

RINGKASAN EKSEKUTIF

Pada riset pasar yang dilakukan pada periode analisa pasar, 274 responden (74.8%) dari 366 responden tertarik dengan minuman berbahan dasar rempah. Dalam survei, mayoritas responden rela mengeluarkan Rp31,000 sampai Rp50,000. Variabel-variabel yang paling mempengaruhi konsumen dalam membeli produk minuman adalah rasa, kualitas, dan harga.

Ide ini dikembangkan karena ditemukannya prospek dari industri *food and beverage* (F&B) yang kian meningkat setiap tahunnya. Permintaan dan pengeluaran masyarakat Indonesia cenderung terus meningkat dalam industri F&B. Varian minuman yang disajikan Pandawa merupakan minuman Nusantara dengan sentuhan modern seperti Bir Pletok, Asam Jawa Jeruk Nipis (AJJN), Kopi Tarik Aceh, dan Teh Kampul Solo merupakan varian final yang dikeluarkan atas dasar saran *expert* serta permintaan konsumen. Harga yang ditawarkan juga sangat kompetitif, sehingga konsumen dapat menerima barang dengan kualitas tinggi dengan harga yang *affordable*. *Target* pasar dari Pandawa adalah pada strata ekonomi menengah sampai menengah keatas. Minuman Pandawa dijual dengan harga mulai dari Rp21,000 sampai Rp23,000.

Dengan harapan minuman khas Indonesia dapat dilestarikan dan dikenal kembali, kehadiran produk Pandawa dapat menjadi salah-satu sarana untuk mewujudkan hal tersebut. Terlebih lagi, riset pasar membuktikan bahwa rasa dan kualitas adalah faktor paling penting yang mempengaruhi minat konsumen. Hal tersebut membuka peluang bersaing kepada Pandawa yang menyesuaikan rasanya dengan lidah masyarakat dan selalu mengutamakan kualitas bahan.

Kata Kunci	:	Minuman, Indonesia, khas, rempah, dan modernisasi.
Bidang Usaha	:	Makanan dan minuman

EXECUTIVE SUMMARY

In the market research conducted during the market analysis period, 274 respondents (74.8%) out of 366 expressed interest in beverages made from spices. The survey indicated that the majority of respondents are willing to spend between Rp31,000 and Rp50,000. The primary factors influencing customers in purchasing beverage products are taste, quality, and price.

This concept has been developed due to the growing prospects in the food and beverage (F&B) industry, which continues to rise annually. The demand and expenditure of Indonesian consumers in the F&B sector are consistently increasing. The beverage variants offered by Pandawa include traditional Indonesian drinks with a modern twist, such as Bir Pletok, Asam Jawa Jeruk Nipis (AJJN), Kopi Tarik Aceh, and Teh Kampul Solo. These final variants were introduced based on expert recommendations and customer requests. The offered prices are also highly competitive, allowing customers to receive high-quality products at affordable prices. Pandawa's general target market is everyone in the middle economic class. Pandawa drinks are sold at different prices depending on the chosen flavour, ranging from Rp21,000 to Rp23,000.

With the aim of preserving and reviving traditional Indonesian beverages, Pandawa's products can serve as a means to achieve this goal. Moreover, market research has demonstrated that taste and quality are the most critical factors influencing customer interest. This presents a competitive opportunity for Pandawa to cater to local preferences while always prioritizing the quality of ingredients.

Keywords	:	Drinks, Indonesian, traditional, spices, and modernization
Field of Business	:	Food and beverages