

RINGKASAN EKSEKUTIF

Golden Bing adalah bisnis *food and beverage* yang terinspirasi dari makanan asli negara China yaitu Jian Bing. Golden Bing menawarkan 2 varian rasa *curry* dan *authentic* serta 2 macam jenis isian yaitu komplit dan sosis. Visi dan Misi kelompok adalah menjadi brand *street food* terkemuka di Indonesia dengan menyediakan makanan yang bukan hanya enak, namun berkualitas dan bergizi. Dengan mengedepankan gizi, Golden Bing menyediakan bahan yang mengandung protein dan serat.

Target pasar kelompok berfokus pada semua kalangan mulai dari pelajar hingga keluarga dengan kisaran usia mulai dari 12-55 tahun di daerah Jabodetabek yang ingin mencoba hal baru, suka bersosialisasi, dan peduli akan gizi. Kelompok menggunakan strategi pemasaran lewat media sosial seperti Instagram dan Tik Tok untuk menarik calon konsumen yang sesuai dengan target market terutama di Bintaro. Kegiatan Operasional secara umum mulai dari pembuatan adonan dengan bahan baku Jian Bing, produksi pada gerobak sebagai media penjualan *offline*, dan distribusi secara *direct to customer* dan *Pre Order*.

Produk dari Golden Bing sendiri terbagi menjadi 2 yaitu varian komplit dengan isian daging ayam, telur, dan sayuran dengan harga Rp35.000. Serta varian curry dengan isian sosis goreng dan telur dengan harga Rp25.000. Dengan harga tersebut, kelompok memiliki margin di kisaran 36.39% untuk rata-rata produk Golden Bing. Target penjualan kelompok sebesar 3516 unit total dengan proyeksi *payback period* selama 1 tahun 3 bulan 8 hari. Selama 4 bulan bisnis berjalan, Golden Bing mencapai 19.27% dari laba bersih proyeksi dalam 1 tahun. Dengan data tersebut, Golden Bing layak untuk meneruskan bisnis karena menghasilkan keuntungan yang terus berjalan

Kata Kunci	:	Jian Bing, <i>Street Food</i> , Bergizi, Inovatif, Sosialisasi
Bidang Usaha	:	Food and Beverage

EXECUTIVE SUMMARY

Golden Bing is a food and beverage business inspired by the traditional Chinese dish, Jian Bing. The brand offers two flavor variants: curry and authentic, with two filling options: complete and sausage. The vision and mission is to become Indonesia's leading street food brand by not only providing tasty food, but also high-quality, and nutritious food, emphasizing ingredients rich in protein and fiber.

Our target market includes individuals aged 12-55 in Jabodetabek who enjoy new experiences, socializing, and care about nutrition. Marketing strategies leverage social media platforms like Instagram and Tik Tok, focusing particularly on Bintaro. Operations include dough preparation from Jian Bing ingredients, production via street carts for offline sales, and distribution through direct-to-customer and pre-order channels.

Golden Bing's products are priced at IDR 35,000 for the complete variant and IDR 25,000 for the curry variant, with an average product margin of 36.39%. The sales target is 3,516 units, with a projected payback period of 1 year, 3 months, and 8 days. In the first four months, Golden Bing achieved 19.27% of the projected net profit for the year. This data indicates that Golden Bing is viable for continued business operations, generating consistent profits.

Keywords	:	Jian Bing, <i>Street Food</i> , Nutritious, Innovative, Socializing
Field of Business	:	<i>Food and Beverage</i>