

RINGKASAN EKSEKUTIF

Telur asin merupakan salah satu makanan tradisional Indonesia yang dikenal oleh hampir seluruh masyarakat Indonesia, sehingga kelompok memiliki ketertarikan terhadap usaha telur asin. Sebagian anggota kelompok pernah menjalankan proyek usaha peternakan dan pengasinan telur bebek bersama seorang mitra di desa Cibeber, Cianjur; kelompok mengamati tingginya permintaan terhadap telur bebek dan telur asin karena sedikitnya pemasok. Di kota besar seperti Jakarta, lebih sulit lagi menemukan telur asin, terlebih yang berkualitas. Riset kelompok lakukan terhadap beberapa pasar tradisional di Jakarta, membawa hasil bahwa kualitas telur asin masih rendah dan tidak konsisten dari segi ukuran, kebersihan kulit, bau, dan rasa. Karena itulah masih banyak warga Ibukota yang menunggu kepergian ke kota seperti Brebes, Blitar, dan Semarang untuk membeli telur asin.

Membaca peluang tersebut, kelompok merasa dapat mengisi kebutuhan telur asin berkualitas masyarakat Ibukota. Terasa terlahir sebagai sebuah bisnis distribusi telur asin. Telur asin yang ditawarkan telah melalui tiga tahap kontrol kualitas untuk memastikan produk telur asin sampai ke tangan konsumen dalam keadaan prima. Ketiga tahap tersebut dilakukan pada saat pembelian dari pemasok, penyimpanan, dan distribusi ke tangan konsumen. Kualitas yang dimaksud adalah fitur telur asin yang sesuai dengan persepsi masyarakat terhadap telur asin ideal. Hal ini diketahui melalui riset kuantitatif dan kualitatif. Pada awalnya Terasa berfokus pada telur asin matang biasa, namun tidak menutup kemungkinan untuk di tahun-tahun mendatang berkembang mendistribusikan telur asin asap, bakar, ataupun telur asin rasa.

Target pasar Terasa adalah masyarakat menengah keatas di Jakarta hingga Tangerang yang menyukai telur asin, ataupun yang memiliki potensi untuk rutin mengonsumsi telur asin. Karena itu Terasa melakukan kegiatan pemasarannya dengan masuk ke rumah makan dan toko yang biasa dikunjungi oleh kaum tersebut. Kegiatan pemasaran tersebut dibagi menjadi dua sarana, yaitu B2B dan B2C. Untuk

B2C, Terasa membuka outlet di pasar perumahan dengan tingkat ekonomi menengah ke atas seperti perumahan Taman Alfa Indah, yang juga digunakan sebagai gudang penyimpanan. Selain itu penjualan B2C dilakukan melalui website dan layanan telepon untuk pesan antar. Penjualan B2B dilakukan dengan mengunjungi calon retailer secara langsung dan menawarkan untuk menjual produk.

Untuk usaha distribusi telur asin, terdapat beberapa kompetitor. Namun, hasil riset yang kelompok lakukan menyatakan bahwa pasar masih cukup luas untuk dimasuki. Terasa juga memiliki keunggulan bersaing yaitu dari segi konsistensi kualitas melalui kontrol kualitas dan jaminan dengan memberikan retur bersyarat. Selain itu, Terasa memiliki kekuatan pada distribusi karena menyimpan stok barang di Jakarta. berbeda dengan pesaing yang mengirim dari luar kota setiap satu atau dua minggu sekali, pengiriman Terasa lebih cepat dan selalu siap sedia.

Untuk pengerjaan bisnis ini, anggota kelompok tidak mengambil tawaran bekerja di perusahaan sehingga bisa meletakkan fokus, waktu, dan tenaganya untuk kesuksesan bisnis. Namun selain anggota kelompok, pada awal berdirinya Terasa juga membutuhkan satu orang karyawan untuk membantu pengantaran dan distribusi produk. Karena itulah bisnis ini dimulai dengan modal yang tidak terlalu besar, yaitu dibawah tujuh juta lima ratus ribu rupiah. Hal ini dikarenakan investasi yang diperlukan hanyalah sewa outlet dan motor. Biaya yang diperlukan juga tidak banyak, yakni biaya listrik, gaji dan bahan baku.

Target Terasa adalah dalam satu tahun berjalannya usaha yang pertama adalah seluruh modal yang dikeluarkan pendiri sudah dapat dikembalikan, dan selanjutnya proyek bisnis ini dapat diteruskan oleh salah seorang anggota kelompok sebagai mata pencaharian. Dengan rencana bisnis ini, kelompok yakin bahwa usaha ini akan berjalan dan terus berkembang di masa yang akan datang.

EXECUTIVE SUMMARY

Salted egg can be said as one of the most popular traditional Indonesian foods, that's what interested our team to build a salted egg business. Several years ago, members of our team had been working on duck stockbreeding and duck-egg salting business project with a partner in Cibeber, Cianjur. There our team members noticed the high demand of duck egg and salted egg. In big cities such as Jakarta, it is harder to find salted egg, especially the high quality ones. Our team did some research to markets throughout Jakarta and Tangerang, and found that the quality of salted eggs around is mostly low and have no consistency for size, cleanliness, smell, and taste. Sadly, there are many urban people who wait until they get a chance to go to Brebes, Blitar, or Semarang before buying some salted eggs.

Seeing this opportunity, our team believed that we can supply salted eggs to the capital, Jakarta. Terasa then born as a salted egg distributor, with quality as one of its core values. Terasa have 3 steps quality control to ensure that our consumers receive a high quality product. The steps are done firstly when Terasa got the products from the supplier, secondly at the safekeeping of the products, and finally, the distribution process to the consumers. The quality we retain focuses on consumer's perception of high quality salted egg, known from doing quantitative and qualitative research. Terasa will start by providing general cooked salted eggs, but does not rule out the possibility of distributing smoked salted egg, roasted, or flavored salted egg in the coming years.

Terasa's main market target are Jakarta and Tangerang's people with the economic level of above average; who like salted egg or have the potential to consume one routinely. Therefore, Terasa reach the target by going to restaurants and stores in which the target might come. Overall, Terasa markets its products by using 2 channels, B2B and B2C. For B2C, has an outlet in an above average economic level traditional market such as the one located in Taman Alfa Indah regency. Terasa also uses the outlet as a safekeeping warehouse. Terasa's B2C channel is also covered

by marketing via website and call center for delivery. B2B selling is done by doing personal selling to retailers and personally offering product consignment.

In this line of business, there are several competitors. But Terasa's research proves that the market size is still big enough for us to get in. Terasa also have some competitive advantages, which are the consistency of quality from our quality control, and quality guarantee by giving conditional return policy. Terasa also have the advantage over distribution because we stock our products in Jakarta, while our competitors delivers their products only once per one or two weeks. Therefore our delivery will be faster and more convenient.

For this business project to work, team members will not work in other companies while establishing this business. Therefore team members will be able to give all of their time and energies. Still, Terasa needs another distribution employee to help distribute our products. Terasa was built with low capital investment, seven million and five hundred thousand rupiahs. This is because the investment needed was just outlet rent and distribution motorcycle. While the costs only consists of salaries and cost of goods sold.

Terasa markets it's products by using 2 channels, B2B and B2C. For B2C, Terasa have an outlet located in a traditional market Taman Alfa Indah which is also used as a warehouse. B2C sales also done via website and call center for delivery. Meanwhile, B2B sales are done by personally offer the retailers to sell our products.

Terasa's target for the first year is to be able to return all the capital investments of it's founders. In the coming years, this business will be conducted by one of it's founders as his main bread and butter. With this in mind, team members are all assured that this business will function properly and thrive in the future.