

RINGKASAN EKSEKUTIF

Ollie De Kokie adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *food and beverages*. Ollie De Kokie menawarkan inovasi dan pengalaman baru dalam mengkonsumsi *cookie shot*.

Cookie shot adalah *cookies* yang memiliki bentuk menyerupai gelas ataupun *mug* yang pada umumnya dikonsumsi dengan menuangkan susu ke dalam *cookies* berbentuk gelas tersebut. Inovasi dari *cookie shot* yang kami tawarkan memiliki *crown topping* pada mulut *cookie*, es krim sebagai *filling*, dan saus sebagai *topping*.

Nilai perusahaan yang ditawarkan adalah ***experience*** karena Ollie De Kokie merupakan perusahaan pertama yang menawarkan pengalaman baru mengkonsumsi *cookie* berbentuk gelas *shot*, dipadukan dengan es krim dan saus; ***customizable*** yaitu memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mengkombinasikan rasa setiap komponen sesuai keinginannya, dan ***design*** yaitu menghadirkan maskot beruang yang lucu bernama Ollie sebagai salah satu cara pemasaran produk.

Ollie De Kokie menawarkan dua lini produk yaitu paket dengan empat *cookies* berukuran kecil berdimensi 3.2 cm x 4.6 cm x 3 cm dan satuan berukuran besar dengan dimensi 4 cm x 5.5 cm x 6 cm. Varian rasa *cookies* yang ditawarkan ada empat yaitu *original*, *chocochip*, *Oreo*, dan *red velvet*. Varian rasa es krim yang ditawarkan ada lima yaitu *vanila*, *mint*, *cokelat*, *green tea*, dan *stroberi*. Varian rasa saus yang ditawarkan ada tiga yaitu *cokelat*, *karamel*, dan *stroberi*.

Target pasar Ollie De Kukie adalah perempuan dan laki-laki berusia 13-22 tahun dengan segmentasi psikografis yaitu *achievers* dan *experiencers*. Berprofesi sebagai pelajar dan mahasiswa/i yang gemar mengonsumsi produk makanan ringan dan berkunjung ke *bazaar* atau *coffee shop* minimal 1 (satu) bulan sekali di daerah Tangerang (target utama) dan Jakarta.

Ollie De Kukie memanfaatkan kanal penjualan langsung seperti *bazaar* dan tidak langsung yaitu melakukan konsinyasi dengan restoran atau *coffee shop*. Selama lima bulan berjalannya bisnis, Ollie De Kukie sudah mengikuti enam *event* dan memiliki dua tempat konsinyasi di daerah Gading Serpong yaitu Double Bond Coffee Shop dan Baratie Bistro. Perusahaan berhasil mencatatkan penjualan sebesar Rp25,720,000.00 melalui penjualan 469 paket dan 439 satuan.

Rencana perusahaan ke depan adalah memiliki *fix place* di tiga mal besar daerah Jakarta dan Tangerang seperti Mal Alam Sutera, AEON Mall, dan Central Park Mall serta menambah lebih banyak lagi kanal penjualan tidak langsung (konsinyasi). Selain itu, perusahaan juga terus melakukan pengembangan produk agar dapat terus bersaing dan menghasilkan pertumbuhan yang berkelanjutan.

Berdasarkan fakta-fakta yang telah disajikan, perusahaan yakin bahwa bisnis Ollie De Kukie layak untuk dijalankan dan diharapkan dapat terus berkembang untuk mencapai visi perusahaan yaitu *“share the happiness through our variative cookie and ice cream”*.

EXECUTIVE SUMMARY

Ollie De Kukie is a company engaged in the field of food and beverages. Ollie De Kukie offers innovation and a new experience in consuming cookies shot.

Cookie shot is a cookie which is formed into a glass or a mug-shaped that is generally consumed by pouring milk into the glass-shaped cookies. Innovation of cookie shot that we offer are; crown on the mouth of the cookies, ice cream filling, and topping sauce.

The company's value propositions are **experience**, since Ollie De Kukie is the first company that offers new experience in consuming cookie shot with ice cream and sauce. **Customizable**, which provides an opportunity for consumers to combine the flavor of each component according to his/her desire. **Design**, a cute bear mascot named Ollie as one way of marketing the product.

Ollie De Kukie offers two product lines i.e. packages with four small cookies with dimensions of 3.2 cm x 4.6 cm x 3 cm and one large-sized unit with dimensions of 4 cm x 5.5 cm x 6 cm. There are four flavor of cookies that we offer which are original, chocochip, Oreo, and red velvet. Five ice cream flavor offered namely vanilla, mint, chocolate, green tea, and strawberries. There are three flavor of sauses offered i.e. chocolate, caramel, and strawberries.

Ollie De Kukie's target market are girls and boys, aged 13-22 years old with a psychographic segmentation of achievers and experiencers. The business targets

students that love to consume snacks and visit the bazaar or coffee shop for a minimum of one time a month in Tangerang (primary target) and Jakarta.

Ollie De Kokie utilizing direct sales channel through bazaar and indirect selling through consignment with a restaurant or coffee shop. In five months, Ollie De Kokie already participate in six events and have the two places of consignment in Gading Serpong i.e. Double Bond Coffee Shop and Baratie Bistro. The company managed to record sales of Rp25,720,000.00 through the sale of 469 package and 439 large-sized units.

The company's plans are to have a fix place in three large malls in Jakarta and Tangerang i.e. Alam Sutera Mall, AEON Mall, and Central Park Mall as well as add more indirect sales channel (consignment). In addition, the company also continues to develop the product in order to continue to compete and generate sustainable growth.

Based on the facts that have been presented, the company believes that Ollie De Kokie deserves to be run and is expected to continue to evolve to achieve the company's vision to share the happiness through our variative cookies and ice cream.