

Mengais Laba dari Gerai Kebab Kelas Kaki Lima

Kamis, 19 Juni 2008 | 10:35 WIB Seperti burger yang jadi menu camilan favorit masyarakat Indonesia, kebab dari Timur Tengah pun mulai begitu. Meski keduanya sama-sama menjepit daging, kebab lebih terkesan unik karena baru mulai populer belakangan.

Kamis, 19 Juni 2008 | 10:35 WIB

Sejak 2005, banyak pengusaha membuka jaringan penjual kebab, dari kelas gerobak sampai outlet permanen. Penampilan kebab mereka memang sama. Tapi, soal rasa, masing-masing punya keunggulan. Ada kebab yang menjual rasa asli Timur Tengah, ada pula yang menawarkan kebab sesuai dengan citarasa lidah lokal. Salah satu pengusaha jaringan kebab itu adalah Yudha Kurniawan Akbar dan istrinya, Rifka Noorramilia Sajdah. Dengan mengibarkan Abi's Kebab, mereka mencoba meraih keberuntungan dari bisnis kuliner ini. Awalnya, Yudha pernah mencoba peruntungan di bisnis telepon seluler pada tahun 2000. Saat itu, dia bermodal tabungan plus pinjaman dari orang tua. Namun, lantaran kurang menguasai jagad bisnis seluler, ia bangkrut tanpa menyisakan modal sedikitpun. Tak mau gagal dua kali, Yudha dan istri berinisiatif menggeluti bisnis kuliner berupa kebab. Mereka yakin, bisnis makanan, khususnya menu khas, bakal terus berkembang dan tahan banting. "Kami ingin mengembangkan kebab yang biasanya hanya ditemui di mal dengan konsep kaki lima," kata Yudha pada KONTAN (17/6).

Mereka mulai bisnis kebab pada Maret 2006. "Awalnya tidak mudah. Rintangan pertama berasal dari orang tua," kata Yudha. Orangtua mereka tak sepakat jika Yudha dan sang istri yang lulusan kedokteran gigi memilih jalur wirausaha untuk mengais rezeki, bukan bergelut di bidang kesehatan. Yakin pada kualitas dan prospek usaha Abi's Kebab, baru tiga bulan berusaha, Yudha berani menawarkan sistem kemitraan. Kini, dua tahun kemudian, jaringan Abi's Kebab sudah mencakup 45 gerai, dengan empat outlet milik Yudha. Gerainya tersebar di Jabodetabek, Tasikmalaya, Balikpapan, Makassar, dan Semarang.

Bergantung lokasi

Resep sukses bisnis kebab Yudha adalah kreativitas dan inovasi. Mereka berusaha menemukan rasa khas Abi's Kebab. Padahal, mereka tak mengolah sendiri daging dan roti sebagai bahan baku. "Kami bekerja sama dengan pemasok daging dan roti untuk memasok bahan ke outlet," katanya. Dia mengklaim, keunggulan kebabnya terletak pada saus, komposisi, dan hasil akhir pengolahan.

Abi's Kebab menawarkan tiga paket kemitraan. Pertama, paket konter mini dengan nilai investasi Rp 17,5 juta. Kedua, paket konter standar senilai Rp 25 juta, dan ketiga paket konter indoor seharga Rp 35 juta. "Itu harga baru setelah naik 15 persen sejak Mei lalu karena harga BBM dan harga bahan baku naik," tambah Yudha. Kebanyakan mitra memilih paket konter mini atau standar. Dengan menyeter investasi sebesar itu, mitra mendapatkan berbagai fasilitas seperti konter, perlengkapan alat masak, perlengkapan promosi, dan bahan baku awal. "Bahan baku berupa daging, roti, saus, mayonaise, keju, nanas kalengan, dan kertas pembungkus kebab," tambah Rifka, sang istri. Mitra cukup menyediakan lokasi usaha, karyawan, dan menyiapkan promosi dalam radius 1 kilometer. Selanjutnya, mitra harus membeli bahan baku dari pusat dengan ongkos kirim ditanggung mitra. "Semua tergantung jarak. Kalau masih dekat, biaya antar masih gratis. Tapi, bila sudah jauh, mitra yang harus menanggung ongkos," kata Rifka. Untuk mengirim bahan baku pada konter mitra di luar kota, Yudha menggunakan jasa kargo. Ongkos ditanggung mitra dengan minimum pesanan 20 kilogram baik roti maupun daging. "Kalau tak sampai seberat itu, mahal di ongkos kirim nanti. Kasihan mitra," tambah Rifka. Yudha mematok harga daging sapi Rp 132.000 per ketul atau setara dengan 4 kilogram. Sedangkan roti, ukuran yang kecil per satuan seharga Rp 1.000 didalam satu pak berisi 10 lembar dan yang besar per satuan Rp 1.400 dikemas dalam satu pak berisi 20 roti.

Letak lokasi sangat menentukan berapa banyak omzet usaha yang bisa diraup mitra. Rifka bilang, di lokasi yang tidak terlalu ramai, omzet per hari bisa mencapai Rp 400.000. Sedang di lokasi yang strategis, omsetnya bisa mencapai Rp 1 juta per hari. "Contohnya outlet kami di Grha Cijantung dan dekat kampus-kampus di Depok," ujarnya. Yudha menimpali, perkiraan balik modal kemitraan ini sekitar delapan bulan. (Dessy Aritonang) Sumber: kompas.com