

## RINGKASAN EKSEKUTIF

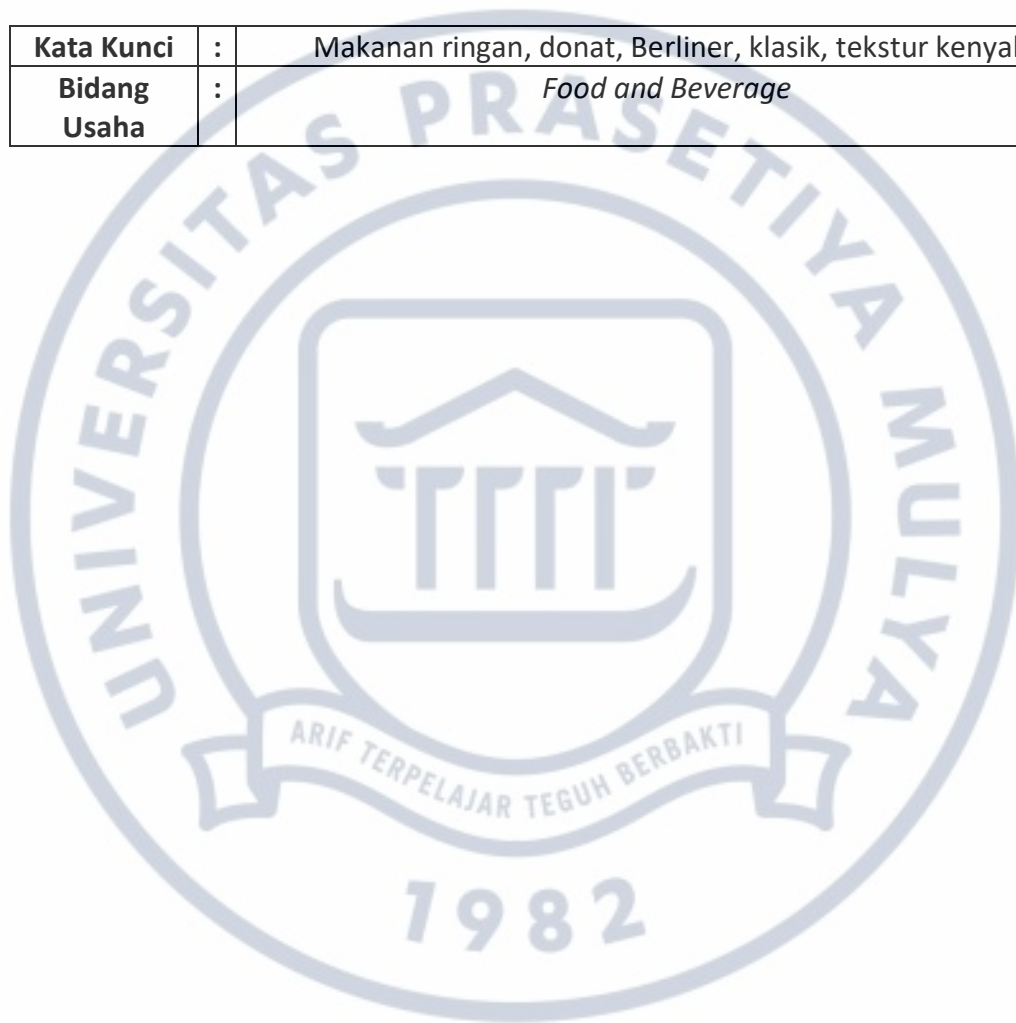
Donat merupakan jenis makanan ringan yang disukai oleh hampir semua kalangan. Sejak awal diperkenalkan di Amerika Serikat sampai sekarang, donat sudah berkembang dalam berbagai varian *topping* dan isian. Ada orang yang menyukai varian *topping* dan isian yang banyak, namun ada juga orang yang memilih donat dengan kesan klasik. Oleh karena itu, Dough's Delight mencoba menawarkan donat Berliner yang disajikan dengan memperkuat kesan klasik.

Dough's Delight sendiri adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam industri makanan dan minuman dan menyediakan donat Berliner, yaitu donat khas Jerman. Saat ini donat Dough's Delight memiliki 5 varian isian, yaitu *caramel*, *Nutella*, *green tea*, *red velvet* dan stroberi. Donat Dough's Delight disertai dengan *filling* yang melimpah dan tekstur yang kenyal. Kesan klasik dari Dough's Delight diperkuat dengan konsep donat yang tidak menggunakan *filling* yang bervariasi. Dough's Delight juga menggunakan *packaging* yang berdesain sederhana dalam paket penjualannya. Selain itu, donat Dough's Delight juga lebih banyak menggunakan bahan alami dan tidak menggunakan pengawet dalam pembuatan adonannya. Sasaran konsumen yang dituju oleh Dough's Delight adalah penyuka makanan ringan semua umur, namun Dough's Delight lebih berfokus pada anak muda (mahasiswa/i) berusia 17-25 tahun.

Dalam waktu 4 bulan (April-Juli 2017), donat yang sudah terjual sejumlah 1.399 donat melalui *direct selling*, bazar dan konsinyasi. Harga produk yang diberikan kepada tempat konsinyasi dan untuk *direct selling* sebesar Rp12.000,00 (Nutella) dan Rp10.000,00 (selain Nutella). Harga untuk *end customer* berbeda tergantung kebijakan setiap tempat konsinyasi, dengan *range* dari Rp12.000,00 sampai Rp17.000,00. Target penjualan per bulan melalui *direct selling* sudah tercapai sejak Mei 2017, namun target konsinyasi dan bazar belum tercapai. Penjualan pada bulan ke 12 direncanakan sebanyak 2.305 unit dan memberikan pemasukan sebesar Rp 26.800.000,00. Dough's Delight juga berencana untuk memperluas lingkup tempat konsinyasi sampai ke Jakarta.

Pembelajaran yang didapat selama menjalankan bisnis dalam 3 bulan adalah kesalahan dalam penentuan fokus target pasar, yang seharusnya adalah karyawan kantor dan keluarga muda dan menentukan bazar yang sesuai dengan konsep produk Dough's Delight, supaya lebih terintegrasi dengan pemasaran merek Dough's Delight secara keseluruhan. Selain itu, kurangnya rencana yang matang juga membuat performa bisnis secara keseluruhan menjadi rendah.

<b>Kata Kunci</b>	:	Makanan ringan, donat, Berliner, klasik, tekstur kenyal
<b>Bidang Usaha</b>	:	<i>Food and Beverage</i>



## EXECUTIVE SUMMARY

Donut is a snack that is loved by nearly every people. Since the beginning of its introduction in the United States until now, donut has developed into many *topping* variants and *fillings*. There are people that loves to choose among those many *topping* and *filling* variants, but there are also some people that prefer donut with simple appearance. Because of that, Dough's Delight tries to offer a Berliner donut that gives strong classic impression.

Dough's Delight itself is a company engaged in the food and beverage industry, and provides Berliner donuts, which is traditional German donuts. Currently Dough's Delight has 5 variants of *filling*, which are caramel, Nutella, green tea, red velvet and strawberry. Dough's Delight's donut is accompanied by generous *filling* and has chewy texture. Classic impression of Dough's Delight is reinforced with the usage of simple *filling*. Dough's Delight also use simple packaging in the sales package. In addition, Dough's Delight donuts also use more natural ingredients and do not use preservatives in making the dough. The target audience of Dough's Delight is snack-eaters of all ages, but Dough's Delight focuses more on young people (college students) aged 17-25 years old.

In 4 months time (May-July 2017), donut that has been sold were 1.399 donuts using direct selling, bazar and consignment method. The product price given to consignment place and direct selling are Rp12.000,00 (Nutella) and Rp10.000,00 (besides Nutella). Product price for end customer are different according to policy of each consignment place, with a range from Rp12.000,00 to Rp17.000,00. Monthly target sales by direct selling has been achieved since May 2017, while bazar and consignment target still not achieved. Sales in 12th month is projected to be 2.305 units and equals to Rp26.800.000,00. Dough's Delight also plans to widen the scope of consignment place to Jakarta.

Some learnings that Dough's Delight got in this business in 4 months are mistake that happened in determining target market, which should be office employee and young family and determining bazar that suits Dough's Delight's

product concept so that it will integrate with Dough's Delight overall brand marketing promotion. Besides, lack of strong plan while doing this business has resulted in bad overall performance of this business.

<b>Keywords</b>	:	Snack, donut, Berliner, classic, chewy texture
<b>Business Fields</b>	:	Food and Beverage

