

EXECUTIVE SUMMARY

Nowadays citizens of Jakarta have a habit of consuming food and drinks not just for a mere need fulfillment, but more towards a different lifestyle. In addition, the increasingly busy society causes the majority of them to buy take-outs. This phenomenon creates new opportunity in the food and beverage industry to develop a practical new product, such as smoothies.

Jumble Smoothie Bar offers smoothie drinks that could be customized to different customer preference. Our smoothie carries its own uniqueness compared to other smoothie in the market because Jumble had revolute fresh fruits as the main ingredient for smoothie into fruit cubes. The menus offered consist of 8 different concoctions of fruits along with the additional toppings such as ice cream, yoghurt, milk, syrup, and taro powder.

The smoothie bar concept has not been around in Jakarta, therefore positively we can compete with the other competitors. The target market chosen also complies with the products offered: adopt the new lifestyle with an age range of 15 to 30 years old. In addition, there are various marketing tactics planned to support the sales target 297 million rupiah this year. So that Jumble could achieve 27% of return on assets and also 29% of return on equity, therefore Jumble is a viable business to run.

RINGKASAN EKSEKUTIF

Pola hidup masyarakat Jakarta menjadikan konsumsi terhadap makanan dan minuman bukan hanya sekedar kebutuhan, melainkan sebuah gaya hidup. Di samping hal tersebut, meningkatnya kesibukkan masyarakat membuat kebanyakan dari mereka membeli makanan di luar rumah. Hal ini membuka peluang baru dalam industri makanan dan minuman untuk menciptakan produk baru yang praktis, seperti halnya *smoothie*.

Jumble Smoothie Bar menawarkan minuman *smoothie* yang dapat disesuaikan dengan preferensi konsumen. *Smoothie* yang ditawarkan memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan *smoothie* yang telah beredar di pasar karena Jumble telah mengubah bentuk buah segar, yang menjadi bahan baku utama *smoothie*, menjadi *fruit cubes*. Menu yang ditawarkan terdiri dari 8 macam campuran buah serta *additional* seperti es krim, *yogurt*, susu, sirup, dan bubuk taro.

Konsep *smoothie bar* belum banyak beredar di Jakarta, sehingga diyakini dapat bersaing dengan pesaing-pesaing lama. Target konsumen yang dipilih juga menyesuaikan produk yang ditawarkan, yang memiliki gaya hidup mengikuti *lifestyle* dengan *range* umur 15-30 tahun. Dengan berbagai taktik pemasaran yang direncanakan, dengan kunci pemanfaatan mulai media sosial, diyakini dapat mencapai target penjualan sebesar 297 juta rupiah pada tahun ini. Serta dapat mencapai *return on asset* sebesar 27% dan *return on equity* sebesar 29%, sehingga diyakini bahwa Jumble adalah sebuah bisnis yang layak untuk dijalani.