

RINGKASAN EKSEKUTIF

Terhitung semenjak tahun 2015, tingkat produksi kakao Indonesia mencapai 400.000 ton dan menduduki urutan ketiga penghasil kakao terbesar di dunia setelah Pantai Gading dan Ghana (Sihombing, 2015, para. 6). Kakao tersebut digunakan oleh pelaku usaha di industri berbahan dasar kakao untuk membuat berbagai jenis makanan dan minuman. Berdasarkan data dari *Deloitte Consumer Insights Capturing Indonesia's Latent Market*, diketahui bahwa konsumsi masyarakat Indonesia terhadap produk makanan dan minuman dari perusahaan lokal tergolong tinggi. Hal ini juga tercermin dari meningkatnya permintaan makanan dan minuman pada tahun 2017 sebanyak 9,23% dari tahun sebelumnya (Yasmin, 2018, para. 1).

Terdapat beberapa masalah yang ditemukan oleh konsumen produk olahan kakao terutama minuman coklat, antara lain harga produk berbahan dasar kakao yang dianggap mahal bagi masyarakat kelas menengah di Indonesia yang sangat sensitif terhadap harga jual, dan adanya kreasi produk kakao yang minim. Konsumen juga memiliki ekspektasi berupa kemudahan membeli minuman berbahan dasar kakao serta pilihan minuman yang dapat sesuai dengan preferensi masing-masing. Maka dari itu, Harian Cokelat hadir untuk menyelesaikan masalah yang ada serta memanfaatkan peluang yang tersedia.

Harian Cokelat merupakan penyedia minuman berbahan dasar kakao asli Indonesia yang menawarkan kreasi berupa pilihan menu yang beragam dan rasa yang dapat dipilih sesuai dengan preferensi konsumen. Visi Harian Cokelat adalah "Menjadi minuman pilihan utama masyarakat dengan menyediakan minuman berbahan dasar kakao asli Indonesia". Untuk mewujudkan visi serta untuk menyelesaikan masalah dan memenuhi ekspektasi konsumen, Harian Cokelat hadir dengan membuka gerai di daerah Jakarta Selatan dengan pilihan rasa dan produk yang beragam, harga yang kompetitif dan terjangkau untuk

target konsumen, kakao asli Indonesia yang memiliki rasa autentik, serta tempat yang menawarkan sistem *grab and go* dan pemanfaatan teknologi aplikasi pesan antar.

Setelah hampir lima bulan menjalankan bisnis, Harian Cokelat sudah berhasil melakukan penetrasi di pasar sasaran yaitu masyarakat Indonesia domisili Jakarta Selatan, berumur 20 - 34 tahun, dan memiliki pendapatan yang tergolong kelas menengah atas. Penetrasi ini terukur dari jumlah penjualan produk setiap bulannya. Harian Cokelat juga telah memiliki *awareness* terhitung dari interaksi dan jumlah pengikut pada akun media sosial yang ditetapkan menjadi sarana komunikasi antara Harian Cokelat dengan konsumen.

Namun kelompok juga menyadari adanya ruang untuk berkembang serta masalah-masalah yang perlu dihadapi, salah satunya adalah penurunan rata-rata penjualan per hari. Kelompok melihat kurangnya pembelian berulang yang dilakukan oleh konsumen serta kurangnya peningkatan dalam jumlah penetrasi pasar. Untuk menghadapi masalah-masalah ini, kelompok harus dapat mengidentifikasi penyebab utama dan merencanakan solusi yang relevan, seperti memastikan kegiatan pemasaran berjalan dengan baik dan produk yang sesuai dengan permintaan konsumen.

Kata Kunci	:	Minuman Cokelat, Cokelat Indonesia, Indonesia, Cokelat
Bidang Usaha	:	Food and Beverage

EXECUTIVE SUMMARY

According to Sihombing, Indonesian cocoa production level has reached up to 400.000 tons as of 2015, making Indonesia the third largest cocoa producer in the world after Ivory Coast and Ghana. These cocoas are used by business players in the industry to create various range of cocoa-based food and beverages. Deloitte Consumer Insights Capturing Indonesia's Latent Market data shows that Indonesian people's consumption towards food and beverages offered by local companies is relatively high, supported by the fact as stated by Yasmin in Detik, 2018 that food and beverages demand has increased by 9,23% in 2017 as compared to year ago.

There are several problems and pain experienced by cocoa-based products consumers specifically on chocolate drinks, including the expensive selling price and the minimum creation on cocoa-based products. Consumers also admitted having several expectations that includes ease and convenience to make purchase on chocolate drinks and availability of variation that can suit their personal preferences. Hence, Harian Cokelat is presented in order to solve the problems and meet up with the expectations.

Harian Cokelat offers cocoa-based drinks, utilizing real Indonesian chocolate and providing creation in form of various taste options that consumers can choose accordingly to their preferences. Harian Cokelat's vision is to "Become the first option for consumers by providing Indonesian cocoa-based drinks". Harian Cokelat is operating at an offline store in Jakarta Selatan, offering a variety of cocoa-based drink menus topped with choices of different base chocolates. The brand also offers affordable prices for the target consumers; real and authentic Indonesian cocoa; offline store and distribution channels aligned with grab and go system and delivery application technology.

After almost five months of running the business, Harian Cokelat has managed to penetrate the target consumers who are Indonesian citizen based in Jakarta Selatan, age of 20 - 34 years old and are categorized as upper middle-income citizen. This penetration is proven by the number of products sold each month. Harian Cokelat has also gained *awareness*, proven by the interactions and the number of social media followers gained after starting the business on March 2018.

However, the founders of Harian Cokelat realized that there is always room for improvement and there are also problems to overcome, one of them being the decreasing number of average sales per month. Harian Cokelat sees the lack of sales improvement and penetration percentage. In order to solve this, the founders of Harian Cokelat needs to identify and solidify the cause before going deeper into analyzing the problem and provide the most relevant solution by - for instance - making sure that the marketing strategy and implementation runs well or by making sure that the products offered are already relevant to the consumers.

Keywords	:	Chocolate Drink, Indonesian Chocolate, Indonesia, Chocolate
Field of Business	:	Food and Beverage