

RINGKASAN EKSEKUTIF

TAMA Creperie menawarkan variasi produk *dessert* dengan menggunakan *crepe* sebagai komponen utama dari produk-produknya. Produk unggulan perusahaan adalah *crème brulee crepe*, sebuah hidangan orisinal karya TAMA Creperie yang memadukan *crème brulee* dingin dengan lapisan *crepe* yang lembut. TAMA Creperie menawarkan nilai: *Delightful*, *Affordable*, dan *Innovative* pada setiap produknya. Nilai ini sesuai dengan kebutuhan konsumen ketika mengonsumsi produk *dessert*, yakni keinginan psikologis untuk mengonsumsi makanan manis dan keinginan untuk eksis di media sosial melalui keikutsertaan mereka dalam mengonsumsi *dessert*.

TAMA Creperie menargetkan generasi *millennials* dan generasi z yang berada di kelas sosial *Affluent* dan *Elite* sebagai target pasar utama. Rata-rata harga jual produk TAMA Creperie berada di rentang Rp25.000 – Rp30.000 dimana rentang harga ini tergolong terjangkau bagi pasar sasaran perusahaan. TAMA Creperie membuka cabang pertama yang berlokasi di Conblock Alam Sutera untuk menjangkau pasar sasaran ini. Sebagai merek baru, TAMA Creperie aktif melakukan promosi, baik secara *online* di media sosial maupun secara *offline* untuk meningkatkan kesadaran pasar sasaran akan merek dan produk TAMA Creperie.

Modal investasi awal yang dibutuhkan TAMA Creperie adalah sebesar 56 juta rupiah. TAMA Creperie memproyeksikan bahwa *payback period* akan tercapai di bulan ke-9 operasional, dengan asumsi rata-rata penjualan perbulan sebesar 25 juta rupiah dan *net profit margin* sebesar 12%. Hingga saat analisis ini ditulis (3 bulan operasional), TAMA Creperie telah meraih omzet penjualan sebesar 102 juta rupiah dan akumulasi laba bersih sebesar 12,5 juta rupiah. Berdasarkan realisasi tersebut, *payback period* TAMA Creperie akan tercapai di bulan ke-9 operasional. Kinerja ini merepresentasikan ROA sebesar 89% dan ROE sebesar 89%.

Kata Kunci	:	Hidangan penutup, <i>crepe</i> , <i>crème brulee</i> , Jepang, inovatif
Bidang Usaha	:	<i>Food & Beverage</i>

EXECUTIVE SUMMARY

TAMA Creperie sells dessert with a crepe as the main component of its products. Our best-selling product is crème brulee crepe, an original dish by TAMA Creperie that combines cold crème brulee cream with a layer of soft crepe. TAMA Creperie's value propositions are: Delightful, Affordable, and Innovative. This value propositions are aligned with our target market's wants as customers are looking for fulfilling their sugar cravings and to be a part of social media trend by consuming dessert.

TAMA Creperie targets millennials and generation z in Affluent and Elite social classes. Our average selling prices are in the range of Rp25,000 – Rp30,000 which is considered as affordable according to our target market. To serve our customers, TAMA Creperie established its first branch in Conblock Alam Sutera. As a new brand, TAMA Creperie will do a lot of promotional efforts by utilizing social media and other offline channel in order to increase our target market's awareness toward TAMA Creperie's brand and products.

The initial investment needed to start the business was Rp56,000,000. TAMA Creperie projected that the payback period of the business will be met in the 9th month of operation, assuming that average monthly sales are at Rp25,000,000 and net profit margin are at 9%. Up to when this report is written, or after 3 months of operation, TAMA Creperie accumulated total sales of Rp102,279,000 and 3 months net profit of Rp12,521,709. Based on this realization, the latest estimation of payback period will be met in the 9th month of operation. With this stellar performance, the company's ROA is projected at 89% while ROE is at 89%.

Keywords	:	<i>Dessert, crepe, crème brulee, Japan, Innovative</i>
Fields of Business	:	<i>Food & Beverage</i>