

RINGKASAN EKSEKUTIF

Kebiasaan untuk mengonsumsi makanan oriental dalam keseharian, yang diikuti oleh keterampilan anggota dalam mengelola makan, mempengaruhi keputusan untuk terlibat dalam industri kuliner. Terlebih salah satu anggota memiliki pengalaman mengelola restoran sebagai bisnis keluarga.

Industri kuliner merupakan salah satu industri yang mudah dimasuki namun memiliki persaingan yang ketat. Hasil penelusuran menunjukkan peluang dalam pemenuhan terhadap permintaan konsumen pada makanan Tionghoa halal yang belum terpenuhi secara menyeluruh. Keinginan untuk menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, mendorong dilaksanakannya beberapa tahapan penelitian. Hasil wawancara mendalam dan FGD menunjukkan bahwa mahasiswa dan profesional yang berorientasi pada keinginan untuk berhemat serta membutuhkan makanan yang cepat seiring dengan mobilitas mereka yang tinggi, merupakan target konsumen. Penting untuk berada di sekitar universitas atau perkantoran. Kemudian, riset dengan teknik *purposive sampling* menunjukkan bahwa mayoritas menyukai daging ayam dan WOM mempengaruhi keputusan pembelian. Implementasi strategi penetapan harga yang lebih tinggi pada produk favorit juga diperoleh berdasarkan hasil tes alfa. Tes beta yang dilaksanakan selama pandemi membuktikan bahwa sistem *pre-order* mampu menjadi alternatif sebagai sarana penjualan daring. Berbagai tahapan penelitian mendorong hadirnya Lucky Plate sebagai restoran Tionghoa kasual cepat halal yang menyediakan porsi individu dengan harga terjangkau di antara kompetitor makanan oriental seperti Duck King, Fufufu, hingga Kantin Chinese Food.

Beradaptasi dengan situasi pandemi, Lucky Plate menyediakan 3 pilihan menu seperti Kungfu Ji(cken), General Ji(cken), dan Uncle Ji(cken) di 4 kota. Penetrasi pasar dan pengembangan produk menjadi strategi yang difokuskan periode awal.

Terkait keputusan dilanjutkannya bisnis ini akan bergantung pada kemampuan pasar dalam menerima produk yang ditawarkan.

Tiga bulan menjalani bisnis, Lucky Plate berhasil melakukan penjualan dengan sistem dapur satelit sebanyak 1.058 produk secara menyeluruh di kota Makassar, Pangkalpinang, Pontianak, dan Serpong. Operasional dapat memaksimalkan kemampuan seorang pekerja untuk produksi di setiap daerah dengan kapasitas produksi hingga 50 produk per harinya. Pekerja ini juga akan mengantarkan produk pada konsumen secara langsung. Selain itu, juga berhasil menciptakan menu baru Lucky Plate yaitu Nan Ji(cken) dan makanan pelengkap yaitu bayam krispi dijadikan sebagai pilihan menu tambahan. Pada kuartal pertama, berhasil diperoleh pendapatan sebesar Rp28.137.000 dengan margin laba bersih yang mencapai 22%. Walaupun demikian, perlu untuk Lucky Plate kedepannya meningkatkan penjualan melalui pemberian produk secara gratis pada orang-orang yang dianggap berpengaruh di lingkungannya.

Menjalani bisnis di empat kota sekaligus merupakan sebuah tantangan bagi Lucky Plate. Fleksibilitas dan orientasi pada pelanggan menjadi kunci untuk beradaptasi dan berkembang. Keterampilan memasak dan higienitas oleh setiap anggota menjadi kewajiban dalam memenuhi standar kualitas yang merata. Selain itu juga penting untuk selalu berkomunikasi dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi di setiap kota untuk menekan kurva pembelajaran. Terpenting adalah tanggap pada siklus hidup produk yang ditawarkan.

Kata Kunci : Makanan Tionghoa, kasual cepat, halal, porsi individu, dapur satelit

Bidang Usaha : Makanan dan minuman

EXECUTIVE SUMMARY

Culinary industry is chosen as the base of the business that would be made because of people behavior in consuming oriental food as a daily intake, and also the skills that the members of the team have to survive in this industry. One of the team members also have experience in managing family restaurant business.

One of the industries that has been known for its competition was culinary industry, but research shown that demand on halal Chinese food has not been met by the seller. To contain the need and wants of the customer, pushed the team to create a new research. In-depth Interview and FGD have been implemented on the research, and the results showed that university students and professional that is money-centered need a food that can be consume in their high intensity activities could be the target market that was intended. To facilitate their needs, it has to be around university or working complex. Research that was based on purposive sampling technique shown that majority prefer chicken and Word of mouth has been one of the main factors of purchase intention. Pricing strategy that implanted by putting the best product on the highest price than other variants have been collected in alpha test research. Beta Test that has been implemented in pandemic era has shown that the best-selling system is pre-order that is integrated in the form of online selling. These researches have led on the appearance of Lucky Plate as Halal Fast Casual Chinese LSR that provide a portion for individual guest with a price friendly product compared to other oriental restaurant such as Duck King, Fufufu, and Kantin Chinese.

Pandemic era has shifted Lucky Plate to adapt with situation. To do this, Lucky Plate provide 3 variances, Kung Fu Ji(cken), General Ji(cken), and Uncle Ji(cken) in four different cities with cloud kitchen system. In these periods, business strategy focused on market penetration and development of a product. To continue the business, further action must be done to see how market captured the product.

Lucky Plate have sold 1058 products in Makassar, Pangkalpinang, Pontianak, and Serpong for three months of selling. Operational had 50 products maximum, that a single city can produce per day. A single worker could also distribute the product to customer directly. Lucky Plate also create a new product called Nan Ji(cken), and crispy spinach as sides to be add on the menu. On the first quarter, Lucky Plate have acquired revenue in the amount of Rp28.137.000 with profit margin that reach on the number of 22%. For further activity Lucky Plate need to increase the selling by giving free trial to key opinion leader on the environment.

Doing Business in four different cities must be seen as challenge for Lucky Plate. Flexibility and customer centered service must be the key to keep adapting and growing. Cooking skills and hygiene of the member is a must to fulfill the standard that has been applied on every business branch. Communication is the key to solving a problem in every city to reach a better position on learning curve. Most important things of business are the reaction of business product life cycle.

Keywords : Chinese food, fast casual, halal, individual portion, cloud kitchen

Field of Business : Food and beverage