

RINGKASAN EKSEKUTIF

Selama tahun 2016, ketertarikan konsumen Indonesia dalam roti, *pastry*, dan kue terus meningkat, terutama pada konsumen yang berdomisili di kota-kota yang lebih besar. Hal ini salah satunya didorong oleh adanya perkembangan produk dan inovasi. Konsumen di perkotaan yang memiliki kehidupan yang cenderung sibuk semakin meningkat. Oleh karena itu, mereka lebih memilih untuk mengonsumsi jenis sarapan dan makanan kecil yang praktis dan nyaman, yang yang mana banyak diantaranya termasuk ke dalam *baked goods*.

Selain toko roti artisan, kelompok toko roti yang mengusung konsep “buatan rumah” dan toko roti *franchise* juga terus memegang alih pasar *baked goods*. Konsumen Indonesia memandang bahwa produksi dari toko-toko roti tersebut sebagai produk yang lebih segar dan berkualitas. Penjualan dari *baked goods* sendiri diprediksi akan terus meningkat hingga tahun 2021 (Euromonitor International, 2016).

Melihat kepada peluang industri *baked goods* di Indonesia, Chit&Chat Brownie menyediakan produk *homemade brownies* yang dikemas dalam konsep *assorted*. Menurut Knowledge at Wharton High School (2012), *product assortment* diartikan sebagai variasi dari produk yang penjual tawarkan kepada konsumen. Terkait hal tersebut, dalam menentukan lini produk yang optimal, penjual harus dapat menentukan keluasan lini produk (*product breadth*), yaitu jumlah dari lini produk atau variasi yang ditawarkan oleh perusahaan, dan juga kedalaman lini produk (*product depth*), yaitu jumlah kategori dalam sebuah lini produk yang spesifik.

Konsep *assorted* yang mencakup keluasan produk diimplementasikan oleh Chit&Chat Brownie dengan menawarkan tiga variasi rasa *brownies*, yaitu *green tea (matcha)*, coklat, dan gula merah (biasa disebut *blondie*). Ketiga variasi tersebut juga dihiasi dengan *topping* yang beragam. Setiap variasi *brownies* ditawarkan dalam ukuran potongan 5,5cm x 5,5cm yang mana konsumen dapat memilih preferensi variasi produk sesuai keinginannya masing-masing.

Perempuan berusia 21 – 29 tahun yang berada di daerah Tangerang dan Jakarta menjadi target pasar dari Chit&Chat Brownie. Berbekal visi untuk menjadi *brand assorted brownies* terbaik di Indonesia, Chit&Chat Brownie berkomitmen untuk memberikan pengalaman unik bagi konsumen melalui variasi rasa *brownies* yang ditawarkan.



EXECUTIVE SUMMARY

During the year of 2016, the interest of consumer in Indonesia has grown towards baked goods such as breads, pastries and cakes, especially for those who reside in suburbs area. This particular issue was driven by the continuous improvement of product developments and innovations. They tend to have a busier lifestyle; hence they prefer to consume more practical and convenient types of breakfast and snack, where most of those kind of foods is categorized as baked goods.

Other than artisan bakeries, several other bakeries who use the concept of “homemade” breads and bakery franchises consistently dominated the market. Where in this case, most of the Indonesian consumers perceive that these bakeries produced higher quality products than the rest. The sales revenue of baked goods also has been predicted to keep a rising trend towards its growth until 2021 (Euromonitor International, 2016).

Foreseeing the opportunity that lies ahead in Indonesia’s baked goods industry, Chit&Chat Brownie decided to provide “homemade” brownies in an assorted pack concept. According to Knowledge at Wharton High School (2012), product assortment can be defined as a variation of a product that is offered to the consumers. Relating to the theory, to be able to create an optimal product line, the seller must be able to define the breadth of the product line itself, which is the number of the product variations offered, and the depth of the product line, which can be translated as the number of categories in a specified product line.

Chit&Chat Brownie implements the product breadth concept by offering three different variation of flavors: green tea, chocolate and brown sugar (which sometimes referred as blondie). Those three flavors also can be coated with various types of topping available. Each of the variation served in small pieces of 5.5cm x 5.5cm in size. Consumers can also choose their own preference of flavors when buying the product.

The target market of Chit&Chat Brownie is female whose age is between 21 to 29 years old that resides in the nearby area of Tangerang and Jakarta. Gifted with the vision to become the best-assorted brownies brand in Indonesia, Chit&Chat Brownie commits to give the unique experience for the consumers by offering a wide array of selections of brownies flavors.

Kata Kunci / Keywords	:	Kudapan manis, <i>assorted</i> , <i>brownies</i> , <i>dessert</i> , coklat
Bidang Usaha	:	Food and Beverage