

ASPIRASI

TAKOYAKI CHEF TAKO

Nurhanani Aflizan Mohamad Rusli, Dr. Jamilah Mohd Mahyideen, Dr. Wan Normila Mohamad, dan Hafisah Yaakob



PENGENALAN

Chef Tako diusahakan oleh dua sahabat baik Tuan Hemrul Elmie Shahmir bin Ghazali dan Tuan Muhammad Misyael bin Abd Rama.

Pada tahun 2015, Tuan Hemrul yang merupakan pengasas mula berniaga takoyaki secara *franchise* dengan menggunakan jenama pihak lain. Ketika itu, jualan takoyaki merosot di mana ada waktu hanya terjual satu set sahaja dalam sehari. Beliau berkongsi modal dengan Tuan Faizal yang kini merupakan Stokis Wilayah Timur. Pada ketika itu, Tuan Faizal mempunyai perniagaan kedai runcit. Manakala Tuan Hemrul mempunyai perniagaan kereta sewa dan pada masa yang sama beliau juga bekerja sebagai jurutera. Pada ketika itu perniagaan takoyaki dijalankan secara sambilan sahaja.

Pada awal tahun 2017, Tuan Misyael (Co-Founder sekarang) atau lebih mesra dikenali sebagai YB mempunyai kedai makan Nasi Kukus dan "Nasi Kak Wok" dan pelanggan tetap pada ketika itu ialah Tuan Hemrul. Tuan Hemrul meminta izin untuk membuka gerai takoyaki di depan kedai makan YB, tetapi hanya bertahan sebulan sebelum berpindah tapak gerai ke Seksyen 7 berhadapan dengan Giant Shah Alam.

Pada pertengahan tahun 2017, Tuan Hemrul mendapat idea untuk melakukan penjenamaan sendiri kerana pada ketika itu beliau mempunyai kesukaran untuk memperolehi bekalan bahan mentah. Tuan Hemrul mengambil keputusan untuk meminta bantuan YB menghasilkan sos takoyaki, manakala tepung takoyaki dihasilkan oleh seorang pekerja yang bernama Tuan Nasir. Ketika itu bekalan bahan mentah sukar diperolehi dan Tuan Hemrul mengambil langkah dengan menggunakan sos takoyaki dan tepung takoyaki yang dihasilkan sendiri. Sebenarnya proses menghasilkan sos takoyaki bukanlah perkara yang mudah. Beliau pernah mengalami kegagalan melebihi 10 kali dalam fasa percubaan dan pernah juga membuat "test market" dengan pelanggan sedia ada. Walau bagaimanapun, jualan yang kurang mendapat sambutan kerana pelanggan kurang menggemari sos takoyaki tersebut dan tidak dapat memenuhi selera dan citarasa rakyat Malaysia. Percubaan untuk tepung takoyaki pula memerlukan sebanyak tiga kali percubaan sebelum menemui resepi yang terbaik.

Pada penghujung tahun 2017, Tuan Hemrul mula berani menggunakan jenama sendiri dengan tiga cadangan nama untuk jenama ini antaranya Chef Tako, Royal Tako dan Takoyaki Viral. Setelah mendapat persetujuan dan pilihan bersama, akhirnya nama CHEF TAKO menjadi pilihan untuk perniagaan ini. Logo Chef Tako dicipta oleh YB dengan hanya menggunakan powerpoint sahaja. Beliau mendapat idea dan inspirasi mencipta logo daripada bentuk sotong.

Cawangan pertama Chef Tako ialah di Seksyen 7 berhadapan dengan Giant Shah Alam. Pada tahun 2018 Tuan Hemrul dan YB bersepakat untuk menambah cawangan lagi atas permintaan pelanggan yang ramai. Cawangan ini bermula dengan sokongan rakan-rakan.

PERKEMBANGAN DALAM PERNIAGAAN

Bermula dengan menyewa stor dibelakang kedai runcit dan juga kedai kosmetik untuk penyimpanan bahan dan barang berniaga takoyaki. Di situ jugalah permulaan proses pembuatan sos takoyaki dan tepung takoyaki. Bermula dengan tujuh cawangan, pada ketika ini gerai takoyaki yang berada di Seksyen 7 berhadapan Giant Shah Alam telah tular, mengakibatkan ramai pelanggan yang beratur untuk mendapatkan takoyaki Chef Tako. Keadaan ini tular disebabkan Bonito (fish flakes) yang bertimbun, sos dan mayonis yang melimpah dan meleleh yang di letakkan di atas takoyaki. Peningkatan jualan meningkat daripada RM50 sehari ke RM600-RM700 sehari asbab tular itu.

Disebabkan permintaan pelanggan pada ketika itu amat memberangsangkan, pihak HQ terpaksa berpindah ke sebuah kedai di Ken Rimba. Pada waktu itu, jumlah pekerja telah bertambah termasuk kerani pentadbiran, penghantar "runner" dan juga pekerja untuk bahagian penghasilan sos takoyaki dan tepung takoyaki. Daripada sebuah kedai kemudiannya menjadi lima buah kedai. Pekerja terpaksa ditambah bagi memenuhi keperluan dan kapasiti syarikat.



Pada tahun 2018, Chef Tako berjaya mencapai jualan RM1.6 juta yang pertama. Kemudian Founder dan Co-Founder mengambil langkah untuk mencari mentor didalam perniagaan dan membuat keputusan untuk berguru dengan Sifu Najib Asaddok. Pada 25 Disember 2018, ejen Chef Tako mencecah seramai 100 ejen. Pada tahun 2019, jualan Chef Tako mencapai RM3.2 juta setahun dan mempunyai seramai 300 ejen.

Pada Februari 2020, jualan ketika itu sebanyak RM600,000. Pada Mac, April dan Mei 2020, jualan mulai menunjukkan penurunan disebabkan pandemik Covid-19 dan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) oleh kerajaan. Pada ketika ini Founder dan Co-Founder mengambil langkah dengan membuat program bantuan kepada mangsa yang terkesan disebabkan PKP, membuka peluang pekerjaan dengan menambah tenaga kerja yang baharu, lebih agresif dalam pemasaran dengan melakukan Facebook Ads gerai ejen dan memberikan bimbingan



yang lebih padu kepada para ejen. Antaranya, menggalakkan ejen membuat "LIVE" dan melakukan penghantaran atau Cash on Delivery (COD) kepada pelanggan. Hasilnya, jualan kembali meningkat dengan lebih dahsyat pada bulan Julai 2020 dengan jualan sebanyak RM800,000 sebulan. Pada Ogos 2020, HQ mengambil langkah berpindah ke kilang yang lebih besar dan pada ketika itu jualan sebulan melebihi RM1.2 juta. Jualan terkini adalah melebihi RM2.1 juta sebulan.

Terkini November 2021, jumlah ejen Chef Tako seramai 874 orang dengan jumlah outlet sebanyak 961 buah. Ada di kalangan ejen yang berjaya mencapai jualan sejumlah RM100,000 sebulan.

Tatkala kebanyakan perniagaan terpaksa gulung tikar sejak tersebarnya wabak Covid-19, namun perniagaan Chef Tako menunjukkan pertumbuhan dan perkembangan yang luar biasa.



SUMBANGAN KEPADA MASYARAKAT

Ketika pandemik covid-19 melanda, ramai yang terkesan akibat perintah pergerakan kawalan (PKP) dan memerlukan bantuan demi kelangsungan hidup. Atas sikap prihatin, Tuan Hemrul Elmie dan Tuan Muhammad Misyael Abd Rama mengambil inisiatif untuk memberi manfaat kepada masyarakat di luar sana yang memerlukan antaranya memberi sumbangan untuk penduduk asnaf di Kampung Delek Klang.

Selain itu, Chef Tako juga menyertai program Infaq Ramadan Pelakon Putera Amaris atau nama sebenarnya Amran Ismail, membantu golongan memerlukan menerusi program Infaq Ramadan.

HARAPAN DAN IMPIAN

Chef Tako berharap agar dipermudahkan urusan untuk cawangan di Sabah dan Sarawak serta dapat menembusi pasaran antarabangsa seperti Singapura, Indonesia dan Brunei.

Chef Tako merancang untuk membimbing 3000 usahawan bersama dan dapat menghasilkan produk makanan yang lebih berkualiti dan menjadi nombor 1 pilihan rakyat Malaysia dan mengubah persepsi masyarakat tentang peniaga jalanan.

