

RINGKASAN EKSEKUTIF

Sektor kuliner merupakan sektor usaha yang tahun demi tahunnya terus berperan sebagai penyumbang PDB terbesar dibandingkan sektor lainnya. Konsumsi makanan ringan di Indonesia diprediksi akan terus meningkat hingga tahun 2024 dan dengan adanya tren *spicy challenge* yang terus eksis di Indonesia menjadi peluang bagi Roempah untuk mengisi *gap* permintaan dan penawaran yang terdapat dalam industri makanan ringan. Roempah hadir sebagai salah satu *snack* yang inovatif dan memberikan *experience* yang baru bagi konsumen.

Produk Roempah adalah makanan ringan yang terbuat dari 100% kentang asli dengan cita rasa sambal Indonesia dan menyokong *value* kustomisasi level kepedasan. *Value* ini memberi konsumen kebebasan dalam menentukan tingkat kepedasan sesuai dengan preferensi mereka masing-masing, dimana hal ini merupakan salah satu *concern* utama dalam menikmati *snack* dengan cita rasa pedas bagi sebagian konsumen. Roempah menghadirkan 2 varian rasa yaitu sambal bawang dan sambal balado. Roempah menargetkan konsumen berusia 15-34 tahun dengan status ekonomi sosial A dan B yang merupakan *heavy snackers* dan/ atau *light snackers* serta berdomisili di Jabodetabek.

Dalam operasional bisnis selama 3 bulan, perusahaan menggunakan media *online* sebagai kanal penjualan utama. Sebagai *brand* baru, perusahaan fokus untuk berusaha membangun *brand awareness*, khususnya melalui media sosial. Dalam beberapa bulan ke depan, perusahaan juga akan mulai menjual produk melalui kanal *offline*, yakni supermarket dan toko *retail*. Perusahaan berharap dengan terbangunnya *brand awareness* terhadap produk Roempah diikuti dengan meningkatnya ketersediaan produk dapat membawa Roempah menjadi perusahaan makanan ringan berkualitas yang menjadi pilihan konsumen di wilayah Jabodetabek.

Kata Kunci	:	Kentang, Sambal Indonesia, Kustomisasi level kepedasan
Bidang Usaha	:	Makanan Ringan

EXECUTIVE SUMMARY

Culinary industry continues to be the largest contributor to Indonesia GDP compared to other industries. Snack consumption in Indonesia which is predicted to grow, at least until 2024, and the spicy challenge trend that continues to exist in Indonesia is an opportunity for Roempah to fill the gap in the snack industry. Roempah exists as an innovative snack company which seeks to consistently provide new experience for consumers.

Roempah offers snacks made from 100 percent authentic potatoes enriched with the flavor of Indonesian Sambal and equipped with a self-customization feature which gives consumers ability to determine the spiciness level of their snack according to their preferences where this is one of the major concerns for spicy snack products nowadays. Roempah presents two flavors, Sambal Bawang and Sambal Balado. Roempah targets consumers aged 15-34 years with socioeconomic status A and B classified as heavy snackers and/or light snackers and located in the Jabodetabek area.

In 3 months of business operation, the company uses online media as the main sales channel. In the few next months, the company is going to start selling products through offline channels, namely supermarkets and retail stores. As a new snack brand, the company focuses on building brand awareness especially through social media. The company hopes that by building brand awareness of the product, followed by an increase in product availability, Roempah is able to become a company which offers high quality snacks that are the choice of consumers in the Jabodetabek area.

<i>Keywords</i>	<i>:</i>	<i>Potatoes, Indonesian Sambal, spiciness level</i>
<i>Field of Business</i>	<i>:</i>	<i>Snack Industry</i>