

RINGKASAN EKSEKUTIF

Dewasa ini, industri es krim di Indonesia semakin berkembang dilihat dari peningkatan konsumsi produk es krim setiap tahunnya. Pada umumnya, jenis es krim yang tersedia di pasaran berupa es krim berbahan dasar krim atau susu, sedangkan eskrim berbahan dasar air masih cenderung sedikit dikarenakan sedikitnya pemain yang ada di pasar. Melihat adanya peluang pasar pada bisnis es krim berbahan dasar air, maka kelompok memutuskan untuk membuat Pop It Popsicle.

Pop It menawarkan produk es stik berbahan dasar air dengan varian rasa mengikuti musim panen buah di Indonesia. Pop It berharap dapat menjadi pilihan makanan penutup dengan citra paling menyegarkan di area kampus Jakarta dan Tangerang dengan memberikan nilai tambah berupa *outdoor consumed, seasonal tropical fruits*, dan *fruit chunks*. Misi Pop It antara lain adalah berkontribusi dalam meningkatkan pola hidup sehat pada konsumen serta memberikan nilai tambah melalui bahan dasar alami.

Saat ini, konsumen es krim masih di dominasi oleh anak-anak dan remaja. Melihat fenomena tersebut, Pop It menargetkan konsumen yang berusia 18 sampai 21 tahun. Jalur distribusi Pop It hingga saat ini adalah; (1) satu gerai di kantin Universitas Tarumanegara II, (2) satu tempat konsinyasi di kantin Universitas Prasetiya Mulya, dan (3) beberapa acara bazar. Harga es stik yang ditawarkan Pop It berkisar dari Rp8.000,00 hingga Rp15.000,00. Pada periode April 2016 hingga Juli 2016, Pop It telah berhasil menjual lebih dari 1400 buah es stik, dan menargetkan untuk menjual 12.700 es stik sampai Maret 2017.

EXECUTIVE SUMMARY

Nowadays, ice cream industry in Indonesia is developing progressively. This can be seen from the increase in number of ice cream consumption. In Indonesia, most of the markets provide dairy-based ice cream rather than water-based ice cream due to few number of seller which sold water-based ice cream. Based on those facts, we realize that there is an opportunity in water-based ice cream market and we decide to create Pop It Popsicle.

Pop It offers water-based popsicle with fruit flavors according to the fruit seasons in Indonesia. By raising the value Outdoors Consumed, Seasonal Tropical Fruits, and Fruit Chunks, Pop It has a vision to be the most refreshing dessert on campus in Jakarta and Tangerang. Our mission is to contribute in promoting a healthy lifestyle for consumers by providing natural ingredients products.

Ice cream consumers in Indonesia are still dominated by children and teenagers. Regarding on this facts, Pop It is targeting its consumers at the age of 18 to 21 years old. Pop It distribution lines until today are; (1) one outlet in a cafeteria at Universitas Tarumanegara II, (2) a consignment place in a cafeteria at Universitas Prasetiya Mulya, and (3) some bazaar events. The popsicle offered ranges from Rp8.000,00 to Rp15.000,00. Within three months, Pop It has sold more than 1.400 popsicles and targeting to sell 12.700 popsicles until March 2017.