

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Teman Nasi merupakan bisnis yang bergerak dalam bidang kuliner yang menawarkan lauk khas Nusantara diantaranya nasi goreng gila, ayam woku, ikan asap, ayam goreng jawa dan tempe teri. Teman Nasi menawarkan makanan beku yang praktis dalam kemasan saset. Dalam hal ini, Teman Nasi dapat menyelesaikan masalah konsumen yaitu masyarakat Indonesia yang malas memasak, masyarakat yang butuh lauk sebagai pendamping makanan utama dan mengkonsumsi makanan yang mudah. Teman Nasi juga menyajikan lauk dengan rasa yang sesuai dengan lidah masyarakat Indonesia dan pastinya memiliki harga yang terjangkau dari kompetitor lainnya.

Teman Nasi menargetkan konsumen berumur 16-40 tahun yang berada pada kelas sosial menengah yang menyukai cita rasa nusantara dan membutuhkan makanan yang mudah disaji. Harga produk Teman Nasi berada pada kisaran Rp26,000-Rp30,000. Untuk mencapai pasar sasaran tersebut, Teman Nasi aktif dalam melakukan iklan dan kegiatan media sosial serta melakukan perkembangan produk secara terus-menerus untuk meningkatkan kesadaran pasar sasaran akan merek dan produk Teman Nasi.

Modal investasi awal yang dibutuhkan dalam bisnis Teman Nasi adalah sejumlah Rp16,712,253. Teman Nasi memproyeksikan bahwa *payback period* akan tercapai di bulan ke-10, dengan asumsi rata-rata penjualan per bulan sebesar Rp16,436,133 dan *gross profit margin* di angka 56%. Selama 3 bulan pertama, Teman Nasi berhasil meraih omzet sebesar Rp15,665,500. Bisnis Teman Nasi dalam satu tahun memproyeksikan dapat memberikan *return on investment* yang tinggi pada angka 398%.

<b>Kata Kunci</b>	:	Lauk, Frozen Food, Makanan Praktis, Terjangkau, Khas Nusantara
<b>Bidang Usaha</b>	:	Kuliner

## EXECUTIVE SUMMARY

Teman Nasi is a business that operates in the food and beverage sector which offers local specialties such as nasi goreng gila, ayam woku, ikan asap, ayam goreng jawa and tempe teri. Teman Nasi offers frozen food that uses a sachet that makes Teman Nasi practical. In this condition, Teman Nasi aims to solve habit problems of Indonesians such as being lazy to cook, needing a side dish to complete their main dish and having an interest in consuming practical food. Teman Nasi produces food based on Indonesian taste and offers products with a reasonable price that is lower than its competitors.

Teman Nasi targets consumers aged 16-40 who are economically in the middle class, who like Indonesian flavors and have a need for food that is easy to serve. The price of Teman Nasi products are in the range of Rp26,000 - Rp30,000. To reach the target market, Teman Nasi strives to be active in advertising and social media as well as continuously developing products to increase brand awareness.

The initial investment capital required for the Teman Nasi is Rp16,712,253. Teman Nasi projects that the payback period will be reached in the 10th month, assuming an average monthly sales of Rp16,436,133 and a gross profit margin of 56%. During the first 3 months, Teman Nasi managed to achieve a turnover of Rp15,665,500. Teman Nasi's business is projected to provide a high return on investment of 398% in one year.

<b>Key words</b>	:	Side Dish, Frozen Food, Practical Food, Affordable, Indonesian Taste
<b>Field of Business</b>	:	Food and Beverage