

## Pengembangan UMKM Steak Ranjang

Agus Sutardi<sup>1</sup>, Ahmad Hardiansyah<sup>2</sup>, Bagas Syabani Sabrawera<sup>3</sup>, Riyan Ismayadi<sup>4</sup>, Siti Haniah<sup>5</sup>,

<sup>1-5</sup> Universitas Teknologi Digital

Email : [agussutardi@digitechuniversity.ac.id](mailto:agussutardi@digitechuniversity.ac.id)<sup>1</sup>, [ahmad10120045@digitechuniversity.ac.id](mailto:ahmad10120045@digitechuniversity.ac.id)<sup>2</sup>,  
[bagas10120014@digitechuniversity.ac.id](mailto:bagas10120014@digitechuniversity.ac.id)<sup>3</sup>, [riyan10120909@digitechuniversity.ac.id](mailto:riyan10120909@digitechuniversity.ac.id)<sup>4</sup>,  
[siti10120037@digitechuniversity.ac.id](mailto:siti10120037@digitechuniversity.ac.id)<sup>5</sup>

**Abstract.** *The purpose of this research is to find out whether the Steak Ranjang business is worth it or not. This research uses descriptive qualitative research methods. The object of this research is the Steak Ranjang business, Jl A.H. Nasution No 59 branch. The results of this research are the Steak Ranjang business is feasible to run with several points of improvement for business development.*

**Keywords:** *business development, business feasibility study*

**Abstrak.** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui layak atau tidaknya usaha Steak Ranjang dijalankan berdasarkan studi kelayakan bisnisnya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Objek dari penelitian ini adalah usaha Steak Ranjang cabang Jl.A.H. Nasution No 59. Hasil dari penelitian ini adalah usaha Steak Ranjang layak dijalankan dengan beberapa poin perbaikan untuk pengembangan usahanya.

**Kata kunci:** pengembangan usaha, studi kelayakan bisnis.

### LATAR BELAKANG

Masyarakat Indonesia merupakan orang-orang yang mempunyai minat tinggi terhadap steak. Berkat pengaruh asimilasi sosial masyarakat barat, steak menjadi menu yang digandrungi karena rasanya yang enak yaitu daging yang dibakar dan keluar sarinya, juga karena efek sausnya yang juga menggugah selera. Salah satu restoran yang menawarkan makanan khas *western* saat ini sudah marak ditawarkan karena memiliki banyak peminat, Steak Ranjang misalnya, membuat restoran dengan mengusung nama yang unik, dan cita rasa yang berbeda membuatnya banyak diminati oleh konsumen.

Dikutip dari (Theodorus, 2015), studi kelayakan usaha adalah strategi atau teknik yang terdiri dari sudut pandang berbeda untuk mensurvei apakah suatu tindakan praktis atau tidak, hasil yang didapat adalah menoleransi atau menolak spekulasi atau tawaran bisnis. Oleh karena itu, ketika memutuskan apakah akan menerima atau menolak suatu kegiatan atau ide bisnis yang direncanakan, studi kelayakan yang juga dikenal sebagai studi kelayakan bisnis harus diperhitungkan.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **1) Aspek Pasar dan Pemasaran**

Analisis aspek pasar bertujuan membedakan ukuran potensi pasar yang dapat diakses, penilaian porsi market share yang dapat dikendalikan, dan teknik pemasaran apa yang digunakan oleh organisasi atau bisnis (Husnan S & Suwarsono, M, 2000). Menurut Kasmir dan Jakfar (2004), aspek pasar dan pemasaran bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pasarnya, desain pasar saat ini dan peluang bisnis yang terbuka, kemungkinan pasar di masa depan, dan sistem promosi apa yang harus dilakukan.

### **2) Aspek Teknis dan Teknologi**

Aspek teknis menyangkut pemilihan lokasi dan luas lahan, skala produksi, tata letak, serta penerapan teknologi dan peralatan (Husnan S & Suwarsono, M, 2000) aspek teknis adalah perspektif yang berhubungan dengan cara paling umum dalam membangun bisnis sebenarnya dan aktivitasnya setelah struktur bisnis sebenarnya dan tugas-tugasnya setelah struktur sebenarnya selesai (Kamaluddin, 2004).

### **3) Aspek Manajemen**

Menurut Husnan S. dan Suwarsono, M. (2000) struktur organisasi bisnis, jabatan pekerjaan yang diperlukan, personel yang kita butuhkan, dan kompensasi adalah hal-hal yang harus ditentukan dalam aspek ini. Aspek manajemen juga merupakan sudut pandang administrasi yang digunakan untuk memeriksa kesiapan SDM yang akan menjalankan bisnis, kemudian mencari jenis desain hierarki yang sesuai dengan bisnis yang akan dijalankan (Kasmir dan Jakfar, 2004).

### **4) Aspek Keuangan**

Aspek keuangan ini mencakup aset untuk tujuan spekulasi, baik untuk aktiva lancar (modal kerja) maupun aktiva tetap (Husnan, S., & Suwarsono, M., 2000). Aspek keuangan ini bertujuan untuk memeriksa bagian dari studi kelayakan bisnis adalah untuk menentukan strategi pertumbuhan dengan menghitung pengeluaran dan keuntungan normal, dengan melihat kegunaan dan pembayaran, misalnya, aksesibilitas aset, model pengeluaran, kapasitas tugas untuk melakukan hal tersebut, mengganti aset tersebut dalam jangka waktu yang telah ditentukan dan mengevaluasi apakah usaha tersebut benar-benar akan berkembang terus-menerus (Amaly, Praptono, dan Iqbal, M, 2015).

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data secara langsung yang berupa kalimat tertulis, informasi dan bentuk kalimat lainnya yang bisa menjadi data objek penelitian. Ruang lingkup yang menjadi fokus penelitian kami adalah pengembangan pada UMKM Steak Ranjang. Peneliti memperoleh data dengan menganalisis dan observasi pada pelaku usaha.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1) Profil Perusahaan**

Steak Ranjang merupakan salah satu tempat makan yang menyajikan steak sebagai menu andalan. Steak Ranjang didirikan oleh Aditya Zulfikar, fisikawan lulusan Institut Teknologi Bandung (ITB) yang lulus pada tahun 2009. Pria asal Indramayu ini mengungkapkan, setelah lulus sekolah, ia ingin berkonsentrasi di bidang bisnis. Kemudian menjelang akhir Desember 2011, ia bersama pasangannya membangun sebuah warung makan pinggir jalan dekat Monumen Perjuangan Rakyat Jawa Barat, yang diberi nama Steak Ranjang. Steak Ranjang awalnya hanyalah sebuah warung pinggir jalan yang ditutupi tenda.

Rencana menjadikan tempat makan dengan steak sebagai menu utamanya ini muncul karena Kang Adit dan istrinya sangat menyukai steak. Saat itu, dana yang dikeluarkan sebagai modal awal sekitar Rp. 30.000.000 - Rp. 40.000.000, modal yang lumayan karena masih berbentuk warung pinggir jalan. Setelah usaha berjalan hampir 12 bulan, pada tahun 2013 Steak Ranjang ini berpindah ke Jl Dipati Ukur No. 68, yang awalnya hanya berupa warung kecil hingga berubah menjadi restoran dengan lokasi yang lebih terbuka, nyaman dan bersih. Hingga saat ini Steak Ranjang telah memiliki 3 cabang di Kota Bandung, tepatnya di Jl. Dipatiukur 248, Lengkong dan Jl. A.H. Nasution 59. Cabang steak ranjang di Jl. A.H. Nasution yang menjadi objek dari penelitian studi kelayakan bisnis ini.

### **2) Aspek Pasar dan Pemasaran**

#### **1. Wilayah Pemasaran**

Wilayah pemasaran Steak Ranjang telah tersebar hampir di area Bandung dan sekitarnya. Mereka menggunakan teknik pemasaran online dan offline. Pemasaran online melalui kerjasama yang dibangun dengan ShopeeFood dan GrabFood. Selain itu untuk pemasaran offline mereka memasarkan produk- produknya melalui cabang-cabang yang sampai saat ini memiliki 3 cabang di area Bandung.

## 2. Strategi Pemasaran

Dalam mengelola pemasarannya, Steak Ranjang memiliki beberapa strategi pemasaran yaitu:

- a) Mengelola akun instagram dengan mengupload berbagai konten disana yang akan menarik perhatian konsumen untuk datang dan membeli produk mereka. Akun instagram Steak Ranjang saat ini telah mencapai 16.500 *followers*.
- b) Berkolaborasi dengan para influencer untuk membantu mempromosikan produknya. Salah satu influencer yang menjadi brand ambassador Steak Ranjang yaitu Tanboykun (youtuber mukbang).
- c) Berkolaborasi dengan brand makanan yang cukup dikenal khalayak ramai yaitu Mie Gaga. Dengan berkolaborasi dengan mie gaga, Steak Rancang akan mampu meningkatkan pendapatan melalui teknik pemasaran kolaborasi tersebut.

## 3. Analisis SWOT

Adapun analisis SWOT dari Steak Ranjang adalah sebagai berikut.

### a) *Strenghts* (Kekuatan)

Kekuatan Steak Ranjang terdapat pada varian produk dan harga yang terjangkau. Steak ranjang memiliki banyak varian produk yang ditawarkan. Selain itu, dalam segi harga Steak Ranjang selalu memberikan diskon- diskon khususnya pada hari-hari besar seperti hari kemerdekaan, tahun baru, maupun hari anniversary Steak Ranjang. Harga produk Steak Ranjang mulai dari Rp. 15.000 sampai Rp. 59.000. kekuatan lain dari Steak Ranjang adalah berkolaborasi dengan Mie Gaga dan youtuber Tanboykun dalam memasarkan produknya.

### b) *Weakness* (Kelemahan)

Kelemahan Steak Ranjang terdapat pada banyaknya pesaing yang serupa di bidang usaha yang sama. Oleh karena itu, Steak Ranjang harus terus berinovasi agar mampu bersaing dengan para produk kompetitornya di pasar. Selain itu, kelemahan dari Steak Ranjang adalah teknik pelayanan yang digunakan masih manual menggunakan kertas yang rawan terjadi kesalahan saat melakukan pelayanan.

### c) *Opportunity* (Peluang)

Dengan memiliki varian produk yang banyak dan harga yang cukup terjangkau, Steak Ranjang akan lebih mudah diminati oleh para calon konsumennya. Peluang yang lain adalah banyaknya kolaborasi yang dilakukan oleh Steak Ranjang baik dengan Mie Gaga maupun dengan youtuber Tanboykun akan membuat produk mereka meraih pasar yang cukup luas.

### d) *Threats* (Ancaman)

Ancaman yang mungkin akan didapatkan oleh Steak Ranjang adalah banyaknya produk

kompetitor yang serupa di bidang usaha yang sama. Hal tersebut mengharuskan Steak Ranjang harus terus berinovasi mulai dari pembuatan produk, pelayanan maupun pemasaran yang dilakukan.

### 3) Aspek Teknis dan Teknologi

#### 1. Deskripsi Produk

Produk yang disediakan oleh Steak Ranjang memiliki banyak pilihan menu yang menarik, Berikut adalah daftar menu yang ada di Steak Ranjang.



Gambar 4.1 Daftar Menu Steak Ranjang

Ada beberapa menu yang menjadi *best seller* produk di Steak Ranjang seperti Sirloin, Tenderloin, Chicken, dan Dori.

#### 2. Kegiatan Kerja

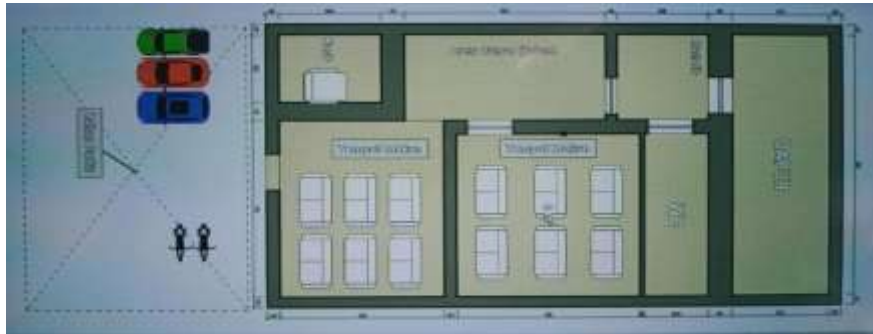
Steak Ranjang memiliki jam operasional sekitar 10 Jam per hari untuk aktivitas operasionalnya. Steak Ranjang mulai beroperasi pada pukul 11.00 sampai dengan pukul 21.00. Jika Weekend aktivitas operasional Steak Ranjang bertambah yaitu mulai dari pukul 09.00 sampai dengan 22.00.

#### 3. Teknik Pelayanan

Teknik Pelayanan Steak Ranjang masih memakai teknik tradisional yaitu para pelayan masih menggunakan kertas dalam mencatat pesanan para konsumennya, yang mana hal tersebut akan mengakibatkan rawannya kesalahan pada saat pelayanan dilakukan. Di era yang sudah digital seperti ini, sebaiknya untuk melayani para konsumennya, Steak Ranjang seharusnya meletakkan barcode menu pada setiap meja yang disediakan agar para konsumen bisa cepat dalam memesan produk melalui scan barcode tersebut.

#### 4. Tata Letak

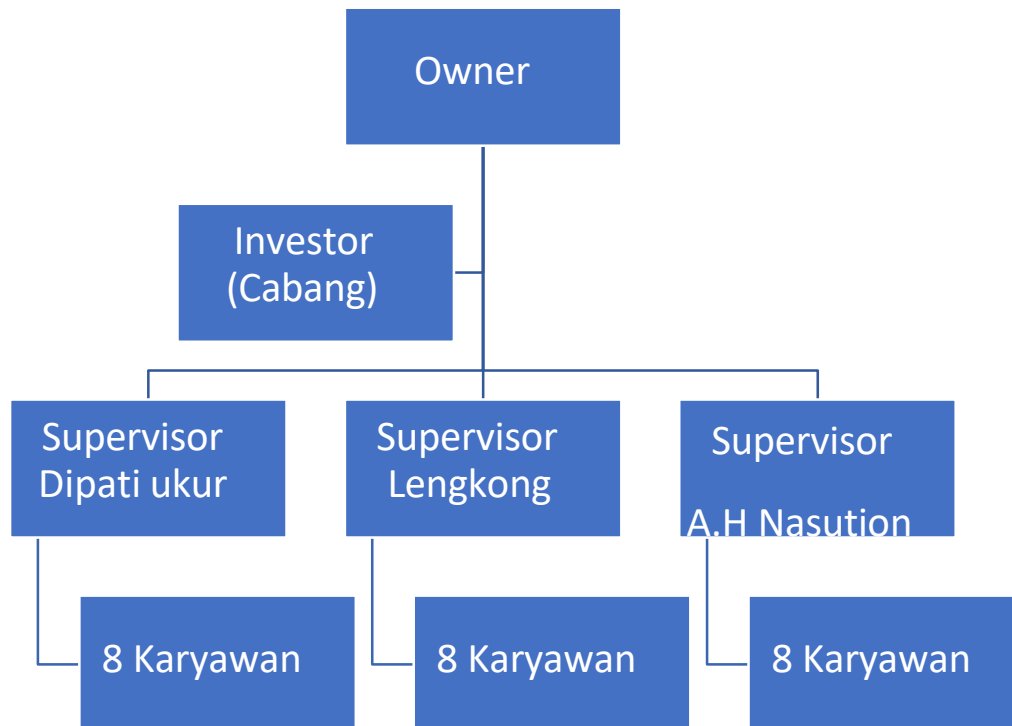
Berikut ini merupakan tata letak dari lokasi Steak Ranjang yang ada di cabang A.H Nasution.



Gambar 4.2 Tata Letak Steak Ranjang

#### 4) Aspek Manajemen

##### 1. Struktur Organisasi



Gambar 5.1 Struktur Organisasi Steack Ranjang

##### 2. Job Description

Berikut ini merupakan penjelasan mengenai job description dari struktur organisasi Steak Ranjang.

###### a) Owner (Pemilik)

Pemilik bertanggung jawab penuh terhadap pembuatan keputusan diberbagai cabang yang ada baik dalam pembuatan keputusan mengenai operasional, pemasaran, maupun keuangan Steak Ranjang.

b) *Supervisor*

Bertanggung jawab dalam pengontrolan seluruh aktivitas perusahaan di tiap cabang yang berbeda dan memastikan seluruh aktivitas berjalan lancar pada tiap harinya.

c) *Karyawan*

Tiap cabang memiliki 8 atau lebih orang karyawan yang terbagi pada kasir, dapur, dan *waitres*.

### 3. **Rekrutmen SDM**

Adapun langkah-langkah dalam merekrut karyawan Steak Ranjang adalah sebagai berikut.

a. *Komunikasi langsung*

Menyampaikan informasi tentang Steak Ranjang secara langsung. Bicarakan tentang visi, misi, dan manfaat bergabung dalam usaha tersebut.

b. *Tawarkan keuntungan*

Berikan keuntungan khusus bagi para karyawan yang bergabung, seperti diskon khusus atau paket keanggotaan khusus bagi orang-orang yang bergabung.

c. *Jaga profesionalisme*

Steak ranjang harus memberikan penjelasan yang jelas terkait tanggung jawab dan harapan dari kedua belah pihak.

d. *Ajak karyawan berpartisipasi*

Memberikan posisi atau tanggung jawab tertentu dalam usaha Steak Ranjang sesuai dengan minat, keahlian atau kapasitas calon karyawan.

e. *Transparansi dalam perencanaan bisnis*

Tunjukkan kepada mereka rincian perencanaan bisnis, termasuk prosyeksi pendapatan yang akan didapatkan, biaya dan prospek masa depan.

## 5) **Aspek Keuangan**

### 1. **Modal**

Jenis modal yang dikeluarkan oleh Steak Ranjang merupakan Modal Perorangan. Jenis modal perseorangan atau modal internal adalah modal yang berasal dari individu. Modal awal yang dikeluarkan oleh Steak Ranjang adalah sebesar 30-40 juta. Modal ini sudah termasuk seluruh biaya usaha Steak Ranjang. Hingga Saat ini pendapatan Steak Ranjang adalah sebesar Rp. 3.000.000 per Hari dengan total rata rata konsumen 200 Per Hari.

### 2. **Investasi**

Untuk mengelola setiap cabang Steak Ranjang, Pak Adit selaku owner memberikan kesempatan untuk siapa saja yang ingin menanamkan investasi di Steak Ranjang. Investasi ini menggunakan sistem bagi hasil yang mana keuntungan dibagi berdasarkan presentase

yang disepakati oleh kedua belah pihak. Pada sistem bagi hasil ini, pemberi modal hanya berperan sebagai investor yang memiliki sebagian saham perusahaan.

### 3. Laporan Keuangan

Berikut adalah data dari hasil wawancara mengenai keuangan Steak Ranjang.

**Tabel 6.1 Laporan Keuangan Steak Ranjang**

Modal Awal	Rp. 30.000.000 – Rp. 40.000.000
Rata-rata Harga Jual Produk	Rp. 15.000 – Rp. 59.000
Rata-rata Keuntungan per Hari	Rp. 3.000.000
Rata-rata Keuntungan per Bulan	Rp. 90.000.000
Rata-rata Keuntungan per Tahun	Rp. 1.095.000.000

## KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Steak Ranjang dapat diambil kesimpulan bahwa usaha Steak Ranjang dapat dikatakan layak dalam berbagai aspek studi kelayakan bisnisnya. Usaha yang dibangun mulai dari tahun 2011 sampai sekarang telah memiliki 3 cabang di area Bandung. Pihak Steak Ranjang juga berkolaborasi dengan para investornya untuk menjalankan usahanya di tiap cabang. Pihak Steak Ranjang juga saat ini telah memiliki keuntungan rata-rata sebesar Rp.3.000.000 sehari dari tiap cabangnya. Atas penjelasan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa usaha Steak Ranjang layak dijalankan dengan beberapa point perbaikan untuk pengembangan usahanya.

### 2. Saran

Steak Ranjang dapat dikatakan layak dalam berbagai aspek studi kelayakan bisnisnya tetapi dengan beberapa point rekomendasi berikut untuk pengembangan usahanya.

1. Steak Ranjang harus memperbanyak kolaborasi dengan para influencer untuk mampu menjangkau pasar yang lebih luas tidak hanya di area Bandung.
2. Steak Ranjang harus mampu mendesain tempat agar *instagramable* dengan memperbanyak spot foto. Dengan begitu Steak Ranjang akan mampu menarik para calon konsumennya untuk datang dan membeli produk mereka di restoran.
3. Steak Ranjang harus segera menggunakan teknologi dalam melakukan pelayanan konsumen seperti membuat barcode menu di tiap meja untuk memudahkan pemesanan produk yang dilakukan konsumen juga untuk meminimalisir kesalahan yang terjadi saat melakukan pelayanan.



## DAFTAR REFERENSI

- Amary, Praptono, & Iqbal, M. (2015). Analisis Kelayakan Pembukaan Cabang Coffee Shop Kedai Sabi di Tamansari, Kota Bandung Ditinjau dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, dan Aspek Finansia. *e-Proceeding of Engineering, Vol.2 No.2*.
- Husnan S, & Suwarsono, M. (2000). *Studi Kelayakan Proyek*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN.
- Kamaluddin. (2004). *Studi Kelayakan Bisnis*. Malang: DIOMA.
- Kasmir, & Jakfar. (2004). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Prenada Media.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rencanausaha. (2020). *Usaha Steak – Peluang dan Analisa*. Diambil kembali dari rencanausaha.com: <https://rencanausaha.com/usaha-steak-peluang-dan-analisa/>
- Riswan , & Yolanda Fatrecia Kesuma . (2014). ANALISIS LAPORAN KEUANGAN SEBAGAI DASAR DALAM PENILAIAN KINERJA KEUANGAN PT. BUDI SATRIA WAHANA MOTOR. *JURNAL Akuntansi & Keuangan*, 5. Diambil kembali dari chrome-extension://efaidnbmninnibpcjpcglclefindmkaj/https://media.neliti.com/media/publications/95812-ID-analisis-laporan-keuangan-sebagai-dasar.pdf
- Shinta, M. I. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Soekarno, S. (2010). *Cara Cepat Dapat Modal*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Theodorus, B. H. (2015). SISTEM POINT OF SALES PADA STEAK RANJANG. *jbptunikompp*.