

Kelompok - 6

FAUSTINA SARI KURNIAWAN	23102010044
HILLARY DEBORA MESIANIK	23102010029
MICHAEL MAX WILLIAM	23102010074
VANESSA SUWANDI	23101810044
YELIANA	23102010001

TACO-YA

Best Nori Taco in Town



1

PROBLEM 1

Sulit dijangkau karena tidak dekat dengan vegetarian dan sulit menikmati makanan yang ada seperti orang-orang pada umumnya

2

PROBLEM 2

Kurangnya variasi makanan yang tidak berbahan dasar hewani & cocok untuk masyarakat vegetarian.

3

PROBLEM 3

Kebanyakan makanan vegetarian yang beredar memiliki harga yang cukup mahal dan tidak dapat dijangkau oleh semua kalangan.

1

SOLUTION 1

Taco-ya, makanan on-the-go yang berkualitas, variatif dan mudah dijangkau.

2

SOLUTION 2

Taco-ya adalah jenis taco berbahan dasar nabati.

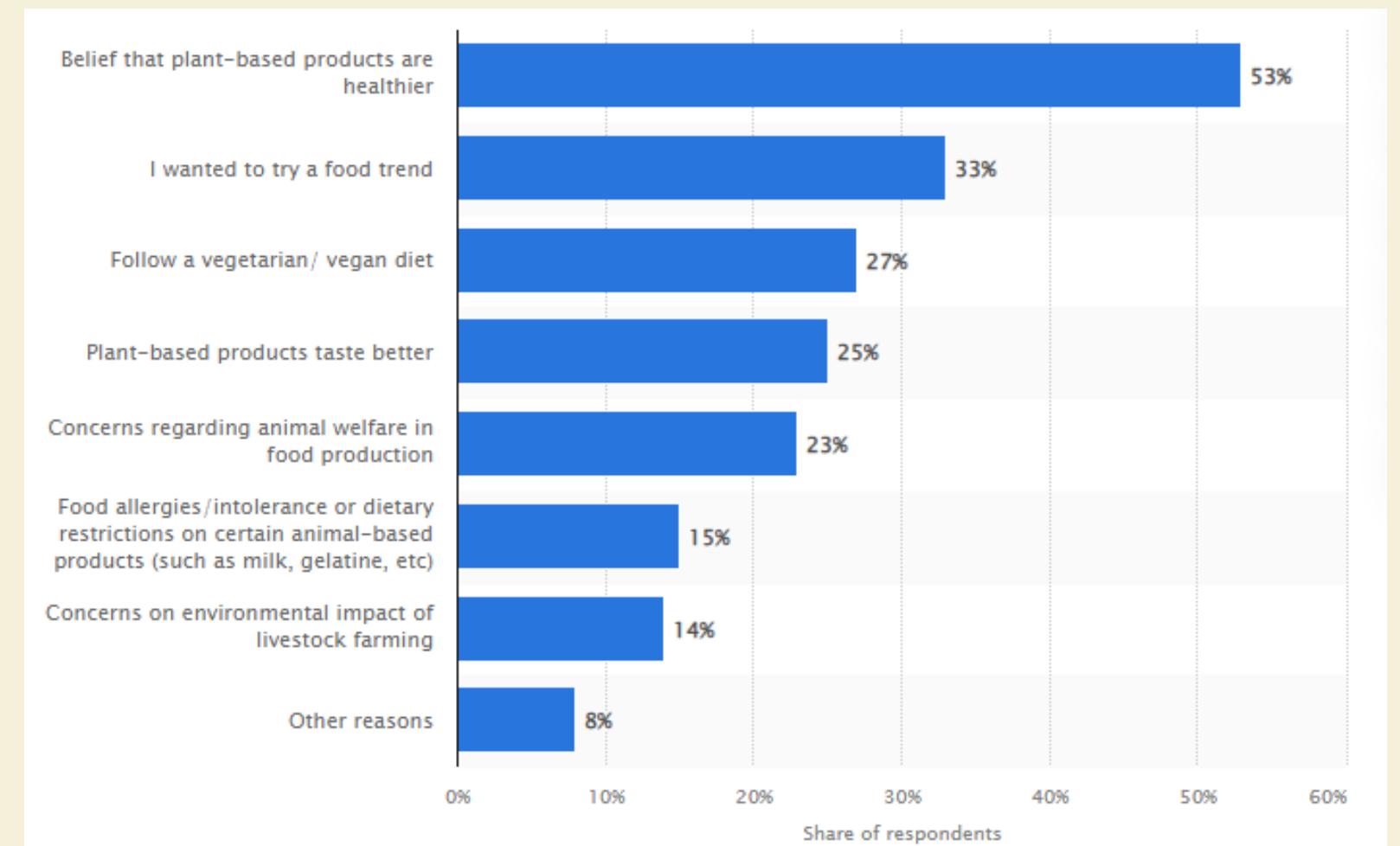
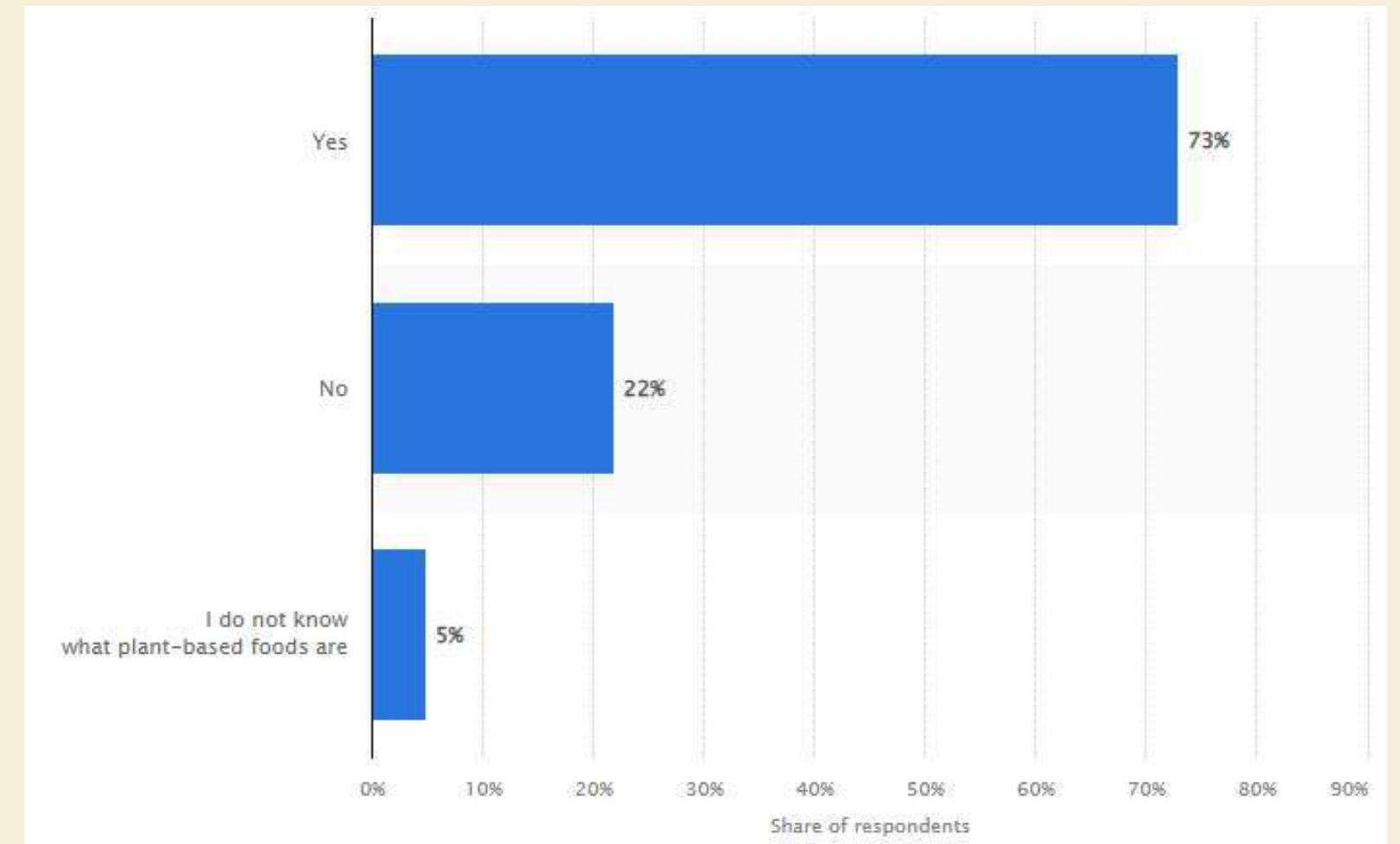
3

SOLUTION 3

Taco-ya memiliki harga yang relatif murah.

MARKET VALIDATION

Berdasarkan data pada Bulan November 2021, **73% responden** menyatakan bahwa sudah **beralih ke *plant based*** dan **53%** diantaranya **percaya** bahwa **makanan *plant based* lebih sehat.**



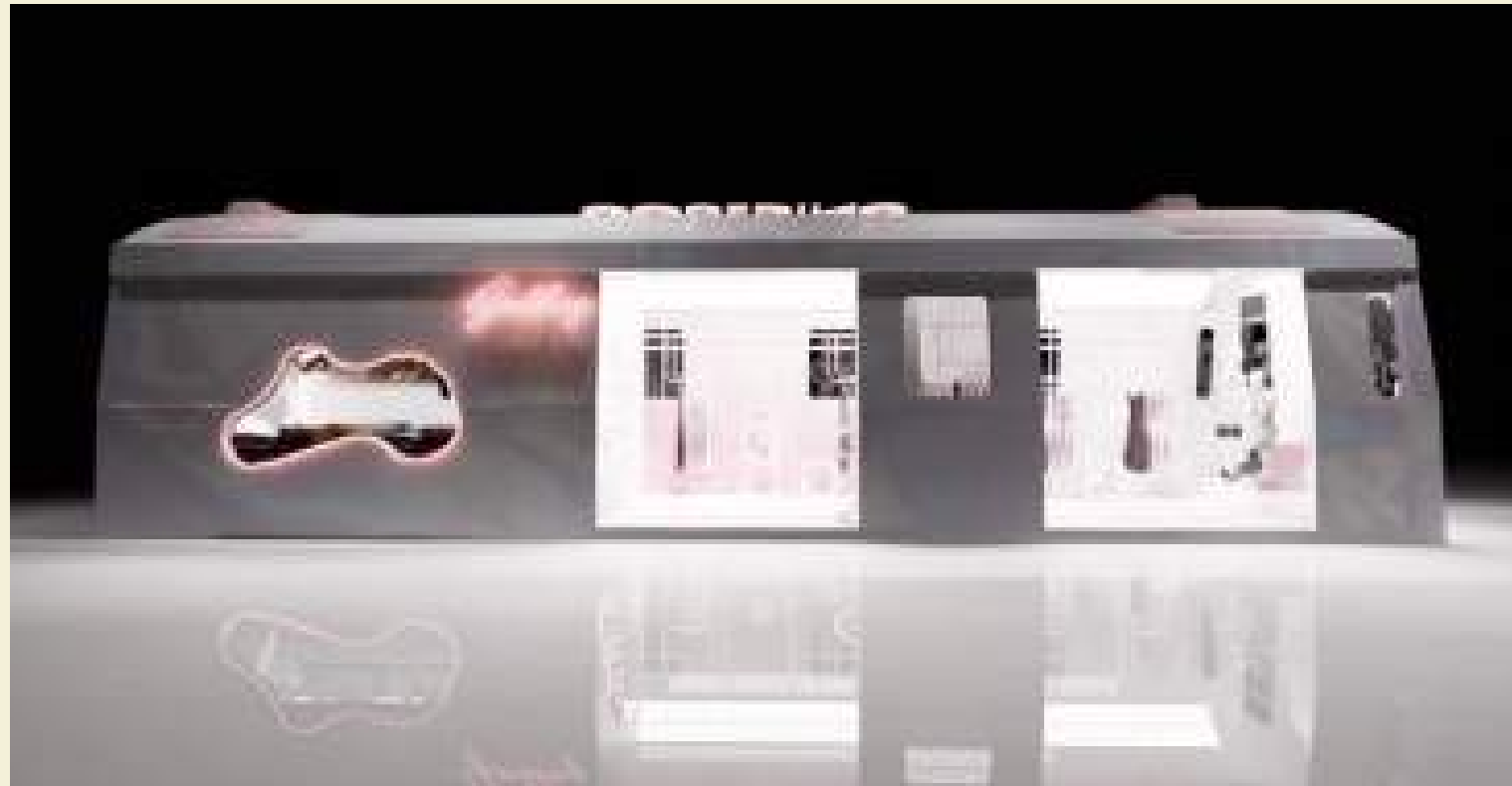


TARGET MARKET

AGE GROUP : Millenials dan Gen Z

INCOME LEVEL : Low to Middle

LIFE STYLE : Masyarakat vegetarian



OUR PRODUCT

TACO-YA





Pada area kitchen ini menggunakan konsep seperti toko ice cream



Bagian bar ini akan menyediakan berbagai macam varian isi yang dibutuhkan oleh vegetarian dengan fusion dari berbagai negara

Pada area tempat duduk menggunakan konsep seperti tempat duduk pada MRT/ kereta



KONSEP DALAM MRT

01

Key Partners

Who are our suppliers and partners?

Food Merchant (GoFood, GrabFood, Traveloka Eats, Shopee Food)

Influencer Partnership

Packaging Vendor

Ingredients Supplier

Catering Business

02

Key Activities

What are the key activities our value propositions require?

Production

Quality Control

Marketing

Selling

Inovating - Developing

03

Key Resources

To satisfy our customers, what are the key resources we need?

Investor

Distribution network, manufacturing facilities

Human - Staff

04

Value Proportions

What value do we deliver to our customers?

Homemade ingredients

Filling udang homemade yang terbuat dari sayuran

Semua bahan 99,99% berbahan dasar nabati

Rasa makanan yang 99,99% menyerupai aslinya

Konsumen dapat memilih isi sesuai kebutuhan vegetarian

Penyajian cepat dan waktu penjualan di jam krusial (05.00-21.00)

05

Customer Relationships

What type of relationship does each segment of customers expect?

Promo Menarik

Komunikasi yang baik dan aktif oleh penjual

Co-creation (Feedback)

06

Channels

How do we reach each of our customer segments?

Channeling & Marketing melalui social media

Online campaign

Online Shop & Offline Store

07

Customer Segments

For whom are we creating value?

Vegetarian

Vegetarian yang dapat menikmati makanan yang ada seperti orang pada umumnya

08

Cost Structure

In our business model, what are the most important costs?

Fixed Cost:

Employees, Biaya Sewa Tempat, Marketing, Social Media Ads

Variable Cost:

Operational Expenses, Raw Material

09

Revenue Streams

What value are our customers willing to pay for?

Penjualan Produk

COMPETITIVE ADVANTAGES

ADVANTAGE 1

Isi yang variatif sehingga konsumen dapat memilih isi sesuai kebutuhan vegetarian

ADVANTAGE 2

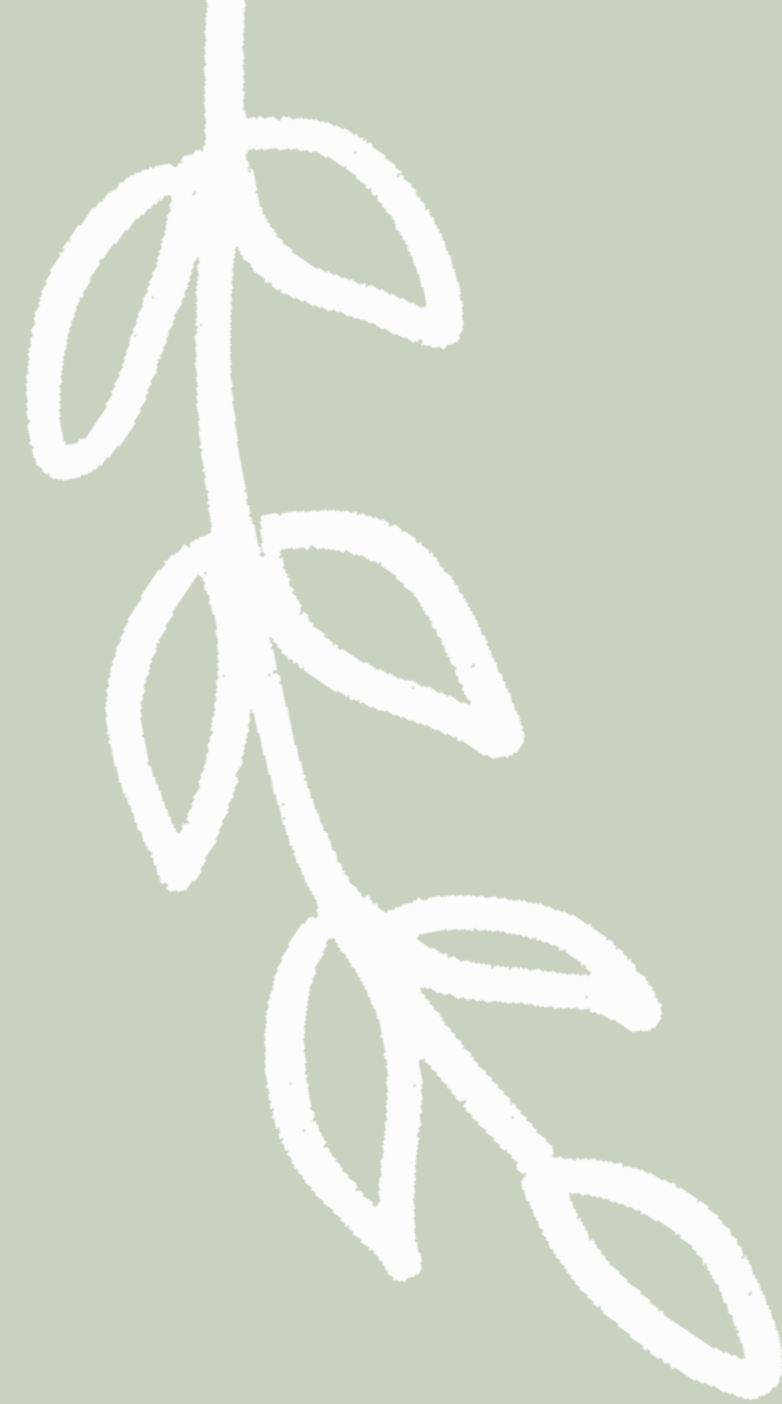
Makanan cepat saji & waktu penjualan di jam krusial (05.00-21.00)

ADVANTAGE 3

Berbahan dasar 99% nabati dengan rasa yang 99% menyerupai aslinya (yang teruji oleh non vegetarian & vegetarian)

ADVANTAGE 4

Outlet yang berada di sekitar area vegetarian (gym, fitness center, rumah ibadah)



FINANCIAL PLANNING

Fixed Cost	Price
Biaya Transportasi	Rp1,000,000.00
Biaya sewa, air, listrik, telepon	Rp3,000,000.00
Biaya Gaji	Rp4,000,000.00
Total Fixed Cost	Rp8,000,000.00

Variable Cost	Price
King Oyster Mushroom	Rp4,000.00
Old Bay Seasoning	Rp500.00
Nori	Rp1,750.00
Tepung Tempura	Rp200.00
Vegan Butter	Rp500.00
Nasi	Rp2,000.00
Sauce	Rp500.00
Packaging	Rp1,500.00
Sticker	Rp100.00
Plastik	Rp100.00
Total Variable Cost	Rp11,150.00

	1 Bulan	1 Tahun
Total Variable Cost	Rp6,690,000	Rp80,280,000
Total Fixed Cost	Rp8,000,000	Rp96,000,000
Total Cost		Rp176,280,000
Revenue	1 Bulan (600 Unit)	1 Tahun
	Rp18,000,000	Rp216,000,000
Profit	Rp39,720,000	

Break Even Point

$$BEP = FC / P - VC$$

$$BEP = Rp8.000.000 / (Rp 30.000 - Rp11.150)$$

$$BEP = 424.4 = 425 \text{ unit}$$

Year	1	2	3	4	5
Revenue	Rp216,000,000	Rp288,000,000	Rp360,000,000	Rp432,000,000	Rp504,000,000
COGS	Rp176,280,000	Rp203,040,000	Rp229,800,000	Rp256,560,000	Rp283,320,000
Gross Profit	Rp39,720,000	Rp84,960,000	Rp130,200,000	Rp175,440,000	Rp220,680,000
Expenses					
Marketing Expenses	Rp36,000,000	Rp36,000,000	Rp36,000,000	Rp36,000,000	Rp36,000,000
General & Admin Expenses	Rp150,000,000	Rp50,000,000	Rp50,000,000	Rp50,000,000	Rp50,000,000
Total Expenses	Rp186,000,000	Rp86,000,000	Rp86,000,000	Rp86,000,000	Rp86,000,000
Operating Income	-Rp146,280,000	-Rp1,040,000	Rp44,200,000	Rp89,440,000	Rp134,680,000
Tax	Rp14,628,000	Rp104,000	Rp4,420,000	Rp8,944,000	Rp13,468,000
Net Income	-Rp160,908,000	-Rp1,144,000	Rp39,780,000	Rp80,496,000	Rp121,212,000

FINANCIAL PROJECTION



**TERIMA
KASIH**

