

Ringkasan Eksekutif

Penjualan *FoodService industry* sedang meningkat dan diprediksikan akan tumbuh secara signifikan dalam tahun mendatang, mencapai IDR 539 milyar di tahun 2020. Walaupun sedang meningkat, tidak menutup kemungkinan banyak perusahaan yang gagal dalam mengambil peluang ini. Banyak hal dapat disebabkan, salah satunya adalah kurangnya *product development*. Bakerzin yang dikelola oleh PT. Boga Group merupakan salah satu pelaku *FoodService Industry* memiliki kelemahan, yaitu kurangnya cakupan target pasar segmen millenials di Indonesia.

Berdasarkan hasil riset kualitatif konsumen dan observasi perusahaan, penulis menemukan bahwa ada kesamaan dari hasil pendapat dari informan yaitu “*target pasar Bakerzin yang semakin tua*”. Dengan menggunakan *tools* Fisbone Analyze dan Interrelationship Diagram, penulis menemukan bahwa akar permasalahan dari masalah utama adalah “*menu makanan yang kurang inovatif.*”

Melalui proses yang telah dilalui penulis dalam mengajukan menu makanan, setelah menggunakan metode *Weighted Objective method* Cruffin menjadi pilihan yang telah disepakati oleh penulis dengan pihak Bakerzin. Melalui *product development* ini, penulis memberikan *long-term strategy* berupa *cross-selling* dengan Common Grounds, Campaign “*You Make it, You Name it!*”, Cruffinversary dan *Product Innovation* dengan Seasonal Event.

Executive Summary

Foodservice industry sales are on the rise and expected to grow significantly in the coming years, reaching £ 539 billion in 2020. Although it is on the rise, it is possible many companies fail to take this opportunity. Many things can be caused, one of which is the lack of *product development*. Bakerzin managed by PT. Hospitality Group is one of the perpetrators of *Foodservice Industry* has drawbacks, namely a lack of coverage target market segments in Indonesia millennials.

Based on the results of qualitative consumer research and observation of companies, the authors found that there is a similarity of the results of the opinion of the informant the "*target market Bakerzin aging*". By using the *tools* Fisbone Analyze and Interrelationship diagrams, the authors found that the root cause of the major problems is "*less innovative food menu.*"

Through a process that has traversed the writer in the filed foods, after using *Objective Weighted Cruffin method* of choice has been agreed by the author with the Bakerzin. Through *product development*, the authors give a *long-term strategy* in the form of *cross-selling* with Common Grounds, Campaign "*You Make it, You Name it!*" *Cruffinversary* and *Product Innovation* with Seasonal Event.