

ABSTRACT

Little-O adalah sebuah kafe donat yang menawarkan berbagai macam donat khususnya donat dengan *topping* yang berbeda. Selain *topping*, **Little-O** membuat bahan dasar donat dari kentang dan tepung sehingga memberikan rasa kenyang yang lebih dibandingkan dengan donat biasa. Donat ini disajikan sebagai pengganti makan pagi dan siang pada umumnya. Untuk *toppingnya*, **Little-O** menyediakan *topping* daging sapi, daging ayam, telur dan salami. Dengan ini, pelanggan dapat menikmati donat sebagai makanan yang baru. Peluang ini ditujukan untuk dapat menarik pembeli mengkonsumsi makanan yang siap saji dan enak.

Selain itu, target pasar **Little-O** adalah anak-anak muda yang menyukai makanan baru di kafe. **Little-O** memilih target pasar ini karena sekarang ini banyak anak-anak muda yang suka pergi bersama dengan teman-temannya untuk makan atau jalan-jalan. Harga yang ditawarkan juga untuk menjangkau anak-anak muda.

Untuk memperkenalkan **Little-O** di kalangan umum, **Little-O** mempromosikan produknya dengan iklan di *flyer*, *banner* dan Bandung Infomedia. Selain iklan, **Little-O** memberikan potongan 10% untuk satu bulan pertama pada waktu *soft opening*.

Little-O terletak di Jalan Westhoff 1 Bandung. Pemilihan ini dikarenakan lokasinya yang dekat dengan Istana Plaza, Badan Pendidikan Kristen Penabur 1, dan LPP Ariyanti yang adalah target pasar dari **Little-O**.

Dalam hal keuangan, **Little-O** dapat mencapai *payback period* dalam waktu 7 bulan. Selain itu, *net present value* menunjukkan angka lebih dari nol yang artinya bisnis ini layak dijalankan.

EXECUTIVE SUMMARY

Nowadays, food business is very profitable because people consume food everyday. In Bandung, there are a lot of various foods that people want to try. Therefore, the existence of **Little-O** in Bandung can add one culinary tourism destination for people in Bandung especially for teenagers. In this case, **Little-O** is a donut cafe that offers various donuts not only as a snack but also as a meal.

Little-O offers a special kind of donut that is potato donut. This is a new kind of donut which we make especially for people who want to have a big breakfast or lunch. Potato donut uses potatoes and flour as the ingredients. The toppings are quite different from other donuts, such as beef, chicken, and salami, that make eating donuts more enjoyable; besides, they make people more full as well. As a result, the taste gives an unforgettable experience compared to eating just common donuts.

To attract the consumers, **Little-O** uses advertisement through flyers, banners, and Bandung Infomedia in such an eye-catching way so people can be introduced to **Little-O**'s products. Furthermore, **Little-O** gives 10% discount in its soft opening to everyone who buys **Little-O**'s products. It is expected that the promotion program will attract consumers to come, which will give good profit for **Little-O**'s financial. Surprisingly, the payback period is no more than one year which is exactly 6 months 30 days, which proves that this business is really worth running.

TABLE OF CONTENTS

TITLE PAGE	i
DECLARATION OF ORIGINALITY	ii
FRONT COVER OF THE BUSINESS PLAN	iii
APPROVAL PAGE	iv
TABLE OF CONTENT	v
ABSTRACT	vi
EXECUTIVE SUMMARY	vii
CHAPTER I. THE BACKGROUND.....	1-4
CHAPTER II. MARKETING ASPECT.....	5-12
CHAPTER III. OPERATIONAL ASPECT.....	13-17
CHAPTER IV.HUMAN RESOURCES ASPECT.....	18-23
CHAPTER V. FINANCIAL ASPECT.....	24-30
BIBLIOGRAPHY	
APPENDIXES :	
1. Little-O flyer	
2. Little-O Banner	
3. Little-O Packaging	
4. Little-O Products	
5. Calculation of cash flow	
6. Calculation of Variable cost	
7. IHK and inflation 2009	