

ABSTRACT

Sekarang ini, perkembangan dunia kuliner di Bandung semakin luas dan beragam. Banyak turis berkunjung ke Bandung, terutama dari kawasan Asia Tenggara, dengan tujuan berburu makanan baru dan khas. Salah satu tempat tujuan yang sering dikunjungi turis yang datang ke Bandung adalah Rumah Mode. Rumah Mode adalah *factory outlet* sekaligus pusat jajanan yang menjual berbagai jenis makanan. Salah satu jenis makanan yang tersedia di Rumah Mode adalah makanan Sunda. Dari beragam jenis makanan Sunda, salah satunya yang baru mulai dikenal dan diminati yaitu nasi bakar. Nasi Bakar Monroe adalah kios makanan yang berlokasi di Rumah Mode, yang menjual nasi bakar dengan penyajian yang unik dan berbeda dari nasi bakar lainnya. Selain menggunakan nasi putih seperti nasi bakar pada umumnya, Nasi Bakar Monroe juga menggunakan nasi merah. Nasi Bakar Monroe disajikan dengan berbagai macam jenis *seafood* dan ayam sebagai isinya, sehingga pembeli dapat memilih jenis nasi bakar mana yang mereka sukai. Nasi Bakar Monroe dibuat dengan bahan – bahan yang segar dan alami. Biaya untuk pembuatannya tidak terlalu tinggi sehingga harga tiap porsi dari Nasi Bakar Monroe terjangkau dan bersaing. Nasi Bakar Monroe membutuhkan tiga orang pegawai, yaitu seorang juru masak, dan dua orang asisten juru masak/pelayan, masing – masing dengan tugas dan kewajiban yang berbeda – beda. Modal yang diperlukan untuk memulai bisnis ini terbilang kecil tetapi dapat menghasilkan keuntungan yang besar, dengan masa pengembalian modal yang cepat, yaitu empat bulan. Selain itu, belum ada kreasi nasi bakar seperti ini, sehingga dapat menimbulkan daya tarik tersendiri bagi konsumen.

EXECUTIVE SUMMARY

Nasi Bakar Monroe is the only *nasi bakar* seller located at Rumah Mode Factory Outlet on Setiabudhi Street. Nasi Bakar Monroe offers *nasi bakar* with brown rice or white rice. For the filling, Nasi Bakar Monroe uses fish, chicken and seafood. The rice is wrapped in banana leaves. Nasi Bakar Monroe has twelve kinds of *nasi bakar*, so people can choose what they like. Nasi Bakar Monroe is healthy because it uses fresh ingredients.

Even though there are many places selling *nasi bakar* in Bandung, most of them offer the same menu, *nasi bakar* with chicken and anchovy. Nasi Bakar Monroe provides *nasi bakar* with different filling which is good for health. The marketing strategy of Nasi Bakar Monroe focuses on informing people that Nasi Bakar Monroe is healthy.

In Bandung, the growth of food industry has shown a big improvement over the last year. Since the building of Cipularang Toll, Bandung has become one of the most favorite cities to visit. My research shows that 47% tourists visit Bandung with a purpose to hunt for food and Nasi Bakar Monroe aims to satisfy those tourists. So, our target market is tourists from outside Bandung who are shopping at Rumah Mode and who like eating Indonesian food, especially Sundanese food.

Nasi Bakar Monroe is a promising business. The predicted sales for the first year are IDR 370.656.000, with net profit of IDR 26.110.288. The payback period will be reached only within four months and thirteen days of operating.

TABLE OF CONTENTS

TITLE PAGE.....	i
DECLARATION OF ORIGINALITY.....	ii
FRONT COVER OF THE BUSINESS PLAN.....	iii
APPROVAL PAGE.....	iv
TABLE OF CONTENTS.....	v
ABSTRACT.....	vi
EXECUTIVE SUMMARY.....	vii
CHAPTER I. THE BACKGROUND.....	1
CHAPTER II. MARKETING ASPECT.....	5
CHAPTER III. OPERATIONAL ASPECT.....	12
CHAPTER IV. HUMAN RESOURCES ASPECT.....	17
CHAPTER V. FINANCIAL ASPECT.....	22
BIBLIOGRAPHY	
APPENDICES	