

RINGKASAN EKSEKUTIF

Di era globalisasi saat ini, batasan bukan merupakan suatu hambatan besar baik itu dalam hal informasi, media sosial hingga makanan dan minuman. Beragamnya variasi makanan yang masuk dari luar negeri, perlahan dapat menurunkan popularitas makanan tradisional Indonesia. Oleh karena itu, Tola – Tola ingin menonjolkan ragam kuliner tradisional Indonesia ini dengan menyajikan dan menawarkan produk berupa nasi ketan bakar dengan ciri khas tradisional Indonesia.

Tola – Tola adalah bisnis yang bergerak di bidang makanan khususnya makanan tradisional Indonesia dan telah berdiri sejak tahun 2019. Produk Tola - Tola adalah nasi ketan yang dibakar yang terinspirasi dari makanan tradisional khas Manado, yakni lalampa. Tola – Tola memiliki varian rasa yaitu cita rasa khas Indonesia yaitu Pampis Tongkol, Ayam Sambal Matah dan Rendang. Selain dari segi varian rasa, Tola – Tola juga berbeda dan unik dengan nasi bakar pada umumnya karena memiliki aroma pandan dan warna nasi berwarna hijau. Tola – Tola juga dijual dengan harga terjangkau sehingga seluruh konsumen dapat mengkonsumsinya.

Target pasar dari Tola – Tola adalah pria dan wanita yang menyukai makanan ringan tradisional Indonesia serta memiliki mobilitas tinggi dan berdomisili di 3 wilayah yaitu Kota Tangerang Selatan, Kecamatan Pagedangan dan Kecamatan Kelapa Dua. Dari ketiga daerah tersebut, Tola – Tola memiliki potensi pasar sebesar 121.844 konsumen yang akan membeli produk Tola – Tola. Untuk memenuhi permintaan pasar tersebut, Tola – Tola akan mendistribusikan produknya secara online dan offline yaitu dengan menggunakan Go Food, Instagram dan WhatsApp serta menjual pada toko–toko konsinyasi makanan tradisional Indonesia.

Kata Kunci	:	Nasi ketan bakar, makanan tradisional, cita rasa khas Indonesia, terjangkau, mengenyangkan
Bidang Usaha	:	Makanan dan Minuman

EXECUTIVE SUMMARY

In the current era of globalization, boundaries are not a major obstacle in terms of information, social media, even for food and beverages. The assortment of food varieties that originate from abroad, gradually will decrease the popularity of traditional Indonesian food. Therefore, Tola - Tola wants to feature the assortment of conventional Indonesian culinary delights by introducing and offering products; grilled sticky rice with traditional Indonesian characteristics.

Tola - Tola is a business that is engaged in food, especially traditional Indonesian light meal and has been established since 2019. The products is grilled glutinous rice enlivened by the conventional Manado food, namely lalampa. Tola - Tola has sundry of flavors specifically Indonesian flavors including Pampis Tongkol, Ayam Sambal Matah, and Rendang. Aside from the flavor variation, Tola - Tola is additionally extraordinary and exceptional from grilled rice in general since it has a pandan aroma and green shading. Tola - Tola is also sold at affordable prices so that all consumers can devour it.

The target market of Tola - Tola is people who like conventional light meal, have high mobility, and live in 3 districts, namely South Tangerang City, Pagedangan District, and Kelapa Dua District. Of the three regions, Tola - Tola has a market potential of 121,844 consumers who will purchase Tola - Tola products. To meet this market demand, Tola - Tola will distribute its products via online and offline, specifically by utilizing Go-Food, Instagram, Whatsapp, and finding some consignment partners.

Key words	:	Grilled glutinous rice, traditional food, Indonesian flavors, affordable, satiated
Industry	:	Food and Beverage