

RINGKASAN EKSEKUTIF

Beanie Meenie menawarkan susu kacang kedelai dalam berbagai varian rasa sekaligus dengan pilihan *topping*. Beanie Meenie menawarkan nilai kesehatan, pilihan variasi serta keunggulan rasa, serta fleksibilitas dalam hal penyajian produk. Beanie Meenie merupakan susu kacang kedelai aneka rasa yang sehat dan enak serta dikemas dalam konsep modern.

Terciptanya Beanie Meenie lahir dari modal sosial yakni akses langsung dan kepada pemasok susu kacang kedelai dan didukung dengan minat kelompok yang tinggi terhadap industri makanan dan minuman. Semakin tingginya kepedulian masyarakat terhadap kesehatan, meningkatnya jumlah kelas menengah, serta respon yang baik dari masyarakat yang terangkum dalam penelitian pasar yang dilakukan kelompok, juga turut mendukung berjalannya usaha Beanie Meenie.

Tugas akhir ini menuntut kelompok untuk mengintegrasikan konsep, merancang dan memulai usaha secara komprehensif melalui kerjasama kelompok. Maka, kelompok menyusun strategi dalam bidang pemasaran, operasi, SDM, serta keuangan yang saling terkait untuk bisa mencapai sasaran yang sudah ditetapkan di tahun pertama berdirinya Beanie Meenie. Dengan mengamati angka penjualan yang telah dicapai Beanie Meenie melalui 2 *outlet* permanen yang dimiliki, hal ini membuktikan bahwa Beanie Meenie layak untuk dijalankan. Kelompok berharap rencana serta performa yang telah dilakukan dapat membantu tercapainya visi Beanie Meenie, yakni menjadi perusahaan penyedia minuman dan makanan ringan dari kacang kedelai dengan kualitas terbaik di Indonesia.

EXECUTIVE SUMMARY

Beanie Meenie offers soy-milk with various flavors completed with selection of toppings. Beanie Meenie provides nutritional value, wide selection of flavors as well as great taste, and flexibility in terms of different type of product offerings. Beanie Meenie is a tasty and healthy flavored soy-milk with modern branding.

We decided to create Beanie Meenie after having a direct access to soy-milk supplier as our strong social capital. Additionally, our huge interests in food and beverage industry also support us to develop this business idea. There is a shifting trend in people who are now more aware of healthy lifestyle. There is also an increasing number of middle class and affluent customers in Indonesia. We obtained positive responses from customers who took part in our previous research. Therefore, all of these convinced us that Beanie Meenie is very feasible to execute.

This final project has been a very great opportunity for us to integrate both concept and practice into developing a business idea through a team-work. We formulated strategies in marketing, operations, human resources, as well as finance, which are thoroughly integrated to each other, to achieve the goals in our first year of operations. Observing the sales figures that we had gained through our 2 permanent outlets, we feel very optimistic that there will be more growth and more improvements from Beanie Meenie. This paper is the highlight of our plans and our performances in the first year of running Beanie Meenie. We hope that all the plans and performances that we have been working for the past few months could help us to achieve our vision; as the best soy-based drinks and snacks company in Indonesia.