

**ANALISIS MODEL BISNIS DAN STRATEGI OPERASIONAL BUKIT
PELAYANGAN RESTO**

Muhammad Zaim Musyafa ^{1*)}
Fakhri Muhammad ArioPutra ²
Nurul Ramandini ³

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Jakarta

Correspondence author : fakhrimap29@gmail.com *)

Abstrak

Kegiatan ini bertujuan untuk menganalisis model bisnis dan strategi operasional yang diterapkan oleh BUPE Resto (Bukit Pelayangan Resto), sebuah usaha kuliner yang mengusung konsep “Good View, Good Food” di Tangerang Selatan. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara langsung dan observasi lapangan, ditemukan bahwa BUPE membangun model bisnis berbasis kebutuhan masyarakat urban yang menginginkan pengalaman bersantap dengan suasana alam tanpa harus keluar kota. Strategi operasional yang diterapkan meliputi efisiensi biaya melalui standar gramasi, pemilihan supplier kompetitif, pengelolaan penyimpanan bahan baku, serta pemanfaatan teknologi sistem kasir digital untuk mendukung keuangan dan stok. Hasil analisis menunjukkan bahwa kombinasi antara model bisnis berbasis kebutuhan dan strategi operasional yang adaptif mampu membawa BUPE mencapai titik impas di tahun kedelapan dan bertahan dalam situasi ekonomi yang fluktuatif. Penelitian ini merekomendasikan agar pelaku usaha kuliner merancang model bisnis yang berorientasi pada kebutuhan konsumen dan memperkuat operasional dengan pendekatan sistematis dan efisien.

Kata kunci : Model Bisnis, Operasional, Bisnis Kuliner,

Pendahuluan

Dalam perkembangan dunia usaha, bisnis kuliner menjadi salah satu sektor yang terus mengalami pertumbuhan seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat akan makanan siap saji dan tempat makan yang nyaman. Perubahan gaya hidup masyarakat urban, khususnya di kota-kota besar, memunculkan tren baru dalam konsumsi makanan di luar rumah. Mobilitas tinggi, kesibukan kerja, dan keterbatasan waktu membuat banyak orang lebih memilih untuk makan di luar sambil menjalankan aktivitas lainnya, seperti rapat atau bersantai bersama keluarga.

Fenomena ini melahirkan peluang usaha bagi pelaku bisnis kuliner untuk tidak hanya menyediakan makanan berkualitas, tetapi juga menawarkan suasana yang mendukung kenyamanan dan efisiensi waktu. Di tengah kebutuhan tersebut, muncul konsep restoran yang menggabungkan fungsi kuliner dengan pengalaman ruang yang menyenangkan dan menenangkan secara visual maupun emosional (WordPress, 2025).

Menjawab kebutuhan tersebut, Faisal Alfansury mendirikan BUPE Resto (Bukit Pelayangan Resto) di kawasan Serpong, Tangerang Selatan. Restoran ini hadir sebagai solusi

atas kebutuhan masyarakat urban menengah ke atas yang ingin menyelesaikan pekerjaan, memenuhi kebutuhan makan, sekaligus menikmati suasana alam tanpa harus bepergian jauh ke daerah pedesaan. Dengan mengusung konsep "*Good View, Good Food*", BUPE Resto menawarkan nuansa semi-outdoor bernuansa alam di tengah kota, sebagai alternatif praktis untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Melalui pendekatan inilah BUPE mencoba menjawab masalah keterbatasan waktu dan ruang yang kerap dihadapi masyarakat urban masa kini.



Gambar 1
Suasana di BUPE Resto

Metode Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggali informasi secara mendalam mengenai operasional dan strategi bisnis BUPE Resto. Metode utama yang digunakan adalah wawancara langsung dengan Faisal Alfansury selaku pemilik sekaligus pendiri BUPE Resto. Wawancara dilakukan secara tatap muka untuk memperoleh perspektif langsung dari pihak manajemen mengenai latar belakang usaha, tantangan yang dihadapi, serta strategi yang diterapkan dalam menjalankan bisnis.



Gambar 2
Proses Wawancara Dengan Faisal Alfansury

Selain wawancara, kegiatan ini juga dilengkapi dengan observasi lapangan yang dilakukan secara langsung di lokasi BUPE Resto. Observasi bertujuan untuk memahami secara nyata suasana restoran, fasilitas yang disediakan, segmentasi pelanggan, serta interaksi antara pelanggan dan staf.

Sebagai pelengkap data primer, penulis juga melakukan riset data sekunder melalui penelusuran ulasan pelanggan di platform Google Review serta komentar-komentar di akun Instagram resmi BUPE Resto (maps, 2025). Data ini memberikan gambaran umum tentang persepsi publik terhadap pelayanan, cita rasa makanan, hingga daya tarik suasana yang ditawarkan restoran.



Gambar 3
Riset Data sekunder

Pelaksanaan dan Hasil Kegiatan

Kegiatan observasi dan wawancara yang dilakukan bersama Faisal Alfansury selaku owner BUPE Resto menghasilkan beberapa temuan utama yang mencerminkan kekuatan dan dinamika model bisnis, strategi operasional, serta tantangan yang dihadapi restoran. Pertama, dari sisi model bisnis, BUPE mengusung konsep "*Good View, Good Food*", yaitu menawarkan pengalaman makan dengan nuansa alam terbuka di tengah kota, yang ditujukan untuk masyarakat urban menengah ke atas dengan mobilitas tinggi. Pelanggan tidak hanya membeli makanan, tetapi juga suasana dan kenyamanan yang jarang ditemukan di lingkungan perkotaan.

Kedua, dari segi tantangan operasional, BUPE menghadapi masalah utama dalam hal efisiensi biaya tenaga kerja dan fluktuasi harga bahan baku. Untuk mengatasi hal ini, BUPE menerapkan beberapa strategi: (1) standarisasi gramasi pada setiap menu untuk menjaga konsistensi takaran sekaligus efisiensi biaya produksi; (2) memilih supplier dengan harga kompetitif dan rutin memantau harga pasar; (3) mengatur penyimpanan bahan baku sesuai standar, seperti penggunaan chiller dan freezer berdasarkan jenis komoditas untuk mencegah kerusakan dan pemborosan; serta (4) menyiasati lonjakan harga bahan dengan menyesuaikan porsi makanan tanpa mengorbankan kualitas rasa.

Ketiga, dalam hal strategi pemasaran, BUPE tidak hanya memanfaatkan media sosial seperti Instagram, tetapi juga aktif menjalin komunikasi langsung dengan pelanggan melalui WhatsApp. Strategi ini ditujukan untuk membangun hubungan emosional dan meningkatkan loyalitas pelanggan, terutama dari kalangan usia 30 tahun ke atas. BUPE juga menyediakan paket custom dengan minimum spending tertentu, disesuaikan dengan kebutuhan dan anggaran pelanggan, khususnya untuk acara keluarga atau korporat.

Keempat, dari sisi manajemen keuangan, BUPE menerapkan pemisahan pos anggaran—seperti pos operasional, produksi, dan investasi—untuk memudahkan pengawasan arus kas. Mereka juga menggunakan sistem Point of Sales (POS) Olsera untuk membantu pencatatan transaksi, pengelolaan stok, dan pembuatan laporan keuangan secara sistematis dan akurat.

Terakhir, dari wawancara diketahui bahwa BUPE mencapai titik impas (Break Even Point) pada tahun kedelapan sebelum pandemi COVID-19. Meskipun saat ini berada dalam fase bertahan, terutama pascapandemi, kepemilikan aset tempat usaha menjadi keunggulan yang memungkinkan BUPE menekan biaya operasional dan terus berupaya mempertahankan keberlangsungan usahanya. restoran ini.

1. Model Bisnis dan Target Pasar

BUPE Resto atau Bukit Pelayangan Resto merupakan usaha kuliner berbasis jasa yang menawarkan lebih dari sekadar pengalaman makan. Konsep utama dari restoran ini adalah menghadirkan suasana pedesaan dan alam terbuka di tengah kota, sehingga menjadi pilihan tepat bagi masyarakat urban yang ingin sejenak "kabur" dari hiruk-pikuk perkotaan tanpa harus bepergian jauh.



Gambar 4
Customer BUPE Resto

Model bisnis BUPE bertumpu pada konsep value-driven experience, di mana pelanggan tidak hanya membeli makanan, tetapi juga membeli suasana dan ketenangan yang jarang ditemui di kota besar. Dengan tagline “*Good View, Good Food*”, BUPE menyuguhkan pengalaman bersantap di ruang terbuka yang asri, lengkap dengan elemen-elemen seperti saung, kolam ikan, dan pemandangan hijau.

Target pasar utama BUPE adalah masyarakat urban menengah ke atas dengan karakteristik mobilitas tinggi, seperti karyawan kantor, pengusaha, dan keluarga. Kelompok ini cenderung mencari tempat makan yang bisa digunakan untuk berbagai aktivitas—mulai dari pertemuan kerja, acara keluarga, hingga momen bersantai. BUPE menjawab kebutuhan ini dengan menyediakan area yang nyaman untuk meeting, fasilitas lengkap seperti function room dan playground anak, serta menu makanan khas Nusantara yang menggugah selera.



Gambar 5
Playground BUPE Resto

2. Tantangan Operasional

Sebagai bisnis kuliner yang menyasar segmen menengah ke atas, BUPE Resto menghadapi tantangan utama dalam menjaga efisiensi operasional agar tetap kompetitif tanpa mengorbankan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan. Faisal Alfansury selaku pemilik menyampaikan bahwa tantangan terbesar terletak pada dua aspek utama, yaitu pengelolaan sumber daya manusia (SDM) dan pengendalian biaya produksi. Tantangan ini juga menjadi

perhatian umum di industri kuliner, di mana efisiensi biaya dan fluktuasi harga bahan baku merupakan dua aspek yang paling krusial dalam menjaga keberlangsungan bisnis (Handayani, 2022).

Di sisi SDM, tantangannya adalah bagaimana menyesuaikan jumlah dan kinerja karyawan dengan kebutuhan operasional yang dinamis. Restoran dengan kapasitas besar seperti BUPE membutuhkan manajemen tenaga kerja yang efisien agar tidak terjadi pemborosan tenaga maupun biaya.

Sementara itu, dari sisi bahan baku, tantangan muncul dalam bentuk fluktuasi harga dan potensi pemborosan dalam penyimpanan atau penggunaan (Jaharuddin, Sang “Pencuri” Bernama Inflasi, 2021). Kenaikan harga bahan pokok seperti ikan dan sayuran dapat berdampak langsung pada margin keuntungan jika tidak dikelola dengan cermat. Selain itu, penyimpanan bahan makanan yang kurang tepat dapat menyebabkan kerusakan atau pemborosan yang merugikan.

Kondisi ini diperparah oleh kenyataan bahwa produk makanan bukanlah kebutuhan pokok yang tidak bisa ditunda. Artinya, konsumen menengah ke atas dapat dengan mudah memilih untuk tidak makan di luar ketika harga dirasa terlalu tinggi atau pelayanan tidak sepadan dengan harga.

3. Strategi Efisiensi

Untuk mengatasi tantangan operasional yang dihadapi, BUPE Resto menerapkan serangkaian strategi efisiensi yang terfokus pada pengendalian biaya bahan baku, penggunaan sumber daya manusia yang tepat, serta optimalisasi proses penyimpanan dan penyajian makanan.

Di sisi pengadaan bahan baku, BUPE melakukan pemantauan rutin terhadap harga pasar dan menjalin kerja sama dengan supplier yang menawarkan harga kompetitif. Salah satu contoh konkret adalah bahan baku ikan gurame yang menjadi menu favorit di BUPE—restoran secara aktif membandingkan harga dari berbagai vendor untuk mendapatkan penawaran terbaik.

Dalam hal pengendalian porsi, BUPE menerapkan standar gramasi pada setiap menu. Hal ini bertujuan agar setiap sajian yang keluar dari dapur memiliki takaran yang konsisten, sekaligus menjaga agar biaya produksi sejalan dengan harga jual. Pendekatan ini membantu menekan pemborosan bahan dan menjaga stabilitas margin keuntungan meskipun terjadi kenaikan harga bahan baku.

Strategi efisiensi juga diterapkan dalam sistem penyimpanan. BUPE menggunakan fasilitas chiller dan *freezer* sesuai dengan jenis bahan makanan agar kualitas tetap terjaga dan tidak cepat rusak. Pengelolaan stok yang disiplin dan pencatatan yang rapi menjadi bagian penting dari upaya meminimalkan kerugian akibat bahan yang rusak atau terbuang.

Ketika fluktuasi harga tidak bisa dihindari, BUPE menyiasatinya dengan melakukan penyesuaian secara internal, bukan dengan langsung menaikkan harga jual. Salah satunya dengan mengatur ulang gramasi atau mengganti komponen menu yang masih dapat diterima pelanggan tanpa menurunkan kualitas pengalaman bersantap.

4. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran BUPE Resto dirancang untuk menjangkau segmen pasar menengah ke atas yang memiliki gaya hidup dinamis namun tetap menginginkan kenyamanan dan kualitas dalam bersantap. BUPE menyadari bahwa pendekatan promosi tidak bisa bersifat umum, melainkan harus disesuaikan dengan karakteristik pelanggan utamanya yang sebagian besar berusia 30 tahun ke atas dan memiliki kebiasaan komunikasi yang lebih personal.

Salah satu strategi utama yang dilakukan BUPE adalah pemanfaatan media sosial dan komunikasi langsung. Meskipun memiliki akun Instagram untuk membangun citra dan visibilitas digital, BUPE lebih aktif menggunakan platform WhatsApp untuk menjangkau pelanggan secara langsung. Melalui WhatsApp, BUPE secara rutin membagikan informasi

promo, menu baru, dan *follow-up* kepada pelanggan yang pernah menggunakan layanan mereka. Pendekatan personal melalui WhatsApp juga sejalan dengan strategi pemasaran langsung yang dinilai lebih efektif untuk membangun loyalitas (Kotler & Keller, 2016)

BUPE juga mengembangkan strategi penawaran paket custom yang disesuaikan dengan kebutuhan dan anggaran pelanggan. Misalnya, untuk pelanggan korporat atau acara keluarga, BUPE menawarkan paket dengan minimum spending tertentu yang mencakup layanan tambahan sesuai permintaan. Strategi ini memungkinkan fleksibilitas bagi pelanggan tanpa mengorbankan standar pelayanan (Werdani, Kurniawati, Sukoco, Windriya, & Dian, 2019).

5. Manajemen Keuangan

Selain itu, BUPE aktif meminta testimoni dari pelanggan setelah acara atau kunjungan selesai. Testimoni ini tidak hanya digunakan untuk evaluasi internal, tetapi juga sebagai alat pemasaran word-of-mouth yang terbukti efektif untuk menarik calon pelanggan baru.

Dalam menjalankan operasional BUPE Resto, manajemen keuangan menjadi salah satu aspek penting yang diperhatikan secara serius oleh pemilik, Faisal Alfansury. Ia menekankan pentingnya memahami dan mengontrol seluruh arus kas yang terjadi di dalam bisnis, baik yang bersifat harian maupun jangka panjang.



Gambar 6

Faisal Alfansury menunjukkan strategi manajemen keuangan

Strategi pengelolaan keuangan di BUPE dimulai dengan memisahkan pos-pos anggaran secara jelas, yaitu pos operasional, pos produksi, dan pos investasi. Pemisahan ini bertujuan agar manajemen dapat memantau keuangan dengan lebih terstruktur dan mencegah tercampurnya dana antarpos yang dapat mengaburkan kondisi keuangan sebenarnya. Misalnya, meskipun terlihat omzet mencapai ratusan juta, apabila tidak dihitung nilai stok sebagai aset, maka gambaran keuangan bisa menjadi bias dan menyesatkan.

Selain itu, BUPE memanfaatkan teknologi dalam pencatatan keuangan dengan menggunakan sistem *Point of Sales* (POS) bernama Olsera (Alfansury, 2025). Sistem ini tidak hanya berfungsi sebagai kasir, tetapi juga mencatat transaksi, mengelola stok bahan baku, hingga menghasilkan laporan keuangan yang akurat. Penggunaan platform ini sangat membantu dalam menjaga transparansi, efisiensi, dan akuntabilitas keuangan, serta mempermudah proses evaluasi kinerja bisnis secara berkala.

6. Break Event Point (BEP)

BUPE Resto sebagai bisnis kuliner yang memadukan pengalaman makan dan suasana alam telah melalui proses panjang dalam mencapai titik impas (*Break Even Point*/BEP). Menurut Faisal Alfansury selaku pemilik, BEP di BUPE telah tercapai pada tahun kedelapan sejak operasional restoran dimulai. Mencapai BEP dalam waktu delapan tahun menunjukkan bahwa perencanaan jangka panjang dan efisiensi operasional mampu menghasilkan keuntungan berkelanjutan (Trio & Luturlean, 2020). Artinya, seluruh nilai investasi awal yang ditanamkan telah kembali dalam bentuk pendapatan, dan usaha mulai menunjukkan profitabilitas secara menyeluruh sebelum pandemi COVID-19.

Namun, kondisi pasca-pandemi membawa tantangan baru yang menyebabkan penyesuaian strategi operasional dan keuangan. Faisal menjelaskan bahwa saat ini BUPE berada dalam fase “bertahan hidup”, di mana fokus utama bukan lagi pada ekspansi atau peningkatan keuntungan, tetapi pada menjaga kestabilan usaha, efisiensi biaya, dan mempertahankan loyalitas pelanggan (Nasution, Erlina, & Muda, 2020).

Salah satu faktor yang memperkuat posisi keuangan BUPE saat ini adalah kepemilikan aset tetap berupa bangunan dan lahan usaha tidak lagi menyewa tempat. Kepemilikan tempat usaha untuk BUPE menjadikan penekanan biaya operasional, meskipun arus kas belum sepenuhnya stabil seperti sebelum pandemi.

Kesimpulan dan Rekomendasi

BUPE Resto merupakan contoh nyata dari usaha kuliner yang berhasil merancang model bisnis berbasis kebutuhan masyarakat urban. Dengan mengusung konsep "*Good View, Good Food*", BUPE tidak hanya menjual makanan, tetapi juga menawarkan pengalaman bersantap yang menyatu dengan nuansa alam di tengah kota. Pendekatan ini menjawab kebutuhan masyarakat yang memiliki mobilitas tinggi namun tetap menginginkan suasana yang nyaman dan menenangkan untuk makan, bekerja, atau bersantai. Model bisnis BUPE menempatkan pengalaman dan suasana sebagai nilai jual utama, sementara makanan menjadi bagian dari keseluruhan pengalaman tersebut.

Dari sisi operasional, BUPE menghadapi berbagai tantangan seperti fluktuasi harga bahan baku, pengelolaan sumber daya manusia, dan efisiensi dalam proses produksi. Namun, melalui strategi seperti standarisasi gramasi, pemilihan supplier yang kompetitif, pengelolaan penyimpanan bahan baku secara optimal, serta pemanfaatan teknologi sistem kasir digital, BUPE mampu mengelola operasional secara efisien dan terukur. Penggunaan sistem *Point of Sales* (POS) juga membantu dalam mencatat transaksi dan mengevaluasi arus kas serta kinerja keuangan secara berkala.

Keberhasilan BUPE mencapai titik impas (*Break Even Point*) pada tahun kedelapan menunjukkan bahwa kombinasi antara pemahaman pasar, efisiensi operasional, dan strategi keuangan yang baik mampu mendukung keberlangsungan bisnis dalam jangka panjang. Berdasarkan hasil tersebut, disarankan agar pelaku usaha kuliner lainnya menerapkan pendekatan berbasis kebutuhan konsumen dalam perancangan model bisnis, serta mengoptimalkan strategi operasional melalui sistem yang terstruktur dan adaptif. Selain itu, penting pula untuk membangun komunikasi yang dekat dengan pelanggan agar tercipta loyalitas yang dapat memperkuat posisi bisnis di tengah persaingan yang semakin ketat. Seperti yang disampaikan (Jaharuddin, Mansah, & Hartutik, 2025), pendampingan UMKM atau usaha mikro juga perlu mempertimbangkan aspek kebutuhan konsumen dan efisiensi sistem operasional, sehingga mampu bertahan di tengah tekanan ekonomi, terutama pascapandemi.

Daftar Pustaka

- Alfansury, F. (2025, 4 25). Wawancara Pengenalan Bukit Pelayangan Resto. (F. Muhammad, N. Ramandini, & Z. Musyafa, Interviewers)
- Handayani, D. (2022). Strategi usaha kuliner dalam menghadapi era new normal (Studi pada pelaku usaha kuliner di Kota Makassar). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 835–845. doi:<https://doi.org/10.26858/jpkm.v5i2.2196>
- Jaharuddin. (2021). *Sang “Pencuri” Bernama Inflasi*. Surabaya: Global Aksara Pers.
- Jaharuddin, Mansah, A., & Hartutik. (2025). Pendampingan UMKM mahasiswa setu farm di era pandemi. *Media Resonansi Pengabdian Masyarakat*, 1(1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.

- maps, G. (2025). *Review Bukit Pelayangan Resto*. Retrieved from <https://maps.app.goo.gl/owFqq6EoBg2ndSgm7>
- Nasution, D. A., Erlina, & Muda, I. (2020, Juli). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Benefita*, 5(2), 212-224.
- Trio, P., & Lutarlean, B. S. (2020). Pengaruh lingkungan kerja non-fisik terhadap kinerja karyawan Bukit Pelayangan Resto. *e-Proceeding of Management*, 7(2).
- Werdani, R. E., Kurniawati, N. I., Sukoco, J. B., Windriya, A., & Dian, I. (2019). Pelatihan Pemasaran Produk Homemade Melalui Sosial Media. *JPPM Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1). doi:<https://doi.org/10.30595/jppm.v4i1.4655>
- WordPress. (2025). *About Bupe resto*. Retrieved from [buperesto.wordpress.com](https://buperesto.wordpress.com/about): <https://buperesto.wordpress.com/about>