

## Ringkasan Eksekutif

Industri kuliner dinilai memiliki potensi yang sangat besar. Data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menyatakan industri ini telah menyumbang 41% atau sebesar Rp455,44 triliun dari total PDB ekonomi kreatif pada tahun 2020. Dalam industri ini, terdapat kecenderungan kuliner yang diminati oleh masyarakat Indonesia yakni kuliner Indonesia pada posisi pertama, Amerika dan Eropa di posisi kedua, China di posisi ketiga, dan Jepang di posisi keempat (BPS, 2016-2020). Melihat potensi serta kapital yang dimiliki, Tentori kemudian melakukan survey kepada masyarakat Cirebon dan mendapatkan bahwa kota tersebut sangat antusias terhadap makanan Jepang terutama yakitori, yang merupakan salah satu konsep yang ditawarkan.

Berdasar potensi dan validasi yang telah dimiliki, Tentori kemudian mencoba memaksimalkan hal ini dengan menawarkan produk Yakitori (sate khas Jepang) yang dipadukan secara fusion dengan sambal khas Indonesia dengan tujuan untuk memberikan produk makanan berkualitas serta memberikan pengalaman berbeda yang unik bagi konsumen. Dimana selain produknya sendiri, adapun target pasar yang dituju oleh Tentori yaitu pria dan wanita berusia 15-40 tahun yang berdomisili di Cirebon dan merupakan bagian dari kelas sosial *middle* dan *upper-middle* dengan tipikal psikografis *experiencers*. Dengan harga produk yang ditawarkan pada kisaran Rp4,000 hingga Rp29,000, Tentori sendiri memiliki potensi permintaan hingga 53,252 produk.

Selama 3 bulan berjalan, Tentori sendiri memperoleh hasil yang cukup baik. Dimana dengan hasil kerja yang dilakukan oleh seluruh aspek di dalam tim, Tentori telah menjual sebanyak 5.328 units, yang mana hasil ini telah melampaui hasil yang sebelumnya di proyeksikan oleh Tentori sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa Tentori sendiri diterima dengan sangat baik oleh *target market* yang berdomisili di Cirebon. Selama satu tahun ke depan, Tentori sendiri akan menggunakan strategi penetrasi pasar untuk menjangkau lebih banyak konsumen khususnya yang berada di Cirebon dan Jawa Barat.

<b>Kata Kunci</b>	:	Jajanan Kaki Lima, Yakitori, Cirebon, Corak Jepang Nusantara, Terjangkau
<b>Bidang Usaha</b>	:	<i>Food and Beverage</i>

## Executive Summary

The culinary industry is considered to have tremendous potential. Data from the Ministry of Tourism and Creative Economy states that this industry contributed 41% or Rp455.44 trillion of the total creative economy GDP in 2020. Within this industry, there is a culinary trend favored by the Indonesian people, with Indonesian cuisine ranking first, followed by American and European cuisine in second place, Chinese cuisine in third place, and Japanese cuisine in fourth place (BPS, 2016-2020). Recognizing the potential and capital it possesses, Tentori conducted a survey among the people of Cirebon and found that the city is very enthusiastic about Japanese cuisine, especially yakitori, which is one of the concepts offered.

Based on the potential and validation they have obtained, Tentori then seeks to maximize this opportunity by offering Yakitori (a traditional Japanese skewered dish) fused with Indonesian chili sauce. The goal is to provide quality food products and offer a unique dining experience to consumers. In addition to the product itself, Tentori's target market consists of men and women aged 15 to 40 years residing in Cirebon and belonging to the middle and upper-middle social class with the psychographic characteristic of being experiencers. With the offered product prices ranging from Rp4,000 to Rp29,000, Tentori has the potential demand for up to 53,252 products per year.

In the past three months, Tentori has achieved favorable results. With the collaborative efforts of the entire team, Tentori has sold 5,328 units, surpassing their initial projections. This indicates that Tentori has been well-received by the target market residing in Cirebon. Over the next year, Tentori plans to employ a Market Penetration strategy to reach more consumers, especially in Cirebon and West Java.

<b>Keywords</b>	:	Street Food, Yakitori, Cirebon, Japanese-Indonesian Fusion, Affordable
<b>Field of Business</b>	:	<i>Food and Beverage</i>