

RINGKASAN EKSEKUTIF

Dunia sedang dalam sebuah era globalisasi yang mempengaruhi aspek dari berbagai bidang kehidupan seperti politik, ekonomi, teknologi, sosial, lingkungan, budaya, dan sebagainya. Indonesia sebagai negara ke-4 terbesar dari segi populasi manusia tentu sangat berdampak dengan globalisasi. Hal ini bisa dilihat dari penggunaan produk luar negeri yang terus meningkat dan berpengaruh terhadap tingkah laku pola hidup masyarakat. Memanfaatkan momentum globalisasi, YABE! Yakitori mencoba untuk memperkenalkan makanan Jepang yang memiliki familiaritas dengan makanan Indonesia yaitu sate dengan bumbu khas Jepang.

Hasil riset kualitatif dan kuantitatif menunjukkan bahwa masyarakat di daerah Serpong memiliki kecenderungan untuk membeli makanan dari luar terutama *street food* karena dianggap lebih praktis ketimbang harus masak sendiri. Makanan Jepang bagi mereka adalah sebuah alternatif pilihan makanan apabila mereka merasa bosan dengan makanan yang sering kali mereka konsumsi. YABE! Yakitori hadir dengan konsep makanan yang praktis menyediakan sate khas Jepang yang cocok disantap sebagai makanan berat atau sebagai cemilan. Harga yang kelompok jual juga bisa dikatakan jauh lebih murah dibandingkan dengan *direct competitor* kami yang menjual produk yang sama.

Progres penjualan produk yakitori selama 5 bulan ini sebesar Rp40.692.700 dengan *gross profit* mencapai angka Rp22.462.972. Rata-rata peningkatan *net income* kami sebesar 5,74 persen setiap bulannya dengan peningkatan paling besar ada di Bulan Juli dengan angka 120,95 persen. Peningkatan signifikan ini diperoleh dengan menjalankan strategi yang kelompok peroleh dari penghitungan IFE dan EFE *Matrix* yang menunjukkan strategi yang harus kelompok lakukan adalah dengan melakukan *market penetration*. Upaya yang kelompok lakukan adalah dengan menambah *channel distribution* baru seperti menjual produk di kantin gereja, mengikuti bazar, dan meningkatkan pemasaran *influencer* mikro. *Payback period* dari YABE! Yakitori akan tercapai di bulan ke-13.

YABE! Yakitori sudah berjalan selama kurang lebih 5 bulan dengan berbagai pembelajaran dan permasalahan yang dipelajari. Pembelajaran utama yang

kelompok ambil adalah mengetahui realita sulitnya membuka bisnis dan cara memperoleh uang. Keluar dari zona nyaman menjadi salah satu aspek paling sulit baik dari awal membuka bisnis hingga strategi yang diambil. YABE! Yakitori sebagai kelompok mengambil banyak strategi yang sulit dan bertolak belakang dengan rutinitas yang sudah dijalankan sebelumnya seperti pindah ke lokasi baru dengan tingkat *traffic* yang lebih baik, membuka *channel distribution* baru (buka bazar, berjualan di gereja, *pre-order*, *online*, dan lain-lain). Banyak hal yang tidak direncanakan dan sebagai pemilik bisnis harus bisa mengambil peluang yang ada. Peluang-peluang yang muncul ditambah kemauan untuk melakukan dapat berdampak positif bagi bisnis terutama aspek penjualan produk.

Kata Kunci	Yakitori, Makanan Jalanan, Makanan Jepang, Harga Terjangkau, Praktis
Bidang Usaha	<i>Food and Beverage</i>

EXECUTIVE SUMMARY

The world is in an era of epidemics that affect aspects of various fields of life such as politics, economics, technology, social, environment, culture, and so on. Indonesia as the 4th largest country out of a myriad of human populations is of course greatly affected by globalisation. This can be seen from the use of foreign products which continues to increase and influences the behaviour of people's lifestyles. Taking advantage of the epidemic momentum, YABE! Yakitori tries to introduce Japanese food that has familiarity with Indonesian food, namely satay with Japanese spices.

The results of qualitative and quantitative research show that people in Serpong area have a tendency to buy food from outside, especially street food because they are considered more practical than having to cook it themselves. Japanese food for them is an alternative food choice if they feel bored with the food they often consume. YABE! Yakitori comes with a practical food concept that provides typical Japanese satay which is suitable to be eaten as a heavy meal or as a snack. The prices we sell can also be said to be much cheaper compared to our direct competitors who sell the same product.

The sales progress of yakitori products over the past 5 months amounted to IDR 40,692,700 with a gross profit of IDR 22,462,972. The average increase in our net income is 5.74 percent each month with the biggest increase in July at 120.95 percent. This significant increase was obtained by implementing the strategy that we obtained from calculating the IFE and EFE Matrix which shows the strategy we have to do is to do market penetration. Our efforts are to add new distribution channels such as selling products in the church canteen, participating in bazaars, and increasing micro-influencer marketing. Payback period for YABE! Yakitori will be reached in the 13th month.

YABE! Yakitori has been running for about 5 months with various lessons learned and problems learned. The main lesson that we take is knowing the reality of the difficulty of opening a business and how to earn money. Getting out of your comfort zone is one of the most difficult aspects, from the start of opening a

business to the strategy you take. YABE! Yakitori as a group took many strategies that were difficult and contrary to previous routines such as moving to a new location with a better level of traffic, opening a new distribution channel (opening a bazaar, selling at church, pre-order, online, etc.). Many things are unplanned and as a business owner you have to be able to take the opportunities that exist. Opportunities that arise plus the willingness to do so can have a positive impact on the business, especially in terms of product sales.

Keywords	<i>Yakitori, Street Food, Japanese Food, Affordable Price, and Practical</i>
Field of Business	<i>Food and Beverage</i>

