

RINGKASAN EKSEKUTIF

Industri *food and beverages* khususnya *dessert* di Jakarta sangatlah marak mengikuti peningkatan jumlah keluarga pada kalangan menengah keatas. Terlihat dari banyak munculnya kafebkafe di beberapa tempat di Jakarta salah satunya Pantai Indah Kapuk. Karakteristik pasar di industri *food and beverages* sangatlah dinamis dan ketat dalam persaingan. Banyaknya pilihan yang disuguhkan kepada konsumen, menyebabkan mereka memilih kafe atau restoran yang memberikan nilai-nilai lebih bukan hanya dari keunggulan produk saja. Nilai-nilai lebih tersebut adalah bagaimana konsumen dapat merasakan pengalaman yang berbeda disaat mereka mengkonsumsi produk yang ditawarkan.

BC's Cone merupakan sebuah merek *soft ice cream* yang melakukan penjualan produknya dengan bentuk kafe *dessert* yang bertempat di Pantai Indah Kapuk, Jakarta Utara. BC's Cone mengusung sebuah *brand positioning* baru dibandingkan dengan kompetitor yang mana dewasa ini mayoritas *incumbent* hanya terfokus akan sebuah konsep *brand* yang didasari oleh karakteristik dari suatu negara seperti Jepang dan Korea. Kami melihat hal ini sebagai sebuah kesempatan untuk memberikan sesuatu konsep yang berbeda dengan *positioning* serta karakter produk yang unik kepada pasar. Maka dari itu, kami menciptakan sebuah *brand positioning* yang menggabungkan sisi 'Art' dengan 'Ice Cream' dan mengusung 'The Artology of Soft Ice Cream' sebagai *tagline* perusahaan.

BC's Cone memposisikan diri sebagai 'The Artology of Soft Ice Cream' dimana kami menyediakan konsep produk *soft ice cream* yang memiliki rasa dan warna yang bervariasi sehingga memberikan suatu pengalaman yang berbeda. Peluncuran inovasi produk pada setiap bulannya merupakan hal yang sangat sejalan dengan *value* perusahaan kami, yaitu *aesthetic, innovation, dan fun*.

Target pasar yang kami pilih adalah anak muda (remaja) yang berumur antara 15 hingga 23 tahun dengan tingkat aktivitas sosial yang tinggi. Hal ini sesuai dengan karakteristik pada anak muda Indonesia khususnya di Jakarta. Memiliki *primary target market* yang bertempat tinggal di area Pantai Indah Kapuk dan *secondary target market* untuk para konsumen yang bertempat tinggal di Jakarta Utara. Selain itu, kami juga menargetkan anak muda yang menyukai hal-hal baru yang unik dan memiliki kebiasaan berkumpul dengan teman disuatu tempat seperti kafe. Hal ini digambarkan oleh *value* serta strategi perusahaan.

BC's Cone resmi beroperasi sejak tanggal 7 Maret 2015 dengan melakukan promosi 'Pay as You Like' dalam rangka *soft opening* yang bertempat di Ruko Crown Golf, Blok B No. 2, Pantai Indah Kapuk, Jakarta Utara. Dari promosi ini kami berhasil menjual 4.000 *ice cream cone* dengan total penjualan mencapai Rp89.075.000. BC's Cone juga sempat mendapat peringkat pertama pada divisi *dessert and bakes* di website Zomato.com, yang sekarang terletak pada posisi kedua. Pada program BLIDz yang diadakan oleh kampus Prasetiya Mulya, BC's Cone memenangkan 'Outstanding Performance Award' dan mendapatkan kurang lebih tujuh calon investor.

Saat ini, perusahaan berbentuk *partnership* dengan *single revenue stream* yakni penjualan langsung kepada konsumen di kafe. Dalam satu tahun pertama proyek bisnis memiliki rata-rata *net profit margin* sebesar 19,57%. Dengan sasaran laba akumulatif sebesar Rp600.000.000 pada akhir tahun pembukuan tahun pertama. Diharapkan dengan strategi yang ada, BC's Cone mampu mengembalikan investasi dalam kurun waktu empat bulan dengan asumsi usia proyek bisnis selama satu tahun, atau pengembalian dalam jangka waktu dua tahun delapan bulan dengan asumsi usia proyeksi bisnis lima tahun.



EXECUTIVE SUMMARY

Food and beverages industry, especially dessert, in Jakarta is rising following the increase in the number of the middle class families. The main characteristics of the industry itself are dynamic and very competitive. Pantai Indah Kapuk is one clear example of a new café region located in the north of Jakarta. The growing of the industry causing the market to choose new brands with a different and unique concept, not only the products but also the experience.

BC's Cone is a fresh and unique dessert café located in Pantai Indah Kapuk, North Jakarta. Our company delivers new brand positioning, not like any others that are focused on carrying Asian dessert trend into the market, for example Japanese and Korean dessert. We took this opportunity to collaborate 'Art' and ice cream as our concept and package it into a solid tagline, 'The Artology of Soft Ice Cream'.

BC's Cone positioning itself as 'The Artology of Soft Ice Cream' where we provide the concept of soft ice cream that has the taste and color which varies so as to provide a different experience. And we will launch new products on a monthly basis which in line with our corporate values, ie aesthetic, innovation, and fun.

Our target market is teenagers with the age between 15 and 23 years old with high level of socializing. That reflects with Indonesian youth especially teenagers living in Jakarta. Regionally, our primary target market are teens that live in Pantai Indah Kapuk and our secondary target should live in the North Jakarta. Moreover,

teenagers that love to hang out as well as adventurous with food are also considered as our target market.

Our company started its operational activity on 7th of March 2015. The address is located at Ruko Crown Golf, Blok B No. 2, Pantai Indah Kapuk, North Jakarta. In regard to the soft opening, our first event was 'Pay as You Like' means that the customers can pay any amount of the money without any terms and condition applied. The impact was huge, we succeeded to sell 4.000 ice cream cones with estimated sales of Rp89.075.000 in one week. Then, BC's Cone was ranked number one in Zomato.com at Dessert and Bakes division. Finally, BC's Cone was awarded as 'Outstanding Performance Award' at the BLIDz awarding night held by Prasetiya Mulya and also attracts seven candidates investors in the same event.

At the moment, our company is in form of partnership system with single revenue stream generated from the café. In the first year, BC's Cone has gained net profit margin of 19,57% in average, with targeted accumulated net income of Rp600.000.000 at the end of the first operational year. With the strategies that we implement, BC's Cone hopefully will reach the payback period in four months with one year business age as assumption, or two years and eight months if the business would be developed for five years.