

RINGKASAN EKSEKUTIF

INKU merupakan sebuah merek makanan yang menawarkan produk berupa nasi tinta cumi yang memiliki rasa menyerupai rasa nasi goreng khas Indonesia. Tinta cumi merupakan bahan makanan laut yang memiliki banyak manfaat untuk kesehatan tubuh. Melihat banyaknya manfaat dari tinta cumi dan juga banyaknya masyarakat yang menyukai makanan laut menjadi landasan kami untuk menghadirkan sebuah hidangan nasi tinta cumi dengan lauk *seafood* goreng tepung dan *garnish* lainnya seperti saus mayones, daun kucai dan telur ikan (tobiko).

Produk INKU menyasar pada konsumen pria dan wanita berumur 20-29 tahun, kelas menengah sampai menengah keatas yang tinggal di daerah DKI Jakarta dan menyukai makanan-makanan laut. Dalam mencapai visinya yaitu “Menjadi pilihan utama gerai makanan berdasarkan tinta cumi yang praktis dan berkualitas agar dapat dinikmati sehari-hari oleh masyarakat Indonesia.”, INKU telah melakukan riset dan menganalisis strategi yang tepat untuk INKU selama 3 tahun kedepan. Adapun riset yang sudah INKU lakukan adalah riset kualitatif, kuantitatif, tes alfa, dan tes beta.

Pada Tahun 1, INKU berencana untuk membuka gerai di daerah Jakarta Selatan sesuai dengan sasaran pasar dan menerapkan strategi *market penetration* untuk meningkatkan *brand awareness* dan target penjualan INKU. Di Tahun 2, INKU akan mengembangkan variasi produk yang ditawarkan. Lalu, pada Tahun 3, INKU akan melebarkan distribusi penjualannya dengan membuka cabang baru. Selain itu, setelah melakukan analisis kelayakan bisnis, INKU dinilai layak untuk dijalankan. Kelayakan bisnis INKU ini dihitung berdasarkan *NPV*, *MIRR* serta *payback period*.

Kata Kunci	:	Nasi Tinta Cumi, Makanan Laut, <i>Limited Service Restaurant</i> , Nasi Hitam, <i>Rice Box</i> .
Bidang Usaha	:	Makanan dan Minuman

EXECUTIVE SUMMARY

INKU is a brand in the food and beverages industry that offers squid ink rice dishes that have a similar taste of Indonesian fried rice. Squid ink has numerous health benefits. Squid ink benefits and high seafood consumption in Indonesia inspired INKU to offer squid ink rice with battered seafood and garnished with Japanese mayonnaise, chive leaves and tobikko.

INKU products are targeted for upper middle class men and women with the age range of 20-29 years old who live in DKI Jakarta and a seafood lover. In order to achieve its vision of becoming the top choice restaurant that offers high quality squid ink-based dishes and becoming the daily comfort food for Indonesian people, INKU has conducted several researches including qualitative, quantitative, alpha and beta tests and analyzed the best-fit strategies to be implemented by INKU for the next 3 years.

In the first year, INKU has planned to launch our first store in South Jakarta according to our target market and to enforce market penetration strategy to increase both brand awareness and sales of INKU. In the second year, INKU will develop the variety of products offered. By the third year, INKU will expand its sales distribution channel by opening a new branch in other areas outside DKI Jakarta. Based on the business feasibility analysis result through the calculation of NPV, MIRR, and payback period, INKU is feasible to be executed.

Keywords	:	Squid ink rice, Seafood, Limited service restaurant, Black Rice, Rice Box.
Field of Business	:	Food and Beverage