikasi Inulin yang akan berperan sebagai Prebiotik. Secara ringkas, sejarah inovasi dan pengembangan produk minuman jeruk limau khas Pontianak yang di inovasikan oleh Lazata Food Indonesia dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Sejarah inovasi dan pengembangan produk minuman jeruk limau

## ASPEK PRODUK (TEKNOLOGI) DAN PRODUKSI

### Inovasi Produk;

Penambahan Inulin sebagai Prebiotik dan Serat Alami. Inulin merupakan komponen pangan yang tidak dapat dicerna dan dapat merangsang secara selektif pertumbuhan dan aktivitas bakteri yang menguntungkan dalam saluran pencernaan manusia yang pada akhirnya difermentasi pada usus besar. Karakter inulin juga dapat memperbaiki dan melindungi usus, serta mengurangi risiko penyakit di usus. Inulin juga berfungsi sebagai dietary fiber, yaitu kelompok karbohidrat yang tidak dapat dihidrolisis oleh enzim tubuh manusia tetapi difermentasi oleh mikroflora usus sehingga berpengaruh pada fungsi usus dan parameter lipid darah. Selain berfungsi untuk merangsang pertumbuhan atau aktivitas bakteri dalam usus, inulin juga mampu mengoptimalkan penyerapan mineral seperti kalsium dan magnesium oleh tubuh.

Prebiotik didefinisikan sebagai bahan tambahan (ingredient) pangan yang tidak dapat dicerna namun secara selektif memacu pertumbuhan dan aktivitas mikroba yang menguntungkan dalam saluran pencernaan sehingga memberikan efek kesehatan bagi yang mengonsumsinya. Syarat suatu pangan bisa dikatakan sebagai prebiotik adalah resistensi terhadap keasaman lambung, hidrolisis oleh enzim dan absorpsi di saluran pencernaan mamalia, kedua dapat difermentasi oleh microflora usus, dan yang ketiga adalah selektif merangsang pertumbuhan dan atau aktivitas bakteri di usus yang dihubungkan dengan kesehatan dan keadaan yang lebih baik.

### Spesifikasi Teknis Produk



#### Kemasan :

Botol Plastik Almond 250 ml,  
ketebalan 12,5 gr,  
tinggi 15 cm,  
diameter 5 cm

#### Bahan : (Per 1 Pcs)

1. Sari Jeruk Limau 50 ml
2. Air 200 ml
3. Inulin 5 gr
4. Gula 10 gr
5. Garam 2 gr

## **Status Kesiapan Produk**

Status produk sudah siap komersil

## **Manfaat**

Manfaat produk yaitu selain sebagai minuman oleh-oleh khas Pontianak yang menyegarkan dan mengandung Vitamin C yang tinggi, SlimO juga bermanfaat untuk :

1. Mencegah sembelit
2. Merangsang perkembangan bakteri baik dalam usus besar
3. Menurunkan kadar kolesterol
4. Menghindari obesitas
5. Menjaga kestabilan gula darah

## **Dampak Sosial-Ekonomi**

Dampak Sosial-ekonomi dari produk inovasi yang dijalankan yaitu :

1. Pengurangan pengangguran atau meningkatkan serapan tenaga kerja di Pontianak
2. Meningkatkan citra kota Pontianak
3. Peningkatan penjualan petani jeruk limau di Pontianak
4. Peningkatan jumlah masyarakat yang hidup sehat di Pontianak
5. Pengurangan jumlah penderita obesitas
6. Pengurangan jumlah penderita penyakit gula
7. Pengurangan jumlah penderita penyakit kolesterol
8. Pengurangan jumlah penderita penyakit sembelit

## **Keunikan/Keunggulan (Unique Selling Proposition)**

USP dari produk inovasi SLIMO dari fungsi produk yaitu mengandung **PREBIOTIK** untuk kesehatan pencernaan.

## **Jumlah Produksi dan Kapasitas Produksi**

Jumlah produksi yang telah dihasilkan yaitu 277 botol.

Kapasitas produksi Lazata Food Indonesia : 100 Botol Per Hari

## Foto-foto Produk dan Produksi;

### Foto Produk



### Foto Peralatan Produksi



BOTOL ALMOND 250 ml dan  
LABEL



PERALATAN PRODUKSI



BAHAN BAKU SIRUP LIMAU  
(Jeruk Limau,Gula,Garam)



PENCUCIAN JERUK LIMAU



PEMOTONGAN JERUK LIMAU



PEMERASAN JERUK LIMAU



PENYARINGAN JERUK LIMAU



PENAMBAHAN GULA DAN  
GARAM



PROSES PEMASAKAN SIRUP  
LIMAU



SIRUP JERUK LIMAU

### Foto Produksi SLIMO (Minuman Sari Jeruk Limau Dengan Fiber dan Prebiotik)



BAHAN BAKU SLIMO  
(AIR,SIRUP JERUK LIMAU,INULIN)



SIRUP JERUK LIMAU



PENAMBAHAN AIR HINGGA  
250 ML



PENAMBAHAN INULIN 5 gr / 250 ml



PEMANASAN



PENGEMASAN



PENGEMASAN



PENDINGINAN



PEMASANGAN LABEL



SLIMO READY TO DRINK

## Status Kekayaan Intelektual

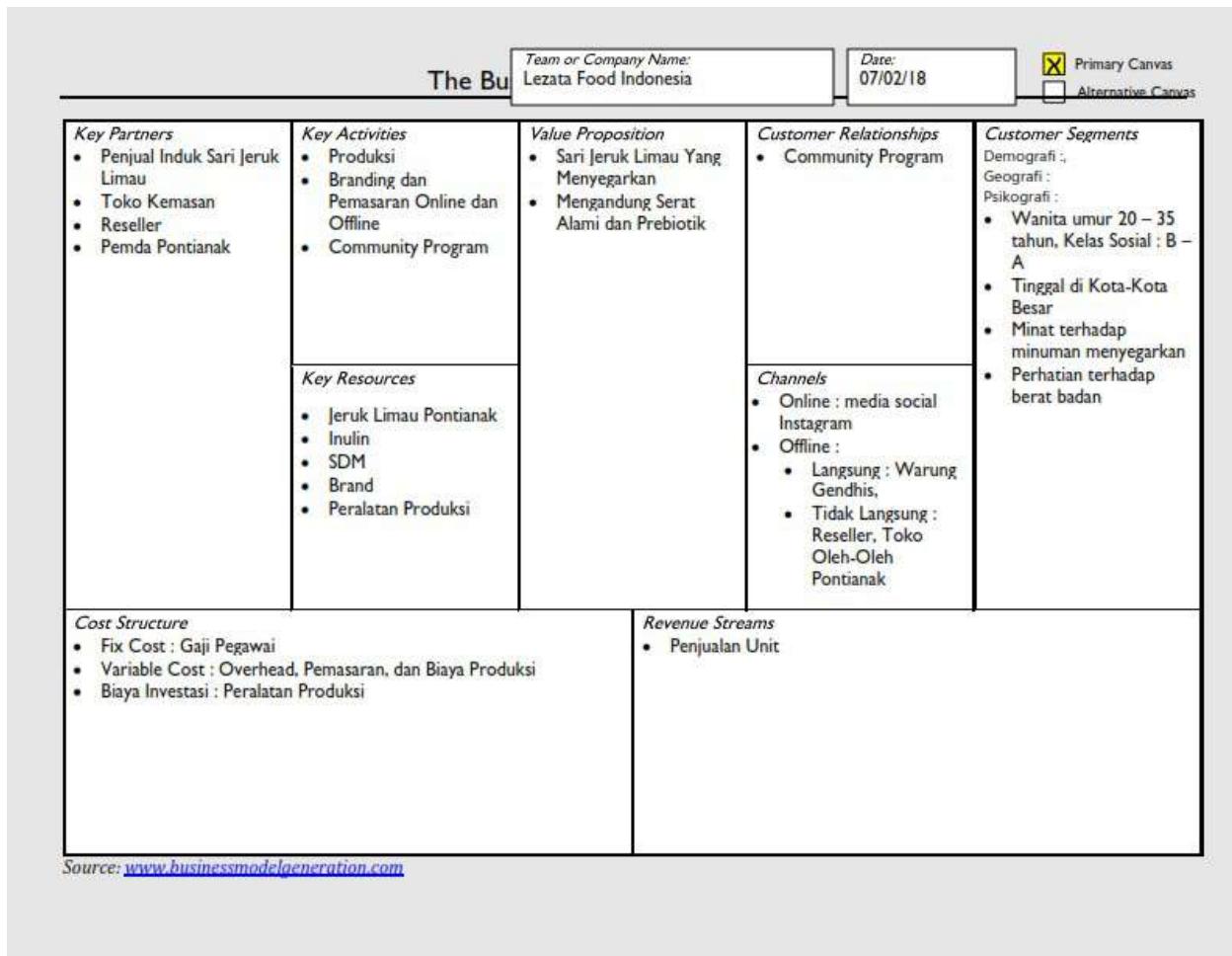
Status HKI belum terdaftar.

## Status Perizinan

Status perizinan : Surat Keterangan Usaha dari kelurahan tahun 2018

## ASPEK BISNIS

### Kanvas Model Bisnis Lezata Food Indonesia



### Target dan potensi pasar (market size);

#### Target market

Demografi : Wanita umur 20 – 35 tahun, Kelas Sosial : B - A

Geografi : Kota Pontianak

Psikografi : Minuman menyegarkan

Behaviour : Perhatian Terhadap Berat Badan

#### Market Size

Jumlah wanita di Pontianak dengan umur 20 – 35 tahun sebanyak 86.020 Jiwa. Berdasarkan hasil survei tim pemasar Lazata Food Indonesia, rata-rata wanita dipontianak menghabiskan uang jajan untuk membeli minuman adalah sebesar 50.000 per

minggu. Oleh karena itu, market size untuk industry minuman di Pontianak sebesar Rp. 206.448.000.000 per tahun. Apabila Lazata Food Indonesia hanya mengambil 1 persen market size yang ada, maka potensi pendapatan yang akan diterima adalah sebesar 2.064.480.000 per tahun. Angka yang cukup tinggi bagi usaha pemula untuk bermain di industri minuman di Pontianak.

## Identifikasi Kompetitor

Aspek Perbandingan	SlimO RTD	Syrup Limao	Aek Limao
Bahan	Prebiotik	Tidak Ada	Tidak Ada
Kemasan	Botol Plastik 250 ml	Botol	Gelas
Harga	Up	Middle	Low
Fungsi	Prebiotik dan Serat Alami	Sirup	Menyegarkan

## Model dan Strategi Pemasaran

### 1. Model dan Strategi Pemasaran

- a. **Pricing Strategy** : Strategi harga berdasarkan HPP dan USP yang ditawarkan.
- b. **Objectives :**
  - **Awareness** : strategi membangun awareness melalui media online dan offline. Media online Slimo akan menggunakan Instagram dan Facebook Ads. Media offline : Slimo akan mencetak brosur, leaflet, kaos, spanduk, dan standing banner.
  - **Try** : Beberapa strategi yang akan diterapkan Slimo agar konsumen mencoba adalah dengan program beli dua gratis satu, bayar dengan doa di media sosial, discount 50% dengan selfie, dan discount %ulang tahun.
  - **Repeat** : Strategi repeat order dengan member club atau community program.

### 2. Jangkauan Pemasaran

Jangkauan pemasaran untuk penjualan konvensional yaitu kota Pontianak dan sekitarnya. Sedangkan jangkauan melalui media social jangkauan ke seluruh kota-kota di Indonesia.

### 3. Saluran Penjualan

Saluran Online : Melalui media social Instagram dan Facebook, Website Slimo.

Saluran Offline :

- a. Langsung : Warung Gendhis,
- b. Tidak Langsung : Reseller, Toko Oleh-Oleh Pontianak

## **Sumber Modal Usaha**

Sumber modal usaha berasal dari :

1. Dana Pribadi
2. Hibah kementerian ristek dan dikt

## **Sumber dan Jumlah Investasi**

Sumber investasi pada awal pengembangan produk berasal dari dana pribadi. Jumlah investasi yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk Slimo saat ini yaitu Rp. 5.000.000,-

## **Skema harga**

### **Harga Pokok Produksi (HPP)**

Sirup Limau	Rp. 1.500,-
Kemasan dan stiker	Rp. 2.500,-
Inulin	Rp. 3.500,-
Air	Rp. 1.000,-
Gula	Rp. 500,-
<b>Total HPP</b>	<b>Rp. 9.000,-</b>

**Harga Jual** : 15.000,-

**Skema Harga** : Satuan

## **Data dan Proyeksi Produksi dan Penjualan**

No	Aspek	Capaian	Proyeksi	
		1 Tahun Terakhir	1 Tahun ke Depan	3 Tahun ke Depan
1	Jumlah Produksi (Pcs)	277	3.600	10.800
2	Jumlah Penjualan (Pcs)	277	3.240	9.720
3	Jumlah Pendapatan/Omset (Rp)	4.155.000	48.600.000	145.800.000
4	Jumlah Profit (Rp)	1.662.000	19.440.000	58.320.000

## Analisis Risiko

- ❖ Risiko Produk

Risiko produk yaitu sakit perut apabila dikonsumsi lewat dari masa simpan, aroma tidak enak apabila segel tutup terbuka pada saat penyimpanan diruang terbuka terlalu lama.

- ❖ Risiko Proses

Risiko yang mungkin muncul akibat dari proses yang tidak baik yaitu umur simpan tidak lama, rasa tidak enak, jeruk limau tidak berasa, dan banyak bakteri.

- ❖ Risiko Bisnis

Persaingan makan dan minuman oleh-oleh akan meningkat, persaingan untuk mendapatkan jeruk limau ke petani.

## Mitra Bisnis

Mitra bisnis yang dimiliki saat ini adalah supplier jeruk limau Pontianak.

## Pengalaman Inkubasi

Tidak Ada

## Foto-foto kegiatan bisnis;



PENJUALAN DI WARUNG  
GFNDHIS



PENJUALAN DI RUMAH DATOK  
FOOD DISTRICT



# RENCANA KEGIATAN DAN ANGGARAN

## Rencana Luaran/Output

No	Uraian Target		3 Bulan	6 Bulan	Akhir Masa Kontrak
			Setelah Kontrak	Setelah Kontrak	
1	Jumlah Produksi (pcs)		900	2.700	4.800
2	Jumlah Penjualan (pcs)		800	2.500	4.600
3	Jumlah Pendapatan/Omset (Rp)		12.000.000	37.500.000	69.000.000
4	Jumlah Profit (Rp)		6.000.000	18.750.000	34.500.000
5	Legalitas (HaKI, legal perusahaan, sertifikasi dan izin lain yang diperlukan)	PIRT	HALAL	PT, HAKI	
6	Jumlah Tenaga Kerja				3

## Rencana Aksi

No	Uraian Kegiatan	Output		Biaya (dalam Ribu Rp)					BULAN PELAKUAN																
		Volume	Satuan	Personil	Produksi	Promosi	Perjalanan	Lain-lain	Total	1	II	III	IV												
1	Produksi batch 1	400	Pcs	1.200.000	3.600.000	500.000		500.000	5.300.000																
2	Produksi batch 2	400	Pcs	1.200.000	3.600.000	500.000		500.000	5.300.000																
3	Produksi batch 3	500	Pcs	1.500.000	4.500.000	500.000		500.000	6.500.000																
4	Produksi batch 4	500	Pcs	1.500.000	4.500.000	500.000		500.000	6.500.000																
5	Produksi batch 5	700	Pcs	2.100.000	6.300.000	500.000		500.000	8.900.000																
6	Produksi batch 6	700	Pcs	2.100.000	6.300.000	500.000		500.000	8.900.000																
7	Produksi batch 7	800	Pcs	2.400.000	7.200.000	500.000		500.000	10.100.000																
8	Produksi batch 8	800	Pcs	2.400.000	7.200.000	500.000		500.000	10.100.000																
9	Pemasaran batch 1	-1	Paket	2.000.000		2.000.000	1.000.000	500.000	5.000.000																
10	Pemasaran batch 2	-1	Paket	2.000.000		2.000.000	1.000.000	500.000	5.000.000																
11	Pemasaran batch 3	-1	Paket	2.000.000		2.000.000	1.000.000	500.000	5.000.000																
12	Pemasaran batch 4	-1	Paket	2.000.000		2.000.000	1.000.000	500.000	5.000.000																
13	Pemasaran batch 5	-1	Paket	2.000.000		2.000.000	1.000.000	500.000	5.000.000																
14	Pemasaran batch 6	-1	Paket	2.000.000		2.000.000	1.000.000	500.000	5.000.000																
15	Pemasaran batch 7	-1	Paket	2.000.000		2.000.000	1.000.000	500.000	5.000.000																
16	Pemasaran batch 8	-1	Paket	2.000.000		2.000.000	1.000.000	500.000	5.000.000																
17	Mencetak Brosur	3200	Brosur			3.200.000			3.200.000																
18	Membuat Standing Banner	5	Paket			2.500.000			2.500.000																
19	Membuat Website	1	Paket			10.000.000			10.000.000																
20	Sertifikasi Produk (PIRT, HALAL, dan UJI NILAI GIZI)	3	Paket			450.000		15.000.000	15.450.000																
21	Pendaftaran Paten	1	Bukti Pendaftaran			150.000		10.000.000	10.150.000																
22	Mengikuti Pelatihan Pemasaran	1	Bukti Pendaftaran			150.000		10.000.000	10.150.000																
23	Mengikuti Pelatihan Capacity Building	1	Bukti Pendaftaran			150.000		10.000.000	10.150.000																
24	Mengikuti Pelatihan Keamanan Pangan	1	Bukti Pendaftaran			150.000		5.000.000	5.150.000																
25	Melakukan Konsultasi Bisnis	8	Kali	12.000.000		3.600.000			15.600.000																
26	Mengikuti Pameran Inovasi	2	Kali	1.200.000		17.600.000		20.000.000	38.800.000																
27	Menyewa Peralatan Peningkatan Kapasitas Produksi	1	Kali			42.000.000		150.000	42.150.000																
28	Pendaftaran Akte Pendirian Usaha (PT)	1	Paket			150.000		15.000.000	15.150.000																
	TOTAL ANGGARAN	43.600.000		85.200.000	31.700.000	34.550.000		85.000.000	280.050.000																

## Rencana Biaya yang Diajukan (RAB)

No	Kegiatan	Volume	Unit	Harga Satuan	Jumlah	Keterangan
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
<b>TOTAL ANGGARAN</b>						<b>280.050.000</b>
<b>Personil (Gaji, Upah, dan Honor)</b>						<b>43.600.000</b>
1	Honor Tenaga Produksi Batch 1 ~ 8 [1 org x 8 Produksi]	4800	OB	3.000	14.400.000	Honor Tenaga Produksi Batch 1
2	Honor Tenaga Pemasar Batch 1 - 8 [2 org x 160 hari]	320	OB	50.000	16.000.000	Honor Tenaga Produksi Batch 2
3	Honor Tenaga Konsultan Bisnis [1 org x 8 bulan]	8	OB	1.500.000	12.000.000	Honor Tenaga Produksi Batch 3
4	Honor Tenaga Penjualan Pameran Inovasi 1 [2 org x 3 hari]	3	OB	200.000	600.000	
5	Honor Tenaga Penjualan Pameran Inovasi 2 [2 org x 3 hari]	3	OB	200.000	600.000	
<b>Produksi</b>						<b>85.200.000</b>
1	Pembelian Bahan Baku Tahap 1	400	PCS	9.000	3.600.000	Untuk produksi batch 1
2	Pembelian Bahan Baku Tahap 2	400	PCS	9.000	3.600.000	Untuk produksi batch 2
3	Pembelian Bahan Baku Tahap 3	500	PCS	9.000	4.500.000	Untuk produksi batch 3
4	Pembelian Bahan Baku Tahap 4	500	PCS	9.000	4.500.000	Untuk produksi batch 4
5	Pembelian Bahan Baku Tahap 5	700	PCS	9.000	6.300.000	Untuk produksi batch 5
6	Pembelian Bahan Baku Tahap 6	700	PCS	9.000	6.300.000	Untuk produksi batch 6
7	Pembelian Bahan Baku Tahap 7	800	PCS	9.000	7.200.000	Untuk produksi batch 7
8	Pembelian Bahan Baku Tahap 8	800	PCS	9.000	7.200.000	Untuk produksi batch 8
9	Sewa Peralatan Produksi	1	Paket	42.000.000	42.000.000	Untuk meningkatkan kapasitas Produksi
<b>Promosi</b>						<b>31.700.000</b>
1	Pemasaran Online FB Ads dan IG ads	8	Kali	2.000.000	16.000.000	
2	Pembuatan Website	1	Paket	10.000.000	10.000.000	
3	Mencetak Brosur	3200	Lembar	1.000	3.200.000	
4	Membuat Standing Banner	5	PCS	500.000	2.500.000	
<b>Perjalanan</b>						<b>34.550.000</b>
1	<b>Perjalanan Pembelian Bahan Baku Batch 1 - 8</b>					
	Sewa Kendaraan Roda 4	8	Kali	500.000	4.000.000	
2	<b>Perjalanan Tenaga Pemasaran Batch 1 - 8</b>					
	Transportasi Tenaga Pemasaran (2 Orang x 160 hari)	320	OH	25.000	8.000.000	
3	<b>Perjalanan Pameran I</b>					
	Pesawat PP Pontianak-Yogyakarta [2 org x 1 kali]	2	OK	2.000.000	4.000.000	
	Penginapan Yogyakarta [2 org x 3 hari]	6	OH	500.000	3.000.000	
	Uang harian Yogyakarta [2 org x 3 hari]	6	OH	150.000	900.000	
	Transport Pontianak [2 org x 2 kali]	4	OK	100.000	400.000	
	Transport Yogyakarta [2 org x 2 kali]	4	OK	100.000	400.000	
4	<b>Perjalanan Pameran II</b>					
	Pesawat PP Pontianak-Jakarta [2 org x 1 kali]	2	OK	2.100.000	4.200.000	
	Penginapan Jakarta [2 org x 3 hari]	6	OH	500.000	3.000.000	
	Uang harian Jakarta [2 org x 3 hari]	6	OH	150.000	900.000	
	Transport Pontianak [2 org x 2 kali]	4	OK	100.000	400.000	
	Transport Jakarta [2 org x 2 kali]	4	OK	100.000	400.000	
5	<b>Perjalanan Pengurusan Izin Edar</b>					
	Transport Lokal Pontianak [1 org x 3 kali]	3	OK	150.000	450.000	
6	<b>Perjalanan Pengurusan Paten</b>					
	Transport Lokal Pontianak [1 org x 1 kali]	1	OK	150.000	150.000	Perjalanan Pengurusan Izin Edar (3 kali)
7	<b>Perjalanan Mengikuti Pelatihan</b>					
	Transport Lokal Pontianak [1 org x 3 kali]	3	OK	150.000	450.000	
8	<b>Perjalanan Konsultasi Bisnis</b>					
	Transport Lokal Pontianak [3 org x 8 kali]	24	OK	150.000	3.600.000	
9	<b>Perjalanan Sewa Peralatan Produksi</b>					
	Transport Lokal Pontianak [1 org x 1 kali]	1	OK	150.000	150.000	
10	<b>Perjalanan Pengurusan izin Usaha</b>					
	Transport Lokal Pontianak [1 org x 1 kali]	1	OK	150.000	150.000	
<b>Lain-lain (Legal Perusahaan, Izin Usaha, Kekayaan Intelektual Produk, Sertifikasi Produk, Pelatihan, dll)</b>						<b>85.000.000</b>
1	Pendaftaran Sertifikasi Produk (PIRT, HALAL, dan UJI NILAI GIZI)	3	paket	5.000.000	15.000.000	
2	Pendaftaran Paten	1	paket	10.000.000	10.000.000	
3	Pendaftaran Pelatihan Pemasaran	1	paket	10.000.000	10.000.000	
4	Pendaftaran Pelatihan Capacity Building	1	paket	10.000.000	10.000.000	
5	Pendaftaran Pelatihan Keamanan Pangan	1	paket	5.000.000	5.000.000	
6	Pendaftaran Pameran Inovasi	2	paket	10.000.000	20.000.000	
7	Pendaftaran izin Usaha	1	paket	15.000.000	15.000.000	

**Rekapitulasi Anggaran Tenant**

No	Komponen	Jumlah	Persentase
1	Personil	43.600.000	16%
2	Produksi	85.200.000	30%
3	Promosi	31.700.000	11%
4	Perjalanan	34.550.000	12%
5	Lain-lain	85.000.000	30%
<b>Total Anggaran Tenant</b>			<b>280.050.000</b>
			100%