

EXECUTIVE SUMMARY

Kane Kane is a business developed by a combination of dessert, Taiyaki and Ice Cream into Taiyaki Ice Cream. Taiyaki, a fish-shaped like dessert is a unique dessert that originates from Japan itself are not common dessert here in Indonesia. Kane Kane served Taiyaki Ice Cream with *filling* that comes with selection of Oreo, Coco Crunch, Honey Star and Corn Flakes. Combined with Chocolate, Vanilla or combination of Chocolate and Vanilla Ice Cream on top of its *filling*. Lastly, it is served with a *topping* of Marshmallow and Pocky. Kane Kane's brand concept came from Japanese touch of its Red Circle that represent the flag of Japan itself.

Kane Kane was founded by an idea of serving unique dessert to a Lower-Middle Class population of Indonesia. The business itself was funded by the members itself along with capitals they owned such as channels, knowledge, experience to create Kane Kane as a business. To make it through the market, Kane Kane gone through a multiple research of the product and also where our product should be sold at.

Kane Kane utilizes social media and word of mouth as a main marketing strategy to promote our products and brand to customers. Kane Kane's store is located at Mal Ciputra that is currently operated by 2 staffs. As a beginning Capital, Founders inject Rp 60.000.000 for equipment and operation with a monthly expense of Rp 17.579.300.

RINGKASAN EKSEKUTIF

Kane Kane adalah sebuah bisnis yang mengkombinasikan 2 jenis makanan penutup, yaitu Taiyaki dan Es Krim menjadikan sebuah produk bernama Taiyaki Ice Cream. Taiyaki, yang berbentuk ikan adalah makanan penutup unik yang berasal dari negara Jepang dan tidak dikenal oleh masyarakat Indonesia. Kane Kane menyajikan Taiyaki Ice Cream dengan berbagai variasi *filling*, yaitu Oreo, Coco Crunch, Honey Star dan Corn Flakes. Dipadukan oleh pilihan es krim Vanilla, Coklat atau kombinasi Coklat dan Vanilla diatas *filling*. Terakhir dilengkapi oleh Marshmellow dan Pocky sebagai *topping*. Konsep merek Kane Kane memiliki nuansa Jepang dengan bentuk bulat merah yang melambangkan bendera negara Jepang.

Kane Kane tercipta dari pemikiran akan menghadirkan makanan penutup yang unik dengan target kelas menengah ke bawah di Indonesia. Bisnis ini dibiayai oleh para pendiri beserta modal-modal yang dimiliki, seperti: koneksi, pengetahuan dan pengalaman untuk menciptakan Kane Kane. Untuk dapat masuk ke dalam pasar, Kane Kane telah melalui berbagai macam riset produk serta tempat yang paling sesuai untuk berjualan.

Kane Kane menggunakan sosial media dan *word of mouth* sebagai strategi pemasaran utama untuk mempromosikan produk dan merek kepada konsumen. Saat ini, Kane Kane memiliki gerai di Mal Ciputra yang dioperasikan oleh 2 karyawan. Untuk modal awal, pendiri memasukkan Rp 60.000.000 untuk perlengkapan dan operasional dengan pengeluaran per bulan sebanyak Rp 17.579.700.