



VITKA Jurnal Manajemen Pariwisata

www.journal.btp.ac.id

Pengembangan Variasi Menu Kebab Dengan Inovasi Sentuhan Nusantara (W' Kebab)

Fadila Yurahman, Frangky Silitonga

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

Email korespondensi:
xxxxx@universitas.ac.id

ABSTRACT

W'Kebab merupakan usaha yang bergerak dibidang makanan yang memberikan pelayanan dan mengutamakan kebutuhan konsumen. W'Kebab menjual makanan modern dengan mengubah isian menjadi menu nusantara Indonesia, hasil analisis pasar menunjukkan bahwa tren kuliner kekinian dan unik merupakan salah satu hal yang menarik untuk diketahui dan dikonsumsi oleh masyarakat. Berdasarkan analisis SWOT dan aspek pemasaran menunjukkan bahwa usaha ini cocok untuk di kembangkan.

Kata kunci : W'Kebab, Kuliner, Tren, SWOT

1. PENDAHULUAN

Semakin berkembang jenis makanan yang di ciptakan. Berkembangnya jenis makanan ini dapat menjadi peluang besar bagi masyarakat yang ingin membuka usaha jenis makanan, karena makanan adalah kebutuhan masyarakat yang diperlukan dalam sehari-hari. Melihat kehidupan modern saat ini, masyarakat perkotaan menuntut gaya hidup mereka dengan cara konsumsi yang serba instan. Kehidupan modern saat ini, membuat seseorang mengonsumsi makanan di luar rumah dan bukan sekedar untuk memenuhi kebutuhan saja, melainkan dapat dijadikan sebagai gaya hidup. (Wijaya and Ratnaningrum 2019)

Fast Food atau dalam istilahnya makanan siap saji, merupakan makanan dengan proses pembuatan dan penyajiannya sangat praktis dan cepat. Fast food atau makanan siap saji yaitu jenis makanan yang dikemas secara menarik, penyajiannya yang mudah, serta dibuat dengan menggunakan cara yang sederhana oleh industri pengolah makanan yang menggunakan teknologi tinggi dan mengandung zat adiktif untuk membuat makanan menjadi awet dan memberi aneka rasa untuk jenis makanan yang akan dijual.

Makanan siap saji ini adalah salah satu makanan yang banyak di gemari masyarakat, alasan masyarakat menyukai makanan cepat saji selain rasa nya yang enak makanan cepat saji dapat menjadi pilihan santapan yang tidak membosankan. makanan cepat saji juga menjadi pilihan masyarakat yang suka berkumpul bersama keluarga maupun teman karena makanan cepat saji sebagian jenis nya merupakan makanan yang tidak terlalu mengenyangkan atau dapat di sebut sebagai cemilan. (Ariyana, Wayan, and Asthiningsih 2020)

Tingkat konsumsi pada masyarakat dipengaruhi oleh banyaknya restoran-restoran yang menyediakan makanan siap saji. Jenis-jenis makanan siap saji yang ditemukan di berbagai restoran seperti McDonald's, KFC, Richeese, Burger King, Pizza Hut, Genki Sushi serta Softdrink yang memiliki jenis rasa yang enak. Berbagai restoran- restoran tersebut menyediakan makanan siap saji dengan penampilan yang menarik, rasa yang enak serta harga yang terjangkau.

Kebab ialah masakan Timur Tengah dibuat dengan olahan daging yang dibalut dengan balutan tepung. Sejarah mengatakan kebab ialah makanan khas dari Turki. Sebagian ada juga yang mengatakan berasal dari Arab dan dikenal dengan "kabbeh". Dalam

perkembangannya, setiap proses pembuatan telah mengalami pencampuran dan penyesuaian dengan masyarakat dari tahun ke tahun. Kebab juga dihidangkan menggunakan roti dan salad. Kebab telah memasuki ke berbagai belahan dunia, Eropa Barat, Eropa Timur, Australia, Amerika, Kanada, Jepang, Cina, Malaysia, Indonesia. Faasos ialah salah satu brand kebab yang telah berkembang di mancanegara, Faasos Kebab merupakan brand kebab internasional yang sudah terkenal di United Kingdom, Malaysia, Singapore, India, dan Thailand. Faasos adalah satu-satunya perusahaan terstruktur yang menawarkan beragam produk sekaligus memberikan konsistensi dan keandalan QSR (Quick Service Restaurant) terstruktur skala besar.

Di Indonesia saat ini, kebab mudah ditemui di pinggir-pinggir jalan, menggunakan outlet para penjaga menyajikan kebab dengan versinya masing-masing. Memulai bisnis kebab di Indonesia memiliki banyak keuntungan disebabkan bisnis ini sangat menjanjikan. Negara ini memiliki sejumlah pemasok yang dapat menyediakan semua yang dibutuhkan untuk memulai usaha ini dan biaya tenaga kerja relatif rendah. Ini menjadikannya tempat yang ideal untuk meluncurkan bisnis kebab dan mengembangkan menjadi usaha yang sukses. Indonesia juga memiliki perusahaan kebab yang sukses yaitu Kebab Turki Baba Rafi.

Di Indonesia kebab diperkenalkan pada tahun 1990 oleh para imigran asal Timur Tengah yang membuka restoran atau kedai kecil. Namun kebab mulai mendapatkan popularitas yang lebih luas di Indonesia pada tahun 2000. Restoran dan gerai kebab yang lebih terjangkau dan dapat diakses muncul di berbagai kota besar, seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Bali. Seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap makanan internasional, kebab semakin menjadi bagian dari budaya kuliner di Indonesia. Makanan cepat saji sampai saat ini memang menjadi andalan banyak orang, dan menjadi sebuah bisnis yang memberi peluang kepada pelaku bisnis yang ingin memulai dari awal untuk menciptakan sebuah ide dan gagasan menjadi suatu bisnis yang menguntungkan. Kondisi ini tentu membuat bisnis cepat saji sangat potensial, apalagi modal dalam memulainya tidak terlalu besar. Perkembangan Kebab di Batam juga sangat pesat, karena daya beli masyarakat yang tinggi. Keunggulan dari menjual kebab salah satunya yaitu di pasarkan dengan harga yang terjangkau dan memiliki cita rasa khas dari Timur Tengah.

2. BAHAN DAN METODE

Perencanaan Konsep dan Bentuk Produk

W'Kebab merupakan hasil pengembangan menu yang diubah dari varian aslinya. Hal ini menjadi keunggulan produk yang di tawarkan, karena tidak banyak yang menggunakan konsep ini pada produk sejenis ini. Adapun isian dari menu ini adalah kulit tortilla yang dipanggang dengan mentega, isiannya

menggunakan selada dan beberapa varian rasa yang berasal dari kuliner nusantara Indonesia. Adapun varian rasa nya yaitu, Rendang, original, durian, dan pisang cokelat karamel.

Prosedur Pembuatan Produk

Dalam rangka proses pembuatan produk W'Kebab ada beberapa persiapan yang harus dilakukan terlebih dahulu, adapun persiapannya pada tahap awal dilakukan adalah menentukan nama brand dan logo, selanjutnya menentukan varian menu dan bentuk produk, menentukan bahan dan alat yang diperlukan, menentukan packaging, menentukan harga, dan menentukan cara promosi dan penjualan. . Kemudian menentukan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk menciptakan produk yang berkualitas dan sesuai yang diharapkan. Langkah-langkah ini juga perlu untuk memudahkan kegiatan produksi agar kegiatan berjalan dengan lancar dan tertata rapi serta dapat mengurangi resiko kegagalan produksi.(Sulaiman 2018)

2.2 Tahapan Kebutuhan Bahan Baku

Pada kegiatan produksi W'Kebab memilih dan memproses bahan baku dengan memerhatikan kualitas dan kuantitas

Bahan-bahan :

1. Kulit, pada tahapan proses kulit dibutuhkan beberapa bahan dan tahapan yaitu adonan kulit, lalu dipipihkan berbentuk bulat, lalu dipanggang dengan mentega.
2. Ayam, ayam setelah dibersihkan dan dipotong lalu di marinasi menggunakan garam dan lada sekitar 30 menit, lalu direndam dengan bumbu selama 8 jam selanjutnya dipanggang.
3. Rendang, semua bumbu basah di tumis sampai harum, lalu masukkan daging ayam dan santan cair.
4. Durian, pisahkan daging durian dengan biji, lalu tambahkan susu kental manis.
5. Pisang, pertama belah pisang menjadi 2 bagian, lalu panggang menggunakan mentega.
6. Lain-lain (minyak goreng, garam, gula, lada, selada, mayonnaise, saus sambal, keju, cokelat)

2.3 Proses Produksi

Adapun langkah-langkah pembuatan W'Kebab sebagai berikut:

- a. Isi kulit tortilla dengan isian sesuai varian menu, lalu digulung.
- b. Panggang kebab yang telah digulung menggunakan mentega dan api sedang.
- c. Kemudian bungkus kebab yang telah matang menggunakan kertas khusus kebab dengan rapi.
- d. Untuk sajian kebab lain tinggal menambahkan

topping sesuai pesanan dan selera konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

W'Kebab merupakan usaha dibidang kuliner, dikarenakan bidang kuliner sangat menjanjikan usaha ini menjadi kebutuhan konsumen salah satunya dengan makanan cepat saji, data yang telah dikutip pada badan pusat statistic terdapat sebanyak 11.223 usaha kuliner yang tersebar di seluruh Indonesia. Terdapat 71,65% konsumen yang lebih gemar membeli suatu produk makanan, saat ini terkenal dengan makanan junkfood yang banyak di gemari oleh masyarakat khusus nya dari anak kecil maupun sampai tingkat dewasa, makanan tersebut bisa disantap Ketika berkumpul dengan keluarga maupun teman.(Ufrida and Harianto 2022)

3.1 Analisis SWOT

Peluang bisnis yang sudah terbuka luas memerlukan adanya pengembangan. Dalam arti luas pengembangan adalah upaya pendidikan baik formal maupun non formal yang dilaksanakan secara sadar, berencana, terarah, teratur, dan bertanggung jawab dalam rangka memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, dan mengembangkan suatu dasar kepribadian yang seimbang, utuh dan selaras, pengetahuan dan keterampilan sesuai dengan bakat, keinginan serta kemampuannya, meningkatkan dan mengembangkan dirinya, sesama, maupun lingkungannya ke arah tercapainya martabat, mutu dan kemampuan manusiawi yang optimal dan pribadi yang mandiri. Pengembangan adalah prihal berkembang dan selanjutnya, kata berkembang juga berarti mekar terbuka atau membentang, menjadi besar, luas dan banyak, serta menjadi bertambah sempurna dalam hal kepribadian pikiran, pengetahuan dan sebagainya (Syariah and Islam 2017)

1. Strength

Konsep nusantara kebab yang pertama kali di kota Batam akan memberikan efek penasaran dan rasa yang unik kepada calon konsumen sehingga menimbulkan pengalaman kuliner yang berbeda dan akan menjadi pusat perhatian.

2. Weakness

Produk atau usaha yang mudah ditiru oleh pesaing lainnya.

3. Opportunities

Dengan konsep nusantara ini akan mempermudah memperluas varian produk sehingga dapat memperkenalkan keunikan makanan nusantara dengan mudah.

4. Threats

Mendapatkan pesaing baru dengan industry besar atau bisnis makanan kekinian dan yang berkembang pesat, perubahan ekonomi dalam waktu dekat yang bisa berdampak negative pada bahan baku, konsumen mulai merasa bosan.

3.2 Pemasaran dan Penjualan

3.2.1 Jangkauan Pasar

W'Kebab telah menjangkau pasar mulai dari kalangan remaja hingga dewasa, untuk jangkauan pasar penulis menggunakan social media sebagai alat untuk memasarkan produk dan mempermudah penyebaran orderan. Dengan menggunakan orderan delivery W'Kebab bisa lebih mudah mendapatkan pelanggan. Strategi pemasaran dengan social media sangat lah berguna, ada beberapa social media yang digunakan yaitu, Instagram, facebook, dan whatsapp. Target pasar W'Kebab mulai dari usia 7 sampai 45 tahunan, sesuai kebutuhan dan selera pelanggan.

3.3.2 Kreatifitas menarik Pelanggan

W'kebab selain menjual secara online atau delivery juga berjualan di bazaar, sudah dua tempat yang di hadirkan W'Kebab yaitu Politeknik Negeri Batam dan Panbil ECO EDU Park. Dengan memberikan konsep nusantara dapat menarik pembeli di dua tempat tersebut, hasilnya mereka menyukai konsep dan rasa yang dihasilkan. Setiap hari penjualan banyak dikunjungi dan habis terjual.



Gambar 1. Kegiatan Bazaar Pesta wirausaha WMK di Politeknik Negeri Batam



Gambar 2. Kegiatan Bazaar di Panbil ECO EDU Park

Sales Diagram

Pendapatan Selama 6 Hari



Pendapatan tersebut di dapatkan melalui penjualan selama 6 hari melalui penjualan online dan bazaar yang di laksanakan di Politeknik Negeri Batam dan Panbil ECO EDU Park. Total pendapatan penjualan Rp 5.121.000 lalu dikurangi dengan modal awal penjualan Rp 2.500.00 hingga mendapatkan laba bersih selama 6 hari penjualan yaitu Rp 2.620.980

3.2.3 Keuangan

A. Analisa Keuntungan

Modal bahan per-produk :

Original =

Kulit tortilla = 1.900

Ayam = 1.600

Packaging dan Sticker 1.700

Lain-lain (sauce, selada, tomat, timun dan mentega) =5.000 Total = Rp 9.500

Harga Jual = Rp 15.000

Rendang =

Kulit tortila = 1.900

Ayam = 2.000

Packaging Dan Sticker 1.700

Lain-lain = 5.000 ditambah rendang 2.000 =7.000
Total = Rp 11.800

Harga jual =18.000

Durian =

Kulit tortila =1.900

Durian =2.000

Packaging dan sticker 1.700

Lain-lain = 5.000 ditambah keju 2.000 Total = Rp 11.800

Harga Jual = 18.000

Original =

Kulit tortilla = 1.900

Pisang = 1.600

Packaging dan Sticker 1.700

Lain-lain (gula, keju, coklat dan mentega) =5.000
Total = Rp 9.500

Harga Jual = Rp 15.000

Omset

KETERANGAN	DEBIT	KREDIT
Persediaan Awal		Rp1.593.720
Transport		Rp 200.000
Persediaan		Rp 643.300
Gas		Rp 63.000
Pendapatan	Rp 5.121.000	
Total	Rp 5.121.000	Rp 2.500.020

Omset selama 7 Hari

Pendapatan - Modal

Rp 5.121.000– Rp 2.500.020

=Rp 2.620.980

3.3 Potensi pengembangan usaha

Selama 6 hari W'Kebab sudah dapat mengembalikan modal sesuai estimasi yang dirancang kemudian kedepan nya usaha ini akan lebih dikembangkan lagi dari segi konsep dan beberapa upaya memenuhi kebutuhan konsumen dan selain menu utama W'Kebab juga akan memunculkan beberapa menu baru yang tidak jauh dari konsep W'Kebab yaitu Nusantara. Usaha ini berpotensi untuk dikembangkan karena ternyata peminatnya yang cukup banyak ditambah menu yang belum terlalu banyak di pasarkan.

3. KESIMPULAN

W'Kebab merupakan brand yang di dirikan oleh penulis dengan konsep makanan kekinian dan budaya kuliner Indonesia. Dalam usaha ini W'Kebab mencari peluang bisnis yang baik dan bermanfaat. Adapun manfaat dari konsep nusantara adalah selain menjadi konsumsi juga menjadi upaya melestarikan kuliner Indonesia, mengingat Kembali pada saat ini banyak makanan siap saji yang berkembang di Indonesia, kedepannya diharapkan menu kuliner Indonesia tidak tersaingi oleh menu negara lain. Dengan melihat prospek bisnis kuliner yang penulis buat kedepannya bisnis tersebut akan berkembang pesat mengingat banyak nya konsumen yang berminat dan harga yang terbilang cukup relative murah namun dengan cita rasa yang berkualitas. Masyarakat berasumsi bahwa menu kebab merupakan menu yang mahal dan mewah, akhirnya penulis yakin untuk membuat bisnis tersebut dan akan terus mengembangkan produk ini kedepannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatnya, saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul "Pengembangan Variasi Menu Kebab Dengan Inovasi Sentuhan Nusantara (W' Kebab)"

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

- Ariyana, Devi, Ni Wayan, and Wiwin Asthiningsih. 2020. 1 Borneo Student Research *Hubungan Pengetahuan Dengan Kebiasaan Konsumsi Makanan Cepat Saji (Fast Food) Pada Siswa-Siswi Kelas XI Di SMA Negeri Samarinda.*
- Sulaiman, Fahmi. 2018. 02 Jurnal Teknovasi *PENGENDALIAN PERSEDIAAN BAHAN BAKU DENGAN MENGGUNAKAN METODE EOQ PADA UD. ADI MABEL.*
- Syariah, Dosen, and Dan Ekonomi Islam. 2017. 5 *BISNIS ANALISIS SWOT DAIAm PeNgemBANgAN BISNIS (Studi Pada Sentra Jenang Di Desa Wisata Kaliputu Kudus) Istiqomah Dan Irsad Andriyanto.*
- Ufrida, Khudhriyatul, and Sugeng Harianto. 2022. "Konsumerisme Makanan Siap Saji Sebagai Gaya Hidup Remaja Di Kota Surabaya: Studi Kasus Siswi Sma Muhammadiyah 4 Kota Surabaya." *Jurnal Analisa Sosiologi* 11(1): 137–56.
- Wijaya, Ria Iryani, and Dewi Ratnaningrum. 2019. 1 *ANJUNGAN KULINER NUSANTARA.*