

RINGKASAN EKSEKUTIF

Healthyway adalah sebuah bisnis catering yang menyediakan layanan lebih dari sekedar makanan dan minuman biasa, melainkan juga mengandung nilai sehat, bersih, praktis dan informatif. Kesehatan masyarakat merupakan prioritas utama bisnis ini, terutama bagi masyarakat yang tinggal di daerah BSD dan Pamulang. Target pasar Healthyway adalah orang-orang yang menginginkan hidup sehat dan yang membutuhkan pelayanan terhadap kebutuhan khusus seperti diet. Target pasar Healthyway adalah pria dan wanita berusia kisaran 19 – 25 tahun yang memiliki gaya hidup sehat.

Bisnis ini memiliki 2 produk yaitu paket reguler dan premium yang khusus dibuat berdasarkan preferensi kastemer. Paket reguler menyajikan makanan sehat yang diolah dengan bahan terbaik. Ahli gizi juga membantu dalam membuat menu spesifik terutama untuk paket premium. Setiap detail *nutrition facts* dihitung dan didesain secara spesial. Semua makanan Healthyway bebas dari bahan makanan tidak sehat, termasuk MSG, pengawet dan penguat rasa.

Peralatan masak dan kemasan yang Healthyway gunakan adalah alat berkualitas *food grade* dan ramah lingkungan. Healthyway memiliki kepala koki sebagai sumber daya utama dalam proses pengolahan makanan, kurir sebagai media distribusi untuk mengantarkan makanan sampai ke rumah kastemer. Healthyway menggunakan *standard operating procedure* yang dibuat mulai dari pemilihan bahan mentah sampai pengantaran produk ke tangan kastemer.

Healthyway menggunakan metode pemasaran secara *direct* dan *indirect*. *Direct marketing* dilakukan dengan memasang iklan pada majalah, membuat brosur dan mengirim email. Sementara itu *indirect marketing* dilakukan menggunakan media sosial seperti Instagram dan blog untuk menyebarkan nilai informatif dari Healthyway. Pendekatan tersebut adalah yang paling efektif untuk kastemer Healthyway.

Pembiayaan awal yang dipergunakan adalah investasi yang berasal dari keempat pemilik sejumlah Rp 24.000.000,-. Healthyway mendapatkan penjualan senilai total hampir mendekati Rp 9.000.000,- dalam kurun waktu pertengahan Juni hingga akhir Juli 2014 dengan rata-rata margin keuntungan mencapai lebih dari 30%. Diperkirakan penjualan akan mencapai nilai Rp 185.000.000,- pada akhir tahun pertama.

WACC dari bisnis adalah 21,12%, dengan IRR sebesar 100%, menunjukkan bahwa bisnis ini adalah bisnis yang layak dijalankan. NPV rata-rata berdasarkan skenario penjualan *worst*, *moderate* dan *best* berjumlah positif yaitu Rp 416.394.300,- . Indikator PI dari bisnis ini adalah 5,98 kali dari investasi yang diberikan. ROA dan ROE dari bisnis ini sebesar 59,06% .

Selama kurun waktu 5 tahun Healthyway menargetkan untuk masuk sebagai penyedia catering pernikahan dan mendapatkan sertifikasi dari lembaga nasional dan lembaga sosial untuk menguatkan posisi Healthyway sebagai penyedia catering sehat yang terpercaya.

EXECUTIVE SUMMARY

Healthyway is a catering business which provides more than just an ordinary foods and beverages, but also healthy, clean, practical and informative in its *value*. People's health is our priority concerns, especially those who live around BSD and Pamulang region. Our market's target is people who seek a healthy lifestyle and those who need special treatment for their diet. Our target is mostly people around 19 – 25 years old who concern with healthy lifestyle.

Our business has two regular and premium packages designed for customer's preferences. Regular package provide a healthy foods that cooked with the best ingredients. Our nutritionist expert also helps to create a specific menu for our premium package. We provide nutrition facts are for each packages specially. All of our foods are free of unhealthy ingredients, including MSG, preservatives and flavor enhancers.

We use high quality and eco-friendly kitchen equipment and packaging. We have dedicated chef as the lead role of cooking activity, also courier who delivers our products to customer. Standard Operating Procedure is applied from buying raw materials to delivering final products to customer.

Healthyway uses direct and indirect marketing to reach its customer. Direct marketing is done by advertising on magazines, brochures and emails. While indirect marketing we use social media such as Instagram & blog to convey the informative

value of Healthyway. These approaches are believed to be very effective for our target market.

We also have several suppliers who work closely in our business process. They are trusted raw food merchants from Cimanggis Traditional Market. They provide food stuffs which meet our requirement in order to create an excellent product in an affordable price compared to supermarkets.

WACC indicator from this business is 21,12% with 100% IRR, shows that our business deserves to develop. The average NPV from worst, moderate, best business scenario were positive which is Rp 416.394.300,-. PI indicator shows 5.,98 times from the first investment.

Healthyway begins with Rp 24.000.000,- collected from the owners. Healthyway was able to obtain sales with nominal value of nearly Rp 9.000.000,- from mid-June to the end of July 2014 with average of 30% profit margin. We expect nearly Rp 185.000.000,- total sales in the first year. Within 5 years we are aiming to create another sales channel by serving wedding party and obtaining certificates from national and public organization to strengthen Healthyway as an exceptional healthy catering business.