

**STUDI KELAYAKAN BISNIS  
RANCANGAN BISNIS ANGKRINGAN  
“NONGKI BOX”**

**Diajukan Sebagai Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Baiturrahmah**



Disusun oleh:

**PUTRI NURFAUZA**

**2110070540007**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN  
UNIVERSITAS BAITURRAHMAH  
PADANG  
2025**

**STUDI KELAYAKAN BISNIS  
RANCANGAN BISNIS ANGKRINGAN  
“NONGKI BOX”**

**Diajukan Sebagai Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Baiturrahmah**



Disusun oleh:

**PUTRI NURFAUZA**

**2110070540007**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN  
UNIVERSITAS BAITURRAHMAH  
PADANG  
2025**

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : Rancangan Bisnis Angkringan “Nongki Box”  
Nama : Putri Nurfaufa  
Program Studi : Kewirausahaan  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Studi kelayakan bisnis ini telah diperiksa, disetujui dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji Final Project Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah dan dinyatakan LULUS dalam Ujian Komprehensif Pada Tanggal 27 Agustus 2025.

## **KOMISI PEMBIMBING**

**Pembimbing 1**

**Pembimbing 2**

**Harry Wahyudi, Ph.D**  
**NIDN : 1007046401**

**Nanda, S.E., M.M**  
**NIDN : 1021038601**

**Pengesahan**

**UNIVERSITAS BATURRAHMAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**DEKAN**

**Dr. Yefri Reswita, S.E., M.Si., Akt.**  
**NIDN :1027017001**

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : Rancangan Bisnis Angkringan “Nongki Box”  
Nama : Putri Nurfausa  
Program Studi : Kewirausahaan  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Studi kelayakan bisnis ini telah diperiksa, disetujui dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji Final Project Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah dan dinyatakan LULUS dalam Ujian Komprehensif Pada Tanggal 27 Agustus 2025.

## **KOMISI PEMBIMBING**

**Pembimbing 1**

**Pembimbing 2**

**Harry Wahyudi, Ph.D**  
**NIDN : 1007046401**

**Nanda, S.E., M.M**  
**NIDN : 1021038601**

**Pengesahan**

**Ketua Program Studi Kewirausahaan**

**David Malik, S.E., M.B.A**  
**NIDN :1006077901**

**PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI**

**NAMA : Putri Nurfaufa**

**NPM : 2110070540007**

**Dinyatakan Lulus Pada Ujian Skripsi Program Studi Kewirausahaan**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah**

**Dengan Judul**

**Rancangan Bisnis Angkringan “Nongki Box”**

**Padang, Agustus 2025**

**Tim Penguji**

**Tanda Tangan**

<b>1. Ketua</b>	<b>: David Malik, S.E., M.B.A</b>	<b>1. ....</b>
<b>2. Penguji I</b>	<b>: Mya Yuwanita Suhandi, S.E., MM</b>	<b>2. ....</b>
<b>3. Penguji II</b>	<b>: Howardi Visza Adha, S.E., BBA (Hons)., MM</b>	<b>3. ....</b>
<b>4. Pembimbing I</b>	<b>: Harry Wahyudi, Ph.D</b>	<b>4. ....</b>
<b>5. Pembimbing II</b>	<b>: Nanda, S.E., M.M</b>	<b>5. ....</b>

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : PUTRI NURFAUZA

Tempat & Tanggal Lahir : Mahato, 19 Desember 2002

Jenis Kelamin : Perempuan

Jurusan : Kewirausahaan

Agama : Islam

Nama Ayah : Mujiono

Nama Ibu : Wiwin

Anak Ke : 1 (Satu)

Alamat : JL. Mahato Km 18, Dusun Suka Damai, Tambusai  
Utara

## RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD Negeri 025 Tambusai Utara Tahun 2014
2. SMP Negeri 13 Tambusai Utara Tahun 2017
3. SMA Negeri 2 Tambusai Utara Tahun 2020
4. Universitas Baiturrahmah Padang Tahun 2025



*Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap  
(Terjemahan QS Asy-Syarh : 6-8)*

*Segala puji dan syukur kupersembahkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala, yang dengan kasih dan rahmat-Nya telah mengizinkan setiap detik waktu berlalu menjadi pelajaran berharga. Atas izin-Nya, aku dapat menghirup udara kehidupan hingga detik ini, merasakan pergantian hari yang penuh warna, dan menjalani perjalanan panjang yang sarat dengan tantangan, tangis, tawa, serta harapan. Setiap langkah yang kulalui adalah bukti betapa besar kuasa-Nya dalam menuntunku hingga pada titik pencapaian ini.*

*Dengan sepenuh hati, skripsi ini kupersembahkan kepada kedua orang tua tercinta, (Mujiono) dan (Wiwin).*

*Ayah, terima kasih atas keteguhan dan kerja keras yang menjadi teladan dalam hidup saya. Dari caramu berjuang tanpa banyak kata, saya belajar tentang arti tanggung jawab dan ketulusan. Engkau mengajarkanku untuk tidak mudah menyerah, untuk tetap berdiri tegak dalam setiap ujian, dan untuk selalu berpegang pada kejujuran serta prinsip dalam menghadapi kehidupan. Ketegasanmu membentuk keberanian dalam diriku, sementara kesabaranmu mengajarkanku makna keikhlasan sejati.*

*Ibu, terima kasih atas cinta tanpa batas yang selalu menjadi pelindung di setiap langkahku. Dari kelembutan tanganmu, saya belajar tentang kasih yang tulus dan ketabahan yang tak terukur. Ibu selalu tahu bagaimana*

*menenangkan ketika dunia terasa berat, dan selalu tahu bagaimana membuatku percaya bahwa setiap perjuangan akan menemukan jalannya.*

*Doa-doa yang Ibu panjatkan dalam diam menjadi kekuatan yang tak pernah pudar, bahkan saat jarak memisahkan.*

*Kalian berdua adalah alasan terbesar di balik setiap keberhasilan yang saya raih. Tidak ada kata yang mampu menggambarkan sepenuhnya betapa besar cinta dan terima kasih saya. Setiap pencapaian, setiap langkah, dan setiap keberanian yang saya miliki adalah cerminan dari nilai-nilai yang kalian tanamkan sejak awal — kerja keras, kejujuran, kesabaran, dan kasih yang tanpa syarat.*

*Hari ini, di titik kecil dari perjalanan panjang ini, saya mempersembahkan segala hasil perjuangan ini untuk Ayah dan Ibu. Karena tanpa doa, pengorbanan, dan cinta kalian, saya mungkin tidak akan pernah sampai sejauh ini.*

*Semoga kebahagiaan dan kebanggaan yang sederhana ini bisa menjadi bagian kecil dari balasan untuk segala pengorbanan yang telah kalian berikan sepanjang hidupku.*

*Terima kasih, Ayah dan Ibu — untuk segalanya.*

*Untuk cinta yang tak pernah padam, untuk kesabaran yang tak terbatas, dan untuk keyakinan yang selalu kalian tanamkan dalam setiap langkahku.*

*Keberhasilan ini adalah milik kita bersama.*

**ADIK TERSAYANG**

*Untuk adikku tersayang, Yuli Andriani, tiga tahun lebih muda namun sering terasa jauh lebih dewasa dariku. Terima kasih telah menjadi sahabat,*



*teman bertukar cerita, sekaligus “lawan debat” terbaik dalam setiap bab perjalanan hidupku.*

*Kita tumbuh dengan cara yang berbeda, sering kali tidak sejalan dalam cara berpikir, bahkan tidak jarang saling berselisih karena sama-sama keras kepala. Namun di balik itu semua, aku selalu melihat ketulusanmu dalam setiap tindakan, keberanianmu dalam mengambil keputusan, dan kemandirianmu yang membuatku belajar banyak hal tentang arti menjadi kuat.*

*Kau mungkin sulit diatur, selalu ingin menentukan jalanmu sendiri, tetapi di situlah letak kekagumanku padamu. Kau tidak pernah takut untuk mencoba, tidak pernah ragu untuk berdiri sendiri, dan tidak pernah berhenti berjuang demi apa yang kau yakini.*

*Aku bangga melihatmu tumbuh menjadi pribadi yang tangguh, berani, dan penuh semangat. Terima kasih telah menjadi pengingat bahwa keluarga tidak hanya tentang hubungan darah, tetapi juga tentang saling tumbuh, saling belajar, dan saling mendukung—meski dengan cara yang kadang keras, tapi selalu penuh kasih.*

*Semoga setiap langkahmu selalu membawa kebahagiaan dan keberhasilan. Kau akan selalu menjadi salah satu alasan terbesar aku terus berusaha menjadi versi terbaik dari diriku.*

*Untuk adikku tersayang, Arsa Mahardika, yang kini sudah jadi anak SD — selamat ya! Rasanya baru kemarin kau sibuk belajar menyebut namamu sendiri, sekarang malah sudah semangat menyiapkan tas dan pensil warna*

*tiap pagi. Kau selalu jadi cahaya kecil di rumah ini selalu ramai, cerewet,  
tapi bikin semua tertawa.*

*Kini kau tumbuh jadi anak yang penuh rasa ingin tahu,  
suka bertanya hal-hal aneh tapi lucu, serta pemikiran yang sangat luar  
biasa, seperti, “coba aja mama punya anak laki-laki 2 dan perempuan 2,  
pasti mama ga perlu lelah ikut ke kebun seperti ini. Terus perempuan  
dirumah membantu mama beberes, dan laki-laki ke kebun membantu ayah.*

*Perempuan itu lemah ma, laki-laki yang kuat.”*

*Kakak bangga sekali padamu.*

*Teruslah jadi anak kecil yang ceria, penasaran, dan berani belajar hal baru  
setiap hari. Semoga dunia sekolahmu penuh warna seperti gambar yang*

*kau buat di dinding rumah —*

*kadang berantakan, tapi selalu indah dan penuh cerita.*

*Dengan penuh kasih,*

*Kakakmu yang selalu jadi penggemar nomor satu.*

### **SAHABAT SEPERJUANGAN**

*Untuk sahabat terbaikku, Nurul Puteri Winanti, S.Bns, teman satu angkatan,  
satu jurusan, satu kelas, satu kos, dan satu perjuangan selama empat tahun  
terakhir.*

*Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan panjang yang tak selalu  
mudah ini. Dari hari-hari pertama penuh kebingungan di kampus baru,  
hingga detik terakhir menjelang kelulusan, kamu selalu ada — bukan  
sekadar teman, tapi juga keluarga yang Tuhan kirimkan di tanah rantau.*

*Kita sudah melalui begitu banyak hal bersama. Dari tawa yang pecah di tengah malam karena hal-hal sepele, hingga tangis lelah yang diam-diam kita sembunyikan. Dari begadang bersama menyiapkan presentasi, sarapan seadanya karena kepepet, hingga merayakan keberhasilan kecil yang terasa besar saat dijalani berdua.*

*Empat tahun bukan waktu yang singkat, tapi bersamamu, semua terasa lebih ringan. Dalam setiap fase jatuh dan bangun, ada sosokmu yang selalu mengingatkan untuk tidak menyerah. Dalam setiap rasa ragu, ada dukunganmu yang membuat semuanya terasa mungkin. Dan dalam setiap momen bahagia, ada tawa kita yang mengisi ruang-ruang kenangan dengan hangat.*

*Terima kasih sudah bertahan, menemani, dan menjadi saksi perjalanan ini dari awal hingga akhir. Terima kasih sudah menjadi rumah di tengah segala ketidakpastian, menjadi tempat berbagi cerita, dan menjadi alasan untuk tetap semangat saat semua terasa berat.*

*Kini, setelah semua perjuangan itu terlewati, aku sadar — yang paling berharga bukan hanya gelar atau hasil akhir, tetapi persahabatan yang tumbuh di setiap prosesnya.*

*Kita memulai perjalanan ini bersama, dan kini kita pun menutupnya dengan langkah yang sama, berdiri berdampingan, menatap masa depan dengan senyum yang sama bangganya. Untukmu, terima kasih telah menjadi bagian terbaik dari empat tahun yang tak akan pernah tergantikan.*

*Untuk kamu, yang selalu ada —*

*di saat senang maupun susah, di kala tawa maupun air mata.*

*Ardy Saputra, terima kasih sudah bertahan, sudah menemani, dan selalu jadi tempat aku kembali. Saat ini kamu sedang berusaha keras mengejar gelar di bidang Ilmu Komunikasi, sambil tetap berjuang menyeimbangkan semuanya dengan penuh tanggung jawab. Aku bangga padamu, atas kerja keras, keteguhan, dan semangat yang tidak pernah padam.*

*Terima kasih sudah jadi sosok yang selalu bisa diandalkan, yang mencintai tanpa syarat, dan yang membuat setiap hari terasa lebih bermakna. Semoga setiap langkahmu menuju cita-cita selalu diberi kelancaran, dan kita bisa terus berjalan bersama, saling mendukung, dalam setiap cerita ke depan.*

*Untuk diriku sendiri, Putri Nurfauza, yang telah berjuang sejauh ini dengan segala keterbatasan, keraguan, dan rasa lelah yang tak terhitung jumlahnya.*

*Terima kasih telah bertahan, bahkan ketika hati ingin menyerah.*

*Terima kasih karena tetap memilih berdiri setiap kali terjatuh, karena tetap percaya bahwa setiap langkah kecil pun adalah bagian dari perjalanan besar menuju mimpi.*

*Tak mudah untuk sampai di titik ini — ada air mata, ada kehilangan, ada malam-malam panjang yang hanya ditemani doa dan harapan. Namun dari semua itu, lahir kekuatan baru, lahir keyakinan bahwa dirimu mampu melewati segalanya.*

*Kau telah membuktikan bahwa kegigihan bisa mengalahkan keterbatasan,*

*dan bahwa setiap luka justru menjadikanmu lebih kuat, lebih matang, lebih  
mengerti arti perjuangan.*

*Semoga pencapaian ini menjadi pengingat bahwa tidak ada usaha yang sia-sia,  
bahwa setiap jatuh dan bangkit adalah bagian dari proses menuju  
keberhasilan.*

*Teruslah melangkah, meski perlahan — karena arahmu sudah benar.*

*Percayalah, perjalanan ini baru dimulai,  
dan masa depan yang lebih indah sedang menunggumu dengan tangan  
terbuka.*

**Salam**

**PUTRI NURFAUZA**

## **SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Putri Nurfaufa

Npm : 2110070540007

Prodi : Kewirausahaan

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenjang : S1

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan final project saya yang berjudul Rancangan Bisnis Angkringan “Nongki Box”

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah diterapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Padang, Agustus 2025

**PUTRI NURFAUZA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BAITURRAHMAH**

*Business Plan*, Agustus 2025

**PUTRI NURFAUZA**

**PERANCANGAN BISNIS ANGKRINGAN “NONGKI BOX”**

**ABSTRAK**

Nongki Box adalah konsep bisnis kuliner yang memadukan angkringan tradisional dengan manajemen modern serta format *food court* berbasis gerobak. Usaha ini menawarkan menu khas angkringan seperti nasi kucing, sate, dan gorengan, dilengkapi *dimsum* serta minuman, dengan harga terjangkau bagi segmen mahasiswa, pelajar, dan masyarakat umum. Selain inovasi konsep, Nongki Box berperan dalam pemberdayaan UMKM kuliner lokal melalui seleksi dan pembinaan tenant. Analisis finansial menunjukkan kebutuhan investasi sebesar Rp.208.769.000, harga pokok produksi Rp.6.829.483 per bulan, laba bersih tahunan Rp.440.052.404, NPV positif Rp.1.514.011.538, IRR 164%, dan *Payback Period* 1 tahun 4 bulan. Hasil ini membuktikan bahwa Nongki Box layak direalisasikan sebagai bisnis kuliner yang adaptif, kompetitif, dan berdampak sosial positif.

**Kata Kunci : Nongki Box, Angkringan, *Food Court*, UMKM, Kelayakan Usaha**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BAITURRAHMAH**

***Business Plan*, Agustus 2025**

**PUTRI NURFAUZA**

**PERANCANGAN BISNIS ANGKRINGAN “NONGKI BOX”**

### **ABSTRAK**

*Nongki Box is a culinary business concept that combines the traditional angkringan with modern management and a cart-based food court format. This venture offers signature angkringan menus such as nasi kucing, satay, and fried snacks, complemented with dim sum and beverages, at affordable prices targeting students, pupils, and the general public. Beyond its innovative concept, Nongki Box also contributes to the empowerment of local culinary MSMEs through tenant selection and development programs. Financial analysis indicates an investment requirement of IDR 208.769.000, monthly cost of goods sold of IDR 6.829.483, annual net profit of IDR 440.052.404, a positive NPV of IDR 1.514.011.538, an IRR of 164%, and a payback period of 1 year and 4 months. These results demonstrate that Nongki Box is feasible to implement as a culinary business that is adaptive, competitive, and socially impactful.*

***Keywords: Nongki Box, Angkringan, Food Court, MSMEs, Business Feasibility***



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga **Proposal Rencana Bisnis “Nongki Box”** ini dapat tersusun dengan baik. Proposal ini dibuat sebagai sarana analisis dan perencanaan usaha untuk mengkaji sejauh mana peluang serta potensi bisnis Nongki Box, terutama dalam menghadapi dinamika, tantangan, dan peluang di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Proposal Rencana Bisnis ini penulis susun sebagai salah satu syarat untuk melaksanakan Studi Kelayakan dalam rangka penulisan Final Project pada program sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada bapak Harry Wahyudi, Ph.D selaku Dosen Pembimbing 1 dan bapak Nanda, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II atas segala bimbingan dan pengarahan sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Rencana Bisnis ini dengan baik. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Yefri Reswita, S.E., M.Si., Akt selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah Padang.
2. Ibu Tilawatil Ciseta Yoda, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah Padang.
3. Bapak Harry Wahyudi, Ph.D selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah Padang.

4. Bapak David Malik, S.E, MBA selaku ketua Program Studi kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah Padang.
5. Ibu Rina Febriani, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah Padang.
6. Bapak dan Ibu Seluruh Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah Padang yang sudah memberikan ilmu pengetahuan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa terdapat kekurangan dalam penulisan final project rancangan bisnis ini. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun dari pembaca sangat dibutuhkan sehingga penulis dapat memperbaiki rancangan bisnis ini serta demi kesempurnaan penelitian selanjutnya. Penulis mengharapkan semoga rancangan bisnis ini dapat diambil hikmahnya dan manfaatnya sehingga dapat menambah ilmu dan inspirasi bagi pembaca di kemudian hari.

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	viii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	14
1.3 Tujuan .....	15
1.4 Manfaat .....	15
BAB II.....	17
LANDASAN TEORI.....	17
2.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	17
2.1.1 Pengertian UMKM.....	17
2.2 Pengertian Angkringan .....	18
2.3 <i>Food Court</i> .....	19
2.4 Nongki Box.....	19
2.5 Studi Kelayakan Bisnis .....	21
2.5.1 Pengertian Studi kelayakan Bisnis .....	21
2.6 Aspek-Aspek Studi Kelayakan Bisnis .....	21
2.6.1 Aspek Keuangan .....	22
2.6.2 Aspek Pemasaran .....	23
2.6.3 Aspek Sumber Daya Manusia.....	28
2.6.4 Aspek Hukum .....	29
2.6.5 Aspek Lingkungan .....	30
BAB III.....	32
METODOLOGI.....	32
3.1 Lokasi Kegiatan.....	32
3.2 Jenis Dan Sumber Data.....	32
3.3 Strategi Pengembangan Bisnis .....	33

3.4 Analisis Kelayakan Aspek non Finansial.....	33
3.4.1 Aspek Pasar dan Pemasaran .....	33
3.4.2 Aspek Teknis atau Operasional.....	35
3.4.3 Aspek Manajemen dan Organisasi .....	36
3.4.4 Aspek Hukum .....	36
3.5 Analisis Kelayakan Aspek Finansial .....	37
3.5.1 <i>Cost planning</i> (RAB) Rencana Anggaran Biaya .....	37
3.5.2 Harga Pokok Penjualan (HPP).....	37
3.5.3 Laba Rugi .....	38
3.5.4 <i>Break Even Point</i> (BEP).....	39
3.5.5 <i>Payback Period</i> (PP) .....	40
3.5.6 <i>Net Present Value</i> (NPV).....	40
3.5.7 <i>Internal Rate of Return</i> (IRR).....	41
BAB IV .....	43
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	43
4.1 Gambaran Umum Nongki Box .....	43
4.1.1 Aspek Non Finansial.....	43
4.1.1.1 Aspek Pasar dan Pemasaran.....	43
4.1.1.2 Aspek Teknis dan Operasional.....	47
4.1.1.3. Aspek Manajemen SDM.....	47
4.1.1.4 Aspek Hukum.....	49
4.1.1.5 Aspek Sosial.....	49
4.1.2 Aspek Finansial .....	50
4.1.2.1 Cost planning (RAB) Rancangan Anggaran Biaya .....	50
4.1.2.2 Harga Pokok Produksi .....	52
4.1.2.3 Laba Rugi .....	52
4.1.2.4 <i>Break Even Point</i> (BEP) .....	54
4.1.2.5 <i>Payback Period</i> .....	54
4.1.2.6 <i>Net Present Value</i> .....	55
4.1.2.7 <i>Internal Rate Of Return</i> (IRR).....	56
BAB V.....	58
KESIMPULAN DAN SARAN .....	58
5.1 Kesimpulan .....	58
5.2 Saran .....	59

DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN .....	64

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Presentase Sektor Kuliner sebagai Penyumbang UMKM .....	2
Tabel 1.2 Jumlah Industri Mikro dan Kecil di Provinsi Riau .....	3
Tabel 1.3 Jumlah UMKM Kuliner di Provinsi Riau .....	4
Tabel 1.4 Pengeluaran per Kapita Masyarakat Rokan Hulu .....	5
Tabel 1.5 Data Pesaing di Mahato .....	13
Tabel 4.1 Kebutuhan Investasi Aset Tetap.....	51
Tabel 4. 2 Estimasi Kebutuhan Modal Kerja .....	52
Tabel 4.4 Estimasi Harga Pokok Produksi.....	52
Tabel 4.5 Estimasi Pendapatan .....	53
Tabel 4.6 Estimasi Laporan Laba Rugi.....	54
Tabel 4.7 <i>Break Even Point</i> .....	54
Tabel 4.8 <i>Payback Period</i> (PP) .....	55
Tabel 4.9 <i>Net Present Value</i> .....	56

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 3.1 Rencana Lokasi Nongki Box.....	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Nongki Box .....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

Gambar 1: Rencana Layout Nongki Box .....	65
Gambar 2: Rencana Desain Gerobak Nongki Box .....	66
Gambar 3: Rencana Lokasi Nongki Box .....	67
Tabel 1: Investasi .....	68
Tabel 2: Kebutuhan Modal Kerja .....	69
Tabel 3: Modal Kerja .....	69
Tabel 4: Biaya Tetap .....	69
Tabel 5: Biaya Operasional .....	70
Tabel 6: HPP .....	70
Tabel 7: Estimasi Pendapatan .....	70
Tabel 8: Estimasi Laba Rugi .....	71
Tabel 9: <i>Break Even Point</i> (BEP) .....	71
Tabel 10: <i>Payback Period</i> (PP) .....	71
Tabel 11: <i>Net Present Value</i> (NPV) .....	71
Tabel 12: <i>Internal Rate Value</i> (IRR) .....	72



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pembangunan ekonomi suatu negara tidak hanya bergantung pada sektor-sektor industri besar dan investasi asing, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kekuatan sektor domestik, khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di Indonesia, UMKM memiliki peranan yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, pemerataan kesejahteraan, dan pengurangan angka pengangguran.

Menurut Paramesti et al., (2024) inisiatif pemerintah melalui program UMKM telah menunjukkan efektivitasnya dalam menurunkan tingkat pengangguran di Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2022), tercatat bahwa lebih dari 64 juta unit UMKM beroperasi di Indonesia, yang menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% total tenaga kerja nasional. Oleh karena itu, pengembangan dan pemberdayaan UMKM merupakan agenda strategis dalam pembangunan nasional.

Sektor kuliner merupakan salah satu bidang usaha yang memiliki peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), subsektor penyediaan makanan dan minuman memberikan kontribusi sebesar 24,75% terhadap total jumlah UMKM di Indonesia.

Dari kontribusi tersebut, usaha restoran dan rumah makan tercatat sebagai unit usaha yang mendominasi.

Lebih lanjut, subsektor kuliner juga menjadi salah satu pilar utama dalam pengembangan ekonomi kreatif nasional, bersama dengan subsektor fashion dan kriya. Fakta ini mengindikasikan bahwa sektor kuliner memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan lebih lanjut, baik dalam hal perluasan skala usaha maupun inovasi dalam model bisnis yang diterapkan.

**Tabel 1.1 Presentase Sektor Kuliner sebagai Penyumbang UMKM**

<b>Sektor UMKM</b>	<b>Persentase Kontribusi</b>
Kuliner (restoran & rumah makan)	24,75%
Kuliner (dalam ekonomi kreatif)	41%

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) Tahun 2023

Berikut adalah ringkasan data usaha mikro dan kecil (UMKM) di sektor kuliner, yang diklasifikasikan dalam kategori industri makanan menurut Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI 10), di Provinsi Riau. Data ini diambil dari Profil Industri Mikro dan Kecil Provinsi Riau 2023, yang merupakan hasil survei tahunan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Riau.

Informasi ini memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kontribusi sektor kuliner terhadap struktur ekonomi daerah, baik dari sisi jumlah unit usaha, tingkat partisipasi dalam sektor industri pengolahan, maupun perannya dalam menyerap tenaga kerja. Sebagai sektor yang paling dominan di antara jenis industri mikro dan kecil lainnya, data ini penting untuk dijadikan acuan dalam perencanaan

pengembangan UMKM daerah serta kebijakan pemberdayaan ekonomi lokal yang lebih terfokus dan tepat sasaran.

**Tabel 1.2 Jumlah Industri Mikro dan Kecil di Provinsi Riau**

Kategori	Jumlah	Persentase
Total Usaha IMK di Riau	62.363 usaha	100%
Usaha Industri Makanan (KBLI 10)	±30.470 usaha	±48,84% dari total IMK

Sumber: *Profil Industri Mikro dan Kecil Provinsi Riau 2023*, oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Riau

Industri makanan (KBLI 10) mendominasi jumlah usaha mikro dan kecil di Provinsi Riau dengan kontribusi hampir setengah dari total seluruh unit usaha IMK, yakni sekitar 48,84%. Hal ini mencerminkan bahwa sektor kuliner memiliki peran penting dalam perekonomian lokal, baik dalam hal penyediaan lapangan kerja maupun pemenuhan kebutuhan pangan masyarakat. Besarnya jumlah usaha kuliner ini juga menunjukkan tingginya minat masyarakat dalam mengembangkan usaha berbasis makanan sebagai bentuk kewirausahaan yang menjanjikan.

Mayoritas usaha penyedia makan minum di Indonesia adalah restoran atau rumah makan, yang secara konseptual juga dapat mencakup bentuk usaha sederhana seperti angkringan, terutama apabila usaha tersebut telah berkembang dalam skala menengah hingga besar, memiliki struktur organisasi yang jelas, serta berbadan hukum seperti perseroan terbatas (PT). Meskipun angkringan identik dengan usaha mikro dan informal, tidak menutup kemungkinan konsep ini

berkembang menjadi usaha kuliner modern yang tetap mempertahankan ciri khas tradisional namun dengan pengelolaan yang lebih profesional dan sistematis.

**Tabel 1.3 Jumlah UMKM Kuliner di Provinsi Riau**

Provinsi	Restoran/RumahMakan	Katering	Usaha Lainnya	Total Usaha
Riau	244	10	3	257

Sumber: *Statistik Penyedia Makan Minum 2022*, oleh Badan Pusat Statistik

Di Provinsi Riau, data menunjukkan bahwa sebanyak 244 dari total 257 unit usaha penyedia makan minum tergolong dalam kategori restoran atau rumah makan. Ini berarti lebih dari 94% usaha di sektor ini didominasi oleh jenis usaha yang menyediakan makanan siap saji untuk dikonsumsi langsung di tempat, baik secara dine-in maupun *take away*. Jumlah ini mencerminkan kuatnya preferensi pelaku usaha di Riau terhadap model bisnis restoran atau rumah makan dibanding jenis usaha lainnya seperti katering atau bentuk penyediaan makan minum yang lebih spesifik.

Kecenderungan pelaku usaha dalam memilih model restoran atau rumah makan tersebut selaras dengan pola konsumsi masyarakat yang menempatkan makanan dan minuman sebagai kebutuhan prioritas dalam pengeluaran sehari-hari. Dalam berbagai sektor yang digeluti UMKM, industri makanan dan minuman atau sektor kuliner merupakan salah satu yang paling dominan (Wardan, 2023). Industri ini tidak hanya memiliki potensi ekonomi yang besar, tetapi juga fleksibel dalam hal skala usaha dan jenis produk yang ditawarkan. Permintaan terhadap makanan dan

minuman bersifat konstan karena merupakan kebutuhan primer (Ismawan & Pratama, 2024).

**Tabel 1.4 Pengeluaran per Kapita Masyarakat Rokan Hulu**

Kategori	Presentase
Makanan dan Minuman	52,67%
Kebutuhan Lainnya	47,33%

Sumber: *Badan Pusat Statistik (BPS) Tahun 2021-2022*

Menurut data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Rokan Hulu pada tahun 2021–2022 menunjukkan bahwa sekitar 52,67% dari total pengeluaran per kapita masyarakat setiap bulannya dialokasikan untuk kebutuhan konsumsi makanan dan minuman. Angka ini mengindikasikan bahwa sektor pangan masih menjadi prioritas utama dalam struktur pengeluaran rumah tangga di wilayah tersebut. Tingginya alokasi pengeluaran pada sektor ini dapat diartikan sebagai refleksi dari pola konsumsi masyarakat yang mengutamakan pemenuhan kebutuhan dasar.

Lebih lanjut, untuk melihat potensi pasar yang lebih spesifik, perlu ditinjau aspek demografis masyarakat di tingkat desa sebagai faktor penentu utama dalam penerimaan dan keberhasilan suatu konsep usaha, termasuk usaha kuliner tradisional seperti angkringan. Melalui wawancara dengan Bapak Jamel Hidayah, selaku bagian pendataan di Kantor Desa Mahato, terungkap bahwa 45% dari total populasi di Desa Mahato sebanyak 89.450 jiwa pada tahun 2023 merupakan etnis Jawa. Data demografi ini mengindikasikan adanya konsentrasi signifikan

masyarakat Jawa di wilayah tersebut, yang secara langsung berkaitan dengan potensi keberhasilan usaha angkringan.

Keberadaan populasi Jawa yang dominan ini menciptakan basis konsumen yang kuat dan potensial, mengingat angkringan merupakan salah satu representasi kuliner dan budaya yang sangat melekat dengan identitas Jawa. Kesukaan dan keakraban etnis Jawa terhadap konsep dan sajian angkringan dapat menjadi faktor pendorong utama bagi penerimaan pasar dan keberlanjutan bisnis ini di Desa Mahato. Oleh karena itu, kehadiran usaha angkringan di Desa Mahato tidak hanya akan memenuhi kebutuhan kuliner, tetapi juga berpotensi menjadi pusat interaksi sosial dan pelestarian budaya.

Angkringan dikenal sebagai salah satu ikon kuliner rakyat yang berasal dari Yogyakarta dan telah menyebar ke berbagai daerah di Indonesia. Usaha ini identik dengan gerobak kayu, tikar, dan bangku kecil yang menawarkan beragam makanan dan minuman dengan harga sangat terjangkau. Menu khas seperti nasi kucing, sate usus, tempe goreng, serta minuman seperti kopi jos dan wedang jahe menjadi bagian tak terpisahkan dari budaya kuliner masyarakat. Lebih dari sekadar tempat makan, angkringan juga merupakan ruang interaksi sosial terbuka, yang mempertemukan berbagai kalangan (Amalia & Prasetyo, 2022) dalam suasana akrab dan santai.

Meskipun begitu, dalam konteks modernisasi dan meningkatnya tuntutan konsumen akan kualitas layanan, angkringan konvensional menghadapi sejumlah tantangan serius. Beberapa di antaranya mencakup keterbatasan fasilitas, ketidakteraturan manajemen, standar kebersihan yang belum memadai, serta

kurangnya strategi promosi yang adaptif terhadap perkembangan digital. Banyak pelaku usaha angkringan yang masih mengandalkan cara-cara konvensional dalam menjalankan usahanya, yang menyebabkan keterbatasan dalam menjangkau pasar lebih luas dan meningkatkan nilai tambah usaha. Oleh sebab itu, dibutuhkan pendekatan baru yang tidak hanya mempertahankan keunikan dan nilai budaya angkringan, tetapi juga mengintegrasikannya dengan prinsip-prinsip pengelolaan modern.

Sebagai respons terhadap tantangan tersebut, penulis merancang sebuah konsep usaha kuliner yang diberi nama Nongki Box. Konsep ini merupakan bentuk revitalisasi angkringan tradisional ke dalam format *food court modern* yang terstruktur dan berbasis manajemen profesional. Nongki Box dirancang sebagai ruang kuliner tematik yang menghadirkan suasana angkringan khas, namun dengan penyempurnaan dari sisi tata ruang, sistem layanan, dan kenyamanan pengunjung. Dalam pengembangannya, Nongki Box menggabungkan unsur tradisional, dengan pendekatan modern.

Angkringan Nongki Box dirancang sebagai ruang kuliner tematik yang mempertahankan esensi angkringan khas, tetapi dengan peningkatan signifikan pada tata ruang, sistem layanan, dan kenyamanan pengunjung. Transformasi ini menjembatani kesenjangan antara daya tarik nostalgia angkringan dan ekspektasi konsumen modern akan kebersihan, kenyamanan, serta efisiensi, memastikan daya tarik yang luas bagi berbagai segmen pasar.

Dengan menerapkan sistem manajemen yang efisien, operasional bisnis menjadi lebih teratur, mulai dari pengelolaan *tenant*, logistik, hingga *customer*

*service*. Hal ini tidak hanya meningkatkan reputasi Nongki Box di mata konsumen, tetapi juga menarik minat *tenant* kuliner yang mencari lingkungan bisnis yang stabil dan terorganisir. Serta mempermudah implementasi standar kebersihan dan kualitas yang lebih tinggi, yang sering kali menjadi kelemahan angkringan tradisional.

Penyempurnaan tata ruang adalah faktor krusial yang membedakan Nongki Box dari angkringan pada umumnya. Desain interior dan *layout* yang dipikirkan matang menciptakan suasana yang nyaman, bersih, dan estetik, jauh dari kesan kumuh yang terkadang melekat pada angkringan tradisional. Dengan penataan yang baik, pengunjung dapat menikmati hidangan dalam suasana yang lebih santai dan mendorong mereka untuk berlama-lama, bahkan mengajak lebih banyak teman. Kenyamanan ini juga mencakup fasilitas pendukung seperti toilet bersih, area parkir memadai, dan koneksi internet, yang semuanya meningkatkan pengalaman pengunjung secara keseluruhan.

Selain itu, sistem layanan yang ditingkatkan turut berkontribusi pada kelayakan bisnis Nongki Box. Berbeda dengan angkringan konvensional yang mungkin memiliki sistem pemesanan dan pembayaran yang kurang terstruktur, Nongki Box menerapkan sistem yang lebih modern dan efisien. Ini terlihat dari penggunaan sistem pembayaran non-tunai serta staf yang terlatih untuk memberikan pelayanan prima.

Sistem kasir terpusat berada di dekat pintu masuk, sehingga transaksi dapat dilakukan dengan cepat dan praktis, baik secara tunai maupun non-tunai (QRIS, *e-wallet*, dan kartu debit) menjadi bagian dari strategi efisiensi operasional dan akuntabilitas manajerial. Dengan demikian, model ini tidak hanya memperkuat



identitas budaya kuliner lokal, tetapi juga mendukung pengembangan UMKM yang lebih berdaya saing dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, Nongki Box menghadirkan proposisi nilai yang kuat dengan menggabungkan pesona angkringan tradisional dengan keunggulan *food court* modern. Konsep revitalisasi ini, didukung oleh manajemen profesional, tata ruang yang nyaman, dan sistem layanan yang efisien, menjadikan Nongki Box sebagai model bisnis yang inovatif dan sangat layak untuk dikembangkan. Potensinya untuk menarik segmen pasar yang lebih luas dan menciptakan pengalaman kuliner yang unggul adalah aset utama bagi keberhasilannya.

Berbeda dengan konsep *food court* modern pada umumnya, usaha ini memanfaatkan gerobak angkringan sederhana khas Jawa sebagai unit penjualan utama bagi setiap tenant. Pemilihan gerobak tersebut dipertimbangkan karena sifatnya yang efisien, terjangkau, serta memiliki keterkaitan erat dengan identitas tradisional angkringan. Meskipun bentuknya sederhana, gerobak angkringan tetap mampu berfungsi optimal dalam mendukung interaksi langsung antara penjual dan pembeli.

Fokus utama dari usaha ini bukan hanya pada keberadaan gerobaknya, melainkan pada atmosfer khas angkringan yang hangat dan akrab. Nuansa tersebut diperkuat melalui penggunaan pencahayaan redup kekuningan yang memberikan kesan sederhana namun tetap nyaman, sehingga meningkatkan kenyamanan pengunjung. Perpaduan antara gerobak tradisional, suasana khas angkringan, dan konsep *food court* modern diharapkan mampu menghadirkan pengalaman kuliner yang bernilai tidak hanya secara fungsional, tetapi juga secara budaya dan sosial.

Selain itu, area makan dibagi ke dalam dua kategori, yaitu meja dan bangku untuk pengunjung yang menginginkan suasana makan formal, serta area lesehan bagi pengunjung yang menginginkan pengalaman bersantap santai dengan nuansa khas angkringan. Perancangan tata ruang dilakukan dengan mempertimbangkan kelancaran sirkulasi pengunjung dan efektivitas pelayanan. Selain itu, fasilitas pendukung berupa area parkir yang memadai disediakan di depan bangunan, guna memastikan kemudahan akses bagi pengunjung dari berbagai kalangan, baik pengguna kendaraan roda dua maupun roda empat.

Selain menghadirkan suasana yang khas dan nyaman, Nongki Box juga dirancang sebagai wadah strategis dalam upaya pemberdayaan UMKM kuliner lokal. Konsep ini tidak hanya fokus pada penyediaan makanan, tetapi juga mengedepankan nilai-nilai kolaborasi dan pengembangan usaha mikro di sektor kuliner. Melalui sistem tenant, para pelaku usaha diberikan ruang yang representatif untuk menjual berbagai jenis makanan khas angkringan.

Manajemen pusat Nongki Box memberikan dukungan komprehensif, mulai dari promosi usaha, pengelolaan sistem pembayaran terintegrasi, hingga pengawasan kualitas produk dan layanan. Hal ini bertujuan untuk menciptakan standar mutu yang konsisten sekaligus memberikan kemudahan bagi para tenant dalam menjalankan usahanya. Setiap tenant yang beroperasi merupakan hasil kurasi ketat, berdasarkan kualitas produk yang ditawarkan, komitmen jangka panjang terhadap usahanya, serta potensi untuk berkembang di masa depan.

Melalui model kemitraan yang bersifat kolaboratif dan saling menguntungkan, Nongki Box berkomitmen untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM kuliner

lokal. Program ini mencakup pelatihan kebersihan dan standar kebersihan makanan, manajemen operasional yang sederhana namun efisien, hingga pemanfaatan strategi pemasaran digital agar para mitra dapat menjangkau konsumen secara lebih luas. Pendekatan ini tidak hanya bertujuan untuk memperkuat kualitas layanan dan produk yang ditawarkan oleh masing-masing tenant, tetapi juga untuk membekali mereka dengan keterampilan dasar yang relevan dengan perkembangan dunia usaha saat ini.

Dengan demikian, keberadaan Nongki Box tidak hanya membuka akses terhadap peluang ekonomi bagi usaha kecil, tetapi juga turut mendukung tumbuhnya ekonomi lokal berbasis komunitas. Konsep ini menjadi contoh konkret bagaimana kekayaan kuliner tradisional dapat diolah dan dikembangkan melalui pendekatan modern yang tetap berakar pada nilai-nilai pemberdayaan masyarakat. Melalui sinergi antara tradisi dan inovasi, Nongki Box membuktikan bahwa pelestarian budaya dan peningkatan kesejahteraan ekonomi dapat berjalan seiring dalam sebuah ekosistem usaha yang inklusif.

Secara sosial, Nongki Box juga bertujuan untuk menciptakan ruang publik baru yang fungsional dan ramah bagi masyarakat. Konsep ini dirancang untuk tidak hanya menjadi tempat makan, tetapi juga ruang berkumpul, diskusi, kerja, atau sekadar bersantai. Inovasi ini diharapkan mampu merespons perubahan preferensi masyarakat urban yang semakin mencari tempat dengan nilai budaya, estetika, dan kenyamanan dalam satu paket.

Dengan mempertimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan budaya tersebut, konsep Nongki Box diyakini memiliki potensi besar untuk menjadi model bisnis

kuliner yang inovatif dan relevan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji kelayakan, prospek, dan strategi pengembangan konsep ini dalam konteks industri kuliner Indonesia yang semakin kompetitif dan kompleks. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam upaya pemberdayaan UMKM, pelestarian budaya lokal, serta penciptaan ruang-ruang publik yang mendukung interaksi sosial dan kreativitas masyarakat.

Menurut Ramdani & Danial (2024) Keberhasilan dalam menjalankan suatu usaha tidak terlepas dari peran penting inovasi dan kreativitas seorang wirausahawan. Tingginya tingkat persaingan menuntut pelaku usaha untuk terus mengembangkan ide-ide baru dan solusi kreatif secara berkelanjutan. Inovasi menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kompetensi dan kualitas keterampilan kewirausahaan. Selain itu, kemampuan untuk mentransformasikan ide-ide segar menjadi nilai tambah bagi pelanggan juga menjadi keunggulan tersendiri. Di era globalisasi saat ini, persaingan bisnis semakin meluas hingga lintas negara, sehingga pelaku usaha dituntut untuk menonjolkan keunikan, kualitas, serta daya tarik dari produk yang ditawarkan agar dapat bersaing secara efektif di pasar.

Selain itu, di tengah persaingan yang semakin ketat, setiap pelaku usaha harus memiliki strategi untuk memenangkan pasar. Salah satu pendekatan paling efektif adalah dengan menjadikan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama. Ketika pelanggan merasa puas, mereka tidak hanya akan kembali membeli, tetapi juga akan mengembangkan loyalitas yang kuat (Dahlia & Purnamasari, 2022). Untuk memahami posisi Nongki Box dalam lanskap usaha kuliner lokal, berikut ada beberapa pesaing Nongki Box yang ada di Mahato dapat dilihat pada Tabel 1.5.

**Tabel 1.5 Data Pesaing di Mahato**

Aspek yang Dianalisis	Kompetitor A	Kompetitor B	Rencana Bisnis (Nongki Box)
Nama Usaha	Mesti Coffee	Latansa Angkringan	Nongki Box
Konsep	Minimalis modern dengan unsur industrial ringan dan sentuhan alami	Semi-Outdoor	Food Court
Lokasi	Jl.G. Pelajar Km 24 Mahato, Tambusai Utara	Jl. Lintas Km 24 Mahato, Tambusai Utara	Jln. Lintas Km 24 Mahato, Tambusai Utara
Harga Menu	Rp.12.000 s/d Rp.28.000	Rp.10.000 s/d Rp.150.000	Rp.1.000 s/d Rp.20.000
Variasi Menu	Base Coffee, snack, minuman moctail, minuman powder, dan makanan berat	Ayam bakar, ayam geprek, nila bakar, BBQ, lemon tea, melon squash, smoothies, the es	Dimsum, sate telur puyuh, sate ampela, gorengan, nasi kucing, nasi bakar, nasi uduk, serta minuman dingin dan hangat
Pelayanan	Tunai dan Non tunai	Manual, antre	Tunai dan Non tunai serta kasir sistematis
Promosi	Instagram	Instagram	Media Sosial dan program loyalti
Kelebihan	Desain aestthetic dan Instagrammable	Tempat nyaman dan akrab	Konsep Komunitas dan harga yang terjangkau

Adapun analisis SWOT pada Nongki Box yang pertama kekuatan (*Strengths*) konsep unik dan modern, yang dimana menggabungkan angkringan tradisional dengan konsep *food court* modern, menciptakan pengalaman kuliner yang khas dan relevan dengan tren masa kini. Selain itu harga terjangkau dan tetap mempertahankan nilai angkringan sebagai tempat makan murah, menarik segmen menengah ke bawah ditambah dengan fasilitas Wi-Fi, colokan listrik. Kelemahan

(*weaknesses*) kualitas dan konsistensi pelayanan serta makanan bergantung pada masing-masing tenant. Modal awal dan biaya operasional lebih tinggi dibandingkan angkringan konvensional, konsep modern ini membutuhkan investasi pada infrastruktur dan fasilitas. Peluang (*opportunities*) meningkatnya tren konsumsi yang mencari nilai budaya dan estetika. Yang terakhir ancaman (*threats*) banyaknya bisnis serupa yang mengusung konsep unik atau modern menjadi tantangan, serta selera pasar yang cepat berubah dapat memengaruhi keberlanjutan konsep yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian tersebut, perancangan bisnis Nongki Box diharapkan dapat berperan sebagai entitas ekonomi yang mendorong penguatan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Mahato, Kecamatan Tambusai Utara. Kehadiran bisnis ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat setempat, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta membangun daya saing dan inovasi usaha melalui penyesuaian terhadap perkembangan tren yang terus berubah.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalah dari *Business Plan* ini adalah:

- a. Bagaimana kelayakan aspek hukum Angkringan Nongki Box?
- b. Bagaimana kelayakan aspek pemasaran Angkringan Nongki Box?
- c. Bagaimana kelayakan aspek lingkungan Angkringan Nongki Box?
- d. Bagaimana kelayakan aspek manajemen sumber daya Angkringan Nongki Box?

- e. Bagaimana kelayakan aspek keuangan Angkringan Nongki Box?

### **1.3 Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat diambil kesimpulan yang ingin dicapai dari *Business Plan* ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menjawab kelayakan aspek hukum Angkringan Nongki Box
- b. Untuk menjawab kelayakan aspek pemasaran Angkringan Nongki Box
- c. Untuk menjawab kelayakan aspek lingkungan Angkringan Nongki Box
- d. Untuk menjawab kelayakan aspek manajemen sumber daya Angkringan Nongki Box
- e. Untuk menjawab kelayakan aspek keuangan Angkringan Nongki Box

### **1.4 Manfaat**

Berdasarkan tujuan di atas maka manfaat dari *Business Plan* ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Bagi Penulis**

Dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang prospek bisnis ini. Agar dapat menambah wawasan serta pengetahuan, mengenai bisnis Nongki Box dari aspek studi kelayakan bisnis dan mendapatkan pengalaman dalam merancang dan pengembangan bisnis akademik atau professional.

#### **2. Bagi Perusahaan**

Dapat memberikan informasi menyeluruh mengenai peluang, tantangan, serta proyeksi keuntungan, sehingga manajemen perusahaan dapat mengambil keputusan yang lebih terukur dan minim risiko.

3. Bagi penulis selanjutnya

Dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi peneliti selanjutnya sebagai referensi dan dasar pengembangan penelitian di bidang kewirausahaan, serta dapat memperoleh gambaran awal sebelum memulai bisnis.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

##### **2.1.1 Pengertian UMKM**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu fokus utama dalam agenda pembangunan di berbagai negara. Hal ini dikarenakan UMKM memberikan kontribusi yang signifikan, baik dalam aspek ekonomi maupun sosial. Selain berperan dalam meningkatkan sektor informal, UMKM juga membantu pemerataan pendapatan masyarakat, terutama di wilayah-wilayah terpencil atau kurang berkembang. Menyadari pentingnya peran UMKM, pemerintah di tingkat pusat dan daerah telah menyusun serta menerapkan berbagai kebijakan dan program pendukung. Upaya ini ditujukan untuk memperkuat pemberdayaan UMKM serta mendorong pertumbuhan mereka secara berkelanjutan. Melalui kebijakan tersebut, diharapkan tercipta iklim usaha yang mendukung dan kondusif bagi perkembangan UMKM. (Zahra, 2022).

Selain itu, UMKM merupakan salah satu bentuk usaha kecil yang memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan dan peningkatan perekonomian masyarakat. Keberadaan UMKM terbukti mampu bertahan dalam berbagai kondisi, sehingga menjadi salah satu pilar penting dalam upaya mewujudkan kesejahteraan sosial. Di samping itu, sektor UMKM berkontribusi besar dalam menyerap tenaga kerja, khususnya dari kalangan angkatan kerja yang belum memperoleh pekerjaan tetap. Hal ini secara langsung dapat membantu menekan angka pengangguran.

Pertumbuhan sektor usaha mikro secara signifikan membuka peluang kerja yang lebih luas, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat. Dengan demikian, berkurangnya tingkat pengangguran menunjukkan bahwa UMKM telah berperan aktif dalam merekrut tenaga kerja, sekaligus mendukung pemerintah dalam mengurangi tingkat kemiskinan. (Al Farisi et al., 2022).

## 2.2 Pengertian Angkringan

Secara umum, angkringan adalah warung makan sederhana yang menggunakan gerobak sebagai tempat berjualan dan biasanya mulai beroperasi pada sore hingga malam hari. Lokasinya yang berada di pinggir jalan menjadikannya sangat mudah diakses oleh berbagai kalangan masyarakat. Ciri khas utama dari angkringan adalah harga makanannya yang sangat terjangkau, menjadikannya pilihan favorit di kalangan mahasiswa, pekerja informal, serta masyarakat menengah ke bawah. Menu yang ditawarkan biasanya sederhana namun kaya akan cita rasa lokal. Salah satu menu andalan adalah *nasi kucing*, yaitu nasi dalam porsi kecil yang disajikan dengan lauk sederhana seperti sambal, teri goreng, atau tumisan (*oseng*). Selain itu, angkringan juga menyediakan berbagai makanan pendamping seperti sate usus, sate telur puyuh, aneka gorengan, serta minuman tradisional hangat seperti teh, kopi, dan *wedang jahe*.

Namun, keistimewaan angkringan tidak hanya terletak pada makanannya. Lebih dari itu, angkringan telah berkembang menjadi ruang interaksi sosial yang terbuka. Suasana santai dan informal yang ditawarkan angkringan menciptakan ruang nyaman bagi siapa saja untuk berkumpul dan berinteraksi tanpa sekat sosial. Di tempat ini, tidak ada batasan status mahasiswa, tukang ojek, pedagang, buruh,

pegawai, hingga karyawan kantoran dapat duduk berdampingan, berbincang, dan berbagi cerita. Aktivitas yang terjadi di angkringan sangat beragam—mulai dari diskusi ringan, curahan hati, penyelesaian tugas kuliah, hingga perbincangan ide-ide kreatif.

Dalam konteks ini, angkringan berfungsi sebagai ruang publik alternatif yang memperkuat kohesi sosial di tengah kehidupan urban yang cenderung individualistik. Keberadaan angkringan juga mencerminkan bentuk kearifan lokal yang masih bertahan di tengah arus modernisasi. Ia menjadi simbol dari gaya hidup sederhana namun penuh makna. Selain itu, angkringan turut berkontribusi terhadap perekonomian lokal, baik sebagai sumber penghasilan bagi para pedagang kecil maupun sebagai bagian dari ekosistem usaha mikro yang memperkuat sektor informal di perkotaan.

### **2.3 Food Court**

*Food court* merupakan sebuah area atau tempat yang menyediakan berbagai jenis makanan dan minuman dari beberapa gerai atau tenant berbeda, yang biasanya berada dalam satu lokasi bersama dan menggunakan area tempat duduk yang sama. Konsep ini sering ditemukan di pusat perbelanjaan seperti mall, stasiun, bandara, kampus atau Lokasi umum lainnya. Food court bertujuan untuk memberikan kenyamanan dan kepraktisan bagi konsumen yang ingin menikmati berbagai pilihan kuliner dalam satu tempat.

### **2.4 Nongki Box**

Nongki Box merupakan terobosan baru dalam dunia kuliner yang membawa konsep angkringan tradisional ke ranah yang lebih modern dan terorganisir. Dengan

mengadopsi gaya *food court*, Nongki Box mengubah angkringan yang biasanya identik dengan gerobak di pinggir jalan menjadi ruang makan yang tertata rapi, nyaman. Di dalam satu area, terdapat berbagai tenant makanan dan minuman yang menawarkan menu khas angkringan seperti sate-satean, nasi kucing, gorengan, hingga sajian kekinian yang disesuaikan dengan selera generasi muda. Penataan ruang yang efisien memungkinkan pengunjung memilih berbagai menu dari banyak tenant dalam satu lokasi terpusat.

Salah satu keunggulan konsep ini adalah penggunaan teknologi digital dalam proses pemesanan. Sistem *QR ordering display* yang tersedia di area kasir memudahkan pelanggan untuk memindai kode, melihat menu secara digital, dan langsung memesan tanpa harus mengantre. Inovasi ini memberikan efisiensi dan kecepatan layanan, sekaligus mendukung kebiasaan masyarakat yang semakin terbiasa dengan transaksi digital. Selain itu, adanya panggung mini di area utama menambah daya tarik dengan menghadirkan hiburan langsung seperti *live music* atau pertunjukan kecil, menciptakan suasana santai dan menyenangkan sehingga tempat ini menjadi lebih dari sekadar lokasi makan.

Untuk menunjang kenyamanan, Nongki Box juga dilengkapi dengan fasilitas seperti toilet. Secara keseluruhan, usaha ini tidak hanya menghadirkan angkringan sebagai tempat kuliner, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang menggabungkan teknologi, tetap berakar pada nilai lokal, dan dikemas secara modern sesuai dengan gaya hidup masyarakat urban saat ini.

## **2.5 Studi Kelayakan Bisnis**

### **2.5.1 Pengertian Studi kelayakan Bisnis**

Studi kelayakan bisnis merupakan suatu proses evaluasi yang mendalam dan terstruktur terhadap berbagai aspek penting yang memengaruhi kemungkinan keberhasilan suatu ide usaha. Proses ini mencakup penilaian dari sisi pasar, teknis operasional, finansial, hukum, serta dampak sosial dan lingkungan. Tujuan utama dari studi ini adalah untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai potensi usaha yang direncanakan, sekaligus mengidentifikasi risiko-risiko yang mungkin timbul di masa mendatang. Dengan melakukan studi kelayakan secara komprehensif, pelaku usaha atau investor dapat mengambil keputusan yang lebih bijaksana, meminimalkan potensi kerugian, serta memastikan bahwa sumber daya yang tersedia dapat dimanfaatkan secara optimal untuk menghasilkan keuntungan yang berkelanjutan.

Menurut Arifudin et al., (2020) studi kelayakan bisnis dapat dimaknai sebagai suatu kajian atau analisis terhadap rencana pendirian atau pengembangan suatu proyek, dengan tujuan untuk menilai apakah proyek tersebut layak dijalankan dan berpotensi memberikan keuntungan. Ketika studi ini dilakukan secara profesional dan sistematis, maka hasilnya dapat menjadi landasan penting dalam proses pengambilan keputusan investasi, karena memberikan informasi yang objektif dan menyeluruh mengenai potensi serta risiko usaha yang akan dijalankan.

## **2.6 Aspek-Aspek Studi Kelayakan Bisnis**

Menurut N. Damayanti et al., (2024) dalam melakukan studi kelayakan bisnis, terdapat beberapa aspek utama yang harus dianalisis secara menyeluruh, antara lain aspek keuangan, pasar dan pemasaran, sumber daya manusia, hukum,

serta lingkungan. Penilaian terhadap aspek-aspek tersebut menjadi kunci dalam menentukan apakah sebuah usaha layak untuk dijalankan atau tidak. Tujuan dari studi kelayakan adalah untuk mengukur sejauh mana peluang bisnis yang ada dapat direalisasikan dengan sukses sekaligus mengidentifikasi potensi hambatan atau risiko yang mungkin muncul selama proses pelaksanaan usaha.

Dengan pendekatan yang komprehensif ini, perencanaan bisnis dapat diarahkan agar memiliki peluang keberhasilan yang lebih tinggi dan dapat beroperasi secara berkelanjutan. Selain itu, studi kelayakan juga berfungsi sebagai langkah preventif yang membantu meminimalkan risiko kerugian, sehingga investasi yang dilakukan menjadi lebih aman dan optimal dalam pemanfaatan sumber daya. Berikut 5 aspek yang perlu diperhatikan dalam studi kelayakan bisnis.

#### **2.6.1 Aspek Keuangan**

Menurut Christine, (2023) aspek keuangan ditelaah secara komprehensif untuk menentukan kelayakan suatu usaha atau investasi. Analisis ini memberikan pemahaman yang mendalam bagi pemilik perusahaan maupun investor mengenai prospek dan potensi usaha atau investasi tersebut di masa depan, sehingga mereka dapat melakukan persiapan dan pengambilan keputusan yang tepat. Menurut Fahmi dalam (Gibran Asshiddiqi & Rohman, 2024) dari berbagai aspek yang dinilai dalam kelayakan bisnis, aspek keuangan memiliki pengaruh yang sangat signifikan. Hal ini karena keputusan yang berkaitan dengan keuangan harus diambil secara cermat dan tidak boleh dilakukan secara sembarangan. Selain itu, keputusan keuangan dapat memberikan dampak baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

### **2.6.2 Aspek Pemasaran**

Menurut sunyoto (2014) dalam (Reza Abdilah Saputra & Abdur Rohman, 2024) Pemasaran adalah rangkaian kegiatan strategis yang dijalankan oleh perusahaan atau organisasi bisnis dengan tujuan untuk merancang, menentukan harga, mempromosikan, dan menyalurkan produk atau jasa kepada konsumen yang menjadi target. Ada tiga komponen aspek pasar yang menjadi acuan yaitu, pasar potensial, pasar tersedia, dan pasar sasaran.

Dalam studi kelayakan bisnis, aspek pasar memiliki peran yang sangat penting karena menjadi landasan untuk menilai sejauh mana potensi pasar mampu mendukung keberhasilan usaha yang akan dijalankan. Aspek pasar ini mengacu pada analisis terhadap situasi pasar dalam suatu bidang industri tertentu. Dalam menganalisis aspek pasar dalam studi kelayakan bisnis, terdapat sejumlah pertanyaan mendasar, seperti:

- a. Berapa jumlah market potensial yang tersedia?

Pasar potensial merupakan jumlah total permintaan yang mungkin muncul terhadap suatu produk atau jasa di wilayah atau lingkungan bisnis tertentu. Untuk menganalisis pasar potensial, biasanya dilakukan dengan membandingkan serta mengumpulkan data historis, mengamati tren pasar yang relevan, dan mencari informasi dari produk atau jasa sejenis yang sudah ada sebelumnya. Tujuannya adalah untuk memperkirakan permintaan secara realistis dan mengetahui seberapa besar minat konsumen terhadap kategori produk yang akan dipasarkan. Misalnya, jika seseorang ingin menerbitkan buku bertema bisnis, langkah awal yang dapat dilakukan adalah meneliti buku-buku serupa yang telah terbit sebelumnya,

menganalisis data penjualannya, dan menilai respons pasar terhadap tema tersebut. Dari hasil analisis tersebut, dapat diperoleh gambaran mengenai besarnya pasar potensial dan peluang keberhasilan produk yang akan ditawarkan.

b. Berapa market *share* yang tersedia?

Pangsa pasar atau *market share* adalah persentase penjualan suatu produk atau jasa yang berhasil diraih oleh sebuah perusahaan dibandingkan dengan total penjualan produk atau jasa sejenis di pasar yang sama. Menghitung pangsa pasar sangat penting karena dapat menggambarkan posisi kompetitif perusahaan di antara para pesaingnya. Dengan kata lain, market share menjadi indikator utama untuk menilai seberapa kuat daya saing sebuah perusahaan serta efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan. Data ini juga berguna untuk mengevaluasi kinerja bisnis secara berkala dan menjadi dasar dalam pengambilan keputusan strategis.

c. Strategi pemasaran yang akan digunakan

Agar mendapatkan respons yang maksimal dari pasar sasaran, pelaku usaha perlu merancang dan melaksanakan strategi pemasaran yang tepat dan terfokus. Salah satu pendekatan yang umum diterapkan dalam dunia bisnis adalah konsep marketing mix, yang terdiri dari empat elemen utama yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*). Dengan pemahaman dan implementasi yang tepat terhadap keempat elemen tersebut, pelaku usaha dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih terarah, efektif, dan sesuai dengan karakteristik



konsumen yang menjadi target. Konsep bauran pemasaran ini bersifat universal sehingga dapat diaplikasikan pada berbagai jenis usaha, baik skala besar maupun usaha kecil dan menengah (UKM).

1. *Product* (produk) adalah hasil dari serangkaian proses atau kegiatan yang dapat berupa barang maupun jasa, yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Istilah ini sering digunakan dalam konteks ekonomi dan bisnis, karena berkaitan langsung dengan penawaran yang disediakan oleh produsen kepada pasar.
2. *Price* (harga) adalah jumlah uang atau nilai yang harus dibayar atau ditukar untuk mendapatkan sebuah barang atau jasa. Dalam ekonomi, harga merujuk pada nilai moneter yang diberikan kepada suatu produk atau layanan, yang menjadi dasar dalam proses transaksi antara penjual dan pembeli.
3. *Place* (tempat) dapat diartikan sebagai suatu lokasi atau area tertentu dalam ruang fisik yang memiliki karakteristik khas sehingga mudah dikenali atau diidentifikasi. Dalam konteks penelitian, istilah ini sering digunakan untuk menunjukkan posisi atau lokasi di mana suatu kejadian terjadi atau suatu objek berada. Tempat ini bisa mencakup wilayah geografis yang luas, seperti negara, kota, atau desa, maupun area yang lebih spesifik seperti rumah, kantor, sekolah, taman, dan lokasi serupa lainnya.
4. *Promotion* (promosi) adalah salah satu komponen dalam bauran pemasaran yang berfokus pada aktivitas promosi dengan tujuan meningkatkan kesadaran, menarik minat, serta mendorong konsumen

untuk melakukan pembelian produk atau jasa tertentu. Komponen ini meliputi berbagai strategi promosi, seperti iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, sponsorship, dan berbagai bentuk komunikasi pemasaran lainnya. Berdasarkan hasil penelitian, penerapan strategi promosi yang tepat sangat berpengaruh dalam membentuk persepsi konsumen serta meningkatkan penjualan produk atau jasa.

d. Analisis *Segmenting, Targeting, positioning* (STP)

Penerapan konsep STP (*Segmentasi, Targeting, dan Positioning*) sangat penting dalam menganalisis dan menentukan strategi yang tepat untuk digunakan dalam pemasaran produk atau jasa. (Firdayani Nasution et al., 2023). Dalam tahap targeting, perusahaan perlu mempertimbangkan beberapa faktor penting, seperti ukuran segmen pasar, potensi pertumbuhan, keuntungan yang dapat diperoleh, serta kesesuaian dengan sumber daya dan kemampuan yang dimiliki. Setelah target pasar ditentukan, langkah selanjutnya adalah melakukan positioning. Positioning merupakan upaya untuk menciptakan citra dan persepsi yang unik mengenai produk atau merek perusahaan di benak konsumen dalam segmen yang dituju. Dengan strategi positioning yang tepat, perusahaan dapat membedakan produknya dari pesaing dan membangun hubungan emosional yang kuat dengan konsumen (Handayani et al., 2023).

1. *Segmenting* pasar adalah proses pemecahan pasar menjadi beberapa kelompok yang lebih kecil agar penawaran dapat disesuaikan dengan

kebutuhan konsumen secara lebih tepat. Tujuan utama dari segmentasi pasar adalah untuk memusatkan upaya pemasaran pada calon konsumen yang memiliki minat tinggi dalam melakukan pembelian. (Muharromah & Dwi Adi Nugroho, 2022).

2. *Targeting* merupakan proses penentuan pasar sasaran dengan memilih satu atau beberapa segmen pasar yang akan menjadi fokus perusahaan. Dalam tahap ini, perusahaan tidak hanya melakukan evaluasi dan pemilihan segmen yang paling potensial, tetapi juga melakukan seleksi dan upaya untuk menjangkau konsumen utama yang menjadi target. Berdasarkan hasil penelitian, proses targeting sangat penting karena perusahaan harus memastikan bahwa sumber daya dan strategi pemasaran yang diterapkan dapat diarahkan secara efektif kepada kelompok konsumen yang memiliki peluang terbesar untuk memberikan keuntungan optimal bagi perusahaan.
3. *Positioning* adalah tahap strategis di mana perusahaan merancang penawaran produk dan membangun citra merek dengan tujuan untuk menempatkan produk tersebut pada posisi yang unik dan berbeda di benak konsumen dalam target pasar. Dengan kata lain, perusahaan berupaya membentuk persepsi tertentu agar konsumen dapat mengenali dan membedakan produk atau jasa yang ditawarkan dibandingkan dengan produk pesaing. Berdasarkan hasil penelitian, penerapan positioning yang tepat sangat berperan dalam memperkuat daya saing dan meningkatkan loyalitas konsumen. (Maulida & Indah, 2021).

### **2.6.3 Aspek Sumber Daya Manusia**

Aspek sumber daya manusia menjadi salah satu komponen kunci dalam studi kelayakan bisnis. Sumber daya manusia memiliki peran sentral dalam operasional suatu organisasi atau perusahaan, sejajar dengan elemen penting lainnya seperti aset dan modal. Dalam kerangka fungsi bisnis, manajemen sumber daya manusia berfungsi untuk memastikan bahwa tenaga kerja dimanfaatkan secara maksimal (hambali et al., 2023).

Aspek sumber daya manusia juga memerlukan perhatian khusus terkait ketersediaan tenaga kerja, kualitas kepemimpinan, serta produktivitas karyawan. Hal ini meliputi penilaian kompetensi dan keterampilan personel, pengelolaan biaya tenaga kerja, efektivitas kepemimpinan, serta pengembangan budaya organisasi yang mendukung perencanaan dan pencapaian tujuan jangka panjang perusahaan. Dengan pengelolaan yang baik, sumber daya manusia dapat menjadi aset utama yang mendorong keberhasilan dan keberlanjutan bisnis secara efektif dan efisien. (N. Damayanti et al., 2024).

Selain itu upaya mencapai tujuan organisasi, peran manusia sangat penting karena berfungsi sebagai pengambil keputusan, perencana, sekaligus pelaksana. Oleh karena itu, komponen sumber daya manusia dalam studi kelayakan bisnis memerlukan perhatian dan pertimbangan yang mendalam. Berdasarkan temuan dalam penelitian yang saya lakukan, kinerja perusahaan, kemampuan berinovasi, serta respons terhadap perubahan sangat dipengaruhi oleh kualitas sumber daya manusia yang dimiliki. (Alisa Aulia Ashani, Vyto Ariyanto, 2024).

#### **2.6.4 Aspek Hukum**

Menurut (N. Damayanti et al., 2024) Suatu bisnis dapat dikatakan layak dijalankan dari sisi hukum apabila telah memenuhi ketentuan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Keberadaan aspek hukum memungkinkan suatu usaha untuk diidentifikasi status legalitasnya secara jelas. Selain itu, aspek hukum bertujuan untuk menilai apakah suatu usaha yang sedang dijalankan layak untuk dikembangkan atau tidak. Sebuah usaha dapat dianggap layak apabila telah memenuhi seluruh ketentuan hukum yang berlaku dan melengkapi semua persyaratan legal yang diperlukan (Ariska Apriyanti, 2024). Aspek yang harus diperhatikan adalah :

1. Sertifikat Halal

Sertifikat halal adalah dokumen resmi yang diterbitkan oleh otoritas yang berwenang, seperti Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) di Indonesia, yang menyatakan bahwa suatu produk telah diperiksa dan dinyatakan sesuai dengan standar kehalalan berdasarkan syariat Islam. Sertifikasi ini tidak hanya berperan penting bagi konsumen Muslim dalam menjamin bahwa makanan, minuman, kosmetik, obat-obatan, dan produk lainnya aman serta sesuai dengan ajaran agama, tetapi juga memberikan keuntungan bagi pelaku usaha dalam hal memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memperkuat daya saing produk di pasaran.

2. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

NPWP merupakan nomor identitas yang secara resmi diterbitkan oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP) kepada setiap Wajib Pajak, baik

perorangan maupun badan usaha, yang digunakan sebagai alat administrasi dalam sistem perpajakan. Nomor ini berfungsi sebagai identitas resmi Wajib Pajak dalam menjalankan kewajiban dan hak perpajakan mereka, termasuk dalam kegiatan pelaporan serta pembayaran pajak.

### 3. Nomor Induk Berwirausaha (NIB)

Nomor Induk Berusaha (NIB) adalah identitas resmi yang diberikan kepada setiap pelaku usaha melalui sistem Online Single Submission (OSS) berbasis risiko, yang dikelola oleh Kementerian Investasi atau Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM). NIB berperan sebagai identifikasi legal yang menandakan bahwa suatu kegiatan usaha telah terdaftar secara sah dan diakui oleh pemerintah.

#### **2.6.5 Aspek Lingkungan**

Aspek lingkungan dalam studi kelayakan bisnis mencakup analisis terhadap dampak positif maupun negatif yang ditimbulkan oleh suatu usaha terhadap lingkungan sekitarnya. Aspek ini menjadi salah satu indikator penting dalam menilai apakah suatu bisnis layak untuk dijalankan atau tidak (N. E. Damayanti et al., 2023).

Oleh karena itu, sebelum memulai suatu usaha atau proyek, sangat disarankan untuk melakukan kajian menyeluruh terkait potensi dampak lingkungan, baik yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang. Kajian ini dikenal dengan sebutan Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL). AMDAL merupakan proses evaluasi yang komprehensif terhadap dampak besar dan signifikan dari rencana kegiatan atau usaha, serta berfungsi sebagai alat untuk

menilai apakah proyek tersebut berpotensi mencemari lingkungan. Jika hasil evaluasi menunjukkan adanya potensi pencemaran, maka perlu dipertimbangkan alternatif solusi untuk mencegah atau meminimalkan dampak negatif tersebut (N. Damayanti et al., 2024).

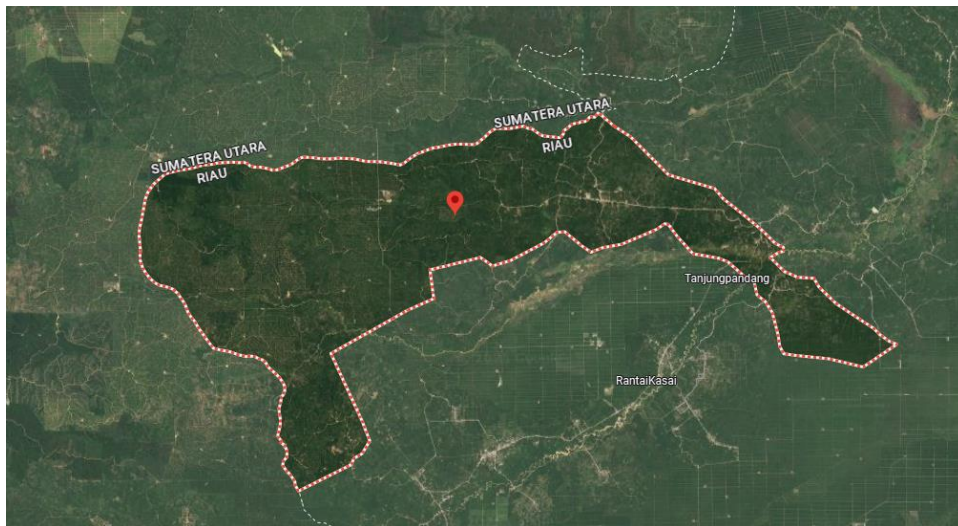
## **BAB III**

### **METODOLOGI**

#### **3.1 Lokasi Kegiatan**

Lokasi perencanaan pada studi kelayakan usaha Nongki Box akan di dirikan di Jl. Lintas Km 24 Mahato, Kecamatan Tambusai Utara, Kabupaten Rokan Hulu, Riau.

**Gambar 3.1 Rencana Lokasi Nongki Box**



#### **3.2 Jenis Dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis data yakni, data primer dan data sekunder. Data primer merupakan informasi utama yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber pertama yang memiliki relevansi dengan variabel penelitian. Data ini dikumpulkan melalui metode seperti observasi, wawancara mendalam, maupun penyebaran angket kepada responden atau informan yang dianggap kompeten (Laia et al., 2022). Sedangkan, data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui perantara. Data ini bersumber dari berbagai dokumen seperti bukti tertulis, catatan, buku, jurnal, maupun laporan historis yang



telah terdokumentasi dan tersimpan dalam bentuk arsip atau data tertulis lainnya (Arviyanda et al., 2023).

### **3.3 Strategi Pengembangan Bisnis**

Analisis kelayakan investasi merupakan tahap penting yang menjadi landasan dalam memulai suatu usaha atau bisnis. Proses analisis ini dapat dilakukan dari dua sudut pandang, yaitu aspek finansial dan non-finansial, atau kombinasi keduanya. Pada aspek finansial, analisis biasanya meliputi perhitungan jumlah modal yang dibutuhkan, estimasi keuntungan kotor dan bersih, waktu yang dibutuhkan untuk mencapai titik impas, serta analisis break-even point. Sementara itu, aspek non-finansial mencakup elemen-elemen seperti kelayakan teknis, kondisi pasar, struktur manajemen dan organisasi, serta faktor-faktor lain yang tidak berkaitan langsung dengan aspek keuangan.

### **3.4 Analisis Kelayakan Aspek non Finansial**

#### **3.4.1 Aspek Pasar dan Pemasaran**

Pasar dan pemasaran adalah dua konsep yang tidak bisa dipisahkan karena keduanya saling memengaruhi dan bergantung satu sama lain. Pemasaran selalu mengikuti dinamika yang terjadi di pasar, sementara pasar memberikan konteks dan peluang bagi aktivitas pemasaran. Dengan kata lain, tujuan utama dari setiap kegiatan pemasaran adalah untuk menemukan atau bahkan menciptakan pasar baru, sekaligus memberikan keuntungan yang mempermudah proses transaksi antara penjual dan pembeli.

Aspek pemasaran dan penjualan merupakan komponen krusial yang harus dianalisis secara komprehensif untuk menilai kelayakan suatu investasi dalam

kegiatan bisnis. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana potensi pasar dapat dimanfaatkan oleh perusahaan yang berinvestasi dalam strategi pemasaran dan distribusi produknya. Dalam hal ini, penting untuk mengukur tingkat keterjangkauan atau aksesibilitas pasar terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, termasuk dalam hal ini identifikasi segmen pasar yang relevan dan prospektif. Selain itu, analisis juga harus mencakup evaluasi terhadap pangsa pasar yang saat ini telah dikuasai oleh kompetitor, sehingga perusahaan dapat memahami posisi relatifnya dalam struktur persaingan yang ada. Berdasarkan temuan tersebut, perusahaan perlu merumuskan dan menerapkan strategi pemasaran yang adaptif dan tepat sasaran, guna mengoptimalkan peluang pasar yang tersedia. Strategi tersebut harus mampu merespons dinamika pasar, tren konsumen, serta perubahan preferensi pelanggan secara berkelanjutan, sehingga mampu mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan usaha dalam jangka Panjang (N. Damayanti et al., 2024).

Dalam aspek pasar, analisis dilakukan untuk memahami berbagai hal penting seperti potensi pasar yang ada, tingkat persaingan di dalamnya, serta pangsa pasar yang bisa dicapai oleh perusahaan. Selain itu, strategi pemasaran yang tepat juga dirancang berdasarkan hasil analisis ini agar perusahaan dapat mencapai target pangsa pasar yang diinginkan secara efektif. Analisis pasar yang mendalam ini sangat berguna untuk mengembangkan konsep bisnis yang realistis dan sesuai dengan kondisi pasar saat ini. Dengan memahami karakteristik pasar dan kebutuhan konsumen, perusahaan dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih terarah, meningkatkan peluang keberhasilan produk atau layanan di pasar, serta membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan.

### **3.4.2 Aspek Teknis atau Operasional**

Aspek teknis dan operasional, yang dalam konteks studi kelayakan bisnis juga dikenal sebagai aspek produksi, memiliki fungsi strategis dalam menjamin efisiensi dan efektivitas proses penciptaan produk atau jasa. Aspek ini merujuk pada bagaimana suatu usaha mengubah sumber daya atau input yang tersedia — baik berupa bahan baku, tenaga kerja, maupun teknologi — menjadi output berupa barang atau jasa yang memiliki nilai guna dan layak jual. Analisis terhadap aspek teknis dan operasional menjadi sangat penting karena memberikan gambaran konkret mengenai kesiapan dan kelayakan operasional dari suatu rencana bisnis. Melalui analisis ini, pelaku usaha dapat merancang dan memastikan bahwa seluruh kegiatan operasional berjalan sesuai dengan standar dan tujuan yang telah ditetapkan (Diana et al., 2022).

Lebih jauh, evaluasi dalam aspek ini juga memudahkan dalam proses identifikasi terhadap berbagai potensi hambatan atau kekurangan yang mungkin timbul dalam pelaksanaan kegiatan produksi. Dengan demikian, pelaku usaha dapat mengambil langkah antisipatif untuk meminimalkan risiko. Selain itu, analisis ini juga memberikan informasi yang dibutuhkan mengenai spesifikasi kebutuhan operasional, seperti jenis dan jumlah peralatan produksi, desain dan kapasitas infrastruktur, sistem informasi yang digunakan untuk menunjang aktivitas kerja, serta kebutuhan sumber daya manusia yang sesuai dengan keahlian dan tanggung jawab operasional. Oleh karena itu, aspek teknis dan operasional tidak hanya berfungsi sebagai landasan dalam proses produksi, tetapi juga menjadi indikator penting dalam menentukan keberlanjutan dan daya saing suatu usaha di tengah dinamika pasar.

### **3.4.3 Aspek Manajemen dan Organisasi**

Aspek organisasi dan manajemen memiliki peranan yang krusial dalam analisis kelayakan suatu usaha. Meskipun sebuah usaha dinilai layak untuk dijalankan dari sisi finansial maupun pasar, tanpa adanya sistem manajemen yang efektif dan terstruktur, potensi kegagalan tetap dapat terjadi. Dengan demikian, pengelolaan yang baik menjadi faktor penentu keberlangsungan dan keberhasilan usaha (Velio Hernanda, 2021). Oleh karena itu, aspek manajemen dan organisasi harus mendapat perhatian serius sejak awal perencanaan usaha.

Dalam konteks sumber daya manusia dan perencanaan perusahaan, keduanya harus dirancang secara sistematis dan selaras dengan tujuan utama perusahaan. Dengan mengikuti standar serta tahapan proses manajemen yang tepat, pencapaian tujuan perusahaan akan menjadi lebih terarah dan efektif.

### **3.4.4 Aspek Hukum**

Analisis aspek hukum bertujuan untuk memastikan apakah suatu rencana bisnis sudah memenuhi persyaratan hukum sehingga dapat dinyatakan layak secara hukum. Jika sebuah rencana bisnis yang secara hukum tidak memenuhi ketentuan tetap dijalankan, maka bisnis tersebut berisiko mengalami masalah serius, seperti dihentikan oleh pihak berwenang atau mendapat penolakan dari masyarakat sekitar. Dalam analisis ini, fokus utamanya adalah mengevaluasi legalitas bisnis yang akan didirikan dan dioperasikan di suatu wilayah tertentu, agar sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku di daerah tersebut. Jika investasi sudah terlanjur dilakukan di lokasi yang ternyata melarang jenis usaha yang direncanakan, maka hal ini dapat menyebabkan kerugian besar bagi pelaku usaha. Oleh karena itu,

memastikan aspek hukum sebelum memulai bisnis sangat penting untuk menghindari risiko-risiko yang tidak diinginkan.

### **3.5 Analisis Kelayakan Aspek Finansial**

Kriteria perhitungan kelayakan aspek finansial dalam studi kelayakan, studi kelayakan dapat dilakukan dengan berbagai macam metode metode yang umum di gunakan adalah *Cost planning* (RAB) Rencana Anggaran Biaya. (HPP) Harga Pokok Penjualan. Laba Rugi, *Break Even Point* (BEP). *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV) *Internal Rate Of Return* (IRR).

#### **3.5.1 *Cost planning* (RAB) Rencana Anggaran Biaya**

Rencana Anggaran Biaya, atau yang sering disingkat RAB, merupakan rincian perkiraan biaya yang meliputi anggaran untuk bahan baku, upah tenaga kerja, biaya tak terduga, serta berbagai biaya lain yang diperlukan untuk menjalankan suatu bisnis, proyek, atau kegiatan tertentu. Penyusunan RAB sangat penting untuk meminimalkan risiko selama pelaksanaan bisnis atau proyek. Dengan membuat perkiraan biaya ini, kita bisa merencanakan kebutuhan secara lebih terukur dan mengetahui berapa besar dana yang harus disiapkan. Hal ini membantu mencegah terjadinya kebocoran dana, kesalahan dalam pengadaan barang, atau kesalahan pembayaran yang dapat merugikan jalannya usaha atau proyek.

#### **3.5.2 Harga Pokok Penjualan (HPP)**

HPP atau Harga Pokok Penjualan adalah total biaya yang dikeluarkan, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk memproduksi suatu barang atau jasa. HPP juga bisa diartikan sebagai keseluruhan pengeluaran dan beban yang harus ditanggung agar produk tersebut dapat dijual atau digunakan. Harga Pokok

Penjualan merupakan salah satu komponen penting dalam laporan keuangan karena berperan dalam perencanaan dan penghitungan anggaran biaya, termasuk dalam proyek pembangunan suatu bangunan.

Rumus untuk menghitung HPP adalah Sebagai berikut:

$$\text{HPP} = \text{Biaya persediaan awal} + \text{Pembelian bersih} - \text{Persediaan akhir}$$

### **3.5.3 Laba Rugi**

Laba rugi merupakan salah satu jenis laporan keuangan yang disusun oleh bagian keuangan perusahaan. Laporan ini memuat informasi mengenai pendapatan serta beban yang ditanggung perusahaan selama periode tertentu. Umumnya, laporan ini disusun secara berkala—baik setiap akhir bulan maupun akhir tahun—sesuai dengan kebijakan masing-masing perusahaan. Tujuan utama dari laporan ini adalah untuk memberikan gambaran tentang kondisi keuangan perusahaan saat ini, sehingga dapat menjadi dasar dalam mengambil keputusan strategis di masa mendatang.

Laporan ini disusun secara menyeluruh oleh tim keuangan atau bagian akuntansi perusahaan, dan memiliki peran penting dalam mengevaluasi kebijakan yang telah diambil oleh manajemen selama periode tertentu. Oleh karena itu, penyusunan laporan laba rugi harus dilakukan dengan cermat dan teliti. Kesalahan dalam pencatatan angka bisa berdampak besar, bahkan berpotensi menyebabkan kerugian yang melebihi keuntungan. Secara sederhana, rumus menghitung laba rugi adalah sebagai berikut:

$$\text{Laba Rugi} = (\text{Pendapatan} + \text{Keuntungan}) - (\text{Beban} + \text{Kerugian})$$

### 3.5.4 Break Even Point (BEP)

*Break even point* (BEP) merupakan suatu kondisi di mana perusahaan tidak memperoleh keuntungan maupun mengalami kerugian, atau dengan kata lain berada pada posisi impas. Titik ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menutup seluruh biaya operasional yang dikeluarkan melalui pendapatan yang diperoleh secara optimal. Melalui analisis BEP, pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) dapat lebih mudah dalam menetapkan harga jual yang sesuai, menghitung harga pokok penjualan, mengelompokkan berbagai jenis biaya yang timbul selama proses operasional, serta menetapkan target laba yang ingin dicapai. Dengan demikian, analisis ini membantu pelaku usaha dalam mengetahui jumlah minimum penjualan yang harus dicapai agar usaha tidak mengalami kerugian (Annisa & Setiawan, 2022).

Analisis *break even point* juga menggambarkan kondisi di mana seluruh pendapatan yang diperoleh digunakan untuk menutupi seluruh biaya, baik tetap maupun variabel. Dengan memahami hal ini, pelaku UKM dapat lebih terarah dalam menyusun strategi penjualan, mengidentifikasi komponen biaya yang relevan, serta merumuskan target keuntungan secara realistis. Pada akhirnya, analisis ini menjadi alat bantu penting dalam pengambilan keputusan bisnis, terutama dalam perencanaan keuangan dan pengelolaan operasional usaha.

Rumus yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{BEP per unit} = \frac{\text{biaya tetap}}{\text{harga jual per unit} - \text{biaya Variabel Per Unit}}$$

### 3.5.5 *Payback Period (PP)*

*Payback Period* merupakan salah satu metode analisis investasi yang digunakan untuk menghitung jangka waktu yang dibutuhkan guna mengembalikan dana investasi awal yang telah dikeluarkan. Melalui pendekatan ini, investor atau pelaku usaha dapat mengetahui seberapa lama waktu yang diperlukan agar modal yang telah ditanamkan dapat kembali, sehingga tingkat kelayakan investasi dapat diukur secara lebih terstruktur dan terencana (Rusmayanti et al., 2022).

Persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Payback periode} = \frac{\text{investasi awal}}{\text{penerimaan periode}} \times 1 \text{ tahun}$$

### 3.5.6 *Net Present Value (NPV)*

*Net Present Value (NPV)* atau Nilai Bersih Sekarang merupakan metode penilaian investasi yang menghitung selisih antara nilai manfaat atau penerimaan (benefit) dan biaya atau pengeluaran (*cost*) berdasarkan proyeksi arus kas masa depan yang telah didiskontokan ke nilai saat ini. Perhitungan NPV menggunakan pendekatan arus kas yang didiskontokan (*discounted cash flow*), yang berarti bahwa seluruh arus kas masuk (*cash inflow*) yang diperkirakan akan diterima selama periode proyek dihitung berdasarkan nilai sekarang dengan mempertimbangkan tingkat diskonto tertentu.

Dalam konteks investasi, NPV diperoleh dengan cara menjumlahkan nilai sekarang dari seluruh arus kas bersih yang akan diterima setiap tahun selama umur proyek, kemudian dikurangi dengan nilai investasi awal yang dikeluarkan pada awal periode. Dengan kata lain, NPV mencerminkan total keuntungan bersih yang diperoleh setelah memperhitungkan nilai waktu dari uang (*time value of money*).



Jika hasil perhitungan menunjukkan bahwa NPV bernilai positif, maka proyek atau usaha yang direncanakan dapat dikategorikan layak secara finansial karena diperkirakan akan memberikan keuntungan di atas nilai investasi awal. Sebaliknya, apabila nilai NPV negatif, maka proyek tersebut dianggap tidak layak untuk dijalankan karena tidak mampu menghasilkan pengembalian investasi yang mencukupi. Oleh karena itu, analisis NPV sangat penting dalam proses pengambilan keputusan investasi, terutama dalam mengevaluasi kelayakan ekonomi suatu proyek secara objektif dan terukur (Rahmawati et al., 2022).

Rumus perhitungan NPV adalah sebagai berikut:

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{Cash\ flow}{(1+i)^t}$$

Dimana:

CF = (*cash flow*) aliran kas masuk dari kegiatan bisnis

I = Suku Bunga

N = Umur ekonomi bisnis

T = Tahun kegiatan bisnis

### **3.5.7 Internal Rate of Return (IRR)**

*Internal Rate of Return* (IRR) merupakan salah satu metode analisis kelayakan investasi yang digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian internal dari suatu proyek atau usaha. IRR didefinisikan sebagai tingkat suku bunga atau tingkat diskonto yang menyebabkan nilai sekarang bersih (Net Present Value/NPV) dari seluruh arus kas masuk (*cash inflow*) dan arus kas keluar (*cash outflow*)

menjadi nol. Dengan kata lain, IRR adalah tingkat pengembalian maksimum yang dapat dihasilkan oleh suatu investasi tanpa menimbulkan kerugian.

Kriteria kelayakan investasi berdasarkan metode IRR adalah sebagai berikut: suatu proyek investasi dinyatakan layak untuk dijalankan apabila nilai IRR yang diperoleh lebih besar dibandingkan dengan tingkat keuntungan minimum atau tingkat pengembalian yang diharapkan oleh investor (disebut juga sebagai *cost of capital* atau *required rate of return*). Hal ini menunjukkan bahwa proyek mampu memberikan imbal hasil yang melebihi batas minimum yang diinginkan. Sebaliknya, jika hasil perhitungan IRR lebih rendah dari tingkat keuntungan yang diharapkan, maka proyek atau investasi tersebut dianggap tidak layak karena tidak memberikan pengembalian yang memadai dibandingkan dengan risiko atau biaya modal yang dikeluarkan. Oleh karena itu, analisis IRR menjadi salah satu alat evaluasi penting dalam pengambilan keputusan investasi, terutama dalam menentukan apakah suatu proyek layak untuk direalisasikan dari sisi profitabilitas jangka panjang (Supriatna et al., 2023).

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{(NPV_1 - NPV_2)} \times (i_2 - i_1)$$

Keterangan :

$IRR = \text{internal rate of return}$

$i_1 = \text{tingkat diskonto yang menghasilkan NPV positif}$

$i_2 = \text{tingkat diskonto dengan NPV negatif}$

$NPV_1 = \text{net present value positif}$

$NPV_2 = \text{net present value negative}$