

RINGKASAN EKSEKUTIF

Berdasarkan data dari Mondelez International, mengonsumsi camilan merupakan kebiasaan sehari-hari masyarakat Indonesia. Selain itu, menurut data dari Databoks, pisang goreng juga merupakan salah satu jenis gorengan yang digemari oleh masyarakat Indonesia. Melihat adanya peluang ini, Pisang Cuy! memutuskan untuk mencari kesempatan dalam industri tersebut dengan mengidentifikasi dan menyelesaikan permasalahan yang dihadapi konsumen saat mengonsumsi camilan pisang dengan menawarkan produk camilan pisang dalam dua ukuran; *Bite Size* dan *Big Bites*, dimana *Bite Size* terinspirasi dari makanan khas Italia dan *Big Bites* merupakan pisang goreng lokal dengan tambahan nilai.

Produk yang Pisang Cuy! tawarkan memiliki beberapa nilai-nilai yang berangkat dari keluhan dan harapan konsumen, termasuk kerenyahan yang tahan lama, camilan yang rendah minyak, serta dapat dikustomisasi dengan berbagai pilihan *fillings* dan *toppings* yang unik dan modern. Produk Pisang Cuy! disajikan dengan kemasan yang praktis dan inovatif, dimana kemasan juga memiliki fitur anti-minyak sehingga tidak mudah kotor dan cocok untuk menemani konsumen dalam bekerja dan mudah untuk dibawa ke mana saja. Target konsumen Pisang Cuy! adalah pria dan wanita berusia 20-39 tahun yang tinggal di daerah Jakarta dan Tangerang (Kab. Tangerang, Kota Tangerang, Kota Tangerang Selatan) serta memiliki rata-rata pengeluaran > Rp 1.200.000 per bulan.

Harga produk Pisang Cuy! juga ditetapkan lebih murah dibandingkan para kompetitor serupa. Pisang Cuy! menetapkan harga kisaran Rp 7.000-Rp 50.000, harga tersebut bergantung pada varian produk serta ukuran porsi yang terbagi atas *personal*, *sharing*, dan *family pack*.

Kata Kunci	:	Camilan pisang, renyah, rendah minyak, terjangkau, aneka topping
Bidang Usaha	:	Makanan dan Minuman

EXECUTIVE SUMMARY

Based on data from Mondelez International, consuming snacks represents a daily habit for Indonesians. Apart from that, according to data from Databoks, fried bananas is also a type of fried food that is widely popular among Indonesians. Seeing this opportunity, Pisang Cuy! decided to take a chance in this industry by identifying and solving problems faced by consumers when consuming banana snacks by offering banana snack products in two sizes; Bite Size and Big Bites, where in Bite Size is an Italian inspired snack, and Big Bites is a local fried banana with added value inspired.

The product that Pisang Cuy! offers possess several values that are based on the problems consumers face along with their expectations, which includes a long-lasting crunch, low-oil snacks, and can be customized with a variety of unique and modern choices of fillings and toppings. Pisang Cuy!'s products are served in practical and innovative packaging, where the packaging also has an anti-oil feature so it does not get greasy easily, suitable to accompany consumers at work and is easy to carry anywhere. Pisang Cuy!'s targeted consumers are men and women aged 20-39 years who live in Jakarta and Tangerang (Tangerang Regency, Tangerang City, South Tangerang City) and have an average expenditure of > Rp 1.200.000 per month.

Pisang Cuy! sets their prices to be cheaper than their direct competitors. Having a price range of Rp 7.000-Rp 50.000, varying upon the product variants and portion sizes which come in personal, sharing and family packs.

Keywords	:	Banana snacks, crunchy, less oily, affordable, various toppings
Field of Business	:	Food and Beverage