

EXECUTIVE SUMMARY

The society having high mobilization level requires fast-served and flexible food to support their daily activities. Those need, affect on the exciting development of culinary industry and lead the idea of making SABO happen.

SABO, which is the abbreviation of the term “Sapi Balado,” made from beef with the seasoning of Indonesian distinctive condiment spice red *balado* (chili). SABO brings the idea of unique taste, fast-served, and facilitate packaging, which become its advantages among other Indonesian culinary. Currently SABO has three outlets: in Prasetiya Mulya School of Business and Economics, Pelita Harapan University (UPH), and Sekolah Santa Laurensia. SABO is about to expand to Jakarta and chooses Kuningan City Mall as the starting point. The strategic analysis will be focused on the SABO’s outlet in Kuningan City.

SABO targeted men and women at age of 22 to 34 years old, the spicy lovers particularly are office workers and family with high mobility, primarily the housewives who demand practicality. In SABO, we do both indirect sales through the phone and direct sales through the outlets. SABO’s outlet in Kuningan City was gone through soft launching on March 2nd, 2015, and Grand Launching was on June 17th, 2015.

After the business operation activity has already run for three months, the finance objective for the first month has achieved i.e the revenue was above Rp 40.000.000,-

and cash flow was positive. Therefore, SABO did not need to add more financial capital.

In addition, the opening of SABO outlet has given many insights that will help SABO to expand its business in other Malls. Based on the financial analysis and condition, it can be concluded that this business is worth being executing.



RINGKASAN EKSEKUTIF

Masyarakat yang memiliki tingkat mobilisasi yang tinggi memerlukan makanan yang cepat saji dan fleksibel untuk mendukung aktivitasnya sehari-hari. Berdasarkan kebutuhan tersebut dan perkembangan industri kuliner yang menggairahkan maka hadirilah SABO.

SABO yang merupakan istilah singkatan dari 'Sapi Balado', merupakan daging sapi dengan citarasa bumbu balado merah khas Nusantara. SABO memiliki keunggulan dibandingkan dengan makanan pada umumnya, yaitu dari segi rasa, kecepatan penyajian, dan kemasan yang praktis. SABO memberikan sebuah cerita dalam menunya, khususnya dalam membeli SABO. SABO telah memiliki tiga gerai yakni di kantin STIE Prasetiya Mulya, Universitas Pelita Harapan, dan Sekolah Santa Laurensia dan akan melakukan ekspansi ke daerah Jakarta dengan membuka gerai ke empatnya di Kuningan City. Maka, seluruh pembahasan akan fokus pada gerai SABO di Kuningan City.

Target konsumen SABO yakni usia 22 sampai 49 tahun, pria dan wanita, para pencinta pedas, yang secara khusus adalah pekerja kantoran, dan keluarga sibuk terutama ibu rumah tangga yang sangat menuntut kecepatan dan kepraktisan.

Penjualan SABO dilakukan melalui dua kanal yaitu kanal langsung melalui penjualan di gerai dan kanal tidak langsung melalui telepon. Gerai SABO telah dibuka pada acara *Soft Launching* pada tanggal 2 Maret 2015 dan *Grand Launching* pada tanggal 17 Juni 2015.

Setelah kegiatan operasional bisnis telah berlangsung selama lebih dari tiga bulan, sasaran keuangan untuk bulan pertama dapat tercapai dengan diterimanya pendapatan sebesar lebih dari Rp 40.000.000,00 dan juga kelompok tidak perlu menambah nilai modal awal karena saldo pada kas memiliki nilai yang positif.

Selain itu, pembukaan gerai SABO pertama kali di pusat perbelanjaan memberikan banyak pembelajaran untuk melakukan ekspansi berikutnya di pusat-pusat perbelanjaan lainnya di Jakarta. Dari pertimbangan hal-hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa usaha ini layak dijalankan dan dikembangkan.

