

EXECUTIVE SUMMARY

Indonesian customers are easily involved into a trend. They do not realize that some trend will change to be a lifestyle. Lifestyle will encourage someone to choose either products or services they need. This also happens in food and beverages industry. To see more detail, one will notice that a dessert trend has already come up in many big cities in Indonesia.

To grasp the opportunity, Poppin' Bubble combines modern way in cooking with dessert express concept. Modern cooking which is chosen is molecular gastronomy in spherification. Molecular gastronomy is a sub discipline of food science that seeks to investigate the physical and chemical transformations of ingredients occurring in cooking. It creates new appearance for the dessert. Spherification is the culinary process of shaping a liquid into spheres which visually and texturally resemble egg yolk.

For the dessert express concept, Poppin' Bubble offers more than any other fusion Korean dessert. Fusion cuisine combines elements of different culinary traditions without leaving the flavour of its traditional form. Poppin' Bubble offers four different types of dessert namely cold dessert, hot dessert, fried dessert and beverages.

The generic strategy chosen is differentiation; the bubble is made of spherical molecular gastronomy. It is a liquid filling contains different flavours. In addition, the customers are brought to experience, enjoy, and even can create their own bubbles.

With a right choice of concept, product quality and complete facility combined with a right strategy and comprehensive business model, it is believed that Poppin' Bubble has a high level of sustainability. Based on financial projection; NPV of Rp 229,364,620 in 5 years, IRR of 55%, and *payback period* for 2 years and 9 months, Poppin' Bubble is a feasible business to realized.



RINGKASAN EKSEKUTIF

Konsumen Indonesia sangat mudah terbawa ke dalam sebuah tren. Tanpa disadari, tren akan berubah menjadi suatu *lifestyle*. *Lifestyle* ini yang menjadi pendorong seseorang dalam memilih suatu produk (atau jasa). Begitu juga yang terjadi di dalam industri makanan, dewasa ini dapat dilihat mulai muncul tren *dessert house* yang menjamur di beberapa kota besar di Indonesia.

Untuk mengambil kesempatan tersebut, Poppin' Bubble menyatukan prinsip *modern cooking* dan *dessert express*. Prinsip *modern cooking* yang manajemen ambil adalah *molecular gastronomy* dalam bidang *spherification*. *Molecular Gastronomy* adalah suatu seni kuliner di mana segala proses menyiapkan makanan itu mengaplikasikan konsep fisika dan kimia sebagai akar ilmunya dan bagaimana unsur-unsur tersebut membentuk senyawa dan campuran sehingga tercipta wujud makanan baru yang ajaib. Prinsip *spherification* membuat lapisan gel yang membungkus cairan di dalamnya dan memberikan tekstur seperti kuning telur.

Sementara untuk konsep *dessert express*, manajemen menawarkan produk *fusion Korean dessert*. Kata *fusion* yang dimaksud ialah produk yang sudah disesuaikan dengan cita rasa lidah orang Indonesia namun tidak meninggalkan aturan dasar dalam pembuatan *dessert* tradisional tersebut. *Dessert* pada Poppin' Bubble terbagi atas 4 jenis, yaitu *cold dessert*, *hot dessert*, *fried dessert* dan *beverages*.

Strategi generik yang dipilih ialah *differentiation*. Poppin' Bubble memiliki keunikan tersendiri yaitu *bubble* yang terdapat di setiap makanan dan minuman yang ditawarkan. *Bubble* ini berisikan cairan *flavor* yang memberi varian rasa berbeda. Setiap *bubble* dibuat di *Bubble Bar* sehingga konsumen dapat merasakan pengalaman dalam melihat, menikmati, atau membuat *bubble* sendiri.

Dengan adanya pemilihan konsep yang tepat, kualitas produk, kelengkapan fasilitas yang digabungkan dengan strategi bersaing serta *business model* yang baik dan tepat, maka manajemen yakin bahwa bisnis yang saat ini dijalankan memiliki tingkat *sustainability* yang tinggi. Berdasarkan data finansial yang telah diproyeksikan, data menunjukkan bahwa dengan NPV sebesar Rp 229,364,620 dalam 5 tahun, IRR sebesar 55%, dan *payback period* selama 2 tahun 9 bulan, maka manajemen yakin bahwa Poppin' Bubble adalah sebuah bisnis yang layak untuk dijalankan.