

## Perencanaan Usaha Makanan Chick Me Up

Ulfah Nur Fajrima Handhini<sup>1✉</sup>, Yelli Eka S<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Faculty of Business and Management, Widyatama University, Indonesia

[ulfah.fajrima@widyatama.ac.id](mailto:ulfah.fajrima@widyatama.ac.id)

### Abstract

Population growth in Indonesia has increased every year, seen from 2020 to 2021 Indonesia's population has increased by 1.22%. The increase in population is accompanied by an increase in public consumption. Kedai Chick Me Up is a chicken-based fast food product designed to meet people's consumption needs. The objective of this research is to find answers regarding how to plan a Chick Me Up Shop business and how to set a strategy so that you can achieve success in building a Start Up business. The research method used in this study is a qualitative descriptive analysis method with a case study approach. While the data collection technique used is to use primary and secondary data. The operationalization of the variables used is the entrepreneurship criteria method from Timmons. The results of this study succeeded in formulating a statement that the Chick Me Up Kedai business meets the eligibility standards for executing its business activities as a form of business by looking at and assessing the NPV, ROI, and the resulting payback period.

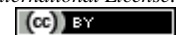
**Keywords:** Business Plan; Startup; Timmons Model, Population Meeting, Chick Me Up.

### Abstrak

Pertumbuhan penduduk di Indonesia mengalami kenaikan di setiap tahunnya, dilihat dari tahun 2020 sampai 2021 penduduk Indonesia mengalami kenaikan 1,22%. Meningkatnya jumlah penduduk disertai juga dengan kenaikan konsumsi masyarakat. Kedai Chick Me Up merupakan salah satu produk makanan cepat saji berbahan dasar ayam yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat. Adapun objektif dari penelitian ini dimaksudkan untuk menemukan jawaban terkait bagaimana perencanaan bisnis Kedai Chick Me Up dan bagaimana mengatur strategi agar dapat mencapai keberhasilan dalam membangun bisnis Start Up. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan data primer dan sekunder. Operasionalisasi variabel yang digunakan adalah metode kriteria kewirausahaan dari Timmons. Hasil dari penelitian ini berhasil merumuskan pernyataan bahwa usaha Kedai Chick Me Up memenuhi standar kelayakan untuk eksekusi aktivitas bisnisnya sebagai bentuk usaha dengan melihat dan menilai dari NPV, ROI, dan payback period yang dihasilkan.

**Kata kunci:** Business Plan; Startup; Timmons Model, Pertemuan Penduduk, Chick Me Up.

*INFEB is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.*

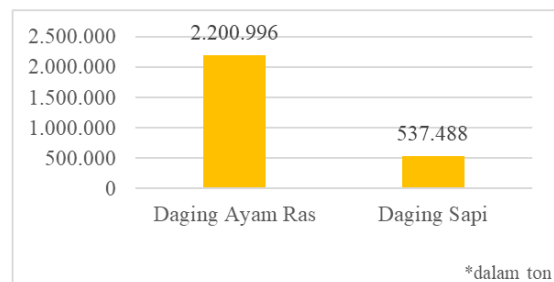


### 1. Pendahuluan

Pertumbuhan penduduk di Indonesia mengalami kenaikan di setiap tahunnya, dilihat dari data Badan Pusat Statistik tahun 2022, bahwa pada tahun 2020 sampai 2021 penduduk Indonesia mengalami kenaikan 1,22% dan pada tahun 2021 sampai 2022 penduduk Indonesia meningkat 1,17%. Meningkatnya jumlah penduduk disertai juga dengan kenaikan konsumsi masyarakat. Makanan merupakan kebutuhan pokok yang dibutuhkan oleh setiap manusia agar dapat menjalankan aktivitas sehari-harinya [1].

Makanan biasanya bersumber dari hewani dan nabati. Makanan yang memiliki dasar bahan hewani adalah makanan yang berasal dari hewan seperti daging ternak, unggas, telur dan susu. Bahan makanan hewani ialah sumber lemak dan protein yang bermanfaat bagi tubuh. Sedangkan bahan makanan nabati merupakan bahan yang berasal dari tumbuhan seperti padi, kacang-kacangan, sayuran dan buah. Bahan makanan nabati merupakan sumber vitamin, lemak, protein, dan karbohidrat bagi tubuh [2].

Di Indonesia, bahan makanan hewani yang berasal dari daging unggas seperti daging ayam ras lebih banyak peminat jika dibandingkan dengan daging sapi. Ini terbukti pada laporan Kementerian Pertanian Republik Indonesia (KPRI) pada tahun 2020 kebutuhan daging ayam ras mencapai 2.200.996ton. Berbeda dengan kebutuhan daging sapi yang hanya mencapai 537.488 ton [3]. Kebutuhan daging ayam ras dan sapi tahun 2020 disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kebutuhan Daging Ayam Ras dan Sapi Tahun 2020

Pada Gambar 1 terlihat dari kebutuhan daging ayam ras lebih tinggi ketimbang daging sapi. Selain rasanya yang enak, daging ayam ras juga mempunyai beberapa

keunggulan, diantaranya [3] adalah harga lebih terjangkau dibandingkan dengan daging sapi; Kandungan kolesterol dalam 100gr daging ayam lebih rendah dari daging sapi yaitu sebanyak 60mg sehingga daging ayam lebih baik untuk kesehatan; Daging ayam diklasifikasikan sebagai daging yang mudah untuk diolah menjadi berbagai macam kreasi masakan.

Dewasa ini, makanan dijadikan sebagai lifestyle. Perkembangan zaman yang serba cepat membuat pergeseran yang signifikan pada cara serta gaya hidup masyarakat. Pergeseran ini juga mengubah pola makan menjadi serba praktis sehingga masyarakat cenderung menyukai makanan cepat saji [4]. Makanan cepat saji lebih digemari karena menghemat waktu tanpa perlu menghabiskan waktu di dapur. Dengan begitu makanan cepat saji lebih disukai bagi individu yang sibuk, terutama di kawasan perkotaan. Pola yang serba praktis menjadi peluang bagi penulis untuk dapat memenuhi kebutuhan yang mereka inginkan [5].

Salah satu contoh makanan cepat saji yang terkenal di Indonesia adalah ayam goreng tepung. Ayam goreng tepung adalah salah satu contoh makanan yang cukup disukai dan menjadi pilihan menu favorit bagi kebanyakan masyarakat Indonesia dari berbagai kalangan dan berbagai usia [6]. Ayam goreng tepung sangat cocok menjadi teman makan saat cuaca panas atau hujan dan diberbagai acara, seperti acara formal hingga non-formal [7]. Ayam goreng adalah pilihan yang pas untuk disajikan dalam kondisi apapun [8]. Populernya makanan ini dapat dibuktikan dengan menjamurnya kedai ayam goreng tepung seperti CFC dengan 301 gerai, KFC dengan 757 gerai, Richeese Factory dengan 162 gerai, dan Sabana dengan lebih dari 2000 gerai. Minat masyarakat yang cukup tinggi membuat kedai makanan cepat saji khususnya di Indonesia meningkat dengan pesat. Melihat peluang ini, muncul sebuah ide untuk membuat produk makanan cepat saji berbahan dasar ayam yang diolah dengan tepung. Maka dari itu penulis memutuskan untuk membuka usaha ayam goreng tepung dengan merk dagang Chick Me Up [9].

Definisi dari kewirausahaan merupakan suatu disiplin ilmu yang mengkaji tentang nilai, kemampuan hidup serta perilaku seseorang dalam bertindak dan beraksi dalam menghadapi berbagai rintangan hidup serta bagaimana cara dalam memperoleh peluang dengan pertimbangan akan segala kemungkinan risiko yang muncul [10]. Definisi sendiri terkait kewirausahaan, yaitu cara bagaimana seseorang berpikir, menganalisis, menelaah, dan mengambil tindakan yang berdasarkan pada peluang bisnis, pendekatan holistik, serta gaya kepemimpinan yang selaras. Kewirausahaan memproduksi dan mewujudkan kemajuan, kreasi, pembaruan nilai dan relasi, tidak hanya bagi pemiliknya, tetapi juga berlaku untuk pegawai dan pemegang saham [11].

Menurut pengertian lain, kewirausahaan adalah keinginan dan kapabilitas seseorang dalam menghadapi berbagai macam resiko yang diikuti dengan pengambilan tindakan inisiatif untuk berinovasi dalam

hal-hal baru yang diikuti dengan pemaksimalan kolaborasi dan perpaduan dari sumber daya yang ada guna menyajikan pelayanan dengan kualitas yang baik dan memuaskan kepada seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*) serta mencapai keuntungan sebagai hasilnya [12].

Berdasarkan definisi yang telah dikemukakan di atas, tanpa mempersempit berbagai pendapat diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa definisi kewirausahaan itu sendiri adalah suatu disiplin ilmu yang menyelam lebih dalam terkait pembahasan dan pengkajian tentang bagaimana manusia berpikir kritis, opportunist, dan menganalisis peluang-peluang bisnis yang ada serta kemampuan dalam memproyeksi dan mengkalkulasi berbagai perhitungan risiko yang kemungkinan akan dialami sehingga dapat menciptakan suatu organisasi bisnis yang strategis dalam menawarkan produk bisnis yang kreatif dan inovatif [13].

Business plan merupakan sebuah framework atau kerangka kerja yang mendefinisikan masing-masing dari tiap bagian bisnis yang akan dikelola dan dieksekusi mulai dari awal bisnis dijalankan hingga akhir proses mencapai hasil. Serta dengan mengikutsertakan berbagai kemungkinan-kemungkinan yang perlu diantisipasi untuk mencegah hal-hal merugikan terjadi [14]. Sehingga sebuah business plan disusun berlandaskan pada berbagai kondisi yang dinilai cukup realistis atau layak untuk dieksekusi [15].

Perencanaan bisnis adalah serangkaian rencana yang dibuat mengenai hal-hal yang akan dieksekusi dalam aktivitas bisnis ke depan yang mengikutsertakan kegiatan alokasi sumber daya yang dimiliki perusahaan, serta mengolah dan mengelola tantangan-tantangan serta peluang yang ada. Pengertian perencanaan bisnis yang lainnya adalah pernyataan tertulis yang memberikan gambaran lebih luas terkait jangkauan bisnis, informasi produk atau layanan di masa depan. Rencana bisnis ini biasanya disusun oleh founder bisnis sebelum memulai bisnis [16].

Analisis SWOT adalah suatu metode yang membantu dalam menyusun, merancang, dan merencanakan sebuah strategi dengan tujuan untuk mengevaluasi empat elemen penting yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang kemudian dapat diimplementasikan kedalam perencanaan suatu spekulasi pengembangan bisnis [17]. Seluruh proses dalam analisis SWOT melibatkan perencanaan tujuan yang spesifik dan terjabarkan dengan detail dari spekulasi pengembangan bisnis. Analisis SWOT dinilai mampu menjadi metode analisis praktis yang dapat membantu meningkatkan proses serta hasil perfroma kinerja sehingga membantu sebuah organisasi bisnis untuk mencapai target dan hasil sesuai yang direncanakan [18]. Analisis SWOT ialah suatu instrumen yang memberikan gambaran dalam mengidentifikasi berbagai faktor yang muncul secara sistematis yang kemudian dijadikan sebagai rujukan dalam perumusan strategi perusahaan. Pendekatan analisis ini didasarkan pada logika yang

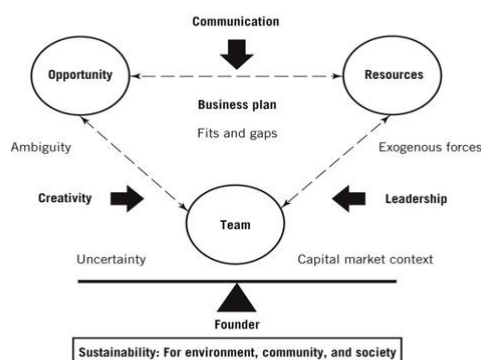
memaksimalkan empat elemen penting yaitu kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) sekaligus dapat meminimalisir dan memperkecil intensitas kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) [19]. Faktor-faktor yang ditetapkan kemudian diaplikasikan kedalam bentuk matriks SWOT, sebagai berikut:

1. Bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu memaksimalkan keuntungan (*advantage*) dari berbagai peluang (*opportunities*) yang muncul.
2. Bagaimana cara dalam menghadapi berbagai kelemahan (*weakness*) yang dinilai dapat menyebabkan stagnansi dalam proses perwujudan keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang muncul.
3. Bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang muncul.
4. Bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weakness*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru. SWOT akan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. S.W.O.T

IFAS	Strengths (S)		Weakness (W)	
	Daftar Kekuatan Kunci Internal Perusahaan		Daftar Kelemahan Kunci Internal Perusahaan	
Opportunities (O)	Strategi SO		Strategi WO	
Daftar Peluang Kunci Eksternal Perusahaan	Hasil strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.		Hasil strategi yang me-minimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.	
Threats (T)	Strategi ST		Strategi WT	
Daftar Ancaman Kunci Eksternal Perusahaan	Hasil strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.		Hasil strategi yang me-minimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.	

Pada Tabel 1 terlihat SWOT. The Timmons' Model dirancang oleh Timmons, untuk mengenalkan sebuah proses satu kesatuan dalam perwujudan dorongan kewirausahaan Timmons Model of Entrepreneurship yang ditampilkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Timmons Model of Entrepreneurship

Pada Gambar 2. Merupakan model of Entrepreneurship. Peluang usaha, dapat diklasifikasikan sebagai inti dari proses kewirausahaan. Suatu peluang usaha dinilai matang apabila peluang tersebut telah meliputi perminatan

dalam pasar, pertumbuhan jangkauan pasar, serta besar kecilnya margin aktivitas bisnis dalam pasar. Dengan kata lain, suatu peluang dinilai cukup kuat apabila strategi yang disusun dapat membantu investor dalam mengolah dan mencapai modalnya kembali. Sumber daya, dapat diklasifikasikan sebagai potensi dan kompetisi yang didukung oleh berbagai kreativitas dan inovasi pengembangan, pemangkasan biaya tetap dan tidak tetap dengan tujuan mengecilkan gap margin, serta tingkat pengontrolan harga dan biaya [20].

Wirausahawan yang sukses ialah wirausahawan yang dapat menekan penghematan modal serta mampu berpikir panjang dalam Menyusun strategi dalam memanfaatkan potensi yang ada dengan strategis. Tim kewirausahaan, dipimpin oleh seorang wirausahawan yang terbukti sudah memiliki pengalaman yang cukup lama dalam bidangnya. Mempercayakan seseorang untuk ada pada posisi yang tepat merupakan salah satu langkah krusial yang dapat menentukan masa depan organisasi bisnis. Menerapkan standar perilaku dan mengevaluasi secara berkala performa seluruh tim.

Konektivitas antara ketiga kekuatan tertera pada bagan Timmons wajib dilengkapi dan diperkuat dengan konsep keseimbangan dan kesesuaian. Dengan demikian, seluruh tim wirausahawan dapat menjalankan tugas masing-masing dalam menganalisis dan mengaplikasikan seluruh faktor yang muncul sehingga dapat terwujudnya keseimbangan dan selerasan dalam berpikir dan beraksi. Dalam kata lain, dapat melampaui situasi sehingga mampu dalam merealisasikan kesuksesan sebuah usaha.

## 2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode analisis deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang dilakukan untuk memperoleh serta mengetahui gambaran lingkungan usaha dan menemukan cara-cara baru untuk mengkaji dan menganalisis suatu kondisi, medan, proses, karakteristik, serta hasil dari suatu variable baru yang kemudian dibandingkan dengan kriteria Timmons. Penggunaan variabel dalam penelitian ini tentang operasional variabel disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Operasional Variabel

Variabel	Kriteria	Indikator	
		Potensi Tinggi	Potensi Rendah
1. Pasar dan isi terkait	Kebutuhan dan minat konsumen	Teridentifikasi	Tidak Teridentifikasi
		Terjangkau dan menerima produk atau jasa	Tidak/sulit dijangkau
	Konsumen	<1 tahun	>3 tahun
		IRR >40%	IRR <20%
		Potensi penjualan tinggi	Potensi penjualan rendah
2. Keunggulan Kompetitif	Waktu kembali modal	>40%	<20%
		Potensi pertumbuhan pasar	Potensi pertumbuhan rendah
	Nilai tambah	>40%	<20%
		Tingkat laba kotor	Tingkat laba kotor
		Tingkat penjualan	Tingkat penjualan
3. Kreasi nilai dan isu-isu realisasi	Tingkat pertumbuhan pasar	Tinggi	Rendah
		Tinggi	Rendah
	Jaringan	Luas dan kuat	Sempit
		10-15% atau lebih	<5%
		<2 tahun	>3 tahun
	Waktu aruskas positif	40-70% atau lebih	<20%
		Tingkat pengembalian investasi	Tingkat pengembalian investasi
	Tingkat pengembalian investasi		

Pada Tabel 2 menjelaskan Operasional Variabel yang dipakai dalam penelitian. Jenis dari sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu: data primer dan data sekunder. Data primer terdiri dari pemilik usaha, sedangkan data sekunder terdiri dari Textbook, dan jurnal ilmiah.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Observasi dan studi literatur. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk menggali informasi terkait situasi yang dapat diteliti agar kemudian dapat dijadikan sebagai sebuah acuan dalam merencanakan usaha meliputi penyusunan analisis tujuan dan strategi bisnis, lingkungan usaha, rencana produksi, rencana pemasaran, serta rencana SDM dan perencanaan keuangan.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Visi dari Chick Me Up adalah untuk menjadi pemimpin pasar atau market leader di bidang bisnis kuliner resto fried chicken dengan segmentasi target customer berasal dari kelas menengah di Indonesia. Misi dari Chick Me Up adalah meningkatkan laba untuk mengembangkan perusahaan dan menjadi perusahaan yang dapat berkontribusi dalam menyumbang manfaat bagi banyak pihak yang terlibat dalam aktivitas bisnis perusahaan mulai dari karyawan,

keluarga dan lingkungan eksternal. Analisis SWOT dilakukan untuk menekan perusahaan dalam merumuskan tujuan utama perusahaan serta potensi berbagai kesempatan dan ancaman yang dinilai dapat memberi stagnansi pada jalannya aktivitas bisnis guna mencapai tujuannya. Adapun kekuatan dan kelebihan dari usaha Kedai Chick Me Up disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Kekuatan dan Kelebihan Usaha Kedai Chick Me Up

Keterangan	Kekuatan dan Kelebihan
Strength 1 – S1	Menggunakan bahan yang masih segar
Strength 2 – S2	Tempat yang mudah diakses
Strength 3 – S3	Harga yang kompetitif

Pada Tabel 3 nampak kekuatan di usaha Kedai Chick Me Up. Usaha Chick Me Up juga memiliki beberapa keterbatasan, keterbatasan yang paling utama yaitu keterbatasan modal. Untuk mempertahankan kualitas produk yang baik maka setiap bahan dalam proses produksi diharuskan memiliki standar yang tetap. Dengan keterbatasan ini, tidak semua strategi yang telah direncanakan bisa di implementasikan sehingga akan mengurangi daya tarik dari produk makanan itu sendiri. Belum lagi, Chick Me Up termasuk sebagai usaha baru yang tentunya membutuhkan daya juang ekstra untuk bisa masuk pasar makanan. Kelemahan usaha tersebut akan disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Kelemahan Chick Me Up

Keterangan	Kelemahan
Weakness 1 – W1	Proses distribusi yang masih terbatas
Weakness 2 – W2	Kurangnya promosi
Weakness 3 – W3	Modal yang terbatas
Weakness 4 – W4	Baru mempunyai satu menu

Pada Tabel 4 dengan jelas kelemahan dari Chick Me Up. Trend saat ini mengenai kuliner tidak bisa lepas dari adanya produk inovasi dan juga perkembangan kuliner dunia, dengan banyaknya produk yang masuk ke Indonesia membuat banyak peluang yang dapat dimanfaatkan. Saat ini hampir sebagian besar masyarakat menyisihkan penghasilan dan uang jajannya untuk membeli Produk makanan yang saat ini sedang Trend. Selain sebagai memenuhi kebutuhannya, membeli produk yang sedang trend juga sebagai gaya hidup yang sudah menjadi kebiasaan masyarakat. Maka seiring perkembangan zaman membuat pangsa pasar kuliner menjadi lebih potensial dan juga besar. Pertumbuhan penduduk di Indonesia juga menjadi peluang untuk menjalankan usaha Chick Me Up ini. Selanjutnya peluang usaha tersebut disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Peluang Chick Me Up

Keterangan	Peluang
Opportunity 1 – O1	Tingginya minat masyarakat terhadap ayam goreng krispi
Opportunity 2 – O2	Peningkatan jumlah penduduk
Opportunity 3 – O3	Kemajuan teknologi membuat pemesanan lebih mudah

Pada Tabel 5 nampak jelas peluang dari Chick Me Up. Peluang yang semakin besar juga memunculkan ancaman yang besar bagi Chick Me Up, karena banyak pihak ingin memanfaatkan pangsa pasar yang potensial tersebut. Munculnya kompetitor-kompetitor baru yang menyediakan produk lebih bervariasi dengan harga yang lebih terjangkau tentunya merupakan ancaman tersendiri bagi usaha. Terlebih lagi bermunculan produk tepung bumbu ayam untuk membuat ayam goreng crispy menjadi ancaman yang tidak kalah besar. Selanjutnya ancaman dari usaha tersebut akan disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Ancaman Chick Me Up

Keterangan	Ancaman
Threat 1 – T1	Bertambahnya pesaing di bidang makanan cepat saji
Threat 2 – T2	Munculnya pesaing dengan harga yang lebih terjangkau
Threat 3 – T3	Banyaknya produk tepung bumbu ayam untuk membuat ayam goreng krispi di rumah.

Pada Tabel 6 terlihat jelas ancaman terhadap usaha tersebut. Analisis SWOT merupakan proses mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis sebagai langkah awal dalam perumusan strategi perusahaan. Dalam analisis SWOT menitikberatkan pada pemikiran yang dapat menekankan pada pemaksimalan kekuatan (Strength) serta peluang (Opportunity) namun disaat bersamaan juga dapat meminimalisirkan serta mempersempit peluang munculnya kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats). Matrik Identifikasi SWOT & Timmons disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Matriks Identifikasi SWOT & Timmons Model

Timmons SWOT	Opportunity	Resources	Team
Strength	Tingginya minat konsumen	Harga yang kompetitif Menggunakan bahan makanan yang masih segar	Dikelola oleh Tim Chick Me Up
	Belum menjual secara online Banyaknya usaha yang sejenis Peningkatan jumlah penduduk	Modal yang terbatas Kurangnya promosi Lokasi yang mudah diakses untuk pembeli	Sumber daya manusia yang masih kurang Kualitas tim yang mempunyai semangat dan motivasi yang tinggi serta mampu menghadapi ketidakpastian, risiko, dan perubahan
Weakness			Karyawan yang tidak nyaman dengan lingkungan (rentan kehilangan karyawan)
Opportunities			
Threat	Pesaing yang sudah mempunyai brand image yang besar	Harga bahan baku yang tidak stabil dan mempengaruhi biaya produksi	

Pada Tabel 7 faktor-faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh Chick Me Up, baik kekuatan maupun kelemahan dan peluang maupun ancaman, maka faktor-faktor internal dan eksternal strategis. Selanjutnya Internal Factor Analysis Summary (IFAS) pada Tabel 8.

Tabel 8. Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

Faktor Internal	Weight (W)	Rating (R)	Weight Score (WxR)
Strengths			
1. Menggunakan bahan yang masih segar	0.3	4	1.2
2. Tempat yang mudah diakses	0.1	3	0.3
3. Harga yang kompetitif	0.15	4	0.6
Sub Total			2.1
Weakness			
1. Proses distribusi yang masih terbatas	0.1	2	0.2
2. Kurangnya promosi	0.1	1	0.15
3. Modal yang terbatas	0.2	4	0.8
4. Baru mempunyai satu menu	0.05	2	0.1
Sub Total			1.25
Total	1		0.85

Pada Tabel 8 hasil internal factor analysis summary dan terlihat dengan jelas hal-hal yang terkait. Interval Factor tersebut akan mempengaruhi dari keputusan yang diambil oleh pemilik usaha tersebut. Selanjutnya

External Factor Analysis Summary (EFAS) disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. External Factor Analysis Summary (EFAS)

Faktor Eksternal	Weight (W)	Rating (R)	Wight Score (WxR)
Opportunities			
1. Tingginya minat masyarakat terhadap ayam goreng krispi	0.2	4	0.8
2. Peningkatan jumlah penduduk	0.1	2	0.2
3. Kemajuan teknologi membuat pemesanan lebih mudah	0.25	3	0.75
Sub Total			1.75
Threats			
1. Bertambahnya pesaing di bidang makanan cepat saji	0.16	2	0.32
2. Munculnya pesaing dengan harga yang lebih terjangkau	0.15	3	0.45
3. Banyaknya produk tepung bumbu ayam untuk membuat ayam goreng krispi di rumah.	0.14	2	0.28
Sub Total			1.05
Total	1		0.7

Pada Tabel 9 hasil external factor analisis summary. Dari hasil tersebut Nampak jelas pengaruh oleh factor luar dari usaha tersebut. Dari hasil Analisis SWOT diatas, didapat bahwa:

$$1. \text{Strength} - \text{Weakness} = 2.1 - 1.25 = 0.85$$

$$2. \text{Opportunities} - \text{Threats} = 1.75 - 1.05 = 0.7$$

Titik Koordinat (0.85;0.7), dimana titik tersebut terletak pada Kuadran 1. Usaha ini berpotensi untuk mempunyai peluang serta kekuatan yang dapat menekankan pada pemaksimalan peluang yang ada. Strategi yang harus diaplikasikan dalam kondisi ini adalah memberi dukungan serta mendorong diwujudkannya kebijakan pertumbuhan yang agresif. Hasil penelitian IFAS dan EFAS ini kemudian diikutsertakan kedalam diagram matriks SWOT. Selanjutnya SWOT Matrix Bisnis Chick Me Up disajikan pada Tabel 10.

Tabel 10. SWOT Matrix Bisnis Chick Me Up

Faktor Internal	Faktor Eksternal	Strength	Weakness
		Menggunakan bahan yang segar. Tempat yang mudah diakses oleh pembeli. Harga yang kompetitif	Proses distribusi yang masih terbatas. Modal yang terbatas. Kurang promosi. Baru mempunyai satu menu
Opportunities	Tingginya minat masyarakat terhadap ayam goreng krispi. Peningkatan jumlah penduduk. Kemajuan teknologi membuat pemesanan lebih mudah	Strategi SO Menjaga loyalitas konsumen dengan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan	Strategi WO Gencar melakukan pencarian modal tambahan baik lewat lembaga keuangan perbankan, koperasi, lembaga keuangan mikro, maupun lembaga keuangan lain.
	Threats Bertambahnya pesaing di bidang makanan cepat saji Munculnya pesaing dengan harga yang lebih terjangkau. Banyaknya produk tepung bumbu ayam untuk membuat ayam goreng krispi di rumah.	Strategi ST Menjaga kualitas produk dan layanan dengan cara membuat produk tetap crispy dan ramah kepada konsumen	Strategi WT Melakukan promosi, terutama melalui media sosial dan

Pada Tabel 10 dengan panduan strategi usaha diatas, bisnis Chick Me Up diharapkan untuk mampu mengantongi berbagai peluang yang ada serta mempersempit intensitas dari setiap kerugian dan ancaman yang muncul. Namun Chick Me Up juga diharuskan tetap inovatif dan selalu menunjung tinggi kualitas produk serta pelayanannya sehingga kepuasan konsumen dapat terjamin perwujudannya. Agar usaha bisnis yang dijalankan bisa berjalan dengan baik, tentunya memerlukan strategi perencanaan yang baik di segala aspek seperti perencanaan pemasaran, operasional, sumber daya manusia dan Keuangan.

Mengacu pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa untuk mengoperasikan usaha Chick Me Up dapat diklasifikasikan sebagai bentuk investasi yang sangat berpotensi mewujudkan profit karena Net Present Value lebih dari Nol ( $NPV > 0$ ) yaitu sebesar Rp794.334.350,65. Sedangkan Internal Rate of Return yang dihasilkan melebihi discount factor dimana hasilnya sebesar 521%. Jadi bisa diartikan tingkat pengembaliannya melebihi beban bunga yang harus dibayar ( $IRR > 12\%$ ).

Payback Period yang didapat dalam usaha Chick Me Up ialah selama 5 bulan 6 hari. Selain itu Profitability Indeks atau Kriteria penerimaan proyek bila PI proyek sama dengan atau lebih besar dari 1. PI yang dihasilkan Chick Me Up adalah sebesar 29,2. Analisis kelayakan bisnis Chick Me Up diimplementasikan

melalui penggunaan kriteria-kriteria dari Timmons, salah satunya meliputi permasalahan ekonomi.

Timmons mengatakan tingkat bahwa pengembalian investasi yang berpotensi harus melebihi 20 persen, dengan waktu Break Even Point dan arus kas bernilai positif kurang dari 1 (satu) tahun. Waktu titik impas dari usaha makanan Chick Me Up diproyeksi di bulan ke 2 hari ke 4, jadi jauh lebih cepat dari 1 (satu) tahun. Demikian juga waktu arus kas bernilai positif di tahun pertama, memiliki arti bahwa rata-rata Surplus yang diperoleh pada pertengahan tahun ke 1. Hal yang sama juga berlaku bagi Profit After Tax perusahaan sebesar 37 % menjadikan proyek ini berpotensi tinggi karena melebihi 15%. Jadi berpacu pada criteria Timmons, proyek berpotensi cukup tinggi.

Secara keseluruhan dari analisis diatas, kriteria-kriteria yang ada menampilkan nilai dengan potensi yang cukup tinggi sehingga strategi perencanaan usaha Chick Me Up sangat layak untuk dieksekusi. Quick Screen Kriteria Timmons Bisnis Chick Me Up disajikan pada Tabel 11.

Tabel 11. Quick Screen Kriteria Timmons Bisnis Chick Me Up

Kriteria	Indikator		Hasil	Penilaian
	Potensi Tinggi	Potensi Rendah		
1. Market and Margin Related Issues				
Kebutuhan dan keinginan konsumen	Teridentifikasi	Tidak Teridentifikasi	Kebutuhan masyarakat akan makanan yang serba praktis menjadi peluang yang besar untuk membuat produk makanan cepat saji	Potensi Tinggi
Konsumen	Terjangkau dan menerima produk atau jasa	Tidak/sulit dijangkau	Terjangkau	Potensi Tinggi
Payback Period	<1 tahun	>3 tahun	2 bulan 4 hari	Potensi Tinggi
Value Added	IRR >40%	IRR <20%	521%	Potensi Tinggi
Tingkat pertumbuhan pasar	Potensi penjualan tinggi	Potensi penjualan rendah	Potensi Penjualan Tinggi	Potensi Tinggi
Laba Kotor	>40%	<20%	86%	Potensi Tinggi
2. Competitive Advantage				
Biaya Tetap dan Biaya Variable	Tinggi	Rendah	Tinggi	Potensi Tinggi
Tingkat pengendalian harga dan biaya	Tinggi	Rendah	Tinggi	Potensi Tinggi
Jaringan	Luas dan kuat	Sempit	Luas dan kuat	Potensi Tinggi
3. Value Creation and Realization Issues				
Net Profit Margin	10-15% atau lebih	<5%	37%	Potensi Tinggi
Waktu arus Kas Positif	<2 tahun	>3 tahun	Tahun ke-1	Potensi Tinggi
Return of Investment	40-70% atau lebih	<20%	41,4%	Potensi Tinggi

Pada Tabel 11. menunjukkan bahwa secara keseluruhan usaha makanan Chick Me Up menunjukkan tingginya potensi untuk dilanjutkan ketahap selanjutnya dalam eksekusi aktivitas bisnis sebagai usaha. Dengan pangsa pasar yang sangat besar, akan sangat menguntungkan bagi kedai Chick Me Up untuk bermain di dalam bisnis makanan cepat saji ini.

Kebutuhan dan keinginan konsumen dengan segmen market ini sudah bisa teridentifikasi dimana konsumen menginginkan rasa yang enak dan pelayanan yang terbaik. Dari segi barang pun segmen pasar ini membutuhkan produk yang berkualitas dengan harga yang mudah untuk diakses dari banyak kalangan.



Harga yang ditawarkan sedikit mahal tetapi sesuai dengan kualitas yang diberikan. Selain itu, Promosi dari mulut-kemulut serta melalui media sosial sangat efektif dalam menjangkau konsumen potensial di Indonesia khususnya di Kota Bandung.

#### 4. Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pengamatan mengenai perencanaan bisnis Chick Me Up ini, maka dapat ditarik maka dapat ditarik dua kesimpulan, adalah perencanaan bisnis Kedai Chick Me Up mempunyai potensi yang besar dan layak dijalankan sebagai implementasi bisnis karena telah melampaui dan berpotensi tinggi menurut kriteria-kriteria Timmons. Potensi tinggi tersebut tentunya tak luput dari pangsa pasar yang juga berpotensi. Namun, untuk bisa menjadi usaha makanan yang dipilih oleh masyarakat tentunya pasar tersebut harus memiliki keunikan dan inovasi. Hasil analisis lingkungan bisnis menggunakan matriks IFAS dan EFAS menunjukkan bahwa bisnis ini berada diposisi “agresif”, dimana usaha ini mempunyai peluang dan kekuatan sehingga dapat memaksimalkan potensi akan peluang yang ada. Strategi yang cocok untuk diaplikasikan pada situasi ini ialah dukungan terhadap kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth Oriented Strategy). Sedangkan dari aspek keuangan, hasil NPV, IRR, PP, NPM, GPM, PI, dan ROI menunjukkan bahwa investasi produk makanan Chick Me Up layak untuk dijalankan.

#### Daftar Rujukan

- [1] Rusydiana, A. S. (2018). Efisiensi Dan Stabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Akuntabilitas*, 11(2), 203–222. DOI: <https://doi.org/10.15408/akt.v11i2.7033> .
- [2] Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan usaha kecil. *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*, 13(1), 8-16. DOI: <https://doi.org/10.9744/jmk.13.1.8-16> .
- [3] Susilaningih, S. (2015). Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi: Pentingkah untuk Semua Profesi?. *Jurnal Economia*, 11(1), 1-9. DOI: <http://dx.doi.org/10.21831/economia.v11i1.7748> .
- [4] Supriyanto. (2009). Business Plan Sebagai Langkah Awal Memulai Usaha. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 6(1). DOI: <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.21831/jep.v6i1.590> .
- [5] Noor, C. M., & Rahmasari, G. (2018). Esensi Perencanaan Bisnis yang Memadai Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3). DOI: <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v1i3.4112.g2525> .
- [6] Suprpto, H. A. (2018). Pelatihan pembuatan proposal rencana bisnis (business plan) bagi siswa madrasah Tsanawiyah Nurul Hikmah dan SMP Al-ihsan guna meningkatkan kemampuan berwirausaha. *Abdimas Siliwangi*, 1(2), 81-88. DOI: <http://dx.doi.org/10.22460/as.v1i2p81-88.905> .
- [7] Shodiqin, S., Slamet, A., & Kardoyo, K. (2017). Upaya Penanaman Nilai Kewirausahaan Berani Mengambil Resiko melalui Pembelajaran Berbasis Business Plan pada Siswa SMK. *Journal of Economic Education*, 6(1), 43-51. DOI: <https://doi.org/10.15294/jeec.v6i1.14698> .
- [8] Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran (studi kasus di kantor pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58-70. DOI: <http://dx.doi.org/10.21831/jim.v17i2.34175> .
- [9] Luntungan, W. G., & Tawas, H. N. (2019). Strategi Pemasaran Bambuden Boulevard Manado: Analisis SWOT. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4). DOI: <https://doi.org/10.35794/emba.v7i4.26328> .
- [10] Nelloh, L. A. M. (2018). Proses Kewirausahaan dalam Motivasi Pencapaian dan Intensi “E-Preneurs” Mahasiswa Bisnis dan Manajemen. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 18(1). DOI: <https://dx.doi.org/10.31599/jki.v18i1.219> .
- [11] Reynaldi, M., Maâ, R., & Nafizah, U. Y. (2019). Perancangan Model Bisnis Menggunakan Pendekatan Teori Timmons Model Sebagai Bentuk Strategi Pengembangan Usaha (studi Kasus Pada Restoran Boboko Bu Euis). *eProceedings of Engineering*, 6(2). DOI: <https://doi.org/10.34818/eoe.v6i2.10887> .
- [12] Setiawati, C. I., & Pratiwi, P. M. (2019). Implementasi Model Timmons dalam pembinaan startup berbasis teknologi pada inkubator bisnis. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(1), 35-48. DOI: <https://doi.org/10.28932/jmm.v19i1.1574> .
- [13] Ramdani, D. (2020). Model Pelaksanaan Kegiatan Wirausaha Yang Lebih Efektif Bagi Mahasiswa Dan Prodi. *Jurnal Tiarsie*, 17(3), 87-92. DOI: <https://doi.org/10.32816/tiarsie.v17i3.84> .
- [14] Subandi, S. (2011). Deskripsi kualitatif sebagai satu metode dalam penelitian pertunjukan. *Harmonia journal of arts research and education*, 11(2), 62082. DOI: <https://dx.doi.org/10.15294/harmonia.v11i2.2210> .
- [15] Manurung, K. (2022). Mencermati Penggunaan Metode Kualitatif Di Lingkungan Sekolah Tinggi Teologi. *Filadelfia: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen*, 3(1), 285-300. DOI: <https://doi.org/10.55772/filadelfia.v3i1.48> .
- [16] Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode penelitian kualitatif studi pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974-980. DOI: <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394> .
- [17] Karlina, O. E., & Indarti, D. (2020). Pengenalan Objek Makanan Cepat Saji Pada Video Dan Real Time Webcam Menggunakan Metode You Look Only Once (Yolo). *Jurnal Ilmiah Informatika Komputer*, 24(3), 199-208. DOI: <http://dx.doi.org/10.35760/ik.2019.v24i3.2362> .
- [18] Kusumastuti, D., & Nur, F. F. (2014). Pembelajaran Berbasis Kompetensi Bagi Pengusaha Kuliner. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 1(3), 428-450. DOI: <https://doi.org/10.31843/jmbi.v1i3.34> .
- [19] Novatiani, R. A., & Lestari, S. (2017). Penerapan sistem pencatatan dan metode penilaian persediaan (pada UKM Deden Batik dan Nanda Batik Tasikmalaya). *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, 2(1). DOI: <https://doi.org/10.52250/p3m.v2i1.61> .
- [20] Suyono, A. M., Sinaga, O., & Anwar, T. A. (2019). Perencanaan Bisnis Merchandise Resmi Univeristas Abc Dengan Menggunakan Timmons Model. *Jurnal Ilmiah Teknologi Infomasi Terapan*, 5(2), 32-39. DOI: <https://doi.org/10.33197/jitter.vol5.iss2.2019.277> .