

## RINGKASAN EKSEKUTIF

*FruGen Smoothies* adalah perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman yang menawarkan minuman bernutrisi dibuat secara langsung dengan tekstur lembut setengah beku disajikan secara berlapis yang berbeda rasa dan warna pada setiap tingkatnya. Berdasarkan data Euromonitor, Penjualan minuman berbasis alami diprediksi akan terus meningkat sebesar lebih dari 65% pada tahun 2015 hingga 2020 sebesar 700 miliar Rupiah. Selain itu, nilai index kesehatan konsumen Indonesia meningkat sebanyak dari tahun 2011 hingga 2016 24.000 miliar Rupiah yang dilihat berdasarkan pengeluaran terhadap produk kesehatan. Data tersebut menunjukkan bahwa *FruGen Smoothies* merupakan usaha yang memiliki potensi untuk dikembangkan.

*FruGen Smoothies* memiliki target pasar yaitu remaja hingga dewasa muda yang berusia 19-44 tahun di daerah Jakarta, khususnya Jakarta Utara sebanyak 743.661 penduduk. Adapun target pasar dipilih berdasarkan permasalahan yang dialami oleh kaum dewasa muda, serta berdasarkan lokasi toko yang telah dan akan dibangun.

Produk yang ditawarkan *FruGen Smoothies* adalah minuman berbasis buah *made by order* dengan tekstur lembut setengah beku yang disajikan secara berlapis. Nilai yang ditawarkan adalah Kualitas, Tekstur, dan Penampilan. Konsumen diberikan tiga kategori pilihan menu di antaranya menu klasik, *meal menu*, dan menu khas yaitu *smoothie* yang disajikan secara berlapis. Produk *FruGen Smoothies* dijual dengan harga sekitar Rp.30.000 hingga Rp.39.000,- dengan target pasar pria dan wanita dewasa muda dan keluarga muda.

*FruGen Smoothies* memiliki Return on Investment sebesar 185%, dengan jangka waktu Payback period selama 6 bulan. Rencana yang akan dilakukan dalam satu tahun kedepan difokuskan untuk meningkatkan penjualan disetiap bulan, serta meningkatkan ketertarikan masyarakat kepada brand *FruGen Smoothies*.

Minuman sehat, berkualitas, bernutrisi, tekstur lembut, penampilan menarik  
*Food and Beverage*

## EXECUTIVE SUMMARY

*FruGen Smoothies* is a food and beverage company offering nutritious drinks made freshly with a soft half-frozen texture served in layers of different flavors and colors at every level. Based on Euromonitor data, natural-based beverage sales are predicted to increase by more than 65% in 2015 to 2020. In addition, the index of Indonesia's consumer health value continues to increase significantly from 2011 to 2020. The data show that there is a business opportunity to develop *FruGen Smoothies*.

*FruGen Smoothies* has a target market of teenagers to young adults aged 19-44 years in the area of Jakarta, especially North Jakarta. The target market is chosen based on the problem from lack of nutrition experienced by young adults, as well as based on the location of outlets that have been and will be built.

*FruGen Smoothies* offers fruit-based beverages made freshly by order having soft, half-frozen texture served in layers. The value proposed are Quality, Texture, and Appearance. There are three categories of menu choices including Classic menu, Meal menu, and special menu of smoothie that is served in layers. *FruGen Smoothies* are sold with price range of Rp. 30.000 to Rp. 39.000, - with a target market of young adult men and women and young families.

*FruGen Smoothies* has a Return on Investment of 185%, with a Payback period of 6 months. Plans to be done in the next year to increase sales in every month, and increase public interest in *FruGen Smoothies* brand. Objectives for the next year will focus on increasing sales every month, and on increasing public awareness and interests in the *FruGen Smoothies*.

Healthy drink, quality, nutritious, soft texture, attractive appearance

Food/Beverages