

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Majik Soda merupakan sebuah bisnis yang bergerak dalam industri *beverage* dengan segmentasi minuman bersoda. Keunggulan nilai yang ditawarkan oleh Majik Soda adalah produk minuman bersoda dengan kemasan botol kaca, terdiri dari tiga varian rasa yaitu: Bubble Gum, Sarsaparilla dan juga Black Mamba.

Menurut CNN (2020), kebiasaan nongkrong di luar rumah menjadi gaya hidup masyarakat Jakarta. Masyarakat mengunjungi restoran atau kafe untuk bersosialisasi dengan teman atau keluarga. Menurut BPS (2020) usaha minuman dan makanan yang ada di Jakarta dan Tangerang berjumlah 4.607 unit usaha. Hal ini membuka peluang bagi Majik Soda untuk menjual produk minuman bersoda melalui gerai makanan dan minuman dengan menjalin kemitraan. Dengan data permintaan pasar dan pengalaman menjalankan bisnis selama 3 bulan, asumsi potensi permintaan produk dalam 1 tahun adalah sebesar 61.771.464 botol.

Majik Soda menerapkan strategi *market penetration* dengan cara *sponsorship*, *discount* produk, dan promosi langsung melalui *sales representative*. Pada tahun pertama Majik Soda menetapkan target penjualan sebanyak 19.764 botol dan mendapatkan 58 mitra. Produk Majik Soda akan didistribusikan kepada konsumen akhir melalui *e-commerce* dan mitra.

*Business project* Majik Soda telah sampai saat ini sudah berhasil memperoleh 7 mitra dengan total penjualan sebanyak 606 botol. Selain itu Majik Soda telah melakukan kerja sama dengan penggiat otomotif dalam acara Sentul DragFest. Dengan penjualan dan jumlah mitra yang terus meningkat, Majik Soda diproyeksikan mencapai *payback period* selama 19 bulan bisnis beroperasi.

<b>Kata Kunci</b>	:	Industri Kuliner, Minuman Berpemanis, Minuman Berkarbonasi, Menyegarkan, Soda
<b>Bidang</b>		<i>Food and Beverages</i>

## EXECUTIVE SUMMARY

Majik Soda is a beverage business company that focuses on soft drinks. The value offered by Majik Soda is a glass bottled soft drink product, available in three flavors: Bubble Gum, Sarsaparilla and also Black Mamba.

According to the data obtained, hanging out outside is an aspect of life for the citizens of Jakarta (CNN, 2020). People visit restaurants or cafes to socialize with friends or family. Through an initial group survey of cafe and restaurant visitors, the drink menu at a number of restaurants and cafes has an unattractive and monotonous appearance. In Jakarta and Tangerang, there are currently around 4,607 beverage and food businesses (BPS, 2020). This opens opportunities for Majik Soda to sell soft drink products through food and beverage outlets by establishing partnerships. With market demand data and 3 months of business experience, it is assumed that the potential demand for the product in 1 year is 61.771.464 bottles.

Majik Soda uses sponsorship, product discounts, and direct promotions through sales representatives to implement a market penetration strategy. In the first year, Majik Soda set a sales target of 19.764 bottles and got 58 partners. Majik Soda products will be distributed to end consumers through e-commerce and partners.

Majik Soda has successfully obtained 7 partners with 606 bottle sales. Moreover, Majik Soda also teamed up with car activists for the Sentul DragFest event. With sales and the number of partners continuing to increase, Majik Soda is projected to achieve a payback period for 19 months of business operations.

<b>Keywords</b>	:	Culinary Industry, Sweetened Drinks, Carbonated Drinks, Refreshing, Soda.
<b>Field of Business</b>		<i>Food and Beverages</i>