



RINGKASAN EKSEKUTIF

Food and beverage adalah industri yang terus berkembang setiap tahunnya. Hal ini terlihat dari perkembangan industri *food and beverage* yang mengalami peningkatan sebesar 6.7% setiap tahunnya pada periode 2012-2022. Selain perkembangannya dari tahun ke tahun, industri ini juga memberikan sumbangsih sebesar 18% kepada Produk Domestik Bruto Indonesia pada tahun 2022. Dari sekian banyaknya jenis, kategori dan variasi makanan dalam industri *food and beverage*, *rice bowl* menjadi salah satu jenis makanan yang umum ditemui. *Rice bowl* mulai masuk ke Indonesia sejak tahun 2004 dan mulai naik daun disaat tren makanan dengan rasa *salted egg* mulai terkenal pada tahun 2017 berkat Eatlah dan diikuti oleh *brand* lainnya.

Loco Moco merupakan salah satu makanan khas Hawaii yang cocok dengan lidah masyarakat Indonesia. Hal ini bisa dikatakan karena komponen makanan *Loco Moco* yang memang merupakan komponen yang kerap kita temui dalam makanan yang sudah banyak dikonsumsi. Komponen makanan yang dimaksud adalah seperti *patty* sapi, nasi, dan telur ceplok. Untuk produk *Loco Moco* tim KAILUA memutuskan untuk menyajikan dalam bentuk *rice bowl* agar produk ini dapat dinikmati secara lebih mudah dan dapat secara lebih mudah mencapai *target market* kami yaitu pelajar dan pekerja yang membutuhkan kepraktisan saat sedang beraktivitas sehari-hari khususnya disaat istirahat makan siang. Untuk penjualan *rice bowl Loco Moco*, kami menggunakan media penjualan *Grabfood*, *Gofood*, *takeaway*, dan *bazaar*.

Pada tanggal 3 April 2023, tim KAILUA akhirnya melakukan *grand opening* yang berlangsung pada periode 3-9 April 2023 di lokasi pertama kita yaitu Zena at The Mozia untuk metode penjualan secara *online* dan *take away order*. Selama masa *grand opening* kelompok juga mengikuti *bazaar* pada tanggal 8-9 April 2023 untuk memperkenalkan *brand* KAILUA RICEBOWL dan juga memanfaatkan salah satu *channel* penjualan kami. KAILUA RICEBOWL menawarkan tiga variasi rasa *Loco Moco* yang sudah melalui riset dan tes kepada *target market*. Acara *grand opening* berjalan sesuai dengan target realistis kami dan terbukti melalui penjualan yang ada. Selama 4 bulan berjalan KAILUA menghasilkan omzet sebesar Rp. 26.260.500 dengan *payback period* selama 17 bulan. Hal ini menandakan KAILUA RICEBOWL merupakan bisnis yang layak untuk dijalankan

Kata Kunci	:	<i>Rice bowl, Loco Moco, Tren industri Food & Beverages, online order, takeaway order, bazaar</i>
Bidang Usaha	:	Makanan



EXECUTIVE SUMMARY

Food and beverage is an industry that keeps on growing every year. This can be seen from the improvement in the industry itself that grows around 6.7% each year during the period of 2012-2022. Other than that, this industry also contribute 18% to Indonesia GDP in 2022. Amongst the categories existing in food and beverage industry rice bowl has become one of the common food categories. Ricebowl itself has existed in Indonesia since 2004, and has started to raise in popularity in 2017 when salted egg based food are trending and it is usually being sold in a rice bowl concept. This trend was being brought by Eatlah, and ever since then other brands started to follow the trend.

Loco Moco is one of Hawaii's cuisines that fits well with Indonesian people's preferences in food. This can be said because the ingredient of Loco Moco is an ingredient that can be constantly found in other foods that commonly exist in Indonesia. Food ingredients such as beef patty, rice, and sunny side up egg can be commonly found in local foods or a well known western food. For the product, KAILUA's team has decided to serve this food in a rice bowl concept so that the product can be enjoyed a lot more easily and it can reach our target market which is students and workers that needs practicality when doing their daily activities especially during lunch break. For the sales of Loco Moco, we use Grabfood, Gofood, takeaway, and bazaar.

On 3rd of April, KAILUA's team finally made a grand opening that occurs on the period of 3rd - 9th April 2023 in KAILUA first location which is Zena at The Mozia for online order and takeaway order sales method. During the grand opening KAILUA's team also joined bazaar on 8th - 9th April 2023 to introduce KAILUA RICEBOWL brand and also to use one of our channel sales which is joining bazaar. KAILUA RICEBOWL offers three kind of flavor variations that has been through some research and tests. The grand opening itself goes as plan because it reaches KAILUA's team realistic target and it was proven through the existing sales. Four months after it's opening, KAILUA RICEBOWL manage to earn Rp. 26.260.500 in revenue with 17 months payback period. This shows that KAILUA is a worthy business to run.

Kata Kunci	:	<i>Rice bowl, Loco Moco, Food & Beverages industry trend, online order, takeaway order, bazaar</i>
Bidang Usaha	:	<i>Food and beverage</i>