

Integrasi *Matrix Scoring* pada Kelayakan Penjualan Produk Makanan *Green Food Balini Organic* di *E-Commerce*

Ni Putu Yunita Putri¹, Anak Agung Elik Astari², Ni Putu Andini Desiyanti Laksmi³

^{1,2,3} Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mahendradatta
e-mail : putriy277@gmail.com¹,
elik.adoenku@gmail.com²,
g3kandini@gmail.com³

Penulis Korespondensi. Ni Putu Yunita Putri
e-mail : putriy277@gmail.com

ARTIKEL INFO

Artikel History:

Menerima 14 Agustus 2023
Revisi 27 November 2023
Diterima 02 Desember 2023
Tersedia Online 14 Desember 2023

Kata kunci :

Studi Kelayakan Bisnis, *Matrix Scoring*, *Green Food*, Balini *Organic*

ABSTRAK

Objektif. Penelitian mengenai studi kelayakan bisnis pada usaha Balini *Organic* ini dilakukan untuk mengetahui kelayakan usaha dan penentuan strategi usaha yang tepat diterapkan pada usaha Balini *Organic*.

Metode Riset. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif melalui wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan metode penentuan strategi melalui *matrix scoring* dan pendekatan kelayakan bisnis yang mencakup aspek non finansial dan aspek finansial. Analisis kelayakan bisnis mencakup aspek non finansial yang meliputi aspek pasar dan pemasaran, aspek manajemen dan sumber daya manusia, aspek teknis dan teknologi, aspek sosial dan ekonomi, dan aspek hukum, serta aspek finansial.

Hasil. Hasil penelitian menunjukkan usaha Balini *Organic* berada pada kuadran I dengan posisi persaingan kompetitif kuat dan pertumbuhan pasar cepat. Strategi yang dapat diterapkan berupa peningkatan kegiatan promosi dan pemasaran produk di *e-commerce*. Berdasarkan hasil analisis aspek non finansial, usaha Balini *Organic* dikatakan layak untuk dijalankan. Hasil analisis aspek keuangan memperoleh nilai NPV Rp 29.417.361, nilai IRR 50,77%, nilai ARR 87,1%, nilai PI sebesar 2,25 kali, serta pengembalian investasi pada usaha Balini *Organic* selama 1 Tahun 5 Bulan 19 Hari.

Kesimpulan. Usaha Balini *Organic* layak untuk dijalankan ditinjau dari aspek non finansial dan aspek finansial dengan upaya penerapan strategi peningkatan promosi dan pemasaran produk.

ARTICLE INFO

Artikel History:

Recived 14 August 2023
Revision 27 November 2023
Accepted 02 December 2023
Avalilable Online 14 December 2023

Keywords :

Business Feasibility Study,
Matrix Scoring, *Green Food*,
Balini Organic

ABSTRACT

Objective. Research on business feasibility studies on Balini *Organic* was conducted to determine business feasibility and determine the right business strategy to be applied to Balini *Organic*.

Research Method. This research uses a qualitative descriptive research type through interviews, documentation and literature study. This study uses a strategy determination method through matrix scoring and a business feasibility approach that includes non-financial and financial aspects. Business feasibility analysis includes non-financial aspects which include market and marketing aspects, management and human resources aspects, technical and technological aspects, social and economic aspects, and legal aspects, as well as financial aspects.

Results. The results of the study show that Balini *Organic* is in quadrant I with a strong competitive position and fast market growth. Strategies that can

be applied include increasing product promotion and marketing activities in e-commerce. Based on the results of the analysis of non-financial aspects, Balini Organic is said to be feasible to run. The results of the analysis of the financial aspects obtained an NPV value of IDR 29,417,361, an IRR value of 50.77%, an ARR value of 87.1%, a PI value of 2.25 times, and a return on investment in the Balini Organic business for 1 year 5 months 19 days.

Conclusion. Balini Organic is feasible to run in terms of non-financial and financial aspects by implementing strategies to increase product promotion and marketing.

© 2021 Strategic: Journal of Management Sciences. All rights reserved.

1. PENDAHULUAN

Saat ini, Indonesia menjadi bagian dari keanggotaan Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) yang mengesahkan dan mengaplikasikan komitmen *Sustainable Development Goals* (SDGs) (dikutip dari sdgs.bappenas.go.id). Pelaksanaan SDGs di Indonesia saat ini didukung dengan adanya program *Green Economy* (Ekonomi Hijau) (Nuringsih et al., 2022). Paradigma tentang adanya *green economy* ini menciptakan suatu peluang usaha berupa *green entrepreneurship* yang mengembangkan produk berupa *green product* yang turut serta membantu meminimalkan adanya masalah lingkungan dan mempercepat pencapaian target sasaran SDGs (Nuringsih et al., 2022). Salah satu jenis *green product* yang saat ini cukup diminati yaitu berupa *green food*. *Green food* dapat dikategorikan sebagai produk makanan yang diolah dengan menggunakan bahan baku alami, organik, dan diproses tanpa meninggalkan efek samping yang membahayakan manusia maupun lingkungan (Fuadil, 2020).

Terdapat beberapa alasan masyarakat khususnya kaum milenial dalam mengkonsumsi produk organik yang telah dirangkum dari Statistik Pertanian Organik Indonesia (SPOI) 2019 (Alliance, n.d.) sebagai berikut:

Tabel 1 Alasan Milenial Membeli Produk Organik

Pernyataan	Setuju		Tidak Setuju		Tidak Tahu	
	n	%	n	%	n	%
Bebas pestisida sintesis	209	82,61	34	13,44	10	3,95
Baik untuk kesehatan dan bergizi	201	79,45	33	13,04	19	7,51
Bebas GMO (<i>Genetically Modified Organism</i>)	201	79,45	42	16,60	10	3,95
Dapat menjaga lingkungan	200	70,05	43	17,00	10	3,95
Keamanan pangan	189	74,70	38	15,02	26	10,28
Rasa lebih enak	178	70,36	47	18,58	28	11,07

Sumber: Statistik Pertanian Organik Indonesia (SPOI), 2019

Berdasarkan tabel di atas, alasan masyarakat dalam mengambil keputusan untuk mengkonsumsi produk organik lebih banyak dikarenakan produk organik bebas dari pestisida dan baik untuk kesehatan. Masyarakat hanya berorientasi terhadap kesehatan dan kecukupan gizi saja, padahal terdapat dampak lain yang dihasilkan seperti adanya pelestarian lingkungan akibat konsumsi produk organik. Hal tersebut membuat para pelaku usaha produk *green food* berlomba-lomba dalam memasarkan produknya terutamanya melalui *e-commerce*. Irawati & Prasetyo, (2021) menyebutkan bahwa *platform* yang paling banyak diminati masyarakat Indonesia yaitu *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan Blibli.

Salah satu usaha yang bergerak di bidang produksi olahan makanan dari bahan organik (*green food*) yang dipasarkan melalui *e-commerce* adalah Balini Organic. Harga yang relatif tinggi pada produk organik tentu menjadi sebuah tantangan bagi usaha seperti Balini Organic dalam memasarkan produknya di pasaran. Hal tersebut membuat pemilik usaha berupaya menciptakan strategi penjualan yang tepat untuk memperluas dan meningkatkan kuantitas

penjualan produk. Selain melakukan peningkatan produktivitas usaha, diperlukan pula perencanaan yang baik serta evaluasi secara berkala yang dapat dilakukan dengan penerapan pengkajian studi kelayakan yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi dalam pengembangan usaha.

Dalam penelitian yang dilakukan A. A. E. Astari et al. (2021) studi kelayakan bisnis juga dilakukan guna mengetahui kelayakan inovasi dan pengembangan produk yang dilakukan suatu usaha. Selain itu, menurut Sudiartini et al. (2021) analisis kelayakan bisnis membantu suatu usaha dalam menentukan posisi usaha dan strategi yang tepat dilakukan berdasarkan atas hasil analisis SWOT yang dilakukan. Dalam studi kelayakan ini juga dilakukan analisa terhadap posisi usaha pada pasar dengan menggunakan metode *matrix scoring* berupa penilaian terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, serta tantangan yang dihadapi perusahaan dalam melakukan penjualan di *e-commerce*. Dalam penelitian ini, kelayakan usaha dikaji dengan metode *matrix scoring* dan penilaian dari beberapa aspek kelayakan, baik dari aspek non finansial maupun dari aspek finansial yang bertujuan untuk mengetahui kelayakan usaha dan strategi yang tepat dalam penjualan produk Balini *Organic*.

2. STUDI LITERATUR

Matrix Scoring

Dalam penilaian kelayakan suatu usaha, perlu dilakukan suatu analisa terhadap posisi usaha pada pasar dengan menggunakan metode *matrix scoring*. Dalam penentuan posisi dan strategi usaha, perlu dilakukan analisis terhadap lingkungan perusahaan yang dibagi menjadi dua yaitu analisis lingkungan internal dan analisis lingkungan eksternal (Kotler, 2013). Menurut Rangkuti (2017), tahapan perencanaan strategi dalam manajemen strategi yang meliputi beberapa metode seperti matriks IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*), matriks EFAS (*External Strategic Factor Analysis Summary*), *Grand Strategy Matrix*, matriks IE (*Internal External Matrix*), matriks SWOT, serta QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*).

Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan kegiatan yang mempelajari dan mengkaji secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan dalam rangka menentukan layak atau tidaknya usaha tersebut dijalankan dan dikembangkan (Jakfar, 2020). Menurut Yulidar (2021), studi kelayakan bisnis merupakan suatu kegiatan peninjauan suatu usaha yang dilaksanakan guna menilai kelayakan suatu usaha yang akan atau telah dijalankan. Terdapat lima tujuan dilakukannya studi kelayakan bisnis yaitu menghindari adanya risiko kerugian, memudahkan pelaksanaan perencanaan, memudahkan pelaksanaan bisnis, memudahkan pengawasan, serta memudahkan pengendalian (Adnyana, 2020). Aspek kelayakan bisnis mencakup aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen dan sumber daya manusia, aspek sosial dan ekonomi, serta aspek keuangan yang dinilai melalui analisis uji kelayakan investasi (Astari et al., 2021)(A. Astari et al., 2022).

E-Commerce

E-Commerce atau *electronic commerce* atau *internet marketing* dalam Harini & Handayani (2019) dapat diartikan sebagai suatu teknologi berbentuk sistem yang memfasilitasi suatu usaha dalam proses pemasaran produk melalui media elektronik. *E-commerce* juga dapat dikatakan sebagai suatu perdagangan online yang mencakup aktivitas jual beli produk melalui media internet yang mengubah aktivitas pemasaran konvensional menjadi digital (Teruna & Ardiansyah, 2022). Terdapat beberapa jenis *platform e-commerce* yang digunakan sebagai media dalam aktivitas pemasaran dan penjualan produk seperti *marketplace*, *website*, dan media sosial.

Marketplace menjadi *platform* yang paling banyak diminati masyarakat Indonesia (Irawati & Prasetyo, 2021). Beberapa *marketplace* yang cukup terkenal di Indonesia seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, JD.ID, dan Bukalapak.

Green Food

Menurut Fuadil (2020), *Green food* dapat dikategorikan sebagai produk makanan yang diolah dengan menggunakan bahan baku alami, *hygiene*, organik, diproses tanpa meninggalkan efek samping yang membahayakan manusia maupun lingkungan, serta dikemas secara sederhana dan tidak menggunakan plastik.

3. METODE RISET

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif yang membahas mengenai kelayakan penjualan produk *green food* di *e-commerce* pada usaha Balini *Organic* melalui metode penentuan strategi dengan *matrix scoring* dan pendekatan kelayakan bisnis yang meliputi aspek non finansial dan aspek finansial. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yang menggambarkan kondisi usaha dengan memberikan predikat atau penilaian terhadap aspek yang diteliti secara menyeluruh sesuai dengan keadaan yang sebenarnya (Hikmawati, 2020). Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Jenis data yang digunakan yaitu berupa data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dengan beberapa responden yang berasal dari pihak internal usaha yaitu pemilik usaha dan beberapa karyawan yang terlibat serta pihak eksternal yaitu konsumen dan pemasok bahan baku.

Pada analisis penentuan strategi dilakukan analisis lingkungan perusahaan menggunakan matriks IFAS, matriks EFAS, *Grand Strategy Matrix*, matriks IE, matriks SWOT, serta QSPM. Dalam analisis kelayakan pada aspek non finansial mencakup analisis mengenai aspek pasar dan pemasaran, aspek manajemen dan sumber daya manusia, aspek teknis dan teknologi, aspek sosial dan ekonomi, serta aspek hukum. Penilaian pada aspek finansial meliputi perhitungan tingkat pengembalian investasi yang dilakukan dengan menghitung nilai *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Average Rate of Return* (ARR), serta *Profitability Index* (PI) (Jakfar, 2020). Analisis dalam setiap aspek kelayakan diperoleh dari hasil penilaian berupa pemberian skor dari pihak internal dan eksternal usaha pada kriteria masing-masing aspek kelayakan usaha.

Setelah tiap-tiap aspek dinilai sesuai dengan tabel skor yang telah ditentukan, maka akan ditentukan klasifikasi tiap aspek ke dalam lima kategori sebagai berikut (Suharsimi, 2011):

1. $\geq M_i + 1,5 S_{Di}$ = Sangat Layak
2. $M_i + 0,5 S_{Di} \leq M_i + 1,5 S_{Di}$ = Layak
3. $M_i - 0,5 S_{Di} \leq M_i + 0,5 S_{Di}$ = Cukup Layak
4. $M_i - 1,5 S_{Di} \leq M_i - 0,5 S_{Di}$ = Kurang layak
5. $< M_i - 1,5 S_{Di}$ = Tidak Layak

Dengan rumus untuk menentukan skor rata-rata idel yaitu:

1. $M_i = \frac{1}{2}$ (skor ideal tertinggi – skor ideal terendah)
2. $S_{Di} = \frac{1}{6}$ (skor ideal tertinggi – skor ideal terendah)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Balini *Organic* merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang penyediaan dan penjualan produk makanan *green food* yang menggunakan bahan dasar kakao organik. Usaha yang dikembangkan oleh Auditya Sari dan Evelyn Knapwerth ini terletak di Jalan Gong Gambuh II No. 19, Jimbaran, Kuta Selatan Badung. Tidak hanya ingin melakukan kegiatan usaha sebatas ekspor *raw product* biji kakao saja, Balini *Organic* melakukan pengembangan usaha berupa penambahan produk yang dijual. Pengembangan dilakukan dengan menciptakan produk turunan baru dari hasil pertanian kakao organik berupa *energy bar*. Produk *energy bar* merupakan produk makanan yang berbahan dasar beberapa hasil pertanian organik yang menciptakan produk dengan kandungan gizi yang cukup tinggi (*super food*). Proses produksi produk *energy bar* ini bekerjasama dengan UD. Kakao Setia (Ubud Raw) yang merupakan usaha *Chocolate Maker* yang ada di Bali. Saat ini, produk Balini *Organic* dipasarkan melalui *e-commerce* yaitu website, tokopedia, dan shopee yang membantu memperluas jangkauan pasar yang ada.

Matriks IFAS

Tabel 2 Matriks IFAS Usaha Balini *Organic*

<i>Strength</i>	Bobot	Rating	Skor
Produk Balini <i>Organic</i> menggunakan bahan baku organik berupa kakao organik berkualitas dan memiliki nilai gizi	0,105	3,75	0,395
Balini <i>Organic</i> menyediakan banyak varian produk turunan kakao organik kualitas ekspor dan snack <i>energy bar</i> yang masih jarang diproduksi	0,102	3,625	0,369
Produk Balini <i>Organic</i> dikemas dengan kemasan yang ramah lingkungan dengan menggunakan kertas dan tidak menimbulkan limbah	0,102	3,625	0,369
Penjualan produk tidak hanya dilakukan di dalam negeri, tetapi sudah menjangkau pasar mancanegara	0,109	3,875	0,421
Balini <i>Organic</i> merupakan usaha yang memasarkan produk organik yang berorientasi pada pelestarian lingkungan berkelanjutan	0,098	3,5	0,344
<i>Weakness</i>	Bobot	Rating	Skor
Harga produk Balini <i>Organic</i> relatif cukup mahal karena menggunakan bahan-bahan yang organik	0,091	3,25	0,296
Produksi tidak dikelola sendiri dan dilakukan apabila ada pemesanan saja karena adanya keterbatasan alat dan kemampuan sumber daya manusia serta saat ini Balini <i>Organic</i> sedang melakukan proses <i>re-packaging</i> .	0,098	3,5	0,344
Pengelolaan manajemen usaha yang masih sangat sederhana	0,091	3,25	0,296
Kegiatan promosi yang dilakukan belum efektif karena pemanfaatan media promosi digital yang belum optimal dan masih cenderung masif	0,109	3,875	0,421
Produk belum banyak dikenal masyarakat, namun lebih banyak dikenal di luar negeri sehingga diperlukan adanya promosi yang lebih intensif	0,095	3,375	0,320
Total	1,00		3,576

Sumber: David (2011), Data Diolah, 2023

Analisis matriks IFAS seperti pada tabel di atas menunjukkan bahwa faktor internal berupa kekuatan (*strength*) memperoleh total skor sebesar 1,898 dan kelemahan (*weakness*) memperoleh skor sebesar 1,678, sehingga perolehan skor keseluruhan faktor internal dari usaha Balini *Organic* memperoleh total skor sebesar 3,576. Analisis lingkungan internal tersebut dapat

menggambarkan bahwa usaha Balini *Organic* lebih unggul pada penjualan produk ke luar negeri (dominan pada pangsa pasar ekspor) sehingga perlu adanya konsistensi terhadap kualitas produk.

Matriks EFAS

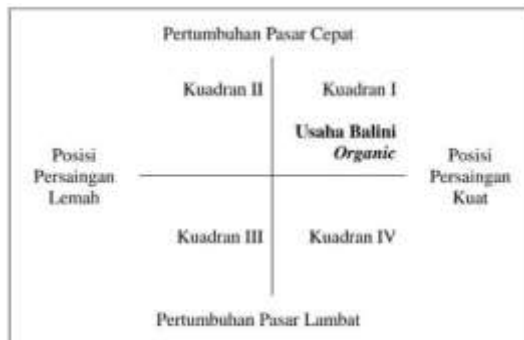
Tabel 3 Matriks EFAS Usaha Balini *Organic*

<i>Opportunity</i>	Bobot	Rating	Skor
Pangsa pasar luas dengan permintaan produk yang tinggi	0,109	3,625	0,397
Masih sedikit yang menjual produk dari kakao organik	0,091	3	0,272
Adanya peningkatan jumlah permintaan produk setiap tahunnya	0,106	3,5	0,370
Pesatnya teknologi dan berkembangnya <i>E-Commerce</i>	0,109	3,625	0,397
Pemanfaatan bahan baku yang dilakukan secara optimal	0,098	3,25	0,319
Threat			
Adanya pesaing yang menjual produk serupa	0,087	2,875	0,250
Adanya persaingan harga dari pesaing	0,102	3,375	0,344
Produksi tidak mampu memenuhi permintaan pasar	0,109	3,625	0,397
Penurunan produktivitas bahan baku	0,083	2,75	0,228
Keinginan masyarakat membeli produk dengan harga murah	0,106	3,5	0,370
Total	1,00		3,342

Sumber: David (2011), Data Diolah, 2023

Berdasarkan matriks EFAS di atas, diperoleh hasil perolehan skor keseluruhan faktor eksternal dari usaha Balini *Organic* sebesar 3,342. Analisis faktor eksternal tersebut dapat menggambarkan bahwa usaha Balini *Organic* perlu melakukan optimalisasi produktivitas usaha sehingga seluruh permintaan akan produk Balini *Organic* dapat terpenuhi.

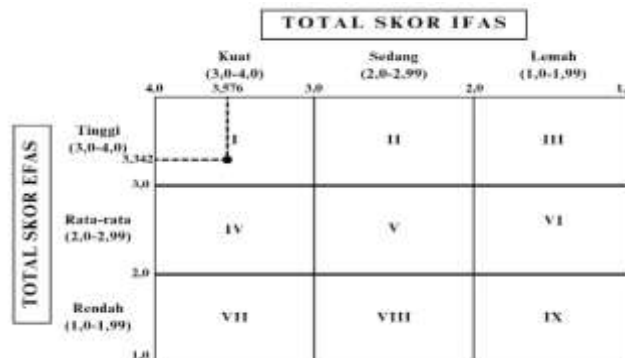
Grand Strategy Matrix



Gambar 1 *Grand Strategy Matrix* Usaha Balini *Organic*

Sumber: David (2011), Data Diolah, 2023

Matriks IE



harga murah.		
--------------	--	--

Sumber: Rangkuti (2006), Data Diolah, 2023

Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

Tabel 5 Matriks QSPM Usaha Balini Organic

Urutan	Alternatif	Nilai TAS
1	Meningkatkan kegiatan promosi dan penjualan produk di <i>e-commerce</i> (SO3)	8,625
2	Memperluas jangkauan pemasaran produk (ST2)	8,375
3	Memanfaatkan peluang yang ada dengan meningkatkan kapasitas produksi produk (SO1)	8,25
4	Mengikuti pameran dengan membuka stand atau <i>both</i> untuk memperkenalkan produk ke masyarakat (WO3)	8,25
5	Mempertahankan kualitas produk yang dipasarkan (SO2)	8
6	Melakukan kerjasama dengan pemasok bahan baku lainnya sehingga dapat membantu mencukupi kapasitas produksi yang dilakukan (ST1)	7,875
7	Menerapkan manajemen usaha yang lebih profesional (WO2)	7,625
8	Melakukan produksi sendiri untuk meningkatkan kapasitas produksi sehingga dapat memenuhi permintaan produk yang tinggi (WO1)	7,5
9	Menetapkan harga yang lebih terjangkau untuk semua kalangan konsumen (WT1)	7,375

Sumber: David (2011), Data Diolah, 2023

Berdasarkan analisis pada matriks QSPM di atas, diperoleh bahwa strategi SO 3 menjadi strategi dengan skor tertinggi yaitu sebesar 8,625. Hal ini menunjukkan bahwa strategi dalam meningkatkan kegiatan promosi dan penjualan produk di *e-commerce* perlu dilakukan usaha Balini Organic untuk mencapai tujuan usaha, menjangkau pasar yang lebih luas, dan meningkatkan pendapatan usaha.

ANALISIS KELAYAKAN BISNIS

Aspek Pasar dan Pemasaran

Penilaian pada aspek pasar dan pemasaran dilakukan dengan menganalisis alternatif strategi yang diperoleh sebagai hasil dari analisis lingkungan perusahaan, sebagai berikut:

Tabel 6 Skor Penilaian Kriteria Aspek Pasar dan Pemasaran

No.	Kriteria Kelayakan	Skor
1	Meningkatkan kegiatan promosi dan penjualan produk di <i>e-commerce</i>	8,625
2	Memperluas jangkauan pemasaran produk	8,375
3	Memanfaatkan peluang yang ada dengan meningkatkan kapasitas produksi produk	8,25
4	Mengikuti pameran dengan membuka stand atau <i>both</i> untuk memperkenalkan produk ke masyarakat	8,25
5	Mempertahankan kualitas produk yang dipasarkan	8

6	Melakukan kerjasama dengan pemasok bahan baku lainnya sehingga dapat membantu mencukupi kapasitas produksi yang dilakukan	7,875
7	Menerapkan manajemen usaha yang lebih professional	7,625
8	Melakukan produksi sendiri untuk meningkatkan kapasitas produksi sehingga dapat memenuhi permintaan produk yang tinggi	7,5
9	Menetapkan harga yang lebih terjangkau untuk semua kalangan konsumen	7,375
Total Skor		71,88
Rata-Rata Skor		7,99

Sumber: Suharsimi (2011), Data Diolah, 2023

Produk dari usaha Balini *Organic* saat ini dipasarkan dan dipromosikan melalui media *e-commerce* berupa website, shopee, dan tokopedia, namun belum optimal dilakukan. Upaya peningkatan kegiatan promosi merupakan salah satu jalan utama untuk meningkatkan penjualan produk karena promosi menjadi jalan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat terutamanya melalui media sosial yang saat ini berkembang sangat pesat. Perlu adanya perluasan pemasaran produk bisa dilakukan dengan memberikan promosi kepada masyarakat melalui media sosial atau *platform* penjualan sehingga pangsa pasar yang dijangkau dapat mencakup keseluruhan kalangan masyarakat (tidak hanya kepada masyarakat yang mengkonsumsi produk organik saja). Keikutsertaan usaha Balini *Organic* pada *event-event* seperti pameran dengan membuka stand atau *both* juga akan membantu usaha Balini *Organic* untuk lebih dikenal masyarakat, memperluas jangkauan pasar, serta membantu promosi yang lebih optimal.

Pemanfaatan peluang akan permintaan produk Balini *Organic* yang cukup besar saat ini belum mampu dilakukan karena adanya keterbatasan kapasitas produksi dan keterbatasan modal. Upaya pemaksimalan produksi seharusnya dapat diselesaikan dengan adanya kerjasama dengan pemasok bahan baku kakao yang disesuaikan dengan kriteria yang ditentukan usaha Balini *Organic*. Penerapan manajemen yang lebih baik dan professional juga akan berdampak pada produktivitas dan kinerja pada usaha Balini *Organic* yang juga akan berimbas pada peningkatan profitabilitas usaha. Penetapan harga jual disesuaikan dengan harga bahan baku yang diperoleh dari petani serta biaya tenaga kerja yang terlibat dalam usaha ini. Penetapan harga jual yang lebih terjangkau dapat menjadi strategi untuk meningkatkan penjualan, namun penggunaan bahan organik yang memiliki harga yang cukup tinggi sangat berpengaruh pada harga jual produk Balini *Organic*.

Analisis pengkategorian berdasarkan kriteria kelayakan pada aspek pasar dan pemasaran diperoleh dari hasil perhitungan skor berupa rata-rata ideal sebagai berikut:

1. $M_i = \frac{1}{2} (\text{skor ideal tertinggi} - \text{skor ideal terendah})$
 - a. $= \frac{1}{2} (10-1) = 4,5$
2. $SD_i = \frac{1}{6} (\text{skor ideal tertinggi} - \text{skor ideal terendah})$
 - a. $= \frac{1}{6} (10-1) = 1,5$

Berdasarkan hasil perhitungan pengkategorian kelayakan pada aspek pasar dan pemasaran di atas, diperoleh klasifikasi pengkategorian sebagai berikut:

Tabel 7 Pengkategorian Aspek Pasar dan Pemasaran

No.	Rumus Skor	Skor	Kategori
1.	$\geq M_i + 1,5 SD_i$	$\geq 6,75$	Sangat Layak
2.	$M_i + 0,5 SD_i \leq M_i + 1,5 SD_i$	$5,25 \leq 6,75$	Layak
3.	$M_i - 0,5 SD_i \leq M_i + 0,5 SD_i$	$3,75 \leq 5,25$	Cukup Layak
4.	$M_i - 1,5 SD_i \leq M_i - 0,5 SD_i$	$2,25 \leq 3,75$	Kurang Layak
5.	$< M_i - 1,5 SD_i$	$< 2,25$	Tidak Layak

Sumber: Suharsimi (2011), Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 6 diperoleh nilai rata-rata skor kriteria-kriteria yang terpenuhi dari aspek pasar dan pemasaran pada usaha Balini *Organic* yaitu sebesar 7,99. Dilihat dari hasil pengkategorian kelayakan di atas, aspek pasar dan pemasaran memiliki skor $\geq 6,75$ sehingga dapat dikatakan bahwa kelayakan usaha Balini *Organic* ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran sangat layak untuk dijalankan. Dari hasil analisis kelayakan aspek pasar dan pemasaran diperoleh strategi terbaik yang dapat diterapkan usaha Balini *Organic* untuk membantu peningkatan produktivitas dan meningkatkan penjualan produk yaitu berupa meningkatkan kegiatan promosi dan penjualan produk di *e-commerce* sehingga usaha Balini *Organic* lebih banyak dikenal masyarakat secara luas.

Aspek Manajemen dan SDM

Terdapat beberapa kriteria yang dijadikan sebagai acuan kelayakan usaha Balini *Organic* dari aspek manajemen dan sumber daya manusia. Berikut merupakan hasil penilaian kriteria kelayakan pada aspek manajemen dan sumber daya manusia:

Tabel 8 Skor Penilaian Kriteria Aspek Manajemen dan SDM

No.	Kriteria Kelayakan	Skor
1.	Perencanaan SDM terintegrasi	3,8
2.	Memiliki <i>job description</i> yang jelas	4,8
3.	Adanya seleksi saat <i>recruitment</i> tenaga kerja	2,6
4.	Pemberian gaji karyawan yang sesuai	4,4
5.	Optimalisasi produktivitas dan evaluasi kerja	3
Total Skor		18,6
Rata-Rata Skor		3,72

Sumber: Suharsimi (2011), Data Diolah, 2023

SDM yang terlibat dalam usaha Balini *Organic* merupakan orang-orang yang memiliki satu visi dalam membantu mensejahterakan petani kakao di Kabupaten Jembrana. Setiap bagian atau divisi pada usaha Balini *Organic* memiliki tugas dan wewenang masing-masing dalam menjalankan operasional usaha, baik pada bagian operasional, bagian keuangan, bagian pemasaran hingga *founder* juga memiliki tugas masing-masing. Proses perekrutan karyawan pada usaha Balini *Organic* saat ini hanya dilakukan dengan cara menjalin kerjasama dengan orang-orang tertentu yang memiliki visi yang sama dengan usaha Balini *Organic*. Saat ini, usaha Balini *Organic* sedang melakukan proses *re-branding* dengan menghadirkan *packaging* baru yang lebih efisien.

Analisis pengkategorian berdasarkan kriteria kelayakan pada aspek manajemen dan sumber daya manusia diperoleh dari hasil perhitungan skor berupa rata-rata ideal sebagai berikut:

1. $M_i = \frac{1}{2}$ (skor ideal tertinggi – skor ideal terendah)
 - a. $= \frac{1}{2} (6-1) = 2,5$
2. $SD_i = \frac{1}{6}$ (skor ideal tertinggi – skor ideal terendah)
 - a. $= \frac{1}{6} (6-1) = 0,83$

Berdasarkan hasil perhitungan pengkategorian kelayakan pada aspek manajemen dan sumber daya manusia di atas, diperoleh klasifikasi pengkategorian sebagai berikut:

Tabel 9 Pengkategorian Aspek Manajemen dan SDM

No.	Rumus Skor	Skor	Kategori
1.	$\geq M_i + 1,5 SD_i$	$\geq 3,75$	Sangat Layak
2.	$M_i + 0,5 SD_i \leq M_i + 1,5 SD_i$	$2,91 \leq 3,75$	Layak
3.	$M_i - 0,5 SD_i \leq M_i + 0,5 SD_i$	$2,09 \leq 2,91$	Cukup Layak

4.	$Mi - 1,5 SDi \leq Mi - 0,5 SDi$	$1,26 \leq 2,09$	Kurang Layak
5.	$< Mi - 1,5 SDi$	$< 1,26$	Tidak Layak

Sumber: Suharsimi (2011), Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 8 diperoleh nilai rata-rata skor kriteria-kriteria yang terpenuhi dari aspek manajemen dan sumber daya manusia pada usaha Balini *Organic* yaitu sebesar 3,72. Dilihat dari hasil pengkategorian kelayakan di atas, aspek pasar dan pemasaran memiliki skor $2,91 \leq 3,75$ sehingga dapat dikatakan bahwa kelayakan usaha Balini *Organic* ditinjau dari manajemen dan sumber daya manusia layak untuk dijalankan. Perlu adanya proses *recruitment* yang jelas dengan spesifikasi dan ketentuan tertentu bagi calon karyawan Balini *Organic*. Selain itu, optimalisasi produktivitas akan membantu pemenuhan permintaan akan produk Balini *Organic* di pasaran.

Aspek Teknis dan Teknologi

Adapun penilaian kriteria yang dijadikan sebagai acuan kelayakan usaha Balini *Organic* dari aspek teknis dan teknologi sebagai berikut:

Tabel 10 Skor Penilaian Kriteria Aspek Teknis dan Teknologi

No.	Kriteria Kelayakan	Skor
1.	Bahan baku mudah diperoleh	6
2.	Bahan baku berupa kakao organik berkualitas	6,6
3.	Optimalisasi penggunaan teknologi	5,8
4.	Pemanfaatan media promosi produk	4,6
5.	Metode pembayaran produk beragam	6,2
6.	Strategi dan kapasitas produksi efektif	4,4
7.	Pengawasan dan <i>quality control</i> produk	6,4
Total Skor		40
Rata-Rata Skor		5,71

Sumber: Suharsimi (2011), Data Diolah, 2023

Bahan baku berupa kakao organik yang digunakan pada usaha Balini *Organic* diperoleh dari petani di daerah Jembrana yang berada di bawah naungan Koperasi Kerta Samaya Samaniya yang mendapat pengawasan dan pelatihan dari Kalimajari *Foundation*. Bahan baku kakao organik diolah melalui proses fermentasi yang menghasilkan kualitas kakao premium. Setelah melalui proses fermentasi, kakao akan melewati proses *drying* untuk mengurangi kadar air, kemudian dipisahkan berdasarkan ukuran melalui proses sortasi secara manual, lalu dipanggang dengan mesin *roaster*. Tahap selanjutnya yaitu proses pemisahan biji dengan kulit kakao dengan mesin *winnowing*, kemudian dihancurkan dengan mesin *grinding*. Pengoperasian teknologi pada proses produksi sudah optimal dilakukan dengan pengawasan tenaga manusia yang handal dengan kapasitas produksi ditentukan dari jumlah pemesanan produk saja. Pemasaran produk Balini *Organic* dilakukan melalui website dan *marketplace* tokopedia, dan shopee, namun belum dilakukan promosi lanjutan seperti pemberian promo-promo menarik atau potongan harga.

Analisis pengkategorian berdasarkan kriteria kelayakan pada aspek teknis dan teknologi diperoleh dari hasil perhitungan skor berupa rata-rata ideal sebagai berikut:

1. $Mi = \frac{1}{2}$ (skor ideal tertinggi – skor ideal terendah)
 - a. $= \frac{1}{2} (8-1) = 3,5$
2. $SDi = \frac{1}{6}$ (skor ideal tertinggi – skor ideal terendah)
 - a. $= \frac{1}{6} (8-1) = 1,17$

Berdasarkan hasil perhitungan pengkategorian kelayakan pada aspek teknis dan teknologi di atas, diperoleh klasifikasi pengkategorian sebagai berikut:

Tabel 11 Pengkategorian Aspek Teknis dan Teknologi

No.	Rumus Skor	Skor	Kategori
1.	$\geq Mi + 1,5 SDi$	$\geq 5,26$	Sangat Layak
2.	$Mi + 0,5 SDi \leq Mi + 1,5 SDi$	$4,09 \leq 5,26$	Layak
3.	$Mi - 0,5 SDi \leq Mi + 0,5 SDi$	$2,92 \leq 4,09$	Cukup Layak
4.	$Mi - 1,5 SDi \leq Mi - 0,5 SDi$	$1,75 \leq 2,92$	Kurang Layak
5.	$< Mi - 1,5 SDi$	$< 1,75$	Tidak Layak

Sumber: Suharsimi (2011), Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 10 diperoleh nilai rata-rata skor kriteria-kriteria yang terpenuhi dari aspek teknis dan teknologi pada usaha Balini *Organic* yaitu sebesar 5,71. Dilihat dari hasil pengkategorian kelayakan di atas, teknis dan teknologi memiliki skor $\geq 5,26$ sehingga dapat dikatakan bahwa kelayakan usaha Balini *Organic* ditinjau dari teknis dan teknologi sangat layak untuk dijalankan. Dari hasil analisis kelayakan aspek teknis dan teknologi diperoleh bahwa usaha Balini *Organic* perlu melakukan upaya pengoptimalan produktivitas usaha dengan meningkatkan kapasitas produksi produk sehingga seluruh permintaan akan produk Balini *Organic* dapat terpenuhi.

Aspek Sosial dan Ekonomi

Berikut hasil penilaian kriteria kelayakan aspek sosial dan ekonomi usaha Balini *Organic*:

Tabel 12 Skor Penilaian Kriteria Aspek Sosial dan Ekonomi

No.	Kriteria Kelayakan	Skor
1.	Meningkatkan perekonomian petani kakao	5,2
2.	Meningkatkan pemberdayaan perempuan	4,6
3.	Meningkatkan perekonomian nasional	4,2
4.	Membuka lapangan pekerjaan baru	4,6
5.	Pencapaian pembangunan berkelanjutan	4
Total Skor		22,6
Rata-Rata Skor		4,52

Sumber: Suharsimi (2011), Data Diolah, 2023

Adanya peningkatan pada penjualan kakao organik membuat para petani mendapatkan hasil penjualan (pendapatan) yang lebih banyak karena harga beli yang ditawarkan dari usaha Balini *Organic* lebih layak dan lebih tinggi daripada harga yang ditentukan apabila dijual kepada tengkulak. Hal ini berdampak pada peningkatan perekonomian para petani kakao yang bekerjasama dengan usaha Balini *Organic*. Selain itu, adanya keterlibatan petani perempuan dalam usaha ini dapat membantu pemberdayaan dan kesetaraan *gender* dalam bidang pekerjaan serta peningkatan perekonomian masing-masing keluarga dari petani perempuan tersebut. Adanya pengembangan pada usaha Balini *Organic* mengakibatkan adanya penambahan tenaga kerja dan terbukanya lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat sekitar usaha.

Analisis pengkategorian berdasarkan kriteria kelayakan pada aspek sosial dan ekonomi diperoleh dari hasil perhitungan skor berupa rata-rata ideal sebagai berikut:

1. $Mi = \frac{1}{2}$ (skor ideal tertinggi – skor ideal terendah)
 - a. $= \frac{1}{2} (6-1) = 2,5$
2. $SDi = \frac{1}{6}$ (skor ideal tertinggi – skor ideal terendah)
 - a. $= \frac{1}{6} (6-1) = 0,83$

Berdasarkan hasil perhitungan pengkategorian kelayakan pada aspek sosial dan ekonomi di atas, diperoleh klasifikasi pengkategorian sebagai berikut:

Tabel 13 Pengkategorian Aspek Sosial dan Ekonomi

No.	Rumus Skor	Skor	Kategori
1.	$\geq Mi + 1,5 SDi$	$\geq 3,75$	Sangat Layak
2.	$Mi + 0,5 SDi \leq Mi + 1,5 SDi$	$2,91 \leq 3,75$	Layak
3.	$Mi - 0,5 SDi \leq Mi + 0,5 SDi$	$2,09 \leq 2,91$	Cukup Layak
4.	$Mi - 1,5 SDi \leq Mi - 0,5 SDi$	$1,26 \leq 2,09$	Kurang Layak
5.	$< Mi - 1,5 SDi$	$< 1,26$	Tidak Layak

Sumber: Suharsimi (2011), Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 12 diperoleh nilai rata-rata skor kriteria-kriteria yang terpenuhi dari aspek sosial dan ekonomi pada usaha Balini *Organic* yaitu sebesar 4,52. Dilihat dari hasil pengkategorian kelayakan di atas, aspek sosial dan ekonomi memiliki skor $\geq 3,75$ sehingga dapat dikatakan bahwa kelayakan usaha Balini *Organic* ditinjau dari sosial dan ekonomi sangat layak untuk dijalankan. Dari hasil analisis kelayakan aspek sosial dan ekonomi menunjukkan bahwa keberlangsungan usaha Balini *Organic* membantu meningkatkan perekonomian para petani kakao yang bekerjasama dengan usaha Balini *Organic* sehingga kesejahteraan para petani serta keluarga dapat terjamin.

Aspek Hukum

Berikut merupakan hasil analisis dari beberapa kriteria kelayakan aspek hukum pada usaha Balini *Organic*:

Tabel 14 Skor Penilaian Kriteria Aspek Hukum

No.	Kriteria Kelayakan	Skor
1.	Adanya Nomor Induk Berusaha	5,8
2.	Adanya Nomor Pokok Wajib Pajak	5,6
3.	Adanya akta pendirian perusahaan	6
4.	Adanya Surat Izin Usaha Perdagangan	2,2
5.	Adanya sertifikat organik	4
Total Skor		23,6
Rata-Rata Skor		4,72

Sumber: Suharsimi (2011), Data Diolah, 2023

Usaha Balini *Organic* saat ini memiliki NPWP, akta pendirian perusahaan PT. *Eventually Everything Connected*, serta dua Nomor Induk Berusaha dengan skala usaha mikro dan klasifikasi usaha perdagangan besar kopi, teh, dan kakao dan NIB dengan klasifikasi industri makanan dari coklat dan kembang gula dari coklat. Saat ini, usaha Balini *Organic* belum memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan sedang dalam proses kepengurusan. Usaha Balini *Organic* juga telah mengantongi beberapa sertifikat terkait dengan produk organik diantaranya USDA (*United States Department of Agriculture*) *Organic*, EU *Organic*, dan *Rainforest Alliance (pre-merger UTZ certification)* serta telah memiliki sertifikat Halal.

Analisis pengkategorian berdasarkan kriteria kelayakan pada aspek hukum diperoleh dari hasil perhitungan skor berupa rata-rata ideal sebagai berikut:

1. $Mi = \frac{1}{2}$ (skor ideal tertinggi – skor ideal terendah)
 - a. $= \frac{1}{2} (6-1) = 2,5$
2. $SDi = \frac{1}{6}$ (skor ideal tertinggi – skor ideal terendah)
 - a. $= \frac{1}{6} (6-1) = 0,83$

Berdasarkan hasil perhitungan pengkategorian kelayakan pada aspek hukum di atas, diperoleh klasifikasi pengkategorian sebagai berikut:

Tabel 15 Pengkategorian Aspek Hukum

No.	Rumus Skor	Skor	Kategori
1.	$\geq Mi + 1,5 SDi$	$\geq 3,75$	Sangat Layak
2.	$Mi + 0,5 SDi \leq Mi + 1,5 SDi$	$2,91 \leq 3,75$	Layak
3.	$Mi - 0,5 SDi \leq Mi + 0,5 SDi$	$2,09 \leq 2,91$	Cukup Layak
4.	$Mi - 1,5 SDi \leq Mi - 0,5 SDi$	$1,26 \leq 2,09$	Kurang Layak
5.	$< Mi - 1,5 SDi$	$< 1,26$	Tidak Layak

Sumber: Suharsimi (2011), Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 14 diperoleh nilai rata-rata skor kriteria-kriteria yang terpenuhi dari aspek hukum pada usaha Balini *Organic* yaitu sebesar 4,72. Dilihat dari hasil pengkategorian kelayakan di atas, aspek hukum memiliki skor $\geq 3,75$ sehingga dapat dikatakan bahwa kelayakan usaha Balini *Organic* ditinjau dari hukum sangat layak untuk dijalankan. Dari hasil analisis kelayakan aspek hukum, diketahui bahwa usaha Balini *Organic* telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), serta akta pendirian perusahaan.

Aspek Keuangan

Kriteria penilaian kelayakan usaha Balini *Organic* berdasarkan aspek keuangan yaitu sebagai berikut:

Tabel 16 Skor Penilaian Kriteria Aspek Keuangan

No.	Kriteria Kelayakan	Skor
1.	NPV bernilai positif	6
2.	IRR lebih besar dari bunga yang dipersyaratkan	6
3.	ARR lebih besar dari <i>discount factor</i> yang ditentukan	6
4.	PI lebih besar dari 1	6
5.	PP lebih kecil dari 5 tahun investasi	6
Total Skor		30
Rata-Rata Skor		6

Sumber: Suharsimi (2011), Data Diolah, 2023

Analisis kelayakan usaha dari aspek keuangan dapat dilakukan dengan menggunakan perhitungan kriteria kelayakan investasi berupa NPV, IRR, ARR, dan PI serta untuk mengetahui jangka waktu pengembalian investasi dapat dilakukan dengan melakukan perhitungan PP.

Tabel 17 Hasil Perhitungan Kelayakan Investasi

No.	Kelayakan Investasi	Hasil
1.	<i>Net Present Value</i> (NPV)	Rp 29.417.361
2.	<i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	50,77%
3.	<i>Average Rate of Return</i> (ARR)	87,1%
4.	<i>Profitability Index</i> (PI)	2,25 kali
5.	<i>Payback Period</i> (PP)	1 tahun 5 bulan 19 hari

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Analisis pengkategorian berdasarkan kriteria kelayakan pada aspek keuangan diperoleh dari hasil perhitungan skor berupa rata-rata ideal sebagai berikut:

1. $Mi = \frac{1}{2}$ (skor ideal tertinggi – skor ideal terendah)
 - a. $= \frac{1}{2} (6-1) = 2,5$
2. $SDi = \frac{1}{6}$ (skor ideal tertinggi – skor ideal terendah)
 - a. $= \frac{1}{6} (6-1) = 0,83$

Berdasarkan hasil perhitungan pengkategorian kelayakan pada aspek keuangan di atas, diperoleh klasifikasi pengkategorian sebagai berikut:

Tabel 18 Pengkategorian Aspek Keuangan

No.	Rumus Skor	Skor	Kategori
1.	$\geq Mi + 1,5 SDi$	$\geq 3,75$	Sangat Layak
2.	$Mi + 0,5 SDi \leq Mi + 1,5 SDi$	$2,91 \leq 3,75$	Layak
3.	$Mi - 0,5 SDi \leq Mi + 0,5 SDi$	$2,09 \leq 2,91$	Cukup Layak
4.	$Mi - 1,5 SDi \leq Mi - 0,5 SDi$	$1,26 \leq 2,09$	Kurang Layak
5.	$< Mi - 1,5 SDi$	$< 1,26$	Tidak Layak

Sumber: Suharsimi (2011), Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 16 diperoleh nilai rata-rata skor kriteria-kriteria yang terpenuhi dari aspek keuangan pada usaha Balini *Organic* yaitu sebesar 6. Dilihat dari hasil pengkategorian kelayakan di atas, aspek keuangan memiliki skor $\geq 3,75$ sehingga dapat dikatakan bahwa kelayakan usaha Balini *Organic* ditinjau dari aspek keuangan sangat layak untuk dijalankan. Kelayakan usaha pada aspek keuangan didasarkan pada hasil perolehan nilai NPV positif sebesar Rp 29.417.361, nilai IRR sebesar 50,77% yang lebih besar dari bunga yang dipersyaratkan yaitu 42%, nilai ARR sebesar 87,1%, nilai PI lebih besar dari 1 yaitu sebesar 2,25 kali, serta pengembalian investasi pada usaha Balini *Organic* selama 1 Tahun 5 Bulan 19 Hari.

5. KESIMPULAN

Usaha Balini *Organic* dinyatakan layak untuk dijalankan berdasarkan atas hasil penilaian aspek non finansial maupun aspek finansial. Pada penilaian *matrix scoring* diperoleh bahwa posisi usaha Balini *Organic* berada pada Kuadran I dengan persaingan kompetitif yang kuat dan pertumbuhan pasar yang cepat. Posisi usaha Balini *Organic* sedang bertumbuh dan membangun. Strategi yang dapat diterapkan yaitu strategi dalam upaya peningkatan penjualan melalui optimalisasi kegiatan pemasaran (promosi) dan penjualan produk di *e-commerce* sehingga usaha Balini *Organic* dapat menjangkau seluas-luasnya pasar dan menghasilkan penjualan produk yang terus meningkat. Berdasarkan hasil perhitungan secara finansial pada aspek keuangan, usaha Balini *Organic* dinyatakan sangat layak dijalankan karena telah memenuhi beberapa kriteria kelayakan. Kriteria kelayakan tersebut diantaranya yaitu memperoleh nilai NPV positif sebesar Rp 29.417.361, nilai IRR sebesar 50,77% yang lebih besar dari bunga yang dipersyaratkan yaitu 42%, nilai ARR sebesar 87,1%, nilai PI lebih besar dari 1 yaitu sebesar 2,25 kali, serta pengembalian investasi pada usaha Balini *Organic* selama 1 Tahun 5 Bulan 19 Hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M. (2020). *Buku: Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Alliance, I. O. (n.d.). *Statistik Pertanian Organik Indonesia (SPOI) 2019*.
- Astari, A. A. E., Sudiartini, N. W. A., & Sari, N. L. P. R. (2021). Studi Kelayakan Inovasi Produk pada Arimasta Silver di Desa Celuk, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar. *JURNAL PENELITIAN EKONOMI DAN AKUNTANSI*, 6(2), 153–170.
- Astari, A., Yasa, N., Sukaatmadja, I., & Giantari, I. G. A. K. (2022). Integration of Technology Acceptance Model (TAM) and Theory of Planned Behavior (TPB): An E-Wallet Behavior with fear of COVID-19 as a Moderator Variable. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1427–1436.
- David, F. R. (2011). *Manajemen Strategis: Konsep, Buku 1, Edisi 12*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fuadil, M. (2020). *Attitude Pada Green Marketing Practice dan Store Atmosphere Terhadap Willingness to Pay di Cafe Merjer Padang (Survei Pada Konsumen Cafe Merjer Di Kota Padang)*.
- Harini, C., & Handayani, S. B. (2019). Pemasaran Kewirausahaan Melalui E-Commerce Untuk

- Meningkatkan Kinerja Umkm. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 13(2).
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi penelitian*. Depok: Rajawali Pers.
- Irawati, R., & Prasetyo, I. B. (2021). Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 6(2), 114–133.
- Jakfar, K. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis, Edisi Revisi, Cetakan Keempat Belas*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kotler, P. da. K. L. K. (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kristian, W., & Indrawan, F. (2019). Studi kelayakan bisnis dalam rangka pendirian XX Cafe. *Jurnal Akuntansi*, 11(2), 379-400.
- Lubis, F. S., Umam, M. I. H., & Nabila, S. (2023). ANALISIS KELAYAKAN BISNIS PADA USAHA ERINA LAUNDRY. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam Bidang Teknik Industri*, 9(1), 186-196.
- Muhafid, I. (2022). *Analisis Strategi Usaha Kecil Menengah Untuk Pemasaran Produk Kain Batik Rembang Menggunakan Metode Strength, Weakness, Opportunities, Thearts (SWOT) DAN Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung).
- Nadi, L., & Wenten, I. K. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis*. Banten: Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM).
- Nagargoje, S., Pawar, G., Waghela, N., & Kulkarni, S. (2019). Market Analysis and Feasibility Study of Commercial Office Space in Micro-Market of Panvel. *IIBM'S Journal of Management Research*, 130-147.
- Nuringsih, K., Nuryasman, M. N., & Rosa, J. A. (2022). Mendorong Green Entrepreneurial Intention Melalui Green Economy dan Green Entrepreneurial Orientation. *Jurnal Ekonomi*, 27(3), 417–440.
- Rangkuti, F. (2006). *Pengertian dan Rancangan Diagram Analisis SWOT*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rangkuti, F. (2017). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Cetakan Keduapuluh Tiga*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Saputra, M. B., Astari, A. A. E., & Indiani, N. L. (2022). Analisis Penggunaan Cashless (E-Wallet) sebagai Sarana untuk Memutus Perkembangan Virus (Tinjauan Aspek Pemasaran Kelayakan Bisnis). *Nusantara Hasana Journal*, 2(3), 254-260.
- Selviani, P., Astari, A. A. E., & Indiani, N. L. (2022). Studi Bisnis Model Canvas dalam Pengembangan Usaha dan Wirausaha Muda di Denpasar. *Nusantara Hasana Journal*, 2(4), 76-80.
- Singh, V., Paul, V. K., & Solanki, S. K. (2022). Feasibility study of adaptive reuse of old buildings. *International Journal of Housing and Human Settlement Planning*, 8(1), 10-31p
- Stirling, K. (2021). Feasibility study into opportunities for high-technology horticulture production in urban environments. *Hort Innovation*
- Sudiartini, N. W. A., Astari, A. A. E., Kardini, N. L., & Dhani, Y. R. (2020). The feasibility study of coffee house business opportunity in COVID-19 pandemic: a case study at kulo coffee shop pemogan. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 7(5), 38-45.
- Sudiartini, N. W. A., Astari, A. A. E., Laksmi, N. P. A. D., & Damayanti, N. L. P. (2021). Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Sari Merta Laundry DI Desa Guwang Kecamatan Sukawati. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi (JPENSI)*, 6(2), 116–142.
- Suharsimi, A. (2011). *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Teruna, D., & Ardiansyah, T. (2022). Analisis Penjualan Produk Online UMKM melalui Marketplace dan E-Commerce dengan Pendekatan Binary Logistic Regression. *Jurnal*

Pendidikan Dan Kewirausahaan, 10(1), 204–220.

Wahyuhandani, A. R. (2020). *TA: Rancang Bangun Usaha Makanan Kekinian OCIS* (Doctoral dissertation, Universitas Dinamika).

Wulandari, A., & US, K. A. (2021). Analisis Manajemen Pemasaran Pada Aplikasi Shopee Dan Tokopedia. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan, 1(3), 295-301.*

Yulidar, R. I. (2021). *Studi Kelayakan Bisnis Untuk Pabrik Pengolahan Buah (Studi Kasus PT. Pangan Nusantara Sehat).*