

RINGKASAN EKSEKUTIF

Data BPS (2017) menunjukkan bahwa ada sekitar 4.7 juta karyawan yang saat ini bekerja di DKI Jakarta. Karyawan tersebut membutuhkan makanan untuk dikonsumsi saat bekerja setiap harinya. Namun jumlah perusahaan penyedia makanan yang ada di DKI Jakarta berjumlah 345,640. Artinya ketersediaan makanan lebih kecil dari kebutuhan yang ada di DKI Jakarta. Melihat situasi ini membuat konsep menghubungkan penyedia layanan *marketplace* makanan dan konsumen di luar DKI Jakarta menjadi menarik.

Hipotesis ini diperkuat oleh riset kuantitatif dan kualitatif yang sudah dilakukan. Pertama, sebuah layanan penghubung katering sangat menarik karena faktor kebosanan menjadi kendala utama dalam konsumsi sehari-hari. Kemampuan dalam memesan berbagai makanan dari berbagai katering membuat konsumen tidak merasa terbebani dibandingkan harus melakukannya secara manual. Pemilik katering juga melihat bahwa layanan penghubung membuat mereka bisa mendapatkan pasar yang lebih luas dibandingkan dengan pemasaran konvensional yang mereka lakukan saat ini.

Maka dari itu, Pusat Kater hadir sebagai sebuah layanan penghubung yang menawarkan berbagai variasi pilihan makanan untuk konsumen. Pusat Kater menawarkan nilai kepercayaan dan fleksibilitas dalam menyusun perencanaan makanan untuk konsumen. Strategi yang digunakan oleh Pusat Kater adalah melakukan penetrasi pasar sebagai pilihan utama berdasarkan kategorisasi manajemen strategi. Modal yang dikeluarkan untuk menjalankan bisnis ini adalah Rp 50.000.000,- dan digunakan untuk membangun situs *marketplace* dan penetrasi pasar.

Kapital sosial menjadi faktor kunci sukses karena Pusat Kater adalah bisnis berbasis kepercayaan. Kapital sosial yang baik sangat membantu dalam proses penetrasi pasar karena kepercayaan sudah dibangun sebelum bisnis beroperasi.

Kata Kunci : Pusat Kater, Karyawan, Katering, Fleksibilitas, *Marketplace*

Bidang Usaha : *Marketplace*

EXECUTIVE SUMMARY

There around 110 thousand workers currently working in small to medium enterprise in DKI Jakarta according BPS. Those workers need food and beverage to work everyday. However the amount of food supplier in DKI Jakarta are 354,640, which means there are some of those suppliers that have trouble selling their foods. This situation shows that there is an opportunity for business concept that connects food suppliers and consumers.

The hypothesis is strengthened with several qualitative and quantitative research. First of all, a marketplace that connects catering to workers is interesting because workers are bored with the food provided by a single food provider. The ability to purchase various foods from various providers in a single place helps them to reduce the paperwork required. Catering owner also view the marketplace helps them to reach broader market compared to before.

Pusat Kater exist as a bridge to that connects and offers various choice for consumer. Pusat Kater offers trust and flexibility as core values for consumer. The business uses market penetration as the core strategy. The capital required to run the business is Rp 50.000.000,- which are spent on building the website for marketplace and penetrating the market.

Social capital becomes the main key success factor for business' success because the business run on trust. A good social capital will help the business to penetrate the market by harnessing the trust built before the business was developed.

Keywords : Catering, Marketplace, Worker, Flexibility

Industry : Marketplace