

ABSTRAK

Nama : Angelina Berliana, Darryl Yapaloma
Program Studi : Bisnis Perhotelan
Fakultas : Kewirausahaan dan Bisnis
Judul : **BUSINESS PLAN : GOATLIFE**

GoatLife merupakan bisnis yang berjalan di bidang produksi dan penjualan susu kambing alami, yang menawarkan alternatif sehat bagi konsumen yang menginginkan produk bebas laktosa dan kaya nutrisi. Dengan menggabungkan manfaat beberapa rempah tradisional dan susu kambing, GoatLife menciptakan produk yang tinggi protein, vitamin, serta mineral penting, sekaligus rendah kolesterol. Produk kami ditujukan bagi mereka yang peduli terhadap kesehatan, terutama yang memiliki intoleransi laktosa, alergi terhadap susu sapi, atau yang sedang mencari alternatif minuman sehat dan alami. Dengan fokus pada pasar yang peduli gaya hidup sehat, GoatLife menargetkan masyarakat perkotaan, mulai dari orang tua yang mempunyai anak usia 2 – 5 tahun hingga para profesional muda yang aktif. Kami berkomitmen untuk menggunakan bahan-bahan alami, tanpa pengawet dan pemanis buatan, serta mendukung keberlanjutan melalui penggunaan kemasan yang ramah lingkungan. Dalam tahun pertama, GoatLife berencana memperluas pasar melalui platform e-commerce dan distribusi di toko-toko organik. GoatLife menargetkan pencapaian break-even point (BEP) dalam waktu 12 -17 bulan, dengan pertumbuhan pendapatan yang berkelanjutan melalui strategi pemasaran digital dan kolaborasi dengan komunitas kesehatan.

Kata Kunci : Susu Kambing, Intoleransi Laktosa, Protein

ABSTRACT

Nama : Angelina Berliana, Darryl Yapaloma
Program Studi : Bisnis Perhotelan
Fakultas : Kewirausahaan dan Bisnis
Judul : **BUSINESS PROPOSAL : GOATLIFE**

GoatLife is a business that runs in the production and sale of natural goat milk, which offers a healthy alternative for consumers who want lactose-free and nutrient-rich products. By combining the benefits of several traditional spices and goat's milk, GoatLife creates a product that is high in protein, vitamins, and essential minerals, while being low in cholesterol. Our products are aimed at those who care about their health, especially those who have lactose intolerance, allergies to cow's milk, or who are looking for healthy and natural beverage alternatives. With a focus on a market that cares about healthy lifestyles, GoatLife target urban communities, ranging from parents who have children aged 2 - 5 years to active young professionals. We are committed to using natural ingredients, without artificial preservatives and sweeteners, and supporting sustainability through the use of environmentally friendly packaging. In the first year, GoatLife plans to expand the market through e-commerce platforms and distribution in organic stores. GoatLife targets to achieve a break-even point (BEP) within 12 -17 months, with sustainable revenue growth through digital marketing strategies and collaborations with the health community.

Keywords : Susu Kambing, Intoleransi Laktosa, Protein