

RINGKASAN EKSEKUTIF

Di era informasi ini, segala aspek kehidupan bergerak lebih cepat yang kemudian menimbulkan tren baru yaitu *fast society* atau masyarakat serba cepat terutama para pekerja di perkotaan. Hal tersebut berdampak kepada kebutuhan akan makanan cepat saji. Namun, ada juga yang membutuhkan makanan yang masih panas dan segar.

Pada umumnya, pelaku usaha industri layanan makanan dan minuman menawarkan produk yang telah siap disajikan dan atau hanya perlu dipanaskan sebelum dikonsumsi, sehingga dapat disajikan secara cepat. Selain itu terdapat pula pelaku usaha yang menawarkan produk yang langsung dimasak setelah dipesan, namun disajikan dalam waktu yang lebih lama. Melihat peluang tersebut, kelompok menciptakan ASAP yang menawarkan produk masakan dengan cita rasa ala Tionghoa disajikan dalam bentuk *rice bowl* dengan konsep modern yang dapat dimasak secara langsung dan disajikan dengan cepat. Target utama dari ASAP adalah para pekerja kantoran, dewasa muda dengan usia 20-40 tahun di wilayah bisnis distrik Jakarta, dengan SES *Middle* dan *Upper Middle*, serta memiliki kebutuhan terhadap kecepatan.

Nilai tambah yang diberikan ASAP adalah *made-to-order*, proses pemasakan yang cepat sehingga kualitas produk selalu segar, dan kebersihan proses pembuatan makanan yang terjaga. Agar dapat merealisasikan nilai tersebut, dibutuhkan sistem yang terintegrasi dengan baik, terutama dalam segi operasi yang dapat menjamin kecepatan, kebersihan dan kualitas masakan.

Sejak Februari 2017, ASAP telah membuka gerai pertama di Sahid FoodstrEAT, Jakarta. Harga satu porsi ASAP saat ini berkisar Rp27.000 sampai dengan Rp33.000. Pada periode Februari 2017 hingga Juli 2017, ASAP telah berhasil menjual 5.247 porsi dengan total omzet sebesar total Rp172.816.789. ASAP juga memiliki perencanaan untuk membuka gerai-gerai lainnya untuk meningkatkan penjualan dan *brand awareness* terhadap ASAP.

Kata Kunci	:	Cepat Saji, <i>Ricebowl</i> ala Tionghoa, <i>Made to Order</i> , Higienis
Bidang Usaha	:	Layanan Makanan dan Minuman

EXECUTIVE SUMMARY

In information era, all aspects of life seem to move very fast leading to a new trend called fast society, especially workers in urban areas. Although fast society people tend to search for fast service restaurants, they tend to crave for fresh and high quality food.

Nowadays, a lot of restaurants offer ready-to-serve food; they will be serve the food faster but mostly were dominated by junk food. On the other hand, some restaurants focus on offering ordered products, which will take longer time to serve the food. Based on the high demand for fast and fresh food, we establish ASAP to provide a combination of fast and freshly-made Chinese food.

ASAP will be targeting 20-40 years old fast society workers with medium to high income (SES Middle and Upper Middle) in central business district Jakarta.

The added values that ASAP offers are made-to-order, fast-served system to keep the freshness of the product, and the food process hygiene by implementing operational standard to achieve the values.

Since February 2017, ASAP has opened one food stall at Sahid FoodstrEAT, Jakarta. Price per servings are ranged from Rp27.000 to Rp33.000. From February 2017 until July 2017, ASAP recorded its sales (5.247 portions) with total sales revenue Rp172.816.789. ASAP plans to open up another branch in Jakarta to increase its sales and brand awareness.

Keywords	:	<i>Fast Serving, Chinese Ricebowl, Made to Order, Hygiene</i>
Field of Business	:	<i>Food and Beverages</i>