

**ANALISIS KELAYAKAN BISNIS DAN KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP PRODUK SUSHI.CO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen

**Oleh:
Cindy Kartika Putri
2017120120**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
Terakreditasi oleh BAN-PT No.2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018
BANDUNG
2021**

**BUSINESS FEASIBILITY ANALYSIS AND CUSTOMER
SATISFACTION TOWARDS SUSHI.CO PRODUCT**



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements
for Bachelor's Degree in Management

By:
Cindy Kartika Putri
2017120120

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN MANAGEMENT
Accredited by BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018
BANDUNG
2021

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS KELAYAKAN BISNIS DAN KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP PRODUK SUSHI.CO**

**Oleh:
Cindy Kartika Putri
2017120120**

Bandung,
Ketua Program Sarjana Manajemen,

Dr. Istiharini, CMA.

Pembimbing 1,

Ivan Prasetya, S.E., MSM., M.Eng.

Pembimbing 2,

20210824111

Inge Barlian, Dra., Ak., M.Sc

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Cindy Kartika Putri
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 26 April 1999
Nomor Pokok : 2017120120
Program Studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

ANALISIS KELAYAKAN BISNIS DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK SUSHI.CO

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan:

Ivan Prasetya, S.E., MSM., M.Eng. dan Inge Barlian, Dra., Ak., M.Sc.

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain). , telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003:
Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Dinyatakan tanggal:

Bandung, 05 Agustus 2021

Pembuat pernyataan:



(Cindy Kartika Putri)

ABSTRAK

Seiring berjalannya waktu, banyak masyarakat yang tertarik untuk membuka usaha, salah satunya usaha di bidang kuliner. Untuk membuka suatu usaha baru, banyak hal yang harus dipertimbangkan mulai dari aspek keuangan, aspek pasar, aspek operasi, dan aspek manajemen organisasi. Untuk mengurangi resiko yang muncul saat membuka suatu usaha maka diperlukan analisis lebih lanjut mengenai keempat aspek tersebut dan analisis mengenai produk yang akan dibuat agar sesuai dengan keinginan target pasar yang akan dituju. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai analisis kelayakan bisnis Sushi.co dan kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh Sushi.co.

Setelah merumuskan masalah yang akan diteliti, penulis akan melakukan penelitian guna menjawab setiap masalah yang muncul. Dalam kelayakan suatu bisnis ada 4 aspek internal yang perlu dianalisis lebih dalam diantaranya analisis aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasional, aspek manajemen dan organisasi dan aspek keuangan. Setelah mengetahui kelayakan bisnis yang akan dibuat maka penulis akan melakukan analisis kepuasan konsumen terhadap produk yang akan dibuat dengan melakukan segmentasi demografis dan *psychological* sebagai pemetaan awal konsumen yang akan menjadi target pasar. Setelah itu melakukan tes pasar dengan memberikan produk kepada konsumen. Tahapan selanjutnya adalah dengan melakukan wawancara yang akan menjawab kepuasan konsumen terhadap produk dilihat dari apakah *perceived performance* yang diberikan sudah sesuai dengan *expectation* sehingga menimbulkan *disconfirmation of beliefs* yang positif dari konsumen. Setelah mengetahui faktor-faktor tersebut maka kemungkinan adanya *purchase intention* yang akan dilakukan oleh calon konsumen dan *feedback* yang digunakan sebagai landasan untuk perbaikan produk kedepannya.

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui harapan dan tingkat kepuasan konsumen. Dengan mengambil 5 responden sebagai sampel dengan menggunakan teknik non probability sampling. Setelah itu penulis melakukan *depth in interview* secara bertahap. Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini merupakan *applied research* karena hasil dari penelitian dapat diterapkan untuk pengembangan produk Sushi.co kedepannya. Dilihat dari cara dan pengumpulan data penelitian ini merupakan penelitian kualitatif diakrenakan hasil penelitian yang disimpulkan secara subjektif sesuai dengan hasil dari wawancara bertahap.

Hasil penelitian dari penelitian yang telah dilakukan, bisnis Sushi.co sudah layak untuk dijalankan ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasional, aspek manajemen dan organisasi dan aspek keuangan. Dari segi produk, produk yang ditawarkan sudah sesuai dengan keinginan konsumen terutama produk *premium pizza sushi* dan *premium taco sushi*. Dari hasil wawancara bertahap, adanya peningkatan kepuasan konsumen terutama dari perbaikan produk yang diberikan sehingga adanya kemungkinan konsumen akan melakukan pembelian ulang dan *good word of mouth*. Untuk perbaikan bisnis Sushi.co kedepannya perlunya dilakukan perbaikan *packaging* dan penataan dalam penyajian produk.

Kata kunci: Studi kelayakan bisnis, Sushi.co, kepuasan konsumen

ABSTRACT

As time goes by, many people interested to open a business, one of them, a business in the culinary (f&b) field. To open a new business, there are many things must be considere; starting from financial aspects, market aspects, operational aspects, and organizational management aspects. To reduce the risks that arise as opening a business, a further analysis of these four aspects is needed and an analysis of the products that will be designed in accordance with the demand of the intendend target market. Therefore, researchers are interested in conducting research on the feasibility analysis of Sushi.co's business and consumer satisfaction with the products offered by Sushi.co.

After searching for the problem to be researched, the author will do research in order to answer any problems that arise. In the feasibility of a business there are 4 internal aspects that need to be analyzed more deeply including market and marketing aspect analysis, financial aspect analysis, technical and operational aspect analysis, and management and organization analysis. After knowing the feasibility of the business, the author will analyze consumer satisfaction for the product by doing demographic and psychological segmentation as an initial mapping of consumers who will be the target market. After that, researcher will take a market test by giving the product to consumers. The next stage is by doing the interviews that will answer consumer satisfaction with the product seen from whether the perceived performance provided is in accordance with expectations, causing positive disconfirmation of beliefs from consumers. After knowing these factors, it is possible that there will be purchase intention that will be made by potential consumers and get feedback that is used as a basis for product improvement in the future.

This research is a descriptive qualitative research which aims to determine the expectations and levels of consumer satisfaction. By taking 5 respondents as a sample using non-probability sampling technique. After that, the writer did a depth in interview gradually. Based on the research objectives, this research is applied research because the results of the research can be applied to the development of Sushi.co products in the future. Evaluating from the method and data collection, this research is a qualitative research because the results of the research are concluded subjectively according to the results of phased interviews.

The results from the research that has been done, Sushi.co's business is feasible to run in terms of market and marketing aspects, financial aspects, technical and operational aspects, and management and organizational aspects. The description of market segmentation in terms of demographic and psychological aspects, teenagers to adults who has an income of around Rp. 200.000 - Rp. 5.000.000 and expenses for snacks as much as 15-20% of monthly income and is a sushi lover. From the results of the interviews gradually, there is an increase in consumer satisfaction, especially from the improvement of the products provided so that there is a possibility that consumers will make repeat purchases and good word of mouth. To improve Sushi.co's business in the future, it is necessary to improve packaging and arrangement in product presentation.

key words : feasibility study, Sushi.co, customer satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan Berkat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Kelayakan Bisnis dan Kepuasan Konsumen terhadap Produk Sushi.co". Penulisan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun baik bagi penulis sendiri maupun pembaca. Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis telah mendapatkan banyak mendapatkan bantuan dan dukungan baik secara moril maupun materil. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Iman Rihman dan Ibu Herlina selaku orang tua dari penulis yang selalu memberi dukungan dan doa
2. Darren William Junior dan seluruh adik penulis yang selalu memberi bantuan, dukungan, dan doa.
3. Bapak Ivan Prasetya, S.E., MSM., M.Eng. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan dukungan, arahan, ilmu, dan masukan untuk penulis dalam penulisan skripsi ini.
4. Ibu Inge Barlian, Dra., Ak., M.Sc. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan saran, dukungan, dan arahan kepada penulis
5. Ibu Natalia Christi, S.T., MBA. selaku Dosen wali yang selalu mendukung dari awal perkuliahan hingga saat ini.
6. Ibu Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang saya hormati.
7. Ibu Dr. Istiharini, CMA. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan yang saya hormati.
8. Kevin Cristian Teten selaku teman dekat penulis yang selalu memberikan bantuan, dukungan, saran dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Hanna Fiona, Michelle Allyssa, Yoselyn Eunike selaku sahabat penulis sejak SMA yang selalu memberi dukungan dan menghibur penulis dalam suka dan duka.
10. Jessica Patricia, Erika Theodora, Laurensia Bunga, dan Stevanie Wijaya selaku 'chabai gengs' yang selalu memberi dukungan dari awal perkuliahan hingga saat ini.
11. Chelsea Vasa dan teman teman satu bimbingan lain selaku teman seperjuangan dalam penulisan skripsi ini.
12. Seluruh teman yang mendukung penulis dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Bandung, 2 Agustus 2021



Cindy Kartika Putri

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Kerangka Pemikiran.....	4
BAB 2	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Analisis Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Teknis dan Operasional, Aspek Manajemen dan Organisasi, dan Aspek Keuangan	6
2.1.1 Aspek Pasar dan Pemasaran.....	6
2.1.2. Aspek Teknis & Operasional.....	10
2.1.3. Aspek Manajemen & Organisasi	12
2.1.4. Aspek Keuangan.....	14
2.2 Kepuasan Konsumen	15
BAB 3	18
METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....	18
3.1 Metode Penelitian.....	18
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	18
3.3 Alur Penelitian.....	19
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	21
3.5 Profil Responden	21

3.6 Operasionalisasi Variabel dan Pertanyaan Wawancara	22
3.7 Triangulasi	26
3.8 Teknik Analisis Data	26
3.9 Objek Penelitian	26
VISI.....	28
MISI.....	28
BAB 4	30
DATA DAN HASIL ANALISIS	30
4.1 Analisis Aspek Teknis & Operasi, Aspek Manajemen & Organisasi, Aspek Keuangan, dan Aspek Pasar & Pemasaran.	30
4.1.1 Analisis Pasar dan Strategi Pemasaran	30
4.1.2 Aspek Teknis & Operasional.....	62
4.1.3 Aspek Manajemen dan Organisasi.....	75
4.1.4 Analisis Aspek Keuangan	83
4.2 Hasil wawancara responden tahap 1	114
4.2.1 Profil Responden	115
4.2.2 Analisis Kualitatif Kepuasan Konsumen setelah Mencoba Produk Sushi.co (Tahap 1)	117
4.2.3 Perbaikan produk yang dilakukan oleh Sushi.co.....	136
4.2.4 Analisis Kualitatif Kepuasan Konsumen setelah Mencoba Produk Sushi.co (Tahap 2).....	138
4.3 HASIL PENELITIAN.....	146
4.3.1 Hasil Wawancara Tahap 1	146
4.3.2 Hasil Wawancara Tahap 2	154
4.3.3 Hasil Perbandingan Kepuasan Konsumen Sebelum dan Sesudah Perbaikan Produk	156
BAB 5	160
KESIMPULAN DAN SARAN	160
5.1 Kesimpulan	160

5.2 Saran.....	161
DAFTAR PUSTAKA.....	162
DAFTAR WEBSITE.....	163

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Nama, usia, jenis kelamin	22
Tabel 3.2 Operasionalisasi variabel dan pertanyaan wawancara	23
Tabel 4.1 <i>Market size</i>	31
Tabel 4.2 <i>Total sales, market potential, industry sales, company sales</i>	33
Tabel 4.3 Hasil survey jumlah penjualan usaha yang skalanya hampir sama dengan Sushi.co	35
Tabel 4.4 Analisis <i>Strength, Weaknesses, Opportunity, Threats</i>	37
Tabel 4.5 TOWS analysis	41
Tabel 4.6 Analisis IFE (<i>internal factor evaluation</i>)	42
Tabel 4.7 Analisis EFE (<i>external factor evaluation</i>)	45
Tabel 4.8 Analisis IE (<i>internal-external matrix</i>)	46
Tabel 4.9 Analisis CPM (<i>Competitive profile matrix</i>).....	50
Tabel 4.10 Segmenting dan Targeting Sushi.co.....	52
Tabel 4.11 Strategi operasional sushi.co dalam 5 tahun	68
Tabel 4.12 Jumlah karyawan yang dibutuhkan sushi.co	76
Tabel 4.13 Total gaji pokok tenaga kerja sushi.co	80
Tabel 4.14 Investasi awal	83
Tabel 4.15 <i>Fixed asset</i> Sushi.co	84
Tabel 4.16 Harga penjualan produk Sushi.co.....	86
Tabel 4.17 Penjualan per tahun (unit)	88
Tabel 4.18 <i>Revenue</i> sushi.co	90
Tabel 4.19 COGS produk Sushi.co	92
Tabel 4.20 Total pembelian COGS Sushi.co/ tahun	94
Tabel 4.21 <i>Marketing expenses</i> Sushi.co	96
Tabel 4.22 <i>Operating expenses</i> Sushi.co.....	99
Tabel 4.23 <i>Human resource expenses</i> Sushi.co	101
Tabel 4.24 <i>Depreciation expenses</i> Sushi.co	103
Tabel 4.25 Arus kas bersih Sushi.co	107
Tabel 4.26 <i>Capital budgeting</i> Sushi.co	110
Tabel 4.27 <i>Break even point</i>	112
Tabel 4.28 Profil responden Sushi.co berdasarkan usia dan jenis kelamin.....	115

Tabel 4.29 Profil responden Sushi.co berdasarkan pendapatan dan pengeluaran	116
Tabel 4.30 Analisis kualitatif kepuasan konsumen setelah mencoba produk Sushi.co (tahap 1).....	117
Tabel 4.31 Perbaikan produk Sushi.co	137
Tabel 4.32 Analisis kualitatif kepuasan konsumen setelah mencoba produk sushi.co (tahap 2)	138
Tabel 4.33 Kesimpulan wawancara tahap 1	146
Tabel 4.34 Kesimpulan wawancara tahap 2	154
Tabel 4.35 Perbandingan produk sebelum dan sesudah perbaikan	156
Tabel 4.36 Perbandingan kepuasan konsumen sebelum dan sesudah perbaikan produk taco sushi	157
Tabel 4.37 Perbandingan kepuasan konsumen sebelum dan sesudah perbaikan produk pizza sushi.....	158

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Ansoff matrix</i>	8
Gambar 2.2 <i>Expectation Confirmation Theory</i>	16
Gambar 3.1 Alur penelitian	19
Gambar 3.2 Logo sushi.co	28
Gambar 4.1 Profil mama musubi.....	48
Gambar 4.2 Produk taco sushi sushigroove	48
Gambar 4.3 Produk taco sushi.....	54
Gambar 4.4 Produk pizza sushi	55
Gambar 4.5 Menu Sushi.co	56
Gambar 4.6 Menu Sushi.co	57
Gambar 4.7 Logo Sushi.co	58
Gambar 4.8 <i>Packaging</i> taco sushi	59
Gambar 4.9 <i>Packaging</i> pizza sushi	59
Gambar 4.10 <i>Store Taco Sushi</i>	60
Gambar 4. 11 Alur proses pembuatan taco sushi dan pizza sushi	63
Gambar 4.12 <i>Layout store</i> Sushi.co	67
Gambar 4.13 Bagan Organisasi Sushi.co	75

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Wirausahaan merupakan seseorang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan, menangani dan menerapkan usaha dengan menggunakan sumber daya yang paling efisien agar mendapatkan keuntungan dengan maksimal. Banyak sekali sektor bisnis yang dapat dilakukan oleh wirausaha diantaranya bisnis di bidang jasa, agrobisnis, *franchise*, bidang kuliner, dan lainnya.

Melihat pasar sekarang ini, banyak sekali jenis kuliner yang masuk ke Indonesia baik itu bisnis yang sudah memiliki nama maupun start-up bisnis yang baru mulai memasuki pasar. Menurut *survey snapchat* mengenai tren masakan rumahan sebanyak 63 responden berencana untuk memulai bisnis mereka sendiri. Selama satu tahun terakhir, data *google trends* juga menunjukkan bahwa pencarian ide bisnis rumahan meningkat sebanyak 300%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa banyak masyarakat yang tertarik untuk memulai bisnis kuliner. Dalam memulai sebuah bisnis, banyak hal yang harus dipertimbangkan, salah satunya yang paling ditakuti oleh pemilik bisnis yaitu jika bisnisnya tidak memiliki pasar dan *demand* di masyarakat. Hal tersebut menjadi masalah yang ditakutkan sebagai pemilik bisnis untuk memulai bisnisnya. Tentunya dengan melakukan berbagai macam upaya yang diajarkan pada saat kuliah *marketing* dapat mengurangi ketidakpastian dalam menentukan pasar di masyarakat. Dalam hal ini, peneliti tertarik untuk meneliti terlebih dahulu apakah faktor faktor yang penting dalam menentukan pasar dan cara memasarkan produk baru ke pasar.

Tentunya teori saja tidak cukup untuk membuktikan bagaimana atau banyaknya pengaruh dan faktor-faktor saat ingin menentukan pasar dan cara memasarkan produk. Dengan dilakukannya penelitian langsung ke lapangan (observasi) akan meminimalisir resiko yang ada, jika kita memahami bagaimana menentukan pasar dan cara memasarkan produknya.

Permasalahan lain yang sering ditemukan dalam menentukan apakah bisnis itu layak atau tidak adalah aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis

dan operasional, aspek manajemen dan organisasi, dan aspek keuangan. Faktor-faktor yang ada dalam studi kelayakan bisnis tersebut saling berhubungan satu sama lain sehingga harus dipertimbangkan dan dianalisis secara menyeluruh. Dalam hal ini penulis akan melakukan studi kelayakan bisnis terhadap usaha Sushi.co. Sushi.co merupakan salah satu bisnis baru yang akan memberikan pengalaman baru konsumen dalam memakan sushi yaitu dengan menciptakan produk taco sushi dan pizza sushi. Selain itu, Sushi.co akan memberikan pengalaman menarik dengan outlet yang bertema *Japanese culture* yang menjadikan konsumen menikmati taco sushi dan pizza sushi yang ada dengan nuansa Jepang.

Analisis yang digunakan adalah dengan melihat hasil analisis dari keempat aspek internal dalam studi kelayakan bisnis. Hal ini bertujuan untuk mengurangi resiko kerugian yang akan muncul sebelum bisnis dilakukan. Fokus utama yang dibahas dalam skripsi ini yaitu bagaimana produk Sushi.co dapat sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh calon konsumen sehingga produk Sushi.co dapat diterima di pasar terutama di Kota Bandung.

Sebagai *start-up* yang baru akan memulai bisnis di bidang kuliner tentunya harus mengetahui segmentasi pasar yang akan dituju sehingga tepat sasaran dalam menentukan lokasi, harga, promosi, dan faktor lain yang penting untuk diteliti terlebih dahulu. Setelah mengetahui segmentasi pasar yang akan dituju, keputusan pembelian dalam membeli produk juga menjadi hal yang penting agar Sushi.co mengetahui apa yang diinginkan konsumen atau target market yang dituju. Hal terakhir yang tidak kalah penting yaitu bagaimana kepuasan konsumen setelah mencoba produk, jika konsumen puas akan produk maka konsumen memiliki kemungkinan besar akan melakukan pembelian ulang dan jika tidak maka Sushi.co harus memperbaiki kinerja agar memenuhi kepuasan konsumen. Semua hal diatas sangat penting untuk diteliti agar sebelum memulai bisnis, produk Sushi.co dapat sesuai dengan keinginan konsumen sehingga dapat lebih mudah dalam menjangkau target pasar.

Dari latar belakang diatas dapat dirumuskan beberapa masalah yang akan diteliti terutama dalam menghadirkan produk baru yang nantinya akan dijual di pasar. Maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti bagaimana keseluruhan bisnis Sushi.co dapat dikatakan layak untuk dijalankan serta bagaimana produk yang akan

ditawarkan Sushi.co dapat diterima di pasaran sesuai dengan harapan konsumen terhadap produk.

1.2 Rumusan Masalah

Oleh karena itu rumusan masalah ini layak untuk diteliti sehingga dapat disimpulkan dalam beberapa rumusan masalah yaitu :

1. Apakah Bisnis Sushi.co dapat dikategorikan layak sesuai dengan aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasional, aspek manajemen dan organisasi, dan aspek keuangan?
2. Bagaimana kepuasan konsumen setelah mencoba produk sebelum adanya perbaikan?
3. Bagaimana kepuasan konsumen setelah mencoba produk sesudah diperbaiki?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan yang ingin dicapai penulis melalui penelitian ini dengan melakukan studi kelayakan bisnis Sushi.co adalah :

1. Untuk mengetahui apakah bisnis Sushi.co layak untuk dijalankan. Ditinjau dari hasil analisis aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasional, aspek manajemen dan organisasi, dan aspek keuangan.
2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen setelah mencoba produk sebelum adanya perbaikan produk.
3. Untuk mengetahui kepuasan konsumen setelah mencoba produk sesudah diperbaiki.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat terutama bagi pihak yang berhubungan dengan penulisan penelitian ini diantaranya :

Bagi Proyeksi Bisnis Sushi.co :

Sebagai referensi untuk proyeksi bisnis Sushi.co dalam menentukan strategi yang diperlukan dan produk yang diharapkan oleh konsumen.

Bagi penulis :

Sebagai sarana bagi penulis untuk menerapkan teori yang sudah dipelajari terutama dalam menganalisa suatu kelayakan bisnis dan pembuatan produk berdasarkan kepuasan konsumen.

1.5 Kerangka Pemikiran

Studi kelayakan bisnis merupakan sebuah studi yang menganalisa tentang kesanggupan suatu bisnis yang dinilai dari beberapa aspek. Aspek penilaian bisnis ada 7 aspek, yang terdiri dari 4 aspek internal yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasional, aspek manajemen dan organisasi, dan aspek keuangan. Dan 3 aspek eksternal yaitu aspek hukum, aspek AMDAL, dan aspek ekonomi dan sosial. (Kasmir & Jakfar, 2016, pp. 15-17) Aspek yang difokuskan dalam pembuatan studi kelayakan bisnis ini adalah aspek internal karena penulis harus lebih memfokuskan pada aspek internal terlebih dahulu sebelum meneliti aspek eksternal.

Analisis pertama yang harus dibuat terlebih dahulu adalah analisis aspek pasar yang terdiri dari analisis *market measurement*, analisis *strategy formulation analytical*, *competitive profile matrix (CPM)*, *porter five's forces*, *segmenting, targeting, positioning (STP)*. Setelah meneliti aspek pasar, selanjutnya penulis membuat strategi untuk menghadapi pasar. Analisis strategi dibuat berdasarkan hasil dari analisis aspek pasar untuk menghadapi pasar yang dituju.

Analisis kedua yang dilakukan adalah analisis aspek teknis dan operasional yang membahas tentang proses *input* sampai dengan *output*. Pembahasan dalam analisis ini berupa faktor pendukung apa saja yang dapat mempermudah dan meningkatkan kualitas dari proses input menjadi output tersebut.

Analisis ketiga yang dilakukan adalah berupa analisis aspek manajemen dan organisasi analisis tersebut membahas tentang kesiapan aspek manajemen dan aspek organisasi dalam proyeksi bisnis Sushi.co

Analisis terakhir yang dilakukan berupa analisis keuangan. Analisis ini menilai aspek keuangan yang sudah di prediksi biaya, pendapatan, serta investasi dalam 5 tahun kedepan. Hasil dari analisis ini berupa penilaian secara

payback period, rasio tingkat pengembalian, rasio profitabilitas dibandingkan dengan modal, perhitungan *net present value*, dan perhitungan *break even point*. Keseluruhan aspek biaya dan keuangan yang ada dalam proyeksi bisnis ini harus dinilai. Setelah melakukan penilaian, akan ada hasil berupa kelayakan bisnis Sushi.co.

Setelah mengetahui hasil analisis bisnis tersebut, dalam penelitian ini penulis membuat tes produk yang akan dijual agar sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk mengetahui kepuasan konsumen, langkah pertama adalah harus mengetahui terlebih dahulu harapan konsumen terhadap produk. *Expectation* /harapan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen adalah *disconfirmation of beliefs*. *Disconfirmation of beliefs* dipengaruhi oleh dua faktor yaitu *expectation* dan *perceived performance* yang ditawarkan oleh produk. (Bhattacharjee, 2001, p. 353)

Tes produk yang dilakukan akan dikatakan berhasil ketika tingkat kepuasan konsumen tinggi. Jika tingkat kepuasan konsumen masih rendah, maka tes produk akan dilakukan kembali dengan perbaikan berdasarkan harapan konsumen. Kepuasan konsumen ini akan berdampak terhadap niat beli ulang konsumen terhadap produk.