

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Tren makanan *fusion* kekinian saat ini semakin beragam dan populer dalam skala global. Fenomena ini juga terjadi di negara berkembang seperti Indonesia. Hal ini berdampak pada perilaku masyarakat Indonesia menjadi semakin penasaran dan ingin mencoba makanan yang unik, bervariasi, dan banyak direkomendasikan oleh orang lain. Kendati demikian, makanan *fusion* yang cocok di lidah masyarakat Indonesia saat ini masih sulit ditemukan, kurang bervariasi, dan memiliki harga yang cenderung mahal untuk masyarakat kelas menengah.

MOMURA merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman khususnya inovasi *fusion food* yang berdiri sejak tahun 2019. MOMURA menawarkan *cheese baked rice* dengan berbagai pilihan rasa dan isian yang beragam, terinspirasi dari kuliner lokal. Harga yang ditawarkan MOMURA juga cukup terjangkau untuk masyarakat luas.

Target pasar MOMURA adalah populasi perkotaan usia produktif (16-34 tahun) dengan kelas menengah yang memiliki perilaku *trend seeker*, *promotion seeker*, dan *budget oriented*. Target pasar MOMURA akan terus berkembang baik secara demografi maupun tren makanan. Tangerang Selatan merupakan target pasar pertama MOMURA, tim menganalisa bahwa besar pasar yang dapat dicapai dalam setahun sejumlah Rp 798,164,078. Berdasarkan total pasar ini, MOMURA memiliki target untuk menjadi yang *top of mind* di Indonesia dalam makanan *fusion* khususnya *cheese baked rice*.

Industri makanan merupakan industri dengan persaingan yang cukup ketat. Maka dari itu, MOMURA hadir dengan berbagai keunggulan agar dapat bersaing dengan kompetitor dan diterima oleh masyarakat luas. Pertama, MOMURA menjual produk makanan *fusion cheese baked rice* dengan harga terjangkau dan mudah ditemui dengan membuka gerai di lokasi ramai penduduk seperti kuliner pasar malam. Yang kedua, keberagaman pilihan rasa MOMURA terinspirasi dari cita rasa

Indonesia sehingga akan cocok dengan selera masyarakat lokal. MOMURA memiliki tujuan untuk menjadi merek restoran *top of mind* masyarakat Indonesia yang menciptakan produk makanan *fusion* inovatif, yang memadukan cita rasa Indonesia, tinggi kustomisasi serta variasi, dan harga yang bersahabat.

<b>Kata Kunci</b>	:	Nasi Panggang, hidangan malam, makanan <i>fusion</i> , terjangkau, dan bervariasi.
<b>Bidang Usaha</b>	:	Makanan dan minuman



## EXECUTIVE SUMMARY

Contemporary fusion food trends today are increasingly diverse and popular on a global scale. This phenomenon also occurs in developing countries like Indonesia. This has an impact on the behavior of Indonesian people who are increasingly curious and want to try unique, varied, and widely recommended foods by others. Nevertheless, fusion food that fits in the tongue of Indonesian society today is still hard to find, less varied, and has prices that tend to be expensive for the middle class. These reasons led to the establishment of MOMURA.

MOMURA is a company engaged in the field of food and beverage especially innovative fusion food that was established in 2019. MOMURA offers cheese baked rice with a variety of flavors and fillings, inspired by local cuisine. The price offered by MOMURA is also quite affordable for the wider community.

MOMURA's target market is the urban population of productive age (16-34 years old) with a middle class that has trend seeker behavior, promotion seekers, and budget oriented. MOMURA's target market will continue to grow both in demographics and food trends. South Tangerang was MOMURA's first target market, the team analyzed that the market size that could be achieved in a year was Rp 798.164.078, 00. Based on this total market, MOMURA has a target to become the top of mind in Indonesia's fusion food brand, especially cheese baked rice.

The food industry is an industry with quite fierce competition. Therefore, MOMURA comes with various advantages in order to compete with competitors and be accepted by the wider community. First, MOMURA sells fusion cheese baked rice food products at affordable prices and is easily found by opening outlets in crowded locations such as culinary night markets. Secondly, the diversity of MOMURA's flavors choices is inspired by the taste of Indonesia so that it will suit the tastes of the local community. MOMURA has a goal to become the top of mind restaurant brand in

Indonesia that creates innovative fusion food products, which combine Indonesian flavors, high customization and variety, and friendly prices.

<b>Keywords</b>	:	<i>Baked rice, dinner, fusion food, affordable, and high variation</i>
<b>Field of Business</b>	:	<i>Food and beverage</i>

