

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	ii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
BAB 2. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA	2
2.1 Kondisi umum lingkungan	2
2.2 Gambaran Umum Produk.....	2
2.3 Analisis segmentasi dan permintaan pasar	3
2.4 Analisis persaingan usaha pada pasar sasaran.....	3
2.5 analisis ekonomi usaha.....	3
BAB 3. METODE PELAKSANAAN	6
3.1 Teknik Pembuatan Produk	6
3.2. Pemasaran.....	6
3.3. Manajemen Usaha	6
BAB 4. HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI PENGEMBANGAN USAHA	7
BAB 5. POTENSI HASIL	9
DAFTAR PUSTAKA	10
LAMPIRAN	11
Lampiran 1. Penggunaan Dana	11
Lampiran 2. Bukti-Bukti Pendukung Kegiatan.....	13

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Analisis SWOT.....	2
Tabel 2. Laba Rugi.....	4
Tabel 3. Cash Flow.....	5
Tabel 4. Manajemen Usaha.....	6
Tabel 5. Target Kegiatan.....	7
Tabel 6. Potensi Keberlanjutan Usaha.....	9

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tahapan Produksi MG Juice.....	6
Gambar 2. Hasil Produk “MG Juice” dan <i>Microgreen</i>	8
Gambar 3. Pengembangan Usaha Jangka Panjang.....	9

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berangkat dari perubahan konsumsi masyarakat tersebut, kami menemukan peluang bisnis dan tertarik untuk mengembangkan “*Microgreen Juice*” sebagai produk usaha untuk menjawab sekaligus menjadi solusi atas tingginya *demand* masyarakat terhadap produk-produk kesehatan terutama untuk suplemen guna untuk menambah kekebalan tubuh. Eksistensi produk ini tentu membawa pengalaman baru bagi konsumen yang peduli akan kesehatan, tidak hanya itu penetapan harga yang relatif murah, rasa yang bervariasi, kemasan yang menarik dan keunikan lainnya memungkinkan produk ini diprediksi menjadi produk yang diminati masyarakat.

Berbeda dengan usaha *juice* yang sudah ada yang menggunakan buah sebagai bahan utama produksi, usaha *Microgreen Juice* adalah suatu gagasan usaha yang menjadikan *microgreen* sebagai bahan pembuatan *juice*. Pemberian *microgreen* sebagai inovasi bahan pembuatan *juice* ini karena memiliki potensi yang sangat baik terutama dalam hal nutrisi, nutrisi yang terkandung dalam *microgreen* seperti vitamin, mineral, serat, dan senyawa bioaktif sangat tinggi dibandingkan dengan tanaman sayur yang telah dewasa. Menurut Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian (2019), *Microgreen* merupakan tanaman sayur yang dipanen pada umur muda (7-14 hari) dan dipanen pada fase setelah muncul daun sejati. *Microgreen* mengandung antioksidan dan flavonoid yang bermanfaat untuk kesehatan mata dan jantung, menurunkan kolesterol jahat, mengurangi resiko penyakit Alzheimer (Azmi, 2022), serta mengandung unsur mineral seperti Fosfor, Kalium, Magnesium, Zinc, Zat besi, Kalsium dan Natrium yang jauh lebih tinggi dibandingkan tanaman dewasa. Usaha ini diharapkan menjadi pilihan bagi masyarakat dengan tingkat kesadaran masyarakat yang tinggi terhadap kesehatan.

Berdasarkan analisis permintaan pasar yang kami lakukan dengan mengkalkulasikan data sekunder pada produk *Microgreen Juice* untuk wilayah (*locus*) Jakarta Selatan, target pasar yang diidentifikasi adalah kelompok konsumen yang terdiri dari individu berusia antara 18 hingga 60 tahun yang memiliki minat kuat terhadap gaya hidup sehat dan kesadaran akan nutrisi, termasuk mereka yang aktif berpartisipasi dalam berbagai aktivitas kebugaran, seperti yoga, olahraga, dan diet sehat yang berjumlah sekitar 513.964 orang pada wilayah Jakarta Selatan. Spesifikasi pasar ini tentu saja mampu menjangkau angka penjualan yang lebih besar, serta berpotensi menjangkau pasar yang lebih luas mengingat mobilitas serta penetrasi *smartphone* masyarakat yang tinggi sehingga memungkinkan konsumen lebih mudah mengakses layanan penjualan, baik yang dijual secara *online* maupun *offline*.

BAB 2. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

2.1 Kondisi umum lingkungan

Kota besar seperti DKI Jakarta memiliki keunikan tersendiri dan merupakan pasar bagi banyak produk, salah satunya adalah pertanian. Kepentingan konsumen kota besar yang dapat dengan mudah mengakses ke berbagai media dan pasar kebijakan, sangat berpengaruh peningkatan penjualan (Sulaiman *et.al*, 2017).

Keterbatasan lahan untuk kegiatan pertanian mempengaruhi teknik budidaya pertanian perkotaan seperti budidaya microgreen secara hidroponik. Microgreen dapat dijadikan sebagai bahan utama pembuatan jus dengan menambahkan buah-buahan sebagai pemanis alami

2.2 Gambaran Umum Produk

Produk jus ini dinamakan “MG Juice”, varian rasa yang dikembangkan dalam produk ini adalah **MG Hawaii** dan **MG Tropical**. Microgreen yang digunakan sebagai campuran jus merupakan tanaman pakcoy, buah yang digunakan adalah buah nanas dan manga, dan diberikan campuran air kelapa. MG Juice dikemas menggunakan kemasan botol 250 ml.

Harga yang di pasarkan oleh MG Juice sangat terjangkau dengan harga Rp 25.000 per botol, jika dibandingkan dengan minuman sehat lainnya seperti *Sprouts farm* dan *Rejuve*.

Penjualan MG Juice dilakukan secara offline dan online. Penjualan yang dilakukan secara offline MG Juice dengan kios yang bertempat di supermarket. Penjualan MG Juice secara online akan ditempatkan pada marketplace seperti *Tokopedia*, dan *gofood*.

MG Juice mempromosikan produk dengan memberikan potongan harga (diskon) pada awal penjualan dan MG Juice menawarkan pembelian *BUY 1 GET 1*. Hal ini karena diskon merupakan promosi yang sangat populer di kalangan masyarakat. Adapun tabel SWOT pada produk ini adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Analisis SWOT

	Strengths	Weakness
Threats	MG Juice merupakan healthy juice yang diproduksi menggunakan microgreen sebagai bahan utama. Meskipun memiliki umur simpan yang sedikit tapi memiliki kandungan yang lebih besar. Hal ini karena microgreen merupakan super food yang memiliki kandungan yang lebih tinggi dibanding sayur dewasa.	Melakukan pendinginan terlebih dahulu sebelum diberikan kepada konsumen serta memberikan es yang digunakan sebagai pendingin MG Juice.
Opportunity	MG Juice merupakan healthy juice yang dijual dengan harga Rp. 25.000,- dapat bersaing dengan produk dengan kategori jus seperti <i>Rejuve</i> ataupun dengan minuman kekinian seperti <i>janji jiwa</i> .	MG Juice memiliki waktu kadaluarsa yang sangat cepat menjadikan salah satu ciri dari produk, karena tidak memakai

		pengawet dan dinilai lebih sehat.
--	--	-----------------------------------

2.3 Analisis segmentasi dan permintaan pasar

Berdasarkan analisis permintaan pasar pada wilayah Jakarta menunjukkan bahwa potensi penjualan produk *microgreen juice* sangat tinggi yang diimbangi dengan tingkat kesadaran masyarakat pada pola hidup sehat (lampiran ,). Menurut Badan Pusat Statistik (2020), tingkat kesadaran masyarakat Indonesia terhadap pemenuhan asupan gizi seimbang mencapai 78,9% dan masyarakat DKI Jakarta mencapai 81,8%. Dengan hal ini, usaha makanan dan minuman sehat sangat berpeluang di daerah DKI Jakarta. Hal ini juga diperkuat oleh Astutik dan Gunartin (2019), masyarakat Jakarta Selatan termasuk dalam kategori *smart people*, yaitu golongan masyarakat yang memiliki pengetahuan dan adaptasi yang tinggi terhadap suatu perubahan. Bukan hanya tentang teknologi, makanan dan minuman yang inovatif juga mendapatkan respon baik dari masyarakat. Dengan hal ini, usaha *microgreen juice* memiliki potensi untuk bersaing dengan minuman kekinian yang berada di Jakarta Selatan.

2.4 Analisis persaingan usaha pada pasar sasaran

Persaingan adalah usaha untuk memperhatikan keunggulan masing-masing yang dilakukan perseorangan atau badan hukum dalam bidang perdagangan, produksi, dan pertahanan. Persaingan usaha terbagi menjadi 2 yaitu pesaing langsung dan tidak langsung.

Dalam hal ini contoh pesaing tidak langsung dari MG Juice adalah *Maw Juice Bar*. *Maw Juice Bar* merupakan outlet jus buah yang beralamat di Jl. Caringin Utara No 32 Rt 15/10 Cilandak Barat, Cilandak Jakarta 12430. *Maw Juice Bar* menawarkan aneka rasa jus buah dan sayur berdiri sejak tahun 2017 dengan harga Rp. 15.000 - Rp. 30.000.

Pesaing Anggaran termasuk pada pesaing tidak langsung. Dalam hal ini kami membandingkan dengan produk minuman kopi Brand Janji Jiwa yang gerai tokonya berada di Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. Janji jiwa adalah brand kopi lokal yang saat ini di gemari di kalangan pelajar, mahasiswa, pekerja dan bahkan keluarga. Harga menu Kopi Janji Jiwa berkisar Rp15.000 hingga Rp45.000 pada tahun 2020. Memasuki tahun 2021, rentang harga Kopi Janji Jiwa berkisar Rp15.000 hingga Rp 55.000 (Diah. D, 2021). Hal ini menjadi landasan bagi kami untuk menentukan harga MG juice sehingga dapat bersaing dengan usaha minuman kekinian.

2.5 analisis ekonomi usaha

Analisis ekonomi usaha MG Juice ini sebagai berikut:

Tabel 2. Laba Rugi

	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4
Penerimaan				
Produksi	540	594	654	720
Harga	Rp. 25,000	Rp. 25,000	Rp. 25,000	Rp. 25,000
Penjualan	Rp. 13,500,000	Rp. 14,850,000	Rp. 16,350,000	Rp. 18,000,000
Biaya				
Biaya Variabel				
Microgreen				
Rockwool	Rp. 22,500	Rp. 24,750	Rp. 27,250	Rp. 30,000
Benih	Rp. 81,000	Rp. 89,100	Rp. 98,100	Rp. 108,000
Juice				
Air Kelapa	Rp. 900,000	Rp. 990,000	Rp. 1,090,000	Rp. 1,200,000
Mangga	Rp. 1,215,000	Rp. 1,336,500	Rp. 1,471,500	Rp. 1,620,000
Nanas	Rp. 972,000	Rp. 1,069,200	Rp. 1,177,200	Rp. 1,296,000
Botol	Rp. 1,890,000	Rp. 2,079,000	Rp. 2,289,000	Rp. 2,520,000
Stiker	Rp. 90,000	Rp. 99,000	Rp. 109,000	Rp. 120,000
Total Biaya Variabel	Rp. 5,170,500	Rp. 5,687,550	Rp. 6,262,050	Rp. 6,894,000
Biaya tetap				
Penyusutan Alat	Rp.236,250	Rp.236,250	Rp.236,250	Rp.236,250
Promosi	Rp.1,800,000	Rp.1,800,000	Rp.1,800,000	Rp.1,800,000
Total Biaya Tetap	Rp. 2,036,250	Rp. 2,036,250	Rp. 2,036,250	Rp. 2,036,250
Total Biaya	Rp. 7,206,750	Rp. 7,723,800	Rp. 8,298,300	Rp. 8,930,250
Labar	Rp. 6,293,250	Rp. 7,126,200	Rp. 8,051,700	Rp. 9,069,750

Pada semester awal, usaha MG Juice memiliki laba sebesar Rp. 6.293.250,- dan setiap semester laba mengalami kenaikan 10%. Sedangkan *cash flow* usaha MG Juice dapat dilihat pada tabel

Tabel 3. Cash Flow

	Tahun ke 1		Tahun ke 2	
	Sem 1	Sem 2	Sem 1	Sem 2
Cash In Flow				
Penjualan	Rp. 13,500,000	Rp. 14,850,000	Rp. 16,350,000	Rp. 18,000,000
Modal Investasi (hibah)	Rp. 7,000,000			
Total Cash In Flow	Rp. 20,500,000	Rp. 14,850,000	Rp. 16,350,000	Rp. 18,000,000
Cash Out Flow				
Biaya Operasional	Rp. 6,970,500	Rp. 7,487,550	Rp. 8,062,050	Rp. 8,649,000
Investasi	Rp. 1,665,000			
Total Cash Out Flow	Rp. 8,635,500	Rp. 7,487,550	Rp. 8,062,050	Rp. 8,694,000
Total Cash Flow	Rp. 11,864,500	Rp. 7,362,450	Rp. 8,287,950	Rp. 9,306,000

Cash flow pada semester pertama sebesar Rp. 11.864.500,- kemudian pada semester dua sebesar Rp. 7.321.150,- dan seterusnya mengalami kenaikan 10%. *Cash flow* pada semester pertama terlihat lebih besar karena mendapatkan hibah Rp. 7.000.000,-.

Analisis ekonomi usaha dilanjutkan dengan *break even point* (BEP). Berikut adalah rumus BEP usaha MG Juice.

$$\text{BEP} = \text{Biaya tetap} / (\text{Harga penjualan} - \text{Biaya variabel per-unit})$$

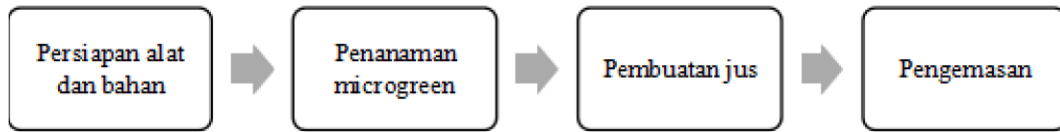
$$\text{BEP} = \text{Rp}2.036.250 / (\text{Rp. } 25.000 - \text{Rp. } 9.575)$$

$$\text{BEP} = 132$$

Berdasarkan analisis BEP, maka penjualan yang dibutuhkan untuk mendapatkan modal kembali adalah 132pcs. Dalam satu semester dibutuhkan penjualan 132pcs, dan dibutuhkan penjualan sebanyak 22pcs.

BAB 3. METODE PELAKSANAAN

3.1 Teknik Pembuatan Produk



Gambar 1. Tahapan Produksi MG Juice

Persiapan alat meliputi *rockwool*, sprayer, nampan, sendok, botol kaca, stiker, *cooler box*, mangkok, dan timbangan digital, pisau dan *slow juicer*. Sedangkan persiapan bahan meliputi buah nanas, buah mangga, dan benih *microgreen*.

Pada proses penanaman, tim MG Juice melakukan penanaman benih dengan media tanam *rockwool* yang diletakkan di atas nampan.. Benih yang digunakan adalah benih pakcoy. Benih pakcoy dapat tumbuh cepat yaitu sekitar 7—14 hari untuk menjadi *microgreen*. Proses penanaman tidak menambahkan pupuk kimia untuk merespon pertumbuhan karena dapat merusak kesehatan konsumen.

Proses panen dilakukan setelah tumbuhan berumur kurang lebih 14 hari masa pertumbuhan atau setelah tumbuhnya pohon sejati. Dengan cara menggunting batang tumbuhan dan daun.

Setelah proses panen, *microgreen* dibersihkan dan dicampur dengan buah. Buah yang digunakan sebagai perasa adalah mangga, dan nanas. Pengemasan dilakukan dengan memasukkan jus ke botol plastik karena botol plastik merupakan kemasan yang terjangkau dan murah.

3.2. Pemasaran

Pemasaran *offline* dilakukan dengan mengikuti bazar atau *event* untuk memasarkan produk. Pemasaran *online* dilakukan dengan memasarkan produk pada akun media sosial (*instagram*) dan aplikasi *e-commerce* (*tokopedia* dan *gofood*). Penjualan *online* juga memasarkan produk melalui *whatsapp* untuk mempromosikan produk MG Juice melalui akun setiap anggota tim. Hal ini dapat mengenalkan MG Juice produk kepada teman dan saudara.

3.3. Manajemen Usaha

Manajemen usaha teruraikan sebagai berikut:

Tabel 4. Manajemen Usaha

Nama	Ahmad Syaerozi	Ahmad Aulia Nst	Agil Thoriq B.A	Arif Akbar	Maruch
Tugas	1. Ketua 2. Menjalankan media sosial	Produksi	Keuangan	Pemasaran <i>offline</i>	Pemasaran <i>online</i>

BAB 4. HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI PENGEMBANGAN USAHA

Adapun persentase hasil yang telah dicapai selama berjalannya program ini adalah:

Tabel 5. Target Kegiatan

Komponen	Target	Progres	Kendala
Penjualan (pcs)	132	80,3%	<ul style="list-style-type: none"> • Proses produksi lama • Keterbatasan alat • Proses pengurusan sertifikasi yang lambat
Luaran Wajib			
Laporan kemajuan	100%	100%	-
Laporan akhir	100%	65%	- Penjualan masih terus berlanjut
Produk	100%	100%	-
Akun sosial media	100%	100%	-
Luaran Tambahan			
<i>Prototype</i> (Hak Cipta)	100%	0%	
Poster	100%	55%	- Desain membutuhkan waktu yang lama
Artikel ilmiah	100%	75%	- Referensi yang sedikit
Video kegiatan	100%	100%	-

Berdasarkan tabel 1, hasil yang telah dicapai dalam pelaksanaan PKM-K ini adalah produk MG Juice. Produk yang dihasilkan telah melalui survey kesukaan beberapa orang terhadap produk yang dihasilkan. Dari 15 orang yang telah mencoba produk MG Juice, 12 menyukai produk, 3 orang menyukai rasa tapi tidak terlalu menyukai warna produk. Sebelum menentukan formula atau resep jus pada produk MG Juice, beberapa resep telah dicoba untuk mengetahui rasa dan warna yang disukai konsumen.

Selain produk, hasil yang dicapai pada program PKM-K ini adalah bahan baku. Salah satu bahan baku pada produksi MG Juice ini adalah microgreen yang dibudidayakan secara mandiri sehingga harga dan kualitas dapat terkontrol hingga tahap pembuatan MG Juice. Microgreen yang dibudidayakan tidak mengandung bahan kimia seperti pupuk kimia dan pestisida yang memiliki dampak buruk bagi konsumen.



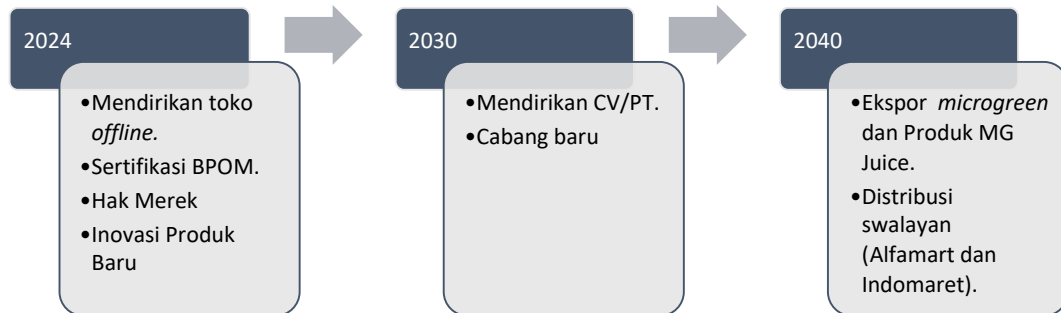
Gambar 1. Hasil Produk “MG Juice” dan *Microgreen*

Target penjualan belum tercapai sepenuhnya, yaitu hanya mencapai 80,30% atau sebanyak 106 pcs. Hal ini dikarenakan terjadinya kendala yang dihadapi oleh Tim MG Juice yaitu uji coba produksi yang cukup sulit, keterbatasan alat. Dengan penjualan tersebut, tim MG Juice telah memperoleh omset sebanyak Rp. 2.350.000,-. Pendapatan tersebut diperoleh selama penjualan produk yang mempromosikan produk dengan potongan harga sebanyak 40% pada 30 pcs pertama. Hal tersebut, mampu menarik konsumen untuk mencoba dan membeli produk MG Juice.

BAB 5. POTENSI HASIL

Tabel 6. Potensi Keberlanjutan Usaha

Adapun pengembangan usaha jangka panjang sebagai berikut;



Gambar 3. Pengembangan Usaha Jangka Panjang

Pada tahun 2024, usaha MG Juice akan mendirikan toko *offline* untuk mempermudah produksi dan melakukan transaksi jual-beli. Pengajuan sertifikasi BPOM agar produk MG Juice lebih dipercayai oleh konsumen. Inovasi produk akan dilakukan dengan survey kepuasan konsumen terhadap produk.

Pada tahun 2023, usaha MG Juice akan mendirikan CV/PT untuk menjalankan usaha dalam skala besar seperti peningkatan produksi dan penjualan. Selain itu, usaha MG Juice juga akan membuka cabang baru di kota-kota besar. Pada tahun 2024, usaha MG Juice akan melakukan ekspor bahan baku (*microgreen*) dan produk MG Juice. Selain itu, usaha MG Juice akan bermitra serta mendistribusikan produk kepada swalayan seperti *alfamart* dan *indomaret*.

DAFTAR PUSTAKA

- Astutik, E. P., Gunartin. 2019. Analisis Kota Jakarta Sebagai Smart City dan Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi Menuju Masyarakat Madani. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*. 6 (2): 4.
- Azmi, N. 2022. Microgreens Sayuran Hijau Mungil yang punya segudang manfaat. <https://hellosehat.com/nutrisi/fakta-gizi/microgreens/>. Diakses pada 4 Februari 2023.
- BBP2TP. 2019. *Pertanian Perkotaan*. Edisi ke-1, Agro Inovasi: Kementerian Pertanian Jakarta. Jakarta.
- BPS. 2020. Perilaku Masyarakat Pada Masa Pandemi Covid-19 Provinsi DKI Jakarta. Edisi ke- 1, Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. Jakarta.
- Diah, D. 2021. Update harga Kopi Janji Jiwa. – Daftar Harga & Tarif 2022. URL: <https://harga.web.id/info-terbaru-harga-kopi-janji-jiwa.info>. diakses 07 February 2023.
- Sulaiman, A, A. Jamal, E. Kariyasa, I, K. Wulandari, S. Torang, S. Hoerudin. Bahar, F. Herodian, S. Buid, G. Wirawan, B. 2017. *Menyangga pangan jakarta*. Edisi ke-1, IAARD PRESS.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Penggunaan Dana

Tabel 4. *Log Book* Keuangan



Bulan	Keterangan	Volume	Pemasukan	Pengeluaran	Total
Juni	Kegiatan Perjalanan Pembelian Alat dan Bahan	1 kali	Rp 8.900.000,00	Rp 100.000,00	Rp 8.800.000,00
Juni	Pembelian Kuota Internet	1 kali		Rp 94.900,00	Rp 8.705.100,00
Juni	Pembelian Botol dan Ongkos Kirim	50 pcs	-	Rp 55.750,00	Rp 8.649.350,00
Juni	Slow Juicer	1 pcs		Rp 900.000,00	Rp 7.749.350,00
Juni	Cool Box	1 pcs		Rp 300.000,00	Rp 7.449.350,00
Juli	Timbangan	1 pcs	-	Rp 91.500,00	Rp 7.357.850,00
Juli	Benih Pakcoy	13 pcs	-	Rp 390.000,00	Rp 6.967.850,00
Juli	Rockwool	10 pcs	-	Rp 250.000,00	Rp 6.717.850,00
Juni	Pembelian Kuota Internet	1 kali		Rp 94.900,00	Rp 6.622.950,00
Juli	Pembayaran Ads pengiklanan sosial media tanggal 15	1 kali	-	Rp 75.000,00	Rp 6.547.950,00
	Mangga	5 kg		Rp 75.000,00	Rp 6.472.950,00
Juli	Nanas Madu	5 kg		Rp 60.000,00	Rp 6.412.950,00
Juli	Air Kelapa Muda	30 pcs		Rp 300.000,00	Rp 6.112.950,00
Juli	Teko	2 pcs		Rp 50.000,00	Rp 6.062.950,00
Juli	Mangkok	2 pcs		Rp 40.000,00	Rp 6.022.950,00
Juli	Nampan	5 pcs		Rp 145.000,00	Rp 5.877.950,00
Juli	Pisau	1 pcs		Rp 75.000,00	Rp 5.802.950,00
Juli	Talenan	1 pcs		Rp 25.000,00	Rp 5.777.950,00
Juli	Sprayer	1 pcs		Rp 15.000,00	Rp 5.762.950,00





Juli	Air Kelapa Muda	10 pcs		Rp 100.000,00	Rp 5.662.950,00
Juli	Mangga	8 pcs		Rp 120.000,00	Rp 5.542.950,00
Juli	Nanas	8 pcs		Rp 96.000,00	Rp 5.446.950,00
Juli	Benih Pakcoy	10 pcs		Rp 300.000,00	Rp 5.146.950,00
Juli	Uji Coba Produksi	2 kali		Rp 200.000,00	Rp 4.946.950,00
Juli	Survey Pasar	2 kali		Rp 200.000,00	Rp 4.746.950,00
Juli	Botol serta pemasangan stiker	400 pcs		Rp 1.400.000,00	Rp 3.346.950,00
Juli	Jasa Pembuatan katalog Produk	1 kali		Rp 600.000,00	Rp 2.746.950,00
Juli	Jasa Pembuatan Stiker	1 kali		Rp 700.000,00	Rp 2.046.950,00
Juli	Stiker	450 pcs		Rp 90.000,00	Rp 1.956.950,00
Juli	Sendok	3 pcs		Rp 15.000,00	Rp 1.941.950,00
Juli	Kegiatan Perjalanan Pembelian Alat dan Bahan	3 kali		Rp 300.000,00	Rp 1.641.950,00
Juni	Pembelian Kuota Internet	1 kali		Rp 135.900,00	Rp 1.506.050,00
Agustus	Kegiatan Perjalanan Pembelian Alat dan Bahan	4 kali		Rp 400.000,00	Rp 1.106.050,00
Agustus	Survey Pasar	1 kali		Rp 100.000,00	Rp 1.006.050,00
Agustus	Nanas Madu	10 kg		Rp 120.000,00	Rp 886.050,00
Agustus	Mangga	10 kg		Rp 150.000,00	Rp 736.050,00
Agustus	Air Kelapa Muda	25 pcs		Rp 250.000,00	Rp 486.050,00
Agustus	Mangga	5 kg		Rp 75.000,00	Rp 411.050,00
Agustus	Nanas Madu	5 kg		Rp 60.000,00	Rp 351.050,00
September	Pembelian Kuota Internet	1 kali		Rp 63.825,00	Rp 287.225,00
September	Mangga	8 pcs		Rp 120.000,00	Rp 167.225,00

September	Nanas Madu	6 kg		Rp 67.225,00	Rp 100.000,00
September	Air Kelapa Muda	Air Kelapa Muda	10 pcs	Rp 100.000,00	Rp 0
	Total		Rp 8.900.000,00	Rp 8.900.000,00	Rp 0

Lampiran 2. Bukti-Bukti Pendukung Kegiatan

Tabel 5. *Log Book* Kegiatan

Bulan Pelaksanaan	Kegiatan	Capaian	Waktu Pelaksanaan (Menit)	Dokumen Pendukung
Juni	Pertemuan pertama koordinasi mengenai konsultasi bersama dosen pembimbing tim PKM-K Microgreen Juice	9%	15 menit	
Juni	Penanaman Microgreen	100%	25	

Juni	Pembuatan media konten pertama oleh PKM-K Microgreen Juice Universitas Muhammadiyah Jakarta	46%	60 menit	
Juli	Pertemuan kedua koordinasi mengenai konsultasi bersama dosen pembimbing tim PKM-K Microgreen Juice	53%	12 Menit	
Juli	Penanaman Microgreen	100%	25	
Juli	Uji Coba Produk	100%	120 Menit	

Juli	Pengenalan Program PKM dan Pimnas dari tim PKM-K JuiceMG Universitas Muhammadiyah Jakarta	100%	75 Menit	
Juli	Pembelian benih, rockwoll dan nampan	100%	15 Menit	
Juli	Finishing Produk	100%	120 Menit	
Juli	Pemasaran dan open pre order Offline	100%	40 menit	

Agustus	Penanaman Microgreen	100%	25 menit	
Agustus	Pemasaran dan open pre order Offline	100%	40 menit	
September	Pemasaran dan open pre order produk Offline	100%	40 menit	
September	Pemasaran dan open pre order Produk Offline	100%	40 menit	