

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 4, Nomor 1, 2026, P. 253-263
E-ISSN: 2986-6340
Licensed by CC BY-SA 4.0
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18288118>

Studi Kelayakan Usaha Martabak Queen sebagai Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner

Feasibility Study of Martabak Queen as a Culinary Business Development Strategy

Dini Vientiany¹, Elysa Rahmayani², Faiza Zayani Waznah³, Fatimah Zahra Marahaini Harahap⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
 Email: dini1100000167@uinsu.ac.id, rahmayanielysa754@gmail.com, faizazayaniwaznah2@gmail.com,
fatimahzahramahairiniharahap@gmail.com

Abstrak

Perkembangan usaha kuliner di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang pesat seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap makanan siap saji yang praktis dan terjangkau. Salah satu usaha kuliner yang masih memiliki daya tarik tinggi adalah usaha martabak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha Martabak Queen dengan menggunakan pendekatan studi kelayakan bisnis. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pengumpulan data primer melalui survei mini menggunakan kuesioner kepada 50 responden serta data sekunder yang diperoleh dari observasi langsung terhadap aktivitas usaha. Analisis kelayakan dilakukan berdasarkan beberapa aspek utama, yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis dan operasional, serta aspek manajemen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari aspek pasar dan pemasaran, Martabak Queen memiliki target pasar yang jelas dengan tingkat kepuasan konsumen yang tinggi, terutama pada kualitas rasa dan kesesuaian harga. Dari aspek hukum, usaha ini telah memiliki legalitas berupa Nomor Induk Berusaha (NIB) sehingga memenuhi ketentuan perizinan dasar. Aspek teknis dan operasional menunjukkan bahwa lokasi usaha, jam operasional, serta kapasitas produksi sudah sesuai dengan pola permintaan konsumen. Sementara itu, dari aspek manajemen, struktur organisasi yang sederhana dinilai efektif dalam mendukung kelancaran operasional usaha. Berdasarkan hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa usaha Martabak Queen layak untuk dijalankan dan memiliki potensi untuk dikembangkan secara berkelanjutan.

Kata kunci: studi kelayakan bisnis, usaha kuliner, martabak, pemasaran, UMKM

Abstract

The culinary business in Indonesia is growing rapidly, driven by the increasing demand for practical and affordable ready-to-eat food. One culinary business that remains highly attractive is the martabak (martabak) business. This study aims to analyze the feasibility of the Martabak Queen business using a business feasibility study approach. The research method used is descriptive research, collecting primary data through a mini-survey using a questionnaire to 50 respondents, and secondary data obtained from direct observation of business activities. The feasibility analysis is conducted based on several key aspects: market and marketing, legal aspects, technical and operational aspects, and management aspects. The research results show that, from a market and marketing perspective, Martabak Queen has a clear target market with a high level of customer satisfaction, particularly regarding taste quality and price. Legally, the business has a Business Identification Number (NIB) and thus meets basic licensing requirements. Technical and operational aspects indicate that the business location, operating hours, and production capacity align with consumer demand patterns. Meanwhile, from a management perspective, the simple organizational structure is deemed effective in supporting smooth business operations. Based on these analysis results, it can be concluded that Martabak Queen is a viable business and has the potential for sustainable development.

Keywords: business feasibility study, culinary business, martabak, marketing, MSMEs

Article Info

Received date: 25 Desember 2025

Revised date: 15 Januari 2026

Accepted date: 17 Januari 2026

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha di sektor kuliner di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang cenderung menginginkan makanan

siap saji yang praktis, mudah diakses, serta memiliki harga yang terjangkau. Kondisi ini mendorong tumbuhnya berbagai usaha kuliner skala kecil dan menengah yang berupaya memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat perkotaan maupun pinggiran kota. Persaingan usaha di bidang kuliner juga semakin ketat, sehingga pelaku usaha dituntut untuk memiliki perencanaan yang matang, inovasi produk yang berkelanjutan, serta strategi pengelolaan usaha yang tepat agar mampu bertahan dan berkembang dalam jangka panjang. Salah satu jenis usaha kuliner yang tetap diminati oleh berbagai kalangan masyarakat adalah usaha martabak, baik martabak manis maupun martabak telur, yang dikenal sebagai makanan tradisional dengan tingkat penerimaan pasar yang tinggi.

Martabak tidak hanya memiliki nilai historis sebagai makanan tradisional, tetapi juga terus mengalami perkembangan dari sisi variasi rasa, topping, ukuran, serta penyajian yang disesuaikan dengan selera konsumen modern. Inovasi tersebut menjadikan martabak mampu bersaing dengan produk makanan modern lainnya dan tetap relevan di tengah dinamika pasar kuliner. Usaha martabak umumnya memiliki karakteristik modal yang relatif terjangkau, proses produksi yang sederhana, serta segmentasi pasar yang luas, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Namun demikian, kemudahan dalam memulai usaha martabak juga menyebabkan tingginya tingkat persaingan, sehingga diperlukan analisis yang komprehensif untuk memastikan bahwa usaha yang dijalankan benar-benar layak dan memiliki prospek keberlanjutan.

Martabak Queen merupakan salah satu usaha kuliner yang bergerak di bidang penjualan martabak dengan menawarkan berbagai pilihan menu, baik martabak manis maupun martabak telur, dengan variasi rasa dan topping yang beragam. Usaha ini menyasar masyarakat umum dengan harga yang relatif terjangkau sehingga dapat diterima oleh berbagai lapisan konsumen. Lokasi usaha yang berada di lingkungan padat penduduk serta dekat dengan pusat aktivitas masyarakat memberikan peluang pasar yang cukup besar. Selain itu, jam operasional yang disesuaikan dengan pola konsumsi masyarakat, khususnya pada waktu sore hingga malam hari, menjadi faktor pendukung dalam meningkatkan potensi penjualan. Meskipun demikian, dalam menjalankan dan mengembangkan usaha, Martabak Queen tetap menghadapi berbagai tantangan, seperti persaingan dengan usaha sejenis, perubahan preferensi konsumen, serta kendala operasional tertentu yang dapat memengaruhi kinerja usaha.

Dalam konteks tersebut, studi kelayakan bisnis menjadi instrumen yang sangat penting bagi pelaku usaha, baik sebelum memulai usaha maupun dalam tahap pengembangan. Studi kelayakan bisnis bertujuan untuk menilai apakah suatu usaha layak dijalankan berdasarkan berbagai aspek yang saling berkaitan. Aspek-aspek tersebut umumnya meliputi aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis dan operasional, aspek manajemen, serta aspek keuangan. Melalui analisis yang sistematis terhadap aspek-aspek tersebut, pelaku usaha dapat mengidentifikasi potensi peluang dan risiko yang mungkin timbul, sehingga keputusan bisnis yang diambil menjadi lebih rasional dan terukur. Tanpa adanya studi kelayakan yang memadai, usaha berisiko mengalami kegagalan akibat perencanaan yang kurang matang atau kesalahan dalam pengambilan keputusan strategis.

Aspek pasar dan pemasaran menjadi salah satu aspek utama dalam studi kelayakan bisnis karena berkaitan langsung dengan potensi permintaan dan tingkat penerimaan produk oleh konsumen. Analisis pasar yang baik mencakup penentuan target pasar, segmentasi konsumen, strategi penetapan harga, serta upaya promosi yang dilakukan. Selain itu, aspek hukum juga memiliki peran penting dalam menjamin keberlangsungan usaha, karena berkaitan dengan legalitas dan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku. Usaha yang memiliki dasar hukum yang jelas akan memperoleh perlindungan hukum, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta mempermudah akses terhadap peluang pengembangan usaha di masa depan. Di sisi lain, aspek teknis dan operasional menilai kesiapan sarana, prasarana, serta proses produksi yang digunakan dalam menjalankan usaha, sementara aspek manajemen menitikberatkan pada pengelolaan sumber daya manusia dan sistem kerja yang diterapkan.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini disusun untuk menganalisis kelayakan usaha Martabak Queen secara menyeluruh dengan menggunakan pendekatan studi kelayakan bisnis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang objektif mengenai kondisi usaha Martabak Queen dari berbagai aspek yang relevan, sehingga dapat diketahui tingkat kelayakannya untuk terus dijalankan dan dikembangkan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemilik usaha dalam menyusun strategi pengelolaan yang lebih efektif dan efisien, serta menjadi referensi bagi pelaku usaha lain maupun peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengkaji studi kelayakan bisnis pada usaha kuliner sejenis. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memiliki manfaat praktis bagi pengembangan usaha, tetapi juga kontribusi akademik dalam pengembangan kajian studi kelayakan bisnis di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan deskriptif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai kondisi usaha Martabak Queen berdasarkan aspek-aspek studi kelayakan bisnis. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisis aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, serta aspek teknis dan operasional, sedangkan pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengolah data hasil survei mini yang berkaitan dengan preferensi konsumen, persepsi harga, dan tingkat kepuasan pelanggan.

Objek penelitian dalam studi ini adalah usaha Martabak Queen yang berlokasi di Jl. M. Nawi Harahap No. 64, Sitirejo III, Kecamatan Medan Amplas, Kota Medan, Sumatera Utara. Lokasi ini dipilih karena merupakan salah satu cabang Martabak Queen yang aktif beroperasi dan berada di kawasan pemukiman dengan tingkat aktivitas masyarakat yang cukup tinggi. Subjek penelitian meliputi pemilik usaha, pekerja, serta konsumen Martabak Queen yang melakukan pembelian secara langsung di lokasi usaha.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari lapangan melalui observasi, wawancara, dan survei mini kepada konsumen. Observasi dilakukan untuk mengamati kondisi lokasi usaha, aktivitas operasional, tata letak tempat usaha, serta proses produksi dan pelayanan kepada konsumen. Wawancara dilakukan secara langsung dengan pihak pengelola usaha untuk memperoleh informasi terkait profil usaha, sistem operasional, legalitas usaha, serta kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha. Sementara itu, survei mini dilakukan untuk mengumpulkan data dari konsumen mengenai frekuensi pembelian, faktor utama dalam memilih Martabak Queen, menu favorit, persepsi terhadap harga, serta tingkat kepuasan terhadap layanan yang diberikan.

Survei mini melibatkan sebanyak 50 responden yang merupakan konsumen Martabak Queen dengan rentang usia 18–35 tahun. Instrumen yang digunakan dalam survei ini berupa kuesioner tertutup dengan pilihan jawaban yang telah disediakan. Kuesioner tersebut mencakup beberapa variabel utama, yaitu karakteristik responden (usia dan status), frekuensi pembelian martabak, faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian, menu yang paling sering dipesan, tingkat persetujuan terhadap rentang harga yang ditetapkan, serta tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan secara keseluruhan. Pengumpulan data survei dilakukan secara langsung di lokasi usaha pada saat konsumen melakukan pembelian.

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari dokumen internal usaha Martabak Queen, seperti data profil usaha, daftar menu, harga produk, jam operasional, serta informasi pendukung lainnya. Data sekunder juga diperoleh dari literatur yang relevan, seperti buku dan referensi terkait studi kelayakan bisnis dan usaha kuliner, yang digunakan untuk memperkuat landasan teoritis penelitian.

Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif. Data kualitatif dianalisis dengan cara menguraikan dan menjelaskan temuan penelitian berdasarkan aspek-aspek studi kelayakan bisnis, yaitu

aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, serta aspek teknis dan operasional. Data kuantitatif dari hasil survei mini dianalisis dengan menggunakan perhitungan sederhana berupa persentase untuk menggambarkan kecenderungan jawaban responden terhadap setiap variabel yang diteliti. Hasil analisis tersebut kemudian diinterpretasikan untuk menilai tingkat kelayakan usaha Martabak Queen.

Melalui metode penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai kondisi usaha Martabak Queen serta tingkat kelayakannya untuk dijalankan dan dikembangkan secara berkelanjutan. Metode yang digunakan juga diharapkan mampu memberikan hasil analisis yang objektif dan relevan sebagai dasar pengambilan keputusan usaha maupun sebagai referensi akademik.

HASIL PENELITIAN

Tabel 1. Ringkasan Hasil Penelitian

No	Nama Responden	Usia	Status	Frekuensi Pembelian	Faktor Utama Memilih	Menu Favorit	Setuju Harga (Rp22.000–Rp64.000)	Kepuasan Layanan
1	Ahmad Rizky Pratama	18	Pelajar	1x/minggu	Rasa	Cokelat Keju	Setuju	Puas
2	Muhammad Fajar Ramadhan	20	Mahasiswa	2–3x/bulan	Harga	Keju	Setuju	Puas
3	Andi Saputra Nugraha	22	Mahasiswa	1x/minggu	Rasa	Cokelat Keju	Sangat Setuju	Sangat Puas
4	Dimas Arya Putra	25	Pekerja	1x/bulan	Lokasi	Telur Ayam	Setuju	Puas
5	Rizal Maulana Hakim	30	Pekerja	Jarang	Harga	Telur Daging	Netral	Cukup Puas
6	Farhan Alif Ramadhan	19	Mahasiswa	1x/minggu	Rasa	Cokelat Keju	Sangat Setuju	Sangat Puas
7	Ilham Wahyu Kurniawan	21	Mahasiswa	2–3x/bulan	Variasi Menu	Keju	Setuju	Puas

No	Nama Responden	Usia	Status	Frekuensi Pembelian	Faktor Utama Memilih	Menu Favorit	Setuju Harga (Rp22.000–Rp64.000)	Kepuasan Layanan
8	Bima Aditya Saputro	17	Pelajar	1x/minggu	Harga	Cokelat Keju	Setuju	Puas
9	Reza Akbar Firmansyah	28	Pekerja	1x/bulan	Rasa	Telur Ayam	Setuju	Puas
10	Yoga Prasetyo Wicaksono	23	Mahasiswa	2–3x/bulan	Rasa	Keju	Setuju	Puas
11	Siti Aisyah Ramadhani	24	Mahasiswa	1x/minggu	Rasa	Cokelat Keju	Sangat Setuju	Sangat Puas
12	Nurul Hidayah Safitri	35	IRT	Jarang	Harga	Telur Ayam	Netral	Cukup Puas
13	Putri Ayu Lestari	26	Pekerja	1x/bulan	Lokasi	Telur Daging	Setuju	Puas
14	Dewi Sartika Anjani	19	Pelajar	1x/minggu	Rasa	Cokelat Keju	Sangat Setuju	Sangat Puas
15	Nabila Zahra Khairunnisa	22	Mahasiswa	2–3x/bulan	Variasi Menu	Keju	Setuju	Puas
16	Annisa Rahmawati	27	Pekerja	1x/bulan	Harga	Telur Ayam	Setuju	Puas
17	Aulia Fitri Handayani	20	Mahasiswa	1x/minggu	Rasa	Cokelat Keju	Sangat Setuju	Sangat Puas
18	Indah Permata Sari	18	Pelajar	2–3x/bulan	Harga	Keju	Setuju	Puas
19	Rani Oktaviani Putri	32	IRT	Jarang	Lokasi	Telur Ayam	Tidak Setuju	Cukup Puas

No	Nama Responden	Usia	Status	Frekuensi Pembelian	Faktor Utama Memilih	Menu Favorit	Setuju Harga (Rp22.000–Rp64.000)	Kepuasan Layanan
20	Khansa Azzahra Fauziah	24	Mahasiswa	1x/minggu	Rasa	Cokelat Keju	Sangat Setuju	Sangat Puas
21	Muhammad Iqbal Hidayat	29	Pekerja	1x/bulan	Rasa	Telur Daging	Setuju	Puas
22	Arif Rahman Setiawan	21	Mahasiswa	2–3x/bulan	Variasi Menu	Keju	Setuju	Puas
23	Hafiz Quran Maulana	34	Pekerja	Jarang	Harga	Telur Ayam	Tidak Setuju	Tidak Puas
24	Irfan Nur Hadi	19	Pelajar	1x/minggu	Rasa	Cokelat Keju	Sangat Setuju	Sangat Puas
25	Bayu Purnama Satria	23	Mahasiswa	2–3x/bulan	Rasa	Keju	Setuju	Puas
26	Laila Shafira Amalia	28	Pekerja	1x/bulan	Lokasi	Telur Daging	Setuju	Puas
27	Sarah Nadine Putri	20	Mahasiswa	1x/minggu	Rasa	Cokelat Keju	Sangat Setuju	Sangat Puas
28	Zahra Fatin Najwa	31	IRT	Jarang	Harga	Telur Ayam	Netral	Cukup Puas
29	Alya Maharani Putri	22	Mahasiswa	2–3x/bulan	Variasi Menu	Keju	Setuju	Puas
30	Citra Kirana Wulandari	18	Pelajar	1x/minggu	Rasa	Cokelat Keju	Sangat Setuju	Sangat Puas
31	Fikri Ananda Prakoso	27	Pekerja	1x/bulan	Rasa	Telur Ayam	Setuju	Puas
32	Rafi Ahmad Fauzan	24	Mahasiswa	2–3x/bulan	Harga	Keju	Setuju	Puas

No	Nama Responden	Usia	Status	Frekuensi Pembelian	Faktor Utama Memilih	Menu Favorit	Setuju Harga (Rp22.000–Rp64.000)	Kepuasan Layanan
33	Gilang Ramadhan Pratama	19	Pelajar	1x/minggu	Rasa	Cokelat Keju	Sangat Setuju	Sangat Puas
34	Dani Surya Wijaya	33	Pekerja	Jarang	Harga	Telur Ayam	Tidak Setuju	Cukup Puas
35	Taufik Hidayatullah	21	Mahasiswa	2–3x/bulan	Variasi Menu	Keju	Setuju	Puas
36	Mutiara Salsabila Putri	25	Pekerja	1x/bulan	Lokasi	Telur Daging	Setuju	Puas
37	Rizka Amelia Wardani	18	Pelajar	1x/minggu	Rasa	Cokelat Keju	Sangat Setuju	Sangat Puas
38	Shinta Ayu Kusumawati	29	Pekerja	1x/bulan	Rasa	Telur Ayam	Setuju	Puas
39	Febrianti Nur Aini	22	Mahasiswa	2–3x/bulan	Variasi Menu	Keju	Setuju	Puas
40	Nadia Putri Laksmi	20	Mahasiswa	1x/minggu	Rasa	Cokelat Keju	Sangat Setuju	Sangat Puas
41	Alvino Reyhan Pradipta	35	IRT	Jarang	Harga	Telur Ayam	Netral	Cukup Puas
42	Kevin Dwi Saputra	24	Mahasiswa	2–3x/bulan	Rasa	Keju	Setuju	Puas
43	Julian Mahendra Putra	19	Pelajar	1x/minggu	Rasa	Cokelat Keju	Sangat Setuju	Sangat Puas
44	Adrian Surya Prakoso	28	Pekerja	1x/bulan	Lokasi	Telur Daging	Setuju	Puas

No	Nama Responden	Usia	Status	Frekuensi Pembelian	Faktor Utama Memilih	Menu Favorit	Setuju Harga (Rp22.000–Rp64.000)	Kepuasan Layanan
45	Hanif Zaki Alamsyah	21	Mahasiswa	2–3x/bulan	Variasi Menu	Keju	Setuju	Puas
46	Syifa Aulia Rahmani	32	Pekerja	Jarang	Harga	Telur Ayam	Tidak Setuju	Tidak Puas
47	Tasya Oktavia Putri	18	Pelajar	1x/minggu	Rasa	Cokelat Keju	Sangat Setuju	Sangat Puas
48	Keisha Nur Fadhillah	26	Pekerja	1x/bulan	Rasa	Telur Ayam	Setuju	Puas
49	Vania Shakila Pertiwi	23	Mahasiswa	2–3x/bulan	Variasi Menu	Keju	Setuju	Puas
50	Fadhila Nurfajrina	20	Mahasiswa	1x/minggu	Rasa	Cokelat Keju	Sangat Setuju	Sangat Puas

PEMBAHASAN

Pembahasan dalam penelitian ini difokuskan pada interpretasi hasil analisis kelayakan usaha Martabak Queen yang ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, serta aspek teknis dan operasional. Pembahasan ini bertujuan untuk memberikan pemaknaan yang lebih mendalam terhadap hasil penelitian serta mengaitkannya dengan teori dan konsep yang relevan dalam studi kelayakan bisnis.

Dari aspek pasar dan pemasaran, hasil penelitian menunjukkan bahwa Martabak Queen memiliki peluang pasar yang cukup besar. Segmentasi pasar yang jelas, yaitu masyarakat usia produktif 18–35 tahun, sejalan dengan teori pemasaran yang menyatakan bahwa penentuan target pasar yang tepat dapat meningkatkan efektivitas strategi pemasaran dan daya saing usaha. Temuan bahwa promosi dari mulut ke mulut menjadi sumber utama konsumen mengenal Martabak Queen menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen relatif tinggi. Hal ini sesuai dengan konsep kepuasan pelanggan, di mana konsumen yang puas cenderung merekomendasikan produk kepada pihak lain secara sukarela, sehingga dapat memperluas pangsa pasar tanpa biaya promosi yang besar.

Selain itu, faktor cita rasa, variasi menu, dan harga yang terjangkau menjadi pertimbangan utama konsumen dalam memilih Martabak Queen. Temuan ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menekankan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan nilai yang diperoleh. Harga yang dinilai sesuai dengan kualitas produk menunjukkan bahwa Martabak Queen telah menerapkan strategi penetapan harga yang tepat, yaitu menyesuaikan harga dengan daya beli konsumen sasaran tanpa mengorbankan kualitas produk. Dengan demikian, dari aspek

pasar dan pemasaran, usaha Martabak Queen dapat dikategorikan layak dan memiliki potensi keberlanjutan.

Pada aspek hukum, kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB) menunjukkan bahwa Martabak Queen telah memenuhi persyaratan legalitas usaha sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Dalam konteks studi kelayakan bisnis, aspek hukum memiliki peran penting karena berkaitan dengan keamanan dan kepastian usaha dalam jangka panjang. Legalitas usaha tidak hanya melindungi pelaku usaha dari risiko sanksi hukum, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen dan mitra usaha. Dengan terpenuhinya aspek hukum ini, Martabak Queen memiliki dasar yang kuat untuk melakukan pengembangan usaha, termasuk kemungkinan membuka cabang baru atau menjalin kerja sama dengan pihak lain.

Pembahasan pada aspek teknis dan operasional menunjukkan bahwa Martabak Queen memiliki kesiapan yang cukup baik dalam menjalankan aktivitas usahanya. Lokasi usaha yang strategis dan berada di kawasan pemukiman yang ramai mendukung kemudahan akses konsumen. Hal ini sejalan dengan teori lokasi usaha yang menyatakan bahwa pemilihan lokasi yang tepat dapat meningkatkan volume penjualan dan efisiensi operasional. Tata letak tempat usaha yang sederhana namun fungsional mempermudah alur kerja, sehingga proses produksi dan pelayanan dapat berjalan dengan lancar.

Kesiapan peralatan produksi dan sistem operasional yang diterapkan juga menunjukkan bahwa Martabak Queen mampu memenuhi permintaan konsumen secara konsisten. Proses produksi yang dilakukan setelah adanya pesanan memberikan jaminan kualitas dan kesegaran produk, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan konsumen. Jam operasional yang disesuaikan dengan pola konsumsi masyarakat turut mendukung optimalisasi penjualan. Selain itu, jumlah tenaga kerja yang memadai dan pelayanan yang relatif cepat menunjukkan bahwa manajemen operasional usaha telah berjalan secara efektif.

Tingkat kepuasan konsumen yang tinggi dan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan Martabak Queen kepada orang lain menjadi indikator penting dalam menilai kelayakan usaha. Dalam studi kelayakan bisnis, loyalitas konsumen merupakan salah satu faktor kunci dalam menjaga stabilitas pendapatan usaha. Temuan ini mengindikasikan bahwa Martabak Queen tidak hanya layak untuk dijalankan, tetapi juga memiliki peluang untuk dikembangkan melalui peningkatan kualitas produk, inovasi menu, serta perluasan jaringan pemasaran.

Secara keseluruhan, pembahasan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha Martabak Queen memenuhi kriteria kelayakan usaha berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, serta aspek teknis dan operasional. Temuan-temuan tersebut memperkuat pentingnya penerapan studi kelayakan bisnis sebagai dasar dalam pengambilan keputusan usaha, khususnya pada sektor kuliner yang memiliki tingkat persaingan tinggi. Dengan pengelolaan yang konsisten dan inovatif, Martabak Queen memiliki potensi untuk tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa usaha Martabak Queen layak untuk dijalankan dan dikembangkan berdasarkan analisis studi kelayakan bisnis. Penilaian kelayakan usaha dilakukan melalui tiga aspek utama, yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, serta aspek teknis dan operasional, yang secara keseluruhan menunjukkan hasil yang positif.

Dari aspek pasar dan pemasaran, usaha Martabak Queen memiliki segmentasi pasar yang jelas dengan target konsumen utama pada kelompok usia produktif. Strategi pemasaran yang diterapkan, khususnya melalui promosi dari mulut ke mulut, terbukti efektif dalam menarik konsumen. Faktor cita rasa, variasi menu, dan harga yang terjangkau menjadi keunggulan kompetitif yang mendorong kepuasan dan loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa Martabak Queen mampu memenuhi kebutuhan dan preferensi pasar, sehingga memiliki peluang pasar yang berkelanjutan.

Ditinjau dari aspek hukum, Martabak Queen telah memenuhi persyaratan legalitas usaha dengan kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB). Kepatuhan terhadap aspek hukum memberikan kepastian dan perlindungan bagi usaha dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Dengan terpenuhinya legalitas tersebut, Martabak Queen dinilai layak secara administratif dan memiliki dasar yang kuat untuk melakukan pengembangan usaha di masa mendatang.

Pada aspek teknis dan operasional, Martabak Queen menunjukkan kesiapan yang baik dalam menjalankan proses produksi dan pelayanan. Lokasi usaha yang strategis, tata letak tempat usaha yang fungsional, peralatan produksi yang memadai, serta jam operasional yang sesuai dengan pola konsumsi masyarakat mendukung kelancaran operasional usaha. Selain itu, pelayanan yang relatif cepat dan ramah turut meningkatkan tingkat kepuasan konsumen.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha Martabak Queen memenuhi kriteria kelayakan usaha dan memiliki potensi untuk dikembangkan secara berkelanjutan. Penerapan studi kelayakan bisnis dalam penelitian ini membuktikan pentingnya analisis yang komprehensif sebagai dasar pengambilan keputusan usaha, khususnya pada sektor kuliner yang memiliki tingkat persaingan tinggi.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh pihak pengelola usaha Martabak Queen, peneliti selanjutnya, serta pihak terkait lainnya. Saran-saran ini diharapkan dapat mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan dan meningkatkan kualitas kajian akademik di bidang studi kelayakan bisnis.

Bagi pengelola usaha Martabak Queen, disarankan untuk terus mempertahankan kualitas produk, khususnya cita rasa dan variasi menu, karena faktor tersebut menjadi alasan utama konsumen memilih dan melakukan pembelian ulang. Selain itu, pengelola usaha diharapkan dapat meningkatkan strategi pemasaran dengan memanfaatkan media sosial secara lebih optimal, sehingga jangkauan promosi tidak hanya bergantung pada promosi dari mulut ke mulut. Pengembangan inovasi produk, seperti penambahan varian rasa atau paket promosi tertentu, juga dapat menjadi strategi untuk menarik konsumen baru dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Dari sisi operasional, pengelola usaha disarankan untuk terus melakukan evaluasi terhadap proses produksi dan pelayanan agar tetap efisien dan konsisten, terutama pada jam-jam ramai pengunjung. Peningkatan keterampilan tenaga kerja melalui pelatihan sederhana terkait pelayanan dan kebersihan juga perlu diperhatikan guna menjaga kepuasan konsumen. Selain itu, pengelola usaha dapat mempertimbangkan perluasan usaha atau pembukaan cabang baru dengan tetap melakukan analisis kelayakan yang matang sebelum mengambil keputusan pengembangan.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan aspek-aspek lain dalam studi kelayakan bisnis, seperti aspek keuangan, aspek manajemen, serta aspek sosial dan lingkungan, agar diperoleh analisis yang lebih komprehensif. Penelitian lanjutan juga dapat menggunakan metode dan jumlah responden yang lebih besar untuk meningkatkan validitas dan generalisasi hasil penelitian. Selain itu, perbandingan dengan usaha kuliner sejenis juga dapat dilakukan untuk memperoleh gambaran daya saing usaha secara lebih luas.

Secara umum, penerapan studi kelayakan bisnis perlu terus didorong sebagai dasar pengambilan keputusan usaha, khususnya bagi pelaku UMKM di sektor kuliner. Dengan melakukan analisis kelayakan secara sistematis, pelaku usaha diharapkan mampu meminimalkan risiko kegagalan dan meningkatkan peluang keberhasilan usaha dalam jangka panjang.

REFERENSI

- Bate'e, A. T., et al. (2024). Analisis studi kelayakan bisnis UMKM sop ayam Pak Mim ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(1).
- Dewi, N. F., et al. (2025). Studi kelayakan bisnis pada UMKM Minie Cake di Kota Samarinda. *Jurnal Bisnis Digital*, 3(1), 3006-3017.
- Hakim, M. A., et al. (2025). Analisis kelayakan bisnis UMKM kuliner ditinjau dari aspek pemasaran dan keuangan: studi kasus Dapur Neka Palembang. *Jurnal Sains, Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Hukum*, 2(4), 292-297.
- Indrawati, I. D., & Yuttama, F. R. (2025). Analisis studi kelayakan bisnis UMKM Frutty Tutty Purwokerto: aspek pemasaran dan keuangan. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(1), 124-133.
- Isnaeni, I., et al. (2025). Analisis kelayakan bisnis leumahfood dari aspek pasar, pemasaran dan SDM. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa (JIPM)*, 3(4), 1233-1244.
- Junaidi & Rohman, A. (2025). Analisis aspek manajemen keuangan pada UMKM V-Fie Bakery Bangkalan. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(6), 492-500.
- Malika, A. N., Yusuf, R., & Subriyanti, D. (2025). Analisis kinerja studi kelayakan bisnis terhadap pengelolaan sumber daya manusia pada usaha kuliner. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 5(1), 1-6.
- Putry, M., Syawwal F., Firdausi S.P., et al. (2025). Studi kelayakan usaha UMKM makanan: aspek pemasaran, manajemen, dan finansial. *Seminar Nasional Penelitian Terapan (SENAPENTRA)*.
- Sari, N. (2025). Studi kelayakan bisnis UMKM rumah makan Seblak Qi ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(6), 534-544.
- Sari, W. P., & Obadja, N. N. (2023). Analisis studi kelayakan bisnis UMKM kue Bangkit Kenanga ditinjau dari pemasaran dan manajemen. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 11(1), 439-449.
- Sutriningsih, T., et al. (2025). Analisis studi kelayakan bisnis UMKM keripik pisang di Lampung Selatan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(3), 185-193.
- Zahwa, A. N., & Setiawati, T. (2025). Analisis kelayakan usaha kuliner bakso KPK ditinjau dari aspek pasar dan finansial. *Sistemik: Jurnal Ilmiah Nasional Bidang Ilmu Teknik*, 13(1), 1-14.