

RINGKASAN EKSEKUTIF

Industri *food and beverages* di Indonesia saat ini sedang berkembang seiring dengan pertumbuhan penduduk Indonesia. Kebutuhan akan *snack* atau makanan ringan turut meningkat, dapat dilihat dari banyaknya bisnis baru yang bergelut di bidang tersebut. Gaya hidup masyarakat masa kini menginginkan suatu hal baru dan bersifat unik.

FUSSNACK merupakan sebuah merek makanan ringan yang memulai usaha dengan berjualan *pancake* gulung di ruko Graha Boulevard, Gading Serpong, Tangerang Selatan. FUSSNACK menawarkan konsep makanan ringan hasil kombinasi yaitu *pancake* yang digulung dengan *topping* rasa asin seperti daging giling mayones dan tuna dengan cabai. "*Fusion*" dan "*snack*" adalah nilai dasar yang dimiliki oleh FUSSNACK.

Keunikan dari produk kami adalah bentuk *pancake* saat disajikan yaitu digulung dengan menggunakan rasa asin pada *topping*-nya, dimana pada umumnya *pancake* menggunakan *topping* manis dengan bentuk bulat tanpa digulung pada saat disajikan.

Target pasar yang kami tuju adalah anak muda dan pekerja muda yang berumur antara 17 hingga 26 tahun yang memiliki tingkat aktivitas sosial yang tinggi. *Primary target market* yang dituju berada di Gading Serpong sementara *secondary target market* adalah daerah sekitarnya yaitu BSD, Alam Sutera dan Karawaci.

Kami menggunakan sistem kerjasama dengan sebuah cafe bernama ZUCCA dalam menjalankan bisnis ini. Hal ini mampu mengurangi biaya secara signifikan dibandingkan dengan membuka di *mall* atau tempat lain yang dapat menjangkau target market kami. Berlokasi di daerah Gading Serpong, Ruko Graha Boulevard adalah tempat dimana terdapat banyak cafe yang ramai dikunjungi oleh *target market* kami mulai dari siang hingga malam hari.

Setelah menjalankan bisnis selama 3 bulan, kami tidak berhasil mencapai target penjualan yang kami rencanakan. Hal tersebut disebabkan oleh kurangnya penerapan dari rencana pada setiap fungsi khususnya pemasaran. Kurangnya fokus kami dalam menjalankan bisnis ini membuat beberapa rencana tidak berjalan sesuai dengan yang apa yang diharapkan. Kami mendapatkan pelajaran bahwa dalam menjalankan bisnis, diperlukan usaha yang maksimal agar bisnis dapat berjalan sesuai rencana dan memiliki hasil yang baik.



EXECUTIVE SUMMARY

Food and beverages industry in Indonesia are rising following the increase in the number of population in Indonesia. There are increase in the needs of snacks, it is seen from big number of new business in this industry. Nowadays, the new generation's lifestyle wanted new and unique stuff.

FUSSNACK is a brand of light meal that started its business in Ruko Graha Boulevard, Gading Serpong, Tangerang Selatan by selling pancakes. FUSSNACK provides rolled pancake with combination of savoury flavoured toppings like mayo minced beef and spicy tuna. "Fusion" and "Snack" is the base value of FUSSNACK.

Our uniqueness is the form of the pancake and taste of its topping which served in a rolled on form and uses salty toppings, where in general pancakes use sweet toppings with round shape without rolled on when served.

Our target market is teenagers and fresh graduate aged from 17 to 26 years old with a high social activity. Our primary target market is located in Gading Serpong while the secondary target market is the surrounding area which is BSD, Alam Sutera and Karawaci.

We used partnership system with with a cafe called ZUCCA to run the business. This parthership could reduce the costs significantly rather than opening up in a mall. Ruko Graha Boulevard is a shophouses area in Gading Serpong which has many cafes and we can meet our target market here.

After 3 months of running the business, it turns out we did not succeed to achieve sales target. This is due to lack of implementation of the plan in every function especially marketing. Our lack of focus in running the business makes some plans did not going well as we planned before. We learned that in running a business, it takes maximum effort to make the business work according to the plan and have a good results.

