

RINGKASAN EKSEKUTIF

Industri makanan cepat saji tercatat memiliki peningkatan transaksi setiap tahunnya di Indonesia. Namun, industri makanan cepat saji justru diproyeksikan mengalami penurunan sebesar 2,7% terkait nilai Laju Pertumbuhan Majemuk Tahunan (CAGR) dalam beberapa tahun mendatang. Meningkatnya kesadaran masyarakat akan pola hidup sehat dan ancaman dari intensitas persaingan yang tinggi, diduga sebagai penyebab utamanya (Euromonitor International, 2017).

Menurut Euromonitor (2017), ayam goreng cepat saji tercatat sebagai salah satu jenis dengan proporsi jumlah transaksi tertinggi (25%). Sumber yang sama menyatakan bahwa masyarakat Indonesia cenderung tertarik mengonsumsi olahan makanan moderen yang dikemas dengan cita rasa Indonesia. Konsumen perkotaan di Indonesia juga cenderung gemar mengonsumsi makanan bersama-sama sambil menghabiskan waktu untuk bersosialisasi (Jakpat.net, 2017).

Maka, hadirlah 14 Chicken (dibaca: *fourteen chicken*) sebagai gerai makan yang menyediakan aneka olahan ayam goreng cepat saji dengan menggabungkan antara konsep “*sharing*” (menu yang dibuat dalam porsi besar sehingga bisa dikonsumsi bersama-sama) dan “*fusion*” (varian saus spesial yang dikemas dengan perpaduan cita rasa). Nama “14 Chicken” diambil dari menu satu ekor daging ayam yang disajikan dalam bentuk potongan sebanyak 14 bagian. Bagi konsumen yang peduli kesehatan tidak perlu khawatir mengonsumsi 14 Chicken karena menyajikan olahan ayam herbal yang bebas antibiotik, hormon, dan residu.

Gerai 14 Chicken berada di BSD Square dengan konsumen sarasannya adalah pelajar dan pegawai muda (usia 18 hingga 29 tahun) di wilayah Tangerang Selatan. 14 Chicken mengeluarkan dana investasi dan modal kerja sebesar Rp 90.000.000. Melalui proyeksi keuangan dalam 1 tahun, 14 Chicken menargetkan penjualan sebesar Rp 526.000.000 dengan *gross profit* sebesar 48,3% (Rp 254.084.500). Jika dikalkulasikan dengan biaya pengeluaran lainnya, 14 Chicken dapat mengembalikan nilai investasi yang dikeluarkan dalam kurun waktu 8 bulan.

Kata Kunci	:	Ayam Goreng Cepat Saji, <i>Sharing Food</i> , Perpaduan Cita Rasa, Lebih Sehat, <i>Foodblogger</i>
Bidang Usaha	:	Makanan dan Minuman

EXECUTIVE SUMMARY

The fast-food category is considered as one of fastest growing industries in term of transactions in Indonesia. Nonetheless, fast food industry growth is projected to decline as CAGR rate value drop by 2,7% in the next few years. Increased awareness of healthy lifestyle and threat from fierce competition anticipated as the main cause (Euromonitor International,2017).

According to Euromonitor (2017), chicken fast food is the highest proportion of transaction contributing up to 25% of total transactions. The same source also affirmed that Indonesians have interest in modern food packaged with indonesia cuisine flavors. Furthermore, urban consumers in Indonesia tend to eat food together while socializing (Jakpat.net, 2017).

Therefore, 14 Chicken offers a new fast food concept both “sharing food” (various menu served in large portion to be consumed together) and “fusion savory” (various sauces combined with elements of different culinary traditions). Our brand “14 Chicken” was named after whole chicken menu cut into 14 pieces. Every consumer who cares about “healthy lifestyle” need no worry to consume 14 Chicken because we serve herbal chicken that has no antibiotic, hormone, low residue, and also nutritious.

14 Chicken food Outlet is located at BSD Square. Its target market are students and young employees between 18 to 29 years old in South Tangerang. 14 Chicken issued an investment fund and working capital of Rp 90,000,000. In one-year financial projection, the target of sales is Rp 526,000,000 with a gross profit of 48.3% (around Rp 254.084.500). We expect, 14 Chicken is able to return the investment within 8 months.

Keywords	:	Chicken Fast Food, Sharing Food, Fusion, Heathier, Foodblogger
Field of Business	:	Food and Beverage