



## RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA

### MOM AND SON PUDDING

Jason Maringka

Dibimbing oleh Drs. Wiwin Prastio, M.M.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jl. Yos Sudarso Kav.87, Sunter – Jakarta Utara

Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971

[79180113@student.kwikkiangie.ac.id](mailto:79180113@student.kwikkiangie.ac.id) , [yason.maringka@gmail.com](mailto:yason.maringka@gmail.com)

### ABSTRAK

Jason Maringka / 79180113 / 2021 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha *Mom And Son Pudding* di Jakarta / Dosen Pembimbing: Drs. Wiwin Prastio, M.M.

*Mom and Son Pudding* adalah sebuah usaha perseorangan yang bergerak di bidang *food and beverage* yang memiliki bermacam-macam varian pudding yang dipasarkan lewat media sosial *Instagram, WhatsApp, Facebook*, dan *Tokopedia*. *Mom and Son Pudding* terletak di Jalan Terusan I Gusti Ngurah Rai No.3, Jakarta Timur.

*Mom and Son Pudding* memiliki Visi yaitu “Menjadi usaha *dessert shop* ternama dan dikenal di Jakarta maupun seluruh Indonesia dengan kualitasnya yang mampu bersaing di pasar kuliner Indonesia melalui produk dan layanan yang berorientasi kepada kepuasan pelanggan.”

Pendirian usaha ini melihat potensi pasar yang ada, antara lain: adanya pertumbuhan penduduk, peningkatan pertumbuhan konsumsi masyarakat Indonesia, peramalan permintaan yang tumbuh, dan tren industri kuliner yang ditunjukkan pada statistik penjualan terbesar pada usaha *E-commerce* oleh badan pusat statistik.

Produk yang ditawarkan oleh *Mom and Son Pudding* adalah *dessert* berupa pudding, meliputi : pudding lumut kelapa muda, pudding oreo susu, pudding leci susu, pudding nangka susu, pudding regal 3 lapis, pudding lumut *butter*, pudding *mango thai*, pudding semangka, pudding busa oreo *mocca*, pudding tiramisu oreo, pudding *silky milo oreo*.

*Mom and Son Pudding* memiliki kekuatan dibanding pesaing yaitu: bercita rasa dengan takaran manis yang sesuai keinginan konsumen, varian yang menarik, menggunakan bahan berkualitas dan sehat dikonsumsi, pengemasan yang higienis, simpel dan elegan, dan memiliki pelayanan yang prima.

Investasi awal yang dibutuhkan *Mom and Son Pudding* sebesar Rp 220.628.705. Investasi awal ini berasal dari tabungan pemilik usaha dan sebagian dari pemberian orang tua.

*Mom and Son Pudding* memiliki sumber daya manusia berjumlah 2 orang yang bekerja selama 6 hari kerja, dengan waktu kerja pada pukul 09.00-17.00.

Analisis kelayakan bisnis yang digunakan oleh *Mom and Son Pudding* adalah *payback period* dengan imbal balik selama 1 tahun 9 bulan 20 hari, *net present value* dengan hasil yang positif sebesar Rp705.194.216, *Profitability Index* sebesar 4,20, dan *Break Even Point* yang selalu positif setiap tahun selama 5 tahun.

Kata kunci: *Dessert, Mom and Son Pudding, Pudding, Usaha Online*



ABSTRACT

Jason Maringka / 79180113 / 2021 / Business Plan for the Establishment of a Mom and Son Pudding Business in Jakarta / Advisor: Drs. Wiwin Prastyo M.M.

*Mom and Son Pudding is a food and beverage business. Mom and Son Pudding has various variants of pudding marketed through social media Instagram, WhatsApp, Facebook, and Tokopedia. Mom and Son Pudding is located at Jalan Terusan I Gusti Ngurah Rai No.3 East Jakarta.*

*Mom and Son Pudding has a vision that is "To be a well-known dessert shop business and known in Jakarta and even in Indonesia with its quality that can compete in the Indonesian culinary market through products and services oriented to customer satisfaction."*

*The establishment of this business looks at the existing market potentials, including population growth, increasing consumption growth of the Indonesian people, optimistic demand forecasting to grow, and culinary industry trends as shown in the statistics of the largest sales in the E-commerce business by the agency. statistics center.*

*The products offered by Mom and Son Pudding are desserts in the form of pudding, including coconut moss pudding, milky oreo pudding, milky lychee pudding, milky jackfruit pudding, 3 layers regal pudding, moss butter pudding, mango thai pudding, watermelon pudding, oreo mocca foam pudding, pudding, oreo tiramisu pudding, oreo milo silky pudding.*

*Mom and Son Pudding has its strength among the competitors, such as it has taste with a sweet dose that suits consumers desire, interesting variants, uses quality ingredients that healthy to consume, packaging that is hygienic, simple and elegant, and has excellent service.*

*The initial investment required by Mom and Son Pudding is IDR 220.628.705 This initial investment was obtained from parents and private funds.*

*Mom and Son Pudding has 2 human resources who work for 6 working days, with working hours at 09.00-17.00.*

*The business feasibility analysis used by Mom and Son Pudding is payback period with returns for 1 year 9 months 20 days, net present value with positive results of IDR 705.194.216, Profitability Index of 4.20, and Break Even Point which is always positive every year for 5 years.*

**Keywords :** Dessert, Mom and Son Pudding, Pudding, Online Business

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Instititit Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## I. Pendahuluan

### Konsep Bisnis

Bidang usaha yang digeluti oleh *Mom and Son Pudding* adalah usaha kuliner *online* yang menyediakan makanan penutup yaitu puding. *Mom and Son Pudding* menjual berbagai jenis varian puding dalam bentuk loyang dan cup dengan resep yang dibuat oleh penulis dan ibu penulis yaitu dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas dan takaran manis yang sesuai selera konsumen.

*Mom and Son Pudding* berlokasi di Jl. Terusan I Gusti Ngurah Rai No.3, RT.12/RW.09, Pd. Kopi, Kec. Duren Sawit, Kota Jakarta Timur. Lokasi tersebut merupakan tempat produksi usaha sekaligus kantor *Mom and Son Pudding*.

### Visi dan Misi Perusahaan

#### a. Visi

Visi *Mom and Son Pudding* adalah menjadi usaha dessert shop ternama dan dikenal di Jakarta maupun seluruh Indonesia dengan kualitasnya yang mampu bersaing di pasar kuliner Indonesia. *Mom and Son Pudding* juga berorientasi atau memprioritaskan pencapaian kepuasan pelanggan sehingga loyalitas pelanggan dapat terjamin.

#### b. Misi

Misi dari *Mom and Son Pudding* yaitu:

- a. Mengutamakan mutu dan kualitas produk.
- b. Menciptakan rasa, bentuk yang menarik dan bervariasi sehingga dapat menarik minat pembeli.
- c. Memberikan pelayanan yang terpercaya, terjamin, cepat tanggap terhadap pelanggan sehingga dapat menciptakan *customer value* yang baik sehingga loyalitas pelanggan dapat dipertahankan.
- d. Selalu berinovasi dalam mengembangkan lini produk dan pendekatan terhadap konsumen.
- e. Membuat suatu mekanisme wirausaha yang berkualitas sehingga dapat bersaing di pasar dengan menerapkan standar kerja *customer oriented*.

### Peluang Bisnis

Peningkatan jumlah penduduk di Jakarta dari tahun 2021 yaitu 10.729.100 jiwa menuju 10.810.100 jiwa di tahun 2022 yakni bertambah sebanyak 81.000 jiwa. Peningkatan penduduk yang akan terjadi, menandakan bahwa tingkat konsumsi masyarakat dan tingkat permintaannya terutama atas makanan dan minuman juga akan bertambah sehingga hal ini menjadi peluang yang besar untuk penulis dapat membuat rencana usaha di kota Jakarta dan merealisasikannya.

Data rata-rata konsumsi dan pengeluaran per kapita setahun menurut jenis makanan susu dan hasil lain dari susu lainnya/*Other milk and milk products* di daerah perkotaan mengalami laju pertumbuhan di tahun 2020 sebesar 3,38% dan di tahun 2021 sebesar 17,09%. Peningkatan ini dapat menjadi potensi pasar yang baik bagi *Mom and Son Pudding*.

### Kebutuhan Dana

Kebutuhan dana *Mom and Son Pudding* dalam 1 tahun awal adalah sebesar Rp 220.628.705 dan yang menjadi sumber pendanaan awal adalah berasal dari tabungan pemilik usaha dan sebagian dari pemberian orang tua.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## II. Rencana Produk, Kebutuhan Operasional dan Manajemen

### Rencana Alur Produk

Rencana alur produk pada *Mom and Son Pudding* secara bertahap yaitu dimulai dari konsumen menanyakan dan memilih produk lewat *chat* di media sosial, lalu konsumen diminta mengisi format pemesanan dan melakukan konfirmasi dengan pembayaran. Setelah pembayaran, maka bagian produksi akan membuat pesanan dan menyimpannya di *chiller*. Saat hari pengiriman, pesanan disiapkan serta pihak *Mom and Son Pudding* memberikan informasi kepada konsumen akan keutuhan produk serta melakukan pengiriman. Setelah itu, jasa ekspedisi (kurir) atau konsumen sendiri melakukan pengambilan produk. Lalu produk diterima ditangan konsumen dengan baik.

### Rencana Alur Pembelian Produk

Bahan baku merupakan salah satu sumber daya utama dalam suatu usaha. *Mom and Son Pudding* mengawasi persediaan bahan baku agar tetap terkendali. Pengendalian bahan baku dilakukan dengan mencatat stok bahan baku setiap hari sebelum tutup toko, untuk bahan baku yang tidak tahan lama seperti buah, akan dilakukan *restock* setiap harinya. Sedangkan untuk bahan baku yang tahan lama akan dilakukan *restock* saat stok barang tersisa untuk 1 minggu. Metode pencatatan persediaan yang diterapkan *Mom and Son Pudding* adalah FIFO (*First In First Out*) untuk menjaga kesegaran bahan baku.

Untuk pembelian bahan baku, akan dilakukan perencanaan kebutuhan akan bahan baku, mencari beberapa pemasok yang sesuai, dan melakukan pemesanan. Segala aktivitas pembelian bahan baku disesuaikan dengan anggaran yang ditetapkan agar tetap efisien. Bahan baku yang sudah dipesan akan ditempatkan di gudang, untuk bahan yang perlu didinginkan akan dimasukkan kedalam *chiller* (*chiller* untuk bahan baku dipisahkan dari *chiller* penyimpanan puding).

### Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan

Pada era digital saat ini, kehidupan manusia tidak dapat lepas dari teknologi yang memudahkan kehidupan mereka. Begitu pula dengan dunia bisnis, terutama bisnis *online* yang membutuhkan teknologi sebagai penopang berjalannya usaha. *Mom and Son Pudding* menggunakan teknologi sebagai berikut :

- a. *Chiller*
- b. Internet
- c. Laptop
- d. *Blender*
- e. *Smartphone*
- f. *Air Conditioner (AC)*
- g. Timbangan digital

## III. Strategi Bisnis

### Pemasaran

#### 1. Diferensiasi

Usaha *Mom and Son Pudding* dapat dibedakan dari usaha pesaing lainnya, yaitu dari segi cita rasa yang tinggi dimana semua varian puding memiliki takaran manis yang sesuai, dan dapat kustomisasi takaran manis. Perbedaan lainnya dapat dilihat dari varian puding menarik yang beragam, menggunakan bahan berkualitas tanpa pengawet dan sehat dikonsumsi. Dari segi pengemasan, *Mom and Son Pudding* memiliki pengemasan yang higienis, menarik, simpel dan elegan. Dari segi layanan, *Mom and Son Pudding* melayani kustomisasi puding untuk ulang tahun maupun acara lainnya, *Mom and Son Pudding* juga

memiliki pelayanan yang sangat prima dimana karyawan terutama bagian layanan masyarakat dilatih untuk memenuhi standar 5 kualitas jasa yaitu :

- a. *Reliability* atau kehandalan, yaitu kemampuan untuk memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan terhadap konsumen.
- b. *Responsiveness* atau daya tanggap, yaitu kemampuan untuk membantu dan memberikan layanan dengan tanggap, mulai dari penanganan transaksi, kesiapan melayani konsumen, dan penanganan atas keluhan.
- c. *Assurance* atau jaminan, yaitu kemampuan dalam memiliki pengetahuan akan produk yang tepat, perhatian dan kesopanan terhadap konsumen, keterampilan dalam memberi informasi, serta menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan
- d. *Empathy* atau empati, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan maksimal secara individual terhadap konsumen dimana karyawan berkomenarikasi dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen
- e. *Tangibles* atau tampilan, yaitu penampilan fisik seperti kebersihan tempat produksi, kelengkapan alat kommenarikasi, dan penampilan karyawan.

## 2. Positioning

*Positioning* adalah cara perusahaan mengkomunikasikan nilai kepada pelanggan, dimana melalui *positioning* perusahaan, maka pelanggan dapat dengan mudah menghubungkan antara kebutuhan atau keinginan mereka dengan produk. *Mom and Son Pudding* merupakan *dessert shop* yang hanya membuat pudding dengan kualitas premium dengan menggunakan bahan-bahan berkualitas sehingga menciptakan cita rasa yang tinggi. Hal ini dikemas dengan slogan “Kualitas, rasa, dan ke higienisan bagi pecinta kuliner”. Selain itu, *Mom and Son Pudding* memberikan citra yang baik lewat pelayanan yang memberikan suasana yang nyaman lewat kesopanan seperti membalas pesan pelanggan dengan ramah, diawali dengan “hai kak, atau hai bunda” diikuti penggunaan *emoticon* senyum, melayani dengan cepat tanggap, dan selama pelayanan memberikan rekomendasi produk yang tepat sesuai keinginan konsumen.

## 3. Penetapan Harga

Harga merupakan jumlah dari keseluruhan nilai yang dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa. Secara umum, ada tiga strategi penetapan harga yang dapat digunakan, yaitu sebagai berikut :

- a. *Customer Value-Based Pricing*
- b. *Cost – Based Pricing*
- c. *Competition – Based Pricing*

*Mom and Son Pudding* memadukan metode penetapan harga *cost-based pricing* dengan *competition-based pricing*, dimana menetapkan harga berdasarkan perhitungan biaya serta juga membandingkan dengan harga pesaing.

## Promosi

### 1. Advertising

Advertising merupakan presentasi serta promosi mengenai ide, produk, dan jasa yang disampaikan lewat televisi, surat, majalah, radio, bioskop, maupun dalam bentuk poster yang ditempatkan pada lokasi yang strategis (promosi berbayar). Pada era digital ini, iklan juga banyak dilakukan secara online di media sosial maupun situs-situs internet.

*Mom and Son Pudding* akan menggunakan *Instagram Ads*, *Facebook Ads*, dan *Tokopedia Ads* dengan menasar target pasar yang sudah ditentukan sebelumnya untuk setiap bulannya dengan anggaran yang telah ditetapkan.

### 2. Sales Promotion

*Sales promotion* atau promosi penjualan berguna untuk merangsang peningkatan jumlah pelanggan dan juga penjualan. Tujuan dari *sales promotion* sendiri adalah mendapatkan respon atau tanggapan secara cepat dari para pembeli (*quick buying response*) dimana mempengaruhi pelanggan untuk mencoba produk baru, merangsang pembelian tanpa rencana atau *impulse buying*, dan meningkatkan daya saing lewat promosi. *Sales promotion* yang akan dilakukan yaitu *giveaway* dan pemberian kupon diskon. Selain itu, *Mom and Son Pudding* menjadi bagian dari klub juragan express dari grab, sehingga mampu memberikan



diskon ongkos kirim yang terbatas setiap minggunya, diskon ongkos kirim yang diberikan bervariasi mulai dari 20% hingga 50%.

### 3. Personal Selling

Personal selling menekankan promosi pada presentasi atau percakapan secara langsung dengan calon pembeli untuk membangun hubungan baik dan merangsang penjualan. *Mom and Son Pudding* menggunakan teknik promosi *personal selling* untuk membangun hubungan baik dengan pelanggan, menyesuaikan dengan karakteristik serta keinginan pelanggan lewat kustomisasi dan pengaturan takaran gula sesuai dengan preferensi pelanggan. *Mom and Son Pudding* akan menawarkan produk kepada relasi, rekanan, organisasi-organisasi yang mengadakan event maupun orang-orang sekitar usaha. Selain itu, dengan *personal selling Mom and Son Pudding* akan menciptakan loyalitas pelanggan lewat pelayanan yang diberikan sebelum, sesaat, dan sesudah pembelian atau *aftersales service*.

### 4. Public Relationship

*Public relation* merupakan cara perusahaan menciptakan citra yang baik dan membangun hubungan dengan publik. *Public relation* akan memberikan informasi-informasi mengenai perusahaan dan produknya terhadap khalayak publik. Dalam hal ini, *Mom and Son Pudding* bekerja sama dengan *selebgram* atau *influencer* lainnya untuk mendapatkan *traffic* yang tinggi dan review produk dari mereka untuk memberi informasi dan meningkatkan kepercayaan akan produk *Mom and Son Pudding*.

### 5. Direct Marketing

*Direct Marketing* merupakan teknik promosi yang berfokus untuk membangun hubungan langsung dengan pelanggan dengan tujuan memperoleh tanggapan langsung serta menciptakan hubungan jangka panjang dengan para pelanggan lewat komunikasi langsung dengan pelanggan secara non personal. *Direct marketing* memiliki enam area, meliputi: *direct mail*, *direct selling*, *direct response*, *mail order*, *telemarketing*, dan *internet marketing*.

Dengan Teknik ini, *Mom and Son Pudding* memilih internet marketing sebagai alat promosinya. Hal ini dikarenakan era digital yang mana kebanyakan aktivitas masyarakat dilakukan secara daring. Usaha ini memanfaatkan media sosial untuk kegiatan promosi utamanya. Media sosial digunakan untuk promosi berbayar maupun tidak berbayar. Untuk promosi berbayar sudah disebutkan sebelumnya dalam bagian *advertising*, *endorsement*, *give away*, dan kupon diskon (*Q&A* atau lomba *posting* berhadiah).

Untuk promosi organik (tidak berbayar) lewat internet, *Mom and Son Pudding* memilih media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *Tiktok*, *WhatsApp*, dan *Line*. *Mom and Son Pudding* akan membuat konten-konten *branding* yang dikemas dengan informatif mulai dari manfaat-manfaat produk, video kegiatan produksi, dan konten-konten informatif lainnya. Selain itu, *testimony* dari konsumen juga akan ditampilkan untuk mendapatkan kepercayaan calon konsumen baru. Untuk mendapatkan calon konsumen, maka *Mom and Son Pudding* juga akan memaksimalkan penggunaan *SEO* untuk media sosial utama yang digunakan yaitu *Instagram*.

### Rencana Organisasi

Dalam melaksanakan usahanya, *Mom and Son Pudding* memerlukan tenaga kerja sebanyak dua orang dikarenakan bisnis ini masih tergolong usaha *start up* yang mana skalanya masih tergolong kecil. Selain itu, *Mom and Son Pudding* juga merencanakan kebutuhan tenaga kerja dengan seefisien mungkin. Tenaga kerja dibagi atas divisi produksi dan manajer.

### Keuangan

Usaha *Mom and Son Pudding* layak dijalankan karena telah dianalisis kelayakannya menggunakan *payback period*, *net present value*, *profitability index*, dan *break even point analysis*. Jika dilihat dari *payback period* maka usaha ini mampu menghasilkan imbal balik dengan waktu 1 tahun 9 bulan 20 hari, yang mana dibawah 5 tahun. Dilihat dari *net present value*, maka *Mom and Son Pudding* menghasilkan arus kas positif dengan Rp705.194.216 yang mana lebih besar dari nilai investasi awal. Dilihat dari *profitability index*, maka usaha ini mampu menghasilkan *profit* sebesar 4,20 kali dari investasi awal. Dilihat dari *break even point*, maka *Mom and Son Pudding* setiap tahunnya mampu menghasilkan penjualan yang lebih dari tingkat *break even point*.





## Pengendalian Risiko Usaha

Berikut merupakan rencana *Mom and Son Pudding* untuk mengantisipasi risiko usaha:

### 1. Munculnya pesaing baru

Dalam mengatasi pesaing dan pendaatang baru maka *Mom and Son Pudding* akan menjalankan strategi seperti:

- 1) Memperluas jangkauan konsumen lewat iklan dan *search engine optimization* di media sosial
- 2) Membangun hubungan personal dengan pelanggan yang mana fokus pada kebutuhan mereka dan memberi solusi lewat produk yang ditawarkan
- 3) Terus berinovasi dari segi produk maupun pengemasan
- 4) Menjaga kualitas, kehygienisan serta cita rasa agar menciptakan kepuasan pelanggan
- 5) Memberikan pelayanan terbaik sehingga merangsang *feedback* positif dan loyalitas pelanggan.

### 2. Fenomena Sepi Pelanggan

Dalam mengantisipasi fenomena ini, maka *Mom and Son Pudding* memaksimalkan strategi promosi seperti yang telah dijelaskan pada subbab 4.5 yaitu pemberian kupon diskon, *giveaway*, *endorsement*, iklan berbayar, pembuatan konten yang kreatif dan edukatif, memaksimalkan penggunaan *search engine optimization*, dan menggunakan pemasaran langsung sehingga lebih fokus melayani konsumen secara *personal*, yang mana hal ini akan menciptakan loyalitas pelanggan.

### 3. Berkembangnya teknologi informasi di masyarakat

*Mom and Son Pudding* akan fokus pada bagian pemasaran di media sosial yang mana secara profesional mengelola akun-akun media sosial serta memaksimalkan penggunaan *search engine optimization*, dan metode-metode lainnya seperti iklan berbayar dengan *copywriting* yang kreatif serta memberikan *landing page* yang tepat sehingga lebih efektif dalam mencapai *closing* atau meningkatkan penjualan.

### 4. Kualitas Sumber Daya

Dalam mengatasi masalah sumber daya manusia, pemilik akan memastikan SDM telah mengikuti pelatihan dan memiliki output yang baik berupa kinerja maksimal. Selain itu, pemilik akan melakukan berbagai pengawasan setiap harinya, serta melakukan pengendalian melalui evaluasi secara berkala setiap minggu sekali, rapat karyawan secara rutin, serta tanggung jawab dalam ruang kritik dan saran dari para pelanggan. Tidak hanya menuntut kinerja karyawan, *Mom and Son Pudding* juga akan memberikan sistem balas jasa yang sesuai serta menerapkan sistem kekeluargaan yang bertanggung jawab untuk meningkatkan loyalitas karyawan terhadap perusahaan.

## IV. Daftar Pustaka

### Sumber Buku Teks:

- David, Fred R., Forest R. David (2017), *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases*, Edisi 16, Boston: Pearson Education.
- Dessler, Gary (2020), *Human Resource Management*, Edisi 16, Harlow: Pearson Education Limited.
- Hamidah, S., Komariah, K. (2018). *Resep & menu*, Edisi 1, Yogyakarta: Deepublish.
- Heizer, Jay, Barry Render, & Chuck Munson (2017), *Operation Management: Sustainability and Supply Chain Management*, Edisi 12, Global Edition, London: Pearson.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2018), *Principles of Marketing*, Edisi 17. Global Edition, Italy: Pearson Education.
- Marshall, G. W., Johnston, M. W. (2018), *Marketing Management*, Edisi 3. New York: McGraw-Hill Education
- Pietersz, Jenny J., et al. (2021), *Perpajakan (Teori dan Praktik)*, Edisi 1, Bandung: Widina Media Utama.
- Rangkuti, F. (2017), *Customer care excellence: meningkatkan kinerja perusahaan melalui pelayanan prima plus analisis kasus jasa raharja*. Edisi 1, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sobana, D. H. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis* (Edisi 1). Bandung: CV Pustaka Setia.

Zutter, C. J., & Smart, S. B. (2021), *Principle of Managerial Finance*, Edisi 14, Global Edition, United Kingdom: Pearson Education Limited.

**Sumber Jurnal:**

Indrasari, Nopika (2017), 'Pengaruh Cita Rasa, Nilai Gizi, dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Yes Delivery di Plosokandang Tulungagung' Unpkediri Vol. 01 No. 07 pp.3, diakses 1 Oktober 2021

[http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file\\_artikel/2017/d65325b80a8ea956b2d93c6040e06cc3.pdf](http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file_artikel/2017/d65325b80a8ea956b2d93c6040e06cc3.pdf)

Muhammad Darmawan et al. (2014), 'Pengaruh Penambahan Keragaman Untuk Formulasi Tepung Puding Instan' Jpbkp Vol. 9 No. 1, pp.83-pp95, diakses 5 Oktober 2021

<https://www.bbp4b.litbang.kkp.go.id/jurnal-jpbkp/index.php/jpbkp/article/view/102>

Suhendra, A., & Sopian. (2016). Analisis Break Even Point (BEP) pada PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk Cabang Payaraman, Ogan Ilir. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Auditing, dan Akuntansi*, Vol.1 No.1, 85–95.

[https://www.academia.edu/37975836/Analisis\\_Break\\_Even\\_Point\\_BEP\\_pada\\_PT.\\_Sumber\\_Alfaria\\_Trijaya\\_Tbk\\_Cabang\\_Payaraman\\_Ogan\\_Iilir](https://www.academia.edu/37975836/Analisis_Break_Even_Point_BEP_pada_PT._Sumber_Alfaria_Trijaya_Tbk_Cabang_Payaraman_Ogan_Iilir)

**Sumber Website:**

Badan Pusat Statistik (2019), *Pengeluaran Untuk Konsumsi Penduduk Indonesia: Berdasarkan Hasil Susenas Maret 2019*, diakses 26 Oktober 2021

<https://www.bps.go.id/publication/2019/11/01/5b550042c562b85f7f9c424c/pengeluaran-untuk-konsumsi-penduduk-indonesia-maret-2019.html>

Badan Pusat Statistik (2020), *Pengeluaran Untuk Konsumsi Penduduk Indonesia: Berdasarkan Hasil Susenas Maret 2020*, diakses 26 Oktober 2021

<https://www.bps.go.id/publication/2020/11/02/2d7c91e53ab840a301689f34/pengeluaran-untuk-konsumsi-penduduk-indonesia-maret-2020.html>

Badan Pusat Statistik (2020), *Tinjauan Big Data Terhadap Dampak Covid-19 2020*, diakses 17 November 2021 <https://www.bps.go.id/publication/2020/06/01/effd7bb05be2884fa460f160/tinjauan-big-data-terhadap-dampak-covid-19-2020.html>

Badan Pusat Statistik (2021), *Ekonomi Indonesia Triwulan III 2021 Tumbuh 3,51 Persen (y-on-y)*, diakses 28 November 2021

<https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/11/05/1814/ekonomi-indonesia-triwulan-iii-2021-tumbuh-3-51-persen--y-on-y-.html>

Badan Pusat Statistik (2021), *Pengeluaran Untuk Konsumsi Penduduk Indonesia: Berdasarkan Hasil Susenas Maret 2021*, diakses 26 Oktober 2021

<https://www.bps.go.id/publication/2021/10/29/b4d4f654fc44dee98f389171/pengeluaran-untuk-konsumsi-penduduk-indonesia--maret-2021.html>

Badan Pusat Statistik (2021), *Statistik E-Commerce 2021*, diakses 17 November 2021 <https://www.bps.go.id/publication/2021/12/17/667821e67421afd2c81c574b/statistik-e-commerce-2021.html>

Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta, (2021) *DynamicTable*, diakses 26 Oktober 2021 <https://jakarta.bps.go.id>

Bi.go.id (2022), *target inflasi*, diakses pada 15 Desember 2021 <https://www.bi.go.id/id/statistik/indikator/target-inflasi.aspx>

Haryono,E. (2021), *BI Proyeksikan Pertumbuhan Ekonomi 4,7-5,5% Tahun 2022*, diakses 23 November 2021,

[https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp\\_2331221.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2331221.aspx)

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Copyright © 2022 by IBIKKG (Indonesian Business Information Kian Gie) School of Business, Kwik Kian Gie. All rights reserved.



Ojk.go.id (2008), *Batasan Usaha Mikro, Kecil, Menengah, dan Besar menurut Undang-Undang No.20/2008*, diakses pada 1 November 2021 <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Pages/Undang-Undang-Republik-Indonesia-Nomor-20-Tahun-2008-Tentang-Usaha-Mikro,-Kecil,-dan-Menengah.aspx>

Kemenkeu.go.id (2021), *Pemerintah Terus Perkuat UMKM Melalui Berbagai Bentuk Bantuan 2021*, diakses 20 November 2021 <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-terus-perkuat-umkm-melalui-berbagai-bentuk-bantuan/>

Money.Kompas (2021), *Cek daftar* diakses pada 10 Desember 2021 <https://money.kompas.com/read/2021/11/17/103203626/cek-daftar-kenaikan-ump-jakarta-dari-tahun-ke-tahun?page=all>

BCA. (2021). *Tahapan Gold*. Diambil 20 Desember 2022, dari <https://www.bca.co.id/en/Individu/produk/simpanan/Tahapan-Gold>

PAMJaya. (2021). *Tarif Air Minum*. Diambil 12 Februari 2022, dari <http://pamjaya.co.id/id/customer-info/bill-simulation>

Pendirianptcv (2022), diakses pada 23 Desember 2021 <https://pendirianptcv.com/biaya-cara-siup-surat-izin-usaha-perdagangan/urus-siup-surat-izin-usaha-perdagangan/>

Bi.go.id (2021), *target inflasi*, diakses pada 15 Desember 2021 [https://www.bi.go.id/seki/tabel/TABEL1\\_30.pdf](https://www.bi.go.id/seki/tabel/TABEL1_30.pdf)

#### Sumber Undang-Undang:

Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*, Lembaran Negara RI Tahun 2008, No. 93. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2007. *Undang-Undang No. 7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan*, Lembaran Negara RI Tahun 2021, No. 246. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 1984. *Undang-Undang No. 5 Tahun 1984 Tentang Perindustrian*, Lembaran Negara RI Tahun 2021, No. 22. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2003. *Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan*. Lembaga Negara RI Tahun 2003, Sekretariat Negara. Jakarta.