

RINGKASAN EKSEKUTIF

Beansó adalah sebuah merek *bean bag* dengan desain karakter hewan. Kami mengidentifikasi adanya peluang bisnis berdasarkan analisis data Euromonitor 2017, yaitu terdapat peningkatan penjualan furnitur duduk sebesar 9% pada periode tahun 2015 hingga 2016, memiliki tingkat pertumbuhan tahunan gabungan sebesar 5% dan memiliki nilai penjualan Rp 71,7 triliun di Indonesia pada tahun 2021.

Berdasarkan peluang tersebut, kami mengembangkan produk *bean bag* karena produk tersebut memiliki kesan yang modern, harga yang lebih terjangkau, dan berat yang lebih ringan dari sofa pada umumnya. Kami menargetkan penjualan sebesar 5% dari total potensi pasar atau 360 unit per tahun. Target pasar kami adalah pria dan wanita yang berusia 25-39 tahun, berdomisili di Jakarta Selatan, dan memiliki penghasilan di atas Rp 10.000.000 setiap bulan.

Beansó mengutamakan kenyamanan pengguna sehingga produk *bean bag* kami memiliki desain khusus dengan ukuran XXXL dan memiliki sandaran leher. Dua faktor tersebut ditemukan dari hasil riset kualitatif dan kuantitatif yang kami lakukan terhadap 335 responden. Beansó memiliki empat kompetitor di daerah Jakarta Selatan, yaitu Bottom Dock, Be my Bean, Pouffie, dan Informa. Saat ini, keterbatasan yang kami hadapi adalah masih belum memiliki kemampuan untuk menerima permintaan *customizable* dari konsumen dan varian desain karakter yang masih terbatas.

Visi Beansó yaitu menjadi penyedia *bean bag* berkualitas tinggi dengan berbagai desain hewan yang disukai oleh konsumen Indonesia pada tahun 2023. Dalam mencapai visi tersebut, kami menggunakan strategi *market penetration* melalui *online channel*. Kami juga merencanakan keuangan secara terukur agar bisnis ini dapat berkesinambungan. Beansó *bean bag* akan mencapai *payback period* pada bulan Desember dengan rata-rata profit margin yang dihasilkan adalah 23.8% per tahun, serta ROA dan ROE sebesar 74.08% per tahun.

Beansó telah berjalan selama kurang lebih empat bulan. Berdasarkan periode tersebut, kami menyimpulkan bahwa hal yang paling penting dalam memasarkan produk *bean bag* adalah melakukan analisis target pasar dengan tepat sebelum melakukan kegiatan promosi. Apabila terjadi kesalahan dalam membaca kebutuhan target pasar saat melakukan strategi pemasaran. Hal ini akan berdampak pada tidak tercapainya target penjualan produk.

Kata Kunci	:	<i>bean bag</i> , kenyamanan, desain
Bidang Usaha	:	Furnitur

EXECUTIVE SUMMARY

Beansó is a furniture brand specifically provide animal character bean bag. We identified this business opportunity based on analyze data from Euromonitor 2017 which stated an increase in furniture sales as high as 9% from 2015 to 2016 and is expected to increase in total furniture sales as high as 5%. It's total sales is expected to be around 71.7 trillion Indonesia Rupiah by 2021.

Based on this opportunity, we develop bean bag because the modern impression, affordable price, and lighter weight compare to in the market. To achieve 5% target sales from market potential or 360 units per year. Our target market is 25-39 years old men and women, living at South Jakarta with gross income 10.000.000 rupiah per month.

Beansó focuses on customer's comfort therefore our product is XXXL size bean bag has been added with neck rest. We got these both the product size and additional neck rest through have been identified to be essential based on qualitative and quantitative research. We have four competitors at South Jakarta, such as Bottom Dock, BeMyBean, Pouffie, and Informa. So far, we still face some challenges such as limited design variants and customizable option for consumers.

Beansó vision is to become high quality bean bag provider with a variety of animal-like design favored by Indonesian consumers in 2023. To achieve this vision, we apply market penetration strategy through online channel. In addition, we plan relevant financial measurement to make sure that this business can sustain. Beansó is estimated to get payback period on December with 23.8% profit margin and Return on Asset and Return on Equity 74.8% per year.

So far Beansó has been run for four months. Based on its operation so far, it can be concluded that the most important thing in marketing bean bag product is to analyze its target market before carrying out it's promotion strategy.

Keywords	:	<i>bean bag, comfort, design</i>
Field of Business	:	<i>Furniture</i>