

RINGKASAN EKSEKUTIF

TAGOO adalah usaha kuliner yang menawarkan *dessert sago* dengan lima varian rasa buah yang segar: mangga, alpukat, stroberi, jambu, dan melon. Peluang bisnis ini muncul dari gaya hidup masyarakat Indonesia yang suka mengonsumsi makanan dan minuman manis, namun banyaknya konsumsi makanan dan minuman manis di Indonesia, tidak diimbangi dengan asupan serat dari buah-buahan. Dengan menggunakan buah sebagai bahan baku utama, TAGOO menjamin *freshness* sebagai nilai tambah utama produknya, serta variasi buah untuk mengatasi kebosanan konsumen terhadap penggunaan buah pada *dessert sago* yang monoton.

Sasaran konsumen TAGOO adalah perempuan berusia 17-45 tahun yang tinggal di Tangerang, dengan kelas sosial SES A1, A2, B, dan C1. Segmentasi ini dipilih karena mereka cenderung mengutamakan rasa, harga, dan kualitas dalam memilih *dessert*. TAGOO menawarkan *fruit dessert sago* dengan berbagai *topping*, yaitu *puree* buah, jeli, nata de coco, sagu mutiara, susu, potongan buah, dan biji selasih. *Range* harga yang disediakan bervariasi, antara Rp 28.000 untuk konsep *to-go* kemasan 200 ml dan Rp 96.000 - Rp 136.000 per paket untuk konsep *hampers* kemasan 300 ml.

Selama periode penjualan, TAGOO berhasil menjual 3016 cup, dengan varian mangga, stroberi, dan alpukat menjadi varian favorit konsumen. TAGOO akan mencapai *payback period* dalam kurun waktu kurang dari 1 tahun.

Kata Kunci	:	Makanan Penutup, Buah, <i>Fruit Sago Dessert</i> , Sagu Mutiara, TAGOO
Bidang Usaha	:	Makanan dan Minuman

EXECUTIVE SUMMARY

TAGOO is a culinary business that offers sago desserts with five fresh fruit flavors: mango, avocado, strawberry, guava, and melon. This business opportunity arises from the Indonesian lifestyle that loves consuming sweet foods and drinks. However, the high consumption of sweet foods and drinks in Indonesia is not balanced with the intake of fiber from fruits. By using fruit as the main ingredient, TAGOO ensures freshness as the main added value of its products, and offers fruit variations to address consumer boredom with the monotonous use of fruit in sago desserts.

TAGOO's target consumers are women aged 17-45 years living in Tangerang, with social classes SES A1, A2, B, and C1. This segmentation is chosen because they tend to prioritize taste, price, and quality when choosing desserts. TAGOO offers fruit sago desserts with various toppings such as fruit puree, jelly, nata de coco, pearl sago, milk, fruit pieces, and basil seeds. The price range varies between Rp 28,000 for a 200 ml to-go concept and Rp 96,000 - Rp 136,000 per package for a 300 ml hamper concept.

During the sales period, TAGOO successfully sold 3016 cups, with the mango, strawberry, and avocado variant becoming the consumer favorite. TAGOO is estimated to achieve a payback period within less than 1 year.

Keywords	:	Dessert, Fruit, Fruit Sago Dessert, Pearl Sago, TAGOO
Field of Business	:	Food and Beverage