

RESUME

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Ayam *Rumahan* berasal dari ide penulis yang berarti, menu olahan berbahan dasar ayam yang diolah dengan berbagai macam rempah – rempah di Indonesia yang disajikan dari sebuah katering rumahan bukan restoran mewah dan sebagainya, Dari nama ini penulis ingin menyampaikan ke benak konsumen bahwa, *Ayam Rumahan* adalah sebuah katering rumahan yang menyajikan menu olahan berbahan dasar ayam yang diolah dengan rempah – rempah di Indonesia bukan seperti “*Ayam Kampus*” yang memiliki makna negatif yang berkembang di masyarakat sehingga penulis menggunakan *Ayam Rumahan* sebagai *brand* untuk usaha katering agar bisa menarik rasa ingin tahu konsumen dengan makna *Ayam Rumahan*.

Sebagai kawasan daerah yang memiliki lingkungan kerja yang padat, Cengkareng bisa menjadi tempat para konsumen untuk menikmati kuliner , wilayah Kotamadya Jakarta Barat, memiliki luas wilayah 3.009 ha. Menurut data statistik 2004, peruntukan luas tanah tersebut terdiri dari perumahan 1.097,60 ha; industri 97,25 ha; perkantoran 328,92 ha; taman 31,90 ha; pertanian 118,64 ha; lahan tidur 619,12 ha; dan lain-lain 715,57 ha. Secara administratif terdiri 6 kelurahan, 82 RW, 955 RT, 95.577 KK, 231.234 jiwa dan luas area 30.29 km² (23,58%) dengan kepadatan penduduk sebesar 7.685 jiwa/ km². Kecamatan Cengkareng terdiri dari:

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

(a) Kelurahan Duri Kosambi (503ha) dengan jumlah penduduk 40.044 jiwa dan 13.204 KK;

(b) Kelurahan Rawa Buaya (467 ha) dengan jumlah penduduk 26.323 jiwa dan 11.445 KK;

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





(c) Kelurahan Kedaung Kali Angke (261 ha) dengan jumlah penduduk 18.914 jiwa dan 7.358 KK;

(d) Kelurahan Kapuk (723 ha) dengan jumlah penduduk 53.965 jiwa dan 18.887 KK;

(e) Kelurahan Cengkareng Timur (511 ha) dengan jumlah penduduk 44.810 jiwa dan 16.250 KK;

(f) Kelurahan Cengkareng Barat (545 ha) dengan jumlah penduduk 47.005 jiwa dan 15.836 KK.

Sumber : <http://www.jakarta.go.id/web/encyclopedia/detail/3775/Cengkareng-Kecamatan>

Hal ini dapat menjadi peluang besar untuk menarik perhatian konsumen yang memiliki mobilitas yang tinggi khususnya bagi mereka yang bekerja di kantoran yang tidak memiliki cukup waktu untuk memasak sendiri dirumah dan terlebih bagi mereka yang sangat menyukai makanan dengan rasa pedas. Pada kesempatan seperti *Ayam Rumahan* memperkenalkan diri sebagai katering yang menyediakan makanan berbahan dasar ayam yang diracik dengan rempah – rempah pilihan dengan rasa dominan pedas.

Ayam Rumahan memiliki konsep berupa *home industry*, maka tempat yang sangat strategis adalah di komplek perumahan. Alasan memilih perumahan karena perumahan dimana *Ayam Rumahan* beroperasi dikelilingi perumahan Ciputra dan developer lainnya seperti Citra Garden 1, Citra Garden 1 Ext, Citra Garden 2, Citra Garden 2 Ext, Citra Garden 3, Citra Garden 3 Ext, Citra Garden 5, Taman Palem



Lestari, Taman Surya 1, Taman Surya 2, Taman Surya 3, Taman Surya 4, Taman Surya 5, Kalideres Permai, Premiere Pavilion, Golden Palm, dan lain – lain.

Perumahan – perumahan ini memiliki potensi yang sangat besar dan tentunya daerah perumahan – perumahan ini dikelilingi oleh lingkungan perkantoran sehingga menjadi peluang yang sangat besar bagi *Ayam Rumahan* untuk meraup konsumen.

Ayam Rumahan memiliki konsep makanan cita rasa khas orang Indonesia, dimana sebagian besar orang Indonesia sangat menyukai yang namanya cabe karena rasa pedas yang ditimbulkan oleh cabe tersebut, penulis melihat konsep makanan ini sebagai peluang karena, banyaknya konsumen, khususnya dari anak muda sampai orang tua sangat menyukai rasa pedas. Konsumen orang Indonesia cenderung merasa tidak puas atau tidak “afdol” kalau makan tidak menggunakan cabe atau sambal atau rasa pedas. Menurut riset dari para ahli bahwa rasa pedas tersebut memacu orang untuk makan lebih antusias atau senang sehingga penulis menggunakan peluang ini sebagai awal untuk mengembangkan bisnis ini.

Ayam Rumahan menyediakan makanan berbahan dasar daging ayam. Daging ayam ini adalah daging ayam olahan yang telah diolah sendiri oleh *Ayam Rumahan* menjadi daging ayam fillet yang telah diracik dengan rempah – rempah pilihan, yang berarti daging ayam tanpa tulang dan masih bertulang. Penulis memilih fillet dengan maksud, *main course* yang dijual ini dapat dengan mudah dinikmati konsumen tanpa tulang. Daging ayam fillet ini disajikan dengan beberapa cara sesuai dengan menu yang ingin disajikan, daging ayam fillet tersebut ada yang ditumis dan digoreng terlebih dahulu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Ayam Rumahan memiliki lima menu andalannya untuk menarik perhatian

konsumen dan kesuksesan di pasar, yaitu :

1. Ayam Cabe Ijo
2. Ayam Pedas Asam Manis
3. Ayam Cabe Telur Asin
4. Ayam Bumbu Rujak
5. Ayam Rica - Rica

Penulis memiliki keyakinan tinggi, *Ayam Rumahan* dapat sukses dipasaran, dengan memanfaatkan selera lidah orang Indonesia yang sangat menyukai rasa pedas, permintaan konsumen yang selalu menginginkan harga terjangkau juga kualitas rasa yang baik, dan pesaing yang masih belum terlalu banyak, hal tersebut merupakan faktor – faktor mengapa penulis memilih rencana bisnis ini.

Berikut adalah tabel *Competitive Profile Matrix* yang membandingkan *Ayam Rumahan* dengan pesaing terdekatnya.

Tabel 2.2

Tabel *Competitive Profile Matrix*

Faktor Kunci Keberhasilan	Bobot	<i>Ayam Rumahan</i>		Ayam Bakar Cendrawasih		Ayam Goreng Kalasan	
		Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
Promosi	0,15	3	0,45	3	0,45	2	0,3
Kualitas Produk	0,20	4	0,8	4	0,8	4	0,8
Manajemen	0,10	3	0,3	3	0,3	2	0,20
Harga	0,20	4	0,8	3	0,6	4	0,8
Lokasi	0,05	3	0,15	4	0,2	3	0,15
Variasi Menu	0,15	4	0,6	4	0,6	3	0,45
Pelayanan	0,15	4	0,6	4	0,6	2	0,3
Total	1,00		3,70		3,55		3,00

Sumber : Data yang diolah



Berdasarkan tabel 2.2 diatas, dapat terlihat bahwa *Ayam Rumahan* memiliki nilai yang lebih besar dari pesaing terkuatnya yaitu *Ayam Bakar Cendrawasih*. Namun dalam interpretasi perusahaan yang memiliki nilai lebih tinggi belum tentu lebih baik daripada perusahaan dengan nilai lebih rendah. Angka-angka tersebut hanya menggambarkan kekuatan relatif dari suatu perusahaan dan menggambarkan bahwa masing-masing perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan di bidang berbeda-beda. Angka 4 (empat) yang terdapat di *Ayam Rumahan* pada sektor kualitas produk, harga, variasi menu, dan pelayanan merupakan hasil ranking dari beberapa *KSF* yang dipilih penulis. Angka 4 (empat) diberikan karena *KSF* tersebut merupakan *KSF* yang paling menonjol dan menjadi kekuatan utama dari *Ayam Rumahan*.

Berikut ini adalah analisis SWOT dari *Ayam Rumahan* :

1. *Strength* (Kekuatan)

Strength adalah faktor-faktor internal positif yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuannya. *Strength* dari *Ayam Rumahan* antara lain :

- a. Harga yang terjangkau untuk target pasar. *Ayam Rumahan* menawarkan produk makanan dengan harga Rp. 40.000,- untuk menu *ala carte* dan .harga Rp. 20.000,- untuk menu *set* menu. Harga tersebut sangat terjangkau sesuai dengan kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan karena untuk satu porsi bisa untuk empat orang khusus untuk menu *ala carte*.
- b. Kualitas produk yang terbaik, karena menggunakan daging ayam pilihan. Dengan kualitas produk yang baik tentu saja menghasilkan kualitas rasa

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



yang baik sehingga memberikan rasa yang kaya yang membuat konsumen lebih loyal.

- c. Pelayanan yang cepat, karena *Ayam Rumahan* beroperasi di daerah perumahan yang dekat dengan pusat perbelanjaan, perkantoran, pergudangan dan perumahan. Makanan diantar menggunakan motor atau mobil tergantung jumlah pemesanan dan kondisi cuaca sehingga tidak ada alasan untuk terlambat kecuali bencana alam atau kecelakaan.
- d. Variasi menu yang banyak sehingga konsumen tidak hanya memakan ayam saja, tetapi dilengkapi dengan sayur dan menu tambahan seperti sayur asem, bihun goreng, tempe, tahu, dan lain-lain.

2. *Weakness* (Kelemahan)

Weakness adalah faktor-faktor internal negatif yang menghambat kemampuan perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuannya.

Kelemahan yang dimiliki oleh *Ayam Rumahan* adalah :

- a. Belum memiliki reputasi yang baik, karena perusahaan baru didirikan dan belum dikenal oleh masyarakat.
- b. Lokasi usaha berada di dalam kompleks perumahan sehingga tidak terlihat orang banyak.
- c. Tenaga ahli dalam memasak hanya satu orang karena demi menjaga keaslian *taste*.

3. *Opportunities* (Peluang)

Opportunities adalah faktor-faktor eksternal positif yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuannya. Peluang yang dimiliki oleh *Ayam Rumahan* antara lain :

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- a. Teknologi yang terus berkembang sesuai dengan perkembangan zaman.
- b. Adanya gaya hidup masyarakat modern, yang melakukan berbagai aktivitasnya di luar rumah.
- c. Lingkungan yang padat penduduk sehingga memungkinkan untuk menggunakan jasa katering.
- d. Daya beli penduduk yang cukup tinggi

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. *Threats* (Ancaman)

Threats adalah kekuatan eksternal negatif yang menghalangi kemampuan perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuan. Hal-hal yang menjadi ancaman bagi *Ayam Rumahan* antara lain :

- a. Kekuatan pembeli yang tinggi.
- b. Pesaing atau pendatang baru
- c. Persaingan industri dalam bidang ini semakin ketat.

Strategi yang bisa digunakan antara lain sebagai berikut :

1. Strategi SO

- a. Melakukan inovasi menu dengan menggunakan teknologi yang baru sehingga bisa menciptakan variasi makanan lebih banyak lagi. (S2, S4, O1).
- b. Membangun hubungan dengan konsumen agar konsumen tetap loyal, hal tersebut akan membuat konsumen memilih *Ayam Rumahan*, ditengah persaingan yang masih minim (S3, O3, O4).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- c. Menawarkan menu *Ayam Rumahan* dengan promo menarik (S1, S4, O2, O3)
 - d. Memberikan pelayanan yang terbaik dalam rasa, pelayanan, dan kualitas agar terkenal (S2, S3, O2, O3).
2. Strategi ST
 - a. Mempublikasikan keunggulan *taste* pada *event* tertentu dan melakukan inovasi menu (S2, S4, T1).
 - b. Memberikan harga, kualitas, dan pelayanan terbaik di media sosial dan media cetak (S1, S2, S3, T2).
 - c. Memberikan keunggulan dalam pelayanan dan variasi menu (S3, S4, T3)
 3. Strategi WO
 - a. Membangun image *Ayam Rumahan* dengan pelayanan *best service, high quality, affordable price*, dan *good package* (W1, O1).
 - b. Melakukan promosi dengan membagi-bagikan brosur atau poster (yang sering dilewati oleh orang kantoran dan anak kuliah) untuk memperkenalkan *Ayam Rumahan* setiap orang sekaligus meningkatkan kekayaan kuliner khas Indonesia (W1, W2, O2, O3).
 - c. Merekrut orang yang berpengalaman dan menggunakan teknologi yang terbaru. (W3, O1, O3)
 - d. Memberikan *tester* pada event tertentu atau mengenalkan produk pada warga sekitar (W2, O3, O4)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Strategi WT

- © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- Meningkatkan promosi melalui berbagai media sosial yang sekarang ramai digunakan seperti Twitter, Facebook, Line, Instagram, Kaskus, Detik dll (W1, W2, T2).
 - Menjaga kualitas *taste* agar konsumen tetap loyal (W1, W2, T2)
 - Memperkenalkan *Ayam Rumahan* ke masyarakat (W1, W2, T1, T3).

Dalam memulai suatu usaha sangat penting untuk mengetahui apakah suatu usaha layak atau tidaknya untuk dijalankan, ada beberapa perhitungan untuk mengetahui apakah sebuah usaha layak atau tidak, yaitu:

- Break Even Analysis
- Net Present Value
- Profitability Index
- Payback Period
- Internal Rate of Return

Analisa untuk kelayakan *Ayam Rumahan* menggunakan kelima metode tersebut, yang dapat dilihat perhitungannya dari bab sebelumnya. Rangkumannya adalah sebagai berikut:

- Pada tahun 2015 *Ayam Rumahan* dapat mencapai *BEP* jika penjualan mencapai Rp. 5.732.399. Hal ini membuktikan rencana bisnis *Ayam Rumahan* telah mencapai target, karena pendapatan dari penjualan *Ayam Rumahan* dapat mencapai Rp. 4.522.347/tahun



- b. Tingkat suku bunga yang digunakan *Ayam Rumahan* adalah sebesar 10.55% sesuai dengan tingkat suku bunga kredit rupiah investasi bank swasta pada bulan Juli 2014.
- c. Dari hasil perhitungan, dapat disimpulkan nilai *Profitability Index* (PI) sebesar $1.54 > 1$ maka proyek investasi ini layak untuk dijalankan. Karena apabila $PI < 1$ maka proyek investasi tidak layak untuk dijalankan karena tidak menguntungkan.
- d. Dari hasil perhitungan *Payback Period* yang didapat, dapat disimpulkan bahwa investasi akan dapat kembali dalam waktu 1 tahun 10 bulan 3 hari. Rencana bisnis *Ayam Rumahan* ini dapat dikatakan layak karena periode pengembalian lebih cepat dari yang telah ditentukan pada awal perencanaan bisnis.
- e. Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa *IRR Ayam Rumahan* senilai 18.7%, berarti usulan investasi pendirian *Ayam Rumahan* dapat diterima karena *IRR* lebih besar dari tingkat suku bunga kredit rupiah investasi bank swasta pada bulan Juli 2014.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.