

ANALYSIS OF THE FEASIBILITY STUDY OF THE AMBON BANANA WHOLESALE BUSINESS UD. BAIM PUTRA IN HUMAN RESOURCES, MARKET AND MARKETING ASPECTS

Farisha Alfiani¹, Zahra Salsabila², Rosiana Anggraeni³, Anggi Jiani⁴, R.R,Wening Ken⁵

^{1,2,3,4,5}Manajemen Study Program, Faculty Of Economics And Business, Universitas Pelita Bangsa

Email : farishaalfiani@mhs.pelitabangsa.ac.id, zahra.salsabila@mhs.pelitabangsa.ac.id,

rosianaangraeni@mhs.pelitabangsa.ac.id, anggijiani15@mhs.pelitabangsa.ac.id,

wening.ken@pelitabangsa.ac.id

ABSTRAK

Artikel History:

Artikel masuk

Artikel revisi

Artikel diterima

Keywords:

Business Feasibility Study, Human Resources and Marketing

Usaha Pisang Ambon UD. Baim Putra memiliki kualitas tinggi dan banyak manfaat untuk kesehatan. Studi kelayakan bisnis merupakan penilaian menyeluruh usaha bagian yang penting. Tujuan studi kelayakan bisnis untuk menentukan layak atau tidaknya bisnis yang akan dijalankan. Penelitian pada usaha bisnis grosir pisang Ambon. UD. Baim Putra menggunakan metode kualitatif. Pisang yang dijual berasal dari PT. Mulya Raya dan kemudian dijual ke Pasar Induk Cibitung. Setiap pisang ambon memiliki kode jenis pisang untuk membedakan kualitasnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pisang ambon UD. Baim Putra memiliki tingkat penjualan yang cukup baik di Pasar Induk Cibitung. Pisang Baim Putra dianggap sebagai pisang ambon yang sehat dan berkualitas. Selain itu, pisang ambon berkualitas tinggi dapat dijual karena luas lahan yang dimiliki dan strategis.

ABSTRACT

Ambon Banana Business UD. Baim Putra has high quality and many health benefits. A business feasibility study is a comprehensive assessment of an important part of the business. The purpose of a business feasibility study is to determine whether or not the business to be run is feasible. Research on the Ambon banana wholesale business. UD. Baim Putra uses qualitative methods. The bananas sold come from PT. Mulya Raya and then sold to Cibitung Main Market. Each Ambon banana has a banana type code to distinguish its quality. The results showed that Ambon banana UD. Baim Putra has a fairly good sales level at the Cibitung Main Market. Baim Putra bananas are considered healthy and high quality Ambon bananas. Apart from that, high quality Ambon bananas can be sold because of the large and strategic land they own.



INTRODUCTION

Bisnis merupakan hal yang sangat penting dalam pengembangan perekonomian negara khususnya di Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara yang memproduksi buah pisang terbanyak, karena memiliki pertanian yang sering digunakan sebagai bahan baku industri. Pisang memiliki banyak manfaat khususnya untuk kesehatan tubuh. Dalam buah pisang terdapat jumlah karbohidrat yang signifikan, gula, protein, dan vitamin C yang bagus untuk kesehatan (Nazilah, 2021). Pisang merupakan buah yang sangat disukai atau dicari-cari masyarakat untuk bisa memakan buah yang menyehatkan atau untuk membuat cemilan makanan dari olahan buah pisang. Menurut (Abubakar, Nadila, & Junaidi, 2022), buah-buahan di Indonesia mencapai 73,59% dengan kata lain hampir seluruh masyarakat mengkonsumsi buah-buahan termasuk di Indonesia.

Negara Indonesia memiliki tekstur tanah yang cocok untuk menanam hasil pertanian (Abubakar, Nadila, & Junaidi, 2023). Sedangkan menurut (Sudrartono & Aditiarno, 2023) Indonesia merupakan negara yang sebagian besar penduduknya hidup dari hasil pertanian. Salah satu peran industri pertanian di Indonesia bahwa sebagian besar penduduknya mata pecaharian sebagai petani dan hampir semua masyarakat Indonesia mengkonsumsi buah-buahan termasuk buah pisang. Pisang memiliki nilai tambah cukup baik untuk usaha tani milik sendiri maupun perusahaan pertanian, tersedia dalam jumlah yang banyak serta mudah ditemukan termasuk di pasar. Tempat usaha yang kami pilih untuk tempat penelitian yaitu pada usaha grosir pisang Ambon UD. Baim Putra di Pasar Induk Cibitung. Usaha ini sudah cukup lama didirikan.

Meningkatkan penjualan pisang ambon diperlukan strategi pemasaran. Strategi pemasaran diperlukan untuk mengetahui sasaran dan untuk memperkenalkan usaha pisang kepada masyarakat. Menurut (Hakim, Jati, Indrayanto, & Suparjito, 2022), strategi pemasaran sebagai penentuan sasaran dan tujuan jangka panjang perusahaan. Aspek pemasaran yang digunakan pada usaha grosir pisang ambon UD. Baim Putr salah satunya dengan strategi produk (product)

dan harga (price). Usaha pisang ambon UD. Baim Putra mengutamakan kualitas buah pisang yang bagus dan menjual nya dengan harga yang ditetapkan berdasarkan ketentuan dari distributor yaitu berdasarkan berat per peti. Selanjutnya strategi tempat (place) usaha grosir pisang ambon UD. Baim Putra berada di tempat yang strategis dan dapat ketahui oleh banyak orang. Strategi promosi (promotion) yang di lakukan usaha pisang ambon UD Baim Putra masih dengan cara konvensional dan E-commerce dari penjualan online dan dari mulut ke mulut. Target pasar pada usaha pisang Ambon UD. Baim Putra semua demografi, baik menengah ke atas atau menengah ke bawah.

Usaha pisang ambon UD Baim Putra, aspek sumber daya manusia sangat penting untuk dimulai karena sangat penting agar usaha dapat berjalan dengan baik. Tanpa sumber daya manusia, usaha tidak akan bisa berjalan. Untuk meningkatkan bisnis pisang ambon UD. Baim Putra, pengolahan sumber daya manusia juga dilakukan, seperti pelatihan dan pengembangan keterampilan. Pelatihan dan pengembangan keterampilan dapat digunakan sebagai cara untuk menyebarkan atau internalisasi nilai strategi bisnis pisang ambon. Untuk mencapai tujuan dan meningkatkan kualitas dan hasil yang diinginkan, pendampingan dan survei lapangan dilakukan dengan melibatkan semua kalangan menengah ke atas atau menengah ke bawah. Proses merekrutmen dan seleksi calon pegawai di perusahaan pisang ambon UD. Baim Putra dilakukan untuk menilai kemampuan mereka dan keahlian calon pegawai yang di perlukan guna menutupi kekurangan yang diidentifikasi dalam perencanaan kepegawaian, sedangkan untuk seleksinya harus memenuhi kriteria untuk menempati posisi yang tersedia berdasarkan kondisi yang ada pada usaha pisang UD. Baim Putra.

LITERATURE REVIEW

Studi Kelayakan Bisnis

Banyak masyarakat mengetahui studi kelayakan bisnis, terutama mereka yang bergerak di bidang usaha. Seperti yang dinyatakan oleh (Dr. Samsurijal Hasan, Dr. <https://jurnal.umt.ac.id/index.php/dmj/index>

Elpisah, Dr. Joko Sabtohadji, 2022:7), studi kelayakan bisnis adalah kumpulan tindakan yang diambil untuk lebih dalam mempelajari tentang suatu bisnis yang akan dijalankan apakah bisnis tersebut dapat dijalankan atau tidak dan pada akhirnya bisnis tersebut memberikan keuntungan serta tidak ada kendala dari pelaksanaan bisnis tersebut. Studi kelayakan juga dapat diartikan sebagai kegiatan identifikasi dan merencanakan serta memperdalam seluruh aktivitas serta usaha untuk mencari sebuah keuntungan. Di sini, kegiatan identifikasi berarti bahwa sebelum menerapkan bisnis, karakteristik, model kebutuhan, dan keinginan bisnis harus diketahui terlebih dahulu.

Setelah itu, analisis dilakukan dengan sumber yang dapat diukur dan dihitung dan diperdalam. Analisis kelayakan bisnis dan investasi sangat penting untuk meminimalkan risiko dan memastikan keuntungan yang diperoleh sesuai dengan harapan terbaik (Safitri, Sriningsih, & Nurdiani, 2023). Tujuan penentuan layak atau tidak adalah untuk menentukan apakah usaha yang telah direncanakan layak untuk dilakukan. Usaha yang siap untuk dilakukan berarti akan menghasilkan keuntungan atau keuntungan yang lebih besar. Menurut tujuan pembentukan perusahaan, keuntungan yang dimaksud mencakup keuntungan finansial dan nonfinansial. Sementara itu, bisnis dapat dianggap produktif berdasarkan beberapa faktor, seperti penggunaan aset, sumber daya manusia, dan pemasaran yang efektif.

Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Dalam penelitian ini, ada hubungan antara manajemen sumber daya manusia dan manajemen operasi perusahaan pisang ambon. Salah satu tujuan pendampingan dan supervisi lapangan untuk pelaksanaan kegiatan lapangan adalah untuk meningkatkan hasil kerja yang baik dan menyelesaikan produk yang akan dijual. Dalam bisnis, aspek sumber daya manusia dibagi menjadi dua bagian. SDM bertanggung jawab untuk membangun proyek bisnis dan menjalankan operasional rutin setelah proyek selesai. Ini membuat aspek sumber daya manusia sangat penting. Untuk mencapai tujuan, sumber daya manusia yang berkualitas diperlukan. Menurut (Fitron Almakhalil, Reza Adiyanto, & Sri Rahayuningsih, 2023), elemen SDM sangat

penting bagi perusahaan karena tanpa adanya sumber daya manusia bisnis yang akan di jalankan tidak bisa berjalan dan harus bisa memilih sumber daya manusia yang berkualitas agar hasil yang diperoleh maksimal.

Aspek Pasar dan Pemasaran

Strategi Marketing Mix (Bauran Pemasaran) dalam Pemasaran selain mempertimbangkan berbagai aspek pasar dan pemasaran, sebuah bisnis juga harus mempertimbangkan langkah-langkah penting saat memilih strategi pemasaran. Menurut (Hardianty, Rb, Hasan, & Amran, 2022), untuk membantu menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bisnis yang kita jalankan, diperlukan analisis yang tepat tentang kondisi bisnis kita. Seberapa sering kita mengevaluasi efektivitas dan efisiensi operasional bisnis atau proyek juga menentukan kesuksesan dalam usaha yang kita jalankan. Dan hal yang paling penting dalam memulai bisnis kita bisa mempepelajari bagaimana cara mengumpulkan dan menganalisis data untuk menilai peluang pasar saat ini, risiko, dan keuntungan potensial.

METHODS

Dalam penelitian yang dilakukan pada bulan November 2023 di pasar Induk Cibitung, Kecamatan Cikarang Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan studi pustaka. Data primer dikumpulkan melalui wawancara dengan pemilik usaha dan pemeriksaan langsung di lapangan, sedangkan data sekunder berasal dari jurnal penelitian. UD. Baim Putra Cibitung, perusahaan pisang ambon, adalah subjek penelitian ini. Ada dua komponen dalam penelitian ini: elemen sumber daya manusia dan elemen pemasaran.

RESULTS

1. Aspek Pemasaran/Pasar

a. Produk

PT. Mulya Raya menghasilkan barang atau buah dan kemudian akan dijual ke Pasar Induk Cibitung. Setiap pisang ambon memiliki kode jenis yang

membedakan kualitasnya. Setiap kode jenis buah berbeda ukurannya. Ukuran A lebih besar, B lebih sedang, dan C lebih kecil. Pada pisang tersebut juga memiliki perbedaan dalam panjang dagin buahnya, berat per sisir, per butir, dan per sisir. Tujuan pengemasan buah pisang ambon ini adalah untuk mempertahankan suhu buah dan menghentikan tumbuhnya jamur. Untuk melakukannya, peti kayu digunakan dan dimasukkan ke dalam plastik dengan lubang.

b. Harga

Buah pisang ambon ini berasal dari PT. Mulya Raya, kemudian dijual ke Pasar Induk Cibitung. Menjual pisang ambon dengan kode jenis yang menunjukkan kualitasnya. Misalnya, buah pisang ukuran A dengan berat 13 kilogram dihargai Rp. 100.000, buah pisang ukuran B dihargai Rp. 90.000, dan buah pisang ukuran C dihargai Rp. 80.000.

1) Promosi

Untuk promosi dalam usaha pisang ambon masih menggunakan cara konvensional dengan menggunakan sosial media dan juga dari mulut ke mulut. Promosi ini dilakukan agar usaha ini dapat dikenal oleh banyak orang dan usaha ini dapat berkembang pesat apabila banyak orang yang mengetahuinya.

2) Tempat

Usaha pisang ambon UD. Baim Putra memiliki lokasi yang strategis dan mudah diakses. Untuk produk yang dipesan dari PT. Mulya Raya, mereka akan dikirim dengan mobil box dan kemudian ditempatkan langsung di lokasi penjualan Anda, yaitu di pasar induk Cibitung. Pisang ambon kemudian dikirim ke pelanggan setia kami dan ponpes al-hazimi.

3) Target Pasar

Usaha pisang ambon Baim Putra ini menargetkan pelanggan dari semua demografi, baik dari kalangan menengah ke atas hingga menengah ke bawah. Pelanggan dapat memilih ukuran pisang yang

lebih besar, sedang, atau kecil. Yang penting adalah kualitas dan harga kami, karena pisang ambon ini akan dijual ke semua orang.

4) Posisi Pasar

Pisang Baim putra berani untuk memposisikan usaha nya, karena pisang ambon memiliki banyak manfaat dan bagus untuk kesehatan serta memiliki kualitas produk buah yang baik.

2. Analisis Aspek Sumber Daya Manusia

1) Struktur Organisasi

Usaha pisang ambon UD. Baim Putra yang berlokasi di cibitung terdapat 3 divisi dalam struktur organisasi yaitu divisi pemasaran, divisi pengiriman, divisi produk.

2) Jumlah Tenaga Kerja

Usaha pisang ambon UD. Baim Putra memiliki 3 orang karyawan yang berkompenten. Karyawan usaha UD. Baim Putra menjadi 3 bagian masing2 tenaga kerja terdiri dari 3 orang. Proses usaha pisang ambon UD. Baim Putra sederhana dan tidak memerlukan banyak tenaga kerja. produk yang berkualitas tinggi dapat dihasilkan dengan baik.

3) Kualifikasi Tenaga Kerja

Tenaga kerja yang ada saat ini berstatus pekerja harian dengan upah harian yang tetap. Latar belakang pendidikan pekerja usaha pisang ambon UD. Baim Putra setingkat SMA/SMK sederajat.

4) Sistem Pengupahan

Sistem penggajian berbasis kinerja, Karyawan dibayar dengan upah yang sama untuk setiap bagian. Usaha UD. Baim Putra memberikan pelatihan kepada karyawan agar dapat mempelajari proses penjualan.

CONCLUSION AND SUGGESTION

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa usaha pisang ambon UD. Baim Putra memiliki aspek penjualan yang cukup baik dalam bersaing dan mampu

mempertahankan bisnisnya. Serta tempat usaha bisnis pisang ambon sangat strategis dan lumayan luas. Buah yang dijual memiliki kualitas yang bagus. Hasil analisis aspek SDM menunjukkan bahwa masih diperlukan langkah-langkah untuk dapat mempertahankan usaha pisang ambon, karena di tengahnya persaingan yang semakin banyak seperti banyaknya kualitas pisang yang lebih baik dan harganya jauh lebih murah. Oleh sebab itu perlu adanya strategi pengembangan dan penentuan pilihan dan keputusan dalam pemanfaatan sumber daya manusia agar produksi dapat berjalan usahanya dengan baik dan dapat berkembang.

BIBLIOGRAPHY

- Abubakar, A. A., Nadila, R., & Junaidi, J. (2022). Analisis Kelayakan Usaha Olahan Pisang Berbasis E-Commerce Di Bereunuen Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie (Studi Kasus Toko Pisang Cemong). *Jurnal Agroristek*, 5(1), 8–13. <https://doi.org/10.47647/jar.v5i1.665>
- Abubakar, A. A., Nadila, R., & Junaidi, J. (2023). Analisis Kelayakan Usaha Olahan Pisang Berbasis E-Commerce Di Bereunuen Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie (Studi Kasus Toko Pisang Cemong). *Jurnal Agroristek*, 6(2), 51–57. <https://doi.org/10.47647/jar.v6i2.1637>
- Dr. Samsurijal Hasan, Dr. Elpisah, Dr. Joko Sabtohadji, Z. (2022). *Studi Kelayakan Bisnis*. Purwokerto: Deepublish.
- Fitron Almakhalil, H., Reza Adiyanto, M., & Sri Rahayuningsih, E. (2023). Analisis Kelayakan Usaha Rumah Potong Hewan Ditinjau Dari Aspek Teknis dan Sumber Daya Manusia. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(1), 2274–2288.
- Hakim, M. W., Jati, D. P., Indrayanto, A., & Suparjito. (2022). Analisis Strategi Pemasaran dan Studi Kelayakan Bisnis pada Produk Pisang Cavendish (Studi pada Badan Usaha Miliki Desa Kartika Mandiri Karangkemiri Kecamatan Pekuncen Kabupaten Banyumas). *Rural Tourism and Creative Economy to Develop Sustainable Wellness*, (113), 436–447.
- Hardianty, F., Rb, D., Hasan, I., & Amran, F. D. (2022). *Keripik Pisang Di Kabupaten Enrekang*. 5(1).
- Nazilah, S. K. (2021). Analisis Pendapatan Usaha Keripik Pisang (Studi Kasus Di Rus Mekar Sari PKK Pulorejo, Ngoro, Jombang). *Jurnal Sigmagri*, 1(02), 102–111.
- Safitri, D., Sriningsih, E., & Nurdiani, U. (2023). Studi Kelayakan UMKM : Potret Analisis Bisnis Keripik Sale Pisang di Kecamatan Wangon, Kabupaten Banyumas. *Biofarm : Jurnal Ilmiah Pertanian*, 19(2), 303. <https://doi.org/10.31941/biofarm.v19i2.3552>
- Sudrartono, T., & Aditiarno, R. (2023). ANALISIS KELAYAKAN USAHA PISANG PADA BUMDes. 11, 37–48.