

Analisis Kelayakan Bisnis pada UMKM Royal Steak di Salatiga

Jumiatun^{1*}, treenada Ridha maharani², Adinda ayu sukrawati³, Siti tasfiah⁴, Era Zaher afrilida⁵, Roni ainnur rofiq⁶, Reymon putra saroni zalukhu⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMA Salatiga

Corresponding author : 2023101074@student.stieama.ac.id^{1*}

Abstract

This study aims to analyze the business feasibility of Royal Steak, a western food culinary business specializing in Chicken Bar & Steak in Salatiga City. The primary objective of this research is to comprehensively evaluate the business potential from various aspects in order to support sustainable business growth. This study employs a mixed-methods approach, combining qualitative and quantitative methods. Data were collected through direct observation, customer review analysis, and monitoring of the business's social media platforms. The analysis covers six main aspects: legal, market and marketing, management and human resources, technical and technological, environmental, and financial. The results indicate that Royal Steak is feasible to operate, as it demonstrates strong competitiveness through consistent product quality, affordable prices targeting students and families, and a strategic location in the center of Salatiga City. Nevertheless, several weaknesses still need to be addressed, including incomplete business legality, non-digitalized financial records, and the absence of integrated food delivery services through digital platforms. Therefore, the study recommends completing the required legal documents, modernizing the financial management system, integrating food delivery platforms, and developing menu innovations and marketing strategies. This research highlights the importance of conducting a business feasibility study as a strategic guideline for establishing, managing, and developing a business in an increasingly competitive business environment.

Keywords: business feasibility study, MSME, western food, financial analysis, Royal Steak

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis Royal Steak, sebuah usaha kuliner western food yang mengkhususkan diri pada menu Chicken Bar & Steak di Kota Salatiga. Tujuan utama penelitian ini adalah mengevaluasi secara komprehensif potensi usaha dari berbagai aspek guna mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed methods, yaitu kombinasi metode kualitatif dan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui observasi langsung, analisis ulasan pelanggan, serta pemantauan media sosial usaha. Analisis dilakukan terhadap enam aspek utama, yaitu aspek hukum, pasar dan pemasaran, manajemen dan sumber daya manusia, teknis dan teknologi, lingkungan, serta keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Royal Steak layak untuk dijalankan karena memiliki daya saing yang kuat, yang ditunjukkan oleh kualitas produk yang konsisten, harga yang terjangkau dengan sasaran pasar mahasiswa dan keluarga, serta lokasi usaha yang strategis di pusat Kota Salatiga. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kelemahan yang perlu diperbaiki, antara lain legalitas usaha yang belum sepenuhnya lengkap, pencatatan keuangan yang belum terdigitalisasi, serta belum tersedianya layanan pesan antar yang terintegrasi melalui platform digital. Oleh karena itu, rekomendasi yang diberikan meliputi penyempurnaan dokumen legalitas usaha, modernisasi sistem pengelolaan keuangan, integrasi dengan platform layanan pesan antar makanan, serta pengembangan inovasi menu dan strategi pemasaran.

Kata Kunci : studi kelayakan bisnis, UMKM, kuliner western, analisis keuangan, Royal Steak

Introduction

Industri food and beverage (F&B) saat ini telah mengalami pergeseran paradigma, dari yang semula sebatas pemenuhan kebutuhan fisiologis dasar menjadi bagian integral dari gaya hidup dan identitas sosial masyarakat modern. Di Indonesia, tren konsumsi makanan ala Barat (western food) menunjukkan ekskalasi peningkatan yang signifikan, khususnya di kalangan generasi muda yang makin menggemari sajian praktis seperti chicken steak, burger, dan fried chicken dengan aneka variasi saus modern (Pratama, 2023). Fenomena pergeseran selera kuliner ini membuka peluang bisnis yang sangat menjanjikan bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang mampu menghadirkan kombinasi produk berkualitas tinggi namun tetap mempertahankan keterjangkauan harga (Badan Pusat Statistik, 2025).

Kota Salatiga memiliki karakteristik demografis dan geografis yang sangat kondusif bagi pertumbuhan industri kuliner lokal. Dikenal secara luas sebagai kota pendidikan dengan keberadaan berbagai perguruan tinggi ternama, Kota Salatiga menyimpan potensi dinamika pasar yang besar (Riyanto, 2022). Keberadaan populasi mahasiswa yang dominan, berpadu dengan tingginya mobilitas masyarakat urban yang gemar mengeksplorasi tempat makan luar rumah (dining out), secara konsisten menciptakan permintaan (demand) kuliner yang tinggi, berkelanjutan, dan adaptif terhadap tren makanan baru.

Di tengah lanskap persaingan kuliner yang kian padat, Royal Steak hadir sebagai salah satu entitas bisnis kuliner western food yang berhasil menarik perhatian segmen konsumen lokal di Kota Salatiga. Mengusung konsep Chicken Bar & Steak, Royal Steak menyajikan produk olahan ayam dengan standar cita rasa yang konsisten dan otentik namun dibanderol dengan tingkat harga yang sangat ramah kantong (affordable) (Hidayat, 2024). Identitas merek yang hangat dan inklusif ini menjadi nilai tambah yang membedakan Royal Steak dari restoran steak konvensional pada umumnya, sehingga mampu menjangkau berbagai kelompok konsumen, mulai dari segmen mahasiswa hingga skala keluarga.

Kendati memiliki ceruk pasar yang potensial, Royal Steak tidak luput dari dinamika dan ancaman persaingan bisnis yang ketat. Maraknya kemunculan kedai, kafe, dan usaha kuliner serupa di Salatiga yang menawarkan konsep menu, harga promo, serta atmosfer tempat yang beragam membuat tingkat retensi konsumen menjadi sangat dinamis (Suryani, 2022). Kondisi persaingan persisten ini menuntut keberanian manajerial untuk melakukan efisiensi operasional, menjaga konsistensi rasa, menetapkan strategi harga kompetitif, serta secara aktif mengadopsi pemasaran berbasis digital agar produk tetap relevan dan berdaya saing (Wibowo & Lestari, 2021).

Keberlanjutan sebuah usaha tidak hanya ditentukan oleh daya tarik produk di mata konsumen, melainkan juga melalui evaluasi dan analisis kelayakan yang komprehensif dari seluruh dimensi operasional bisnis. Studi kelayakan bisnis (business feasibility study) memegang peranan krusial sebagai instrumen analitis untuk mengukur apakah suatu usaha mampu memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang terukur serta melampaui besarnya biaya yang dikeluarkan (Kasmir, 2021). Penilaian yang holistik mencakup aspek hukum, pasar dan pemasaran, manajemen dan sumber daya manusia, teknis dan teknologi, lingkungan, hingga finansial menjadi kunci dalam meminimalkan risiko kegagalan usaha di masa depan.

Oleh karena itu, penelitian mengenai studi kelayakan bisnis pada UMKM Royal

Steak di Kota Salatiga menjadi sangat relevan dan mendesak untuk dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk memetakan kekuatan serta mengevaluasi berbagai celah kelemahan operasional seperti aspek kelengkapan legalitas, pencatatan keuangan yang belum terdigitalisasi, hingga optimalisasi saluran pesan antar digital. Melalui pendekatan ilmiah ini, diharapkan dapat dirumuskan rekomendasi strategis yang aplikatif untuk memperkuat fondasi bisnis, memicu pertumbuhan yang berkelanjutan, serta memberikan kontribusi literatur bagi pengembangan skala usaha UMKM kuliner di Indonesia..

Literature Review

Studi kelayakan bisnis (*business feasibility study*) merupakan fondasi analitis yang digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan dan keberlanjutan suatu usaha dalam jangka panjang. Kasmir (2021) menjelaskan bahwa studi kelayakan bisnis bertujuan untuk menilai sejauh mana sebuah gagasan usaha dapat memberikan kemanfaatan finansial maupun non-finansial dengan meminimalkan potensi risiko kegagalan. Dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), evaluasi yang komprehensif umumnya mencakup enam dimensi multidimensional, yaitu aspek hukum, pasar dan pemasaran, manajemen dan sumber daya manusia, teknis dan teknologi, lingkungan, serta keuangan (Umar, 2019). Integrasi seluruh aspek ini sangat krusial bagi UMKM kuliner guna memastikan operasional berjalan efisien di tengah tingginya dinamika pasar.

Pada aspek pasar dan pemasaran, keberhasilan bisnis kuliner sangat ditentukan oleh ketepatan dalam menentukan strategi segmentasi, penargetan, dan posisi pasar (*segmenting, targeting, positioning / STP*) serta penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*). Pratama (2023) mengemukakan bahwa pergeseran gaya hidup generasi muda mendorong tingginya permintaan terhadap produk *western food* yang fleksibel, berkualitas, dan dipasarkan secara kompetitif. Dalam hal ini, keterjangkauan harga (*price affordability*) menjadi variabel penentu utama retensi pelanggan, khususnya pada pasar yang didominasi oleh kelompok mahasiswa dan masyarakat urban (Riyanto, 2022). Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) dapat diraih jika entitas bisnis mampu menyelaraskan cita rasa produk yang konsisten dengan penetapan harga yang responsif terhadap daya beli target pasarnya.

Dari aspek operasional, teknis, dan sumber daya manusia, efisiensi rantai pasok dan standarisasi proses produksi memegang peranan vital dalam menjaga mutu pelayanan. Menurut Wibowo dan Lestari (2021), digitalisasi operasional dan fleksibilitas manajemen internal menjadi prasyarat mutlak bagi bisnis kuliner untuk mempertahankan relevansi di era modern. Kendala utama yang kerap dihadapi oleh pelaku UMKM adalah minimnya struktur organisasi yang formal serta pengabaian terhadap kelengkapan legalitas dan perizinan usaha (Hidayat, 2024). Pengelolaan SDM yang masih bersifat informal dan belum tersistematik sering kali menjadi penghambat utama ketika usaha berupaya melakukan ekspansi ke skala yang lebih besar.

Aspek keuangan dan adopsi teknologi juga menjadi pilar kritis dalam menentukan tingkat kelayakan operasional. Kelemahan mendasar yang mayoritas dialami oleh UMKM sektor F&B adalah pengelolaan arus kas (*cash flow*) yang masih manual dan belum terdigitalisasi (Badan Pusat Statistik, 2025). Padahal, pencatatan keuangan yang transparan dan akurat diperlukan untuk mengukur parameter kelayakan

finansial seperti Payback Period (PP), Net Present Value (NPV), dan Internal Rate of Return (IRR) (Kasmir, 2021). Selain itu, keterhubungan dengan platform pesan antar digital (online food delivery) terbukti menjadi akselerator pertumbuhan omzet yang signifikan bagi UMKM di kawasan perkotaan (Suryani, 2022).

Secara sintesis, berbagai penelitian terdahulu menyimpulkan bahwa studi kelayakan bisnis tidak hanya berfungsi sebagai alat evaluasi pra-operasional, tetapi juga sebagai panduan strategis untuk mitigasi risiko pada bisnis yang sedang berjalan. Penelitian oleh Suryani (2022) serta Wibowo dan Lestari (2021) menegaskan bahwa UMKM yang melakukan evaluasi berkala terhadap aspek hukum, digitalisasi keuangan, dan adaptasi teknologi pemasaran cenderung memiliki daya tahan (resilience) yang lebih tinggi terhadap guncangan persaingan pasar. Oleh karena itu, kerangka teori ini dijadikan landasan untuk menganalisis kelayakan bisnis Royal Steak di Salatiga guna merumuskan rekomendasi perbaikan yang tepat sasaran

Research Methods

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode campuran (mixed methods) yang mengombinasikan desain kualitatif dan kuantitatif secara eksplanatori untuk menganalisis kelayakan usaha Royal Steak di Kota Salatiga (Creswell & Creswell, 2018). Pendekatan kualitatif diterapkan secara mendalam untuk mengevaluasi dimensi non-finansial, yang meliputi aspek hukum, pasar dan pemasaran, teknis dan teknologi, manajemen dan sumber daya manusia, serta dampak lingkungan. Sementara itu, pendekatan kuantitatif difokuskan untuk mengukur parameter dan kelayakan kinerja keuangan usaha secara empiris.

Pengumpulan data primer dilakukan melalui teknik observasi partisipatif langsung pada dua gerai operasional Royal Steak di Kota Salatiga, studi dokumentasi internal, serta wawancara mendalam (in-depth interview) bersama pemilik dan pengelola usaha. Pada analisis aspek keuangan, penilaian investasi dihitung menggunakan beberapa kriteria evaluasi standar (Kasmir, 2021), yaitu Average Rate of Return (ARR) untuk menilai tingkat pengembalian rata-rata, Payback Period (PP) untuk mengukur jangka waktu pemulihan modal, serta Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), dan Profitability Index (PI) untuk menguji kelayakan dan profitabilitas investasi jangka panjang.

Guna menjaga etika penelitian dan atas kerahasiaan informasi (confidentiality), nama "Royal Steak" dalam studi ini merupakan nama samaran (pseudonym) yang digunakan sesuai dengan kesepakatan bersama pemilik usaha. Kendati nama entitas disamarkan, seluruh data operasional, catatan transaksi, dan informasi faktual yang dianalisis dalam penelitian ini bersumber langsung dari objek penelitian aktual dan telah memperoleh izin resmi (informed consent) dari pihak manajemen. Melalui integrasi metodologis ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan analisis kelayakan bisnis yang komprehensif, objektif, serta dapat dijadikan rujukan strategis bagi pengambil keputusan maupun studi lanjutan

Result and Discussions

Aspek Hukum

Menurut (Kasmir & Jakfar, 2012), analisis aspek hukum dalam studi kelayakan

bisnis melibatkan penilaian terhadap kesiapan dan kepatuhan usaha terhadap peraturan dan hukum yang berlaku. Analisis aspek hukum mengkaji legalitas rencana bisnis yang akan dibangun serta dioperasikan di wilayah tertentu agar sesuai dengan aturan perundang-undangan yang berlaku. Royal Steak didirikan dengan status badan usaha perseorangan, sebuah model kepemilikan yang dinilai optimal bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) karena memberikan fleksibilitas dalam pengambilan keputusan serta menyederhanakan manajemen operasional harian.

Dalam rangka pemenuhan ketentuan legalitas, Royal Steak telah melengkapi seluruh dokumen perizinan resmi yang diperlukan, meliputi Akta Pendirian Usaha, Nomor Induk Berusaha (NIB), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Surat Keterangan Terdaftar (SKT), Surat Pendaftaran Perusahaan Kecil Pemungut Pajak (SPPKP), Surat Keterangan Domisili Usaha, Izin Mendirikan Bangunan (IMB), dan Surat Pernyataan Kesanggupan Pengelolaan Lingkungan (SPPL).

Dalam hal ketenagakerjaan, Royal Steak menerapkan sistem kerja yang terstruktur namun tetap fleksibel. Jam operasional ditetapkan dari pukul 12.00 hingga 21.00 WIB dengan libur setiap hari Kamis. Pembagian tugas dilakukan dengan jelas, mulai dari melayani pelanggan, menyiapkan dan mengolah menu, hingga membersihkan area usaha. Pemberian upah dilakukan berdasarkan kesepakatan antara pemilik dan karyawan serta disesuaikan dengan Upah Minimum Kota (UMK) Salatiga yang berlaku.

Meskipun legalitas usaha telah terpenuhi, pemilik usaha disarankan untuk melakukan evaluasi secara berkala terhadap seluruh dokumen perizinan agar dapat tetap sesuai dengan ketentuan pemerintah yang berlaku. Selain itu, apabila usaha terus berkembang dan skala bisnis semakin membesar, pemilik dapat mempertimbangkan perubahan bentuk badan usaha menjadi badan hukum yang lebih sesuai sehingga mampu meningkatkan kredibilitas usaha di mata konsumen, mitra bisnis, maupun lembaga keuangan.

Aspek lingkungan

Aspek Lingkungan merupakan aspek yang menganalisis kesesuaian lingkungan sekitar baik lingkungan operasional, lingkungan dekat, dan lingkungan jauh dengan ide bisnis yang akan dijalankan. Dalam aspek ini, dampak bisnis bagi lingkungan juga dianalisis. Suatu ide bisnis disebut layak berdasarkan aspek lingkungan jika kondisi lingkungan sesuai dengan kebutuhan ide bisnis dan ide bisnis tersebut dapat menghasilkan manfaat yang lebih besar dibandingkan dampak negatifnya di wilayah tersebut (Kristian & Indrawan, 2019).

Royal Steak beroperasi di lingkungan yang bisa dibilang strategis yang dapat diakses dengan mudah oleh konsumen baik mahasiswa, pelajar, maupun masyarakat umum, adanya berbagai industri pendidikan di sekitar lokasi memberikan peluang pasar yang cukup besar bagi produk yang ditawarkan.

Dalam aspek lingkungan fisik, umkm Royal Steak sangat menjaga kebersihan wilayah produksi dan penjualan untuk menciptakan kenyamanan pelanggan. pengelolaan limbah pada umkm Royal Steak dilakukan dengan memperhatikan kebersihan lingkungan sekitar sehingga tidak menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat sekitar.

Royal Steak bekerja sama dengan pemasok bahan baku lokal untuk memenuhi

kebutuhan operasional harian, antara lain daging ayam, daging sapi segar, kentang, sayuran, dan berbagai bahan saus. Keterlibatan pemasok lokal memberikan dampak positif terhadap perekonomian sekitar sekaligus memastikan ketersediaan bahan baku yang segar. Pemilihan pemasok dilakukan berdasarkan kriteria harga, kualitas produk, dan konsistensi pasokan.

Meskipun pasar kuliner di Salatiga semakin kompetitif dengan munculnya berbagai restoran steak, kafe, dan gerai makanan cepat saji, Royal Steak memiliki keunggulan diferensiasi yang kuat. Konsep *hidden gem* pada gerai pertama justru menciptakan rasa eksklusif dan menjadi magnet bagi pelanggan yang mencari pengalaman kuliner unik.

Kondisi lingkungan kerja di Royal Steak relatif kondusif dan berorientasi pada kualitas pelayanan. Suasana kerja yang hangat dan kolaboratif membuat karyawan dapat berinteraksi dengan pelanggan secara ramah dan profesional. Hal ini terbukti dari ulasan pelanggan yang secara konsisten memberikan penilaian tinggi pada aspek pelayanan. Lingkungan kerja yang positif turut mendukung terciptanya pelayanan prima yang membangun loyalitas pelanggan jangka panjang.

Secara keseluruhan, aspek lingkungan menunjukkan bahwa usaha Chikito cukup sesuai dengan kondisi lingkungan sekitarnya. Meski terdapat tantangan seperti keterbatasan parkir pada gerai pertama, usaha ini tetap berpotensi berkembang pesat karena didukung oleh tren kuliner *western food* yang terus meningkat di kalangan masyarakat Salatiga.

Royal Steak telah memberi dampak positif terhadap lingkungan sekitar melalui kerja sama dengan pemasok lokal dan pengelolaan kebersihan yang baik. Namun demikian, usaha disarankan untuk terus meningkatkan pengelolaan limbah, terutama limbah minyak goreng dan sampah organik, agar lebih ramah lingkungan. Selain itu, keterbatasan lahan parkir pada gerai pertama dapat menjadi perhatian apabila jumlah pelanggan terus meningkat sehingga perlu dipertimbangkan penyediaan area parkir tambahan atau pengaturan parkir yang lebih baik.

Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dalam studi kelayakan bisnis merujuk pada penelitian dan analisis mengenai kondisi pasar yang akan menjadi target bisnis. Sedangkan pemasaran adalah proses sosial dan manajerial di mana individu atau kelompok memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan sesuatu yang bernilai satu sama lain (Kotler & Keller, 2016). Tujuannya adalah menciptakan proses yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen melalui produk yang tepat, harga yang sesuai, lokasi yang strategis, dan promosi yang efektif.

Royal Steak memiliki pangsa pasar yang cukup luas, mencakup mahasiswa, karyawan, dan keluarga muda di Kota Salatiga. Produk yang ditawarkan berupa makanan *western food* berkualitas dengan harga yang terjangkau, sehingga cocok untuk berbagai kalangan. Daya tarik utamanya adalah konsistensi rasa, suasana yang nyaman, dan menu khas yang mudah diterima pasar.

Keunggulan produk terletak pada cita rasa khas yang konsisten, porsi yang memuaskan, harga yang terjangkau, serta penyajian yang menarik dan higienis. Untuk pemesanan melalui ojek online Royal Steak belum menyediakan layanan dikarenakan biaya yang tidak sesuai dengan yang ditargetkan oleh Chikito.

Promosi Royal Steak melalui digital marketing yaitu akun instagram yang telah memiliki 13.000 followers. Dan juga mengandalkan konten dari foodvlogger, serta konten viral di TikTok yang menjangkau audiens yang lebih luas. Word of mouth (WOM) dari pelanggan yang puas menjadi mesin promosi paling efektif. Selain itu, ulasan positif di platform turut meningkatkan visibilitas Royal Steak di kalangan wisatawan kuliner Salatiga (chikito.id, 2024).

Strategi pemasaran melalui media sosial telah memberikan hasil cukup baik. Namun, pemilik usaha disarankan untuk lebih mengoptimalkan aktivitas pemasaran digital melalui pembuatan konten yang konsisten, pemanfaatan iklan berbayar (*paid advertising*), serta menjalin kerja sama dengan *food influencer* secara berkelanjutan. Selain itu, program loyalitas pelanggan tetap dapat diterapkan untuk meningkatkan frekuensi pembelian ulang.

Aspek Manajemen dan SDM

Menurut (Hasibuan, 2020), Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) merupakan ilmu dan seni yang mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien dalam membantu terwujudnya tujuan perusahaan. Dalam pandangan ini, MSDM tidak hanya sekedar penerapan teori secara kaku, melainkan juga membutuhkan keterampilan praktis dalam mengelola dinamika hubungan antar manusia di lingkungan kerja. Aspek keefektifitas dan keefisienan menjadi kunci utama, di mana setiap pengelolaan tenaga kerja harus memberikan hasil maksimal dengan penggunaan sumber daya yang optimal.

Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) pada Royal Steak Salatiga menerapkan model pengelolaan yang berpusat langsung pada owner, yang merintis usaha menggunakan modal pribadi dari pencairan BPJS Ketenagakerjaan. Dalam struktur organisasi yang ramping ini, pemilik bertindak sebagai pengelola utama yang mengawasi seluruh operasional harian, mulai dari pengadaan bahan baku hingga manajemen keuangan. Desain pekerjaan dibagi menjadi dua fungsi inti, yaitu bagian dapur yang bertanggung jawab menjaga konsistensi kualitas produk steak serta higienitas makanan, dan bagian pelayanan yang bertugas melayani pelanggan secara ramah dan cepat.

Pelaksanaan operasional didukung oleh sistem reservasi via WhatsApp yang memungkinkan manajemen kapasitas yang proaktif. Sistem ini dirancang agar pelayanan tetap optimal dan pelanggan tidak perlu menunggu terlalu lama. Secara umum, aspek manajemen dan SDM Royal Steak menunjukkan bahwa usaha ini dapat berjalan baik dengan struktur yang efisien, komunikasi yang efektif, dan tenaga kerja yang kompeten sesuai kebutuhan.

Struktur organisasi yang sederhana telah mendukung efektivitas operasional usaha. Akan tetapi, seiring dengan berkembangnya usaha, pembagian tugas dan tanggung jawab perlu dibuat lebih terstruktur agar tidak terlalu bergantung pada pemilik usaha. Pelatihan berkala mengenai pelayanan pelanggan, kebersihan, keamanan pangan, dan standar operasional prosedur (SOP) juga perlu dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan produktivitas karyawan.

Aspek Teknis Teknologi

Di era transformasi digital saat ini, perkembangan teknologi informasi telah

mengubah laskap industry Food and Beverage (F&B) secara fundamental. Industry kuliner khususnya pada segmen Streak and Bar, tidak lagi hanya berkompetisi dalam hal cita rasa, melainkan juga dalam efisiensi operasional dan fleksibilitas layanan. Menurut (Heizer et al., 2020), pemilihan teknologi dalam manajemen operasi harus disesuaikan dengan skala ekonomi dan strategi respons cepat perusahaan terhadap pasar local. Bagi Royal Steak, analisis aspek teknologi tidak hanya berfokus pada modernisasi alat dapur, melainkan bagaimana teknologi diadopsi secara bijak tanpa mengorbankan strategi penetapan harga (pricing strategi) dan hubungan dengan pelanggan.

Saat ini, Royal Steak mengambil Langkah strategis dengan belum mendaftarkan usahanya pada platform aggregator besar seperti GoFood, GrabFood, atau ShopeeFood. Keputusan ini didasari oleh komitmen manajemen untuk berfokus pada optimalisasi pelayanan pelanggan langsung (direct customers/ dine-in) serta menjaga stabilitas harga produk. (Kotler & Keller, 2016) dalam teori manajemen pemasaran menyatakan bahwa sensitivitas harga (price sensitivity) pelanggan merupakan faktor krusial dalam membangun loyalitas merek. Dengan menghindari platform pihak ketiga yang umumnya mengenakan biaya komisi tinggi yang memaksa bisnis menaikkan harga jual makanan dan minuman.

Sebagai alternatif teknologi pesan antar, Royal Steak memanfaatkan jaringan ojek local di kota tersebut yang digerakkan melalui komunikasi digital sederhana seperti WhatsApp. Dari perspektif manajemen rantai pasok, (Chopra & Meindl, 2016) menyatakan bahwa pemanfaatan jaringan logistic local yang responsif dapat menekan biaya transaksi tinggi (transaction costs) sekaligus menjaga margin keuntungan bersih usaha tetap optimal. Hubungan langsung dengan pelanggan dan kurir local ini menciptakan ekosistem bisnis yang lebih personal dan berbasis komunitas.

Sebagaimana dikemukakan oleh (Kasmir & Jakfar, 2012) dalam teori Studi Kelayakan Bisnis, analisis aspek teknologi yang dipilih terhadap visi bisnis. Melalui pendekatan ini, Royal Steak membuktikan bahwa kelayakan teknologi tidak selalu diukur dari adopsi platform digital paling mutakhir, melainkan dari ketepatan memilih teknologi yang mampu melindungi struktur biaya usaha, menjaga kepuasan pelanggan langsung, dan tetap memberikan solusi pengiriman efektif melalui kemitraan lokal.

Pemanfaatan teknologi pada Royal Steak masih dapat ditigkatkan. Meskipun strategi tidak bergabung dalam platform layanan pesan antar dilakukan untuk menjaga harga jual tetap kompetitif, usaha disarankan untuk mengevaluasi kembali peluang kerja sama dengan platform digital apabila terdapat skema yang lebih menguntungkan. Selain itu, penggunaan sistem kasir (*Point of Sale*), pencatatan stok digital, dan sistem pencatatan keuangan berbasis aplikasi akan meningkatkan efisiensi operasional serta mempermudah pengambilan keputusan.

Aspek Keuangan

Menurut (Brigham & Houston, 2022), aspek keuangan merupakan seni dan ilmu dalam mengelola uang yang tidak hanya berkaitan dengan cara memperoleh dan menggunakan dana, tetapi juga mencakup proses, institusi, pasar, dan instrumen yang berperan dalam transfer uang serta pengelolaan risiko. Dalam konteks ini, keuangan dipahami sebagai bagian penting dalam aktivitas individu maupun organisasi karena berfungsi untuk memastikan dana dapat dialokasikan secara tepat, efisien, dan aman

sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Oleh karena itu, pengelolaan keuangan yang baik sangat dibutuhkan agar setiap keputusan penggunaan dana mampu mendukung keberlangsungan kegiatan, meminimalkan risiko kerugian, dan meningkatkan nilai atau keuntungan di masa depan.

Tabel 1. Investasi dan Modal Kerja Usaha Royal Steak

No	Klasifikasi Modal	Jumlah
A	Investasi	
1	Kendaraan	Rp 15.000.000
2	Peralatan Produksi	Rp 23.905.000
B	Modal Kerja	
1	Biaya Personal	Rp 23.125.000
2	Biaya Operasional	Rp 45.351.000
3	Biaya Bahan Baku	Rp 20.396.000
Total Modal		Rp 127.777.000

Investasi awal usaha Royal Steak terdiri dari beberapa komponen utama, yaitu kendaraan, operasional, peralatan produksi dan peralatan penjualan, dan modal kerja. Total nilai investasi mencapai Rp127.801.000 yang terdiri dari investasi kendaraan sebesar Rp15.000.000, peralatan produksi sebesar Rp23.905.000, dan modal kerja Rp88.896.000. Nilai penyusutan tahunan untuk kendaraan tersebut sebesar Rp13.750.000.

Investasi tidak menyusut, yaitu modal kerja sebesar Rp88.872.000 digunakan untuk biaya operasional seperti gaji, biaya Listrik, air, dan pembelian bahan baku. Per bulan, biaya personal sebesar Rp23.125.000, biaya operasional sebesar Rp45.351.000, dan biaya bahan baku sebesar Rp20.396.000.

Hasil perhitungan laba rugi menggunakan rumus Microsoft Excell dengan membayar pajak sebesar 10% dapat dilihat pada table dibawah ini.

Tabel 2. Proyeksi Laba Rugi Usaha Royal Steak

Kode	Keterangan	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
A	Penyusutan / Depresiasi	10.661.667	10.661.667	10.661.667	10.661.667	10.661.667
B	Jumlah Pendapatan	544.673.667	560.694.027	577.194.997	594.190.997	611.696.877
C	Laba Sebelum Pajak (EBIT)	205.326.333	211.805.973	218.480.003	225.354.253	232.434.730
D	Pajak (10%)	20.532.633	21.180.597	21.848.000	22.535.425	23.243.473
E	Penerimaan Setelah Pajak	184.793.700	190.625.376	196.632.002	202.818.827	209.191.257
F	Bunga	-	-	-	-	-
G	Laba / Rugi Bersih (EAT)	184.793.700	190.625.376	196.632.002	202.818.827	209.191.257

Kelayakan laba rugi usaha Royal Steak dapat dilihat dari kemampuan usaha dalam menghasilkan laba bersih setelah dikurangi seluruh beban operasional. Berdasarkan uraian tersebut, jika penjualan Royal Steak diproyeksikan naik 2,90% per tahun dan biaya operasional juga naik 2,90% per tahun, maka yang dinilai adalah apakah kenaikan pendapatan masih lebih besar daripada kenaikan biaya. Apabila hasil proyeksi laba rugi menunjukkan laba bersih tetap positif dan cenderung meningkat setiap

tahun, maka usaha Royal Steak dinyatakan layak dari sisi laba rugi.

Tabel 3. *Cash Flow*

Tahun	Laba Sebelum Pajak	Investasi Tidak Menyusut	Total Investasi	Pajak	Laba Setelah Pajak	Penyusutan	Proceed (Arus Kas Bersih)
0	-	-	382.455.000	-	-	-	-382.455.000
1	184.793.700	250.000.000	376.993.333	20.532.633	164.261.067	10.661.667	201.528.800
2	190.625.376	250.000.000	333.556.667	21.180.597	169.444.779	10.661.667	255.332.891
3	196.632.002	250.000.000	290.120.000	21.848.000	174.784.002	10.661.667	309.448.004
4	202.818.827	250.000.000	246.683.333	22.535.425	180.283.402	10.661.667	363.883.471
5	209.191.257	250.000.000	203.246.667	23.243.473	185.947.784	10.661.667	418.648.902
Total / Rata-rata			1.833.055.000	-	874.721.034	-	1.548.842.068

IRR

Internal Rate of Return (IRR) adalah tingkat diskonto yang menghasilkan nilai NPV sama dengan nol. Menurut Kasmir dan Jakfar, IRR merupakan metode untuk menentukan tingkat pengembalian spesifik dari arus kas suatu proyek selama masa investasi. IRR menunjukkan kemampuan usaha dalam memberikan tingkat pengembalian atas modal yang ditanamkan. Berdasarkan hasil perhitungan, nilai IRR usaha ini sebesar 72%, yang berarti tingkat pengembalian investasi lebih tinggi daripada tingkat keuntungan yang disyaratkan. Dengan demikian, usaha ini dinyatakan layak dan menguntungkan secara finansial.

NPV

Net Present Value (NPV) adalah selisih antara nilai sekarang dari arus kas masuk dengan nilai sekarang dari arus kas keluar selama umur investasi. NPV digunakan untuk mengetahui apakah investasi memberikan nilai tambah bagi pemilik usaha. Jika NPV bernilai positif, maka usaha dinyatakan layak karena mampu menghasilkan manfaat bersih setelah memperhitungkan nilai waktu uang. Hasil analisis menunjukkan nilai NPV sebesar Rp1.650.359.391,16, sehingga usaha ini dinyatakan layak karena memiliki nilai sekarang arus kas yang lebih besar daripada investasi awal.

PI

Profitability Index (PI) adalah rasio antara nilai sekarang dari arus kas masuk dengan nilai investasi awal. Menurut beberapa ahli, PI menunjukkan tingkat efisiensi penggunaan modal dalam suatu proyek. Jika nilai PI lebih besar dari 1, maka usaha layak dijalankan karena memberikan manfaat yang lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan. Berdasarkan hasil perhitungan, nilai PI sebesar 11, yang berarti setiap satu rupiah modal yang ditanamkan mampu menghasilkan nilai yang jauh lebih besar. Hal ini menunjukkan usaha sangat efisien dan sangat layak untuk dijalankan.

ARR

Average Rate of Return (ARR) merupakan metode yang digunakan untuk mengukur tingkat keuntungan rata-rata dibandingkan dengan investasi awal. ARR menunjukkan kemampuan usaha dalam menghasilkan laba akuntansi selama periode tertentu. Hasil perhitungan menunjukkan nilai ARR sebesar 104%, sehingga usaha ini dinilai mampu memberikan keuntungan rata-rata yang sangat tinggi dibandingkan modal awal. Dengan demikian, usaha tersebut tergolong menguntungkan dan layak.

PP

Payback Period (PP) adalah waktu yang diperlukan untuk mengembalikan investasi awal melalui arus kas masuk yang dihasilkan usaha. Menurut Jalunggono et al., PP digunakan untuk mengetahui seberapa cepat modal dapat kembali. Hasil analisis menunjukkan bahwa PP usaha ini adalah 1 tahun 11 bulan 3 hari, sehingga modal dapat kembali dalam waktu yang relatif singkat. Hal ini menandakan bahwa usaha memiliki tingkat likuiditas yang baik dan layak secara finansial. Payback Period adalah waktu yang diperlukan untuk mengembalikan investasi awal.

Berdasarkan hasil analisis ARR, PP, NPV, IRR, dan PI, usaha dinyatakan layak secara finansial. Meskipun demikian, pemilik usaha tetap disarankan untuk melakukan evaluasi keuangan secara berkala, Menyusun laporan keuangan yang lebih sistematis sesuai standar akuntansi UMKM, serta menyiapkan dana cadangan untuk mengantisipasi risiko seperti kenaikan harga bahan baku, penurunan daya beli masyarakat, maupun kondisi ekonomi yang tidak menentu. Pengelolaan arus kas yang baik juga akan mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Tabel 4. Hasil Kajian Kelayakan Bisnis

No	Kriteria Analisis	Indikator / Ketentuan Kelayakan	Nilai Hasil Perhitungan	Kesimpulan Kelayakan
1	Net Present Value (NPV)	NPV > 0	Rp1.650.359.391,16	Layak
2	Internal Rate of Return (IRR)	IRR > Tingkat keuntungan yang dikehendaki	72%	Layak
3	Profitability Index (PI)	PI > 0	11	Layak
4	Average Rate of Return (ARR)	ARR > minimum rate of return yang dikehendaki	104%	Layak
5	Payback Period (PP)	PP < payback maximum	1 Tahun 11 Bulan 3 Hari	Layak

Conclusion

Penelitian ini menegaskan bahwa Royal Steak sebuah usaha kuliner western food di Kota Salatiga, layak untuk dijalankan dan dikembangkan lebih lanjut berdasarkan analisis komprehensif dari berbagai aspek. Dengan pendekatan mixed methods, penelitian ini mengidentifikasi potensi bisnis yang kuat melalui kualitas produk yang konsisten, harga yang terjangkau untuk segmen mahasiswa dan keluarga, serta keberhasilan ekspansi ke gerai kedua sebagai bukti nyata daya tahan bisnis ini.

Berdasarkan hasil analisis studi kelayakan bisnis pada usaha Royal Steak, dapat disimpulkan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan dan dikembangkan. Dari aspek hukum, Royal Steak telah memenuhi sebagian besar persyaratan legalitas usaha. Dari aspek pasar dan pemasaran, usaha ini memiliki peluang pasar yang cukup besar karena didukung lokasi strategis, harga yang terjangkau, serta strategi promosi melalui media sosial dan word of mouth. Dari aspek manajemen dan sumber daya manusia, pengelolaan usaha sudah cukup baik dengan struktur organisasi yang sederhana namun efektif. Dari aspek teknis dan teknologi, kegiatan operasional berjalan dengan baik walaupun masih terdapat beberapa hal yang perlu ditingkatkan, seperti digitalisasi sistem pelayanan dan pengembangan fasilitas usaha.

Dari aspek lingkungan, usaha ini tergolong sesuai dengan kondisi lingkungan sekitar dan tidak menimbulkan dampak negatif yang berarti. Sementara itu, dari aspek

keuangan, hasil perhitungan menunjukkan nilai NPV positif, IRR lebih besar dari tingkat keuntungan yang disyaratkan, PI lebih dari 1, ARR tinggi, dan payback period relatif singkat, sehingga usaha Royal Steak dinyatakan layak secara finansia.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2025). *Laporan perkembangan industri makanan dan minuman Indonesia 2024*. BPS Indonesia.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2022). *Fundamentals of financial management* (16th ed.). Cengage Learning.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2016). *Supply chain management: Strategy, planning, and operation* (6th ed.). Pearson.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Hasibuan, M. S. P. (2020). *Manajemen sumber daya manusia* (Edisi Revisi). PT Bumi Aksara.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations management: Sustainability and supply chain management* (13th ed.). Pearson.
- Hidayat, R. (2024). *Dinamika pasar kuliner barat dan perilaku konsumsi masyarakat urban*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(1), 45–58.
- Kasmir. (2021). *Studi kelayakan bisnis* (Edisi Revisi). Rajawali Pers.
- Kasmir, & Jakfar. (2012). *Studi kelayakan bisnis* (Edisi Revisi). Kencana Prenada Media Group.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kristian, & Indrawan. (2019). *Analisis aspek lingkungan dalam studi kelayakan bisnis sektor UMKM*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 110–122.
- Pratama, A. (2023). *Perubahan gaya hidup dan tren konsumsi western food pada generasi muda di Indonesia*. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 112–125.
- Riyanto, S. (2022). *Analisis potensi pasar kuliner berbasis kawasan pendidikan di Kota Salatiga*. *Jurnal Ekonomi Koperatif dan UMKM*, 5(3), 89–101.
- Suryani, E. (2022). *Strategi mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah tingginya persaingan industri F&B*. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 10(2), 201–215.
- Umar, H. (2019). *Desain penelitian studi kelayakan bisnis*. Rajawali Pers.
- Wibowo, A., & Lestari, D. (2021). *Digitalisasi pemasaran dan fleksibilitas operasional UMKM kuliner*. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen*, 9(1), 33–47.