

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Di era modern ini, bisnis kuliner menjadi salah satu bentuk bisnis wirausaha yang menjanjikan di karenakan pada umumnya orang selalu mencari makanan sesuai kebutuhan dan sudah menjadi incaran banyak orang di dunia untuk di jadikan bisnis utama. Banyak cara dalam bidang kuliner yang dapat dikreasikan atau di inovasikan sesuai perkembangan selera konsumen yang cepat berubah dan berbeda-beda. Inovasi yang tepat akan dapat menyukseskan kegiatan bisnis kuliner yang kita jalankan. Namun, tentu saja kegiatana inovasi yang berubah-ubah dan tidak tentu, kita di sebagai pengusaha kuliner dipaksa untuk selalu berinovasi untuk selalu mencari daya tarik konsumen.

Ayam Geprek Boss sebuah bisnis yang bergerak dibidang kuliner makanan. Ayam Geprek Boss menjalankan usaha ini bertujuan untuk memperkenalkan makanan yang enak dan murah, cara tersebut Ayam Gerpek Boss lakukan dengan memilih untuk focus pada penjualan makanan yang bahan bakunya adalah ayam dan menjual ayam geprek. Namun, ayam geprek yang di jual oleh Ayam Geprek Boss memiliki tambahan topping seperti keju mozzarella, tempe/tahu, telur dan sayur-sayuran.

Adapun peluang yang didapatkan penulis yaitu lokasi yagn strategis karena dekatnya dengan sekolah, universitas, tempat permukiman warga dan tidak

terlalu jauh juga dari kantor dan pabrik-pabrik. Selain tempatnya yang strategis, penulis juga melihat peluang bisnis ayam geprek sebagai peluang bisnis yang baik dan besar dari segi pesaingnya, belum ada pesaing di daerah Cikampek yang menjual ayam geprek dan memiliki cita rasa ayam dengan rasa yang pedas.

Dengan berbedanya dengan pesaing, Ayam Geprek Boss menjual produk yang pasti digemari, mudah bahan bakunya dan mudah proses pembuatannya. Menurut Winda. , Tawaf.R, Sulistyati. M (2016) *Prefensi pangan (food preference)* adalah tindakan atau ukuran atau tidak sukanya terhadap makanan dan akan berpengaruh terhadap konsumsi pangan Suhardjo (1989). Preferensi terhadap daging ayam broiler pada semua responden menunjukkan bahwa 100% menyukai daging ayam broiler sebagai bahan pangan untuk dikonsumsi. Oleh karena itu penulis membuat produk dengan bahan baku utamanya adalah ayam broiler. Penulis menyajikan ayam broiler hanya pada potongan dada saja karena menurut Sediaortama (2006) bahwa daging pada ayam mengandung serat yang lebih kasar, jika dibandingkan dengan daging dada, sehingga daging dada ayam lebih mudah dicerna dibandingkan dengan daging paha. Bagian dada besar karena bagian dada banyak mengandung daging dan empuk. Maka dari itu penulis mengolah ayam broiler bagian dada dengan membuat menjadi ayam geprek dengan memiliki tingkat kepedasan sesuai dengan selera konsumen. Penulis memberikan tingkatan kepedasan dari level 1 sampai 30 dengan masing-masing perlevel 2 cabai.

Produk yang sudah memiliki keunggulan tentunya harus menentukan target untuk siapa produk ini dijual dan bagaimana potensi pasar untuk penjualan

produk tersebut. Target pasar kedai ini adalah pegawai pabrik, anak-anak sekolah dan karyawan toko. Strategi pemasaran sangat diperlukan Ayam Geprek Boss demi berkembangnya Ayam Geprek Boss agar dikenali banyak orang. Sebuah bisnis akan sulit dijalankan dan dikenal calon pelanggannya jika tidak melakukan strategi pemasaran pada usahanya. Strategi utama yang diterapkan dan paling berpengaruh pada berjalannya sebuah bisnis yaitu menggunakan strategi *Word of Mouth* (WOM) baik secara langsung dengan mengajak rekan dan merekomendasikannya lagi maupun secara tidak langsung yaitu melalui social media Instagram untuk iklan promosi, bekerjasama dengan *Paid Promote* dan *Whatsapp* sebagai media pemesanan online.

Menjalankan sebuah bisnis bukan hanya bermain-main namun sebagai penulis harus berpikir jauh kedepan agar mengetahui kelayakan investasi dari usaha yang dijalankan. Investasi ini awalnya akan dilakukan dari modal pribadi, bantuan orangtua dan pinjaman bank. Setelah berjalannya bisnis ini, penjualan Ayam Geprek Boss menuju kearah positif dengan mendapatkan hasil penjualan yang terlihat kenaikannya dan memperoleh keuntungan. Hal ini dapat diperkirakan akan terus meningkat mengingat Ayam Geprek Boss akan melakukan penambahan menu dan melakukan pengembangan pada produknya. Kelayakan ini dapat dilihat juga berdasarkan perhitungan kelayakan investasi dari *Payback Period* yang akan diraih dalam waktu sekitar 2 tahun lebih dan *Net Present Value* lebih dari 0 serta *Profitability Index* diperoleh lebih dari 1 yang artinya usaha ini layak untuk dijalankan.

1.2 Deskripsi Bisnis

Ayam Geprek Boss adalah sebuah bisnis kuliner yang menjual makanan ayam geprek yang memiliki cita rasa pedas dan memiliki menu tambahan andalan berupa keju mozzarella dan menu tambahan lainnya yang tidak kalah cocok untuk ayam geprek itu sendiri. Memang konsep ayam geprek ini bukan bisnis inovasi yang baru sekali, namun penulis berkeinginan untuk membuka bisnis ayam geprek di daerah Cikampek. Dikarenakan di Cikampek itu sendiri belum ada konsep makanan yang berciri khas ayam geprek yang pedas. Paket yang ditawarkan oleh Ayam Geprek Boss adalah paket ayam geprek dengan lalapan dan tingkatan level pedas dari level 1-30 yang per level nya akan diberikan 2 cabai. Dan menyediakan menu tambahan seperti keju mozzarella, telur, sayuran dan tahu/tempe.

Visi Ayam Geprek Boss adalah menjadi bisnis kuliner ayam geprek yang dapat digemari dan diterima di semua kalangan dan dapat berkembang secara bisnis dan inovasi

Misi Ayam Geprek Boss adalah

1. Meyediakan ayam geprek berikut dengan menu tambahan dengan kualitas yang baik, enak dan konsisten untuk konsumen.
2. Selalu mengutamakan kepuasan konsumen.
3. Terus berusaha untuk berkembang dari segi pelayanan, inovasi dan bisnis.

Tujuan Ayam Geprek Boss adalah selalu memberikan yang terbaik dan kepuasan untuk konsumen dan memberikan menu sesuai keinginan yang belum terpenuhi di daerah Cikampek.

Penulis memiliki keinginan untuk membuka tempat Ayam Geprek Boss di jalan Ahmad Yani, Cikampek. Karena di jalan tersebut merupakan jalan salah satu jalan utama yang sangat ramai yang biasanya dijadikan tempat tinggal, tempat berjualan, sekolahan, universitas dan tempat pabrik-pabrik di dekatnya.

