

RINGKASAN EKSEKUTIF

Pastronaut merupakan sebuah bisnis yang menjual makanan ringan berupa *puff pastry* dengan isi daging, sayur, saus racikan dan keju meleleh di atasnya. Nilai yang ditawarkan dari Pastronaut adalah "*freshly prepared made to order puff pastry with reasonable pricing and portion*". Nilai *made to order* dihadirkan dengan konsep produk dimana konsumen dapat memilih kombinasi daging, sayur dan saus yang diinginkan, terdapat total 27 kombinasi yang dapat dipilih oleh konsumen. Nilai *freshly prepared* dicapai dengan menggunakan bahan baku tanpa bahan pengawet dan bahan yang digunakan setiap harinya bukanlah bahan tidak terjual dari hari sebelumnya. Nama Pastronaut sendiri diambil dari kata *pastry* dan *astronaut* dimana konsep *brand* kami adalah menempatkan konsumen sebagai penjelajah rasa yang penuh dengan kemungkinan kombinasi rasa produk Pastronaut.

Pertumbuhan omzet industri roti rata-rata mengalami kenaikan di atas 10% per tahun pada tahun 2015 omzet industri roti telah diperkirakan akan mencapai nilai sebesar Rp 23 triliun. Indonesia sebagai sebuah negara juga merupakan negara pengonsumsi roti terbesar di Asia. Perkembangan gaya kehidupan masyarakat di perkotaan juga menyebabkan meningkatnya perkembangan industri makanan cepat saji yang telah meningkat sebesar 14% pada tahun 2013. Industri makanan saat ini dipenuhi dengan berbagai jenis makanan dengan konsep baru, namun pada umumnya pasar didominasi oleh makanan yang pilihan produknya terbatas oleh beberapa pilihan di menu saja. Ketahanan lama penyimpanan bahan baku juga ditingkatkan untuk efisiensi sehingga meningkatkan penggunaan bahan pengawet.

Pastronaut hadir untuk dapat memberikan sebuah produk makanan ringan dengan nilai *customized* sesuai dengan selera konsumen dan kesegaran produk dengan harga yang sepadan dengan porsinya. Target pasar dari Pastronaut berdomisili di area DKI Jakarta dan kota Tangerang dengan usia 17 hingga 27 tahun, status ekonomi sosial A dan B, secara psikografis merupakan *experiencers* dan merupakan generasi Y.

Pastronaut pada awalnya merencanakan untuk membuka gerai permanen di Ruko Golden 8 K20 Dewantara, Gading Serpong pada bulan April dan Mei 2016 lalu dipindahkan ke Food Fighter di Melawai mulai pada bulan Juni 2016. Pastronaut juga akan mengikuti sejumlah bazar untuk meningkatkan *brand awareness* dan mendorong angka penjualan dari Pastronaut. Setiap bazar yang diikuti akan diseleksi berdasarkan lokasi, *tenant* yang sudah terdaftar, tema dan pengalaman dari pengelola bazar.

Jumlah modal awal yang ditanamkan dalam bisnis Pastronaut adalah sebesar Rp 34.000.000,-. Pastronaut ditargetkan untuk dapat memiliki kondisi kas positif sepanjang tahun. Proyeksi laporan laba rugi Pastronaut menunjukkan bahwa untuk bulan-bulan awal laporan laba rugi masih memiliki performa negatif, namun seiring berjalannya waktu memiliki pengembangan ke arah yang positif dan pada tahun pertama ditargetkan mencapai *net income* sebesar Rp 61.438.830,00.

EXECUTIVE SUMMARY

Pastronaut is a food and beverage snack business that sells puff pastry with meat, vegetables, special sauce inside and melted cheese on top. Pastronaut value is "made to order freshly prepared puff pastry with reasonable pricing and portion". Made to order means consumers can choose their own combination of meat, vegetables and sauce desired with a total of 27 combinations can be chosen by the consumers. Freshly prepared means using without preservatives raw materials and always use new raw material at the beginning of each day. Pastronaut name itself is taken from the word pastry and astronaut where we want our consumer to become a taste explorer with all the possible combinations of Pastronaut product.

Growth in the bakery industry has rose above 10% each year and at 2015 the turnover of the bakery industry has been forecast to reach Rp 23 trillion. Indonesia as a country is also the largest bread-consuming country in Asia. The development of the urban life style has led to increased development of the fast food industry as it grew by 14% in 2013. The food industry today is filled with a variety of foods with new concepts, but in general the market is dominated by food products with limited selection on their menu. The concern for longer shelf life for raw materials also increased the use of preservatives. Pastronaut provide a lite food products with a customized product as it value with fresh ingredients and priced in balance with its portion. The target market of Pastronaut domiciled in the area of Jakarta and Tangerang city, 17 to 27 years old, social economic status of A and B, psychographically are experiencers and are part of the Y generation.

Pastronaut initially planned to open an outlet at Golden 8 K20 Dewantara , Gading Serpong in April and May 2016 and then move to the Food Fighter at Melawai starting in June 2016. Pastronaut will also join several bazaar to increase brand awareness and Pastronaut sales. Before joining a bazaar, Pastronaut will analyze the bazaar potential based on its location, list of registered tenants, its theme and the reputation of the event organizer.

Total initial capital invested in Pastronaut is Rp34.000.000,00. Pastronaut planned to have a positive cash conditions throughout the year. Pastronaut projected income statements show that for the first few months will experience negative income statement performance, but over time it will have positive growth and in the first year will achieve net income of Rp 61.438.830,00.

