

Abstrak

Bisnis yang akan dijalankan bergerak di bidang kuliner. Secara lebih spesifik, membuka rumah makan ayam bakar madu yang berlokasi di kota Bandung tepatnya di Jalan Pandu. Bisnis ayam bakar madu ini akan diberi nama Ayam Bakar Madu “Putra Bandung”. Peluang yang pertama terlihat pada produk ayam bakar ini merupakan suatu produk kuliner yang unik. Tidak hanya sekedar ayam bakar seperti pada umumnya, para konsumen dapat menikmati ayam bakar madu dengan aroma madu dan ayam bakar kaya akan bumbu yang diolesi madu diseluruh permukaan ayamnya dengan tekstur yang renyah di permukaan luar ayam dan empuk di bagian dalam ayam.

Berbicara mengenai peluang, dilakukan riset kecil melalui kuisioner dengan total responden sebanyak 65 orang. Dengan memeberikan deskripsi bisnis yang diantaranya menu utama, fasilitas, menu pelengkap, dan lokasi tempat usaha. Lalu mengajukan beberapa pertanyaan yang diantaranya tertarik atau tidak terhadap Ayam Bakar Putra Bandung, dan sesuai atau tidak Ayam Bakar Madu Putra Bandung ini di mata konsumen. Dengan kesimpulan akhir yang di peroleh hampir 90% responden menjawab tertarik dan sesuai.

Ayam Bakar Madu Putra Bandung menetapkan segmentasi pasar dengan segmentasi geografi, target pasar yang penulis tetapkan adalah siswa siswi SD-SMP Pandu kota Bandung, jemaat gereja Pandu kota Bandung, dan para wisatawan luar kota Bandung dan segmentasi demografi, target pasar yang tetapkan adalah mahasiswa-mahasiswi universitas Maranatha, para karyawan di sekitar tempat usaha.

Berbicara mengenai kelayakan investasi, dilakukan dengan metode *Net Present Value*. Dengan akumulasi *Total Present Value* sebesar Rp 538.687.568 dikurangi dengan *Initial Investment* sebesar Rp 129.337.600 menghasilkan jumlah NPV sebesar Rp 409.349.968 > 0 dengan kesimpulan akhir usaha Ayam Bakar Madu Putra Bandung layak untuk dijalankan.

Abstract

The business will be run moves in the culinary field. More specifically, open house honey barbecued chicken meal which is located in Bandung, precisely on Jalan Pandu. Honey roasted chicken business will be named Ayam Bakar Honey "Son of Bandung". Opportunities were initially visible grilled chicken product is a unique culinary products. Not just like a grilled chicken in general, consumers can enjoy honey roasted chicken with honey and grilled chicken aroma is rich in herbs honey smeared across the surface of the chicken with a crispy texture on the outer surface of the chicken and tender on the inside of the chicken.

Speaking about the opportunity, do a little research through questionnaires with respondents as many as 65 people total. By giving them business descriptions main menu, facilities, complement the menu, and the business location. Then ask some questions of them are interested or not against Grilled Chicken Putra Bandung, and appropriate or Honey Grilled Chicken Putra Bandung is in the eyes of consumers. With a final conclusion which obtained nearly 90% of respondents are interested and appropriate.

Honey Grilled Chicken Putra Bandung define market segmentation by geography segmentation, target market is the author assign primary and junior school students Pandu Bandung, Bandung Pandu church members, and the tourists outside the city of Bandung and demographic segmentation, target market set is mahasiswa- Maranatha university students, employees around the place of business.

Talking about the feasibility of investment, carried out using the Net present Value. With accumulated Total Present Value of Rp 538 687 568 reduced by the Initial Investment amounted USD 129 337 600 produce the amount of Rp 409 349 968 $NPV > 0$ with the final conclusions effort Honey Grilled Chicken Putra Bandung feasible.

DAFTAR ISI

COVER	i
PERYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iii
PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
BAB I RINGKASAN EKSEKUTIF.....	1
1.1 DESKRIPSI KONSEP BISNIS	1
1.1.1 KELAYAKAN INVESTASI.....	7
1.2 PERIJINAN.....	8
1.3 DESKRIPSI BISNIS.....	9
1.3.1 NAMA BISNIS.....	9
1.3.2 LOGO BISNIS.....	9
1.3.3 BENTUK KEPEMILIKAN BISNIS.....	11
1.3.4 VISI DAN MISI.....	12
1.3.5 LOKASI BISNIS.....	12
BAB II ANALISIS PELUANG BISNIS DAN IDE PRODUK.....	14
2.1 ANALISIS PELUANG.....	14
2.1.1 INDUSTRI KULINER.....	14
2.1.2 PELUANG.....	15

2.1.3 TANTANGAN DAN RESIKO.....	23
2.2 ANALISIS IDE DAN PRODUK.....	26
2.2.1 PROYEKSI KEBUTUHAN KONSUMEN.....	26
BAB III ASPEK PEMASARAN.....	32
3.1 STRATEGI PEMASARAN.....	32
3.1.1 SEGMENTASI PASAR.....	33
3.1.2 TARGET PASAR.....	33
3.1.3 POSITIONING.....	34
3.2 BAURAN PEMASARAN.....	36
3.2.1 PRODUK DAN HARGA YANG DITAWARKAN.....	38
3.2.2 SALURAN DISTRIBUSI.....	40
3.2.3 PROMOSI PENJUALAN.....	41
3.3 PERKIRAAN PENJUALAN.....	43
BAB IV ASPEK OPERASIONAL.....	49
4.1 PERALATAN DAN KAPASITAS PRODUKSI.....	49
4.1.1 PERALATAN PRODUKSI.....	49
4.1.2 BAHAN BAKU BESERTA BIAYA.....	53
4.1.3 KAPASITAS PRODUKSI.....	59
4.2 PROSES PRODUKSI.....	60
4.3 LOKASI DAN TATA TELAK.....	76
4.3.1 PEMILIHAN LOKASI.....	76

4.3.2 RENCANA TATA LETAK.....	83
BAB V ASPEK SUMBER DAYA INSANI DAN MANAJEMEN.....	85
5.1 STRUKTUR ORGANISASI.....	85
5.1.1 STRUKTUR ORGANISASI.....	85
5.1.2 DESKRIPSI DAN SPESIFIKASI PEKERJAAN.....	86
5.1.3 REKRUTMEN.....	95
5.1.4 SELEKSI.....	96
5.2 WAKTU KERJA DAN KOMPENSASI.....	98
5.3 STANDARD OPERATING PROCEDURE.....	100
5.3.1 PENGERTIAN STANDARD OPERATING PROCEDURE.....	100
5.3.2 TAHAPAN STANDARD OPERATING PROCEDURE.....	102
BAB VI ASPEK KEUANGAN.....	112
6.1 SUMBER DANA.....	112
6.2 RENCANA KEBUTUHAN MODAL INVESTASI.....	112
6.3 ANALISIS KELAYAKAN INVESTASI.....	125
6.3.1 <i>NET PRESENT VALUE</i>	125
6.3.2 <i>PAY BACK PERIOD</i>	126
6.3.3 PROFITABILITY INDEX.....	127
DAFTAR PUSTAKA.....	128
CURRICULUM VITAE.....	129

