

LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi



Lampiran 2. Pertanyaan BMC

I. IDENTITAS RESPONDEN

Pada bagian ini Bapak/Ibu akan menjawab pertanyaan terkait identitas usaha yang Bapak/Ibu sedang kembangkan

- a. Nama Usaha / Produk : Tobato Snack
- b. Nama Lengkap Pemilik Usaha : Selly Agnes Tiwa dan Duma Sinaga
- c. Jenis Kelamin :
 - 1) Wanita ✓
 - 2) Pria
- d. Alamat Lengkap Usaha : Jl. Sisingamangaraja Simpang Tapioka Kel. Sigumpang dangsina kec. Sigumar Kab. Toba

- e. Tahun berapakah usaha Bapak/Ibu didirikan? 2020
- f. Apa yang menjadi visi dan misi usaha yang sedang Bapak/Ibu kembangkan?
- g. Jika mempunyai banyak jenis produk, produk apa yang menjadi prioritas/utama yang ingin Bapak/Ibu kembangkan? Sasagun
- h. Dalam pengembangan produk agar mampu diterima oleh masyarakat luas dibutuhkan legalitas usaha yang diakui. Oleh karena itu, legalitas apa saja yang telah dimiliki oleh usaha Bapak/Ibu?
 - 1) NIB (Nomor Induk Berusaha) ✓
 - 2) P-IRT (Produk Industri Rumah Tangga) ON PROCCES
 - 3) Izin BPOM
 - 4) Sertifikat halal
 - 5) Lainnya (sebutkan)

II. PERTANYAAN BERDASARKAN BMC (Business Model Canvas)

Pada bagian ini Bapak/Ibu akan menjawab pertanyaan sesuai dengan BMC (Business Model Canvas) yang merupakan alat untuk merancang perencanaan bisnis perusahaan berdasarkan proposisi nilai perusahaan, produk, pelanggan, dan keuangan.

a. VALUE PROPOSITION

Value Proposition atau nilai manfaat produk atau layanan merupakan acuan pada pernyataan bisnis atau pemasaran yang digunakan pelaku usaha untuk memberikan alasan atau meringkas alasan mengapa konsumen harus membeli produk atau menggunakan pelayanan jasa.

- 1) Apakah ide pembuatan produk Bapak/Ibu dilatarbelakangi dengan keinginan memecahkan sebuah masalah yang terjadi di masyarakat?
 - a) Ya ✓
 - b) Tidak
- 2) Jika YA, masalah apa yang ingin Bapak/Ibu pecahkan? Mengangkat kuliner khas Toba yg hampir hilang dan agar lebih dikenal masyarakat luas
- 3) Berdasarkan pertanyaan sebelumnya, solusi apa yang Bapak/Ibu tawarkan atas permasalahan tersebut? Dengan membuat inovasi baru agar dapat diterima masyarakat zaman modern ini
- 4) Lalu, apakah solusi tersebut diterima masyarakat/konsumen? Ya
- 5) Jika TIDAK, apa yang melatarbelakangi Bapak/Ibu mendirikan usaha tersebut? --
- 6) Apakah ada produk sejenis/serupa dengan merek dagang lain seperti produk yang Bapak/Ibu tawarkan?
 - a) Ada (Sebutkan nama dan informasi yang anda tau tentang usaha tersebut?) Ada. Brams sasagun dan Tabo Toba
 - b) Tidak Ada
 - c) Tidak Tahu
- 7) Jika ada, Sebutkan nama dan informasi yang anda tau tentang usaha tersebut?
- 8) Menurut bapak ibu, apa keunggulan produk yang ibu tawarkan dibandingkan dengan produk yang sejenis ? (bisa dipilih lebih dari satu)
 - a) Produk yang dihasilkan terjamin ke higienisannya ✓
 - b) Produk yang dihasilkan terbuat dari bahan bahan yang berkualitas ✓
 - c) Produk yang dihasilkan dijual dengan harga yang relatif murah dibandingkan dengan produk yang sejenis ✓
 - d) Pemberian garansi atas produk sebagai jaminan atas risiko kerusakan produk ✓

- e) Memberikan garansi/jaminan keaslian produk ✓
 - f) Memberikan potongan harga untuk setiap pembelian dengan minimal pembelanjaan ✓j
 - g) Adanya potongan harga/harga khusus pada waktu tertentu (Mis; Harga khusus spesial Bulan Ramadhan) ✓
 - h) Produk merupakan karya asli daerah kaldera toba yang khas dan tidak dimiliki daerah lain (local pride) ✓
 - i) Produk menggunakan bahan dasar yang diperoleh dari daerah kaldera toba yang khas dan tidak dimiliki daerah lain (local pride)
 - j) Pelanggan dapat meningkatkan status sosialnya melalui pembelian produk (Mis; Orang yang membeli starbucks dianggap memiliki status ekonomi yang tinggi)
 - k) Lainnya, sebutkan
- 9) Apa *value* yang didapatkan konsumen dari produk Bapak/Ibu? (*Value* merupakan keuntungan atau kepuasan yang didapatkan konsumen dengan membeli produk Bapak/Ibu) harga terjangkau, bahan berkualitas, cita rasa yg memuaskan dan makanan yg hanya ada didapt Kab. Toba
- 10) Agar produk Bapak/Ibu dapat diterima di masyarakat dan terlihat lebih unggul dibandingkan kompetitor, ada beberapa indikator yang penting dimiliki, diantaranya adalah masa simpan /periode ketahanan produk, *packaging* yang menarik, dan memenuhi standar perizinan untuk produk pangan dan produk kerajinan di Indonesia. Selanjutnya Bapak/Ibu dapat menjawab pertanyaan berkaitan dengan indikator tersebut melalui pertanyaan berikut :
- a) Berapa lama jangka waktu produk Bapak/Ibu dapat bertahan dengan penampilan/presentasi, cita rasa, dan layak untuk digunakan/dikonsumsi? Sasagun dalam kemasan standing pouch 6 bln. Jika telah dipindahkan ke wadah bs sampai 10 bln
 - b) Apakah produk usaha Bapak/Ibu telah menggunakan kemasan disertai dengan logo identitas usaha? - Sebagai alat identifikasi untuk pengembangan produk kedepannya
 - Ya (Jika Bapak/Ibu tidak keberatan, boleh tolong dikirimkan foto packaging produk melalui WhatsApp (082274151854) ✓
 - Tidak Ada

B. CUSTOMER SEGMENT

Customer Segment dapat dikatakan sebagai praktik membagi basis pelanggan menjadi kelompok-kelompok individu yang serupa dalam cara-cara tertentu, seperti usia, jenis kelamin, minat, dan kebiasaan belanja.

- 1) Menurut Bapak/ibu, siapakah yang menjadi target konsumen dari produk yang bapak ibu hasilkan? Perempuan dan laki2, diatas 2 tahun, wisatawan lokal dan mancanegara, perantau suku batak, pecinta makanan tradisional
- 2) Berapa rentang usia konsumen Bapak/Ibu saat ini?
 - a) <15
 - b) 15-25 ✓
 - c) 25-35 ✓
 - d) 35-45 ✓
 - e) 45-55 ✓
 - f) >55 ✓
- 3) Apakah jenis kelamin mayoritas pembeli:
 - a) Wanita ✓
 - b) Pria

- 4) Darimana mayoritas konsumen yang membeli produk Bapak/Ibu berasal?
 - a) Penduduk Sekitar ✓
 - b) Penduduk Luar Daerah ✓
 - c) Turis ✓
4. Siapa yang menjadi target konsumen Bapak/Ibu ?
 - a) Berdasarkan ekonomi/pendapatan :
 - i. Menengah ke atas
 - ii. Menengah kebawah
 - iii. Tidak mempunyai batasan pendapatan (siapa saja) ✓
 - b) Berdasarkan gaya hidup :
 - i. pelanggan yang loyal terhadap satu brand
 - ii. Pelanggan yang tidak mempermasalahkan harga ✓
 - iii. Pelanggan yang sensitif terhadap harga ✓
 - iv. Lain-lain (sebutkan)
 - c) Berdasarkan umur :
 - i. Anak - anak
 - ii. Remaja
 - iii. Dewasa ✓
 - d) Berdasarkan wilayah tempat tinggal
 - i. Penduduk sekitar kota tempat tinggal ✓
 - ii. Penduduk Luar Daerah/kota ✓
 - iii. Turis yang berkunjung ke Kaldera ✓

C. CHANNEL

Channel adalah saluran di mana pelanggan dapat melakukan kontak dengan usaha Bapak/Ibu dan menjadi bagian dari proses penjualan (contohnya: promosi - sebagai saluran pengenalan produk yang dijual).

- 1) Bagaimana pelayanan yang diberikan kepada pembeli?
 - a) Melalui offline store (penjualan secara langsung/*direct selling*) ✓
 - b) Melalui online :
 - i. Email ✓
 - ii. Whatsapp ✓
 - iii. Instagram ✓
 - iv. Website
 - v. Marketplace ✓
- 2) Bagaimana produk dapat dikenal di masyarakat? Melalui online, pameran, offline, reseller, melalui instansi
- 3) Apakah bapak/ibu sudah memiliki outlet? (outlet merupakan tempat Bapak/Ibu menjual produk)
 - a) Ya ✓
 - b) Tidak
- 4) Jika "sudah" berapa outlet yang sudah bapak/ibu miliki? 1 (satu)
- 5) Apakah memiliki website usaha?
 - a) Ya
 - b) Tidak ✓

Jika YA, sebutkan website yang dimiliki ?
- 6) Apakah usaha Bapak/Ibu sudah memiliki media sosial?
 - a) Ya ✓ (kurang ditata dengan baik)

- b) Tidak
- Jika YA, sebutkan media sosial yang dimiliki ? FB : Tobato Snack ; IG : @tobato.snack
- 7) Apakah Bapak/Ibu sudah ada dijual di marketplace?
 - a) Ya ✓
 - b) Tidak
- 8) Sebutkan marketplace yang dipakai?
 - a) Shopee ✓
 - b) Tokopedia ✓
 - c) Blibli
 - d) Marketplace lainnya (sebutkan)

D. CUSTOMER RELATIONSHIP

Customer Relationships adalah bagaimana Bapak/Ibu berinteraksi dengan pelanggan (pada saat sebelum, sedang hingga setelah proses penjualan) - mengenai jenis hubungan yang disukai pelanggan.

- 1) Bagaimana Bapak/Ibu berinteraksi dengan pelanggan dalam menjalankan usaha?
 - a) Secara offline (Luar Jaringan) :
 - i. Adanya outlet toko ✓
 - ii. Menggunakan pihak ketiga (Reseller, Agen, Retailer, dsb) ✓
 - b) Melalui online (Dalam Jaringan):
 - i. Marketplace ✓
 - ii. Email
 - iii. Whatsapp ✓
 - iv. Instagram ✓
 - v. Website
- 2) Dalam menjaga hubungan yang baik agar pelanggan menjadi loyal, adakah layanan tambahan setelah penjualan?
 - a) Ya ✓
 - b) Tidak
- 3) Jika YA, bagaimana bentuk dari layanan setelah penjualan yang Bapak/Ibu berikan?
 - a) Pemberian garansi produk ✓
 - b) Call centre/Customer Care (Menerima keluhan dan masukan dari pelanggan) ✓
 - c) Voucher belanja
 - d) Point/kupon belanja
 - e) Lainnya ... memberi bonus

E. REVENUE STREAMS

Revenue Streams adalah cara bisnis mengubah Value Proposition atau solusi dari masalah pelanggan menjadi keuntungan finansial. Penting juga untuk memahami penetapan harga bisnis sesuai dan layak dengan solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan masalah pelanggan.

- 1) Berapa total penjualan setiap hari/bulan? < 250 rb/ hari ; <5jt / bulan
- 2) Berapa harga jual produk per unit atau per bungkus nya? 15rb - 60rb
- 3) Bagaimana Ibu/Bapak menentukan harga produk? Berdasarkan dari harga bahan yg digunakan, kemasan
- 4) Darimana sajakah sumber pendapatan Bapak/Ibu?
 - a) Hanya melalui penjualan produk secara online maupun offline ✓
 - b) Pembelian berulang (*Re-purchase*) ✓
 - c) Sistem berlangganan (*subscription*)
 - d) Menjual ke retailer (pedagang eceran)

- e) Menjual ke reseller (pedagang yang menjual kembali produk Bapak/Ibu dengan harga lebih mahal) ✓
- f) Menjual ke grosir
- g) Konsinyasi (menitip barang di toko lain) ✓
- h) Varian produk lainnya
- i) Sebutkan jika ada selain pilihan diatas

F. KEY RESOURCES

Key Resources berarti sumber daya yang diperlukan usaha Bapak/Ibu. Sumber daya ini adalah apa yang diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha.

- 1) Berapa jumlah pekerja yang Bapak/Ibu punya untuk saat ini?
 - a) <5 pekerja ✓
 - b) 5-10 pekerja
 - c) 10-15 pekerja
 - d) >15 pekerja
- 2) Selain dari Bank, dari mana lagi sumber permodalan :
 - a) Keluarga
 - b) Koperasi
 - c) Pinjaman dari orang lain
 - d) lainnya / modal pribadi ✓
- 3) Apakah sudah mempunyai rekening koran? Blm
 - a) Apakah sudah pernah meminjam dari bank? Kalau sudah, berapa besar plafon (batas maksimal pinjaman yang diberikan oleh pihak bank) yang pernah ada?
 - b) Berapa Baki Debet (jumlah uang tunai yang harus dimiliki di setiap rekening nasabah)?
- 4) Bagaimana peralatan/perlengkapan yang digunakan untuk produksi?
 - a) Konvensional (tanpa mesin) ✓
 - b) Menggunakan teknologi dan bantuan mesin
- 5) Apakah ada kesulitan mendapatkan bahan baku?
 - a) Ya
 - b) Tidak (bahan baku apa saja dan darimana?) ✓

G. KEY ACTIVITIES

Key Activities dari bisnis/produk adalah tindakan yang dilakukan bisnis untuk mencapai value proposition bagi pelanggan.

- 1) Berapa lama proses produksi berlangsung?
 - a) 1-2 hari ✓
 - b) 3-5 hari
 - c) < 1 minggu
 - d) > 1 minggu
- 2) Berapa jumlah total produksi dalam :
 - a) satu hari : 5 - 10 kg
 - b) satu minggu : 10 - 30 kg
 - c) satu bulan : 30 - 50 kg
 - d) satu tahun : > 500 kg
- 3) Apakah bapak/ibu mengalami kendala selama masa produksi?
 - a) Ya ✓
 - b) Tidak

- 4) Bagaimana bapak/ibu mengatasi atau menangani kendala yang dihadapi dalam proses produksi tersebut? Produksi secara bertahap
- 5) Bagaimana proses penyaluran bahan baku hingga sampai ke konsumen? Beli sendiri
- 6) Bagaimana distribusi produk dari bisnis Bapak/Ibu dijalankan?
- 7) Apakah menggunakan layanan antar (Delivery)?
 - a) Ya ✓
 - b) Tidak
- 8) Jika YA, sebutkan layanan antar yang dipakai
 - a) Pos Indonesia ✓
 - b) JNT ✓
 - c) JNE ✓
 - d) Pengantar dari toko ✓
 - e) Lainnya
- 9) Apakah memiliki SOP (*Standard Operating Procedure*)?
 - a) Ya ✓
 - b) Tidak

H. KEY PARTNERS

Key Partnerships adalah daftar perusahaan/pemasok/pihak eksternal lain yang mungkin dibutuhkan untuk mencapai *key activities* dan memberikan value kepada pelanggan.

- 1) Apakah anda bekerja sama dengan pemasok untuk bahan baku ?
 - a) Ya ✓
 - b) Tidak
- 2) Jika iya dari mana pemasok bahan baku berasal? Penduduk sekitar / toko sekitar
- 3) Apakah ada bekerja sama dengan organisasi tertentu ataupun organisasi pemerintah?
 - a) Iya ✓
 - b) Tidak
- 4) Jika iya, sebutkan nama organisasi apa saja? Dinas Perindagkop, Disbudpar, asosiasi UMKM Kaldera Toba
- 5) Dan apakah manfaat yang anda rasakan selama bergabung di organisasi tersebut ? Produk semakin berkembang, semakin dikenal dan semakin byk pembelj
- 6) Untuk kemasan apakah Bapak/Ibu punya pemasok tersendiri ? Tidak
- 7) Dalam pemasaran produk, apakah usaha Bapak/Ibu memiliki mitra/pendukung untuk melakukan pemasaran produk? Ya

I. COST STRUCTURE

Cost Structure adalah biaya yang mengacu pada jenis dan juga proporsi relatif dari biaya tetap dan variabel yang dikeluarkan secara rutin oleh perusahaan - menggambarkan semua biaya yang muncul sebagai akibat dioperasikannya usaha Bapak/Ibu

- 1) Apakah memiliki laporan keuangan?
 - a) Ya ✓
 - b) Tidak
- 2) Apakah telah melakukan pembukuan?
 - a) Ya ✓
 - b) Tidak
- 3) Apakah pernah menghitung harga pokok penjualan ?
 - a) Ya ✓
 - b) Tidak
- 4) Jika "TIDAK", Apakah Bapak/Ibu berkenan memberi informasi terkait HPP berdasarkan pertanyaan berikut :

- a) Berapa total biaya produksi?
- b) Apa bahan baku yang anda digunakan? Sebutkan..
- c) Berapa biaya untuk setiap bahan baku tersebut?
- d) Berapakah biaya distribusi yang dikeluarkan untuk mendapatkan bahan baku?
- e) Dalam melakukan kegiatan produksi, berapa orang tenaga kerja yang terlibat?
- f) Berapa upah yang diberikan untuk setiap 1 orang tenaga kerja?
- g) Berapa total persediaan yang tersisa?
- h) Berapa biaya pemasaran untuk memasarkan produk yang dijual?
 - i. <1 juta
 - ii. >1 juta

Lampiran 3. Pertanyaan Uji Organoleptik Preferensi dan Hedonik

a. Uji Preferensi sasagun

Kuesioner Panelis Sasagun

Halo, terimakasih telah menyicipi produk sasagun. Selanjutnya, anda dapat mengisi form pertanyaan berikut. Silahkan dijawab sesuai dengan pendapat anda ketika menyicipi produk tersebut.

febryan.htgalung@gmail.com (not shared) [Switch account](#)

Berapa usia anda?

15-24 Tahun

25-34 Tahun

35-44 Tahun

45-54 Tahun

55-64 Tahun

>65 Tahun

Jenis kelamin?

Pria

wanita

Profesi?

Pelajar

Mahasiswa

Pegawai Kantoran

Pengusaha

Ibu rumah tangga

lainnya

Penilaian Produk

Petunjuk Penilaian :
 Panelis dapat memperhatikan warna, rasa, dan aroma dari sampel dari produk sasagun A dan B. Selanjutnya, silahkan bandingkan kedua produk, kemudian pilih produk yang anda paling suka berdasarkan parameter-parameter berikut.

Rasa produk sasagun mana yang paling anda suka?

sasagun A

sasagun B

Aroma produk sasagun mana yang paling anda suka? *

sasagun A

sasagun B

Tingkat kemanisan produk sasagun mana yang paling anda suka?

sasagun A

sasagun B

warna produk sasagun mana yang paling anda suka? *

sasagun A

sasagun B

Penilaian Harga Produk

Petunjuk Penilaian:
Silahkan menjawab pertanyaan berikut dengan membandingkan kedua harga produk. Pilihlah produk yang paling sesuai dengan pertanyaan berikut.

Keterangan harga produk

Sasagun A : 15.000/200 gr
Sasagun B : 10.000/200 gr

Produk mana yang menawarkan harga yang sesuai dengan kualitas?

Sasagun A
 Sasagun B

Produk mana yang menawarkan harga yang terjangkau bagi setiap kalangan?

Sasagun A
 Sasagun B

Penilaian Size Packaging

Panelis dipersilahkan memilih Size (ukuran) kemasan yang menurut anda yang paling sesuai dengan produk sasagun.



Kemasan ukuran 50 gr (Rp. 5000)



Kemasan 100 gr (Rp.10.000)



b. Uji Hedonik Cookies Sasagun

Kuesioner Panelis Cookies Sasagun

Halo, terimakasih telah mencicipi produk cookies sasagun. Selanjutnya, anda dapat mengisi form pertanyaan berikut. Silahkan dijawab sesuai dengan pendapat anda ketika mencicipi produk tersebut.

 febryan.htgalung@gmail.com (not shared) [Switch account](#) 

* Required

Berapa usia anda? *

15-24 Tahun
 25-34 Tahun
 35-44 Tahun
 45-54 Tahun
 55-64 Tahun
 >65 Tahun

Jenis Kelamin *

Pria
 Wanita

Profesi *

Pelajar
 Mahasiswa
 Pegawai Kantoran
 Pengusaha
 Ibu Rumah Tangga
 lainnya

Penilaian Produk

Petunjuk Penilaian :
Panelis dapat memperhatikan warna, tekstur, rasa, dan aroma dari sampel produk. Berikan penilaian untuk tingkat preferensi parameter sesuai dengan pendapat anda pada isian di bawah.

Keterangan Tingkat Preferensi :
Skala 5 : Sangat Suka
Skala 4 : Suka
Skala 3 : Sedikit Suka
Skala 2 : Tidak Suka
Skala 1 : Sangat Tidak Suka

Bagaimana tingkat kekerasan dari cookies ? (silahkan beri skala antara 1-5) *

1 2 3 4 5

sangat tidak suka sangat suka

Bagaimana tingkat kerenyahan dari cookies ? (silahkan beri skala antara 1-5) *

1 2 3 4 5

sangat tidak suka sangat suka

Bagaimana warna dari cookies ? (silahkan beri skala antara 1-5) *

1 2 3 4 5

sangat tidak suka sangat suka

Bagaimana aroma dari cookies ? (silahkan beri skala antara 1-5) *

1 2 3 4 5

sangat tidak suka sangat suka

Bagaimana tingkat kemanisan dari cookies ? (silahkan beri skala antara 1-5) *

sangat tidak suka 1 2 3 4 5 sangat suka

Bagaimana bentuk dari cookies ? (silahkan beri skala antara 1-5) *

sangat tidak suka 1 2 3 4 5 sangat suka

ukuran kemasan (size) produk apa yang anda suka atau yang sering anda beli *

Kemasan Individual Isi 1 keping Rp.1000



Kemasan Isi 3 keping Rp. 3000



kemasan isi 5 keping Rp. 6000



Kemasan isi 10 keping Rp. 10.000



kemasan isi 20 keping Rp. 20.000

kemasan isi 5 keping Rp. 6000

kemasan isi 20 keping Rp. 20.000



silahkan tambakan komentar atau masukan anda untuk perbaikan produk (jika ada)

Long answer text

Lampiran 4. Rancangan Bisnis Model menggunakan BMC

Business Model Canvas		Designed for: UMKM Tobato Snack	Designed by: Febrian Hutagalung	Date: Agustus 2022	Version:
Key Partners <ul style="list-style-type: none"> - Kerjasama dengan pemasok Beras (petani), kelapa, dan packaging - Kerjasama dengan Toko ole-oleh, toko/minimarket dan kantin-kantin sekolah. 	Key Activities <ul style="list-style-type: none"> - Pembelian bahan-bahan, perendaman beras, pengeringan beras, penggilingan, penyangraian sasagun, pembuatan adonan cookies, pemangangan cookies - Pengemasan - Distribusi produk ke toko oleh-oleh, toko/minimarket, dan kantin-kantin sekolah. - Pemasaran. 	Value Propositions <ul style="list-style-type: none"> - Produk oleh-oleh khas kawasan Kaldera Toba - Snack khas Orang Toba. 	Customer Relationships <ul style="list-style-type: none"> - Menambahkan benda atau omamen yang <i>memorable</i> pada produk pada produk yang dijual (sasagun) - Memasukkan kupon undian berhadiah pada kemasan (cookies sasagun). 	Customer Segments <ul style="list-style-type: none"> - Wisatawan lokal dan mancanegara (sasagun) - Masyarakat umum dan anak-anak (cookies sasagun). 	
Cost Structure <p>Aset usaha dan biaya penyusutan + Biaya bahan baku mentah dan habis pakai + Biaya tenaga kerja + Overhead = untuk mengetahui Harga pokok penjualan produk yang dijual.</p>	Key Resources <ul style="list-style-type: none"> - Fisik (mesin penggiling beras dan mesin sangrai) - Intelektual (Mendafar PT perorangan dan izin PIRT). 		Channels <ul style="list-style-type: none"> - Menitip produk di toko oleh-oleh yang berada di kawasan Kaldera Toba (sasagun) - Menggunakan Google My Business (sasagun) - Toko/minimarket, kantin sekolah (cookies sasagun). 	Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> - Repeat order dan komisi penjualan atas konsinyasi produk di toko oleh-oleh (sasagun) - Penjualan di toko/minimarket dan kantin-kantin sekolah (cookies sasagun). 	