

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Nasi goreng merupakan salah satu makanan favorit orang Indonesia dikarenakan merupakan produk yang praktis, enak, dan cepat penyajiannya. Beras, bahan utama makanan ini, merupakan salah satu makanan pokok orang Indonesia. Saat ini, banyak restoran yang menjual nasi goreng dengan cita rasa yang hampir tidak bisa dibedakan dengan restoran-restoran lainnya. Di lain sisi, banyak orang Indonesia yang tidak menyukai rasa autentik beberapa negara luar. Dari peluang dan permasalahan ini, didirikan bisnis Nasi Goreng Mas Bule.

Nasi Goreng Mas Bule menawarkan berbagai menu nasi goreng mancanegara seperti Amerika, China, Jepang, dan Thailand, dengan harga jual satu porsi sebesar Rp 28.000. Selain itu, Nasi Goreng Mas Bule juga menawarkan berbagai jenis minuman, menu sampingan, dan menu penutup yang juga berasal dari mancanegara. Rasa dari seluruh produk yang ditawarkan telah disesuaikan dengan selera masyarakat Indonesia. Nasi Goreng Mas Bule merupakan konsep nasi goreng baru karena belum terdapat kompetitor yang menjual berbagai macam nasi goreng dengan konsep *fusion international taste* di Indonesia. Hal ini menjadi keunggulan kompetitif yang hanya dimiliki oleh Nasi Goreng Mas Bule.

Target pasar Nasi Goreng Mas Bule adalah masyarakat berumur 18-35 tahun, kelas *expenditure* menengah dan menengah keatas, dan berdomisili di Tangerang, Tangerang Selatan, Jakarta Utara, dan Jakarta Selatan. Potensi usaha terbilang sangat baik melihat proyeksi *payback period* adalah 253 hari, waktu yang relatif singkat. Selain itu, kelayakan usaha juga tercermin pada proyeksi *return on Equity (ROE)* di skenario *most likely* yang mencapai angka 59,95% di tahun pertama, 64,34% di tahun kedua, dan 68,10% di tahun ketiga. Sedangkan, proyeksi *ROE* pada skenario optimis adalah 70,42% di tahun pertama, 67,01% di tahun kedua dan 69,11% di tahun ketiga. Sebaliknya, proyeksi *ROE* pada skenario pesimis cukup rendah di tahun pertama di angka 0,18%, namun meningkat di tahun kedua dan ketiga mencapai 53,43% dan 71,97%.

**Kata Kunci:** Nasi Goreng, Kombinasi Rasa Internasional, Unik, Pengalaman, Makanan dan Minuman

## EXECUTIVE SUMMARY

*Fried rice is one of Indonesians' favourite foods because of its practicality, tastiness, and quick preparation. Rice, its main ingredient, is a staple food for Indonesians. However, currently, many of the fried rice in the market has a flavour that is indistinguishable from one another. On the other hand, many Indonesians don't like the authentic taste of certain overseas dishes. From this very opportunity and problem, Nasi Goreng Mas Bule is found.*

*Nasi Goreng Mas Bule offers various fried rice menus from different countries such as the United States, China, Japan, and Thailand with a price of Rp 28.000. Nasi Goreng Mas Bule also offers numerous kinds of drinks, side dishes, and desserts that also have foreign origins. The flavour of all products has been adjusted to the Indonesian taste. This concept is a new concept of fried rice in Indonesia due to the fact that no other competitors have sold various fried rice with fusion international taste. This becomes a competitive advantage that only Nasi Goreng Mas Bule has.*

*Nasi Goreng Mas Bule's target market is people with an age range of 18-35 years old, belongs to middle or upper-middle expenditure class, and lived in Tangerang, South Tangerang, North Jakarta, or South Jakarta. Nasi Goreng Mas Bule's business potential is quite good with its projected payback period of 253 days, a relatively short time. Furthermore, Nasi Goreng Mas Bule's business feasibility is also reflected by its projected return on equity (ROE) of the most likely scenario that reaches 59,95% in the first year, 64,34% in the second year, and 68,10% in the third year. The projected ROE of an optimistic scenario is 70,42% in the first year, 67,01% in the second year, and 69,11% in the third year. The projected ROE of a pessimistic scenario is quite low, 0,18% in the first year. However, this number grows in the second and third year, 53,43% and 71,97% respectively.*

**Keywords:** *Fried Rice, Fusion International Taste, Unique, Experience, Food and Beverage*