

## **Analisis Kelayakan Usaha ditinjau dari Aspek Pasar dan Pemasaran: Studi Kasus Pada Warung Rumah Makan Kak Ira**

Esyha Nur Azizah<sup>1</sup>, Fitri Rahmadani<sup>2</sup>, Kiki Pramana<sup>3</sup>, Putri Kemala Dewi Lubis<sup>4</sup>, Lenti Susana Saragih<sup>5</sup>

Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan

Email: [esyhanurazizah450@gmail.com](mailto:esyhanurazizah450@gmail.com)<sup>1</sup>, [ramadanif587@gmail.com](mailto:ramadanif587@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[kikipramana@mhs.unimed.ac.id](mailto:kikipramana@mhs.unimed.ac.id)<sup>3</sup>, [putrikemala@unimed.ac.id](mailto:putrikemala@unimed.ac.id)<sup>4</sup>

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis kelayakan usaha dengan fokus pada aspek pasar dan pemasaran, menggunakan Warung Rumah Makan Kak Ira sebagai studi kasus. Jenis penelitian yang di gunakan adalah kualitatif, dimana data di peroleh langsung dari lapangan melalui survei dan wawancara. Adapun informasi dalam penelitian ini yaitu memiliki 3 karyawan dan 1 orang pemilik warung. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dari hasil wawancara terkait dengan kelayakan bisnis dari aspek pasar dan pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, SDM, proses. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Warung Rumah Makan Kak Ira mengimplementasikan strategi alternatif dari segi pasar dan pemasaran sehingga bisa di katakan layak untuk di kembangkan.

**Kata Kunci: Kelayakan Usaha, Aspek Pemasaran, Warung Makan Kak Ira.**

### **PENDAHULUAN**

Dalam era bisnis yang dinamis dan kompetitif, analisis kelayakan usaha menjadi langkah kritis yang harus dilakukan oleh para pelaku bisnis untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan operasional. Salah satu aspek utama yang perlu dievaluasi adalah kelayakan usaha dari segi pasar dan pemasaran. Kelayakan usaha ini mencakup penilaian mendalam terhadap

aspek-aspek krusial seperti produk, harga, tempat, promosi, sumber daya manusia (SDM), dan proses bisnis. Dalam konteks ini, penelitian ini akan fokus pada analisis kelayakan usaha Warung Rumah Makan Kak Ira, sebuah usaha kuliner yang menawarkan nasi, soto, dan ayam penyet. Dengan memahami secara mendalam dinamika pasar dan strategi pemasaran yang diterapkan oleh Warung Rumah Makan Kak Ira, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pemilik usaha, praktisi bisnis, dan peneliti dalam mengoptimalkan strategi dan keberlanjutan usaha di sektor kuliner yang penuh tantangan.

Perkembangan yang dinamis memerlukan perencanaan yang teliti dari setiap pengusaha sebelum melibatkan diri dalam kegiatan bisnis. Bisnis, sebagai aktivitas yang diorganisir oleh pelaku bisnis (produsen, distributor, pembeli, dan pengecer), bertujuan untuk meningkatkan standar dan kepuasan personal pengusaha. Tinjauan kelayakan bisnis merupakan evaluasi atau penelitian apakah suatu kegiatan bisnis dapat menghasilkan keuntungan atau hasil yang diharapkan. Karena relevansinya dalam dunia bisnis, pemahaman mengenai dua model kemajuan bisnis menjadi penting, yakni kinerja dari perspektif yang melibatkan berbagai aspek dan kinerja yang terbatas pada bidang tertentu.

Tujuan pengembangan usaha adalah segala sesuatu yang dilaksanakan untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang serta pengembangan diri yang dapat berkontribusi mewujudkan tujuan individu dan organisasi.

Berkembangnya usaha usaha kuliner baru di kota Medan saat ini menyebabkan banyak para pelaku usaha dapat bersaing dengan usaha kuliner lainnya untuk merebut pangsa pasar serta konsumen. Pemilihan strategi yang tepat dalam persaingan bisnis kuliner dituntut bagi para pelaku usaha untuk bisa berinovasi pada perkembangan pangsa kuliner secara terus menerus agar dapat bertahan di bisnis kuliner. Berhasil atau tidak nya bisnis kuliner dilihat dari kegiatan dalam pemasaran untuk meningkatkan pendapatan keuntungan usaha serta memperoleh pangsa pasar konsumen. Disaat persaingan bisnis yang semakin meningkat ada beberapa usaha kuliner yang bertahan dari dulu hingga sekarang. Bahkan penjualan semakin meningkat setiap tahun nya. Salah satu nya adalah Warung Makan Kak Ira.

Dalam era globalisasi dan dinamika ekonomi yang terus berkembang, kewirausahaan menjadi salah satu sektor yang memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Salah satu aspek yang krusial dalam menentukan keberhasilan suatu usaha adalah analisis kelayakan usaha, yang mencakup berbagai faktor termasuk aspek pasar dan pemasaran. Penelitian ini akan fokus pada analisis kelayakan usaha dengan meneliti secara mendalam Warung Rumah Makan Kak Ira sebagai studi kasus. Warung Rumah Makan Kak Ira menjadi

objek penelitian karena mewakili sektor usaha kuliner yang kerap dihadapkan pada persaingan ketat dan perubahan selera konsumen. Dengan menganalisis aspek pasar dan pemasaran, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif tentang kelayakan usaha Warung Rumah Makan Kak Ira, sehingga dapat memberikan kontribusi pemahaman yang lebih baik terkait faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha di bidang ini. Diharapkan temuan dari penelitian ini dapat memberikan wawasan dan rekomendasi yang berguna bagi pemilik usaha, pihak terkait, dan peneliti di bidang ekonomi dan bisnis.

Usaha ini tetap mempertahankan kualitas produk beserta cinta rasa yang khas jadi tidak heran jika usaha kuliner ini kerap digemari konsumen khususnya anak kost. Dan warung makan kak Ira ini konsep tempatnya masih berkonsep warung sederhana yang berkapasitas 24-30 orang. Dalam studi kelayakan bisnis ini berfokus pada analisis aspek pasar dan pemasaran.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Husein Umar (2001:35) mengemukakan pasar, menurut para ahli, merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau saling bertemunya antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga. Pendapat ahli yang lain mengatakan bahwa pasar merupakan suatu sekelompok orang yang diorganisasikan untuk melakukan tawar-menawar, sehingga dengan demikian terbentuk harga. Salah seorang ahli pemasaran, Stanton, mengemukakan pengertian yang lain tentang pasar, yakni merupakan kumpulan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Jadi ada tiga faktor utama yang menunjang terjadinya pasar, yaitu orang dengan segala keinginan-nya, daya belinya, serta tingkahlaku dalam pembeliannya.

Di zaman lampau sebelum ilmu pemasaran berkembang dan dikenal secara luas seperti sekarang, setiap perusahaan berupaya untuk memproduksi sebanyak mungkin barang terlebih dahulu, sebelum kemudian berfokus pada upaya penjualan. Dalam konteks ini, perusahaan kurang memperhatikan kondisi permintaan yang ada, menyebabkan banyak produsen mengalami kegagalan dan kerugian karena jumlah produksi tidak sejalan dengan permintaan.

Namun, dalam era saat ini yang ditandai oleh persaingan yang ketat, pola seperti itu sudah lama ditinggalkan. Banyak produsen kini melakukan riset pasar sebelum memulai produksi, menggunakan berbagai metode seperti tes pasar melalui iklan, seakan-akan produknya sudah ada. Tujuan utamanya adalah untuk menilai kondisi permintaan terhadap produk yang akan diproduksi, baik dari segi kualitas maupun harga. Dengan hasil tes pasar ini,

perusahaan dapat meramalkan seberapa besar pasar yang dapat diakomodasi dan merencanakan cara memasarkan produk, termasuk bersaing dengan pesaing saat ini.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menerapkan jenis penelitian kualitatif, dimana data yang diperoleh secara langsung melalui survei dan wawancara. Subyek penelitian ini bertempat di Jl. Pancing no 257 Kenangan baru, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Adapun jumlah karyawan nya berjumlah 4 orang yaitu 1 pemilik warung dan 3 karyawan. Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dari hasil wawancara terkait kelayakan usaha yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, SDM, proses.

## **PEMBAHASAN**

### **1. Gambaran umum/profil usaha warung makan kak Ira**

Warung makan kak Ira merupakan usaha kuliner yaitu nasi, soto dan ayam penyet. Bisnis ini merupakan milik pribadi dan beralamat di Jl. Pancing no 257 Kenangan baru, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Dalam sehari perkiraan penjualan pada warung makan kak Ira mencapai 80-100 porsi perhari nya.

### **2. Kelayakan bisnis ditinjau dari aspek pemasaran usaha warung makan kak Ira**

Adapun 6 aspek pemasaran yang diterapkan pada usaha warung makan kak Ira yaitu :

- **Produk**

Pengertian produk menyatakan bahwa produk merupakan segala objek atau layanan yang dapat dipasarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dalam upaya memenuhi kebutuhan konsumen, perlu dilakukan peningkatan kualitas produk dan mempertahankannya, karena faktor ini menjadi daya tarik bagi konsumen ketika memilih untuk membeli suatu produk. Seperti pemilihan daging ayam untuk bahan dasar pembuatan ayam penyet dan soto.

Selain konsep produk, pentingnya merek dagang juga sangat menonjol dalam kesuksesan suatu produk atau layanan. Merek dagang memiliki peran kunci dalam memudahkan perusahaan dan konsumen untuk mengenali dan membedakan produk di pasar, sambil melindunginya dari upaya pemalsuan atau peniruan tanpa izin. Pemberian merek dagang juga memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memilih produk berdasarkan kualitas yang diinginkan, karena umumnya konsumen memiliki pengalaman dan persepsi khusus terhadap merek dagang tertentu sesuai dengan standar mutu yang mereka harapkan.

Kemasan memiliki peran yang sangat penting dalam produk, tidak hanya sebagai pelindung, tetapi juga sebagai elemen menarik perhatian konsumen. Produk atau layanan yang dibuat perlu mempertimbangkan nilai-nilai seperti kehalalan, kualitas, manfaat, dan relevansi dengan kebutuhan manusia. Dalam proses jual beli, perlu dihindari penggunaan unsur ketidakjelasan (gharar) terhadap suatu produk, karena hal ini berpotensi menimbulkan risiko penipuan dan ketidakadilan terhadap salah satu pihak.

- Harga

Harga mencakup nilai atau uang yang diberikan oleh pelanggan sebagai imbalan atas suatu penawaran yang bertujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Secara sederhana, harga dapat dianggap sebagai ukuran nilai yang ditukarkan oleh pelanggan untuk memperoleh suatu penawaran. Penetapan harga jual menjadi tanggung jawab penjual yang memperoleh keuntungan dari harga tersebut, sementara konsumen mendapatkan produk atau layanan dengan membayar harga yang telah ditetapkan. Dalam proses penetapan harga, penjual perlu menentukan harga dasar yang sesuai untuk produknya, melibatkan strategi harga, biaya pengiriman, dan faktor-faktor lain yang terkait dengan penetapan harga.

Penetapan harga melibatkan beberapa pertimbangan khusus, seperti biaya produksi, upah tenaga kerja, dan faktor-faktor lainnya. Harga untuk nasi, soto dan ayam penyet dari Rp. 10.000 per porsi, dan penentuan harga tersebut dilakukan sesuai dengan target pasar yang dituju.

Selain sebagai dasar untuk menentukan laba, persaingan yang sengit mewajibkan suatu produk memiliki kemampuan bersaing dalam hal harga. Sebelum menetapkan harga, perlu mempertimbangkan berbagai faktor baik secara langsung maupun tidak langsung. Faktor langsung dalam penetapan harga melibatkan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang, seperti biaya bahan baku, tenaga kerja, dan kegiatan pemasaran. Sementara faktor tidak langsung mencakup harga yang ditetapkan oleh pesaing. Kebijakan penetapan harga merupakan aspek kritis yang perusahaan lakukan dengan cermat, karena keputusan ini berdampak langsung pada pendapatan total dan biaya perusahaan.

- Tempat

Tempat usaha memiliki dampak signifikan terhadap keputusan konsumen untuk mengunjungi dan berbelanja di suatu tempat. Pentingnya pemilihan lokasi yang strategis menjadi faktor krusial dalam menentukan kesuksesan suatu usaha di masa depan. Pemilihan lokasi tidak hanya memengaruhi strategi pemasaran produk, tetapi juga penjualan dan keuntungan yang dapat diraih. Keberadaan usaha di lokasi yang strategis mempermudah akses konsumen menuju tempat tersebut, meningkatkan distribusi produk, serta membuat usaha lebih dikenal, semua faktor ini berkontribusi pada peningkatan penjualan dan keuntungan yang dapat diraih oleh suatu bisnis.

Lokasi usaha warung kak Ira ini tempat nya sangat strategis karna terletak di pinggir jalan, jadi sangat cocok dalam pemilihan lokasi usaha, sehingga memudahkan kan para konsumen nya seperti mahasiswa dan rumah tangga sebagai konsumen nya karena lokasi nya sangat mudah di jangkau berbagai transportasi umum.

- Promosi

Promosi merupakan komponen yang digunakan untuk memberikan informasi dan membujuk pasar mengenai produk baru perusahaan dengan maksud meningkatkan keuntungan. Berbagai saluran media dapat dimanfaatkan, termasuk media cetak, internet, media sosial, dan promosi langsung di lokasi bisnis.

Strategi promosi yang diterapkan oleh Warung Makan Kak Ira melibatkan pemasangan lokasi pada peta agar mempermudah pelanggan dalam menemukan tempat usaha. Selain itu, promosi juga dilakukan melalui media sosial seperti WhatsApp dan melalui rekomendasi dari konsumen kepada konsumen lainnya. Pemasangan spanduk di depan warung juga menjadi bagian dari strategi promosi yang diimplementasikan.

- SDM

Sumber daya manusia, atau sering disebut sebagai elemen "people," mencakup semua individu atau perilaku yang terlibat dalam proses pelayanan kepada konsumen dan memiliki dampak signifikan terhadap persepsi konsumen. Ini melibatkan personel penyedia jasa, pelanggan, dan pihak terkait lainnya. Dalam konteks pelayanan pendidikan, sumber daya manusia dapat dibagi menjadi tiga kategori utama, yaitu administrator, guru, dan karyawan.

Pentingnya perhatian terhadap kinerja dan sikap karyawan dalam menjalankan suatu usaha sangat ditekankan, karena faktor ini dapat berpengaruh secara langsung terhadap berbagai aspek bisnis, termasuk peningkatan penjualan, kualitas produk, dan hal-hal lainnya. Oleh karena itu, manajemen perusahaan perlu memahami dan mengelola kinerja serta sikap karyawan dengan cermat untuk memastikan kesuksesan usaha mereka.

Pada warung makan kak Ira ada beberapa karyawan yang direkrut yaitu 3 orang karyawan dalam manajemen keuangan, catatan pengeluaran dan pemasukan dicatat secara terperinci, dan upaya dilakukan untuk efektif dalam pembelian alat dan bahan. Pelayanan kepada konsumen diutamakan dengan memberikan kepuasan secepat mungkin, sikap ramah terhadap pembeli, penerimaan keluhan, serta menerima saran dan kritik dari pelanggan. Terus berupaya untuk memberikan layanan terbaik guna mendorong pelanggan melakukan pembelian secara berulang. Pada warung makan kak Ira biasanya buka pada pukul 09.00 – 16.00.

- Proses

Proses kewirausahaan dimulai dengan timbulnya inovasi, yang dipengaruhi oleh sejumlah faktor baik yang bersumber dari aspek pribadi maupun luar pribadi. Faktor-faktor tersebut mencakup pendidikan, aspek sosiologis, dinamika organisasi, kebudayaan, dan lingkungan sekitar. Variabel-variabel ini membentuk aspek-aspek kunci seperti locus of control, tingkat kreativitas, kemampuan untuk berinovasi, kemampuan implementasi, dan pertumbuhan bisnis. Keseluruhan proses ini berkembang menjadi entitas wirausaha yang memiliki dampak besar.

Dalam proses pembuatan nasi, soto dan ayam penyet membutuhkan alat alat masak seperti kompor, baskom, kuai, talenan, pisau, sendok dll. Dan bahan utama nya seperti ayam, beras, dan bahan bahan lain nya.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan gambaran umum/profil usaha Warung Rumah Makan Kak Ira, dapat disimpulkan bahwa warung tersebut merupakan usaha kuliner yang berfokus pada hidangan nasi, soto, dan ayam penyet. Terletak di Jl. Pancing no 257 Kenangan Baru, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara, Warung Rumah Makan Kak Ira mampu menjual sekitar 80-100 porsi per hari. Faktor keberhasilan tersebut kemungkinan besar dipengaruhi oleh implementasi strategi pemasaran yang komprehensif.

Dalam analisis kelayakan bisnis dari aspek pemasaran, enam aspek pemasaran yang diterapkan pada Warung Rumah Makan Kak Ira mencakup produk, harga, tempat, promosi, sumber daya manusia (SDM), dan proses. Produk-produk yang ditawarkan, seperti ayam penyet dan soto, menunjukkan perhatian terhadap kualitas bahan baku dan nilai kehalalan. Penetapan harga yang cermat, berkisar Rp. 10.000 per porsi, sesuai dengan target pasar yang dituju. Lokasi strategis di pinggir jalan menjadi keuntungan tempat usaha, mendukung aksesibilitas konsumen.

Strategi promosi melibatkan pemasangan lokasi di peta, pemanfaatan media sosial, dan rekomendasi dari konsumen. Dalam aspek sumber daya manusia, pelayanan yang ramah, penerimaan keluhan, dan manajemen karyawan yang efektif menjadi fokus utama. Selain itu, proses bisnis yang melibatkan inovasi dalam pembuatan hidangan dan manajemen keuangan yang cermat juga turut berkontribusi pada kesuksesan Warung Rumah Makan Kak Ira.

Dengan demikian, keseluruhan analisis kelayakan usaha dari aspek pasar dan pemasaran menunjukkan bahwa Warung Rumah Makan Kak Ira memiliki potensi untuk tetap bersaing dan berkembang dalam industri kuliner. Kendati demikian, perlu terus diperhatikan dan dioptimalkan setiap aspek pemasaran untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan usaha di masa depan.

Berdasarkan hasil penelitian maka usaha warung makan kak Ira yang menerapkan strategi alternatif pada Aspek pasar dan pemasaran sehingga dikatakan layak untuk dikembangkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hasyim Sitti Hajerah. “Analisis Kelayakan Usaha ditinjau dari Aspek Pemasaran (Studi Kasus pada Warung Bakso Bagus Kecamatan Rappocini)”. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies, Volume 3, Number 2 (Desember) 2022*
- Widyana Suci Fika, Alda Dhiya Naufal. “Analisis Kualitas Operasional Produksi (Survei Terhadap PT Aerofood Indonesia )”. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Volume 8, Nomor 2, Desember 2018*
- Nasution Diwayana Putri, dkk. “ANALISIS PENGARUH USAHA KULINER TERHADAP PENDAPATAN PELAKU UMKM DI KECAMATAN MEDAN SELAYANG”. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik, Vol. 7 (1), Januari 2022*
- Rizky Alya Ilham, dkk. ”Pengaruh Pelatihan dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Pengembangan UMKM (Studi Pada UMKM di Kecamatan Cigugur)”. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan, Volume 3 Nomor 1, Januari 2022.*
- Dr. Khasmir, S.E.,M.M., Jakfar, S.E.,.M.M. 2020. Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: Kencana Frenada Media Group.
- Dr. Umar Husein. 2009. Sru di Kelayakan Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, anggota IKAPI.