

RINGKASAN EKSEKUTIF

Rata – rata pengeluaran konsumsi makanan jadi di Indonesia menunjukkan nominal yang paling besar dibandingkan dengan jenis makanan lain. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada bulan September 2014 rata-rata pengeluaran per kapita untuk konsumsi makanan jadi mencapai 12,56%. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat peluang untuk memasuki industri ini.

Latar belakang pemilihan ide bisnis adalah dari hasil riset bahwa terdapat beberapa kekurangan yang dirasakan anak muda terhadap lumpia khas Semarang, seperti aroma lumpia yang tidak sedap, terlalu berminyak, kulit lumpia yang kurang garing, porsi yang sedikit, kemasan yang kotor, rebung lembek ataupun terlalu manis. Hasil riset juga menyebutkan bahwa seluruh responden yang adalah anak muda menyukai pasta. Hal tersebut mendorong Papa Rollen untuk membuat sebuah inovasi produk yaitu lumpia berisi pasta yang cepat saji.

Papa Rollen adalah sebuah proyek bisnis yang bergerak dalam bidang makanan camilan yang memiliki konsep perpaduan antara jajanan tradisional dan *modern*. Papa Rollen menawarkan lumpia berisi pasta yang memiliki keunggulan yaitu inovatif (menawarkan lumpia berisi pasta yang menggunakan kemasan *Grab and Go*), variatif (menawarkan berbagai pilihan rasa yaitu *bolognese* dan *carbonara*, serta 3 teknik memasak yaitu goreng, panggang, dan basah), higienis (menggunakan kemasan khusus makanan), dan konsisten (rasa dan bentuk karena memiliki SOP yang terukur). Harga yang ditawarkan untuk produk lumpia Papa Rollen adalah sebesar Rp 8.000 untuk semua varian menu.

Target pasar Papa Rollen adalah anak muda yang berjenis kelamin pria dan wanita dengan jenjang usia 18 sampai 25 tahun, berdomisili di daerah Jakarta dan Serpong, tergolong kelas menengah ke atas dan termasuk dalam tipe *experiencer*, serta mengalami permasalahan dalam mengonsumsi lumpia khas Semarang dan biasanya mencari camilan yang cepat saji, praktis, dan higienis.

Papa Rollen membuka stan pertamanya yaitu di Universitas Tarumanegara pada 16 Februari 2015. Selain melakukan penjualan di kantin Universitas Tarumanegara, Papa Rollen juga aktif mengikuti *event* kuliner yang berada di Jakarta ataupun Serpong untuk meningkatkan penjualan dan memberikan sosialisasi merek Papa Rollen secara lebih meluas.

Investasi awal yang diperlukan untuk membangun bisnis Papa Rollen adalah sebesar Rp 30.000.000. Berdasarkan analisa kelayakan usaha dari proyeksi keuangan selama setahun menggunakan pendekatan *Discounted Cash Flow* (DCF), nilai estimasi *Net Present Value* (NPV) Papa Rollen adalah Rp 4.698.127. Papa Rollen juga memiliki *Profitability Index* (PI) sebesar 1,16 dan *Payback Period* selama 9,9 bulan.

EXECUTIVE SUMMARY

The average of processed food consumption expenditure per capita in Indonesia showed the greatest nominal compared with other types of food. Based on the data from Central Bureau of Statistics, the average of processed food consumption expenditure per capita reached 12.56% in September 2014. It shows that there is an opportunity to enter processed food industry.

The background of selection the business idea is based on the research that there are some weakness that is felt by young people about Semarang's spring rolls, such as unpleasant smell, too oily, less crispy, small portion, and unhygienic packaging. The data also shows that young people like to eat pasta. It encourages Papa Rollen to create innovative pasta spring rolls.

Papa Rollen is a business project that is engaged in food and beverages, especially in snacks which has a concept of combining between traditional and modern snacks. Papa Rollen offers pasta spring rolls which has the values such as innovative (offers pasta spring rolls that using Grab and Go packaging), variative (has variety of flavors such as bolognese and carbonara, and three cooking techniques are fried, roast, and original), hygiene (using food grade packaging), and consistent (taste and shape of spring rolls because Papa Rollen has a measurable System Operational Procedure). The price of Papa Rollen is Rp 8.000 for all variants of menu.

Target market of Papa Rollen are young people with the age range of 18 to 25 years, lived in Jakarta and Serpong, classified to the upper middle class,

categorized as a experienter, had problems of consuming Semarang's spring rolls, and looking for fast food, practical, and hygienic.

In February 16, 2015 Papa Rollen established its first booth at canteen in Tarumanegara University. Papa Rollen regulary joins culinary event in Jakarta and Serpong to increase sales and socializes Papa Rollen's brand more widely.

The initial investment for this business is Rp 30.000.000. Based on the feasibility analysis which used Discounted Cash Flow (DCF), estimated value of Net Present Value (NPV) is Rp Rp 4.698.127. Papa Rollen has the length of Payback Period of 9,9 months and Profitability Index (PI) is 1,16.

