

RINGKASAN EKSEKUTIF

Jumlah penduduk yang sangat banyak dan pertumbuhan penduduknya yang cepat membuat Indonesia menjadi salah satu negara yang sangat berpotensi untuk mengembangkan bisnis di industri makanan. Seiring dengan perkembangan zaman, masyarakat Indonesia yang memiliki kebiasaan lebih menyukai jajan atau makan di luar rumah juga semakin tinggi. Melihat peluang dan potensi pasar yang menggiurkan ini, kelompok AiQu Fruitbowl memutuskan untuk menggeluti bisnis makanan.

Dalam memasuki persaingan bisnis makanan yang ketat diperlukan suatu daya tarik yang mengundang rasa ingin mencoba dimana daya tarik akan lebih besar pada saat konsumen menemukan adanya sesuatu yang unik dan baru dari produk tersebut. Oleh karena itu diciptakan sebuah konsep AiQu Fruitbowl yang menawarkan keunikan dari segi wadahnya. Es AiQu merupakan makanan dingin serupa es campur yang disajikan menggunakan wadah kulit buah yang bertekstur keras seperti buah kelapa, nanas, dan blewah. Konsep AiQu Fruitbowl yang diujikan melalui riset pasar ternyata memberikan respon yang positif. Konsep dianggap menarik dan inovatif, serta konsumen tertarik membelinya.

Pendistribusian es AiQu harus secara langsung kepada konsumen melalui gerai pada ruangan terbuka di suatu wilayah tertentu. Lokasi pertama yang dipilih pada awal pembukaan es AiQu adalah Taman Jajan Mitra Kuliner BSD. Lokasi ini dipilih sebagai tempat yang tepat karena lokasinya yang strategis berada di kawasan perkuliahan, perkantoran, dan perumahan yang sedang berkembang, serta tergolong

ramai pengunjung dan ditunjang oleh fasilitas yang memudahkan konsumen memakan es AiQu.

Lokasi wilayah yang strategis ini rupanya menarik minat banyak pelaku bisnis lain untuk mencoba peruntungannya juga. Kondisi ini menyebabkan persaingan bisnis yang ketat, baik di wilayah sekitar Taman Jajan maupun di dalam Taman Jajan itu sendiri. Beberapa strategi diferensiasi dilakukan supaya menarik minat masyarakat yang secara garis besar terletak pada tampilan produk, isian, pemasaran, variasi menu, dan menu tambahan.

Strategi yang dijalankan ternyata membuahkan hasil yang baik dan mendapatkan respon yang positif dari masyarakat yang terbukti dari komentar-komentar konsumen namun masih belum mencapai target yang diinginkan. Terdapat empat faktor yang mengurangi jumlah penjualan yaitu pegawai sering absen, lokasi yang didapatkan kurang strategis, persaingan bisnis yang ketat, dan produk masih belum banyak dikenal.

Untuk pengembangan kedepannya akan dilakukan strategi penetrasi pasar dengan cara meningkatkan publikasi dan melakukan pemasaran yang efektif dan tepat sasaran. Selain itu AiQu Fruitbowl akan melakukan strategi pengembangan produk dengan cara menciptakan variasi-variasi menu baru yang tentunya tetap inovatif, unik, dan berbeda daripada produk dagangan lainnya untuk menarik antusiasme masyarakat.

Melihat kondisi persaingan yang ketat di wilayah Anggrek Loka dan sekitarnya, hasil yang dicapai AiQu memuaskan. Terdapat empat faktor yang mendukung kesuksesan AiQu yaitu nilai perbedaan dari segi produk, penjalinan hubungan yang baik dengan pihak internal dan eksternal, pengadaan strategi pemasaran, dan menjual menu tambahan yang pasti disukai banyak orang.

Menjalankan bisnis ini tidaklah mudah karena harus menghadapi sumber daya yang sangat terbatas dari segi pendanaan, koneksi, dan pengetahuan untuk merealisasikan konsep. Banyak pihak yang dimintakan bantuan menyatakan tidak mungkin merealisasikan konsep, namun kelompok ternyata dapat mempertahankan dan menjalankannya, serta membuahkan hasil penjualan yang baik. Melalui perjalanan bisnis ini banyak pelajaran yang didapatkan, baik secara konsep manajemen maupun pengembangan moral dan karakter mahasiswa. Kunci sukses dalam menyelesaikan setiap masalah adalah dengan membuat perencanaan yang baik serta menjalin hubungan yang baik dengan setiap orang, dan disertai dengan kegigihan dan ketekunan dalam menghadapi setiap tantangan.