



## **ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS USAHA WARALABA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MAKASSAR**

Oleh:  
**BESSE FARADIBA**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Parepare  
Email: [bessefaradiba@iainpare.ac.id](mailto:bessefaradiba@iainpare.ac.id)  
No HP: 085145144037

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis kelayakan investasi pengembangan usaha Alpokatkokok\_Duobig Cabang Andi Djemma di Makassar. Desain penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan deskriptif dan regresi linear berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah 50 responden untuk melihat keputusan pembelian. Metode pengumpulan data menggunakan Observasi, Metode angket (kuesioner), metode wawancara . Pada penelitian ini teknik sampling yang digunakan dalam penentuan sampel adalah non random sampling dan convenience sampling dengan kuota atau proporsional. Hasil penelitian di peroleh bahwa Payback Period lebih cepat dari umur ekonomis pengembalian modal. BCR yang memberikan keuntungan, NPV bernilai positif lebih besar dari tingkat bunga yang telah di ditetapkan sehingga usaha ini layak untuk di jalankan. Kemudian untuk dalam segi pemasaran dimana citra merek terdapat pengaruh positif terhadap keputusan pembelian dimana dari hasil analisa anova nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel, diperlukan penelitian lanjutan untuk mengetahui variable lain yang mempengaruhi keputusan pembelian pada studi kelayakan bisnis ini.

Kata Kunci : Analisis Payback Period, Internal Rate of Return, Net Present Value.

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine and analyze the feasibility of investment in business development Alpokatkokok\_Duobig Andi Djemma Branch in Makassar. The research design conducted in this research is quantitative research. The approach used is descriptive approach and multiple linear regression. The population in this study were 50 respondents to see purchasing decisions. Methods of collecting data using observation, questionnaire method (questionnaire), interview method. In this study, the sampling technique used in determining the sample was non-random sampling and convenience sampling with a quota or proportional. The results of the study found that the payback period is faster than the economic life of the return on capital. BCR that provides a profit, the positive NPV is greater than the interest rate that has been set so that this business is feasible to run. Then in terms of marketing where brand image has a positive influence on purchasing decisions where from the results of the ANOVA analysis, the calculated F value is*

*greater than the F table value, further research is needed to find out other variables that influence purchasing decisions in this business feasibility study.*

*Keywords: Payback Period Analysis, Internal Rate of Return, Net Present Value.*

## **I. PENDAHULUAN**

UMKM memiliki jumlah dan potensi besar dalam menyerap tenaga kerja, kontribusinya dalam pembentukan produk domestik bruto (PDB) juga cukup besar. Usaha kecil menengah pada umumnya dalam kegiatannya tidak memperhatikan aspek fungsional perusahaan yang meliputi manajemen keuangan, manajemen produksi, manajemen sumber daya manusia, dan manajemen pemasaran. Sebagai ujung tombak perekonomian negara, sangat penting bagi UMKM untuk meningkatkan efektivitas usahanya. Pengelolaan yang baik terhadap aspek fungsional perusahaan akan berdampak pada efektivitas usaha (Bismala, 2016). Faktor-faktor yang menentukan keberhasilan pengembangan UKM di antaranya adalah faktor sumber daya manusia (SDM), permodalan, mesin dan peralatan, pengelolaan usaha, pemasaran, ketersediaan bahan baku, dan informasi agar bisa melakukan akses global. Selama ini kualitas sumber daya manusia yang bekerja di UKM pada umumnya masih sangat rendah, hal ini ditunjukkan dengan masih rendahnya kualitas produk, terbatasnya kemampuan untuk mengembangkan produk-produk baru, lambannya penerapan teknologi, dan lemahnya pengelolaan usaha. (Sari et al., 2012). Banyaknya hasil penelitian dari pemerintah dan akademisi belum mampu menyentuh pelaku UMKM, padahal UMKM merupakan salah satu elemen perekonomian yang perlu mendapat dukungan dari aplikasi hasil-hasil penelitian. Secara garis besar meliputi empat aspek sebagai berikut.

1. Keuangan, di mana pengelolaan keuangan usaha mereka masih sangat sederhana bahkan masih belum mampu memisahkan antara keuangan usaha dengan keuangan pribadi. Kondisi ini diperparah dengan tidak adanya pencatatan transaksi keuangan sehingga perputaran modal usaha menjadi tidak jelas dan tidak terkontrol. Pola yang demikian menyebabkan usaha mereka menjadi tidak berkembang bahkan tutup karena kehabisan modal. (Rahmana, 2012)
2. Produksi/operasional, dalam perkembangannya mereka mengalami berbagai kendala teknis dan teknologi, harga bahan baku yang melambung sementara harga jual yang relative rendah karena daya beli masyarakat juga rendah. Di sisi lain kreativitas menciptakan produk-produk baru juga masih sangat terbatas. (Pambuko Naryoto, 2018)
3. Pemasaran, lingkup pemasaran usaha ibu-ibu di lingkungan ini masih sangat terbatas di lingkungannya sendiri baik sebatas RT, RW, maupun desa saja sehingga sulit untuk berkembang dengan maksimal. Permasalahan lain yang dihadapi adalah kemampuan daya beli masyarakat yang sangat rendah sehingga harga jual produk mereka juga rendah. (Pemasaran, n.d.) Perilaku konsumen yang lebih menyukai pembelian secara kredit juga menjadi salah satu faktor penghambat karena perputaran dananya menjadi lambat bahkan cenderung macet.

4. Sumber daya manusia, aspek sumber daya manusia ibu-ibu dampingan ini masih tergolong berpendidikan rendah sehingga kemampuan dan wawasan mereka juga masih sangat rendah.

Salah satu bisnis waralaba yang cukup bersaing di bidangnya dalam penjualan minuman adalah Alpokat Kocok duobig Cabang Andi Djemma di Makassar Bisnis waralaba ini berdiri sejak tahun 2015 dan memiliki banyak cabang Sulawesi selatan termasuk kota Makassar. Selain di Sulawesi selatan terdapat juga di Kalimantan, papua, jawa dan nusa tenggara timur. Bisnis Waralaba ini memiliki banyak pesaing namun mampu memenangkan persaingan yang cukup ketat mengingat banyaknya penjual minuman kekininan dikalangan masyarakat dan meraih keuntungan yang cukup karena mampu bertahan hingga memiliki banyak cabang di berbagai daerah. Bisnis waralaba ini dalam sebulan mampu menjual hingga kurang lebih 100 *cup* sehari dengan harga RP. 10.000 hingga RP. 12.000.

UMKM memiliki peluang yang sangat besar untuk menjadi besar dan memiliki daya saing, jika saja memiliki manajemen yang solid. Dengan demikian diperlukan sebuah model manajemen UMKM yang dijadikan pedoman oleh UMKM dalam mengelola usahanya.

Analisis aspek-aspek dalam studi kelayakan bisnis saling berintegrasi (Umar, 2009), sehingga jika terjadi kesalahan dalam salah satu aspek makan akan berpengaruh terhadap aspek yang lainnya. Keterkaitan antar satu aspek dengan aspek lainnya dalam dilihat pada gambar 1 berikut :



Gambar 1. Kerangka pemikiran studi kelayakan bisnis

Penjelasan hubungan yang terdapat dalam kerangka pikir ini, bahwa penelitian ini memuat :

1. Variabel X adalah variabel bebas (*independent variable*):

a. Variabel X1 yaitu :Kelayakan Bisnis, indikator yang diteliti adalah tempat usaha, keramahan, pelayanan, sanitasi, harga.

b. Variabel X2 yaitu Citra merek, indikatornya review, reputasi toko, ulasan pembeli, pelanggan tetap dan pelayanan.

2. Variabel Y adalah variabel terikat (*dependent variable*), yaitu Keputusan pembelian yang indikatornya kebutuhan, kesehatan dan keamanan, rekomendasi, keunggulan serta stok barang.

Berorientasi dari kerangka berpikir di atas, maka penelitian ini menganalisis Analisis Studi Kelayakan Bisnis Usaha Waralaba dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian “Alpokatkocok\_Duobig Cabang Andi Djemma” Di Makassar. Hal ini dapat dikatakan penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan usaha dalam pembatasan social berskala besar

### **Rumusan Masalah**

Perumusan masalah yang diangkat dalam bisnis ini adalah perhitungan analisis kelayakan usaha sebagai awal perencanaan keuangan sebelum mengambil langkah untuk menjalankan bisnis ini

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui dan menganalisis kelayakan investasi pengembangan usaha Alpokatkocok\_Duobig Cabang Andi Djemma.

### **Hipotesis**

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Analisis Studi kelayakan bisnis usaha waralaba berpengaruh terhadap keputusan pembelian masyarakat makassar
2. citra merek dan analisis studi kelayakan bisnis berpengaruh terhadap keputusan pembelian masyarakat di makassar.

## **II. METODE PENELITIAN**

### **Desain dan Jenis Penelitian**

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif berupa data investasi untuk asset tetap seperti tanah, Gedung, dan peralatan lainnya, data biaya tetap serta biaya variable yang berkaitan. Untuk data kualitatif berupa keterangan, informasi, penjelasan, pendapat dan tanggapan dari pemilik. Kemudian jenis data menurut sumbernya adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian dan data sekunder yang diperoleh melalui studi pustaka mengenai investasi (Horne, 1997). Pada penelitian ini teknik sampling yang digunakan dalam

penentuan sampel adalah *non random sampling* dan *convenience sampling* dengan kuota atau proporsional serta untuk melihat pengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan metode Data yang relevan dikumpulkan dengan teknik angket atau kuesioner dengan metode Likert dalam Sudjana (2001) dimana pertanyaan disebarakan kepada responden. Jawaban responden untuk pertanyaan positif diukur dengan empat tingkatan, Sedangkan jawaban responden untuk pertanyaan negatif diukur dengan empat tingkatan.

### **Metode Pengumpulan Data**

#### **Analisis Aspek-aspek dalam studi kelayakan**

##### 1. Aspek pasar dan Pemasaran

Data tentang target pasar, jumlah permintaan dan penawaran, kualitas dan spesifikasi produk serta tentang penetapan harga dan promosi.

##### 2. Aspek Teknis dan Teknologi

Data tentang deskripsi produk, penentuan lokasi, dan *lay out* fasilitas.

##### 3. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Data tentang struktur organisasi, job description, sistem kompensasi, program pengembangan karyawan.

##### 4. Aspek Hukum dan Legalitas

data tentang jenis-jenis perizinan yang dimiliki

##### 5. Aspek Keuangan dan Ekonomi

Data tentang penyusunan modal kerja dan modal investasi

#### **Alat Analisis Kelayakan Investasi**

##### a. Metode PP (Payback Period)

Teknik Penilaian terhadap jangka waktu (periode) pengembalian investasi suatu proyek atau usaha.

$$PP = \frac{\text{Jumlah Investasi} \times 12 \text{ bulan}}{\text{Aliran Kas Bersih}}$$

Kriteria penilaian pada *payback period* adalah;

- Jika waktu payback period < waktu maksimum, maka usulan proyek tersebut dapat diterima.
- Jika waktu payback period > waktu maksimum, maka usulan proyek tersebut dapat ditolak.

##### b. Metode B/C Ratio

Metode B/C Ratio merupakan perbandingan antara total pendapatan selama masa tertentu dengan capital lay out.

$$B/C \text{ Ratio} = \frac{TR}{TC}$$

Kriteria penilaian B/C ratio adalah;

- Jika B/C >0 maka usaha layak di usakan
- Jika B/C <0 maka usaha tidak layak diusahakan.

c. Metode NPV (Net Present Value)

Metode ini merupakan net benefit yang telah didiscount dengan menggunakan social opportunity cost of capital sebagai discount factor.

NPV= Total PV aliran Kas Bersih- Total PV Investasi

Kriteria penilaian NPV adalah;

- Jika NPV > 0 Maka Investasi diterima
- Jika NPV 0, Maka Investasi ditolak.

d. Metode IRR (*Internal Rate of Return*)

Metode IRR adalah tingkat bunga yang akan diterima sama dengan jumlah nilai sekarang dari pengeluaran modal (PV Capital Outlays)

$$IRR = P1 - C1 \times \frac{P2 - P1}{C2 - C1}$$

Keterangan :

P1= Tingkat Bunga 1

P2= Tingkat Bunga 2

C1 = NPV 1

C2= NPV 2

Kriteria Penilaian IRR adalah;

- Jika IRR > suku bunga yang telah ditetapkan, maka investasi diterima.
- Jika IRR < suku bunga yang telah ditetapkan, maka investasi ditolak

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	67.051	1	67.051	11.141	.002 <sup>a</sup>
	Residual	237.669	48	4.951		
	Total	304.720	49			

a. Predictors: (Constant), Studi Kelayakan Bisnis Usaha Waralaba Alpokatkocok Duobig Cabang A.Djemma

b. Dependent Variable: Buying Purchasing

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	54.350	1	55.350	10.321	.003 <sup>a</sup>
	Residual	349.370	48	5.195		
	Total	304.720	49			

a. Predictors: (Constant), Citra Merek

b. Dependent Variable: Buying Purchasing

Berdasarkan tabel output Anova di atas diketahui nilai sig sebesar  $0,02 < 0,05$  dan  $0,03 < 0,05$  sehingga pengambilan keputusan dalam uji F bahwa Studi Kelayakan Bisnis dan Citra Merek secara simultan berpengaruh terhadap Buying Purchasing maka prasyarat analisis linear terpenuhi

Pengambilan keputusan uji F diketahui bahwa nilai F hitung dari tabel anova adalah 11.141 dan  $10.321 > F$  tabel 3.19 sehingga hipotesis diterima atau studi kelayakan bisnis usaha waralaba dan citra merek secara simultan berpengaruh pada buying purchasing.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar merupakan inti dari perencanaan bisnis (*bisnis plan*). Maka, aspek pasar harus benar-benar diuraikan secara baik dan realistis dengan melihat berbagai macam peluang dan kendala yang akan dihadapi nanti. . Dari hasil uji anova yang berasal dari 50 responden di atas bahwa citra merek yang terkenal memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian masyarakat dengan harga yang ditetapkan untuk minuman dengan variant rasa per cup Rp 10.000 hingga RP. 12.000

Kegiatan promosi yang dilakukan untuk memperkenalkan produk minuman ini yaitu dengan Media sosial seperti instagram untuk mengetahui informasi promo yang Konsumen dapat melihat cara pembuatan minuman secara langsung sehingga tidak ada kecurangan yang dapat merugikan konsumen.(Rudi & Ambarriani, 2014)

Selain kualitas produk yang dihasilkan enak, usaha waralaba ini juga memasarkan produknya di jasa layanan Aplikasi grabfood atau go-food dengan berbagai promo yang menarik yang membuatnya semakin terkenal sehingga mampu berkembang di berbagai daerah walaupun memiliki banyak pesaing. Alpokatkocok-Duobig cabang Andi Djemma mempunyai peluang dalam pengembangan usahanya, maka dapat di Tarik kesimpulan dilihat dari aspek pasar dan pemasaran bahwa usaha ini layak untuk diusahakan.

## **2. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia**

Bentuk dari usaha ini adalah perusahaan perseorangan, dimana perusahaan ini dikelola secara mandiri dan seluruh resiko yang ditanggung oleh pemilik perusahaan secara pribadi. Beberapa syarat yang diperlukan untuk mendirikan perusahaan ini adalah perizinan dan kebutuhan tenaga kerja. Setiap cabang memiliki 2 karyawan. Kedua karyawan ini melakukan pekerjaan yang sama yaitu membuat dan menyajikan minuman serta melayani konsumen, kemudian menghitung jumlah uang yang harus dikeluarkan konsumen dimana dalam hal ini karyawan bertindak sebagai kasir. Dalam mendapatkan karyawan tidak mengalami kendala sehingga mudah didapat. Pengembangan SDM dilakukan dengan memberi ketrampilan dalam membuat minuman. Contoh: berapa takaran bubuk, gula, es, dan air, cara melayani konsumen.

## **3. Aspek Teknis dan Teknologi**

Dalam pemilihan lokasi usaha waralaba minuman memilih lokasi di Andi Djemma Kota Makassar yang memiliki jumlah penduduk yang cukup padat dan akses jalan yang lancar. Pemilihan teknologi pada usaha ini sudah menggunakan teknologi yang efisien dan praktis dalam segi pengepakannya yang menggunakan sealer cup dan mesin canggih yang mempunyai fungsi khusus yaitu mengolah, membuat ataupun menggiling alpokat menjadi minuman siap saji. Dalam segi pencatatan arus kas atau pembukuan masih sederhana dengan buku, namun untuk pembayaran bisa tunai ataukah menggunakan mesin EDC ( Electronic Data Capture) yang merupakan mesin penerima pembayaran nontunai dari kartu kredit atau kartu debit. Berdasarkan penilaian dari aspek teknis dan teknologi maka usaha ini layak untuk di jalankan. (Rahmana, 2009)

## **4. Aspek Hukum dan Legalitas**

Aspek hukum merupakan aspek penting dalam legalitas, setiap usaha wajib memiliki legalitas, jika tidak akan dianggap ilegal dan tidak bisa melakukan kegiatan atau usaha gelap dan akan dikenakan sanksi jika terdeteksi kemudian hari. (Winantara et al., 2014). Dalam mendirikan sebuah usaha harus memiliki aspek hukum dan legalitas, pada usaha ini pemilik memilih menjadi usaha perseorangan karena usaha masih sederhana dan tidak memiliki pernyataan khusus, usaha ini telah mendapatkan izin di tokoh masyarakat setempat dan sudah memiliki SIUP (surat Izin Usaha Perdagangan) serta Hak paten Logo dan Brand, sehingga berdasarkan aspek hukum dan legalitas maka usaha ini layak di jalankan.

## **5. Aspek Keuangan dan Ekonomi**

Dalam mengembangkan bisnis diperlukannya modal baik dari sumber internal maupun eksternal. Tidak semua pihak memiliki modal yang cukup guna menjalankan usaha. Alasan utama orang tidak memulai suatu usaha adalah karena kurangnya modal. (Handjojo et al., 2018). Dalam aspek keuangan dapat menentukan layak atau tidak layak sebuah usaha atau bisnis dijalankan dengan menelaah melalui perhitungan semua faktor produksi, yaitu pada sumber modal, rencana

pembelajaan dan sumber dana, rencana kebutuhan dana, analisis keuangan, analisis biaya per tahun, *payback* periode, laporan arus kas, NPV (*Net Present Value*). Dalam aspek ini usaha waralaba alpokat KOcok Duobig Cabang Andi Djemma ini layak untuk dijalankan.

## 6. Analisis Kelayakan Investasi

### a). Perhitungan *Payback Period*

Berdasarkan pengembalian investasi suatu usaha dapat diketahui bahwa *Payback Period* (PP) “Usaha Alpokatkocok\_Duobig” adalah :

Investasi Awal	67,760,000
Arus Kas Bersih tahun	
1	<u>154684000</u>
	86924000
Arus Kas Bersih tahun	
2	<u>170358400</u>
	257282400
Arus Kas Bersih tahun	
3	<u>187600240</u>
	-444882640

*Payback Period* (PP) = 2 Tahun 4 bulan 5 hari dapat diartikan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan karena berada di bawah umur ekonomis pengembalian modal yaitu 5 tahun, Hal ni sesuai dengan Abdul Choliq,dkk(2004) yang menyatakan bahwa *payback period* adalah lamanya jangka waktu kembalinya investasi dapat kembali atau dikeluarkan.

### b). Perhitungan B/C ratio

B/C ratio adalah perbandingan total pendapatan selama masa tertentu dengan capital out lay sbb;

$$B/C \text{ ratio} = \frac{TR}{TC}$$

Sehingga B/C ratio dari bisnis waralaba “Alpokatkocok\_Duobig Cabang andi Djemma” dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini adalah:

**Tabel 1. Perhitungan B/C ratio usaha waralaba Alpokatkokok\_Duobig**

B/C ratio tahun 1	<u>241920000</u>
	67760000
	<b>3.570248</b>
B/C ratio tahun 2	266112000
	74536000
	<b>3.570248</b>
B/C ratio tahun 3	<u>292723200</u>
	81989600
	<b>3.570248</b>
B/C ratio tahun 4	<u>321995520</u>
	90188560
	<b>3.570248</b>
B/C ratio tahun 5	<u>354195072</u>
	99207416
	<b>3.570248</b>

Sumber : Data primer, diolah 2020

Didapatkan hasil B/C ratio tahunan sebesar  $3,50 > 0$  hal ini menunjukkan bahwa usaha ini menguntungkan dan layak untuk di jalankan karena B/C ratio lebih besar dari nol.

**c). Perhitungan NPV (*Net Present Value*)**

Didapatkan hasil sebesar  $NPV = 5,047,590,444 > 156.7852.832$  maka usaha ini layak untuk di jalankan, karena NPV lebih besar daripada investasi awal dapat dilihat pada tabel 2 di bawah ini;

**Tabel 2. Perhitungan NPV usaha waralaba Alpokatkokok\_Duobig**

Tahun	Proceed	Df 10% (tabel Pvifa)	PV
1	154684000	0.9091	140623224
2	170358400	1.7355	295657003
3	187600240	2.4869	466543037
4	206566264	3.1699	654794400
5	227428890	3.7908	862137438
<b>NPV</b>			<b>2419755102</b>

Sumber: Data primer, diolah 2020.

Berdasarkan tabel 2 tersebut nilai NPV sebesar  $2419755102 - 241920000 = 2.177.835102$  dimana lebih besar dari investasi awal dan bisnis ini menguntungkan.

**d). Perhitungan IRR (*Internal Rate Of return*)**

IRR bisnis “Alpokatkocok\_Duobig” dapat dilihat pada tabel 3 sbb;

**Tabel 3. Perhitungan IRR usaha waralaba Alpokatkocok\_Duobig**

Tahun	Proceed	Faktor diskonto	
1	154684000	0.6	92810400
2	170358400	0.36	61329024
3	187600240	0.22	41272053
4	206566264	0.13	26853614
5	227428890	0.08	18194311
<b>Total PV</b>			<b>240459402</b>
<b>Investasi Awal</b>			<b>241920000</b>
<b>NPV</b>			<b>-1.460.598</b>
Tahun	Proceed	faktor diskonto	
1	154684000	0.62	95904080
2	170358400	0.39	66439776
3	187600240	0.24	45024058
4	206566264	0.15	30984940
5	227428890	0.09	61734823
<b>Total PV</b>			<b>300087676</b>
<b>Investasi Awal</b>			<b>241920000</b>
<b>NPV</b>			<b>58167676</b>
<b>Perhitungan Interpolasi</b>			
<b>Selisih bunga</b>	<b>Selisih PV</b>	<b>Selisih dengan Investasi awal</b>	<b>PV</b>
60	300087676	300087676	
65	240459402	241920000	
5	59628274	58167676	

Sumber: Data primer, diolah 2020

$$\begin{aligned} \text{IRR} &= 60\% + (58167676/59,628274)*5\% \\ &= 64.88\% \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 3 diatas bisnis layak dijalankan karena  $IRR\ 64.88\ \% > 20\%$  dimana tingkat keuntungan lebih besar dari yang dikehendaki hal ini sesuai dengan (Suliyanto, 2010) yang menyatakan bahwa IRR dapat dikatakan layak ketika yang di dapatkan lebih besar dari yang dikehendaki.

#### **IV. PENUTUP**

##### **Simpulan**

Hasil yang di dapatkan dari keseluruhan aspek yang di teliti yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek manajemen dan sumberdaya manusia, aspek teknis dan teknologi, aspek hukum dan legalitas, serta aspek keuangan dari usaha bisnis waralaba Alpokatkokocok\_duobig ini telah memenuhi syarat dan menunjukkan bahwa usaha ini layak di jalankan. Berdasarkan hasil analisis kelayakan investasi baik itu berupa payback period, B/C ratio, perhitungan NPV dan IRR serta uji anova dimana studi kelayakan bisnis dan citra merek yang berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dapat disimpulkan bahwa bisnis usaha waralaba Alpokatkokocok\_duobig layak untuk dijalankan dan potensial untuk dikembangkan.

##### **Saran**

Penelitian ini membutuhkan beberapa perbaikan pada aspek Teknik dan teknologi yaitu pada proses produksi sebaiknya mentransformasi mesinnya dengan mesin yang lebih modern dan canggih sehingga bisa menekan biaya produksi dan hasil yang lebih produktif, oleh karena itu dibutuhkan penelitian yang lebih mendalam tentang aspek teknis dan teknologi agar bisnis alpokatkokocok\_duobig bisa mendapatkan keuntungan yang lebih banyak lagi

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Bismala, L. (2016). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Enterpreuner Dan Entrepreneurship*, 5(1), 19–25.

Handjojo, E. S., Syarief, R., & Sugiyono, -. (2018). Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Teh Papua (*Vernonia amygdalina*). *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 12(2), 145. <https://doi.org/10.29244/mikm.12.2.145-150>

pambuko naryoto, budi raharjo. (2018). “Analisis Studi Kelayakan Pendirian Usaha “Minuman Segar Jus Buah Dan Pop Ice” Di Ciledug Ditinjau Dari Capital Budgeting Periode Tahun 2014 –.

Pemasaran, M. (n.d.). *Manajemen pemasaran*.

- Priambada, S. (2015). Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm). *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia, November, 2–3.*
- Rahmana, A. (2009). Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2009 (SMATI 2009), 2009(Snati), B11–B15.*  
<http://journal.uii.ac.id/index.php/Snati/article/viewFile/1033/989>
- Rahmana, A. (2012). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Pengolahan. *Jurnal Teknik Industri, 13(1), 14.* <https://doi.org/10.22219/jtiumm.vol13.no1.14-21>
- Rudi, & Ambarriani, A. S. (2014). Analisis Kelayakan Bisnis Es Bang Joe di Purwokerto. *Jurnal Akuntansi, 1(2), 1–15.*
- Sari, M., Apel, B., & Apple, E. (2012). ( Analysis of Business and Feasibility in the Drink of Agroindustry. *Analisis Usaha Dan Kelayakan Agroindustri Minuman Sari Buah Apel, XII(1), 13–24.*
- Winantara, I. M. Y., Bakar, A. B. U., & Puspitaningsih, R. (2014). Analisis Kelayakan Usaha Kopi Luwak Di Bali. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional, 2(3), 118–129.*