

**TUGAS TUTORIAL SESI 3**  
**EKMA4116 / MANAJEMEN / 4 SKS**  
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**PERIODE 2025.1**

Warung Lezat adalah sebuah UMKM di bidang kuliner yang telah beroperasi selama 5 tahun di sebuah kota kecil. Warung ini dikenal dengan menu khas nusantara yang autentik dan harga terjangkau. Karena adanya pertumbuhan penduduk dan peningkatan minat terhadap kuliner lokal di kota besar, pemilik Warung Lezat mempertimbangkan untuk membuka outlet baru di kawasan strategis kota besar tersebut. Sebelum memutuskan ekspansi, pemilik ingin melakukan studi kelayakan bisnis untuk mengevaluasi potensi pasar, operasional, keuangan, dan SDM yang mungkin timbul.

Diketahui untuk membuka outlet baru di kawasan strategis kota besar dibutuhkan biaya sewa tempat dan renovasi mencapai Rp50.000.000, peralatan dapur dan perlengkapan sekitar Rp30.000.000, serta modal kerja awal sebesar Rp20.000.000. Diperkirakan pendapatan bersih bulanan mencapai Rp10.000.000

Pertanyaan:

1. Jelaskan analisis studi kelayakan aspek pemasaran yang tepat untuk mendukung ekspansi outlet baru Warung Lezat ditinjau dari tingkat persaingan di area outlet baru dan strategi promosi yang perlu diterapkan?
2. Jelaskan analisis studi kelayakan aspek keuangan yang dapat mendukung ekspansi outlet baru Warung Lezat ditinjau dari estimasi investasi awal yang diperlukan dan titik impas (break-even point) untuk outlet baru?
3. Jelaskan tantangan yang mungkin dihadapi dalam pengelolaan sumber daya manusia (SDM) saat membuka outlet baru Warung Lezat ditinjau dari masalah rekrutmen untuk karyawan yang akan ditempatkan pada outlet baru tersebut?
4. Jelaskan analisis studi kelayakan aspek operasional yang dapat mendukung kelancaran operasional outlet baru Warung Lezat ditinjau dari aspek peran pengadaan bahan baku?

## **Analisis Studi Kelayakan Ekspansi "Warung Lezat"**

Analisis studi kelayakan bisnis merupakan langkah krusial sebelum "Warung Lezat" melakukan ekspansi ke kota besar. Analisis ini akan membantu pemilik dalam mengambil keputusan yang tepat dengan mengevaluasi berbagai aspek, mulai dari pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, hingga operasional.

### **1. Analisis Studi Kelayakan Aspek Pemasaran**

Aspek pemasaran dalam studi kelayakan bertujuan untuk mengevaluasi potensi pasar di lokasi baru. Untuk Warung Lezat, analisis ini akan fokus pada tingkat persaingan dan strategi promosi yang efektif.

- **Analisis Tingkat Persaingan:** Langkah pertama adalah melakukan analisis kompetitor di kawasan strategis yang dituju. Di kota besar, persaingan bisnis kuliner sangat ketat. Warung Lezat perlu mengidentifikasi siapa saja pesaingnya, baik pesaing langsung (warung lain dengan menu nusantara serupa) maupun pesaing tidak langsung (restoran cepat saji, kafe, dll.). Analisis ini harus mencakup:
  - **Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP) Kompetitor:** Memahami segmen pasar mana yang dilayani oleh pesaing, siapa target utama mereka, dan bagaimana mereka memposisikan diri (misalnya, sebagai tempat makan murah, tempat nongkrong anak muda, atau restoran keluarga).
  - **Analisis Keunggulan dan Kelemahan Pesaing:** Mencari tahu apa yang menjadi kekuatan (misal: lokasi sangat strategis, harga lebih murah) dan kelemahan (misal: rasa yang kurang otentik, pelayanan lambat) dari para pesaing.
  - **Diferensiasi:** Berdasarkan analisis tersebut, Warung Lezat harus menetapkan diferensiasi yang jelas. Dengan keunggulan "menu khas nusantara yang autentik," Warung Lezat dapat memposisikan diri sebagai pilihan utama bagi konsumen yang mencari cita rasa asli di tengah gempuran kuliner modern.
- **Strategi Promosi yang Diterapkan:** Mengingat target lokasi adalah kota besar dengan audiens yang melek digital, strategi promosi harus mengintegrasikan pendekatan konvensional dan digital.
  - **Promosi Pembukaan (Konvensional):** Memberikan diskon khusus atau promo "beli 1 gratis 1" selama periode pembukaan untuk menarik perhatian warga sekitar dan menciptakan keramaian awal.
  - **Pemasaran Digital Lokal (Digital):**
    1. **Google My Business:** Mendaftarkan dan mengoptimalkan profil outlet baru di Google Maps agar mudah ditemukan oleh orang yang mencari "restoran terdekat".

2. **Pemasaran Media Sosial:** Menggunakan Instagram dan TikTok untuk mempromosikan outlet baru. Konten dapat berupa foto menu yang menggugah selera, video suasana warung, dan testimoni pelanggan pertama.
  3. **Kolaborasi dengan Food Blogger / Influencer Lokal:** Mengundang *influencer* kuliner lokal untuk me-review Warung Lezat. Strategi ini sangat efektif untuk membangun *brand awareness* dan kepercayaan di era digital.
- **Layanan Pesan Antar Online:** Mendaftarkan outlet baru ke platform *on-demand service* seperti GoFood dan GrabFood untuk menjangkau pelanggan yang lebih memilih memesan makanan dari rumah atau kantor.

## 2. Analisis Studi Kelayakan Aspek Keuangan

Analisis aspek keuangan bertujuan untuk mengevaluasi kelayakan investasi dari sisi finansial. Ini melibatkan perhitungan kebutuhan investasi dan proyeksi keuntungan.

- **Estimasi Investasi Awal:** Berdasarkan data yang diberikan, total estimasi investasi awal yang diperlukan adalah:
  - Biaya Sewa Tempat dan Renovasi: Rp 50.000.000
  - Peralatan Dapur dan Perlengkapan: Rp 30.000.000
  - Modal Kerja Awal (bahan baku, gaji, dll.): Rp 20.000.000
  - **Total Investasi Awal = Rp 100.000.000**
- **Titik Impas (Break-Even Point) dan Payback Period:** Untuk menghitung *Break-Even Point* (BEP) secara akurat, diperlukan data mengenai struktur biaya tetap dan biaya variabel per unit produk. Namun, berdasarkan data yang ada, kita dapat menghitung **Payback Period (Periode Balik Modal)** sebagai indikator kelayakan finansial. Payback Period adalah waktu yang dibutuhkan agar total pendapatan dapat menutupi total investasi awal.
  - Total Investasi: Rp 100.000.000
  - Perkiraan Pendapatan Bersih Bulanan: Rp 10.000.000
  - **Perhitungan Payback Period:**

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Total Investasi Awal}}{\text{Pendapatan Bersih Bulanan}}$$

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Rp}100.000.000}{\text{Rp}10.000.000} = 10 \text{ bulan}$$

- **Analisis:** Warung Lezat diperkirakan akan mencapai titik balik modal dalam waktu 10 bulan. Periode ini tergolong cepat untuk bisnis kuliner, yang menunjukkan bahwa dari sisi proyeksi pendapatan, ekspansi ini **layak secara finansial**.

### 3. Tantangan Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM)

Ekspansi ke lokasi baru akan membawa tantangan baru dalam manajemen SDM , terutama pada tahap rekrutmen.

- **Tantangan Utama Rekrutmen:**

1. **Menemukan Tenaga Kerja dengan Keahlian Spesifik:** Tantangan terbesar adalah merekrut koki atau juru masak yang mampu mereplikasi cita rasa autentik menu khas Warung Lezat secara konsisten. Diperlukan juga pramusaji yang memiliki standar pelayanan yang baik.
2. **Persaingan Talenta di Kota Besar:** Di kota besar, persaingan untuk mendapatkan tenaga kerja kuliner yang berkualitas sangat tinggi. Warung Lezat harus bersaing dengan banyak restoran lain yang mungkin menawarkan gaji atau fasilitas yang lebih menarik.
3. **Transfer Budaya dan Nilai Perusahaan:** Memastikan karyawan baru memahami dan dapat menjalankan nilai-nilai yang diusung Warung Lezat (misalnya, keramahan, keaslian rasa) merupakan tantangan tersendiri. Proses **sosialisasi** dan **pelatihan** menjadi sangat penting untuk menyatukan standar antara outlet lama dan baru.
4. **Tingkat Turnover yang Tinggi:** Industri kuliner dikenal memiliki tingkat keluar-masuk karyawan (*turnover*) yang tinggi. Manajemen harus menyiapkan strategi untuk mempertahankan karyawan kunci agar operasional tetap stabil.

### 4. Analisis Studi Kelayakan Aspek Operasional

Aspek operasional berfokus pada kelancaran proses transformasi input (bahan baku) menjadi output (makanan siap saji). Untuk Warung Lezat, peran pengadaan bahan baku menjadi titik kritis.

- **Analisis Pengadaan Bahan Baku:**

1. **Pencarian Pemasok (Supplier) Baru:** Manajemen harus mengidentifikasi dan menyeleksi pemasok baru di kota besar yang dapat menyediakan bahan baku (sayuran, daging, bumbu khas, dll.) dengan kualitas dan spesifikasi yang sama seperti di lokasi asal.

2. **Standardisasi dan Pengendalian Kualitas:** Untuk menjaga keaslian rasa, perlu ada proses **pengendalian kualitas** yang ketat terhadap bahan baku yang diterima. Ini bisa dilakukan dengan membuat daftar spesifikasi bahan baku yang detail (*Standard Operating Procedure* - SOP) untuk digunakan oleh koki di outlet baru.
3. **Manajemen Rantai Pasokan dan Logistik:** Perlu dianalisis bagaimana alur pengiriman bahan baku dari pemasok ke warung. Tujuannya adalah untuk memastikan bahan baku selalu tersedia, segar, dan dikirim tepat waktu untuk menghindari kekosongan stok yang dapat mengganggu operasional harian.
4. **Konsistensi Biaya:** Biaya bahan baku di kota besar kemungkinan berbeda. Analisis operasional harus memperhitungkan potensi kenaikan biaya ini dan dampaknya terhadap harga jual atau margin keuntungan.