

RINGKASAN EKSEKUTIF

Mangkuk Roa merupakan sebuah tempat makan yang menjual makanan dalam bentuk *rice bowl* yang mengangkat cita rasa pedas khas Manado sebagai nilai utama yang ditawarkan dalam produk. Mangkuk Roa menyediakan pilihan daging, sayur dan tiga level kepedasan sambal roa. Satu porsi Mangkuk Roa dijual dengan harga Rp 35.000 per porsi, dengan menasar target pasar usia 15-29 tahun yang berdomisili di area Tangerang dan Jakarta.

Dalam proses pelaksanaan usaha, Mangkuk Roa berupaya memaksimalkan *profit* dengan mengusahakan kinerja setiap divisi. Divisi pemasaran melakukan berbagai kegiatan dalam upaya meningkatkan *brand awareness* dan meningkatkan pendapatan, seperti *endorsement influencer* dan promosi diskon harga. Divisi operasi berupaya untuk menerapkan *lean production* dengan meminimalisir limbah dari proses produksi menjadi 10% secara keseluruhan. Divisi sumber daya manusia telah melakukan rekrutmen satu orang karyawan dan terus berupaya meningkatkan performa seluruh karyawan untuk dapat memberikan kontribusi maksimal di setiap divisi. Divisi finansial terus memonitor arus keluar masuknya kas selama usaha Mangkuk Roa berjalan dan melakukan analisa keuangan agar dapat menjaga kondisi keuangan yang positif.

Pembelajaran yang didapat adalah membuat perencanaan bisnis, dan mengelola bisnis dengan benar untuk dapat menjadi usaha yang bertahan lama dan menguntungkan.

Kata Kunci/Keywords	<i>Rice bowl</i> , elevasi makanan tradisional, pedas, sambal roa, Tangerang Selatan
Bidang Usaha	<i>Food & Beverages</i>

EXECUTIVE SUMMARY

Mangkuk Roa is a street food cafe that serves rice bowl with Indonesian taste, which is Manadonese cuisines, as the core value provided within the product. Each and every portion of Mangkuk Roa consists of steamed rice, main protein, vegetables, egg, and sambal roa itself. Mangkuk Roa has four main menu which provides two selections of main protein, fried chicken and fried dory. Each bowl also offered two options of vegetables, tumis bunga pepaya and fresh cucumber. Customers are able to choose three level of spiciness based on their taste and preferences. A bowl of Mangkuk Roa is sold at Rp 35.000 each, and the targeted market are male and female with 15-29 age range, living within Tangerang and Jakarta area.

Mangkuk Roa aims to maximize its profit by enhancing divisions performance. Marketing division has developed and run programs in order to increase brand awareness and revenue, such as by doing endorsements and promotions. Operations division has attempted to reach lean production by minimizing waste rate from production. Human Resources division has recruited one employee and worked in improving the performance of all employees to support every division activities. Finance division has regularly monitored the cash flow during the business running of Mangkuk Roa and has provided report note accordingly.

The lessons learned are how to craft business plan, and how to run business properly, to generate profitable and sustainable business.

Keywords	<i>Rice bowl, traditional food elevation, spicy, sambal roa, South Tangerang</i>
Business Fields	<i>Food & Beverages</i>