

RINGKASAN EKSEKUTIF

WAFFURU(ワッフル) adalah sebuah bisnis *waffle* yang memiliki keunikan dari segi produk dan konsep merek. WAFFURU menciptakan produk *waffle* dengan bentuk yang unik seperti *corndog*, varian *topping* seperti *carbonara* dan *non-dairy whipped cream*, rasa yang beragam seperti asin dan manis, harga yang terjangkau, dan bahan baku kentang yang belum digunakan oleh pesaing. Konsep merek dari WAFFURU memiliki nuansa Jepang dengan tiga ekor kucing yang dipercaya membawa keberuntungan sebagai maskot dari WAFFURU.

Awal mula bisnis WAFFURU berasal dari pemikiran akan modal yang dimiliki masing – masing pemilik seperti modal dalam koneksi, modal dalam pengetahuan, dan modal dalam pengalaman. Hal tersebut membuat ide WAFFURU tercipta. Dari ide tersebut, para pemilik melakukan berbagai riset guna mengetahui apa keinginan konsumen dari sebuah produk *waffle*. Hasil riset tersebut menciptakan produk *waffle* yang menjawab kebutuhan konsumen akan produk *waffle* yang praktis dikonsumsi yang telah berada di pasaran yaitu di Mal Taman Palem.

Divisi pemasaran WAFFURU menggunakan media sosial dan *word of mouth* sebagai cara untuk memasarkan produk WAFFURU pada konsumen. WAFFURU melakukan produksi setiap hari agar produk WAFFURU tetap dalam kondisi terbaik saat disajikan pada konsumen. WAFFURU melakukan penjualan di Mal Taman Palem dengan satu karyawan lapangan. WAFFURU membutuhkan tenaga dari pihak luar ketika WAFFURU memerlukan tenaga ahli khusus seperti desainer dan koki. WAFFURU memerlukan modal awal sebesar Rp. 25.000.000,- dengan total keperluan operasional per bulan sebesar Rp. 3.015.300,-. WAFFURU akan mencapai *break even point (BEP)* pada bulan ke-11 dengan asumsi satu bulan penjualan mencapai 200 unit.

EXECUTIVE SUMMARY

WAFFURU(ワッフル) is a waffle business that has an uniqueness from its product and brand concept. WAFFURU creates a waffle with unique corndog shapes, selection of toppings such as carbonara and non-dairy whipped cream, variety flavors such as savory and sweet, affordable price, and potato as raw materials that can't be found on competitors. WAFFURU's brand concept has a Japanese touch with three cats which is believed to bring luck as WAFFURU's mascots.

The business begins from the brainstorming of the owners about the capitals that they owned such as connection, knowledge, and experience which creates WAFFURU's genuine idea. Owners did some research to know customers' expectations of waffle. It results a creation of waffle which meet customers' needs of easy-to-consume waffle exists in Mal Taman Palem.

WAFFURU's marketing division uses social media and word of mouth as their ways to get WAFFURU's product known by customers. WAFFURU produces the waffles daily to keep the freshness of the waffles when it's served to the customers. WAFFURU uses Mal Taman Palem to sell their products with one workers. WAFFURU uses outsourcing when WAFFURU need specific skills such as designer and chef. WAFFURU needs Rp. 25,000,000 as their beginning equity with Rp. 3,015,300 per month for their operational costs. WAFFURU will reach its break even point (BEP) after 11 months with the condition of selling 200 units per month.