

RINGKASAN EKSEKUTIF

Pada digital era saat ini, perkembangan tren makanan sangat meningkat didukung dengan penggunaan teknologi, sosial media, dan munculnya bidang pekerjaan baru seperti *selebgram* dan *influencer* dalam bidang kuliner. Kotomono ingin ikut bergabung dalam industri kuliner di Indonesia dengan menawarkan cita rasa *fusion* Jepang, sehingga akan beradaptasi dengan lidah Indonesia. Seluruh menu Kotomono diproduksi sendiri dengan menggunakan bahan-bahan berkualitas dan segar, sehingga menciptakan yang khas. Kotomono melakukan penjualan melalui toko fisik untuk mendukung proses makan di tempat, serta bekerja sama dengan mitra layanan antar untuk konsumen yang melakukan pemesanan secara online. Kotomono menggunakan uang pribadi anggota untuk membeli bahan baku dan alat produksi, kegiatan operasional, hingga pemasaran. Selanjutnya, perputaran uang akan digunakan untuk pengembangan dari Kotomono. Kotomono sudah melakukan analisis terhadap pasar dan kompetitor untuk mengetahui situasi pasar yang dihadapi. Lebih dari itu, Kotomono juga melakukan penelitian secara kualitatif dan kuantitatif untuk mendapatkan data akurat mengenai pasar sasaran yang akan dituju.

Kotomono saat ini menjual tiga menu utama dengan pilihan *fusion* yang berbeda dan disajikan bersama dengan nasi hangat. Yakiniku Beef Kimchi menggunakan premium sliced beef dan dipadukan dengan kimchi. Chicken Karaage Tartar merupakan ayam yang diberi bumbu rempah-rempah Jepang dan dipadukan dengan saus tartar. Sedangkan, Gyutan Sambal Ijo adalah potongan lidah dengan sambal ijo khas Indonesia. Seluruhnya dijual dengan harga Rp30.000 – Rp35.000 per porsi. Melihat analisis PESTLE dan SWOT, permintaan pasar dan penawaran, Kotomono memiliki kesempatan untuk berkembang pesat.

Kata Kunci	:	Makanan, <i>fusion</i> , murah, praktis, Jepang
Bidang Usaha	:	Makanan dan Minuman



EXECUTIVE SUMMARY

In the current digital era, the development of food trends is increasing, supported by the use of technology, social media, and the emergence of new occupations such as selebgrams and influencers in the culinary field. Kotomono wants to join the culinary industry in Indonesia by offering Japanese fusion flavors, so that it will adapt to the Indonesian tongue. The entire Kotomono menu is self-produced using high quality and fresh ingredients, thus creating a distinctive one. Kotomono sells through physical stores to support the on-site eating process, as well as collaborates with delivery service partners for consumers who place orders online. Kotomono uses members' personal money to buy raw materials and production tools, operational activities, and marketing. Furthermore, the circulation of money will be used for the development of Kotomono. Kotomono has conducted an analysis of the market and competitors to determine the market situation at hand. More than that, Kotomono also conducts qualitative and quantitative research to obtain accurate data on the target market to be targeted.

Kotomono currently sells three main menus with different fusion options served together with warm rice. Yakiniku Beef Kimchi uses premium sliced beef and is combined with kimchi. Chicken Karaage Tartar is chicken flavored with Japanese spices and combined with tartar sauce. Meanwhile, Gyutan Sambal Ijo is a cut of the tongue with a typical Indonesian green chili sauce. All are sold for Rp30,000 – Rp35,000 per portion. Looking at the PESTLE and SWOT analysis, market demand and supply, Kotomono has the opportunity to grow rapidly.

Kata Kunci / Keywords	:	Food, <i>fusion</i> , affordable, practical, Japan
Bidang Usaha / Field of Business	:	Food and Beverage