

RINGKASAN EKSEKUTIF

Melihat dari perkembangan waktu, ditemukan bahwa konsumsi masyarakat terhadap minuman seperti kopi dan teh terus mengalami peningkatan. Terlihat pula pola konsumsi masyarakat yang mengonsumsi camilan pendamping bersamaan dengan minumannya. Hal ini semakin diperkuat dengan penemuan industri camilan pendamping di Indonesia menunjukkan yang kinerja positif.

Dari peluang tersebut, terlihat permasalahan yang dialami masyarakat. Permasalahan ini timbul dari banyaknya masyarakat yang sulit menemukan camilan pendamping yang cocok dengan minuman mereka. Masyarakat menilai bahwa banyak camilan pendamping yang menimbulkan rasa yang kurang sesuai ketika dipadukan dengan minuman, juga tekstur yang kurang memuaskan. Melihat peluang dan permasalahan ini, Hoi Troops berinovasi untuk menciptakan variasi camilan pendamping yang fokus menghadirkan kecocokan dengan minuman konsumen.

Hoi Troops menargetkan pria dan wanita berusia 25-35 tahun, kelas sosial *middle to elite*, tinggal di Jakarta dan Tangerang Selatan, dan memiliki kebiasaan untuk mengonsumsi minuman dengan camilan. Menjadi perusahaan penyedia produk camilan pendamping minuman terbaik di Indonesia dengan menciptakan produk-produk inovatif dan terkemuka adalah visi dari perusahaan Hoi Troops.

Berdasarkan perencanaan beserta dengan realisasi keuangan Hoi Troops, didapatkan *payback period* pada bulan November 2023 dengan *accumulative cash flow* sebesar Rp23,484,724, ROE dan ROA sebesar 118,02%, serta *profit margin* sebesar 38,84%. Sejak diluncurkan pada 13 Maret 2023, Hoi Troops telah menjual lebih dari 4.300 *pieces* produk dengan total omzet sebesar Rp32.458.000,00. Selain itu, Hoi Troops juga melakukan kerja sama dengan 6 kafe dan 3 *reseller*.

Kata Kunci	:	Camilan Pendamping Minuman, Biskuit, Rasa, Variasi, Tampilan Kemasan
Bidang Usaha	:	<i>Food and Beverage</i>

EXECUTIVE SUMMARY

Examining the progression over time, it has been observed that there is a growing trend in the consumption of beverages such as coffee, tea, and milk. There is also a noticeable consumption pattern among the people who consume complementary snacks along with their beverage of choice. This observation is further strengthened by findings that showed a positive performance of the complementary snack industry in Indonesia.

This opportunity pinpoints a problem that is faced by society. Consumers struggle to find suitable complementary snacks to accompany their beverage. Two reasons include contrasting flavors when paired with drinks, as well as getting an unsatisfactory texture as a result. To address this gap, Hoi Troops has responded by innovating a range of complementary snacks specifically designed and made to create harmonious pairing with consumers' chosen beverages. Furthermore, Hoi Troops enhance its products by using attractive packaging that cater to preferences of the target market.

Hoi Troops targets middle to elite-class individuals, aged 25-35, residing in Jakarta and South Tangerang, who have a habit of consuming beverages with snacks. Becoming the leading provider of complementary snack products in Indonesia by offering innovative and prominent products is the company's vision.

Based on financial projections and actual performance, Hoi Troops achieved a payback period in November 2023 with an accumulative cash flow of Rp23,484,724, a return on equity (ROE) and return on assets (ROA) of 118,02%, and a profit margin of 38,84%. Since its launch on March 13, 2023, Hoi Troops has sold over 4.300 products, generating a total revenue of Rp32.458.000,00. Additionally, Hoi Troops has established partnerships with 6 cafes and 3 resellers.

Keywords	:	<i>Complementary Snack, Beverage, Biscuit, Taste, Variation, Packaging Appearance</i>
Field of Business	:	<i>Food and Beverage</i>