

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 Deskripsi Konsep Bisnis

Seperti yang kita ketahui bahwa akhir - akhir ini semakin banyak munculnya berbagai restoran baru, rumah makan baru, *cafe* baru, pasar-pasar baru dan penambahan penduduk dari waktu ke waktu sangat memberikan harapan yang menjanjikan bagi usaha kuliner. Dari kenyataan seperti itu tercermin bahwa peluang usaha daging ayam cukup besar dan selalu ada tempat untuk penjualan daging ayam. Daging ayam memiliki potensi cukup tinggi baik sebagai ternak potong maupun ternak bibit. Selama ini daging ayam dapat memenuhi kebutuhan daging untuk lokal. Seperti rumah tangga, hotel, restoran, industri pengolahan, perdagangan antar pulau.

Dalam decade terakhir ini pun gejolak isu kesehatan nasional dan dunia membuat konsumsi daging di Indonesia sempat merosot tajam, seperti halnya flu H5N1 yang kita kenal sebagai flu burung, walaupun flu ini serangan utamanya menyerang ternak burung, bukan saja semata-mata peternak burung yang bingung hendak berbuat apa, tapi hampir seluruh peternak dibuat kaget dengan konsumsi daging Indonesia menurun tajam dalam beberapa bulan terakhir, hal ini pun menjadi salah satu peluang untuk peternak yaitu mengutamakan kuantitas ternaknya dengan menjual daging ayam yang sehat.

1.2 Deskripsi Bisnis

Dengan itu penulis memutuskan untuk membuka usaha atau bisnis dibidang kuliner dengan nama perusahaan yang dijalani adalah Ayam Kopi – Aiko Chicken karena seperti yang penulis lihat bahwa setiap orang dalam kesehariannya pasti membutuhkan makanan.. Alasan pemilihan nama Aiko didasarkan pada singkatan Ayam dan Kopi yang jika digabungkan menjadi ‘AyKo’, namun nama tersebut kurang menarik sehingga diubah menjadi ‘Aiko’ yang berarti dalam bahasa Jepang adalah ‘Yang Terkasih / Tercinta. Sehingga meng-*images*-kan ayam kopi akan selalu menjadi pilihan para pelanggan.

Logo yang akan dipakai adalah sebagai berikut :



Simbol berbentuk kepala ayam yang melambangkan ciri khas dari ayam kopi itu sendiri. Dan warna merah memberikan efek ketertarikan pada psikologis manusia dan warna merah juga warna yang *eye catching* sehingga konsumen atau pelanggan lebih tertarik untuk membelinya. Dengan

melihat peluang yang besar, penulis berharap dapat memenuhi salah satu kebutuhan manusia yang paling pokok yang setiap orang tidak bisa meninggalkannya. Penulis memilih makanan yang spesifiknya daging ayam karena hampir setiap orang menyukainya dan dibidang rasanya bias diterima oleh setiap orang lalu akhirnya memutuskan untuk membuat AIKO (ayam kopi).

Usaha yang akan dijalankan ini akan mendapatkan izin dari Domisili Usaha dari RT setempat, Surat Izin Tempat Usaha (SITU) dari kelurahan atau bahkan Kota, izin dari BPOM, dan sertifikat halal dari MUI sehingga aman untuk dikonsumsi untuk kalangan mana pun.

Adapun visi dari AIKO yaitu menjadi ayam kopi yang memiliki kualitas rasa terbaik di Indonesia. Sedangkan misinya adalah memenuhi kebutuhan pelanggan akan konsumsi yang bergizi tinggi, higienis, aman bagi kesehatan pelanggan dan halal. Berdasarkan prosentase ekspor impor menunjukkan bahwa kebutuhan daging masih dirasa belum memenuhi target, kenyataan ini bias dilihat dengan jelas pada jumlah permintaan dan persediaan daging.

Hal tersebut disebabkan oleh beberapa factor seperti :

1. Laju pertumbuhan penduduk
2. Perluasan usaha baru
3. Kesadaran kebutuhan akan gizi
4. Meningkatnya kebutuhan masyarakat

Faktor lain yang mendukung kebutuhan daging ayam semakin meningkat karena disebabkan tingkat harga yang lebih rendah dibandingkan harga daging sapi ,kerbau, dan kambing ,padahal nilai kandungan gizinya hampir sejajar, jadi orang cenderung membeli daging ayam selain

harganya lebih ekonomis dagingnya pun lebih lunak dan dapat dimasak dalam beberapa macam masakan yang lezat dan khas masakan ayam.

Usaha yang dijalankan ini merupakan usaha yang didirikan oleh Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha yang berada di Jalan Babakan Jeruk No 10, Bandung yang memiliki keterampilan dan potensi sebagai seorang *entrepreneur* untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat sekitar.