

BAB II IDENTIFIKASI DATA

Beberapa data yang sudah ada dijelaskan dan dirangkum menjadi beberapa bagian diantaranya sebagai berikut :

A. DATA PERUSAHAAN



Gambar 2. Lokasi Warung Burjo One Way Sadulur 3 Surakarta (Google Maps, 2022)

Nama : Warung Burjo One Way Sadulur 3

Alamat : Gonilan, Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa

Tengah, Indonesia. Kode Pos 57169.

No. Telp : 0896-1947-1249



Gambar 3. Logo Burjo One Way Sadulur 3
(Burjo One Way Sadulur 3, 2022)

Filosofi logo terdapat tulisan Burjo yaitu singkatan dari bubur kacang ijo (hijau), lalu dibawahnya bertuliskan Oneway yang berbentuk seperti panah, memiliki makna bermula dari mengajak saudara-saudara yang terkena dampak pengrusakan usaha kaki lima di Jakarta untuk saling mengumpulkan modal untuk membuat warung makan burjo, sehingga dengan nama *One Way* dapat menyatukan saudara-saudara, mempererat dan menyejahterakan hubungan kekeluargaan dengan satu tujuan yang sama, pada angka 3 menandakan bahwa warung makan burjo *One Way* Sadulur 3 ini adalah cabang ke 3 dari 4 cabang yang ada saat ini. Untuk warna dari logo Burjo One Way Sadulur 3 memiliki warna dominan yaitu Merah, Kuning, dan Hijau yang diambil dari warna logo Mie Instant (Indomie). Indomie merupakan salah satu menu andalan dari Burjo One Way Sadulur 3 yang cukup banyak digemari oleh konsumen.

Foto Lokasi :



Gambar 4. Tampak Depan Burjo One Way Sadulur 3 Surakarta.
(Burjo One Way Sadulur 3, 2022)



Gambar 5. Ruang Makan Burjo One Way Sadulur 3 Surakarta.
(Burjo One Way Sadulur 3, 2022)



Gambar 6. Ruang Makan Lesehan Burjo One Way Sadulur 3 Surakarta.
(Burjo One Way Sadulur 3, 2022)

1. SEJARAH

Pemilik warung Burjo One Way Sadulur 3 bernama Opik Hidayat berumur 35 tahun. Warung Burjo One Way Sadulur 3 ini dibangun pada tanggal 20 Maret 2020, yang berlokasi di Gonilan, Kecamatan Surakarta, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah, dengan jam operasional 24 jam, warung Burjo One Way Sadulur 3 pada kata “burjo” sebuah singkatan dari bubur kacang ijo (hijau) yang merupakan menu pertama yang dibuat oleh warung burjo, kemudian pada kata “One Way” memiliki makna yang awalnya mengajak semua saudara-saudara untuk saling mengumpulkan modal dalam membantu saudara yang terkena dampak pengusuran usaha kaki lima di Jakarta dan sekitarnya, sehingga dengan nama One Way bertujuan untuk menyatukan saudara-saudara sekaligus mempererat dan menyejahterakan hubungan keluarga, sedangkan pada angka “3” merupakan cabang ke 3 warung Burjo One Way dari 4 cabang yang telah

dimiliki. Warung Burjo One Way 3 saat ini memiliki karyawan sekitar 8 orang pria yang rata-rata berasal dari daerah Sunda (Kuningan), dan dibagi menjadi 3 shift jam kerja, dengan setiap shift memiliki jam kerja selama 12 jam untuk setiap karyawan. Warung Burjo One Way 3 memiliki sebuah slogan yaitu “Sadulur”. Kata Sadulur itu sendiri merupakan sebuah bahasa daerah yang berasal dari Sunda yang berarti Saudara. Sadulur memiliki makna walaupun berasal dari daerah yang berbeda-beda, kita tetap saudara. Menu dari Warung Burjo One Way sendiri menyediakan berbagai macam menu makanan olahan rumahan, untuk menu andalan atau yang paling sering dipesan pelanggan adalah Magelangan, Indomie goreng, dan Ayam Geprek. Pada interior ruangan warung identik dengan warna merah, kuning, dan hijau, warna tersebut masing-masing makna mulai dari warna merah dan kuning diambil dari warna khas Produk Mie Instant yaitu Indomie, sedangkan pada warna hijau diambil dari warna khas menu pertama dan andalan dari warung One Way ini yaitu Bubur Kacang Hijau.

2. VISI DAN MISI PERUSAHAAN

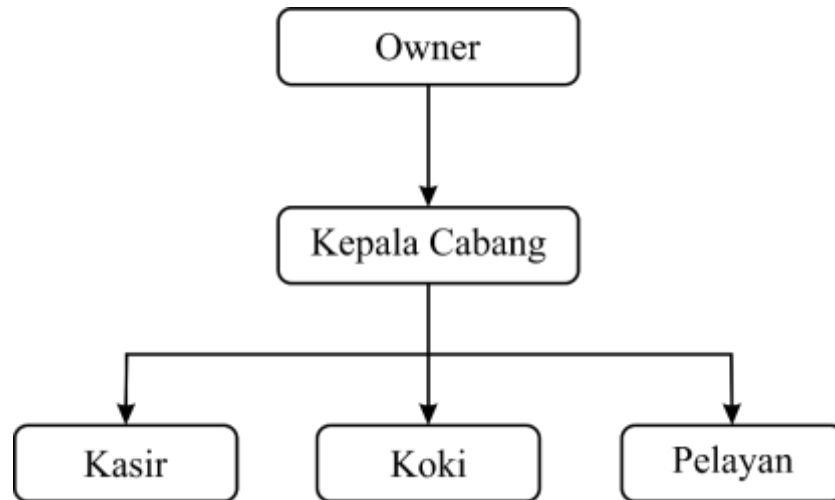
1) Visi:

Menciptakan lapangan pekerjaan khususnya dalam bidang kuliner.

2) Misi:

Menyejahterakan dan memakmurkan sadulur

3. STRUKTUR ORGANISASI



Gambar 7. Struktur Organisasi Burjo One Way Sadulur 3 Surakarta. (Burjo One Way Sadulur 3 Surakarta, 2022)

1) Owner

Owner atau biasa disebut pemilik sekaligus pimpinan ini memiliki posisi tertinggi di warung burjo one sadulur yang mana tugasnya mengatur semua jalannya suatu produksi.

2) Kepala Cabang

Kepala cabang atau pemimpin cabang memiliki posisi yang bertugas bertanggung jawab untuk mengoordinasi dan mengawasi semua operasi cabang.

3) Kasir

Kasir mempunyai tugas yang penting dalam mengurus dan menyimpan hasil pembayaran terutama uang, dan memasukkannya ke dalam mesin kasir.

4) Koki

Koki atau biasa disebut juru masak dapat dikatakan memiliki posisi sangat penting dalam warung burjo one way sadulur yaitu bertanggung jawab dalam hal cita rasa makanan dan minuman.

5) Pelayan

Pelayan memiliki tugas dalam melayani pengunjung atau pelanggan yang datang, dan juga sekaligus membawakan makanan sesuai pesanan kepada pelanggan.

4. DETAIL PRODUK

Warung Burjo One Way Sadulur 3 menyediakan berbagai macam menu makanan dan minuman dengan harga yang relatif murah. Menu yang diunggulkan adalah Bubur Kacang Ijo (Hijau), Magelangan, dan Mie Instant. Bubur Kacang Ijo (Hijau) merupakan menu utama dari awal berdirinya Burjo One Way hingga sekarang yang dimasak dengan air dan gula aren bersama seikat daun pandan. Bahan-bahan tersebut dimasak sampai mendidih sampai kacang hijau menjadi lunak, Lalu disajikan dengan tambahan santan, makanan yang satu ini dapat dimakan saat hangat maupun dingin dengan cara memasukkan es batu kedalamnya. Kemudian magelangan juga menjadi salah satu menu unggulan dengan campuran nasi, soun dan mie yang dimasak dengan tumisan bumbu lalu diberi isian suwiran ayam, telur orak-arik, dan sayur, Lalu disajikan dengan tambahan krupuk sebagai makanan pendamping. Mie instant menjadi menu yang tidak kalah banyak dipesan oleh pelanggan, dengan menggunakan bahan

utama mie instant Indomie, ditambahkan irisan sayur, cabai, dan telur rebus, membuat rasa dari mie instant dari yang biasa menjadi luar biasa, mie instant bisa dimasak dengan cara digoreng maupun direbus.

5. MEDIA PROMOSI

Media promosi yang telah dilakukan warung burjo One Way Sadulur 3 yaitu berupa sebuah papan nama dan social media (Instagram)

1) Papan Nama



Gambar 8. Papan Nama Warung Burjo One Way Sadulur 3 (Burjo One Way Sadulur 3 Surakarta, 2022)

Papan nama ini dibuat untuk menunjukkan titik lokasi tempat usaha agar masyarakat khususnya konsumen menjadi lebih mudah untuk berkunjung ke Burjo One Way Sadulur 3. Papan nama ini digunakan hanya sebatas menunjukkan lokasi melalui *google maps* lalu diarahkan pada papan nama yang terbuat dari neon box dengan ukuran persegi dan diletakkan didepan halaman Burjo One Way Sadulur 3 dekat tepi jalan.

2) Feed Instagram



Gambar 9. Akun Instagram Warung Burjo One Way Sadulur 3 (<https://www.instagram.com/burjooneway/>, 2022)

Media feed instagram merupakan bagian dari visualisasi salah satu media social Burjo One Way Sadulur 3 sebagai sarana memperkenalkan ke konsumen tentang lokasi, suasana ruangan, dan kuliner makanan maupun minuman yang hendak ditampilkan.

B. Data Kompetitor

Burjo One Way Sadulur 3 merupakan usaha mikro, kecil, dan menengah di bidang kuliner yang tergolong baru. Seiring berkembangnya pula usaha – usaha yang serupa dengan Burjo One Way Sadulur 3, untuk mendukung keberhasilan branding dan promosi suatu produk atau jasa, mengetahui kondisi pesaing merupakan hal yang penting. Mengetahui kondisi pesaing, dapat mengetahui bahwa Burjo One Way Sadulur 3 mampu bersaing dengan usaha

lainnya, serta dapat merencanakan seperti apa dan bagaimana bentuk branding dan promosi yang dibuat agar mencapai hasil yang maksimal. Berikut merupakan kompetitor dari Burjo One Way Sadulur 3, antara lain :

1. Nama : Burjo Borju VIP
Alamat : Jl. Yosodipuro No. 123a, Mangkubumen, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta , Jawa Tengah 57139
Media Promosi : Sosial Media dan Papan Nama



Gambar 10. Lokasi Burjo Borju VIP (Google Maps, 2022)

Burjo Borju VIP adalah usaha yang bergerak dibidang kuliner yang berlokasi di Kota Surakarta, Jawa Tengah. Burjo Borju VIP merupakan sebuah resto yang menggabungkan konsep warmindo, café, dan resto dengan konsep modern, Menu andalan Mie instant, dan chinese food.

Kelebihan :

- 1) Lokasi yang strategis berada di tengah kota Surakarta, dan dekat dengan mall solo paragon.

- 2) Memiliki menu yang beraneka ragam mulai dari menu local hingga Chinese food ala resto.

Kekurangan :

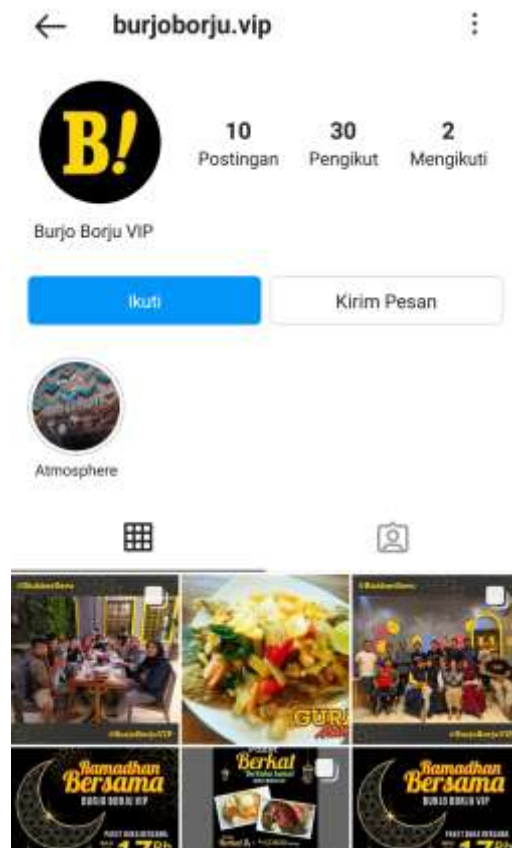
- 1) Kurang berfungsinya fasilitas dengan baik seperti adanya AC, kipas angin tetapi tidak dinyalakan.
- 2) Pelayanan yang kurang ramah terhadap pelanggan serta durasi makanan yang dipesan tersaji kepada pelanggan dengan waktu yang cukup lama.



Gambar 11. Tampak Depan Burjo Borju VIP
(Foto Felix Kevin Linto, 2022)

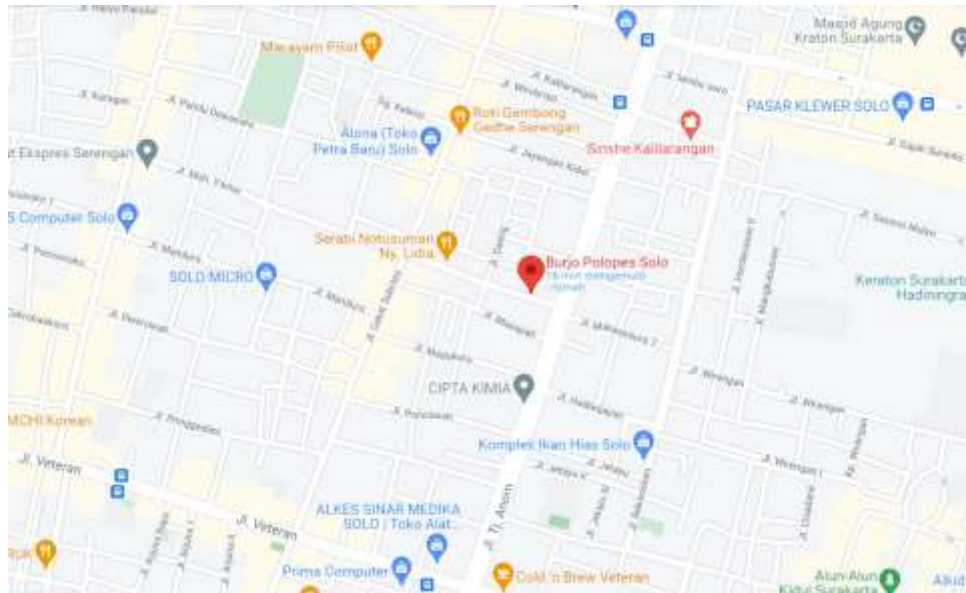


Gambar 12. Ruang Makan Burjo Borju VIP
(Foto Felix Kevin Linto, 2022)



Gambar 13. Akun Instagram Burjo Borju VIP (<https://www.instagram.com/burjoborju.vip/>, 2022)

2. Nama : Burjo Polopes Solo
- Alamat : Jl. Moh. Yamin No.6, Jayengan, Kec. Serengan,
Kota Surakarta, Jawa Tengah 57153
- Media Promosi : Sosial Media dan Papan Nama.



Gambar 14. Lokasi Burjo Polopes Solo
(Google Maps, 2022)

Burjo Pololpes Solo merupakan usaha yang bergerak dibidang kuliner yang berlokasi di Kota Surakarta, Jawa Tengah, dengan desain konsep modern klasik. Burjo Polopes memiliki dua cabang yaitu di Kota Surakarta dan Sragen, Jawa Tengah. Berbagai macam menu makanan dan minuman lokal tersedia. Ruangannya yang cukup luas dengan adanya 2 lantai dan beberapa ruangan seperti meeting room dan ruang VIP.

Kelebihan :

- 1) Memiliki ruang makan yang luas dan fasilitas yang memadai seperti wifi, toilet, musholla, dan lain sebagainya.
- 2) Memiliki ruang khusus yg dapat berfungsi sebagai meeting room, acara ulang tahun, dan lainnya.

Kekurangan :

- 1) Lahan parkir kendaraan yang kurang luas

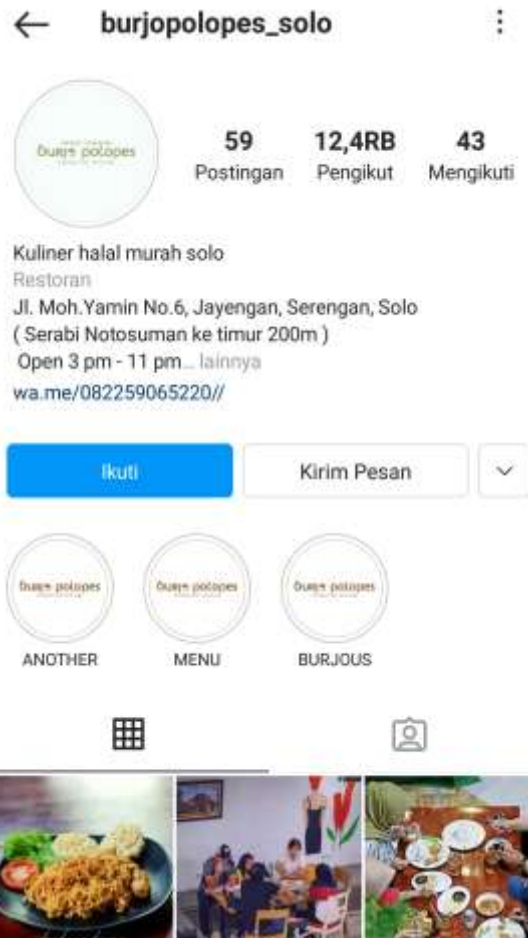
- 2) Lokasi yang kurang strategis karena berada sedikit masuk ke jalan kecil dari jalan utama.



Gambar 15. Ruang Makan Burjo Polopes Solo
(https://www.instagram.com/burjopolopes_solo/, 2022)



Gambar 16. Ruang VIP Burjo Polopes Solo
(https://www.instagram.com/burjopolopes_solo/, 2022)



Gambar 17. Akun Instagram Burjo Polopes Solo
(https://www.instagram.com/burjopolopes_solo/, 2022)

C. Analisa SWOT

Analisa yang digunakan untuk menyampaikan informasi ini menggunakan analisa SWOT. Karena lebih memfokuskan pada pencapaian tujuan dan lebih jelas kemana arah media informasi ini ditujukan. Analisa bersifat kualitatif.

Hasil yang diperoleh yaitu :

SWOT	Warung Burjo One Way Sadulur 3	Burjo Borju VIP	Burjo Polopes Solo
------	-----------------------------------	-----------------	-----------------------

<p style="text-align: center;">Strenght (Kekuatan)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi strategis karena dekat dengan Perguruan Tinggi. • Jam Operasional 24 jam setiap harinya • Harga pada makanan dan minuman yang relative murah • Memiliki ruangan yang cukup luas 	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki menu yang beraneka ragam • Lokasi Strategis karena berada di tengah kota dan dekat dengan mall solo paragon 	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki ruang khusus yang dapat berfungsi sebagai meeting room, dan lain sebagainya • Memiliki ruang makan yang cukup luas
<p style="text-align: center;">Weakness (Kelemahan)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kurangnya desain pada ruangan sehingga terlihat kurang menarik untuk konsumen. • Kurangnya penataan layout branding/identitas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kurang berfungsi fasilitas dengan baik seperti adanya pendingin ruangan tetapi tidak dinyalakan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lahan Parkir kendaraan yang kurang luas • Lokasi yang kurang strategis karena berada sedikit masuk ke jalan kecil dari jalan utama

	<ul style="list-style-type: none"> • Kurangnya media promosi yang dilakukan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan kurang ramah terhadap pelanggan • Durasi makanan yang tersaji kepada pelanggan membutuhkan waktu cukup lama 	
Opportunities (Peluang)	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi yang strategis dan banyaknya pelanggan khususnya mahasiswa yang lebih memilih membeli makanan/minuman sekaligus nongkrong sembari 	<ul style="list-style-type: none"> • Dengan lokasi yang strategis di tengah kota dan memiliki menu yang beraneka ragam dapat membuat konsumen akan lebih tertarik 	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki ruang makan interior yang cukup luas dengan nuansa kekeluargaan dapat menjadi pilihan bagi pelanggan khususnya seperti keluarga ataupun

	mengobrol dan menikmati fasilitas yang disediakan.		komunitas dan lain sebagainya.
Threats (Ancaman)	<ul style="list-style-type: none"> Kurangnya desain dan penataan layout pada ruangan akan membuat pelanggan menjadi tidak nyaman pada waktu nongkrong sembari menikmati makanan ataupun minuman. 	<ul style="list-style-type: none"> Tidak berfungsinya fasilitas yang sebagaimana mestinya, pelayanan kurang ramah serta durasi yang cukup lama dalam menyajikan pesanan makanan atau minuman dapat membuat pelanggan menjadi tidak tertarik untuk berkunjung 	<ul style="list-style-type: none"> Lokasi yang kurang strategis dapat membuat pelanggan atau konsumen kesulitan dalam mencari lokasi serta lahan parkir kendaraan yang kurang luas membuat konsumen menjadi kurang nyaman.