

RINGKASAN EKSEKUTIF

Kedai XL merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang kuliner yang menawarkan produk makanan jalanan yang dibalut dengan konsep penyajian dan suasana setaraf dengan kafe yang memiliki fasilitas lengkap seperti Wi-fi, ruangan berpenyejuk, colokan listrik maupun sarana permainan yang semua bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Variasi makanan yang ditawarkan pun sangat beragam dan sesuai dengan selera anak muda yang merupakan target market utama dari perusahaan ini. Terobosan dengan penggunaan menu yang dapat dikostumisasi dilakukan agar setiap konsumen mendapatkan makanan yang paling sesuai dengan selera pribadinya.

Visi perusahaan menjadi penyedia makanan jalanan pilihan masyarakat Jabodetabek dengan menu yang inovatif, higienis, harga yang terjangkau, serta dilengkapi dengan tempat berkumpul yang nyaman dan berkesan.

Lokasi yang dipilih pun sangat strategis karena berada di antara 4 universitas besar di kawasan BSD dan Serpong, serta beragam sekolah menengah lainnya. Lahan parkir yang disediakan sangat luas sehingga bias mengakomodir berbagai jenis kendaraan konsumen. Untuk rencana kedepannya akan dilakukan perluasan pangsa pasar melalui pembukaan cabang-cabang baru dengan menyasar ke daerah-daerah berkembang seperti Bekasi dan Depok

Walaupun memiliki fasilitas setaraf dengan kafe, namun harga yang ditawarkan oleh Kedai XL sangat bersaing. Penentuan harga sendiri sudah melalui berbagai riset baik kualitatif maupun kuantitatif sehingga harga yang ditawarkan pastinya dapat diterima oleh konsumen.

Media pemasaran yang akan digunakan oleh Kedai XL adalah media sosial dan tradisional. Media sosial menjadi media utama kami dalam menjalin relasi dengan konsumen sebab melalui media ini dapat terjadi komunikasi 2 arah sehingga kami dapat senantiasa berkembang dan mengikuti keinginan konsumen. Disamping itu media tradisional seperti poster dan juga selebaran akan dibagikan kepada target market untuk memperkenalkan keunggulan maupun nilai-nilai yang ingin disampaikan Kedai XL kepada konsumennya. Dengan keseluruhan teknik pemasaran ini diharapkan konsumen senantiasa memiliki hubungan yang baik sehingga dapat melakukan pembelian berulang dan memberikan rekomendasi kepada relasinya.

Modal awal yang diperlukan yaitu sebesar Rp 111,000,000 yang diperlukan untuk penyewaan tempat selama 1 tahun, pembelian peralatan masak, dekorasi, dan gaji pegawai. Kedai XL mempunyai target ROA (Return on Asset) dan ROE (Return on Equity) sebesar 6.11%. Bisnis ini diperkirakan akan menemui titik impas dalam 1,2 tahun apabila penjualan mencapai target yang ditentukan.

Dengan berjalannya bisnis selama 3 bulan pertama, masih ada defisit hasil penjualan aktual jika dibandingkan dengan target penjualan yang diproyeksikan. Tidak tercapainya target penjualan tersebut dikarenakan belum terbentuknya *brand awareness* di antara masyarakat dan konsumen yang dituju. Hal ini menjadi bahan pembelajaran bahwa bisnis yang selalu dinamis menuntut untuk terus beradaptasi dengan keinginan konsumen sehingga dapat memenuhi apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Promosi yang dilakukan juga harus dipersiapkan dengan matang untuk dapat sesuai dengan apa yang direncanakan sehingga tujuan dari promosi dapat tercapai dengan efektif dan efisien. Penggunaan media pemasaran yang tepat juga menjadi faktor penting dalam kegiatan promosi.

EXECUTIVE SUMMARY

Kedai XL is a street food restaurant which offers wide variety of street food with concept of a café in terms of facility and service (Wi-fi, Air Conditioner, Port Charger and Board Games). It offers great range of street food that is popular amongs teenagers, who is the main target of this company. Breakthrough by using a customization menu will help customer to meet their personal tastes.

The company's vision is to become a street food provider for Jabodetabek society with innovative menus, hygienic, affordable prices, and also equipped with comfortable place.

Operating in a very strategic location, Kedai XL is right in the middle of 4 famous university in BSD and Serpong area and a lot more high schools. This site has a vast parking lot so that consumer should not worry about parking space. For future plans, Kedai XL will increase market share by opening of new branches by targeting the developing areas such as Bekasi and Depok

Kedai XL also offers reasonable price for its products even it has café-like facilities and service. Before setting the price, we already did a quantitative as well qualitative research so that consumers hopefully can accept our products.

We use social media and traditional tools such as flyers and brochures as our marketing communication tools. Through social media we can communicate with our consumers so that there is a two way communication. This is a very important phase because we always want to improve and get to know what consumers needs. Traditional media such as posters and leaflets will be distributed to the target market to introduce the

advantages and values to be conveyed to consumers. With the overall marketing techniques we expected that consumers will always have a good relationship so they will make repeat purchases and give recommendations to their relationships.

Kedai XL needs the initial investment of Rp. 111,000,000 to finance rent expense, decorations, equipments, and salary for workers. This company is able to be considered as a promising business because it is operating in the rapidly growing city of Tangerang, especially Paramount Serpong which located between BSD and Gading Serpong. Moreover, many universities and schools are surrounding Kedai XL, which means there are a lot of potential consumers that can be converted into large amount of income for owners with the expected ROA (Return on Asset) and ROE (Return on Equity) of 6.11%. This business is expected to have a payback in 1,2 years if the sales meets the target that is set before.

During the first 3 months, there are some deficit of actual sales compared to the projected sales. This unexpected event occurred due to the lack of development of brand awareness among public and target consumers. It is a matter of learning that in the dynamic business situations, there are needs to adapt to the desires of consumers so that they can meet what they look for. Promotions which are going to be launched soon also have to be prepared properly so that the goal of the promotion can be achieved effectively and efficiently. The use of proper marketing media is also an important factor in achieving the goals of the promotions.