

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Hasil riset yang dilakukan oleh Canadean, suatu lembaga riset dan analisis yang berasal dari Britania Raya, pada tahun 2013 menyatakan bahwa nilai pasar pasta dan mie di Indonesia diperkirakan akan terus meningkat sampai tahun 2020 dengan pertumbuhan mencapai 7,8%. Menurut Chef Haryo Pramoe, salah satu koki ternama Indonesia, makanan tradisional Indonesia akan kembali menjadi tren di tahun 2017 khususnya bagi anak-anak muda jika dikemas secara modern.

Melihat dari peluang tersebut, Pastabi hadir dengan konsep yang berbeda dan menarik. Pastabi adalah sebuah bisnis tempat makan pasta dengan mengkombinasikan bumbu khas Indonesia. *Value* yang ingin ditawarkan oleh Pastabi adalah perpaduan pasta dengan varian bumbu Indonesia, pelestarian cita rasa Indonesia, dan makanan berkualitas baik dengan harga terjangkau kepada konsumen. Pastabi menyasar pada konsumen yang memiliki usia dari 15 sampai 35 tahun dan berdomisili dari Tangerang Selatan dengan *socioeconomic* status B, serta memiliki pola perilaku *experiencers* atau orang-orang muda yang senang mencoba hal-hal baru. Dengan demikian, untuk menjangkau target konsumen tersebut, Pastabi memiliki tempat makan berlokasi di Taman Jajan CBD Bintaro, Tangerang Selatan dan bekerja sama dengan Go-Food untuk menjangkau konsumen lebih luas.

Dalam membangun dan menjalankan bisnis Pastabi ini dibutuhkan total investasi sebesar Rp 54.069.000 pada tahun pertama. Investasi perusahaan terdiri dari pembiayaan aset, modal kerja dan juga biaya pra operasi. Dalam satu tahun, diperkirakan Pastabi memiliki rata-rata *gross profit margin* sebesar 58% dengan total laba akumulatif mencapai Rp 9.182.277. Dengan proyeksi tersebut, Pastabi diperkirakan dapat mengembalikan investasi dalam waktu satu tahun empat bulan.

<b>Kata Kunci / Keywords</b>	:	Pasta Indonesia, Pasta, Makanan Nusantara, Harga terjangkau, Kualitas baik
<b>Bidang Usaha</b>	:	Food and Beverage

## EXECUTIVE SUMMARY

*In 2013, Canadean, a research institute from The United Kingdom, stated that market value for pasta and noodles in Indonesia is estimated to increase until 2020 with growth that reaches 7.8%. According to Chef Haryo Pramoe, one of well-known Indonesian chefs, Indonesian food will be popular again in 2017 especially among young adults if presented in a modern way.*

*Hence, Pastabi exists to preserve Indonesian cuisines by having a different and interesting concept. Pastabi is a restaurant, which serves pasta with Indonesian spices. The values that Pastabi propose are a fusion of pasta with Indonesian seasoning, a preservation of Indonesian flavour, and good quality dishes, which are affordable for the consumers. Pastabi targets consumers between the age of 15-35 years old who resides around Tangerang Selatan with B socioeconomic status, and behave as experiencers or people who like to try new things. In order to reach this target market, Pastabi's outlet is located in Taman Jajan CBD Bintaro, Tangerang Selatan and cooperates with Go-Food to reach out more consumers.*

*To develop and operate this business, Pastabi needs a total investment of Rp 54.069.000 for the first year. The company investment consists of assets financing, working capital, and pre-operation expenses. In its first year, it is predicted that in average Pastabi's gross profit margin reaches 58% with total accumulative profit is Rp 9.182.277. Therefore, it is expected that Pastabi's payback period will be one year and four months.*

<b>Keywords</b>	:	Indonesian Pasta, Pasta, Indonesian Cuisines, Affordable Price, Good Quality
<b>Business sector</b>	:	Food and Beverage