

STUDI KELAYAKAN BISNIS WARUNG BURJO TIME SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN USAHA PEMULA

Yasinta Tirani Hepartiwi, Idris¹

Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

This study aims to analyze the feasibility aspects of the Burjo Time (Burtime) food stall in Semarang through several approaches, including: legal, operational, market, marketing, human resources, management, finance, economic and environmental aspects. The focus of the feasibility analysis is on these aspects, especially financial sensitivity analysis which includes Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Payback Period and B/C ratio. This research method is carried out with a qualitative descriptive approach. This research is carried out directly on the object, especially in its efforts to collect data and various information that is carried out intensively, in detail and in depth. The results of this study indicate that the Burjo food stall is an attractive business to develop, especially for novice businessmen because it has a fairly wide market potential in Semarang and its surroundings.

To be able to carry out this business, project funding of Rp329,845,900 is required, consisting of investment funds of Rp269,150,900,- and working capital of Rp60,695,000,-. Sensivity analysis conducted by providing normal assumptions with the result of Net Present Value (NPV) of Rp 1,624,465,840,-, Internal Rate Return (IRR) of 89.93%, Payback Period (PBP) for 1 year 1 month 14 days, and Benefit and Cost Ratio (B/C Ratio) of 1.52. With these calculations, food stall business at Burjo Time (Burtime) can sustain adjusting to existing conditions balanced by using technological advances.

Keywords: Business Plan, Business Feasibility, Food Stall Business

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Industri rumah makan burjo merupakan industri yang telah lama berdiri dan masih tetap bertahan hingga kini. Rinofah dan Kurniawan (2017) mengatakan bahwa Industri rumah makan burjo pertama kali didirikan oleh Rura Salim Saca (Lurah dalam bahasa Sunda), warga Jawa Barat khususnya daerah Kuningan. Kondisi tersebut berada ketika Indonesia baru saja merdeka yang mengalami ketidakstabilan politik dan ekonomi sehingga mengharuskan masyarakatnya agar tetap kreatif untuk bertahan hidup dalam keadaan sulit.

Seiring dengan berkembangnya jaman, tidak sedikit warung burjo yang melakukan inovasi. Beberapa aspek dapat dilihat dari varian menu dan fasilitas yang diberikan. Saat ini, banyak warung burjo menghadirkan varian menu baru dengan kualitas cita rasa yang lezat namun dengan harga yang terjangkau. Selain hal tersebut, warung makan burjo juga mulai memperhatikan fasilitas demi kenyamanan para pelanggan.

Berkembangnya fasilitas kenyamanan dan pemasaran warung makan burjo salah satunya adalah Burtime. Warung makan burjo yang berada di Tembalang, Semarang yang memiliki fasilitas kenyamanan dan pemasaran yang hampir sama yaitu Bursky dan

¹ Corresponding author

Burjoni. Burttime dalam kegiatan usahanya memiliki konsep semi modern dengan memberikan menu-menu khas dan memanfaatkan media sosial sebagai media promosi bisnis.

Menurut Frisiska Sitio (2019) mengatakan bahwa Cara untuk memilih makanan atau minuman yaitu dengan cita rasa sebagai tolak ukur. Hal inilah merupakan salah satu keunggulan Burttime. Keunggulan lainnya terdapat pada harga yang merupakan faktor penting untuk bisnis kuliner karena menentukan konsumen untuk membeli produk tersebut. (Alfani dan Sulastini, 2016) Persepsi harga adalah situasi dimana konsumen menggunakan harga untuk menilai suatu produk. Harga yang diberikan dapat menjadi tolak ukur kepuasan terhadap produk yang didapat.

Kualitas layanan yang diterapkan Burttime dengan menerapkan interaksi aktif terhadap pelanggan berbasis media sosial sebagai platform untuk berbagi informasi, berdiskusi, menciptakan dan atau modifikasi konten. Media sosial menurut Gretzel, Yuan, & Fesenmaier (2000), serta Wang, Yu, & Fesenmaier (2002), memiliki relevansi dengan industri kuliner yang padat informasi. Pemilik usaha memanfaatkan media sosial untuk mencari informasi seputar selera konsumen, menu yang potensial, dan pelayanan yang terbaik baik dalam membina hubungan dengan pelanggan (Hays et al., 2012). Fenomena tersebut merupakan tantangan bagi para pelaku bisnis kuliner karena diharapkan mampu beradaptasi agar tidak kehilangan pelanggan dan dapat menarik pelanggan baru.

Alasan penulis memilih “Burttime” sebagai objek penelitian bisnis plan karena usaha ini akan menjadi pembeda dari burjo lainnya dalam aspek transformasi pelayanan, menu yang inovatif, dan adanya penerapan teknologi. Karena beberapa alasan tersebut kami meyakini “Burttime” layak sebagai objek penelitian business plan.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Studi Kelayakan Bisnis Burjo Time dan pengembangannya bagi pebisnis pemula serta menganalisis sejauh mana upaya peran dari sosial media dan influencer dalam pemanfaatannya terhadap Burttime.

TELAAH PUSTAKA

Studi Kelayakan Bisnis

Studi Kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang kegiatan atau usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan, (Kasmir dan Jakfar, 2003), objek yang diteliti tidak hanya pada bisnis atau usaha yang besar saja, tapi pada bisnis atau usaha yang sederhana bisa juga diterapkan

1. Aspek Operasional

Operasional dapat diartikan sebagai bagian sebuah *riset* atau penelitian yang dibutuhkan guna dalam pengukuran variabel atau pengumpulan data tersebut konsisten antara responden yang satu dengan responden lainnya. Peneliti membutuhkan cara dan metode pengukuran, hasil dan kategori ukuran, serta skala pengukuran yang tepat dalam mendefinisikan suatu variabel (Ridwan & Yuli, 2018).

2. Aspek Pasar

Salah satu aspek yang merupakan inti dari penyusunan rencana bisnis adalah aspek pasar, karena untuk menyediakan produk atau jasa dibutuhkan adanya permintaan pasar. Menurut Indrasari (2017) aspek pasar digunakan untuk meninjau seberapa besar peluang pasar yang ada untuk produk yang ditawarkan dan seberapa besar market share yang akan dikuasai.

3. Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran memainkan peran yang penting dan utama dalam proses pemetaan pasar karena sebuah perusahaan pasti memunculkan sebuah produk sesuai kondisi pasar apakah ada atau tidaknya peluang yang terdapat di pasar tersebut.

4. Aspek Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia (SDM) yang diyakini sebagai sumber daya pembangunan bangsa tetapi juga menjadi sumber daya alam, iptek, dan sumber daya lainnya dalam pembangunan satu bangsa. Keberadaan kekuatan sumber daya manusia yang dimiliki melebihi sumber daya yang lain karena sumber daya manusia sendiri mengambil peran dalam sumber daya yang lain seperti uang, pasar, material dan lain-lain (Samsuni, 2017).

5. Aspek Manajemen

Menurut Husein Umar (2009) menyatakan tujuan adanya studi aspek manajemen adalah untuk mengetahui apakah pembangunan dan penerapan bisnis dapat direncanakan dan dikendalikan sehingga rencana tersebut dapat dikatakan layak atau tidak.

6. Aspek Pasar

Aspek *finansial* atau keuangan berperan dalam menentukan perencanaan investasi atau penanaman modal dalam sebuah studi kelayakan bisnis dengan memperhitungkan biaya dan manfaat yang ingin diperoleh atas perbandingan dari pendapatan dengan pengeluaran meliputi tersedianya sebuah dana, adanya biaya modal, mampu tidaknya sebuah proyek membayar kembali dalam tempo waktu yang telah ditentukan, dan melakukan penilaian apakah proyek yang telah dilaksanakan akan dapat terus berkembang (Shinji et al, 2020).

7. Aspek Ekonomi, Sosial dan Lingkungan

Sosial ekonomi seperti yang dijabarkan oleh Soekanto (2007:89) bahwa sosial ekonomi yakni posisi seseorang yang memiliki keterkaitan dengan orang lain dalam masyarakat dalam arti lingkungan pergaulan, prestasi, dan hak serta kewajiban dalam hubungannya dengan sumber daya. Hal yang sama pula dikemukakan oleh Soekanto (2001:237) bahwa komponen atau unsur pokok kedudukan sosial ekonomi diantaranya ukuran kekayaan, kekuasaan, kehormatan, dan ilmu pengetahuan.

Kualitas lingkungan dapat didefinisikan sebagai kualitas hidup karena jika kualitas lingkungan itu baik, maka otomatis kualitas hidup manusianya akan semakin baik dan berkembang menjadi tinggi. Aspek lingkungan juga dapat diartikan sebagai elemen atau unsur-unsur dari aktifitas organisasi, produk, dan jasa yang dapat berinteraksi dengan lingkungan seperti Konsumsi air, pengeluaran zat beracun ke udara (GEMI, 2001).

8. Aspek Legalitas

Aturan atau regulasi terkait kode etik dalam dunia bisnis dan usaha sangat mempengaruhi aktivitas bisnis dalam suatu negara. Legalitas memiliki peran yang penting dalam kedudukannya menjadi unsur yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan atau badan usaha karena sebagai wujud pengakuan dari masyarakat atas jati diri yang mengesahkan perusahaan atau badan usaha.

Warung Makan Burjo atau Warmindo

1. Pengertian Warung Makan

Rumah makan adalah istilah umum untuk menyebut usaha yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan itu serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayanannya.

2. Pengertian Burjo atau Warmindo

Warung makan yang berjudul “Burjo” dahulunya hanya menyediakan bubur kacang hijau sehingga warung ini memiliki julukan warung “burjo”. Dalam perkembangannya

Warung Burjo ini tidak hanya menyediakan bubur kacang hijau saja namun sudah menyediakan berbagai variasi makan.

3. *Customer Relationship Management*

Salah satu strategi yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan menerapkan CRM (*Customer Relationship Management*) yang mengintegrasikan antara people, process, dan technology sehingga tercipta komunikasi yang baik dengan pelanggan terutama dalam menumbuhkan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan.

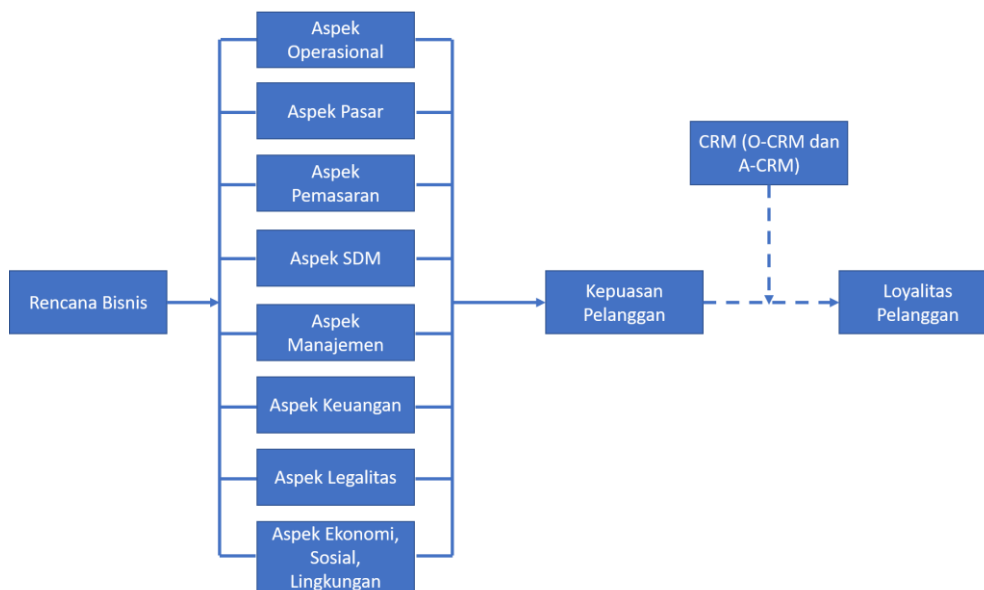
4. *Operational dan Analytical CRM*

Operational CRM dapat diumpamakan sebagai “*front office*” pada suatu usaha. Penerapan CRM ini berperan dalam interaksi dengan pelanggan. *Operational* CRM mencakup proses otomatisasi yang terintegrasi dari keseluruhan proses bisnis, seperti otomatisasi pemasaran, penjualan, dan pelayanan. *Analytical* CRM dapat diumpamakan sebagai “*back office*” pada suatu usaha. Penerapan CRM ini berperan dalam memahami kebutuhan pelanggan. *Analytical* CRM berperan dalam melaksanakan analisis pelanggan dan pasar, seperti analisis *trend* pasar dan analisis perilaku pelanggan.

Kerangka Pemikiran

Dari uraian pemikiran diatas, secara skematis digambarkan seperti pada gambar dibawah ini:

Gambar 1
Kerangka Pemikiran Penelitian



METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sugiyono (2012) metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat *postpositivisme* digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci teknik, pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi. Lokasi penelitian ini di Jalan Bulusan Selatan Raya (Depan SDN Bulusan) RT 03 RW 05 kelurahan Bulusan, kecamatan Tembalang, kota Semarang, Jawa Tengah (50277).

Obyek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal yang objektif, *valid*, dan *reliable* tentang suatu hal Sugiyono, 2016). Ada beberapa obyek yang akan diteliti dalam penelitian ini antara lain aspek pemasaran, aspek operasional, aspek manajemen SDM, aspek keuangan (*finansial*), dan aspek legalitas, yang ada di Burttime. Dalam kegiatan bisnisnya Burttime sebagai warung makanan yang menjual berbagai makanan seperti gongso, orak-arik, bubur kacang ijo, dan aneka minuman. Metode pengumpulan data serta informasi yang digunakan pada penelitian ini, yaitu:

1. Metode Wawancara

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam berupa wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur menurut Sugiyono (2012) di dalam pelaksanaannya lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya.

2. Metode Observasi

Observasi merupakan aktivitas penelitian dalam rangka mengumpulkan data yang berkaitan dengan masalah penelitian melalui proses pengamatan langsung dilapangan. Pada penelitian ini, teknik observasi yang digunakan adalah observasi terstruktur atau tersamar. Menurut Sugiyono (2012) peneliti dalam pengumpulan data menyatakan terstruktur kepada sumber data, bahwa peneliti sedang melakukan penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Obyek Penelitian

Sejak awal berdiri, Yasinta dan Ilyas sebagai pendiri Warung Makan Burjo Time (Burttime) menyadari bahwa harus memiliki sesuatu yang berbeda agar mudah dikenal dan diterima oleh pelanggan. Bermodalkan masakan ayam bali krispi, dan ayam mentega, nasi ayam manis dan durhaka yang memiliki ciri khas tersendiri, Yasinta dan Ilyas pun menggunakan komunikasi word of mouth dan pemanfaatan instagram guna memperluas saluran distribusi informasi serta membagikan brosur kepada masyarakat sekitar Tembalang. Nama Burjo Burttime dalam perkembangannya sebenarnya berawal dinamakan dengan Burjo Inn. Namun, pemilik tidak ingin ribet dalam perizinan menggunakan nama burjo itu sendiri pada usaha yang dijalankan. Hal tersebut membuat pemilik mengubah nama menjadi Burjo Time yang disingkat menjadi Burttime. Makna kata Burttime pun merujuk pada tagline yang telah dibuat yakni "It's Burjo Time" atau waktunya ngeburjo. Maka dari itu, tagline tersebut mendorong seseorang untuk melakukan keputusan pembelian dan berkunjung ke Burttime.

Visi dari Burttime

Menciptakan usaha warung burjo terbaik di tembalang, Semarang. Menjadikan masakan warung burjo akrab dilidah seluruh kalangan masyarakat baik dari segi kualitas maupun cita rasa agar lebih dikenal dan dapat dinikmati seluruh kalangan masyarakat

Misi dari Burttime

1. Memberikan kemudahan melayani kebutuhan makan pada semua segmen masyarakat dan harga yang murah tetapi tidak merugikan
2. Menciptakan lapangan pekerjaan baru
3. Memberikan kualitas pelayanan dan penyajian makanan
4. Mengembangkan inovasi baik dalam produk maupun pelayanan
5. Menumbuhkan keterampilan dan pengetahuan karyawan guna mencapai performa operasional yang maksimal.

Analisis Lingkungan

1. Aspek Pasar

a. Permintaan

Peranan Burjo atau Warmindo sangat penting mengingat kebutuhan primer masyarakat terkait makan dan minum yang harus dipenuhi secara *real-time*. Burjo “Burtime” dalam memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya mahasiswa menyediakan pelayanan 1x24jam atau sehari full. Hal tersebut dilakukan guna memberikan pelayanan prima sehingga dapat membuat konsumen puas atas apa yang dilakukan manajemen Burtime. Dahulu orang-orang sangat susah apabila mencari makanan bahkan paling cuma beberapa opsi saja yang bisa dibeli. Padahal, terutama kalangan mahasiswa khususnya banyak anak kos pasti sangat berpengaruh terhadap adanya Burjo.

b. Penawaran

Burtime terus berusaha menjaga kualitas dari menu khas yang jadi pembeda dari burjo yang lain dan menu-menu lainnya. Burtime juga terus berusaha untuk berinovasi dengan menu-menu baru yang nikmat dan khas. Berbeda dengan Burjo yang lain, Burtime menawarkan sistem *service excellent* untuk lebih mengutamakan kepuasan pelanggan karena nantinya terkait loyalitas yang diberikan oleh pelanggan terhadap Burtime.

c. Peluang Pasar

1) *Market Potensial*

Market Potensial atau pasar potensial dari Burtime yakni golongan mahasiswa yang tidak hanya dari UNDIP atau POLINES saja, namun dari mahasiswa yang kuliah di Semarang dikarenakan tempat yang ada di Burtime sangat menunjang untuk rapat, nongkrong, dan mengerjakan tugas kelompok.

2) *Market Share*

Burtime pun telah menguasai pangsa pasar untuk semua kalangan karena menyajikan menu yang paling murah hingga menu khas dari Burtime sehingga semua kalangan dinilai mampu untuk membeli di Burtime. Hal tersebut terlihat dari menu yang tersedia yang telah dikategorisasikan dan dibuat dengan beberapa varian

3) *Product Life Cycle*

Pada tahap kedewasaan dari Burtime dilihat dari kestabilan laba ataupun penurunan laba karena persaingan dengan berbagai kompetitor yang meningkat. Di masa sekarang ini mulai bermunculan burjo dengan berbagai keunikan dan khas sendiri-sendiri, yang kuat dengan melakukan pemasaran di media sosial. Hal ini dapat dilihat melalui Instagram yang dimana beberapa Burjo terlihat gencar membuat konten untuk perihal promosi, namun belum menjamin kinerja.

4) Analisis Pesaing

Pesaing dari Burtime di Semarang memiliki kurang lebih 4 kompetitor dengan keunggulan dan kelemahan masing-masing yang tersebar wilayah Kota Semarang dan sekitarnya.

d. Rencana Pengembangan Pasar

- 1) Mencari permasalahan dan keresahan utama yang dirasakan oleh para konsumen atau calon konsumen
- 2) Melakukan survey kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara sederhana
- 3) Mencari inovasi dan cara yang lebih efektif pada digital marketing yang sesuai dengan preferensi target pasar Burtime.

- 4) Melakukan evaluasi dan penilaian dua arah terkait influencer yang telah bekerjasama dengan Burtime.
- 5) Membuat narasi yang kuat serta relevan dengan target konsumen yang akan dituju
- 6) Mengidentifikasi para calon konsumen Burtime yang nantinya akan dikelola lebih lanjut melalui platform yang lebih personal.
- 7) Burtime juga akan menambahkan layanan di media sosial seperti Go- Food, Grab-Food, dan Shopee Food untuk menjangkau konsumen yang tidak bisa makan di tempat.

2. Aspek Pasar

a. Harga

Harga standar dan relatif murah dari Burtime yang meliputi menu makanan mulai dari Rp. 8.000, Indomie dan Mie mulai dari Rp. 6.000,00 , Burjo mulai dari Rp. 7.000,00 , Minuman mulai dari Rp. 1.000,00 , Topping mulai dari Rp. 1.000,00 dan Lain-lain mulai dari Rp. 8.000,00.

b. Kegiatan Pemasaran dan Promosi yang dilakukan

Kegiatan pemasaran yang dilakukan lebih diutamakan melalui online advertising karena dapat menekan biaya dan lebih efektif serta efisien dibandingkan dengan offline advertising. Selain itu, melalui online advertising tentu dapat lebih menguntungkan karena iklan dapat menyesuaikan dengan fokus target yang diinginkan secara spesifik. Online advertising yang dilakukan yaitu dengan melalui digital marketing berupa influence dan pemanfaatan media sosial. Dengan digital marketing dapat lebih mudah menjangkau konsumen secara tepat dan lebih relevan. Namun, offline advertising juga dilakukan untuk lebih mendapatkan emosional calon konsumen dengan strategi word of mouth.

c. Strategi Pemasaran

Selain kegiatan promosi yang dilakukan melalui word of mouth, sosial media instagram dan influencer, Burtime juga mempunyai strategi pemasaran sebagai berikut:

- a. Harga produk disesuaikan dengan pasar
- b. Tempat parkir yang luas dan dapat diisi baik mobil atau motor
- c. Mempertahankan kualitas dan cita rasa masakan
- d. Menyediakan menu masakan dengan beberapa level pedas dan banyaknya varian yang tersedia
- e. Menciptakan menu khusus yang tidak ada di Burjo manapun
- f. Menjaga konsistensi dan berupaya meningkatkan penjualan dengan pemberian diskon di Go-Food, Grab-Food ataupun shopee food
- g. Sistem pesan antar

d. Analisis STP

1) *Segmentation*

Pada dasarnya Burtime memiliki produk makanan yang cocok untuk semua kalangan, karena memiliki menu makanan yang dapat dimakan pada segala umur dengan harga yang relatif terjangkau.

2) *Targeting*

Targeting merupakan suatu upaya untuk memilih salah satu atau lebih segmen pasar yang dijadikan target pasar. Sedangkan pada Burtime lebih fokus menjadikan mahasiswa pangsa pasar utamanya dan karyawan swasta.

3) *Positioning*

Dalam hal ini Burttime telah memiliki produk andalan nasi ayam bali yang berbeda dengan burjo yang lain yakni nasi ayam bali crispy dan nasi ayam bali crispy balado. Tidak hanya itu, menu khas yang dimiliki Burttime yakni Nasi ayam mentega, nasi ayam asam manis Burttime, nasi ayam durhaka.

e. Marketing Mix

Marketing mix (7Ps) terdiri dari: *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*. Marketing mix Burttime dijelaskan sebagai berikut: Product adalah Usaha Kuliner. Dengan harga mulai dari Rp 6.000,-, Strategi promosinya dengan cara melalui media *online* dan *offline marketing*.

3. Aspek Operasional

a. Lokasi Usaha

Lokasi usaha Burttime sangatlah strategis karena berada di tengah-tengah wilayah kampus, perumahan, dan kos mahasiswa ataupun karyawan yang berada di Tembalang. Sehingga lokasi usaha memainkan peran penting dalam keberlangsungan usaha yang diberikan Burttime kepada konsumen.

b. Fasilitas dan Kegiatan Operasi

Layanan yang diberikan oleh Burttime berupa tempat yang nyaman dilengkapi dengan sinyal wifi yang cepat serta adanya kipas angin yang dapat memperlancar sirkulasi udara Burttime. Kepercayaan yang dibangun oleh Burttime kepada para konsumen adalah dengan fasilitas yang diberikan mulai service yang selalu mengedepankan tanggung jawab, dapat terkoordinasi dengan rapi dan tertib sampai detail-detail komunikasi dengan pelanggan juga sangat diperhatikan

c. Tenaga Kerja

Tenaga kerja yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis Burttime dengan bekerjasama dengan agen burjo dari kuningan. Tenaga kerja yang nantinya diusulkan oleh agen sudah memiliki kompetensi untuk dapat bekerja dalam tim, *good looking*, dapat berkomunikasi dengan baik, dapat mengkoordinasikan suatu pekerjaan, teliti, dan bertanggung jawab.

d. Teknologi

Adanya penerapan teknologi tersebut menuntut tenaga kerja yang ada di Burttime untuk dapat adaptasi terhadap adanya perubahan tersebut seperti pembayaran yang dilakukan yang melalui E- money atau cashless seperti Go-Pay, Ovo, QRIS, dan Shopee Pay. Fitur share location juga menggunakan qr code guna membantu untuk pengunjung yang ingin ke tempat Burttime itu sendiri.

4. Aspek Sumber Daya Manusia

a. Rekrutmen dan Seleksi

Rekrutmen Karyawan merupakan cara untuk memperoleh karyawan yang akan bekerja di Burttime. Cara melakukan rekrutmen dengan adanya informasi lowongan pekerjaan dengan cara mulut ke mulut dari agen yang berasal dari kuningan. Kemudian agen tersebut memberikan beberapa nama calon karyawan untuk posisi yang dibutuhkan. Negosiasi mengenai gaji dan benefit yang diterima karyawan juga dipertimbangkan dalam kualifikasi rekrutmen tenaga kerja. Apabila dari segi kualifikasi kerja telah memenuhi, calon karyawan yang diberikan oleh agen tersebut disaring atau diseleksi oleh pemilik Burttime itu sendiri. Proses rekrutmen atau penerimaan karyawan diperlukan spesifikasi khusus menyesuaikan dengan kebutuhan pekerjaan dan posisi yang dibutuhkan.

b. Pelatihan dan Pengembangan Karyawan

Pengembangan sumber daya manusia dapat didukung dengan diadakannya pelatihan khusus untuk para karyawan. Namun pada saat ini karyawan pada Burtime, belum mendapatkan pengembangan SDM seperti pelatihan khusus untuk memasak maupun pelatihan manajemen pada warung burjo tersebut. Namun, pemilik setiap bulannya selalu mengumpulkan karyawannya untuk berkumpul bersama dengan memberikan motivasi agar para karyawan tetap bersemangat dalam menjalankan bisnis Burtime.

c. Kinerja dan Penilaian Kinerja

Kinerja dari para karyawan akan selalu dipantau dan dikontrol agar sesuai dengan SOP yang ada. Dilakukan evaluasi kerja pada setiap tenaga kerja dengan mempertimbangkan: kehadiran pada saat dibutuhkan, penyelesaian pekerjaan yang telah diberikan, pencapaian target yang telah ditentukan, dan kesalahan dalam melakukan pekerjaan. Penilaian kinerja yang baik akan mempengaruhi karyawan tersebut mendapatkan bonus yang diharapkan dapat mempertahankan dan dapat meningkatkan kualitasnya.

5. Aspek Manajemen

a. Manajemen Tahap Penyiapan Bisnis

Manajemen penyiapan bisnis Burtime sebelum melaksanakan pelayanan kepada konsumen yaitu:

- 1) Melakukan rapat koordinasi dengan karyawan lain baik secara langsung atau online melalui media sosial.
- 2) Pengecekan actual pada stok barang yang masih tersedia di Burtime.
- 3) Pembelian stok barang yang dibutuhkan.
- 4) Mengkoordinasikan dan mensinkronisasi list stok dengan uang atau dana yang masih ada serta pembukuan pada Burtime.

b. Manajemen Operasi Bisnis

Pada manajemen operasi bisnis dimulai dari manajemen gudang yang diperuntukkan untuk penyimpanan barang-barang dan perlengkapan Burtime, setelah itu manajemen pada saat produksi.

6. Aspek Keuangan

a. Asumsi dan Parameter Perhitungan

Dalam bisnis ini, periode proyek diasumsikan selama 4 tahun, sehingga perhitungan dari proyeksi pendapatan serta komponen biaya yang dilakukan untuk periode usaha selama 4 tahun. Bangunan yang digunakan untuk kegiatan usaha diasumsikan menggunakan sistem bangun. Sedangkan, peralatan yang diperhitungkan dalam komponen biaya diasumsikan dengan peralatan tersebut pada saat ini. Asumsi dan parameter analisis keuangan sebagai berikut:

Tabel 1 Asumsi Secara Umum

No.	Asumsi	Jumlah	Satuan
1	Periode Proyek	4	tahun
2	Periode Proyek per Tahun	12	bulan
3	Periode Proyek per Hari	353	hari
4	Gedung	1	bangunan
6	Discount Rate	5%	persen

7	Inflation Rate	3%	persen
8	PPH Final	0.50%	persen

Tabel 2 Asumsi Operasional

No.	Asumsi Operasional	Jumlah	Satuan	Kenaikan
1	Operasional per bulan	30	hari	
2	Operasional per tahun	12	Bulan	7%
3	Total Pendapatan per bulan	33,000,000	rupiah/bulan	
4	Total Pendapatan per tahun	396,000,000	rupiah/tahun	15%
5	Rata-rata harga jual makanan	12,500	rupiah	
6	Rata-rata harga jual minuman	3,500	rupiah	

Tabel 3 Kebutuhan Pokok

No.	Asumsi Prasarana	Jumlah	Satuan	Harga per Satuan (Rp)
1	Beras	60	kg	10,000
2	Ayam	15	kg	35,000
3	Telur	2	Peti	200,000
4	Bakso	3	kg	35,000
5	Sosis	3	kg	35,000
6	Keju cheddar	5	pack	12,000
7	Roti	10	pack	5,000
8	Kentang potong 2.5kg	2	pack	45,000
9	Kerupuk udang	1	kg	15,000
10	Mie instan	6	dus	100,000
11	Kwetiau	10	pack	7,000
12	Sarden	10	kaleng	5,000
13	Kornet	10	kaleng	13,000
14	Garam 500gr	5	pack	4,000
15	Penyedap rasa 1kg	3	pack	30,000
16	Selai 500gr	6	pack	16,000
17	Meses 500gr	6	pack	20,000
18	Bumbu dapur	6	kg	20,000
19	Kacang hijau	30	kg	20,000
20	Ketan hitam	30	kg	25,000
21	Air minum	6	galon	5,000
22	Le Minerale 600ml	2	dus	37,000
23	Le Minerale 1.5L	2	dus	42,000
24	Minuman sachet jenis 1	30	renteng	10,000
25	Minuman sachet jenis 2	30	renteng	20,000

Tabel 4. Asumsi Sarana dan Prasarana

No.	Asumsi Prasarana	Jumlah	Satuan	Harga per Satuan (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)
1	Set Meja Kursi	13	Unit	1,000,000	4
2	Asbak	1	Lusin	20,000	1
3	Tempat Tissue	1	Lusin	108,000	1
4	Kipas	2	Unit	200,000	4
5	Sound System	1	Set	200,000	4
6	Kompot 2 Tungku	2	Unit	100,000	3
7	LPG 3 Kg	3	Unit	150,000	5
8	Regulator	2	Unit	150,000	2
9	Wajan	2	Unit	60,000	4

10	Panci	2	Unit	100,000	4
11	Spatula	2	Unit	10,000	2
12	Laddle	1	Unit	15,000	2
13	Pisau	2	Unit	30,000	4
14	Food Tong	2	Unit	20,000	2
15	Stainless Bowl	2	Unit	6,000	4
16	Tempat Sampah	4	Unit	25,000	1
17	Cutting Board	2	Unit	15,000	4
18	Strainer	1	Unit	10,000	1
19	Parutan	2	Unit	10,000	1
20	Nampan	1	Unit	15,000	3
21	Spons Cuci	1	Lusin	10,000	1
22	Kain Lap	4	Unit	5,000	1
23	Container Box 95 Liter	1	Unit	250,000	4
24	Rice Cooker	1	Unit	250,000	4
25	Termos Nasi	1	Unit	150,000	3
26	Showcase	1	Unit	2,200,000	4
27	Freezer	1	Unit	2,000,000	5
28	Toples	1	Unit	20,000	2
29	Tempat Bumbu	1	Set	20,000	2
30	Piring	6	Lusin	60,000	4
31	Mangkok	2	Lusin	40,000	4
32	Sendok Makan	5	Lusin	15,000	4
33	Garpu	5	Lusin	15,000	4
34	Rak Piring Gelas	1	Unit	200,000	2
35	Cooler Box	1	Unit	300,000	3
36	Scoop Ice Cube	1	Unit	20,000	3
37	Galon	6	galon	45,000	4
38	Gelas	5	Lusin	45,000	4
39	Cangkir	3	Lusin	20,000	4
40	Lepek Cangkir	3	Lusin	20,000	3
41	Sendok Es Teh	5	Lusin	6,500	4
42	Tea Spoon	3	Lusin	6,000	4
43	Toples Gula	1	Unit	15,000	2
44	Termos Air	1	Unit	70,000	4
45	Dispenser The	1	Unit	200,000	5
46	Laci Mini	1	Unit	45,000	2
47	Kalkulator	1	Unit	30,000	3
48	Keranjang Display	1	Lusin	12,000	3
49	Ember	1	Unit	20,000	2
50	Gayung	1	Unit	10,000	1
51	Tempat Sabun	1	Unit	5,000	1
52	Sewa Tanah 132 m2	4	tahun	39,000,000	-
53	Bangunan	1	unit	15,000,000	10
54	Jaringan Wifi	1	unit	300,000	5

Tabel 5. Asumsi Sarana dan Prasarana

No.	Asumsi Penyerapan Tenaga Kerja	Jumlah	Satuan
1	Tenaga Kerja Tetap	4	orang
2	Kenaikan Upah Tiap Tahun	5	persen
3	Upah	1,000,000	rupiah/bulan
4	Total Biaya Tenaga Kerja	4,000,000	rupiah

Tabel 6. Asumsi Biaya Overhead Per Tahun

No.	Asumsi Biaya Overhead per Bulan	Jumlah (Rp)	Satuan	
1	Biaya Listrik	200,000	rupiah/bulan	
2	Biaya Air	170,000	rupiah/bulan	
3	Biaya Wifi	199,000	rupiah/bulan	
4	Biaya Kebersihan	75,000	rupiah/bulan	
5	Total Biaya Overhead per Bulan	644,000	rupiah/bulan	
No.	Asumsi Biaya Overhead per Tahun	Tahun ke-1 (Rp)	Satuan	Kenaikan
1	Biaya Listrik	2,400,000	rupiah/tahun	15%
2	Biaya Air	2,040,000	rupiah/tahun	15%
3	Biaya Wifi	2,388,000	rupiah/tahun	15%
4	Biaya Kebersihan	900,000	rupiah/tahun	15%
5	Total Biaya Overhead per Tahun	7,728,000	rupiah/tahun	

Tabel 7. Asumsi Biaya Overhead Per Tahun

No.	Asumsi Biaya Lain-lain per Bulan	Jumlah (Rp)	Satuan
1	Biaya iuran	20,000	rupiah/bulan

b. Komponen Biaya Investasi dan Biaya Operasional

1) Biaya Investasi

Investasi barang modal terdiri dari peralatan operasional dengan jumlah biaya investasi sebesar Rp193.616.500,- yang terdiri dari biaya prasarana dan biaya peralatan dengan nilai penyusutan tiap tahun sebesar Rp7.155.375,- serta nilai sisa sebesar Rp9.000.000,-

2) Biaya Operasional

Biaya operasional terdiri dari biaya tenaga kerja, biaya kebutuhan pokok, biaya overhead, dan biaya lain-lain. Biaya tenaga kerja terdiri dari tenaga kerja tetap. Jumlah tenaga kerja tetap adalah 4 orang dengan total upah pada tahun ke-1 sebesar Rp48.000.000,- dan diasumsikan mengalami kenaikan sebesar 5% tiap tahunnya. Jumlah biaya kebutuhan pokok pada tahun ke-1 sebesar Rp76.968.000,-. Jumlah biaya overhead pada tahun ke-1 sebesar Rp7.728.000,- dan jumlah biaya lain-lain pada tahun ke-1 sebesar Rp240.000,-. Biaya overhead dan biaya lain-lain juga mengalami peningkatan yang telah diasumsikan sebesar 15% pada setiap tahunnya.

c. Komponen Dana Investasi dan Modal Kerja

1) Dana Investasi

Dalam menjalankan bisnis, Burtime dilakukan pemenuhan kebutuhan dana investasi. Dana investasi dan modal kerja berasal dari modal sendiri. Dana proyek yang bersumber dari dana sendiri sebesar Rp193.616.500,-.

2) Modal Kerja

Modal kerja merupakan kebutuhan dana yang digunakan untuk membiayai produksi awal sebelum pendapatan usaha diperoleh, yang terdiri dari:

a) Kebutuhan Modal Kerja Per Tahun

Kebutuhan modal kerja terdiri dari biaya kebutuhan pokok, biaya tenaga kerja, biaya overhead, dan biaya lain-lain dengan jumlah pada

tahun ke- 1 sebesar Rp132.936.000,- dan mengalami kenaikan tiap tahunnya.

b) Kebutuhan Modal Kerja Per Bulan

Kebutuhan modal kerja per bulan didapatkan dari perhitungan modal kerja per tahun yang dilakukan pembagian sebanyak 12 bulan. Maka kebutuhan modal kerja per bulan sebesar Rp11.078.000,-.

c) Kebutuhan Modal Kerja Untuk Peralatan Operasional

Kebutuhan modal kerja untuk peralatan operasional terdiri dari: bolpoin dan nota. Jumlah kebutuhan modal kerja untuk peralatan operasional per bulan sebesar Rp11.500,-. Jumlah kebutuhan modal kerja untuk peralatan operasional per tahun sebesar Rp138.000,-.

d) Harga Pokok Penjualan

Harga Pokok Penjualan (HPP) pada Burttime atau disebut juga dengan cost of revenue terdiri dari biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead. Total dari Harga Pokok Penjualan (HPP) pada tahun ke-1 sebesar Rp132.696.000,-. Dengan jumlah 12 bulan per tahun pada tahun ke-1 maka dihasilkan Harga Pokok Penjualan (HPP) per bulan sebesar Rp11.058.000,-.

e) Operasi dan Pendapatan

Bisnis Burttime memiliki output penjualan dari penjualan makanan dan minuman. Diasumsikan Burttime beroperasi selama 12 bulan dalam 1 tahun pertama. Diasumsikan pendapatan rata-rata tiap bulan yaitu Rp33.000.000,- dengan peningkatan 15% setiap tahun. Sehingga pada tahun ke-1 total omset yang didapatkan adalah Rp396.000.000,-.

f) Proyeksi Laba Rugi dan *Break Event Point*

Hasil proyeksi laba rugi menunjukkan bahwa setiap tahunnya bisnis pada Burttime mampu menghasilkan keuntungan. Proyeksi laba rugi selama 4 tahun menunjukkan bahwa usaha ini mendapatkan laba bersih pada tahun ke-1 sebesar Rp254.629.082,- dengan profit margin sebesar 64,30%. Profit margin menunjukkan peningkatan pada setiap tahunnya. Laba yang didapatkan ini akan digunakan untuk mendanai aktivitas operasional pada periode berikutnya oleh Burttime.

g) Proyeksi Arus Kas dan Kelayakan Usaha

Arus kas usaha menunjukkan penilaian kondisi perusahaan pada keadaan yang baik atau tidak. Arus kas terdiri dari dua bagian yaitu arus kas masuk (*cash inflow*) dan arus kas keluar (*cash out flow*). Dalam menganalisis kelayakan usaha Burttime menggunakan metode *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, *payback period* dan *B/C ratio*. Dari hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa *Net Present Value (NPV)* sebesar Rp932.919.241,- yang berarti layak untuk dilaksanakan karena nilai $NPV > 0$. Perhitungan memberikan hasil *Internal Rate of Return (IRR)* sebesar 137% yang berarti layak untuk dilaksanakan karena hasilnya lebih tinggi daripada tingkat suku bunga yang diterapkan yaitu 5%. Jangka waktu kembalinya investasi dihitung melalui *Payback Period (PBP)* selama 1 tahun 6 bulan yang berarti layak untuk dilaksanakan karena kurang dari masa proyek yaitu 4 tahun. Nilai dari *B/C Ratio* adalah 5,79 yang berarti layak untuk dilaksanakan karena nilai *B/C Ratio* > 1 .

h) Analisis Sensivitas Kelayakan Usaha

Dari analisis kelayakan bisnis Burttime dapat dikatakan layak untuk dilakukan karena memberikan keuntungan. Hal tersebut didukung oleh adanya

indikator penilaian kelayakan proyek yaitu *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, *Payback Period (PBP)*, dan *B/C Ratio*. Pada analisis sensitivitas I diasumsikan mengalami penurunan pada pendapatan sebesar 15%. Dari hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa *Net Present Value (NPV)* sebesar Rp738.498.133,- yang berarti layak untuk dilaksanakan karena nilai $NPV > 0$. Perhitungan memberikan hasil *Internal Rate of Return (IRR)* sebesar 122% yang berarti layak untuk dilaksanakan karena hasilnya lebih tinggi daripada tingkat suku bunga yang diterapkan yaitu 5%. Jangka waktu kembalinya investasi dihitung melalui *Payback Period (PBP)* selama 1 tahun 8 bulan yang berarti layak untuk dilaksanakan karena kurang dari masa proyek yaitu 4 tahun. Nilai dari *B/C Ratio* adalah 4,79 yang berarti layak yang berarti layak untuk dilaksanakan karena nilai *B/C Ratio* > 1 .

7. Aspek Legalitas

Burtime merupakan bisnis di bidang kuliner yang pada saat ini sudah memiliki NPWP dan sudah memiliki SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan). Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Resiko, bertransformasi dari Online Single Submission (OSS) berbasis License Based Approach (LBA) pada PP Nomor 24 Tahun 2018 beralih ke Online Single Submission (OSS) berbasis Risk Based Approach (RBA) pada PP Nomor 5 Tahun 2021.

8. Aspek Ekonomi, Sosial dan Lingkungan

Aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan adalah bagaimana pengaruh berdirinya suatu perusahaan baik pada lingkungan ekonomi maupun sosialnya. Pengaruh yang terjadi dapat berupa pengaruh positif maupun negatif, khususnya untuk masyarakat setempat. Bagi masyarakat adanya investasi perusahaan UKM memberikan peluang untuk meningkatkan pendapatan sedangkan bagi pemerintah akan memberikan

KESIMPULAN

Peluang bisnis Burtime bagi usaha pemula diyakini sangat potensial mengingat jangkauan pasar yang cukup luas dan adanya ciri khas yang menjadi pembeda diantara burjo lainnya. Berdasarkan analisis pesaing, Burtime menjadi Burjo yang paling unggul dalam sistem pelayanan dengan pelaksanaan *Service Excellent*, harga yang terjangkau oleh mahasiswa, dan pemanfaatan teknologi mulai dari payment term (sistem pembayaran) dan order system yang telah bisa disemua aplikasi seperti Gojek, Grab, dan Shopee Food.

Bisnis Burtime menjadi salah satu bisnis yang menjanjikan karena memiliki prospek kedepan yang dapat dilihat dari kebutuhan calon konsumen akan pangan yang dapat tersedia secara *realtime*. Burtime didirikan atas dasar untuk tujuan memperbaiki kondisi ekonomi, dan menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat khususnya anak muda. Burtime merupakan bisnis yang bergerak dalam sector kuliner yang mengutamakan segi pelayanan dan kepuasan pelanggan sehingga pelanggan akan loyal terhadap Burtime.

SARAN

Pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan data analisis keuangan sebelum dilakukan pengembangan untuk melakukan perbandingan kondisi antara sebelum pengembangan bisnis dan setelah pengembangan bisnis. Selain itu, penulis dapat memberikan masukan atau saran yakni dengan menambahkan adanya pembuatan NIB untuk memenuhi aspek legalitas.

REFERENSI

- Frisiska Sitio, F. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Mie Dok-Dok (Studi Kasus Pada Burjo Borneo Jalan Seturan Raya No. 405, Condongcatur, Kec. Depok, Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta). Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta,
- Indrasari, L. D. (2017). Analisis Pengaruh Retail Marketing Mix Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pasar Modern (Studi Kasus pada Indomaret Bandar Kediri). 1(1), 47-51.
- Ridwan, R., & Yuli, Y. (2018). Formulasi, Implementasi dan Evaluasi Strategi Dalam Penyusunan Business Plan Pada Pt. Bosowa Propertindo. 7(3).
- Rinofah, R., & Kurniawan, S. (2017). Analisis Kelayakan Usaha Warung” Burjo”(Studi Kasus di Dusun Karang Gayam, Catur Tunggal, Depok Sleman, Yogyakarta). 19(10).
- Samsuni, S. (2017). Manajemen sumber daya manusia. 17(1), 113-124.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta