

ANALISIS KELAYAKAN BISNIS PADA USAHA POROBICO KOTA AMBON

Natalia Tomhisa¹, Sitti Afriany Rumata², Zainab Tuasamu³, Citra Alfia Rahma⁴,
Yulio Frans Paliama⁵, Zulkipli Mahulette⁶, Sartika Hamim⁷, Gesy Haumahu⁸, Iffah
Shabrina Mahad⁹, Muhammad Rivaldi idris¹⁰

¹⁻¹⁰Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas pattimura, Indonesia

*e-mail: ntliatomhisa@gmail.com¹, afrianyrumata@gmail.com², zaenabtuasamu7@gmail.com³,
citraalfiarahma12@gmail.com⁴, yuliopaliama@gmail.com⁵, mahuletezulkipli@gmail.com⁶,
sartikahamim03@gmail.com⁷, gesyhaumahu@gmail.com⁸, iffahshabrunamahad18@gmail.com⁹,
rivaldi.idris35@gmail.com¹⁰

Abstrak

Studi kelayakan bisnis merupakan sesuatu yang penting sebelum melakukan suatu investasi, bisnis, ataupun proyek. Studi kelayakan bisnis diperlukan untuk melihat kelayakan dari suatu bisnis ataupun proyek. Objek dari studi kelayakan ini adalah Usaha Porobico yang terletak di Jalan Kota Jawa, Kecamatan Teluk Ambon, Kota Ambon, Provinsi Maluku. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui kelayakan usaha dari bisnis Porobico. Dari penelitian ini dihasilkan aspek hukum yaitu Porobico memiliki dokumen legalitas seperti KTP, Surat Izin Usaha, dan NPWP. Aspek pasar dan pemasaran yaitu dalam memasuki pasar, Porobico menargetkan ke semua kalangan konsumen dan memenuhi 4 variabel pemasaran yaitu harga, produk, lokasi, dan promosi. Pada aspek teknis dan operasi, lokasi Porobico terbilang strategis dan tata letak ruangnya juga tepat. Pada aspek manajemen dan organisasi, proses rekrutmen karyawannya cukup baik dan struktur organisasinya terdiri dari pemilik dan 2 karyawan. Pada aspek ekonomi dan sosial, dampak yang ditimbulkan yaitu dapat meningkatkan ekonomi rumah tangga dan meningkatkan ekonomi pemerintah baik lokal maupun regional. Dan pada aspek AMDAL, didapat bahwa Porobico tidak berdampak pada lingkungan. Sehingga dari hasil penilaian aspek-aspek kelayakan bisnis maka dapat disimpulkan bahwa usaha Porobico layak untuk dijalankan.

Kata kunci: aspek-aspek kelayakan bisnis, Porobico, studi kelayakan bisnis.

Abstract

A business feasibility study is important before making an investment, business, or project. A business feasibility study is needed to see the feasibility of a business or project. The object of this feasibility study is the Porobico Business which is located on Jalan Kota Jawa, Teluk Ambon District, Ambon City, Maluku Province. This study aims to analyze and determine the business feasibility of the Porobico business. From this research, the legal aspect is that Porobico has legal documents such as KTP, business license, and NPWP. The market and marketing aspect is that in entering the market, Porobico targets all consumers and fulfills 4 marketing variables, namely price, product, location, and promotion. In the technical and operational aspects, the location of Porobico is fairly strategic and the layout of the room is also appropriate. In the management and organizational aspects, the employee recruitment process is quite good and the organizational structure consists of the owner and 2 employees. In the economic and social aspects, the impact caused is that it can improve the household economy and increase the economy of the government both locally and regionally. And in the EIA aspect, it is found that Porobico has no impact on the environment. So that from the results of the assessment of the aspects of business feasibility, it can be concluded that the Porobico business is feasible to run.

Keywords: aspects of business feasibility, business feasibility study, Porobico.

1. PENDAHULUAN

Jumlah industri makanan dan minuman di Indonesia terus meningkat, khususnya pada sektor makanan ringan dan makanan penutup. Dengan semakin banyaknya UMKM di Indonesia, bermunculan berbagai bentuk bisnis makanan ringan, mulai dari penjualan online hingga penjualan di toko. Di era globalisasi saat ini, banyak masyarakat yang berlomba-lomba memulai

usaha untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, mulai dari usaha kecil hingga perusahaan besar. Biasanya, seseorang yang memulai bisnis besar harus memperhitungkan besarnya modal dan berbagai risiko yang mungkin timbul jika tidak dikelola dengan baik. Jika memulai sebuah perusahaan mulai dari makro, kecil, menengah atau biasa disebut UMKM, keadaannya terlihat berbeda. Secara garis besar bagian pendahuluan memuat latar belakang, perumusan masalah, tujuan kegiatan, dan kajian literatur. Penulis dituntut mengemukakan secara kuantitatif potret, profil, dan kondisi khalayak sasaran yang dilibatkan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Dapat digambarkan pula kondisi dan potensi wilayah dari segi fisik, sosial, ekonomi, maupun lingkungan yang relevan dengan kegiatan yang dilakukan. Paparkan pula potensi yang dijadikan sebagai bahan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Penulis diminta merumuskan masalah secara konkrit dan jelas pada bagian ini. Jelaskan tujuan yang hendak dicapai pada kegiatan pengabdian.

Situasi perekonomian yang tidak menentu di negara-negara berkembang seperti Indonesia telah membuat mata pencaharian Masyarakat menjadi tidak stabil sehingga membuat Masyarakat menjadi lebih kreatif lagi baik dalam membuka suatu usaha. Sehingga dalam memulai atau menjalankan suatu usaha diperlukan studi kelayakan bisnis, agar dapat mengetahui layak atau tidaknya suatu bisnis dijalankan. Ada beberapa aspek untuk menilai layak atau tidaknya suatu bisnis itu dijalankan yaitu diantaranya aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis/operasi, aspek manajemen dan organisasi, aspek ekonomi dan sosial, dan aspek dampak lingkungan. Salah satu usaha yang memerlukan studi kelayakan bisnis adalah Porobico. Porobico adalah sebuah bisnis yang bergerak di bidang makanan dan minuman, yang lebih tepatnya *dessert* atau makanan penutup dan minuman segar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui kelayakan usaha Porobico berdasarkan aspek-aspek untuk menilai kelayakan bisnis.

1.1 Studi Kelayakan Bisnis

Menurut (Husnan & Muhammad, 2014) yang dimaksud dengan studi kelayakan bisnis adalah penelitian tentang dapat tidaknya suatu proyek bisnis (biasanya merupakan bisnis investasi) dilaksanakan dengan berhasil. Tujuan dilakukannya studi kelayakan adalah untuk menghindari keterjalnjuran penanaman modal yang terlalu besar untuk kegiatan yang ternyata tidak menguntungkan (Husnan & Muhammad, 2014).

Studi Kelayakan Bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan (Kasmir & Jakfar, 2003). Studi Kelayakan Bisnis Menurut (Suliyanto, 2010), "Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian yang bertujuan untuk memutuskan apakah sebuah ide bisnis layak untuk dilaksanakan atau tidak. Sebuah ide bisnis dinyatakan layak untuk dilaksanakan jika ide tersebut dapat mendatangkan manfaat yang lebih besar bagi semua pihak dibandingkan dampak negatif yang ditimbulkan"

Dalam melakukan pembuatan dan penilaian studi kelayakan melalui tahap-tahap yang telah ditentukan hendaknya dilakukan secara benar dan lengkap. Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasikan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan, misalnya rencana peluncuran produk baru (Anityasari, 2011).

Pengertian selanjutnya study kelayakan (Feasibility study) adalah kegiatan yang dalam praktiknya menelaah suatu usulan proyek atau gagasan usaha agar usaha yang dijalankan berjalan dan berkembang sesuai dengan tujuan dan target (Sobana, 2018).

Aspek-aspek yang dinilai dalam studi kelayakan bisnis meliputi aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis/operasional, aspek manajemen dan organisasi, aspek ekonomi, dan sosial, serta aspek dampak lingkungan.

1.2 Aspek Hukum

Aspek hukum digunakan untuk meneliti kelengkapan, kesempurnaan, dan keaslian dari dokumen yang dimiliki mulai dari badan usaha, isis-isisn, sampai dokumen lainnya. Tujuan dari aspek hukum adalah untuk meneliti keabsahan, kesempurnaan, dan keaslian dari dokumen-dokumen yang dimiliki. (Kasmir & Jakfar, 2003)

1.3 Aspek Pasar dan Pemasaran

Pengertian pasar secara sederhana dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi (Kasmir & Jakfar, 2003). Sedangkan pengertian pemasaran menurut Philip Kotler dalam (Kasmir & Jakfar, 2003) adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dari pihak lain.

Analisis aspek pasar dan pemasaran adalah suatu usulan proyek yang ditujukan untuk mendapatkan gambaran mengenai besar pasar potensial yang tersedia dan mengurangi kemungkinan resiko yang akan terjadi untuk masa yang akan datang (Suprpto, 2013).

Menurut Thomas dan Norman dalam (Purnamasari & Hendrawan, 2013) Strategi pemasaran adalah penggabungan oleh wirausahawan terhadap penelitian pasar yang bermakna dengan suatu rencana untuk mengembangkan daya saing dalam pasar sasaran tertentu untuk menciptakan bauran pemasaran yang berhasil.

Aspek pasar dan pemasaran meneliti seberapa besar pasar yang akan dimasuki dan seberapa besar kemampuan Perusahaan untuk menguasai pasar serta bagaimana strategi yang akan dijalankan nantinya (Kasmir & Jakfar, 2003).

Menurut (Suliyanto, 2010), bauran pemasaran merupakan kombinasi dan empat variabel yang merupakan inti dari sistem pemasaran yang dapat dikendalikan oleh perusahaan. Sedangkan menurut (Husnan & Muhammad, 2014) pengertian bauran pemasaran (marketing mix) mencakup sejumlah variabel pemasaran yang terkontrol oleh Perusahaan dan digunakan oleh Perusahaan untuk mencapai target pasar yang telah ditetapkan dan memberikan kepuasan pada konsumen. Ada 4 variabel atau strategi bauran pemasaran yaitu:

1. Produk

Menurut (Kotler & Armstrong, 2010) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

2. Harga

Menurut (Kotler & Armstrong, 2010), harga adalah sejumlah uang yang dikenakan kepada produk. Harga merupakan nilai yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dari pengorbanan tersebut.

3. Lokasi dan distribusi

Lokasi atau tempat seringkali ikut menentukan kesuksesan perusahaan, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial sebuah perusahaan. Disamping itu, lokasi juga berpengaruh terhadap dimensi-dimensi strategi seperti flexibility, competitive, positioning, dan focus. Fleksibilitas suatu lokasi merupakan ukuran sejauh mana suatu perusahaan dapat bereaksi terhadap perubahan situasi ekonomi. Keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya kapital intensif, maka perusahaan benar-benar harus mempertimbangkan dan menyeleksi lokasi yang responsif terhadap situasi ekonomi, demografi, budaya, dan persaingan di masa mendatang. (Tjiptono, 1996).

4. Promosi

Menurut (Kotler & Armstrong, 2010), promosi merupakan semua bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai yang ditawarkan perusahaan dan memengaruhi pelanggan untuk membeli barang yang ditawarkan.

1.4 Aspek Teknis dan Operasi

Aspek teknis dan operasi adalah untuk menentukan lokasi, *layout* gedung dan ruangan, serta teknologi yang akan dipakai (Kasmir & Jakfar, 2003).

1. Penentuan lokasi usaha

Seperti sudah dijelaskan sebelumnya bahwa prioritas utama aspek teknis/operasi adalah menganalisis masalah penentuan lokasi. Pemilihan lokasi sangat penting mengingat apabila salah dalam menganalisis akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya.

2. Luas produksi

Penentuan luas produksi adalah berkaitan dengan berapa jumlah produksi yang dihasilkan dalam waktu tertentu dengan mempertimbangkan kapasitas Teknis dan peralatan yang dimiliki serta biaya yang paling efisien.

3. Tata letak (layout)

Layout merupakan suatu proses dalam penentuan bentuk dan penempatan fasilitas yang dapat menentukan efisien produksi/operasi. Layout dirancang berkenaan dengan produk, proses, sumber daya manusia, dan lokasi sehingga dapat tercapai efisiensi operasi.

4. Pemilihan teknologi

Yang menjadi perhatian disini adalah seberapa jauh derajat mekanisasi yang diinginkan dan manfaat ekonomi yang dikerjakan. Yang perlu diperhatikan dalam pemilihan teknologi antara lain.

- Ketepatan teknologi dengan bahan baakunya
- Keberhasilan teknologi di tempat lain
- Pertimbangan teknologi lanjutan
- Besarnya biaya infestasi dan biaya pemeliharaan
- Kemampuan tenaga kerja dan kemungkinan pengembangannya
- Pertimbangan pemerintah dalam hal tenaga kerja
- Dan pertimbangan lainnya

1.5 Aspek Manajemen dan Organisasi

Aspek manajemen dan operasi adalah untuk mengukur kesiapan dan kemampuan sumber daya manusia yang akan menjalankan usaha tersebut dan mencari bentuk organisasi yang sesuai dengan usaha yang akan dijalankan (Kasmir & Jakfar, 2003). Aspek manajemen dan organisasi merupakan aspek yang cukup penting dianalisis untuk kelayakan suatu usaha. Karena walaupun suatu usaha telah dinyatakan layak untuk dilaksanakan tanpa didukung dengan manajemen dan organisasi yang baik, bukan tidak mungkin akan mengalami kegagalan.

Manajemen sumber daya manusia merupakan suatu konsep yang baartaliaan dengan kebijaksanaan, prosedur dan praktik bagaimana mengelola atau mengatur orang dalam Perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

1. Pengadaan tenaga kerja

Pengadaan tenaga kerja (procurement) merupakan upaya untuk memperoleh jumlah dan jenis tenaga kerja yang tepat untuk memenuhi kebutuhan organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Pengadaan tenaga kerja meliputi penarikan, seleksi, dan penempatan.

- Penarikan (recruitment) adalah upaya mencari calon karyawan yang memenuhi syarat tertentu sehingga dari mereka perusahaan dapat memilih orang-orang yang paling tepat untuk mengisi lowongan yang ada.
- Seleksi adalah suatu proses untuk memilih atau mendapatkan tenaga kerja yang memenuhi syarat yang telah ditentukan organisasi.
- Penempatan (placement) berkaitan dengan pencocokan seseorang dengan jabatan yang akan dijabatnya berdasarkan pada kebutuhan jabatan.

2. Organisasi

Struktur organisasi menggambarkan tugas, wewenang, dan tanggung jawab masing-masing bagian. Pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang tergambar dalam struktur organisasi akan mempermudah perusahaan melakukan pengendalian.

Tujuan organisasi akan menentukan struktur organisasinya, yaitu dengan menentukan seluruh tugas, hubungan antartugas, batas wewenang dan tanggung jawab untuk menjalankan masing-masing tugas tersebut.

1.6 Aspek Ekonomi dan Sosial

Aspek ekonomi dan sosial adalah untuk menilai manfaat ekonomi dan sosial dengan dijalankannya bisnis tersebut bagi Masyarakat (Kasmir & Jakfar, 2003). Bagi Masyarakat adanya investasi ditinjau dari aspek ekonomi adalah akan memberikan peluang untuk meningkatkan pendapatannya. Adapun bagi pemerintah dampak positif yang diperoleh adalah dari aspek ekonomi memberikan pemasukan berupa pendapatan baik bagi pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.

Dampak positif dari aspek sosial bagi masyarakat secara umum adalah tersedianya sarana dan prasarana yang dibutuhkan, seperti Pembangunan jalan, jembatan, listrik, dan sarana lainnya. Kemudian bagi pemerintah dampak negatif dari aspek sosial adanya perubahan demografi di suatu wilayah, perubahan budaya, dan Kesehatan Masyarakat. Dampak negatif dalam aspek sosial termasuk terjadinya perubahan gaya hidup, budaya, adat istiadat, dan struktur sosial lainnya.

1.7 Aspek Analisis Dampak Lingkungan Hidup (AMDAL)

Pada Pasal 1 UU Nomor 23 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, Analisis mengenai dampak lingkungan hidup, yang disebut Amdal, adalah kajian mengenai dampak penting suatu usaha dan/atau kegiatan yang direncanakan pada lingkungan hidup yang diperlukan bagi proses pengambilan keputusan tentang penyelenggaraan usaha dan/atau kegiatan. (Indonesia, Lembaran Negara Tahun 2009 Nomor 140). AMDAL adalah untuk menilai dampak lingkungan yang ditimbulkan nantinya, apabila bisnis tersebut dijalankan (Kasmir & Jakfar, 2003).

2. METODE

2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian deskriptif menurut (Sugiyono, 2018) adalah suatu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independent) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Artinya, penelitian ini hanya ingin mengetahui bagaimana keadaan variabel ini sendiri tanpa ada pengaruh atau hubungan terhadap variabel lain seperti penelitian eksperimen atau korelasi.

2.2 Subjek, Waktu, dan Tempat Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah usaha porobico yang berlokasi di Kota Jawa, Kec. Tlk. Ambon, Kota Ambon, Maluku. Lama penelitian dilakukan sejak 1 November 2023 sampai 4 Desember 2023. Basis penelitian dilakukan dengan mewawancarai pemilik usaha porobico untuk mendapatkan data pembuatan laporan

2.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode survey yaitu pengamatan secara langsung terhadap objek lapangan serta mengumpulkan data melalui wawancara langsung dengan responden yang berpedoman pada pertanyaan yang telah disusun. Penelitian ini juga menggunakan metode dokumentasi untuk memperoleh data maupun informasi yang berkaitan dengan perilaku pemilik usaha.

2.4 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan berupa analisis data primer. Menurut (Sugiyono, 2018), data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Profil Perusahaan

Porobico merupakan perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman, khususnya di bidang makanan penutup dan minuman segar. Porobico didirikan di Ambon pada akhir tahun 2020 dan telah berdiri kurang lebih 3 tahun. Awalnya Porobico hanya mempunyai satu cabang di Kota Masohi. Kemudian Porobico membuat cabangnya di Ambon, tepatnya di daerah Kota Jawa. Porobico menawarkan banana nugget dengan topping seperti matcha, coklat, tiramisu, cappuccino, keju susu, blueberry, talas, vanilla, melon, strawberry, kopi moka, pelangi, dll, dengan harga mulai dari Rp.30.000 sampai Rp.40.000. Tersedia juga berbagai variasi minuman seperti Caramel Macchiato, Green Tea, Thai Tea, Taro, Tiramisu, Choco Mint, Avocado, Choco Oreo Royal Choco, Bubble Gum, Red Velvet, Cappuccino, Milk Shake, Strawberry dan Black Forest, kisaran harganya Rp.20.000. Toko ini buka dari Senin sampai Minggu kecuali Jumat. Porobico menggunakan sistem pemesanan online langsung. Porobico juga menawarkan layanan Grab untuk pemesanan dan pengiriman.

Untuk menilai kelayakan bisnis Porobico diperlukan beberapa aspek yang dibutuhkan untuk menjadi tolak ukur kelayakan bisnis yaitu aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis/operasi, aspek manajemen dan organisasi, aspek ekonomi sosial, dan aspek dampak lingkungan (AMDAL).

3.2 Aspek Hukum

Dalam menjalankan usahanya, Porobico memiliki beberapa dokumen legalitas usaha, yaitu Bukti diri (KTP) Pemilik usaha, Usaha Porobico memiliki Bukti diri yang sah yaitu Kartu tanda Penduduk yang dimiliki oleh Pemilik Usaha. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, Usaha Porobico memiliki Surat Izin Usaha yang menjadi dokumen legalitas untuk menunjang keberlanjutan Usaha Porobico. Usaha Porobico juga memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) yang dimiliki oleh pemilik dari Porobico.

3.3 Aspek Pasar dan Pemasaran

Dalam memasuki pasar, Porobico menargetkan konsumen mereka yaitu untuk semua kalangan. Dengan jangkauan konsumen yang luas, maka akan menambah jumlah permintaan terhadap produk Porobico dan memperluas pasar Porobico. Dalam sehari Porobico mendapatkan pelanggan lebih dari 50 pelanggan.

Ada 4 variabel/strategi dalam aspek pemasaran untuk usaha Porobico, yaitu diantaranya, Produk, Harga, Tempat/Lokasi, dan Promosi.

3.3.1 Produk

Porobico memiliki berbagai macam produk, mulai dari yang paling banyak terjual yaitu *Banana Nugget* dengan berbagai macam *topping* seperti *greentea*, *chocolate*, *tiramisu*, *cappuccino*, keju susu, *blueberry*, *taro*, *vanilla*, *melon*, *coffe mocca*, *strawberry*, *rainbow*, *all topping*. Adapun juga minuman, yaitu *Mujito Drink*, dengan berbagai rasa diantaranya *blue ocean*, *room coffe Jamaica*, *watermelon*, *lime*, *lemon tea*, *punch*, *banana pinch*, *rainbow*, *mocha villa*, *strawberry breeze*, *lecy sea*, dan *vanilla pochy*. Ada juga minuman yang lainnya yaitu *Ice Drink*, dengan variannya yaitu, *caramel macchiato*, *green tea*, *thai tea*, *taro*, *tiramisu*, *choco mint*, *avocado*, *choco oreo*, *royal choco*,

bubble gum, red velvet, cappuccino, milk shake, strawberry, dan blackforest. Porobico juga menjual jagung bakar. Jika dibandingkan dengan salah satu pesaing Porobico. Keduanya memiliki varian rasa yang sama, dan Porobico memiliki produk jagung bakar, yang mana itu tidak dimiliki oleh pesaing. Namun jika dibandingkan dengan harganya dan beragam menu yang ada, Porobico lebih sepadan dibandingkan dengan salah satu pesaing.

3.3.2 Harga

Harga yang diberikan Porobico tergolong harga yang terjangkau. Untuk harga makanan, Porobico memberikan *range* harga mulai dari Rp.30.000 sampai Rp.40.000, sedangkan untuk minuman harganya semua sama yaitu Rp.20.000. Harga yang diberikan Porobico lebih murah dibandingkan harga produk dari pesaing Porobico yang menjual produk sejenis.

3.3.3 Tempat/Lokasi

Lokasi/tempat merupakan wadah atau bidang atau bangunan yang akan digunakan dalam menjalankan usaha. Tempat usaha Porobico memiliki kriteria sebagai berikut:

- Strategis
- Bisa diakses dengan mudah
- Dapat dilihat oleh konsumen

Porobico memilih tempat yang strategis, dekat dengan konsumen, berada di depan jalan raya yang sering dilewati Masyarakat. Lokasi yang dipilih adalah Jl. Ir. M. putuhena, Kota Jawa, Kec.Teluk Ambon, Kota Ambon, Maluku.

3.3.4 Promosi

Porobico melakukan kegiatan promosi dalam Upaya mempertahankan dan menawarkan produknya. Tujuan melakukan promosi adalah agar Masyarakat mengetahui Porobico dan produk yang dimilikinya. Kegiatan promosi yang dilakukan porobico yaitu mempromosikan produknya melalui media sosial.

3.4 Aspek Teknik/Operasi

Prioritas utama aspek teknis/operasi adalah menganalisis masalah penentuan lokasi. Pemilihan lokasi sangat penting, mengingat apabila salah dalam menganalisis akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya. Untuk penentuan lokasi Porobico terletak pada Jl. Ir. M. putuhena, Kota Jawa, Kec.Teluk Ambon, Kota Ambon, Maluku. Porobico memenuhi pertimbangan atau kriteria penentuan lokasi yaitu:

- Dekat dengan pasar
 - Dekat dengan bahan baku
 - Dekat dengan konsumen
 - Depan jalan raya
 - Tersedia tenaga kerja
 - Tersedia sarana dan prasarana (lokasi, transportasi, listrik, air)
 - Prospek kemajuan dilokasi tersebut dimasa yang akan datang.
- Sehingga Porobico bisa dikatakan memiliki lokasi yang strategis. Untuk tata letak (layout) usaha Porobico yaitu,
- Kasir terletak pada bagian depan
 - Dapur bagian Tengah
 - Toilet bagian belakang

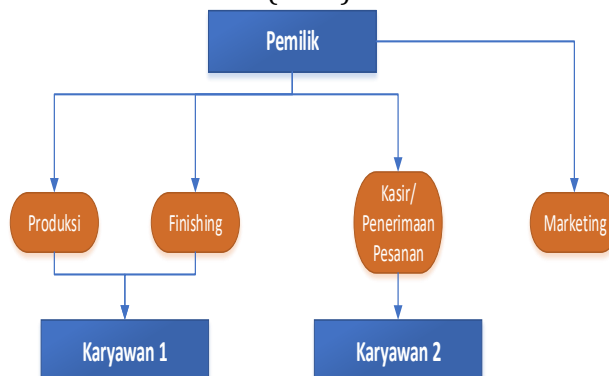
Untuk operasi usaha Porobico dilakukan secara online yaitu pemesanan melalui WA, Instagram, dan Grabfood. Biasa juga langsung beli pada outlet Porobico. Pembayaran Porobico sudah bisa menggunakan QRIS, sehingga memudahkan dalam pembayaran *non cash*.

3.5 Aspek Manajemen dan Organisasi

Proses rekrutmen karyawan Porobico, dilakukan dengan menyebarkan informasi lewat media sosial kemudian akan dilakukan proses wawancara. Kemudian diseleksi untuk mendapatkan kriteria karyawan yang tepat. Pemilik juga memberikan masukan kepada karyawan agar membuat serta mempersiapkan pesanan lebih cepat. Adapun motivasi yang diberikan Porobico yaitu berupa bonus jika pendapatan penjualan tersebut memiliki peningkatan. Gaji karyawan Porobico itu disesuaikan dengan pendapatan penjualan yang diperoleh.

3.5.1 Struktur organisasi

Porobico pada outlet Kota Jawa memiliki struktur organisasi yaitu terdiri dari pemilik dan 2 karyawan. Pemilik bertugas yaitu sebagai pengelola media sosial Porobico dan pemasaran. 1 karyawan bertugas sebagai menyiapkan makanan dan minuman, karyawan yang satunya lagi bertugas menerima pesanan dan bendahara (kasir).



3.6 Aspek Ekonomi dan Sosial

Dampak ekonomi dan sosial yang ditimbulkan dari adanya usaha Porobico yaitu:

3.6.1 Dapat meningkatkan ekonomi rumah tangga

Tersedianya jumlah dan ragam produk barang dan jasa di Masyarakat, sehingga Masyarakat punya banyak pilihan untuk produk yang diinginkan. Banyaknya ragam produk pada akhirnya akan meningkatkan persaingan, sehingga para produsen berusaha untuk meningkatkan kemasan, harga, mutu produk, sehingga hal ini juga akan berpengaruh terhadap harga jual di pasaran.

3.6.2 Meningkatkan perekonomian pemerintah baik lokal maupun regional.

- Peningkatan produk domestik regional bruto (PDRB)
- Menambah pusat-pusat pertumbuhan ekonomi di daerah tertentu
- Memperoleh pendapatan berupa pajak dari sumber-sumber yang dikelola oleh usaha Porobico yaitu berupa pajak penghasilan (Pph), PBB, dan pajak lainnya.

3.7 Aspek Dampak Lingkungan (AMDAL)

Untuk meminimalisir dampak lingkungan yang akan ditimbulkan, Porobico membuang limbah produksi pada TPS (tempat pembuangan sementara). Dampak positif terhadap lingkungan sekitar yang ditimbulkan dari usaha Porobico yaitu usaha Porobico menggunakan dos kertas untuk kemasan produknya dan bukan dari plastic sehingga ramah terhadap lingkungan karena mengurangi sampah plastik.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Didapatkan bahwa aspek hukum yaitu Porobico memiliki dokumen legalitas seperti KTP, Surat izin Usaha, dan NPWP. Aspek pasar dan pemasaran yaitu dalam memasuki pasar, Porobico menargetkan ke semua kalangan konsumen dan memenuhi 4 variabel pemasaran yaitu harga, produk, lokasi, dan promosi. Pada aspek teknis dan operasi, lokasi Porobico terbilang strategis dan tata letak ruangnya juga tepat. Pada aspek manajemen dan organisasi, proses rekrutmen karyawannya cukup baik dan struktur organisasinya terdiri dari pemilik dan 2 karyawan. Pada aspek ekonomi dan sosial, dampak yang ditimbulkan yaitu dapat meningkatkan ekonomi rumah tangga dan meningkatkan ekonomi pemerintah baik local maupun regional. Dan pada aspek AMDAL, didapat bahwa Porobico tidak berdampak pada lingkungan. Sehingga dari hasil penilaian aspek-aspek kelayakan bisnis maka dapat disimpulkan bahwa usaha Porobico layak untuk dijalankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anityasari, M. (2011). *Analisa Kelayakan Usaha*. Surabaya: Guna Widya.
- Husnan, S., & Muhammad, S. (2014). *Studi Kelayakan Proyek Bisnis (Edisi Kelima)*. Yogyakarta: UNIT PENERBIT DAN PERCETAKAN SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN YKPN.
- Indonesia. (Lembaran Negara Tahun 2009 Nomor 140). *Undang-Undang No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup*. Jakarta.
- Kasmir, D., & Jakfar. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Depok: KENCANA.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principle of Marketing (13th ed.)*. Pearson.
- Purnamasari, D., & Hendrawan, B. (2013). Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Roti Ceriwis Sebagai Oleh-oleh Khas Kota Batam. *Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen*, 83-87.
- Sobana, D. H. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis (1st ed.)*. Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis*. Purwokerto: Andi Yogyakarta.
- Suprpto, A. (2013). Analisis Aspek Pasar dan Pemasaran. *Analisis Aspek Pasar dan Pemasaran Pendirian Industri Dodol Salak Skala Kecil di Kabupaten Banjarnegara*, 60-68.
- Tjiptono, F. (1996). *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Penerbit Andy.