

Ringkasan Eksekutif

Teras Organik merupakan bisnis ritel produk pangan organik berkonsep perumahan. Target pasar kami adalah kalangan rumah tangga dengan SES A dan bertempat tinggal di dalam kompleks perumahan di kota-kota besar Indonesia. Teras Organik berusaha menjadikan konsumsi produk organik sebagai bagian dari gaya hidup sehari-hari. Upaya ini dimulai dari produk yang ditawarkan yang merupakan produk pangan organik sehari-hari menjadi sebuah gaya hidup sehat bagi konsumen Teras Organik, lokasi outlet yang terletak di tengah kompleks perumahan sehingga memudahkan pembelian bagi rumah tangga, pembentukan komunitas Teras Organik yang secara rutin mengadakan kegiatan-kegiatan komunitas, hingga pelayanan berbasis *product knowledge* dari staff outlet. Permintaan produk organik sendiri bertumbuh dengan pesat di dunia, begitu juga di negara berkembang termasuk Indonesia yang didukung melalui adanya program pemerintah bertajuk 'Go Organic 2010'. Maka dari itu, kami melihat bahwa peluang bisnis di industri ini sedang terbuka dan diperkirakan akan terus tumbuh seiring dengan tren gaya hidup sehat yang akan berujung pada tingginya permintaan.

Dengan menempatkan diri sebagai penyedia produk pangan organik, maka pesaing utama Teras Organik merupakan supermarket yang berdasarkan penelitian merupakan tempat tujuan utama target pasar dalam memenuhi kebutuhannya akan produk organik. Selain itu, persaingan juga timbul dari agen-agen produk organik

berskala menengah ke bawah dan toko khusus pangan organik yang menjual berbagai variasi produk organik berkualitas.

Dalam rencana pengembangan selama lima tahun ke depan, Teras Organik berencana untuk melakukan pengembangan produk untuk menambah variasi produk yang ditawarkan, penetrasi pasar, dan pengembangan pasar berupa penambahan jumlah outlet di beberapa wilayah di Jakarta.

Berkembangnya bisnis Teras Organik tersebut tentunya memberikan dampak positif tidak hanya bagi masyarakat yang mulai menjadikan konsumsi produk yang lebih sehat dan aman sebagai gaya hidup sehari-hari, tetapi juga lingkungan sekitar (karena pertanian organik bekerja selaras dengan alam dan penggunaan kantong kertas ataupun *reusable bag* sebagai kantong belanja Teras Organik).

Dari sisi proforma laporan keuangan perusahaan lima tahun ke depan menunjukkan hal yang mendukung pelaksanaan proyek bisnis ini. Teras Organik dapat mencapai *Net Present Value* (NPV) yang positif dengan nilai Rp 75.089.444 dan IRR sebesar 46%. Kedua indikator ini dirasa sudah memenuhi ekspektasi dari para pemilik sekaligus menunjukkan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan.

Executive Summary

Teras Organik is a retail organic food product business that emphasizes on household needs of daily organic food products. Our target market is those with social economic status (SES) A and lives in the urban housing area in big cities of Indonesia. Teras Organik offers organic consumption as a part of everyday lifestyle and the consumer will have a healthy lifestyle, which can be achieved through the product itself, store location that is located in the middle of housing estates thus making them easier to buy organic food products, the formation of Teras Organik community with its regular communal activities, and a product knowledge-based service given by our store staff. The demand for organic food product has been growing rapidly across the world and as well in developing countries such as Indonesia. The Indonesian government has supported this through the establishment of 'Go Organic 2010' program. Therefore, we foresee that there are a lot of opportunity in the organic food industry that eventually will continue to grow and creating high demands.

By positioning itself as organic food product seller, Teras Organik will be competing with supermarkets, where people buy organic food product the most. Also, competition will come from some organic product agents and some specialized organic product stores which offer wide range of qualified organic products.

For the next five years, Teras Organik's development plans will include product development, market penetration, and market development through additional Teras Organik's stores.

Teras Organik's future developments will bring positive contribution not only for the society through healthy daily lifestyle but also the surrounding environments (because organic farming and Teras Organik's use of paper bags or reusable bags helps to maintain a healthy-balanced environment).

In the next five years, Teras Organik shows a promising financial performance which can be seen by its positive NPV of Rp 75.089.444 as well as 46% of IRR. These indicators can fulfill the owners' expectations and also show that the business is feasible.

