

## Ringkasan Eksekutif

Bocadillo merupakan proyek bisnis yang diciptakan oleh kelompok kami sebagai prasyarat kelulusan studi kami di Prasetiya Mulya Business School. Pemilihan proyek ini dilandaskan dari beberapa analisa yang kami lakukan terhadap pasar yang ada di Jakarta, terutama dalam hal peluang dan karakteristik pasar.

Bocadillo merupakan penyedia makanan ringan khas Meksiko. Target pasar dari bisnis ini adalah remaja dan dewasa dalam batas umur 15-25 tahun yang berada dalam kelas ekonomi menengah serta memiliki karakteristik konsumen: *trend setter* dan *follower*.

Peneterasi pasar merupakan strategi awal yang kami gunakan. Untuk itu, produk yang ditawarkan oleh Bocadillo adalah Mexican Taco, Beef Enchilada, Chicken Burrito, dan Nachos. Untuk penciptaan menu dan standarisasi kualitas, kami belajar dengan sekolah masak ternama di Jakarta, yaitu *Chezlely Cooking School*. Selain itu, kami juga melibatkan konsumen melalui survei untuk mendapatkan masukan dari calon target pasar kami.

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, Bocadillo memulai bisnisnya sebagai suatu penyedia makanan Meksiko yang bergerak dari satu acara ke acara lain yang berada di Jabodetabek. Namun, seiring dengan meningkatnya kemampuan produksi, respon positif, dan besarnya peluang yang ada, kami memutuskan untuk membuka gerai tetap. Untuk memilih tempat yang sesuai, kami selalu melakukan analisa kompetitor dari beberapa aspek seperti: persaingan pasar, persaingan harga, dan persaingan kegiatan promosi.

Kami berencana untuk mengembangkan bisnis ini dengan membuka beberapa cabang di tahun kedepannya. Ada beberapa tempat yang telah kami rencanakan: Pantai Indah Kapuk, Emporium Pluit Mall, Sumarecon Mall Serpong, dan Senayan City. Pemilihan tempat disesuaikan dengan target pasar yang telah kami tetapkan. Pengembangan ini sejalan dengan visi kami yaitu menjadi penyedia makanan Meksiko ternama di daerah Jabodetabek. Rencana pengembangan ini meliputi rencana pemasaran dan rencana operasional yang telah disusun setiap tahunnya. Untuk menyusunnya, kami menggunakan konsep seperti analisa SWOT dan 4P.

Kami memiliki tujuan bahwa Bocadillo harus dapat memberikan nilai kepada setiap pemegang saham khususnya dan *stakeholdernya* pada umumnya. Bagi pemegang saham, nilai yang diberikan berupa peningkatan profitabilitas bisnis ini. Kami menargetkan Bocadillo akan tumbuh 30-40% per tahunnya. Meningkatnya pertumbuhan bisnis akan menimbulkan peningkatan deviden yang dapat dibagikan. Kami telah melakukan uji kelayakan Bocadillo selama lima tahun dengan menggunakan tiga indikator: NPV, IRR, dan *Profitability Index* (PI). Dari masing-masing indikator, hasilnya adalah: Rp 210.764.360,00, 50%, dan 9,43. Hasil perhitungan dari indikator tersebut menandakan bahwa bisnis ini sangat layak untuk dijalankan. Bagi para *stakeholder*, kami berkomitmen untuk menjalankan bisnis sesuai dengan etika yang berlaku. Beberapa hal yang dapat kami lakukan adalah melakukan kegiatan sosial, memberikan kompensasi yang layak, dan memberikan kontribusi bagi lingkungan sekitar tempat kami beroperasi.

## Executive Summary

Bocadillo is a business project created as a prerequisite to graduate from Prasetiya Mulya Business School. This project was chosen based on analysis that has been conducted by us. We observed Jakarta, especially in the case of opportunities and consumer characteristics.

Bocadillo is Mexican snack food provider. Our target is young adults whose age is between 15-25 years old, middle income, and has trend-setter and follower consumer characteristics.

Our entry strategy is market penetration. Therefore we offer range of products such as: Mexican Taco, Beef enchilada, Chicken Burrito, and Nachos which is quite familiar to Indonesian people. In order to create the menu and to establish a standard for the product, we learn with an infamous cooking school in South Jakarta, Chezlely Cooking School. Besides that, we also involved our soon-to-be customer by doing survey and get their feedbacks.

At first, we started our business as a Mexican snack food that just base on event to event on Jabodetabek area. But, as our production capacity increases, good responses, and big opportunity awaits, we decided to open a permanent stand. To choose the most suitable area, we always analyze our competitors in terms of their competition, price, and their promotional activities.

We planned to expand our business by opening more stand for the years ahead. There already few places that we had planned: Pantai Indah Kapuk, Emporium Pluit Mall, Sumarecon Mall Serpong, and Senayan City. We choose these places based

on the target market that we had decided before. This plan is in line with our vision which is to be a well-known Mexican Food provider in the Jabodetabek area. This plan includes the marketing plan and the operational plan for each year. To do that, we used some business concept such as SWOT analysis and 4P.

Our goal is to deliver value to our shareholder's and to the stakeholder's. To the shareholder's, it is measured by increased in profitability. We plan that Bocadillo will grow 30-40% per year in terms of sales. With business grows, it means that shareholder's get more from dividend. Therefore, our ultimate goal for shareholder's is increase in dividend received. To test whether we should continue our plan or not, we used three indicators: NPV, IRR, and Profitability Index (PI). For each indicators, the results is: Rp 210.764.360,00, 50%, dan 9,43. The value of each indicators shown that this business is profitable. To our stakeholder's, we are fully committed to conduct business align with the good ethical behavior. For example, we will do social activities, give a proper compensation, and contribute well to our surroundings.