

## EXECUTIVE SUMMARY

Seafood is a rich source of food for health benefits. From the many benefits and advantages, it turns out that seafood requires considerable time and hassle to be processed and presented. In contrast, most fast food is still made from raw chicken and beef, fast food with seafood as the main base is still quite difficult to be found, even though research shows that Indonesian public expenditures for seafood is greater than the other groceries.

Captain Hook (CH) present as a quick service restaurant made of fresh seafood that offer practicality and high quality dishes. Speed and practicality offered by CH address the needs of urban consumers that has big concerned about the time. The Seafood Will be processed by a deep fried process, so that it becomes a simple dish favored by all people ranging from children to adults. The presence of CH is easily accessible to urban society through the outlets located in Tangerang and Jakarta in particular urban consumer.

The Increase in urban population growth rate raises a fast-paced lifestyle and simplicity. Time constraints become obstacles faced by urban society. It is not a surprise that fast food become rapidly-growing in big cities. But of the many types of fast food , seafood has not been an option. This issues has become a background for the existance of Captain Hook for establishing a business in response to the various issues that arise.

Strategies used by CH to compete for potential market is the superior strategy or better known as Differentiation Strategy. Planning strategies derived by analysis of the SWOT matrix is used to determine the internal and external conditions to formulate an excellence that distinguish CH from other competitors in the market. Superior excellence is not just relegated to the product, but also the main processes and services to gain customer satisfaction.

In the marketing division, CH has done a soft launch with the following business week & comvee bazar at Pelita Harapan University in March 2013 for four days and a grand launching at a NKRI Harga Mati for five days in April 2013. At the launching stage, marketing activities includes: 'on- time guarantee' program, sharing product samples and brochures, seafood healthy fact, and discount programs through 'sosmed addict'. The year after, marketing has a focus to increase the market penetration of product awareness and brand image.

In operational strategy, the main activities undertaken by operations division are relating activity to the value addition activities and standard setting. CH ensure that the resulting products and services always meet the quality standards which has summarized in the CH SOP (Standard Operating Procedure). The main emphasis done by CH operation division is speed, accuracy and quality of production and products. In the long-term plan (five years), operation plan will continues the focus on improving the process of SIPOC (Supply - Input - Process - Output - Customer) and a decrease in costs that have been started by a short -term strategy to establish operating standards and good work in the first year.

In the near future, employment strategies will focus on recruiting and training staff who are operating in the bazaar and canteen. CH prepare every employee to be able to work in accordance with the cultural values 'i-Dare' and corporate mission and vision. In the long run, they can replace the current CH managerial positions which still held by the founders. CH provides the form of base salary compensation system and employee commissions which adjusted by the number of sales each month. This is done as an incentive for employees to improve their performance. Employee performance will be assessed based KPI (Key Performance Indicator) of bonuses and allowances to provide proper reward.

In financial strategy, CH targeting total net income in the first year of Rp 75,879,346.24 with a return of 13.82% and a return on investment analysis within 4 months of operations running. In the fifth year estimate CH has a positive NPV of Rp 332,700,191.93. This figure shows the ability of CH to provide added value to our shareholders through net cash flow results of business operations. When calculated, the CH values for each shareholder of Rp 1.848.334.40 per month for five years and the IRR 113% can be concluded that a good business is run.

## RINGKASAN EKSEKUTIF

*Seafood* merupakan salah satu sumber makanan yang kaya akan manfaat bagi kesehatan tubuh. Dari sekian banyak manfaat dan kelebihan, ternyata *seafood* membutuhkan waktu pengolahan yang cukup lama. Saat ini pasar belum menawarkan hidangan laut yang dapat disajikan dan dikonsumsi dengan cepat dan mudah. Berbeda dengan kebanyakan makanan cepat saji berbahan dasar ayam dan sapi, makanan berbahan dasar *seafood* masih cukup sulit untuk ditemui padahal riset yang diterbitkan Euromonitor menunjukkan bahwa pengeluaran masyarakat Indonesia untuk *seafood* lebih besar dibandingkan dengan bahan makanan lainnya.

Captain Hook (CH) hadir sebagai *quick service restaurant* atau **makanan cepat saji yang menawarkan hidangan *seafood* yang praktis dan berkualitas**. Kecepatan dan kepraktisan yang ditawarkan CH mencoba menjawab kebutuhan masyarakat urban yang sangat peduli terhadap waktu. Produk CH akan diolah secara *deep fried* sehingga menjadi **hidangan yang disukai** oleh seluruh masyarakat mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Pemilihan lokasi strategis khususnya di Tangerang dan Jakarta akan mempermudah masyarakat urban untuk mendapatkan produk CH.

Peningkatan laju pertumbuhan penduduk masyarakat kota menimbulkan sebuah gaya hidup yang serba cepat dan praktis. Keterbatasan waktu menjadi kendala yang sering dihadapi masyarakat urban. Tidak heran jika makanan cepat saji bertumbuh cepat di kota-kota besar. Namun dari sekian banyak jenis makanan cepat saji, makanan laut atau *seafood* belum menjadi pilihan. Hal ini melatarbelakangi

Captain Hook untuk mendirikan sebuah usaha sebagai jawaban atas berbagai masalah yang timbul.

Strategi yang digunakan CH dalam bersaing untuk meraih potensi pasar adalah dengan strategi keunggulan superior atau lebih dikenal dengan ***Differentiation***. Perencanaan strategi ini diturunkan dengan analisa dari SWOT matrix yang digunakan untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal untuk memformulasikan sebuah keunggulan yang membedakan CH dari pesaing lainnya di pasar. Keunggulan superior tidak hanya diturunkan dalam produk, namun juga proses dan pelayanan yang utama untuk mendapatkan kepuasan konsumen.

Pada divisi pemasaran, CH telah melakukan *soft launching* produk dengan mengikuti **bazar comvee & business week** di Universitas Pelita Harapan pada bulan Maret 2013 selama empat hari dan *grand launching* pada **bazar NKRI harga mati** selama lima hari pada bulan April 2013. Pada tahap peluncuran, aktivitas pemasaran meliputi program '**on-time guarantee**', pembagian **sampel produk dan brosur**, pembuatan **seafood fact**, dan program diskon melalui program '**sosmed addict**'. Satu tahun kedepan fokus pemasaran adalah **penetrasi pasar** dengan meningkatkan *product awareness* dan *brand image*.

Dalam strategi operasi, kegiatan utama yang dilakukan berkaitan dengan kegiatan penambahan nilai dan penetapan standar. CH memastikan bahwa produk dan pelayanan yang dihasilkan selalu memenuhi **standar kualitas** yang terdokumentasi dalam SOP (*Standard Operating Procedure*) CH. Fokus utama yang diperhatikan oleh divisi operasi CH adalah **kecepatan, ketepatan dan kualitas**

**produksi dan produk.** Dalam rencana jangka panjang CH lima tahun kedepan divisi operasi terus berfokus pada pembenahan **proses SIPOC** (*Supply-Input-Process-Output-Customer*) dan **penurunan biaya** yang telah dimulai dengan strategi jangka pendek untuk membangun standar kerja dan operasi yang baik pada tahun pertama.

Dalam waktu dekat, strategi ketenagakerjaan akan berfokus untuk melakukan perekrutan dan pelatihan pegawai yang bertugas secara operasional di bazar dan kantin. CH menyiapkan setiap pegawai ini untuk dapat bekerja sesuai dengan nilai budaya 'i-Dare' dan visi misi perusahaan. Dalam jangka panjang, mereka dapat menggantikan posisi manajerial CH yang sekarang ini masih dipegang oleh para pendiri. CH memberikan sistem kompensasi berupa gaji pokok dan komisi pegawai yang disesuaikan dengan jumlah penjualan setiap bulannya. Hal ini dilakukan sebagai insentif bagi para pegawai untuk meningkatkan kinerjanya. Performa pegawai akan dinilai berdasarkan KPI (*Key Performance Indicator*) pemberian bonus dan tunjangan untuk memberikan imbalan yang layak dan adil.

Dalam strategi keuangan, CH menargetkan total laba bersih pada tahun pertama sebesar **Rp 75.879.346,24** dengan tingkat pengembalian **13.82%** dan analisa balik modal dalam waktu **4 bulan** operasional berjalan. Pada estimasi tahun kelima CH memiliki NPV positif sebesar Rp 332.700.191,93. Angka ini menunjukkan kemampuan CH dalam memberikan nilai tambah kepada para pemegang saham melalui aliran kas bersih hasil kegiatan operasional usaha. Bila dikalkulasikan, nilai CH untuk setiap pemegang saham sebesar Rp 1.848.334.40 per bulan selama lima tahun dan IRR 113%. Dapat disimpulkan bahwa bisnis ini layak dijalankan.