



VITKA Jurnal Manajemen Pariwisata

www.journal.btp.ac.id

Analisis Bisnis Plan Pada Bisnis Burgerland

Enjelina Putri, Heri Nuryanto

Culinary Management, Batam Tourism Polytechnic, Jl. Gajah mada Tiban ayu,Batam, Riau, Indonesia

INFO ARTIKEL

Diterima : xx/xx/xx
Direvisi : xx/xx/xx
Disetujui : xx/xx/xx
Tersedia online : xx/xx/xx

ABSTRACT

Burgerland merupakan brand produk yang di dirikan sejak tahun 2023 usaha burgerland ini terealisasi dengan baik. Dihadirkan nya inovasi baru dengan cita rasa nusantara yang telah kami pameran di bazar wirausaha merdeka Politeknik Negeri Batam menjadi produk yang sangat di terima dan di senangi dikalangan mahasiswa maupun dosen.

Email korespondensi:

xxxxx@universitas.ac.id

Kata kunci : Burgerland, Kuliner, Tren, SWOT

1. PENDAHULUAN

Di dalam bidang kuliner kota batam saat ini telah terdapat berbagai jenis yang bergerak di bidang kuliner. Dalam perkembangan zaman pengusaha berlomba-lomba membuat berbagai jenis varian dan inovatif yang baru agar para konsumen tidak bosan dengan rasa yang monoton dan juga di era digital ini para pengusaha harus berlomba-lomba mempromosikan produk ke media social dengan konten yang menarik dan kreatif sehingga dari konten tersebut dapat menarik minat konsumen untuk membeli suatu produk makanan.

Burger merupakan makanan fast food yang cocok dengan lidah orang indonesia. hamburger sendiri bukan berasal dari "ham" atau daging asap dalam bahasa Inggris, melainkan berasal dari nama kota Hamburg di negara Jerman yang menjadi awal mula daging di dalam burger berasal. Jadi, dapat disimpulkan bahwa arti kata hamburger berarti "makanan yang berasal dari Hamburg". Kemudian dari kota kedua terbesar di Jerman ini banyak penduduknya yang bermigrasi ke Amerika dan menyebarkan pembuatan burger ke sana.

Bahan burger terdiri dari roti,sayuran seperti selada,tomat dan bawang bombai,daging sapi atau ayam, dan serta Sebagai sausnya, hamburger diberi berbagai jenis sauce seperti mayones,sauce tomat dan sambal.Burger yang di jual memiliki berbagai manfaat bagi tubuh yang pertama terdapat di Burger

yang varian ayam sambal matah memiliki manfaat yang pertama dapat meningkatkan kesehatan tulang karena Bawang merah memiliki kandungan kalsium. Sereh dalam sambal matah pun memiliki mineral yang bisa meningkatkan kolesterol baik dan mencegah gangguan pencernaan. Sedangkan kandungan vitamin C dalam jeruk limau dapat membantu mendetoksifikasi tubuh dan memelihara kesehatan secara umum.

Yang kedua varian Burger ikan asap memiliki juga manfaat bagi tubuh Ikan asap merupakan sumber protein yang baik. Protein penting untuk pertumbuhan dan perbaikan jaringan tubuh, termasuk otot, kulit, dan rambut, terdapat Omega-3 jenis lemak sehat yang diperlukan oleh tubuh untuk fungsi otak yang optimal, menjaga kesehatan jantung, dan mengurangi peradangan dalam tubuh. ikan asap juga mengandung zat besi, mineral penting yang berperan dalam pembentukan sel darah merah dan transportasi oksigen ke seluruh tubuh, terdapat juga Vitamin D penting untuk kesehatan tulang dan gigi yang kuat, serta berperan dalam fungsi sistem kekebalan tubuh yang baik, Ikan asap mengandung mineral yang berperan berperan dalam fungsi tubuh yang optimal,dan juga ikan asap baik untuk kesehatan kulit.

Dan yang terakhir terdapat varian ayam sauce telur asin,ayam sauce telur asin memiliki manfaat bagi tubuh yaitu kaya vitamin , telur asin mengandung vitamin A dan B, telur asin yang menjadi sumber nutrisi yang baik bagi mata,dapat meningkatkan kekebalan tubuh dan juga telur asin telur asin mengandung zat alkalin yang berguna untuk menghambat pertumbuhan sel kanker.Dari produk burger yang telah di jelaskan

diatas ,usaha kami ingin menjual produk dengan inovasi kami agar produk dapat menarik perhatian para konsumen, seperti produk burger kami di buat dengan cita rasa nusantara dengan terdapat kaya rempah-rempah.

Burgerland ini memiliki bahan baku utama dan sauce yang berbeda dari usaha burger yang lain karena burgerland memiliki citra rasa yang menarik mengapa demikian ,yang pertama burgerland memiliki varian rasa burger sambal matah, karena burger sambal matah ini memiliki citra rasa yang segar dan harum ,karena menggunakan kecombarang,daun jeruk dan sereh sehingga mendapatkan cita rasa yang segar dan memiliki bau yang harum sehingga dapat menggugah selera, yang kedua ada varian salted egg,salted egg pula menggunakan bahan baku telur asin yang kualitasnya sangat bagus sehingga dapat menghasilkan rasa sauce yang sangat lezat, sauce telur asin ini juga sangat menarik karena menggunakan daun kari, yang terakhir ada varian ikan asap sambal kemangi,varian ini sangat lah unik dan menarik karena mengkombinasikan sambal kemangi dan ikan asap karena tidak ada pesaing usaha menggabungkan ikan asap dan sambal kemangi pada usaha burger mereka.

Nilai usaha burgerland dapat dilihat dari varian burger yang memiliki rasa yang sangat berbeda karena dengan menggunakan rempah-rempah nusantara pilihan dan juga memiliki harga yang terjangkau.sasaran pasar pada usaha burgerland ini adalah dari umur 18-45 tahun mengapa demikian karena usaha burger kami selain memiliki rasa yang enak tetapi juga memiliki kandungan gizi. Disfrensasi usaha burgerland kami dari burger yang ada di pasaran ialah dengan cara menonjolkan cita rasa sauce khas nusantara yang inovatif

2. Visi dan Misi

Visi :

Menciptakan produk makanan yang berkualitas dan dengan mengedepankan tampilan yang unik dan menarik.

Misi :

- 1) Menjaga kualitas produk agar menjadi produk yang berkualitas
- 2) Melakukan inovasi agar selalu menarik minat beli konsumen
- 3) Memberikan penawaran harga yang menarik

Aspek Pemasaran

2.1 Definisi Produk

Produk dari Burgerland ini adalah burger dengan pilihan daging ayam dan ikan asap serta *sauce* yang berbeda dari produk burger

lainnya, karena menggunakan *sauce* yang bernuansa Indonesia, adapun pilihan rasa yang kami jadikan menu seperti, burger ayam sambal matah, burger ayam *sauce* telur asin/*salted egg*, dan burger ikan asap lele sambal kemangi. Kisaran harga yang kami tawarkan sekitar Rp.20.000 – Rp.25.000.

2.2 Segmentasi Pasar

1) Segmentasi Geografis. Setelah kami melakukan penjualan langsung, segmentasi geografis yang kami ambil yaitu pada daerah Tiban, Batam Center, hingga Panbil.

2) Segmentasi Demografis

a) Umur, setelah melakukan uji pasar, kami mendapatkan konsumen dari usia remaja 18 tahun hingga dewasa usia 40 tahun keatas.b) Jenis kelamin. Kami menargetkan semua jenis kelamin baik perempuan ataupun laki laki.

3) Segmentasi psikografis

1) Kepribadian,Individu yang suka mencoba hal-hal baru dan tertarik pada makanan eksotis dan berani mencoba rasa yang berbeda. 2) Gaya Hidup. Orang yang memiliki gaya hidup sibuk dan aktif, sehingga mencari makanan cepat saji yang mudah dibawa dan praktis saat di makan.

2.3Positioning

Dengan cita rasa baru pada burger dapat menjadikan bisnis kami layak dijual dan diminati, karena warna baru yang kami ciptakan pada burger akan membuat masyarakat antusias untuk mencobanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis SWOT

a. *Strenght*

1) Memiliki cita rasa yang khas. 2) Pemilihan ayam paha fillet sebagai protein, dan alasan pemilihan ayam dikarenakan lebih cocok untuk di padukan dengan sambal-sambal Indonesia yang kami gunakan dan harganya yang relatif lebih murah dibandingkan daging sapi. 3) Menggunakan ikan asap lele sebagai salah satu pilihan protein di menu kami, bertujuan untuk mengangkat salah satu ikan khas Kepulauan Riau.

b. *Weakness*,yang masih menjadi kelemahan pada produk kami yaitu Roti, yang dimana kami masih

menggunakan roti yang dijual di Supermarket, sehingga ada kemungkinan menghasilkan teksur yang berbeda disetiap produksi, kelemahan lainnya juga terdapat pada *packaging* yang masih menggunakan bahan yang tidak ramah lingkungan.

c. Opportunities

1) Peminat burger yang banyak dari berbagai kalangan. 2) Peluang pasar untuk mendapatkan konsumen yang menjanjikan.

d. Threats

1) Munculnya pesaing baru dengan produk yang sama tetapi dengan *brand* yang berbeda. 2) Harga bahan baku yang cenderung naik sehingga akan menghasilkan keuntungan yang sedikit. 3) Selera konsumen yang berubah-ubah.

3.2 Analisis Pesaing dan Pemasaran

3.2.1 Analisis Pesaing

Pesaing-pesaing yang dimiliki oleh Burgerland, antara lain:

a. May Burger/Ramly Burger Keunggulan: 1) Memiliki banyak variasi menu. 2) Memiliki merek yang sudah dikenal oleh masyarakat Batam. Kelemahan: 1) Kurang konsisten dalam penyajian rasa. 2) Lahan parkir yang sempit.

b. Burger Pakistan Keunggulan: 1) Menyediakan jenis makanan selain burger. 2) Memberikan pelayanan yang ramah. Kekurangan: 1) Harga yang cukup tinggi untuk standar jualan kaki lima. 2) Pembuatan produk yang cukup lama.

c. Shakeel burger. Keunggulan: 1) Menyediakan jenis makanan selain burger. 2) Sudah memiliki beberapa cabang. Kelemahan: 1) Pembuatan produk yang cukup lama. 2) Pelayanan yang kurang ramah.

3.3.2 Analisis Strategi Pemasaran

a. *online*. 1) Memberikan penawaran berupa potongan harga sebanyak 10% kepada pembeli yang sudah

No	Nama Kegiatan	Bulan ke-1				Bulan ke-2				Bulan ke-3			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	menentukan nama brand dan logo		☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐				
2.	Menentukan menu	☐	☐	☐	☐								
3.	Menentukan resep		☐	☐	☐								
4.	Eksperiment	☐	☐	☐	☐								
5.	Revisi hasil rancangan				☐				☐				
6.	Menentukan packaging			☐			☐						

membantu mempromosikan produk kami melalui unggahan *story* di sosial media dan menandai

instagram Burgerland. 2) Membeli Iklan pada sosial media seperti Instagram, bertujuan agar produk dapat diketahui oleh banyak masyarakat.

b. *offline*, Menawarkan secara langsung kepada calon pembeli dan meyakinkan pembeli untuk membeli produk kami dengan cara menjelaskan apa saja keunikan dari produk kami dan menawarkan *sample* rasa *sauce* atau sambal yang kami gunakan kepada calon pembeli.

c. Konten, Mengunggah konten berupa foto produk atau video di media sosial dan membuatnya semenarik mungkin untuk menarik perhatian calon pelanggan.

d. Bazar, Mengikuti bazar makanan agar produk kami lebih dikenal oleh masyarakat luas dan mendapatkan penjualan yang lebih baik.



Gambar 1. Kegiatan Tes Pasar di Politeknik Negeri Batam



Gambar 2. Kegiatan Pesta Wirausaha Merdeka dan Demo Day di Edu Park Panbill

Kegiatan Pra Operasional dan Jadwal Pelaksanaan

Aspek Keuangan

Proyeksi Keuangan

- 1) Sumber Pendanaan
Untuk menjalankan bisnis "Burgerland", kami membutuhkan dana sebesar Rp.1.652.281. sesuai dengan perhitungan pembiayaan yang kami lakukan.
- 2) Kebutuhan Pembiayaan/Modal Kerja
- 3) Analisa Biaya Tetap
Biaya tetap adalah pengeluaran yang tidak bergantung pada perubahan volume produksi atau penjualan barang atau jasa dalam bisnis. Biaya tersebut tetap stabil meskipun terjadi fluktuasi jumlah barang dan jasa yang dihasilkan dalam batas tertentu. Selain itu, biaya tetap tidak terpengaruh oleh perubahan aktivitas bisnis yang dilakukan oleh perusahaan.
- 3.) Analisa Biaya Tidak Tetap
biaya tidak tetap adalah biaya yang bervariasi tergantung pada volume aktivitas. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya transaksi, komisi, utilitas biasa, dan lainnya.
- 4) Harga Pokok Produksi (HPP)
Harga pokok penjualan atau HPP adalah istilah pada akuntansi keuangan dan pajak. Harga pokok penjualan dapat didefinisikan sebagai total biaya yang dikeluarkan oleh suatu usaha dalam proses produksi pada satu periode.

Omset Bersih Yang Diharapkan Untuk 100 Porsi					
1	Salted egg Burger	33			Rp 325.347
2	Sambal Matah Burger	33			Rp 207.900
3	Ikan asap sambal kemangi Burger	35			Rp 275.625
Total					Rp 808.872

Keuntungan Di penjualan Pertama (Karena untuk Modal banner Dsb)

Modal	Omset Kotor	Keuntungan Bersih
Rp 1.652.281	Rp 2.294.000	Rp 641.719

Keuntungan Di penjualan Selanjutnya (Tanpa Modal Banner)

Modal	Omset Kotor	Keuntungan Bersih
Rp 1.485.128	Rp 2.294.000	Rp 808.872

3.2.3 Keuangan

A. Analisa Keuntungan

Makanan					
No.	Jenis	Jumlah	Modal	Harga Jual	Total keuntungan
1	Salted egg Burger	1	Rp 15.324	Rp 23.000	Rp 7.676
2	Sambal matah Burger	1	Rp 15.349	Rp 20.000	Rp 4.651
3	Ikan Asap Sambal Kemangi Burger	1	Rp 17.125	Rp 25.000	Rp 7.875
Omset Kotor					
1	Salted egg Burger	33		Rp 23.000	Rp 759.000
2	Sambal matah Burger	33		Rp 20.000	Rp 660.000
3	Ikan asap sambal kemangi Burger	35		Rp 25.000	Rp 875.000
Total					Rp 2.294.000

Pertumbuhan dan Keuntungan rata-rata

	PO 1	PO 2	PO 3	Bazar 1	Bazar 2	Bazar 3
transfer	Rp 185.300	Rp 183.800	Rp 201.000	Rp 68.000	Rp 132.000	Rp 132.000
cash	Rp 288.880	Rp 143.000	Rp 189.000	Rp 430.000	Rp 325.000	Rp 689.300
penjualan kotor	Rp 474.180	Rp 326.800	Rp 390.000	Rp 498.000	Rp 457.000	Rp 821.300
modal	Rp 759.655	Rp 190.000	Rp 232.500	Rp 427.000	Rp 204.000	Rp 195.000
penjualan bersih	-Rp 285.475	Rp 136.800	Rp 157.500	Rp 71.000	Rp 253.000	Rp 626.300
jumlah penjualan		Rp 2.967.280				
penjualan terbesar		Rp 821.300				
penjualan terkecil		Rp 326.800				
rata rata penjualan		Rp 494.547				
*selama 6 hari						

3.3 Potensi pengembangan usaha

Melihat dari respon yang diberikan oleh pelanggan kami melihat peluang untuk bisnis ini bisa berjalan dan bisa dikembangkan karena peminatnya yang banyak dan laku dipasaran, serta sangat bagus karena dapat membangun produk produk yang bercita rasa Indonesia.

3. KESIMPULAN

Burgerland Merupakan *brand* produk yang kami dirikan, usaha burgerland ini telah terealisasi dengan baik. dengan di hadirkannya inovasi dengan cita rasa nusantara yang telah kami pamerkan di bazar wirausaha

merdeka. Kami sangat senang bahwa produk yang kami jual dapat diterima dan disenangi oleh para konsumen. Maka dapat disimpulkan bahwa *Burgerland* telah berhasil merealisasikan judul dari proposal ini yaitu “ANALISIS BISNIS PLAN PADA BISNIS BURGERLAND” Dengan melihat prospek bisnis kuliner yang kami buat kedepannya bisnis ini akan berkembang dengan pesat mengingat banyak nya konsumen dan harga nya nya yang mampu di jangkau oleh semua kalangan dengan cita rasa yang sangat berkualitas. kami yakin membuat bisnis *burgerland* ini akan terus maju dan menggapai kesuksesan dengan membuka cabang-cabang ditempat lain.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatnya, saya dapat menyelesaikan Laporan Akhir Wirausaha Merdeka ini yang berjudul “ Analisis Bisnis Plan Pada Bisnis Burgerland” . Penulisan tugas akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Culinary Management, Batam Tourism Polytechnic.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, cukup sulit untuk saya menyelesaikan Jurnal ini. Oleh sebab itu, saya mengucapkan Terimakasih kepada :

1. Kepada Allah SWT dengan Rahmat serta Karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan, kekuatan, dan kelancaran bagi penulis.

2. Kepada kedua Orang Tua saya yang telah memberikan dukungan serta Doa agar saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Atas upaya orang tua saya yang telah mendidik dan merawat saya sebaik mungkin, saya dapat menjalankan perkuliahan hingga menempuh proses sarjana.

3. Kepada Teman dan Kerabat saya yang telah memberikan dukungan serta Doa yang dapat membuat saya percaya diri untuk menjalankan Tugas Akhir ini.

Penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk memperbaiki kekurangan dalam pembuatan jurnal ini. Semoga dapat bermanfaat bagi para pembacanya.

DAFTAR PUSTAKA

Baumassepe, Andi. (2017). MODUL PELATIHAN
BUSINESS MODEL CANVAS