

RINGKASAN EKSEKUTIF

Menurut Badan Pusat Statistik, Produk Domestik Bruto (PDB) industri makanan dan minuman sebesar 209,51 triliun pada kuartal II/2023 dengan peningkatan sebesar 0,94% dari periode yang sama tahun lalu sebesar 200,3 triliun. Kemudian, berdasarkan Survei GoodStats Indonesia menunjukkan 45,5% menjadikan makanan tradisional dan khas daerah Indonesia sebagai jajanan favorit (*street food*).

Perkembangan industri makanan dan minuman saat ini menunjukkan tren baru yaitu desain interior. Penelitian dari Vorapat mengatakan bahwa penggunaan warna yang memicu emosi senang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan untuk masuk ke Rumah Makanan. Berdasarkan *preliminary research* yang dilakukan kelompok, aspek kebersihan dan kenyamanan tempat menjadi hal yang tidak mendapatkan perhatian dari warung pecel lele saat ini. Berangkat dari masalah tersebut, Pecel Lele Oma hadir sebagai merek makanan dengan produk utama ikan lele dan ayam yang menawarkan suasana makan yang nyaman, makanan yang lezat serta bersih, dan pelayanan yang cepat dan tepat.

Pecel Lele Oma memiliki visi untuk menjadi pemimpin pasar dalam pengalaman kuliner lele. Dengan uraian misi memberikan pelayanan yang cepat dan tepat untuk memuaskan konsumen, mempermudah akses konsumen untuk menikmati Pecel Lele Oma, meningkatkan ekuitas pemilik bisnis, dan mengembangkan keterampilan karyawan.

Berdasarkan hasil penjualan selama periode Maret 2024 - Juli 2024, Pecel Lele Oma sudah mendapatkan *Net Income* sebesar Rp 111.642.743 dengan *Net Profit Margin* di angka 25,87%. Pecel Lele Oma mendapatkan rasio *Return on Investment* sebesar 69,7% dan rasio *Return on Equity* sebesar 61,64% yang mengindikasikan bahwa pengembalian uang investasi dapat terjadi dalam waktu yang singkat, tergolong sehat, dan perusahaan memiliki keuntungan yang besar.

Kata Kunci	Makanan Tradisional, Indonesia, Pecel Lele, Ayam, Pecel Lele Oma
Bidang Usaha	<i>Food and Beverages</i>

EXECUTIVE SUMMARY

According to the Central Bureau of Statistics (BPS), the Gross Domestic Product (GDP) of the food and beverage industry reached 209.51 trillion rupiah in the second quarter of 2023, an increase of 0.94% from the same period last year of 200.3 trillion rupiah. Furthermore, the GoodStats Indonesia survey shows that 45.5% of respondents prefer traditional Indonesian and regional foods as their favorite snacks (street food).

The current development of the food and beverage industry showcases a new trend: interior design. Research by Vorapat suggests that the use of colors that evoke positive emotions significantly influences customers' decisions to enter a food establishment. Based on preliminary research conducted by our group, aspects such as cleanliness and comfort are often overlooked in traditional "pecel lele" stalls. Addressing this issue, Pecel Lele Oma emerges as a food brand specializing in catfish and chicken, offering a comfortable dining atmosphere, delicious and clean food, and prompt and efficient service.

Pecel Lele Oma has a vision to become the market leader in catfish culinary experiences. Its mission is to provide fast and accurate service to satisfy customers, facilitate easy access to Pecel Lele Oma for consumers, increase the equity of business owners, and develop employee skills.

Based on sales results from March 2024 to May 2024, Pecel Lele Oma has achieved a net income of Rp111,642,743 with a net profit margin of 25.87%. Pecel Lele Oma has a return on investment ratio of 69,77% and a return on equity ratio of 61,64%, indicating that the return on investment can be realized in a short period, is considered healthy, and the company has significant profits.

Keywords	Traditional Food, Indonesia, Pecel Lele, Chicken, Pecel Lele Oma
Field of Business	Food and Beverages