

RINGKASAN EKSEKUTIF

Perie adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang camilan berbasis *pastry* dengan mengusung produk *choux au craquelin* atau kue sus yang renyah. *Choux au craquelin* adalah kue sus yang dibuat dengan menggunakan *craquelin* sebagai bahan pelapis (*topping*) untuk yang memberikan tekstur renyah kepada produk. Kelompok membuat diferensiasi dengan menyajikan ukuran sekali gigitan dan menyediakan berbagai varian rasa krim sebagai isi produk yang akan diganti secara berkala.

Kelompok memutuskan ide usaha ini setelah mengamati bahwa usaha *pastry* terus bertumbuh dalam beberapa tahun terakhir. Melalui serangkaian riset pasar, kelompok juga menemukan bahwa konsumen camilan membeli secara impulsif dan dipengaruhi oleh relasinya. Kelompok mengambil sebuah langkah strategis untuk melakukan promosi lewat media sosial dengan menggandeng akun populer untuk mencapai target di tahun pertama, yaitu peningkatan kesadaran merek.

Kelompok meluncurkan bisnisnya di kantin Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara pada minggu kedua April. Semenjak itu, kelompok juga menerima pesanan *online* dan konsinyasi dengan kafe. Kelompok berhasil menjalankan sebagian besar rencana fungsionalnya dengan baik. Divisi pemasaran sudah melakukan seluruh rencana untuk mengembangkan merek dan mengkomunikasikan produk. Divisi operasional telah berhasil membuat SOP yang efektif dan menekan proporsi produk cacat hingga level yang diharapkan. Divisi sumber daya manusia telah berhasil melakukan evaluasi kinerja dan penetapan gaji dengan baik. Divisi keuangan telah berhasil membuat pembukuan dengan terstruktur, menjaga arus kas

tetap sehat, dan membuat laporan keuangan yang tepat.

Sayangnya, walaupun semua persiapan telah dilakukan dengan matang, penjualan di kantin Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara lebih rendah dari harapan dan membuat kelompok masih merugi selama 4 bulan tersebut. Selanjutnya, kelompok mengambil keputusan untuk menutup gerai tersebut untuk merelokasi sumber daya ke kanal penjualan performanya lebih baik, yaitu melalui *online*. Selain itu, kelompok juga membuat kerjasama dengan beberapa kafe untuk dapat memperoleh kanal distribusi tambahan berupa konsinyasi. Di masa yang akan datang, kelompok berencana untuk membuka gerai kembali setelah menemukan lokasi yang sesuai.



EXECUTIVE SUMMARY

Perie is a business that operates in snack business, specifically pastry, with *choux au craquelin* or crispy cream puff as its main product. *Choux au craquelin* uses a topping named *craquelin* that gives crispy texture to the product. The team creates differentiation by serving the product to be one-bite sized and changing the flavors of the fillings periodically.

The team decided on this business after observing that the pastry industry keeps growing in the recent years. Through a series of market research, the team found that snack consumers buy impulsively and often referenced by their friends. The team decided to take a strategic decision to uses social media promotion by cooperating with popular accounts to achieve its first year target, which is to improve its brand awareness.

The team launched the business in the Faculty of Economics at Universitas Tarumanagara in the second week of April. Since then, the team has also been accepting online orders and selling through consignment scheme with several cafés. The team has also successfully executed most of its plans. Marketing division has done all of the plans to build the brand and to communicate the product. Operation division has successfully developed an effective SOP and suppressed the proportion of rejected product to a favorable level. Human resource division managed to evaluate the performance of the team members as well as determine the wages in an appropriate way. Finance division has successfully maintained the bookkeeping activity well structured, the cash flow healthy, and the financial statements accurate.

Unfortunately, even though the plans have been developed as sound as possible, the sales in the Faculty of Economics at Universitas Tarumanagara was below expectation and it caused losses through the 4 months. The team has decided to close its booth to reallocate resources into the more productive channel, which is online. Moreover, the team has also made agreements with several cafés for consignment scheme. In the near future, the team is going to open a physical booth in a more prospective location.

