

ABSTRAK

OH MY CHIKIN

Nasi adalah makanan pokok bagi masyarakat Indonesia, oleh karena itu penulis ingin membuat usaha di bidang *rice box*. *Rice box* merupakan semangkuk nasi yang disajikan dengan aneka jenis lauk pauk. Oh My Chikin merupakan gerai *ghost kitchen* yang menjual aneka *rice box* dengan cita rasa Asia khususnya Korea, Jepang, dan China. *Rice box* dengan tema Asia sangat diminati oleh masyarakat Indonesia dan sangat cocok dikonsumsi oleh semua kalangan, baik oleh anak kecil, remaja, hingga orang dewasa. Laporan ini membahas mengenai peran *rice box* dalam kehidupan sehari-hari. Makanan yang ada disesuaikan dengan selera masyarakat Indonesia. Tujuan utama dari makalah ini adalah memberikan informasi dan peluang mengenai *rice box* dan perencanaan bisnis Oh My Chikin. Tantangan yang dihadapi industri *rice box* saat ini adalah persaingan yang terus bertambah dan banyaknya kompetitor baru yang menjual *rice box* dengan berbagai varian dan harga. Target pasar dari usaha ini adalah masyarakat Indonesia yang mencari makanan berat dengan konsep yang praktis dicari dan dikonsumsi. Bisnis *rice box* ini memiliki peluang yang besar untuk dapat buka di kota Denpasar. Setelah kami melakukan proyeksi dan analisa bisnis, Oh My Chikin akan mengalami BEP jika setiap produk kami terjual 34 porsi setiap bulannya. Masing-masing produk memiliki harga jual mulai dari Rp. 37.500-Rp. 40.500. Profit dalam satu bulan dapat mencapai Rp. 2.870.250 sehingga sudah dapat balik modal dalam waktu 5 bulan.

Kata Kunci : *Rice box*; *Ghost kitchen*; Denpasar

ABSTRACT

OH MY CHIKIN

Rice is a staple food for Indonesian people, therefore the writer wants to make a business in the field of rice boxes. Rice box is a bowl of rice served with various types of side dishes. Oh My Chikin is a ghost kitchen outlet that sells various rice boxes with Asian flavors, especially Korean, Japanese and Chinese. Rice boxes with an Asian theme are in great demand by the people of Indonesia and are very suitable for consumption by all groups, both small children, teenagers and adults. This report discusses the role of rice boxes in everyday life. The food is adapted to the tastes of the Indonesian people. The main purpose of this paper is to provide information and opportunities regarding rice boxes and Oh My Chikin business planning. The challenges facing the rice box industry today are the increasing competition and the many new competitors selling rice boxes with various variants and prices. The target market for this business is the Indonesian people who are looking for heavy food with a concept that is easy to find and consume. This rice box business has a great opportunity to be able to open in the city of Denpasar. After we have made projections and business analysis, Oh My Chikin will experience BEP if each of our products sells 34 portions each month. Each product has a selling price starting from Rp. 37,500-Rp. 40,500. Profit in one month can reach Rp. 2,870,250 so you can get a return on investment within 5 months.

Keywords : Rice box; Ghost kitchen; Denpasar