

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Camilan (*snacking*) merupakan tren makanan yang cukup populer di Indonesia. Tren tersebut saat ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia. Salah satu kategori camilan yang populer adalah camilan asin dan *pastry*, khususnya yang termasuk makanan halal dan menargetkan masyarakat muda.

Salah satu permasalahan yang ditemukan dalam produk *pastry* yaitu adanya perbedaan preferensi antara harga dan rasa *pastry* di Eropa dan Asia. Konsumen menginginkan produk yang sesuai dengan lidah mereka, serta produk yang dapat dikonsumsi dengan mudah dan cepat. Selain itu, konsumen juga menyukai produk dengan tampilan dan kemasan cantik untuk dijadikan sebagai hadiah untuk orang lain.

ComeBaked menawarkan produk dengan ukuran *bite-sized*, cita rasa fusion Asia, dan kemasan yang menarik. ComeBaked menawarkan produk quiche dan egg tart yang awalnya terdiri dari 5 varian rasa, dan saat ini berkembang menjadi 6 varian rasa. *Range* harga yang disediakan bervariasi antara Rp11.000-Rp18.000 per produk dan Rp58.000-Rp99.000 per paket.

ComeBaked menargetkan pasar berusia 25-45 tahun dari kelas *middle to affluent* yang berdomisili di area Jakarta dan Tangerang Selatan. Selama periode penjualan, ComeBaked berhasil menjual lebih dari 7.582 item produk melalui tiga sarana utama saluran distribusi: *offline*, *online*, dan *food delivery application*. Secara finansial, ComeBaked layak dijalankan dikarenakan memiliki estimasi laba bersih pada Rp54.758.471,68 dan ROI sebesar 129,63% yang dapat tercapai pada bulan Februari 2024.

<b>Kata Kunci</b>	:	<i>Pastry, Camilan, Fusion, Bite-Sized, Quiche, ComeBaked</i>
<b>Bidang Usaha</b>	:	Makanan dan Minuman

## **EXECUTIVE SUMMARY**

*Snacks are a popular culinary trend in Indonesia. This trend has now become ingrained in the Indonesian people's lifestyle. Salty snacks and pastries are one of the most popular types of snacks, particularly those that have halal ingredients and are targeted to young people.*

*One of the major problems with pastry products is the gap in price and taste preference between Europe and Asia. Consumers prefer products that are both suitable to their taste and easy to consume. Furthermore, consumers desire products with appealing looks and packaging to be given as gifts to others.*

*ComeBaked provides items in bite-sized portions with Asian fusion flavours and attractive packaging. ComeBaked offers quiche and egg tarts in five different flavours, which have since expanded to six. The prices range from Rp11.000,00-Rp18.000,00 per product and from Rp58.000-Rp99,000 per package.*

*ComeBaked targets the moderate to upper-class 25-45 year-old market in Jakarta and South Tangerang. During the sales period, ComeBaked sold over 7,582 product items via three main distribution channels: offline, online, and food delivery applications. ComeBaked is financially viable since it has an expected net profit of IDR 54,758,471.68 and an ROI of 129.63% that can be achieved in February 2024.*

<b>Keywords</b>	:	<i>Pastry, Snacking, Fusion, Bite-Sized, Quiche, ComeBaked</i>
<b>Field of Business</b>	:	<i>Food and Beverage</i>