

RINGKASAN EKSEKUTIF

POPS Limun merupakan bisnis gerai minuman olahan berbahan dasar air soda. Minuman olahan yang dimaksud adalah minuman yang disajikan ditempat secara cepat saji menggunakan *topping* pilihan konsumen yang disediakan. Bisnis ini yang didirikan oleh sekelompok mahasiswa S1 Prasetiya Mulya didasarkan oleh terbukanya peluang pasar terhadap gerai minuman olahan.

Latar belakang pemilihan bisnis POPS Limun adalah animo masyarakat akan minuman berkarbonasi yang masih cukup tinggi. Hal ini terbukti dengan peningkatan jumlah konsumsi minuman ringan sebanyak 26.7% dari tahun 2007 hingga 2012 (Euromonitor), serta kebutuhan baru akan *fast-moving consumer goods* yang memiliki *value-oriented* (Nielsen). Selain itu, keinginan yang tinggi dan pengetahuan bisnis yang didukung modal kewirausahaan, juga menjadi landasan yang menguatkan pihak manajemen dalam pemilihan bisnis POPS Limun. POPS Limun mengutamakan nilai personalisasi secara menyeluruh sesuai selera konsumen, 100% gula murni, resep modifikasi, dan bahan baku berkualitas tinggi. Pada tahap peluncuran bisnis, produk yang ditawarkan POPS Limun terdiri dari 5 rasa minuman yaitu sarsaparilla, lemon, apel, jeruk, dan stroberi. Adapun *topping* yang disajikan ada 3 jenis yaitu jeli, nata de coco, dan es krim. Varian rasa minuman dan *topping* direncanakan adanya penambahan untuk lima tahun kedepan yang didasari oleh masukan dari konsumen.

POPS Limun membuka gerai pertama di Kampung Joglo 21, Joglo, Jakarta Barat, pada tanggal 24 April 2014. Pada tahun pertama, POPS Limun akan fokus dalam melakukan penetrasi pasar untuk menciptakan brand awareness terhadap produk POPS Limun.

Pada tahun – tahun berikutnya, POPS Limun akan fokus untuk melakukan pengembangan produk untuk mengantisipasi terjadinya kejenuhan pasar.

Pembuatan air soda menggunakan metode *homebrewing kegging*, yaitu metode menambahkan gas karbon dioksida (CO₂) ke dalam air dengan menggunakan tekanan menggunakan tabung *cornelius*. POPS Limun ada mempekerjakan 2 orang pramusaji dan 1 orang pegawai produksi pada tahun pertama. Seiring ekspansi bisnis, pada tahun kelima rencana jumlah karyawan POPS Limun adalah sebanyak 58 orang. Produk akan dijual melalui gerai yang berada di pugasera, restoran, dan kafe. Bagian pemasaran juga akan menetapkan dua jenis promosi yaitu promosi dalam gerai dalam bentuk spanduk gantung dan promosi media sosial di Twitter dan Instagram. Investasi awal yang dibutuhkan untuk bisnis POPS Limun adalah Rp 75.000.000,00 POPS Limun. Pada tahun kelima, ROA yang diperoleh adalah sebesar 64%. Manajemen POPS menetapkan target akan mendapatkan laba bersih pada tahun kelima sebesar Rp 2.499.493.660,00 dan analisa balik modal dalam waktu 12 bulan. Dalam lima tahun berjalan, NPV usaha diproyeksikan mencapai Rp 9.822.889.620,49 dengan IRR sebesar 104% pada kondisi *most likely*. Pada skenario *worst case*, NPV usaha diproyeksikan mencapai Rp 6.074.376.777,04 dengan IRR sebesar 90%. Sedangkan pada skenario *best case*, NPV usaha diproyeksikan sebesar Rp 14.495.938.480,01 dengan IRR sebesar 119%.

EXECUTIVE SUMMARY

POPS Limun is a soda based processed beverage business. The beverage itself is a fast-served drink with topping by consumer selection from what we provided. Based on our observation, processed beverage's outlets in Indonesia are different from POPS. Most of the outlets are serving processed beverage based on tea. These kinds of beverages are well known by Indonesian people as bubble tea.

Based on market observation, a group of S1 Prasetiya Mulya students find an opportunity in the market to open a processed beverage business. Then the group opens POPS Limun, a processed beverage business based on soda water that is different from what most of processed beverage businesses have as the base ingredient. POPS Limun has 4 values, which are full personalization based on consumer preferences, 100% pure sugar, modified recipes, and high quality ingredients. One of the reasons POPS Limun are chosen is pretty high demand from society for carbonated beverages. This is proved by 26.7% increase in soft drink consumption from 2007 to 2012 (Euromonitor). The other reason is an emerging need of fast moving consumer goods that have value (Nielsen). The urge and knowledge based on entrepreneurship of this kind of business is another reason we choose POPS Limun. At soft and grand launching of POPS Limun, we introduced 5 syrup flavours. Those flavours were sarsaparilla, lemon, apple, orange, and strawberry. We also introduced 3 types of topping, such as jelly, nata de coco, and ice cream. Syrup flavours and toppings will be added based on consumer's feedback.

POPS Limun has opened its first outlet at Kampung Joglo 21, Joglo, West Jakarta on April 24th 2014. In the early year especially first year of POPS Limun, management will focus on penetrating the market to build brand awareness among the society about POPS Limun and its products. Then in the next years, POPS Limun will allocate its resources to do a research about product development to avoid over-fullness from the market.

The making of soda water is using homebrewing kegging. Homebrewing kegging is a process of adding carbondioxide (CO₂) into water (H₂O) by using pressure in a cornelius keg. POPS Limun is currently hiring 2 employees as waiters and 1 employee as a production personnel. In the end of five years, our employees will be 58 persons. The product will be sold at food court, restaurant, and café. POPS Marketing will also use two kinds of promotion. The promotions will be in house promotion in a form of hanging banner and social media promotion in Twitter and Instagram. Initial investment required for POPS Limun is Rp75.000.000,00 with ROA of 64% at 5th year. POPS Limun sets target to earn net profit Rp2.499.493.660,00 in the 5th year. The payback period is 12 months. In five years, POPS Limun is projected to have a Net Present Value (NPV) of Rp9.822.889.620,49 with Internal Rate of Return (IRR) of 104% in most-likely scenario. In worst-case scenario, the NPV is projected at Rp6.074.376.777,04. The IRR level is at 90% in the worst-case scenario. While in the best scenario, NPV is projected at Rp14.495.938.480,01 with IRR at 119%.