

Sweet Puding
(Perencanaan Pendirian Usaha Puding Di Era New Normal)

BUSINESS PLAN



Disusun Oleh :

Tiffany

1519200018

**STIE MULTIDATA PALEMBANG
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PALEMBANG
2021**

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

Pandemi *Covid-19* telah membawa dampak yang cukup besar bagi berbagai bidang di Indonesia. Contoh bidang-bidang yang terkena dampak tersebut adalah bidang perekonomian, kesehatan, teknologi. Pada saat *Covid-19* mulai muncul di Indonesia, pertumbuhan perekonomian di Indonesia mengalami penurunan, dikarenakan masyarakat dibatasi untuk beraktivitas diluar rumah saat *relative Covid-19* tersebut. Setelah pemerintah menerapkan *new normal*, perekonomian di Indonesia mengalami pertumbuhan kembali. Salah satu bisnis yang sangat menguntungkan di era *new normal* ini adalah makanan. Makanan adalah kebutuhan pokok setiap manusia. Bisnis makanan merupakan salah satu peluang besar untuk menjalani sebuah bisnis di masa *new normal*.

Hidangan Penutup atau *Dessert* mudah di dapatkan di toko kue dan di toko cemilan, toko kue dan toko cemilan menarik perhatian konsumen dengan cara mengkreasikan berbagai macam makanan unik. Adapula makanan yang enak dan memiliki produk dengan bentuk unik dan kreatif yang dapat diperoleh dengan cara membuat sendiri dan membeli di toko kue dan toko cemilan dengan harga yang murah salah satunya adalah puding.

Sweet Puding merupakan bisnis rumahan yang menawarkan berbagai macam puding yang sehat dan mengandung berbagai campuran bahan yang kaya akan berbagai macam gizi yang baik. Penjualan/pembeliannya dilakukan secara online melalui Instagram dan Whatsapp. Lokasi untuk pembuatan *sweet puding*

cukup strategis karena dekat dengan universitas, sekolah, hotel, restoran berada di jalan dr.m.isa lorong cinta damai no 66 F. *Sweet Puding* sendiri ditujukan untuk segmen pasar menengah seluruh penduduk Kota Palembang, atau mahasiswa dan pekerja yang sudah memiliki penghasilan. *Sweet Puding* menawarkan 4 varian yaitu puding *dessert box*, puding marie regal, puding oreo, dan puding buah. Untuk harga yang ditawarkan ada 4 jenis yaitu puding *dessert box* dengan harga Rp 30.000, puding oreo dengan harga Rp 50.000, puding marie regal dengan harga Rp 70.000, dan puding buah dengan harga Rp 70.000.

Dalam membuka sebuah usaha *Sweet Puding* membutuhkan modal sebesar Rp 110.225.000 yang terdiri dari modal investasi, modal kerja, modal operasional. Menurut metode analisis keuangan yang digunakan untuk pengembalian modal investasi yang dikeluarkan oleh *Sweet Puding* adalah 1 tahun 2 bulan 8 hari . Penulis mempertimbangkan kelayakan usaha puding *Sweet Puding* dengan memperhitungkan *Net Present Value* (NPV), hasil nilai Rp. 131.124.441 yang dapat dikatakan layak karena nilai NPV > 0, *Internal Rate of Return* (IRR) *Rainbow Watermelon* dengan hasil nilai 14,41% yang dapat dikatakan layak karena nilai IRR > dari suku bunga Bank Indonesia yang berlaku pada tahun 2017 yaitu 4%, *Average Rate of Return* (ARR) *Sweet Puding* dengan hasil 239% yang dapat dikatakan bahwa *Sweet Puding* merupakan usaha yang menarik. *Provitability Index* (PI) *Sweet Puding* dengan hasil 2,18 yang dapat dikatakan layak karena nilai PI > 1. Dari semua hasil perhitungan tersebut, maka usaha *Sweet Puding* layak untuk dijalankan sebagai usaha mikro, kecil, dan menengah.

BAB II

PENDAHULUAN

2.1 Latar Belakang Berdirinya Usaha

Pandemi *Covid-19* telah membawa dampak yang cukup besar bagi berbagai bidang di Indonesia. Contoh bidang-bidang yang terkena dampak tersebut adalah bidang perekonomian, kesehatan, teknologi. Pada saat *Covid-19* mulai muncul di Indonesia, pertumbuhan perekonomian di Indonesia mengalami penurunan, dikarenakan masyarakat dibatasi untuk beraktivitas diluar rumah saat 3elative *Covid-19* tersebut. Setelah pemerintah menerapkan *new normal*, perekonomian di Indonesia mengalami pertumbuhan kembali.

Situasi ini dapat dijadikan peluang bisnis untuk membangun usaha baru dimasa *new normal*. Menurut liputan6.com data bisnis yang memiliki peluang besar dibandingkan bisnis lain di era *new normal* adalah *coaching* soal *financial*, layanan kesehatan online, makanan atau minuman herbal, pelatihan untuk menjadi wirausahawan, keperluan renovasi rumah, produk kecantikan rumah, pariwisata, masker dan pelindung wajah.

Salah satu bisnis yang sangat menguntungkan di era *new normal* ini adalah makanan. Makanan adalah kebutuhan pokok setiap manusia. Bisnis makanan merupakan salah satu peluang besar untuk menjalani sebuah bisnis di masa *new normal*. Di zaman sekarang ini produk yang bersifat unik mendapatkan perhatian yang sangat tinggi dari masyarakat di Indonesia. Hal ini dikarenakan

masyarakat di Indonesia sudah merasa bosan dengan produk-produk biasa dan membutuhkan produk baru.

Hidangan Penutup atau *Dessert* mudah di dapatkan di toko kue dan di toko cemilan, toko kue dan toko cemilan menarik perhatian konsumen dengan cara mengkreasikan berbagai macam makanan unik. Adapula makanan yang enak dan memiliki produk dengan bentuk unik dan kreatif yang dapat diperoleh dengan cara membuat sendiri dan membeli di toko kue dan toko cemilan dengan harga yang murah salah satunya adalah puding.

Puding merupakan salah satu jenis hidangan penutup (*dessert*) yang digemari oleh masyarakat dari berbagai usia. Puding dapat dibagi menjadi dua berdasarkan cara penyajiannya yakni pudding yang disajikan dengan kondisi dingin atau panas (Komariah, 2008). Puding memiliki banyak manfaat bagi kesehatan, Kandungan puding yang mencakup serat, sangat bermanfaat bagi pencernaan yaitu membantu kita membersihkan usus serta memperlancar pencernaan. Jika usus bersih dan pencernaan lancar, tentu kita terbebas dari sembelit dan juga penyakit pencernaan lainnya.

Adapun hobi Penulis yang hobi buat kreasi puding, menyukai makanan manis dan sehat yang mendorong penulis untuk mendirikan usaha ini. Usaha yang akan didirikan oleh penulis yaitu usaha yang membuat berbagai macam puding diantaranya puding *dessert box*, puding oreo, puding marie regal, dan puding buah.

Inovasi ini akan dapat menambah value produk puding dan menarik pembeli. Banyaknya penjual puding yang bersaing untuk memikat hati para

konsumen, hal ini terbukti dari banyaknya yang menjual puding, maupun cemilan lainnya dengan banyaknya pilihan harga, kualitas barang dan kualitas pelayanan bisa di lihat dari tabel para pesaing *Sweet Puding* di bawah ini :

Tabel 1.1 Data Pesaing Yang Menjual Puding Di Palembang

No	Nama Pesaing
1.	Sodeti Snack
2.	Sweety Puding
3.	Milky Delmore

Sumber : Penulis, 2020

Di masa Pandemi dan *new normal* kebutuhan yang cukup besar harus dipenuhi adalah personal hygiene, vitamin A, C, B1, B5, B6 yang menguatkan sistem imunitas di dalam tubuh kita (vitamin-vitamin ini bisa diperoleh di dalam buah-buahan yang tiap hari kita konsumsi). Ini merupakan peluang bisnis bagi pedagang online yang menjual buah-buahan dan pedagang online yang menjual cemilan yang berbahan dasar buah-buahan.

Puding dapat dijadikan sebagai bingkisan, makanan penutup, makanan ringan, serta puding ulang tahun keluarga pada saat situasi pandemi *Covid-19*, oleh karena itu saya melihat bisnis ini memiliki peluang yang sangat baik dimasa pandemi *Covid-19*.

Berdasarkan hasil data kuisisioner yang telah di sebarakan kepada 30 responden melalui *google formulir*, maka data yang diperoleh adalah sebagai berikut.

1. Data responden berdasarkan jenis kelamin

Data responden yang telah diperoleh dari 51 responden berdasarkan jenis kelamin dibagi menjadi laki-laki dan perempuan. Berikut ini merupakan tabel deskripsi data responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 1.2 Data Responden Minat Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-Laki	25	49%
2	Perempuan	26	51%
Total		51	100%

Sumber: Survei terhadap 51 responden yang dilakukan oleh penulis, 2020

Berikut ini adalah diagram lingkaran deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin.



Sumber: Survei terhadap 51 responden yang dilakukan oleh penulis, 2020

Gambar 1.2 Diagram Lingkaran Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil data diatas dapat diketahui bahwa penggolongan responden berdasarkan jenis kelamin terdiri dari laki-laki dan perempuan. Responden yang berjenis kelamin laki-laki terdiri dari 25 orang atau 49% sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan terdiri dari 26 orang atau 51%.

2. Data responden berdasarkan pekerjaan

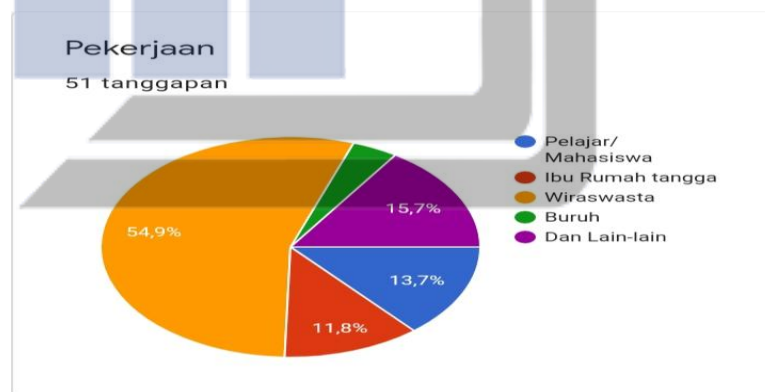
Data responden yang telah diperoleh dari 51 responden berdasarkan pekerjaan dibagi menjadi pelajar/mahasiswa, ibu rumah tangga, wiraswasta, buruh, dan lain-lain. Berikut dibawah ini adalah tabel deskripsi data responden berdasarkan jenis pekerjaan.

Tabel 1.3 Data Responden Minat Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	7	13,7%
2	Ibu rumah tangga	6	11,8%
3	Wiraswasta	28	54,9%
4	Buruh	2	3,9%
5	Dan Lain-lain	8	15,7%
	Total	51	100%

Sumber: Survei terhadap 51 responden yang dilakukan oleh penulis, 2020

Berikut ini adalah diagram lingkaran deskripsi responden berdasarkan jenis pekerjaan



Sumber: Survei terhadap 51 responden yang dilakukan oleh penulis, 2020

Gambar 1.3 Diagram Lingkaran Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa penggolongan responden berdasarkan pekerjaan terdiri dari pelajar/mahasiswa, ibu rumah tangga, wiraswasta, buruh, dan lain-lain. Responden yang pekerjaannya

adalah pelajar/mahasiswa terdiri dari 7 orang atau 13,7%, responden yang pekerjaannya ibu rumah tangga terdiri dari 6 orang atau 11,8%, responden yang pekerjaannya wiraswasta terdiri dari 28 orang atau 54,9%, responden yang pekerjaannya buruh terdiri dari 2 orang atau 3,9%, responden yang pekerjaannya dan lain-lain terdiri dari 8 orang atau 15,7%.

3. Data responden berdasarkan usia

Data responden yang telah diperoleh dari 48 responden berdasarkan usia dibagi menjadi < 17 tahun, 17 tahun – 25 tahun, 26 tahun – 35 tahun.

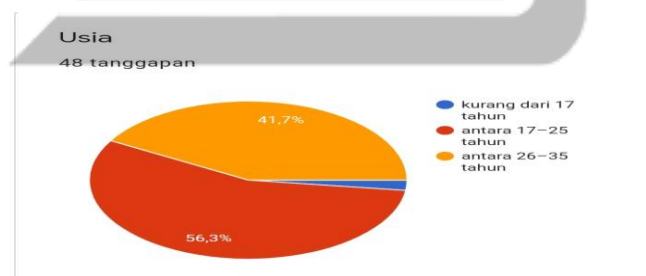
Berikut ini merupakan tabel deskripsi data responden berdasarkan usia

Tabel 1.4 Data Responden Minat Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden	Persentase
1	< 17 tahun	1	2%
2	17 tahun – 25 tahun	29	56,9%
3	26 tahun – 35 tahun	21	41,2%
	Total	51	100%

Sumber: Survei terhadap 51 responden yang dilakukan oleh penulis, 2020

Berikut ini adalah diagram lingkaran deskripsi responden berdasarkan usia



Sumber: Survei terhadap 48 responden yang dilakukan oleh penulis, 2020

Gambar 1.4 Diagram Lingkaran Deskripsi Responden Berdasarkan

Usia

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa penggolongan responden berdasarkan usia terdiri dari usia < 17 tahun, usia 17 tahun – 25

tahun, usia 26 tahun- 35 tahun. Responden yang usia < 17 tahun terdiri dari 1 orang atau 2%, usia 17 tahun – 25 tahun terdiri dari 29 orang atau 56,9%, usia 26 tahun – 35 tahun terdiri dari 21 responden atau 41,2%.

4. Data responden berdasarkan yang memiliki penghasilan perbulan

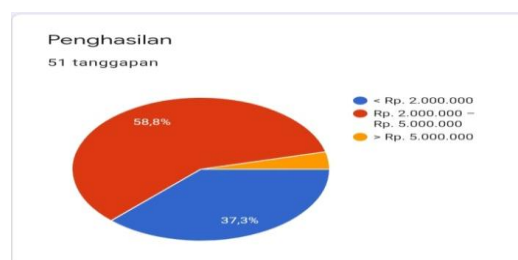
Data responden yang telah diperoleh dari 51 responden berdasarkan penghasilan per bulan dibagi menjadi < Rp. 2.000.000, Rp. 2.000.000 – Rp. 5.000.000, > Rp. 5.000.000. Berikut ini merupakan tabel deskripsi data responden berdasarkan yang menyukai puding.

Tabel 1.5 Data Responden Minat Berdasarkan Penghasilan perbulan

No	Penghasilan Perbulan	Jumlah Responden	Persentase
1	< Rp. 2.000.000	19	37,3%
2	Rp. 2.000.000 – Rp. 5.000.000	30	58,8%
3	> Rp. 5.000.000	2	3,9%
	Total	51	100%

Sumber: Survei terhadap 51 responden yang dilakukan oleh penulis, 2020

Berikut ini adalah diagram lingkaran deskripsi responden berdasarkan penghasilan perbulan



Sumber: Survei terhadap 51 responden yang dilakukan oleh penulis, 2020

Gambar 1.5 Diagram Lingkaran Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan perbulan

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa penggolongan responden berdasarkan penghasilan perbulan dibagi menjadi < Rp.

2.000.000, Rp. 2.000.000 – Rp. 5.000.000, > Rp. 5.000.000. Responden yang mempunyai penghasilan perbulan dibagi menjadi < Rp. 2.000.000 terdiri dari 19 orang atau 37,3%, responden yang mempunyai penghasilan perbulan sebesar Rp. 2.000.000 – Rp. 5.000.000 terdiri dari 30 orang atau 58,8%, dan responden yang mempunyai penghasilan perbulan sebesar > Rp. 5.000.000 terdiri dari 2 orang atau 3,9%.

5. Data responden berdasarkan yang menyukai puding

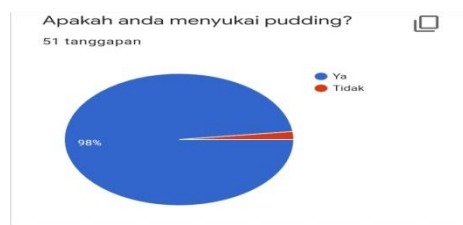
Data responden yang telah diperoleh dari 51 responden berdasarkan yang menyukai puding terdiri dari ya dan tidak Berikut ini merupakan tabel deskripsi data responden berdasarkan seberapa sering mengonsumsi puding

Tabel 1.6 Data Responden Yang Menyukai Puding

No	Yang menyukai puding	Jumlah Responden	Persentase
1	Ya	50	98%
2	Tidak	1	2%
	Total	51	100%

Sumber: Survei terhadap 51 responden yang dilakukan oleh penulis, 2020

Berikut ini adalah diagram lingkaran deskripsi responden menyukai puding



Sumber: Survei terhadap 51 responden yang dilakukan oleh penulis, 2020

Gambar 1.6 Diagram Lingkaran Deskripsi Seberapa Responden Yang Menyukai Puding

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa penggolongan responden berdasarkan yang menyukai dibagi menjadi ya dan tidak. Responden yang menyukai puding terdiri dari 50 orang atau 98%, dan responden yang tidak menyukai puding terdiri dari 1 orang atau 2%.

6. Data responden berdasarkan seberapa sering mengonsumsi puding

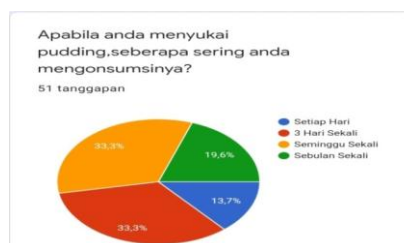
Data responden yang telah diperoleh dari 51 responden berdasarkan seberapa sering mengonsumsi puding dibagi menjadi setiap hari, 3 hari sekali, seminggu sekali, sebulan sekali. Berikut ini merupakan tabel deskripsi data responden berdasarkan seberapa sering mengonsumsi puding

Tabel 1.7 Data Responden Yang Seberapa Sering Mengonsumsi Puding

No	Seberapa sering mengonsumsi	Jumlah Responden	Persentase
1	Setiap hari	7	13,7%
2	3 Hari sekali	17	33,3%
3	Seminggu sekali	17	33,3%
4	Sebulan sekali	10	19,6%
	Total	51	100%

Sumber: Survei terhadap 51 responden yang dilakukan oleh penulis, 2020

Berikut ini adalah diagram lingkaran deskripsi responden berdasarkan rasa puding yang paling disukai



Sumber: Survei terhadap 51 responden yang dilakukan oleh penulis, 2020

Gambar 1.7 Diagram Lingkaran Deskripsi Seberapa Sering Responden Yang Sering Mengonsumsi Puding

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa penggolongan responden berdasarkan seberapa responden yang sering mengonsumsi puding setiap hari, seminggu sekali, 3 hari sekali, sebulan sekali. Responden yang sering mengonsumsi puding setiap hari terdiri dari 7 orang atau 13,7%, responden yang sering mengonsumsi puding seminggu sekali terdiri dari 17 orang atau 33,3%, responden yang sering mengonsumsi puding 3 hari sekali terdiri dari 17 orang responden atau 33,3%, responden yang sering mengonsumsi puding sebulan sekali terdiri dari 10 orang atau 19,6%.

7. Data Responden yang ingin mencoba puding *Sweet Puding*

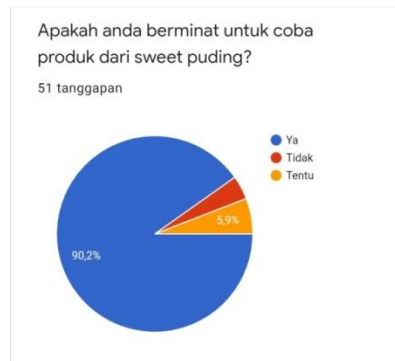
Data responden yang telah diperoleh dari 51 responden yang ingin mencoba puding *dessert box Rainbow Watermelon* terdiri dari ya dan tidak. Berikut ini merupakan tabel deskripsi data responden berdasarkan yang ingin mencoba puding *Sweet Puding*.

Tabel 1.8 Data Responden Yang Ingin Mencoba *Sweet Puding*

No	Responden yang ingin mencoba <i>Sweet Puding</i>	Jumlah Responden	Persentase
1.	Ya	46	90,2%
2.	Tidak	2	3,9%
3.	Tentu	3	5,9%
	Total	51	100%

Sumber: Survei terhadap 51 responden yang dilakukan oleh penulis, 2020

Berikut ini adalah diagram deskripsi yang ingin mencoba *Sweet Puding*



Sumber : Survei terhadap 51 responden yang dilakukan oleh penulis, 2020

Gambar 1.8 Diagram Lingkaran Deskripsi Yang Ingin Mencoba *Sweet Puding*

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa penggolongan responden berdasarkan yang ingin mencoba *Sweet Puding* terdiri dari ya, tidak, dan tentu. Responden yang ingin mencoba puding *Sweet Puding* terdiri dari 46 orang atau 90,2%, responden yang tidak ingin mencoba puding *Sweet Puding* terdiri dari 2 orang atau 3,9%, responden yang tentu mencoba *Sweet Puding* terdiri dari 3 orang atau 5,9%.

8. Data Responden Berdasarkan Varian Puding

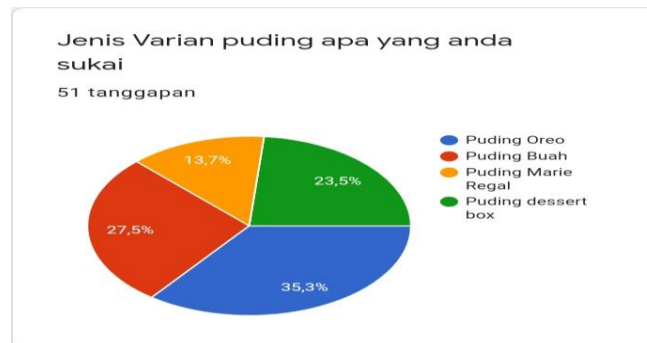
Data responden yang telah diperoleh dari 51 responden berdasarkan varian puding yg paling di sukai terdiri dari puding oreo, puding *dessert box*, puding buah, puding marie regal. Berikut ini merupakan tabel deskripsi data responden berdasarkan varian puding yang paling disukai.

Tabel 1.9 Data Responden Berdasarkan Varian Puding

No	Varian puding	Jumlah responden	Persentase
1.	Puding oreo	18	35,3%
2.	Puding <i>dessert box</i>	12	23,5%
3.	Puding buah	14	27,5%
4.	Puding marie regal	7	13,7%
	Total	51	100%

Sumber: Survei terhadap 51 responden yang dilakukan oleh penulis, 2020

Berikut ini adalah diagram lingkaran deskripsi varian puding



Sumber : Survei terhadap 51 responden yang dilakukan oleh penulis, 2020

Gambar 1.9 Diagram Lingkaran Deskripsi Varian Puding

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa penggolongan responden berdasarkan varian puding yang paling disukai terdiri dari puding oreo, puding *dessert box*, puding buah, puding marie regal. Responden yang menyukai varian puding oreo terdiri dari 18 orang atau 37,5%, responden yang menyukai varian puding *dessert box* terdiri dari 9 orang atau 18,8%, responden yang menyukai varian puding buah terdiri dari 14 orang atau 29,2%, responden yang menyukai varian puding marie regal terdiri dari 7 orang atau 14,6%.

9. Data Responden yang seberapa sering konsumen membeli produk *Sweet Puding*

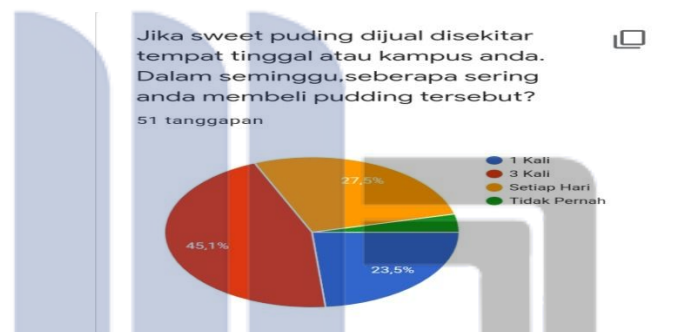
Data responden yang telah diperoleh dari 51 responden berdasarkan seberapa sering konsumen membeli produk *Sweet Puding* yang terdiri dari 1 kali, 3 kali, setiap hari, tidak pernah. Berikut ini merupakan tabel deskripsi seberapa sering konsumen membeli produk *Sweet Puding*

Tabel 1.10 Data Responden Yang Seberapa Sering Konsumen membeli produk *Sweet Puding*

No	Seberapa sering konsumen membeli produk <i>Sweet Puding</i>	Jumlah responden	Persentase
1.	1 Kali	12	23,5%
2.	3 Kali	23	45,1%
3.	Setiap Hari	14	27,5%
4.	Tidak Pernah	2	3,9%
	Total	51	100%

Sumber: Survei terhadap 51 responden yang dilakukan oleh penulis, 2020

Berikut ini adalah diagram lingkaran deskripsi seberapa sering konsumen membeli produk *Sweet Puding*



Sumber: Survei terhadap 51 responden yang dilakukan oleh penulis, 2020

Gambar 1.10 Diagram Lingkaran Deskripsi Responden yang seberapa sering konsumen membeli *Sweet Puding*

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa penggolongan responden berdasarkan seberapa sering konsumen membeli produk *Sweet Puding* terdiri dari 1 kali, 3 kali, setiap hari, tidak pernah. Responden

2.2 Visi, Misi, dan Tujuan

2.2.1 Visi:

Sweet Puding menjadikan berbagai macam pudding sebagai pudding buah paling segar dan enak di kota Palembang.

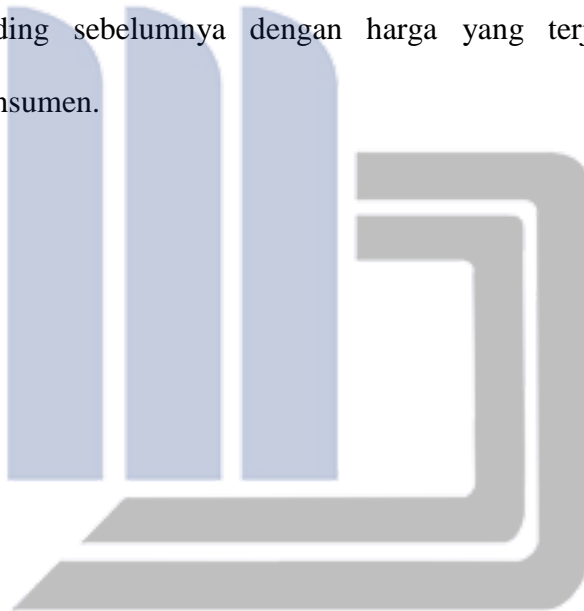
2.2.2 Misi:

1. Memberikan harga yang terjangkau terhadap konsumen.

2. Menggunakan bahan yang berkualitas.
3. Menciptakan lapangan pekerjaan
4. Melakukan inovasi produk agar konsumen tidak bosan dengan produk kami

2.2.3 Tujuan:

1. Menciptakan puding yang sehat untuk di konsumsi
2. Melakukan inovasi pada citra rasa puding yang berbeda dari puding sebelumnya dengan harga yang terjangkau oleh semua konsumen.



BAB III

GAMBARAN USAHA

Sweet Puding merupakan bidang usaha yang bergerak di bidang kuliner, disini menawarkan berbagai macam puding yang diantaranya puding *dessert box*, puding oreo, puding marie regal, dan puding buah yang berbeda dengan puding lainnya. Konsep produk yang ditawarkan adalah puding yang dipadukan dengan buah-buahan yang memiliki vitamin yang baik bagi kesehatan tubuh. Dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk mencoba produk *Sweet Puding*. *Sweet Puding* memperkenalkan puding buah *dessert box* dan berbagai macam puding lainnya sebagai cemilan sehat, banyak vitamin yang terkandung didalam buah-buahannya yang merupakan alasan mengapa konsumen harus memilih *Sweet Puding* sebagai cemilan dan puding ulang tahun pilihan utama.

Puding ini dibuat dengan dengan cara memilih buah-buahan sesuai permintaan konsumen seperti jeruk, strawberry, melon dan anggur dengan kualitas terbaik, lalu mencuci semua buah-buahan tersebut untuk memastikan tidak ada kotoran yang menempel di buah-buahan tersebut, lalu potong buah-buahan. Setelah itu puding dimasak dengan campuran air strawberry sebagai pewarna merah, kemudian untuk pewarna kuning kita menggunakan air jeruk, , lalu masukan semuanya itu kedalam panci. Langkah selanjutnya masukkan buah-buahan yang sudah dimasak, oreo, dan marie regal tersebut kemudian di susun kedalam cetakan puding ulang tahun dan bentuknya di buat sesuai dengan pesanan

konsumen. Lalu dimasukkan kedalam *dessert box* sesuai dengan pesanan konsumen, lalu tinggal di dinginkan pesanan konsumen puding *dessert box*, puding oreo, puding marie regal, dan puding buah. Untuk harga produk yang ditawarkan oleh *Sweet Puding* kepada konsumen sangat terjangkau dengan tingkat detail yang dibutuhkan oleh konsumen.

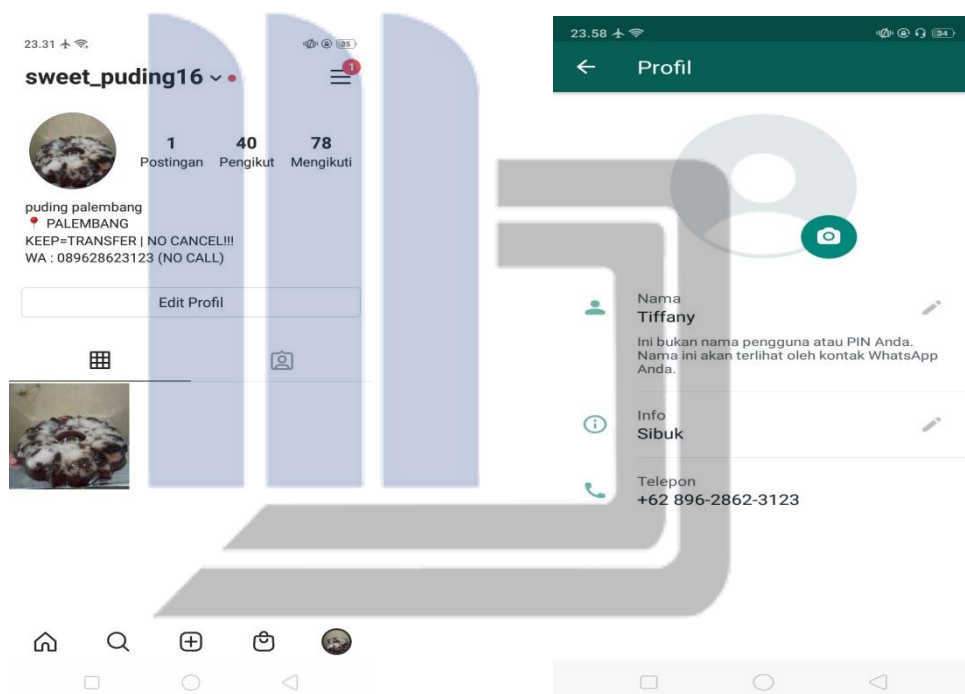
Produk yang ditawarkan oleh *Sweet Puding* adalah *dessert box* dan berbagai macam puding lainnya. Dimana produk *Sweet Puding* dipesan melalui sistem *pre order*. Sistem *pre order* adalah produk *Sweet Puding* dipesan lebih awal dan diberikan oleh konsumen sesuai waktu yang sudah ditentukan. Pada Era *New Normal* ini, masyarakat diharuskan untuk menjaga jarak dan meminimalisir bertemu dengan banyak orang. Karena hal tersebut, penawaran *Sweet Puding* dilakukan melalui *WhatsApp* kami untuk memesan produk maupun untuk memesan khusus untuk acara lainnya.

Setelah konsumen sudah menentukan pilihan rasa dengan menghubungi admin *whatsapp* kami, konsumen akan di hubungi kembali oleh admin kami ketika produk yang dipesan melalui sistem *pre order* sudah dapat diambil. Untuk pembayarannya konsumen bisa bayar melalui via *transfer ATM* maupun bisa membayar via *cash*. Untuk pengantaran puding *Sweet Puding*, konsumen bisa mengambil sendiri di tempat kita ataupun konsumen bisa menggunakan jasa ojek online seperti *gojek*, *grab*, *maxim* untuk mengambil pesanan mereka di tempat kami. Untuk pengemasan puding ini, kami menggunakan plastik dan *cable ties* agar makanan tetap aman dan tidak tumpah dalam perjalanan. Selain itu, untuk proses pembuatan puding ini kami mengikuti semua protokol kesehatan dan

kebersihan dari pemerintah yang mengharuskan masyarakat harus hidup sehat dan terhindar dari *Covid-19*. Pada proses pembuatan puding *Sweet Puding*, kami menggunakan masker dan sarung tangan sehingga puding tetap higienis dan steril. Untuk bahan baku buah-buahan kami membelinya di toko *ame buah* yang segar dan berkualitas bagus dan sehat untuk di konsumsi oleh konsumen.

Berikut dibawah ini merupakan *social media Sweet Puding* dan *contact whatsapp*

:



Sumber : Penulis, 2020

Gambar 3.1 *Social media dan contact whatsapp Sweet Puding*

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf 2017, *Studi Kelayakan Bisnis*, Aswaja Presindo, Yogyakarta
- Ai Nunung, 2020, *Administrasi Organisasi Manajemen*, Bandung
- Assauri, Sofjan 2015, *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Pers, Jakarta
- Badan Pusat Statistik Kota Palembang, 2018, *Statistik Palembang Tahun 2018*, Palembang: Badan Pusat Statistik, diakses 21 juli 2020, dari palembangkota.bps.go.id
- Badan Pusat Statistik Kota Palembang, 2019, *Statistik Palembang Tahun 2019*, Palembang: Badan Pusat Statistik, diakses 21 juli 2020, dari palembangkota.bps.go.id
- Kasmir dan Jakfar, 2012, *Studi Kelayakan Bisnis*, PT Kharisma Putra Utama, Jakarta
- Manap, Abdul 2016, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, Mitra Wacana Media, Jakarta
- Purwana, D., & Hidayat, N., 2016, *Studi Kelayakan Bisnis*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Sudaryono 2016, *Manajemen Pemasaran*, Andi Yogyakarta, Yogyakarta
- Sukirno , S 2019, *Micro Ekonomi Teori Pengantar*, Raja Grasindo Persada, Jakarta