

RINGKASAN EKSEKUTIF

Dalam sepuluh tahun terakhir terlihat adanya pertumbuhan ekonomi yang didukung oleh industri *Food and Beverage*. Berkembangnya industri ini menyebabkan munculnya banyak inovasi-inovasi baru dalam makanan. Indonesia sendiri dikenal akan banyaknya tipe makanan khas, hal ini membuat banyaknya masyarakat Indonesia menyukai mencoba tipe-tipe makanan baru. Beberapa makanan khas Indonesia sudah hadir sejak abad ke 19 namun tanpa disadari bahwa makanan-makanan khas tersebut merupakan modifikasi dari makanan khas negara lain yang dibawa masuk pada masa penjajahan. Kami pun melihat adanya peluang untuk memperkenalkan makanan khas dari Cina. Makanan khas tersebut bernama “Shaokao”, kata ini merupakan bahasa Cina yang berarti *barbeque* atau bakar. Sehingga kami akan menawarkan sate *barbeque* dari Cina Utara yang dibakar diatas arang dengan teknik pemanggangan khusus. Kami melihat sebuah potensi dikarenakan sate pun merupakan makanan khas Indonesia yang sudah lekat dengan budaya Indonesia. Sehingga kami akan memodifikasi sate Cina tersebut dengan cita rasa Indonesia sehingga dapat dinikmati oleh masyarakat Indonesia.

Shaokuy merupakan makanan modifikasi dalam bentuk sate yang berbahan dasar seafood olahan berupa bakso salmon, bakso ikan, dan *crabstick*. Ada juga berbagai macam sayuran yang langsung ditusuk seperti kangkung, poci, jamur enoki, dan jamur shimeji yang dibakar menggunakan arang dan olesan bumbu khas Shaokuy yang bercita rasa kedua Negara. Pada *Business Plan* ini kami akan menerapkan 2 strategi yang disesuaikan pada skenario optimis dan pesimis sepanjang masa pandemi COVID-19. Pada skenario optimis kami akan mendapatkan ROI sebesar 828% dan nilai IRR sebesar 104%, namun pada skenario pesimis kami akan mendapatkan ROI sebesar 78% dan nilai IRR sebesar 10%. Shaokuy akan menargetkan pada konsumen yang berusia 15 – 34 tahun, kelas ekonomi *middle*, suka makan bersama teman, dan juga memiliki sifat *Experiencer* yang merupakan mereka yang suka mencoba hal baru. Shaokuy akan berupaya memberikan pengalaman terbaik dengan membuka cabang di dekat konsumen. Dalam pengembangannya akan meningkatkan kualitas serta melakukan inovasi untuk dapat memberikan pelayanan yang lebih baik.

Kata Kunci	:	Makanan, Sate, Cina, Cita rasa Indonesia, Modifikasi
Bidang Usaha	:	Makanan dan Minuman

EXECUTIVE SUMMARY

In the last ten years, there has been economic growth that is supported by the Food and Beverage industry. The development of this industry has led to the emergence of many new innovations in food. Indonesia itself is known for its many types of special foods, this makes many Indonesian people like to try new types of food. Some Indonesian specialties have been around since the 19th century, but without realizing it these specialties are a modification of the specialties of other countries that were brought in during the colonial period. We also saw an opportunity to introduce specialties from China. The special food is called "Shaokao", this word is in Chinese that translates directly into barbeque or grilled. We will offer a satay from North China that is grilled on a charcoal with a special grilling technique. We see a potential because satay is also a typical Indonesian food that is closely related to Indonesian culture. So that we will modify the Chinese satay with an Indonesian taste so that it can be enjoyed by the Indonesian people.

Shaokuy is a modified food in the form of satay which is made from processed seafood in the form of salmon meatballs, fish balls and crabsticks. And also various kinds of vegetables that are skewered such as kale, spinach, poci, enoki mushrooms, and shimeji mushrooms which are grilled using charcoal and smeared with Shaokuy special spices that taste the flavors of the two countries. In this Business Plan, we will implement 2 types of strategies that depend on optimistic and pessimistic scenarios throughout the COVID-19 pandemic. In the optimistic scenario, we will get an ROI of 828% and an IRR value of 104%, but in the pessimistic scenario we will get an ROI of 78% and an IRR value of 10%. Shaokuy will target consumers aged 15 - 34 years, middle economy class, like to eat with friends, and also have the nature of Experiencers who like to try new things. Shaokuy will strive to provide the best experience by opening branches near consumers. In its development it will improve quality and make innovations to be able to provide better service.

Keywords	:	Food, Satay, China, Indonesian taste, Modified
Field of Business	:	Food and Beverage