

RINGKASAN EKSEKUTIF

POP YEAH merupakan produk camilan berupa 'popiah' yang berasal dari Fujian dengan menawarkan harga yang terjangkau, POP YEAH merupakan penyedia makanan camilan 'popiah' atau biasa disebut *spring rolls* dengan eksplorasi rasa sebagai produk unggulannya. Pada dasarnya POP YEAH ini berupa kulit lumpia yang diisi dengan berbagai rasa dengan *topping* yang berbeda-beda. Melihat adanya peluang berdasarkan angka yang terus meningkat dari industri makanan di Indonesia, POP YEAH memutuskan untuk memanfaatkan peluang tersebut dalam pengembangan bisnis yang direncanakan. POP YEAH menawarkan empat rasa khas yang berasal dari empat negara berbeda yaitu Cina, Jepang, Italia, dan Indonesia; juga setiap popiah dibuat dan dimasak dengan baik yang terinspirasi dari cinta nenek saat memasak untuk cucunya. Selain itu, POP YEAH juga menawarkan camilan dengan harga terjangkau tanpa menggunakan *monosodium glutamate* (MSG) dan sangat cocok untuk orang dengan mobilitas tinggi karena kepraktisannya. Satu porsi dari produk POP YEAH berisi 2 buah popiah dengan pilihan rasa dari masing-masing konsumen yang dijual dengan harga Rp 20.000 per porsi.

Target pasar POP YEAH adalah pria dan wanita berusia 17-30 tahun di Tangerang yang terdiri dari pelajar, mahasiswa, dan *fresh graduate* dengan rata-rata pengeluaran pribadi Rp 2.800.000 - Rp 4.250.000 per bulan. Pemasaran dilakukan melalui media daring sebagai media utama POP YEAH.

Modal awal yang dikeluarkan oleh seluruh anggota POP YEAH sebesar Rp17,500,000. Dengan ROI sebesar 9.03% dan Net Present Value sebesar Rp21,898,562. POP YEAH akan mencapai Break Even Point pada 6,916 porsi dan Payback Period pada waktu 1 tahun 20 hari.

Kata Kunci	:	Popiah, camilan, segar, eksplorasi rasa, praktis
Bidang Usaha	:	<i>Food and beverages</i>

EXECUTIVE SUMMARY

POP YEAH is a snack product namely 'popiah' which is originally comes from Fujian, China with affordable price, POP YEAH is a 'popiah' snack which commonly called spring rolls with different exploration of flavors as its value. Basically, POP YEAH is a spring roll filled with various fillings topped with different toppings. Since there is an opportunity based on the increased number of food industry in Indonesia, POP YEAH decided to use this opportunity to run this business plan. POP YEAH offers four flavors based on different countries such as Indonesia, China, Japan, and Italy which has been prepared and cooked with love like grandma cooks for her grandchilds. Moreover, POP YEAH also offers an affordable price without using monosodium glutamate (MSG) that easily to grab and go which is very practical. Each portion of POP YEAH consists of 2 pieces of popiah for IDR 20,000 per portion.

POP YEAH's target market is men and women aged 17-30 years old in Tangerang, consisting of students, university students, and fresh graduates with an average personal expense of IDR 2,800,000 - IDR 4,250,000 per month. Marketing is done through online media as the main media for POP YEAH.

The initial capital issued by all POP YEAH members is IDR 17,500,000. With an ROI of 9.03% and a Net Present Value of IDR 21,898,562. POP YEAH will reach a Break Even Point at 6,916 portions and a Payback Period in 1 year and 20 days.

Keyword	:	Popiah, snack, fresh, flavors' exploration, practical
Industry	:	<i>Food and beverages</i>