

RINGKASAN EKSEKUTIF

Industri penyedia jasa makanan di Indonesia semakin meningkat. Timbulnya produk-produk makanan baru, perkembangan gaya hidup masyarakat dalam mengonsumsi makanan, hingga kemunculan layanan pesan antar pihak ketiga mendorong pertumbuhan industri tersebut. Melihat peluang tersebut tim penulis membuat sebuah kedai makanan yang produk utamanya berupa sate khas Jepang yang di kenal dengan sebutan *yakitori*, yang cukup populer bagi para penikmat masakan Jepang. Proyek bisnis kami di mulai pada awal bulan April hingga Juli 2017. Laporan akhir ini akan menjelaskan pencapaian serta pembelajaran yang kami ambil dilihat dari segi manajemen pemasaran, operasi, sumber daya manusia dan keuangan kami.

Berdasarkan hasil analisis yang telah tim penulis lakukan, Tangerang Selatan dipilih sebagai lokasi kedai kami, belum adanya kompetitor langsung ditambah lagi dengan variasi rasa dan harga terjangkau yang kami tawarkan membuat kami yakin untuk dapat menguasai pasar yang ada. Kedai tersebut menjual tiga varian produk: *yakitori* paha (*Negima Kushi*), *yakitori* dada (*Momo Kushi*), dan *yakitori* kulit (*Kawa Kushi*) dengan dua pilihan bumbu yaitu bumbu original dan pedas dengan harga per tusuknya Rp 3.000.

Untuk memulai kedai tersebut kami mengumpulkan modal sebesar Rp 30.000.000, dan ditargetkan akan kembali pada bulan ke empat belas. Pada bulan keempat yaitu Juli 2017 kami baru mulai berhasil mendapat keuntungan. Hal tersebut terjadi karena kami berhasil meningkatkan *brand awereness* kami melalui media sosial serta secara konstan menjaga kualitas daripada produk yang kami jual. Keberhasilan tersebut juga tidak luput dari performa sumber daya manusia kami yang terus kami kembangkan.

Pembelajaran yang dapat diambil setelah menjalankan proyek bisnis Yakitori-Ya! dapat di lihat dari kinerja keempat divisi yang ada meliputi pemasaran, operasi, sumber daya manusia, dan keuangan. Dalam hal pemasaran, penyampaian nilai beserta produk dan layanan yang kami tawarkan sangatlah penting. Dengan menggunakan strategi tersebut maka akan diperoleh brand awareness yang tinggi, lalu yang kedua dari divisi operasi pembentukan sistem dan implementasinya menjadi poin penting guna menjaga efisiensi dan menghindari produk cacat, divisi sumber daya manusia harus mampu menjaga moral tim dan menjalin komunikasi yang baik guna menghindari ineffisiensi dalam pemberdayaan SDA, Terakhir dari divisi keuangan pencatatan yang terorganisir serta rutin menjadi kunci sukses utama dalam kesuksesan divisi keungan, hal tersebut dilakukan untuk mengetahui kondisi keuangan perusahaan guna pengambilan keputusan yang tepat dan cepat demi kesuksesan Yakitori-Ya!.

Kata Kunci	:	Makanan, Jepang, sate, kedai, dan murah
Bidang Usaha	:	Makanan dan minuman

EXECUTIVE SUMMARY

With Indonesia's food service industry showing positive trends (as shown by key indicators such as menu innovation, consumers' growing preferences to dining out, and availability of third party delivery services), the authors decided to enter the industry by opening a local food kiosk. Our food kiosk offers a simple Japanese type of easy-to-eat skewers also known as *yakitori*, which is quite popular among Japanese food enthusiasts. Our business project spanned the period of early April to end of July 2017. This final report records, analyzes and reflects upon our achievements, or lack thereof, while highlighting the lessons we learned in terms of our kiosk marketing, operations, human resources, and financial performances.

Tangerang Selatan was selected after our research and survey confirmed there were only few direct competitors there. Varieties of flavors and price affordability were the main strategies we used in order to capture the existing market. The kiosk sold three product variants: *yakitori* with chicken's thigh (*Negima Kushi*), *yakitori* with chicken's breast (*Momo Kushi*), and *yakitori* with chicken's skin (*Kawa Kushi*) with two flavours—namely original and spicy--selling at Rp 3,000 per skewer.

With a capital outlay amounting Rp 30 million, our kiosk targeted to reach the BEP within fourteenth months. First monthly profit was made in the fourth month (July 2017), which was possible with our increasing brand awareness efforts through social media and constantly maintaining the quality of our product. Part of the success was due to sound policies from our human resources department.

A few key lessons can be learned from our business undertaking, across the performances of our kiosk four divisions: marketing, operations, human resources and finance. In terms of marketing, we must be able to convey the value, the products and services we offer. The second in terms of operation is in the quality of products that must be achieved by maintaining efficiency and avoiding defects. The third is in terms of human resources we must be able to maintain moral of the team and establish good communication to hinder inefficiency in task execution. And the last is in terms of finance that the financial report should be organized and made on a monthly basis to know exactly the latest financial status as it may influence future decisions.

Key Words	:	Food, Japanese, skewer, stall, and cheap
Business Field	:	Food and Beverage