

RINGKASAN EKSEKUTIF

Masyarakat Indonesia terutama kaum muda berusia 15-40 tahun memiliki rasa penasaran yang tinggi dan ingin mencoba hal yang baru. Hal ini dapat terlihat pada industri makanan yang telah berkembang pesat dengan hadir makanan khas luar negeri yang dibawa masuk ke Indonesia seperti restoran cepat saji KFC, McDonald serta beberapa tren inovasi makanan baru seperti *Salted Egg* yang mendominasi dan menutupi keberadaan makanan tradisional. Dengan memanfaatkan Industri makanan Indonesia yang sedang meningkat pesat dan kepopuleran sate, maka SatelNAja menggunakan peluang ini untuk memperkenalkan kembali kuliner Indonesia dengan menghadirkan sate yang berbeda dari kebanyakan sate pada umumnya dan akan terus berinovasi untuk memperkenalkan dan mempertahankan kuliner khas Indonesia.

SatelNAja menghadirkan sate yang berkomposisi kombinasi antara protein dengan sayuran dan dilengkapi dengan bumbu khas Indonesia. Protein yang tersedia adalah daging sapi dan daging ayam, sedangkan sayuran yang tersedia adalah Jamur kancing dan Paprika, kemudian bumbu pelengkap adalah bumbu rendang dan sambal matah. Dalam 1 porsi sate yang berisikan 10 tusuk, harga jual untuk sate ayam adalah Rp25.000, sedangkan sate sapi adalah Rp35.000. SatelNAja akan terus berinovasi untuk mengeluarkan varian bumbu khas dari Indonesia lainnya guna membawa kembali kuliner khas Indonesia ke masyarakat.

SatelNAja buka pada malam hari saat jam makan malam dengan lokasi ruang terbuka pada kafe tenda di Jl. Magnolia 5, Rw. Buntu, Serpong (Sebelah Fuji). Perencanaan pemasaran, operasional, sumber daya manusia, dan keuangan dibuat dengan pertimbangan adanya pandemi Covid-19 yang sedang terjadi saat ini. Pada perencanaan terdapat 3 macam skenario yaitu *Best*, *Normal*, dan *Worst*. Pada skenario *Normal*, *Payback Period* akan tercapai dalam 5 Bulan berjalan.

Kata Kunci	:	Sate, Indonesia, Protein, Sayuran
Bidang Usaha	:	<i>Food & Beverage</i>

EXECUTIVE SUMMARY

People in Indonesia, especially youngsters around 15-40 years of age, have high curiosity and want to try new things. It seems that this also applies to the culinary industry with many varieties of foreign food which was brought to Indonesia like fast food chains KFC, McDonalds, and also few new food innovation trends like Salted Egg which dominate and illuminate the existence of traditional food. By utilizing the currently growing Culinary Industry in Indonesia and the popularity of satay dishes, SateINAja uses this opportunity to reintroduce Indonesian Culinary by presenting satay dishes which are different from the usual and will continue to innovate to introduce and preserve Indonesian Culinary.

SateINAja offers satay composed of combination between protein and vegetables, that comes with sauces of specialty food from various islands in Indonesia. The available choices of protein are beef and chicken, while the available choice of vegetables are mushroom and paprika, and the available choices of sauces are Rendang Sauce and Sambal Matah. One portion of satay contains ten skewers, one portion of chicken satay is priced at Rp25.000, whereas one portion of beef satay is priced at Rp35.000. SateINAja will keep innovating to present new sauces of other specialty dishes from other places of Indonesia in order to bring Indonesian Culinary back to the surface.

SateINAja stall opens at night when dinner time comes with an outdoor stall located at tent cafe in Magnolia street 5, Rawa Buntu, Serpong (Next to Fuji). The marketing, operating, human resource, and financing planning are made with the consideration of COVID-19 pandemic. As for the planning there are three different scenarios which are best, normal, and worst. Which is in the normal scenario, the payback period will be achieved in five months running.

Keywords	:	Satay, Indonesian, Protein, Vegetables
Field of Business	:	Food & Beverage