

## **KUNJUNGAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) KULINER “*STREET BURGER*”**

Oleh:

**Irma Fatmawati<sup>1</sup>, Burhanudin<sup>2</sup>**

*Program Studi Bimbingan dan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan dan  
Pengetahuan Sosial, Universitas Indraprasta PGRI*

[irmaftmwt25@gmail.com](mailto:irmaftmwt25@gmail.com), [hanzqintha@gmail.com](mailto:hanzqintha@gmail.com)

Dikirim : 21 Des 2022 Direvisi : 30 Des 2022 Dipublikasi : 31 Des 2022

### **ABSTRAK**

Kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru atau kreatif dan berbeda (inovatif) yang bermanfaat dalam memberikan nilai lebih. Wirausaha adalah orang yang memiliki kemampuan melihat dan menilai kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan untuk mengambil keuntungan dan tindakan yang cepat dalam memastikan kesuksesan. Kewirausahaan dapat diartikan sebagai suatu aktivitas usaha yang dijalankan oleh seorang wirausaha untuk menentukan, mengembangkan, kemudian menggabungkan inovasi, kesempatan dan cara yang lebih baik agar memiliki nilai yang lebih dalam kehidupan. Dalam berwirausaha terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan diantaranya aspek produksi, aspek manajemen (sumber daya manusia), aspek pemasaran dan aspek keuangan. Usaha *Street Burger* menjalankan keempat aspek terpenting dalam sebuah usaha tersebut. Kegiatan kunjungan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ini bertujuan untuk mengetahui berbagai kegiatan dan aspek yang ada dalam UMKM *Street Burger*. Kunjungan usaha memberikan manfaat dengan mendapat pengetahuan baru terkait dunia usaha dan mendapat gambaran secara langsung, jika kelak ingin membuka usaha. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara terhadap pemilik usaha, dan literature melalui informasi media sosial usaha tersebut. Hasil penelitian ini adalah usaha *Street Burger* dapat menjadi salah satu peluang usaha yang dijalankan dengan niat dan aspek usaha guna menunjang ekonomi keluarga.

Kata Kunci: Kunjungan UMKM, Kewirausahaan, Usaha Kuliner, Peluang Usaha.

## A. PENDAHULUAN

Mata kuliah kewirausahaan sangat penting diterapkan sejak dini karena untuk mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan wirausaha dan memiliki peluang atau sebagai bekal para mahasiswa membuka usaha di masa yang akan datang. Pendidikan kewirausahaan adalah salah satu mata pelajaran yang bertujuan untuk menanamkan jiwa, sikap, dan etika wirausaha kepada para pelajar, memberikan bekal pengetahuan tentang kewirausahaan dan memiliki keterampilan tangan untuk modal para pelajar kelak akan membuka usaha. Menurut Nurrohmah (2015:20) Perkembangan usaha adalah suatu bentuk usaha kepada usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik dan agar mencapai pada satu titik atau puncak menuju kesuksesan. Perkembangan dalam usaha oleh usaha yang sudah mulai dan terlihat ada kemungkinan dapat lebih maju.

Kunjungan usaha merupakan kegiatan yang dilakukan dalam rangka membekali mahasiswa dengan berbagai pengetahuan mengenai dunia bisnis dan manajemen, sehingga diharapkan dapat menjadi lulusan yang memiliki keterampilan dalam bidang kewirausahaan, bisnis ataupun manajemen. Kunjungan usaha ini dilakukan secara langsung meninjau ke lapangan, karena akan memberikan pendidikan secara nyata bagi para mahasiswa untuk melihat potensi usaha yang ada di sekitarnya.

Kunjungan usaha ini diwajibkan untuk para mahasiswa dalam mata kuliah kewirausahaan guna menambah wawasan atau pengetahuan terkait kewirausahaan. Kunjungan usaha ini dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan observasi, wawancara atau kegiatan tanya jawab dengan pemilik usaha atau narasumber secara langsung, serta di dukung juga dengan dokumentasi yang mendukung bahwa usaha ini benar adanya. Pada kesempatan kali ini, kegiatan kunjungan usaha dilakukan pada usaha kuliner yaitu “*Street Burger*” milik **Fahri Setya Gunawan** seorang pemuda yang sedang menjalankan kuliah diiringi dengan berbisnis.

Dengan diadakannya kunjungan usaha, diharapkan mahasiswa dapat mengetahui lebih dalam bagaimana menjalankan sebuah usaha secara langsung. Maka dari itu, untuk judul kunjungan usaha yaitu “Kunjungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Usaha Kuliner *Street Burger*” yang berada di daerah Cibinong, Bogor, Jawa Barat. Kunjungan usaha bertujuan untuk Memperluas pengetahuan mahasiswa dalam dunia usaha, Memberikan motivasi terhadap mahasiswa agar memiliki minat berwirausaha, dan Memberi informasi tentang aspek wirausaha yang digunakan *Street Burger*. Selain daripada itu, kunjungan usaha memberikan manfaat diantaranya ialah dapat pengetahuan baru terkait dunia usaha, melihat proses kerja dan berbagai macam alat yang digunakan dalam usaha tersebut, dan mendapat gambaran secara langsung, jika kelak ingin membuka usaha baru.

## B. KAJIAN PUSTAKA

### 1. Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru atau kreatif dan berbeda (inovatif) yang bermanfaat dalam memberikan nilai lebih.

Kewirausahaan juga merupakan kegiatan membangun usaha guna menciptakan sebuah produk atau jasa. Kewirausahaan juga dapat menjadi solusi permasalahan pada masyarakat sekitar, seperti menciptakan lapangan kerja, menciptakan keuntungan dengan melibatkan sumber daya alam, modal dan teknologi. Kewirausahaan dapat dilakukan oleh siapa saja dan di mana saja asalkan memiliki tekad yang kuat dalam membangun sebuah usaha dari nol. Kewirausahaan dapat dikatakan sebagai sebuah keahlian dimana orang yang memiliki keahlian tersebut dinamakan sebagai wirausahawan.

Menurut Jong dan Wennekers (2008), kewirausahaan adalah pengambilan risiko untuk menjalankan usaha sendiri dengan memanfaatkan peluang-peluang untuk menciptakan usaha baru atau dengan pendekatan yang inovatif sehingga usaha yang dikelola berkembang menjadi besar dan mandiri dalam menghadapi tantangan-tantangan persaingan. Richard Cantillon (1775) berpendapat bahwa kewirausahaan sebagai usaha investasi dengan keuntungan yang didapat di masa depan. Menurut Drs. Joko Untoro (2013) menyatakan bahwa kewirausahaan adalah suatu keberanian untuk melakukan upaya upaya memenuhi kebutuhan hidup yang dilakukan oleh seseorang, atas dasar kemampuan dengan cara memanfaatkan segala potensi yang dimiliki untuk menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya dan orang lain. Seorang wirausahawan membeli barang saat ini pada harga tertentu dan menjualnya pada masa yang akan datang dengan harga yang tidak menentu.

## 2. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), pemerintah mengelompokkan jenis usaha berdasarkan kriteria asset dan omzet diantaranya yaitu:

- **Usaha Mikro**, adalah usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria kekayaan bersih maksimal Rp. 50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Selain itu, memiliki omzet tahunan maksimal Rp. 300.000.000,-.
- **Usaha Kecil**, adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha. Usaha bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung dan tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar. Kriteria usaha kecil adalah kekayaan bersih berkisar lebih dari Rp 50 juta sampai Rp 500 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan usaha. Selain itu, memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300 juta sampai dengan paling banyak Rp 2,5 miliar.
- **Usaha Menengah**, adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan bukan termasuk anak perusahaan atau cabang perusahaan tertentu. kriteria jumlah kekayaan bersih harus lebih dari Rp 500 juta hingga paling banyak Rp

10 Miliar. Selain itu, penjualan tahunan lebih dari Rp 2,5 miliar sampai paling banyak Rp 50 miliar.

Berdasarkan peraturan UU UMKM tersebut, pemerintah berasumsi bahwa penjualan tahunan rata-rata suatu bidang usaha adalah lima kali dari kekayaan bersih usaha tersebut.

### **3. Usaha Kuliner**

Kuliner dapat diartikan sebagai kegiatan untuk menghasilkan sehat dengan penampilan menarik yang diawali dengan memilih bahan makanan yang berkualitas, mempersiapkan teknik pengolahan yang tepat, serta menghasilkan selera sesuai tujuan. Usaha kuliner adalah usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Usaha yang menyediakan makanan dan minuman dalam bentuk apapun, tetap masuk dalam jenis usaha kuliner. (Soegiarto, 2008), kuliner adalah masakan dalam artian hasil dari proses memasak. Wisata kuliner adalah bepergian ke suatu daerah atau tempat yang menyajikan makanan khas dalam rangka mendapatkan pengalaman baru mengenai kuliner (Hall dan Mitchell, 2001, dalam Sari, 2013). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kuliner adalah sesuatu hal yang berhubungan dengan masakan dan kuliner juga memiliki arti sebagai suatu olahan yang berupa masakan, minuman atau lauk pauk yang telah diolah.

Berdasarkan pendapat diatas, kuliner dapat diartikan sebagai kegiatan memperoleh keuntungan dari penjualan di bidang makanan dan minuman, usaha yang menyediakan makanan dan minuman dalam bentuk apapun tetap masuk dalam jenis usaha kuliner. Kuliner merupakan tempat yang menyajikan berbagai olahan makan sehingga pengunjung mendapatkan pengalaman yang baru mengenai kuliner. Adanya penyediaan barang dan jasa yang diperlukan konsumen sehingga pelaku usaha dapat memperoleh keuntungan ekonomi dari produk makanan dan minuman yang telah dijualnya. Sesuai dengan UMKM yang dikunjungi yaitu UMKM *Street Burger* bergerak di bidang makanan dan minuman.

### **C. METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan pada kunjungan usaha ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Moleong (2017; 6), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata – kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang ilmiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. (Metode Penelitian Prof Dr.Lexy J Moleong) Dengan penelitian kualitatif, penulis mengumpulkan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi guna membantu penulis agar mendapat data – data yang valid atau data yang dapat dipercaya.

Data kualitatif merupakan data yang membahas konsep suatu permasalahan

dan tidak melibatkan data berupa angka. Dalam penelitian ini, data dapat berupa rekaman suara, catatan hasil wawancara, partisipasi narasumber dan tinjauan pustaka. Sampel dalam penelitian ini hanya terdapat 1 orang saja yaitu pemilik usaha, sesuai dengan pendapat (Martha dan Kresno, 2016) menyatakan bahwa umumnya penelitian kualitatif menggunakan jumlah sampel kecil, bahkan pada kasus tertentu menggunakan 1 informan saja, setidaknya ada dua syarat yang harus dipenuhi dalam menentukan jumlah informan yaitu kecukupan dan kesesuaian.

## **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Sejarah *Street Burger***

Pada awal meniti usahanya, awal nama usaha ini adalah Kopi Guru yang mana usaha tersebut berdiri pada tanggal 22 Mei 2019 tepat di hari ulang tahun pemilik usaha tersebut. Awal usaha kopi guru, pemilik menjalankan usahanya sendiri menggunakan 1 buah sepeda motor dan sebuah tenda yang dibawa dari rumahnya sampai dengan taman atau tempat dimana ia berjualan setiap harinya dari sore hari hingga malam hari. Sebelum berganti nama, Kopi Guru terus mengalami perkembangan dengan berbagai rintangan sampai dapat menyewa sebuah ruko tempat dimana usaha tersebut menetap, ruko tersebut berada di daerah Cikaret, Kab. Bogor. Usaha Kopi Guru berjalan kurang lebih selama 3 Tahun dengan banyaknya rintangan yang dialami oleh pemilik usaha.

Lalu, saat memasuki perjalanan menuju tahun ke – 4 pemilik usaha Kopi Guru bertemu dengan seorang temannya yang juga memiliki usaha dalam bidang kuliner yaitu usaha Burger, maka dari itu mereka sepakat untuk memberi nama usahanya yaitu “*Street Burger*” yang mana masih berjalan hingga sekarang. *Street Burger* merupakan bisnis kuliner yang memproduksi aneka macam Burger dan *Coffee*. Saat ini *Street Burger* berlokasi di Jl. Mayor Oking KFC Cibinong, Kecamatan Cibinong, Kabupaten Bogor, Jawa Barat, Lebih tepatnya di samping KFC Cibinong (*Street Food*) dengan penataan tempat sedemikian rupa agar menarik konsumen dan juga di lengkapi dengan papan nama serta Banner produk.

### **2. Pemilik Modal Usaha**

Pemiliki modal usaha “*Street Burger*” ialah dari seorang **Investor** yang bernama **Phedy Prastowo**. Yang mana Investor merupakan individu atau entitas (seperti perusahaan ataupun reksa dana) yang menyediakan modal dengan harapan imbalan finansial. Maka dari itu, Investor tersebut menanamkan modal terhadap usaha “*Street Burger*” dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa mendatang.

### **3. Analisis SWOT**

#### **a. Strength (Kekuatan)**

- 1) Memiliki rasa yang enak karena menggunakan bahan makanan atau bahan minuman yang berkualitas.
- 2) Kualitas produk terjamin aman untuk dikonsumsi, karena dibuat dari bahan yang berkualitas.
- 3) Tampilan produk (Burger ataupun *Coffee*) menarik

**b. Weakness (Kelemahan)**

- 1) Harga bahan baku dapat dikatakan mahal
- 2) Belum memiliki pembeli / pelanggan tetap
- 3) Produk tidak tahan lama

**c. Opportunity (Peluang)**

- 1) Sosial media dan relasi pertemanan pemilik usaha dapat membantu proses pemasaran dengan lebih cepat.
- 2) Banyak masyarakat yang tertarik dan senang membeli produk makanan dengan tampilan yang unik dan menarik.

**d. Threat (Ancaman)**

- 1) Sudah banyak pesaing yang memiliki usaha dengan produk yang sama
- 2) Banyaknya masyarakat yang cepat bosan dengan makanan atau minuman tersebut
- 3) Munculnya pesaing yang menjual produk yang sama, tetapi dengan harga yang lebih murah.

**4. Aspek Manajemen (SDM)**

Pada tahap awal bagian dari usaha ini adalah 1 orang pekerja untuk bagian produksi, sedangkan untuk bagian pemasaran dan keuangan dapat dilakukan secara langsung oleh pemilik usaha atau owner. Mencermati hal tersebut maka, untuk awal usaha cukup memerlukan 2 pekerja saja yaitu 1 orang pekerja untuk bagian produksi dan 1 orang sebagai pemilik usaha sekaligus menjadi bagian pemasaran dan keuangan. Adanya rencana penambahan pekerja, pemilik usaha akan mempertimbangkan dari segi perkembangan usaha tersebut, karena penambahan pekerja akan berkaitan juga dengan biaya atau keuangan. Aspek SDM yang perlu dirancang adalah bagian produksi, bagian pemasaran dan bagian keuangan.

Pemilik usaha “*Street Burger*” ini dalam pemilihan pekerja lebih mengutamakan seseorang atau individu yang memang memiliki keinginan untuk bekerja, terus berusaha, pantang menyerah. Karena untuk tahap penyeleksiannya pun melalui rekrut calon pekerja – Ospek atau orientasi awal – Latihan hingga bisa melakukan pekerjaan tersebut

**5. Aspek Produksi**

Aspek produksi dalam perencanaan bisnis sangatlah penting. Hal ini dikarenakan dalam aspek produksi menjelaskan sistem operasi bisnis. Dalam aspek produksi pada saat perencanaan bisnis yang sudah direncanakan (dalam hal ini *Street Burger*) harus mengetahui bagaimana proses produksi, bahan baku, mesin dan peralatan yang digunakan, produksi perbulan, masa produksi dan tempat produksinya.

Sesuai dengan nama usahanya “*Street Burger*”, jadi produksi utama dari usaha ini ialah beraneka macam burger diantaranya ada Beef Chesse Burger, Crispy Chicken Burger, Black Beef Burger, Burger Milo, Black Burger Chicken.



Gambar 1.  
Produk Utama

Selain menjual macam – macam burger usaha ini juga menjual cireng, disamping itu tidak lupa *Street Burger* ini menyediakan beberapa macam minuman diantaranya adalah *Coffee* (Kopi susu gula aren, Kopi susu original), *Non Coffee* (Matcha, Coklat, Redvelvet, dan Taro), *Moctail* (Blue Blood, Orange Sky, Rainbow, Melon Squash, dan Orange Squash).



Gambar 2  
Produk Sampingan

## 6. Aspek Pemasaran

Proses atau strategi pemasaran usaha *Street Burger* ini dapat dilakukan dengan cara membuka tempat usaha di *street food* yang strategis dan ramai pengunjung atau pembeli, promosi melalui *social media* dengan meng-upload produk makanan dan minuman melalui foto ataupun video dan juga dilakukan melalui media *Banner*.

Promosi yang dilakukan agar memiliki banyak peminat diantaranya adalah:

- 4) Memberikan sample Burger atau *Coffee* kepada konsumen atau distributor,
- 5) Memberikan bonus atau harga promo di tanggal atau hari tertentu,
- 6) Menyebarkan informasi *Street Burger* melalui media sosial, *Instagram*, *Whatsapp*, dan lain – lain.



Gambar 3  
Akun Instagram UMKM

#### a. Pangsa Pasar

Pangsa pasar merupakan bagian total permintaan terhadap suatu produk oleh kelompok konsumen tertentu, kelompok konsumen tersebut biasanya dibagi berdasarkan kategori tertentu seperti usia, jenis kelamin, kelas ekonomi, pendapatan, dan lain – lain. Dapat diartikan juga sebagai target konsumen. Konsumen yang ditargetkan dalam Usaha *Street Burger* ini ialah **semua kalangan usia** baik itu anak – anak, orang tua dan juga kalangan remaja ataupun dewasa.

#### b. Rencana Pembangunan Pemasaran

Pemilik usaha atau owner memiliki rencana pembangunan pemasaran *Street Burger* ini adalah memiliki beberapa cabang di wilayah lain, maka dari itu pemilik usaha harus dapat menentukan target pasar, melakukan analisis SWOT, menentukan tujuan dari kegiatan pemasaran, menyusun strategi pemasaran dan melakukan evaluasi.

### 7. Aspek Keuangan

**Pemasukan:** Rp. 5.400.000/bulan dan **Pengeluaran:** Rp. 3.000.000/bulan.

Jika dilihat dari pemasukan dan pengeluarannya selama sebulan (Rp. 5.400.000 - Rp. 3.000.000 = Rp. 2.400.000) masih ada sisa sekitar Rp. 2.400.000, lalu digunakan untuk biaya sewa tempat setiap bulannya yaitu sebesar Rp. 1.500.000. Maka dari itu keuntungan yang didapatkan setiap bulannya sebesar Rp. 900.000. Data yang diperhitungkan adalah jumlah yang paling minimal, jadi sekiranya penjualan melebihi batas minimalnya perhitungannya pun akan lebih dari yang tertera diatas. Untuk pembayaran pekerja pun dapat menyesuaikan dari hasil penjualan setiap bulannya.

### 8. Kapasitas Produksi

Kapasitasi produksi merupakan jumlah produk yang dapat dihasilkan oleh fasilitas produksi atau usaha dalam periode tertentu dengan menggunakan sumber daya yang tersedia. Jumlah produk yang dapat dihasilkan atau ditargetkan oleh



*Street Burger* kurang lebih adalah 50 *Pieces* tiap hari dan 300 – 400 *Pieces* tiap bulan.

## 9. Analisis Prinsip Usaha

### a) Memulai suatu usaha harus dimulai dari nol

*Street Burger* ini merupakan usaha yang dijalankan dari nol, mengapa demikian? Karena pemilik atau ownernya memulai usaha mulai dari masih menggunakan sepeda motor untuk keliling dan menetap di satu tempat sampai dengan dapat menyewa ruko ataupun tempat untuk usahanya tersebut. *Street Burger* ini benar – benar merintis usahanya dari nol dengan segala rintangan dan lika – liku yang sudah dihadapi oleh pemilik usaha, namun pemilik *Street Burger* ini terus berusaha untuk tetap mempertahankan usahanya dapat tetap berjalan dan berkembang.

### b) Ketekunan

Dengan adanya usaha untuk tetap mempertahankan *Street Burger* tetap berjalan dan berkembang, pemilik usaha memiliki sifat konsisten dan disiplin dalam hal apapun. Konsisten dengan apa yang sudah direncanakan dan disiplin untuk dapat menjalaninya, dengan begitu pemilik usaha berharap usaha *Street Burger* dapat terus berkembang dan memiliki banyak peminat hingga pemilik usaha bisa mencapai impiannya yaitu memiliki beberapa cabang di wilayah yang berbeda.

### c) Dorongan untuk memenuhi Kebutuhan sehari – hari

Pemilik *Street Burger* ini tentu memiliki dorongan untuk memenuhi kebutuhan setiap hari, dimana ia ingin mandiri dan tidak bergantung lagi dengan keuangan orang tuanya. Maka dari itu, pemilik *Street Burger* ini terus berusaha untuk mendapatkan penghasilan sendiri. Karena pemilik *Street Burger* ini sedang kuliah sambil bekerja, selain untuk memenuhi kebutuhan sehari – harinya, ia juga harus memenuhi kewajibannya untuk membayar biaya kuliahnya. Seperti itu kurang lebih menjadi dorongan dan acuan semangat pemilik usaha *Street Burger* ini untuk dapat terus menjalankan usahanya dengan penuh semangat dan optimis.

## E. SIMPULAN DAN SARAN

*Street Burger* merupakan salah satu usaha makanan di mana usaha ini memproduksi makanan yaitu berbagai macam Burger seperti Beef Chesse Burger, Crispy Chicken Burger, Black Beef Burger, Burger Milo, Black Burger Chicken, Cireng dan berbagai macam minuman seperti *Coffee* (Kopi susu gula aren, Kopi susu original), *Non Coffee* (Matcha, Coklat, Redvelvet, dan Taro), *Moctail* (Blue Blood, Orange Sky, Rainbow, Melon Squash, dan Orange Squash). *Street Burger* merupakan usaha yang merintis dari nol dimulai dengan menggunakan sepeda motor untuk keliling hingga sudah dapat menyewa ruko ataupun tempat untuk berjualan. Saat ini *Street Burger* berlokasi di Jl. Mayor Oking KFC Cibinong, Kecamatan Cibinong, Kabupaten Bogor, Jawa Barat, Lebih tepatnya di samping

KFC Cibinong. Pemiliki modal usaha “*Street Burger*” bersumber dari seorang Investor.

Strategi pemasaran usaha *Street Burger* ini dapat dilakukan dengan cara membuka tempat usaha di *street food* yang strategis dan ramai pengunjung atau pembeli, promosi melalui *social media* dengan meng-upload produk makanan dan minuman melalui foto ataupun video dan juga dilakukan melalui media Banner. Konsumen yang ditargetkan dalam Usaha *Street Burger* ini ialah **semua kalangan usia** baik itu anak – anak, orang tua dan juga kalangan remaja ataupun dewasa. Jadi dengan adanya penampilan produk yang menarik dan rasanya enak itu dapat menjadi salah satu keunggulan untuk mendapatkan pelanggan atau pembeli yang lebih banyak lagi, terutama adanya rasa produk yang khas satu – satunya.

Hasil laporan kunjungan usaha kuliner “*Street Burger*” memberikan perluasan pandangan terhadap masyarakat di mana memunculkan saran pengembangan untuk memperhatikan kembali rasa dari produk makanan dan minuman yang dijual. Karena para konsumen akan tertarik jika sebuah usaha kuliner memiliki rasa yang sangat khas dan tidak ada pada usaha orang lain. Dan juga usaha *Street Burger* ini dapat menyediakan tempat yang lebih nyaman agar para pembeli tidak keujanan dan tempat yang lebih strategis, agar dapat memperoleh konsumen yang lebih banyak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Soegiarto, D. (2008). Pengaruh Perilaku Wisatawan Nusantara Terhadap Wisata Kuliner di Sukarata. *Jurnal Pariwisata Indonesia, IV*(1), 569–576.
- bab-iii-metode-penelitian-prof-dr-lexy-j-moleong-ma-2007-157-menyatakan-bahwa-sumber-data\_convert\_compress.pdf. (n.d.).
- Arie, A. (2017, March 15). *PROPOSAL KEWIRAUSAHAAN*. Academia.edu. [https://www.academia.edu/31878170/PROPOSAL\\_KEWIRAUSAHAAN](https://www.academia.edu/31878170/PROPOSAL_KEWIRAUSAHAAN)
- Proposal Usaha Makanan Ringan Pisang NUG*. (2022). Studocu; Studocu. <https://www.studocu.com/id/document/universitas-islam-nusantara/ilmu-komunikasi/proposal-usaha-makanan-ringan-pisang-nug/11174404>
- Santoso. (2017, March 15). *PROPOSAL BISNIS*. Academia.edu. [https://www.academia.edu/31873635/PROPOSAL\\_BISNIS](https://www.academia.edu/31873635/PROPOSAL_BISNIS)
- GreatDay HR. (2021, November 17).  $\surd$  *Kewirausahaan: Pengertian, Tujuan, Jenis, Karakteristik, Konsep* | GreatDay HR Blog. GreatDay HR.
- Harian, K. (2021, November 2). *Usaha yang Bergerak di Bidang Makanan Disebut Apa?* Kumparan; kumparan. <https://kumparan.com/kabar-harian/usaha-yang-bergerak-di-bidang-makanan-disebut-apa-1wqC89ZZVEd>
- Pengertian Usaha Kuliner - Usaha Kuliner - LANDASAN TEORI*. (2021). 123dok.com. <https://123dok.com/article/pengertian-usaha-kuliner-usaha-kuliner-landasan-teori.yngogk8j>