

RINGKASAN EKSEKUTIF

Kopi merupakan salah satu hasil perkebunan dengan produksi terbesar di Indonesia yaitu 748 ribu ton, yang menjadikan kopi Indonesia memiliki jenis yang beragam dan unik, sehingga bagi kalangan pecinta kopi, kopi Indonesia memiliki daya tarik tersendiri untuk pasar nasional maupun internasional. Dalam pasar domestik sendiri, konsumsi yang besar menjadikan kopi merupakan salah satu minuman favorit orang Indonesia.

Perubahan gaya hidup, pendapatan, dan tingkat pendidikan yang dialami kelas menengah di Indonesia, menimbulkan adanya gaya hidup baru yaitu meminum es kopi susu khas Indonesia untuk menemani aktivitas mereka sehari-hari. Dengan jumlah permintaan pasar yang terus meningkat terhadap es kopi susu dan adanya gaya hidup baru tersebut, membuat pertumbuhan *coffee shop* dengan konsep *grab and go* yang ada di Jakarta terus meningkat.

Toko Kopi KUBE merupakan toko kopi yang menggunakan konsep *grab and go* dan menawarkan 3 nilai utama kepada konsumen, yaitu diferensiasi berupa *ice cube coffee* yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah es batu mencair dalam proses pengantaran, kedua adalah kustomisasi dengan total 64 kombinasi yang bisa dipilih konsumen sesuai preferensi (kadar kopi, rasa susu, dan tingkat kemanisan), dan yang ketiga adalah satu harga dimana seluruh variasi produk dari Toko Kopi KUBE memiliki harga yang sama. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan, Toko Kopi KUBE menemukan bahwa adanya potensi pasar yang besar yaitu 1.163.833 jiwa, sesuai dengan target pasar yang dituju yaitu pria dan wanita, generasi y dan z, serta berdomisili di wilayah Jakarta Barat dan Jakarta Selatan.

Selain 3 nilai utama dalam produk, nilai-nilai perusahaan juga sangat penting dalam berbisnis. Oleh sebab itu, nilai yang dianut di dalam Toko Kopi KUBE merupakan *fast, quality, customer focus, teamwork* dan *integrity*.

| | | |
|---|---|--|
| Kata Kunci / Keywords | : | Es Kopi Susu, <i>Grab and Go</i> , Es Batu Kopi, Kustomisasi, Satu Harga |
| Bidang Usaha / Field of Business | : | <i>Food and Beverages</i> |



EXECUTIVE SUMMARY

Coffee is one of the largest plantations yield in Indonesia, which is 748,000 tons. Indonesian coffee has a variety of unique types, this makes Indonesian coffee to have its own charm for national and international markets. In the domestic market itself, coffee is one of the favorite drinks for Indonesians.

Changes in lifestyle, income, and level of education experienced by the middle class in Indonesia, led to a new lifestyle that is to drink iced *latte*. With the increase in number of market demand for iced *latte*, the growth of coffee shop is boosted, especially for coffee shop with “grab and go” concept in Jakarta.

Toko Kopi KUBE is a coffee shop that uses the concept of “grab and go” and offers 3 main values to consumers, the first value is the usage of coffee to make the ice cubes, which aims to solve the problem of normal ice cubes melting in the delivery process and ruining the taste of the drink. Second, the customization with a total 64 combinations that can be selected according to consumer preferences (coffee shot, milk taste, sugar intensity. Lastly, a single price is charged for all product of Toko Kopi KUBE. Based on the results from the research that Toko Kopi KUBE conducted, there is a large market potential as big as 1,163,833 people. The number of market potential is in accordance with the targeted market which is, men and women in y and z generation, and domiciled in the area of West Jakarta and South Jakarta.

In addition to the 3 major values in the product, corporate values are also very important in business. Therefore, the values adopted in Toko Kopi KUBE are fast, quality, customer focus, teamwork and integrity.

| | | |
|---|---|--|
| Kata Kunci / Keywords | : | Es Kopi Susu, <i>Grab and Go</i> , Es Batu Kopi, Kustomisasi, Satu Harga |
| Bidang Usaha / Field of Business | : | <i>Food and Beverages</i> |

