

RINGKASAN EKSEKUTIF

Makanan adalah kebutuhan dasar manusia yang paling dasar. Tren makanan saat ini berkembang sangat pesat akibat maraknya penggunaan teknologi dalam kehidupan manusia, ditambah dengan maraknya sosial media dan *food blogger* sebagai salah satu media promosi secara *online*. Chicken Punch ingin ikut serta bergabung dalam industri kuliner yang ada di Indonesia. Chicken Punch menawarkan salah satu jenis makanan asli Indonesia yaitu ayam geprek yang diolah menggunakan bahan dan rempah asli Indonesia berkualitas, dipadu dengan beragam varian sambal khas Indonesia dan *topping* yang lezat. Chicken Punch menjual produknya melalui toko fisik yang mendukung konsumen untuk makan langsung di tempat, serta menggunakan layanan *third party* yang berfungsi sebagai jasa pengantar makanan bagi konsumen yang tidak makan di tempat. Permodalan Chicken Punch berasal dari keuangan pribadi yang digunakan untuk kepentingan pembelian alat dan bahan produksi, operasional hingga pemasaran. Kedepannya perputaran uang akan digunakan untuk pengembangan dari Chicken Punch ini sendiri. Chicken Punch telah melakukan analisis terhadap kompetitor dan industri ayam geprek guna mengetahui situasi pasar yang akan dihadapi. Lebih dari itu, Chicken Punch merancang penelitian secara kualitatif dan kuantitatif guna mendapatkan data mengenai industri, pasar, dan konsumen ayam geprek di Tangerang Selatan.

Chicken Punch menawarkan produk ayam geprek dengan tiga varian sambal yaitu sambal bawang, sambal matah, dan sambal ijo yang disajikan bersama nasi dan potongan timun yang dijual seharga Rp20.000 sampai Rp27.000 per porsi. Chicken Punch memiliki kesempatan untuk terus berkembang pesat. Hal ini dapat dilihat dari analisis PESTLE dan SWOT, permintaan pasar dan penawaran, dan *value* yang ditawarkan oleh Chicken Punch.

Kata Kunci	:	Makanan, ayam geprek, rempah-rempah, tradisional, pengalaman
Bidang Usaha	:	Makanan dan Minuman

EXECUTIVE SUMMARY

Food is the most basic basic human need. Food trends currently growing very rapidly due to rampant use of technology in human life, coupled with the rise of social media and food bloggers as one of the media campaigns online. Chicken Punch wants to join in the culinary industry in Indonesia. Chicken Punch offers one type of authentic Indonesian food that is *ayam geprek*, which processed using quality ingredients and spices of Indonesia, combined with a variety of Indonesian chilli variants and delicious toppings. Chicken Punch sells its products through physical stores that support consumers to do dine-in, as well as using third party services that serve as a food delivery service for consumers who do not eat on the spot. Capital Chicken Punch comes from personal finance that is used for the purchase of tools and materials production, operations to marketing. Future turnover money will be used for the development of this Chicken Punch itself. Chicken Punch has conducted an analysis of the competitors and the chicken industry to know the market situation that will be faced. Moreover, Chicken Punch designed qualitative and quantitative research to obtain data on the industry, market, and consumer of *ayam geprek* in South Tangerang.

Chicken Punch offers *ayam geprek* product with three varieties of *sambal*: *sambal bawang*, *sambal matah*, and *sambal ijo*, served with rice and cucumbers which sold for Rp20.000 to Rp27.000 per serving. Chicken Punch has a chance to grow rapidly in the market. This can be seen from the PESTLE and SWOT analysis, market and supply demands, and the value offered by Chicken Punch.

Keywords	:	Food, fried chicken, spices, traditional, experience
Field of Business	:	Food and Beverage