

RINGKASAN EKSEKUTIF

Poeding merupakan sebuah projek bisnis yang bergerak pada industri *beverage and desserts*. Daya saing dari Poeding merupakan kualitas dari produk. Poeding menggunakan susu *fresh milk* dengan kualitas tinggi sehingga memberikan tekstur yang lembut, serta *packaging eco-friendly* yang ramah lingkungan, dapat didaur ulang, dan pastinya mengurangi sampah plastik. Ide bisnis ini bermula dari hasil riset kuantitatif, kualitatif, dan tes alfa.

Target market dari Poeding adalah orang-orang yang berkisar dari umur 14 hingga 42 tahun yang menyukai tren *dessert* dan terbuka ingin mencoba terhadap sesuatu hal yang baru. Khususnya ditujukan kepada orang dengan pengeluaran bulanan diatas Rp2.500.000,00 dan berdomisili di daerah Jakarta utara, BSD, dan Tangerang Selatan.

Pada tahun pertama, Poeding fokus dalam melakukan penjualan dan membangun *brand awareness* sebagai strategi awal. Kemudian, pengembangan media sosial dan *website* sebagai media penghubung serta penjualan, media sosial yang dipilih berdasarkan hasil observasi atas tren dan sosial media yang sering digunakan.

Modal awal yang dikeluarkan dalam pengembangan bisnis berasal dari seluruh anggota projek bisnis dan tidak ada pinjaman dari pihak luar. Poeding menyediakan modal awal sebesar Rp15.000.000,00 dengan titik impas pada 1516 *unit*. *Revenue* yang diestimasikan akan diperoleh adalah sebesar Rp47.617.665,00 dengan *Gross Profit* sebesar Rp30.102.208,00 pada akhir tahun pertama setelah bisnis berjalan dan diestimasikan Poeding akan mencapai *payback period* pada bulan ke-16 setelah beroperasi.

Kata Kunci	:	Puding, makanan penutup, lembut, vanilla, coklat
Bidang Usaha	:	<i>Food and Beverage</i>

EXECUTIVE SUMMARY

Poeding is a business project that specializes in the Beverage and Desserts industry. The competitive edge from Poeding originates from the quality of the products offered. Poeding uses high-quality fresh milk to create a silky texture as well as eco-friendly packaging that is recyclable in an effort to help reduce plastic waste. The idea behind this business endeavor came from the results of quantitative, qualitative and alpha tests.

The target demographic of Poeding are 14 to 42 years-old who enjoy desserts and are willing to try new things in regards to the trends in the dessert world. Poeding is also targeting people who make upwards of 2.5 million rupiah a month and those that reside in the areas of North Jakarta, BSD and South Tangerang.

In the first year, Poeding focused on doing sales and building brand awareness as a starting strategy. Afterwards, the company built its social media presence and website to serve as a communicative and sales medium. Social media was the chosen method of communication based on the results derived from observations of the current trends and social media applications used frequently by the populace.

All initial capital that was used in the development of this business project were all sourced from members of this business project and were not procured from any outside sources. Poeding used a total of Rp.15 million rupiah as initial capital on a break-even point of 1516 units. With the estimated revenue of Rp47.617.665,00 and gross profit of Rp30.102.208,00 by the end of the first year of operational and it was expected that Poeding reached the Payback Period in the 16th month of operational.

Keywords	:	<i>Pudding, dessert, soft, vanilla, chocolate</i>
Field of Business	:	<i>Food and Beverage</i>