

RINGKASAN EKSEKUTIF

DKI Jakarta dan Tangerang Selatan memiliki potensi yang besar untuk bisnis makanan dan minuman terutama *ricebowl* dimana *ricebowl* adalah makanan berbahan dasar nasi yang merupakan makanan pokok mayoritas masyarakat Indonesia karena wilayah tersebut memiliki jumlah penduduk yang tidak sedikit yaitu dengan jumlah penduduk lebih dari 10 juta jiwa di DKI Jakarta dan 1,5 juta jiwa di Tangerang Selatan (BPS, 2015) dengan didominasi kelompok umur yang termasuk dalam target pasar dari HungerGo! yaitu 17-25 tahun. HungerGo! adalah sebuah produk makanan yang disajikan dengan konsep baru dimana pada setiap makanan yang disajikan kepada konsumen akan membawa kebahagiaan bagi konsumen HungerGo! melalui permainan yang dibubuhi pada kemasannya dan HungerGo! juga menawarkan kepraktisan dengan kemasannya yang dapat dibawa kemana-mana sehingga HungerGo! dapat mengikuti tren makanan yang diantarkan ke konsumen langsung melalui ojek *online*. Selain itu HungerGo! juga memiliki kelebihan pada personalisasi yang dapat dilakukan oleh konsumen yang dimana hal tersebut memungkinkan konsumen untuk dapat mengkombinasikan hingga 4 menu HungerGo! ke dalam satu porsi.

HungerGo! sudah melakukan penelitian pasar secara kualitatif maupun kuantitatif dan juga melakukan tes alfa serta beta untuk mengetahui apakah produk HungerGo! sudah layak jual. Setelah dilakukan riset, didapati bahwa produk Hunger Go! sudah dapat diterima oleh masyarakat baik dari sisi penampilan dan produk. Namun masih ada perbaikan yang harus dilakukan setelah tes beta seperti packaging yang mudah terlepas sehingga kurang mudah dibawa oleh konsumen. Setelah melakukan analisa, kelompok membuat strategi untuk pengembangan dengan menggunakan *SWOT analysis*.

HungerGo! sudah menjalankan bisnisnya selama 3 bulan dan telah membuka 1 gerai yang berlokasi di D'Laurel Dormitory, Edutown BSD. Penjualan telah dimulai pada bulan April dengan penjualan yang masih fluktuatif dikarenakan HungerGo! masih merupakan produk baru namun penjualan tertinggi yang tercatat adalah sebanyak 186 porsi pada bulan Mei (data per 6 Juni 2017). Dalam pengukuran kelayakan bisnis, adapun beberapa alat yang digunakan untuk mengukur yaitu *BEP (Break Even Point)*,

ROE (Return on Equity), Payback Period, dan Net Profit Margin. Dalam pembahasan, keempat alat tersebut digunakan dan didapatkan hasil yaitu Payback Period 22 bulan 3 hari, BEP 418 unit per bulan, ROE 42%, dan Net Profit Margin 10%.

Kata Kunci	:	Makanan, ricebowl, kebahagiaan, permainan, personalisasi
Bidang Usaha	:	<i>Food and Beverage</i>

EXECUTIVE SUMMARY

DKI Jakarta and Tangerang has a big potential in food and beverages business especially ricebowl. Ricebowl is a food contained rice which is the basic needs for most of Indonesian. HungerGo! is a food product served with a new concept where as in every food that is served to the consumer will bring happiness for the consumer through games on the packaging. HungerGo! also offer easiness for customer that can be brought anywhere so HungerGo! can be easily delivered. Also, HungerGo! has personalization value where the customer can combine up to 4 menus into one dish.

HungerGo! have done market qualitative and quantitative research, also alpha and beta test to know if the product is ready to sell. After doing the research, HungerGo! is ready to be sold from the market perspective through the point of aesthetics and product. But there is a few improvement needed such as the packaging that can be easily detached. After doing an analysis, the team also made a strategy for launching the business by using SWOT analysis.

HungerGo! already running 3 months in the business and opened 1 outlet located in D'Laurel Dormitory, Edutown BSD. The sales are still fluctuative because HungerGo! is a new product and the highest sales achieved are 186 portion in May (per 6 June 2017). To measure the worth of the business, there are some tools to use such as BEP (Break Even Point), ROE (Return on Equity), Payback Period, and Net Profit Margin. In the discussion chapter, those four tools is used and the results are the Payback Period

is in 22 months and 3 days, BEP 418 units per month, ROE 42%, and Net Profit Margin 10%.

Keywords	:	<i>Food, Ricebowl, fun, games, personalisation</i>
Field	:	<i>Food and Beverage</i>

