

PENGEMBANGAN BISNIS *SANDWICH* RENYAH TIC.TOASTY

INTISARI

Oleh:

ANGELA DWI KINANTI DANIARTA

20/456858/TP/12766

Perkembangan media sosial tidak hanya mengubah pola konsumsi masyarakat, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap kesadaran akan pentingnya makanan bergizi yang lebih sehat, praktis, dan lezat. Dengan adanya akses mudah terhadap konten-konten edukatif dan inspiratif di media sosial, kesadaran akan pentingnya memilih makanan yang sehat bagi tubuh semakin meningkat. Namun, meskipun kesadaran akan pentingnya makanan bergizi meningkat, *trend* makanan dari luar negeri juga berdampak pada peningkatan harga. Hal ini membuat makanan berkualitas lebih mahal, sehingga hanya kalangan tertentu yang dapat menikmatinya. Mengamati kondisi ini, muncul peluang untuk menciptakan ide produk inovasi *sandwich*. Selain karena praktis untuk dimakan dan dibawa, *sandwich* juga mudah disesuaikan dengan selera konsumen.

Tic.toasty merupakan salah satu inovasi *sandwich* yang diposisikan sebagai produk transisi bagi siapa saja yang ingin bergerak dari gaya hidup tidak sehat menuju gaya hidup lebih sehat. Dengan membawa misi di setiap produknya, yaitu "Tic.toasty, tastier, healthtier", harapannya mampu menyajikan produk yang tak hanya lengkap, tetapi juga praktis, terjangkau, dan memiliki rasa yang nikmat dengan tetap memperhatikan nilai gizi. Produk pertama Tic.toasty adalah *sandwich* dengan inovasi roti yang dipanggang hingga tipis dan renyah sehingga menciptakan pengalaman makan yang unik bagi konsumen. Terdapat perbedaan antara rencana model bisnis Tic.toasty dengan realisasinya sehingga dilakukan evaluasi dari segi pemasaran, operasional, dan keuangan. Berdasarkan analisis kelayak usaha, payback period Tic.toasty pada 0,74 tahun; NPV Rp 197.013.478,39 dan IRR 44%.

Kata kunci: *sandwich*, inovasi, evaluasi bisnis, evaluasi kelayakan usaha, pemasaran, operasional

PENGEMBANGAN BISNIS *SANDWICH* RENYAH TIC.TOASTY

ABSTRACT

By:

ANGELA DWI KINANTI DANIARTA

20/456858/TP/12766

The development of social media not only alters societal consumption patterns but also has a positive impact on awareness regarding the importance of healthier, practical, and delicious nutritious food. With easy access to educational and inspirational content on social media platforms, awareness of the significance of selecting healthy foods for the body is increasing. However, despite the growing awareness of the importance of nutritious foods, the trend of foreign cuisines also contributes to price increases. This makes quality foods more expensive, thus limiting access primarily to certain demographics. Recognizing this situation, an opportunity arises to create a *sandwich* innovation product. Besides being convenient to eat and carry, *sandwiches* are easily adaptable to consumer preferences.

Tic.toasty is one such *sandwich* innovation positioned as a transitional product for anyone transitioning from an unhealthy lifestyle to a healthier one. With a mission embedded in each product, namely "Tic.toasty, tastier, healthtier," the aim is to offer products that are not only comprehensive but also practical, affordable, and delicious while maintaining nutritional value. The flagship product of Tic.toasty is a *sandwich* featuring innovative thinly sliced and crispy baked bread, providing a unique eating experience for consumers. There are disparities between the business model plan of Tic.toasty and its realization, necessitating evaluations in marketing, operations, and finance. Based on the feasibility analysis, Tic.toasty's payback period is projected to be 0,74 years; NPV amounting to Rp197.013.478,39 and IRR 44%.

Keywords: *sandwich*, innovation, business evaluation, feasibility analysis, marketing, operations.