



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 386-393

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada UMKM Keripik Embayem Ditinjau dari Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia, dan Aspek Hukum

Ariska Apriyanti<sup>1✉</sup>, Rabhi Fathan Muhammad<sup>2</sup>

Universitas Singaperbangsa Karawang

Email: [2110631020005@student.unsika.ac.id](mailto:2110631020005@student.unsika.ac.id)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Tujuan penelitian untuk menganalisis studi kelayakan bisnis pada UMKM Keripik Embayem pada Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia dan Aspek Hukum, sehingga penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Data yang dikumpulkan melalui wawancara dengan pemilik UMKM.. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Keripik Embayem layak dikembangkan dari aspek pasar dan pemasaran karena berhasil menasar segmen yang tepat seperti keluarga, anak muda, dan pecinta camilan tradisional. Namun, dari aspek manajemen dan sumber daya manusia, UMKM ini tidak layak karena seluruh tanggung jawab ditangani oleh pemilik, yang mengurangi efisiensi dan menghambat fokus pada pengembangan jangka panjang. Sementara itu, dari aspek hukum, UMKM Keripik Embayem layak dikembangkan karena memiliki logo bersertifikat halal, NIB, NPWP. Penelitian ini diharapkan dapat melihat adanya potensi risiko dan peluang yang belum teridentifikasi dengan baik.

Kata Kunci: *Aspek Non Keuangan, Studi Kelayakan Bisnis*

## Abstract

The research objective was to analyze the business feasibility study of Embayem Chips MSMEs in the Market and Marketing Aspects, Management and Human Resources Aspects and Legal Aspects, so this research used qualitative research. Data collected through interviews with MSME owners. The results showed that the Embayem Chips MSME is feasible to develop from the market and marketing aspects because it successfully targets the right segments such as families, young people, and traditional snack lovers. However, from the management and human resource aspects, the MSME is not viable as all responsibilities are handled by the owner, which reduces efficiency and hinders focus on long-term development. Meanwhile, from the legal aspect, the Embayem Chips MSME is feasible to develop because it has a halal-certified logo, NIB, NPWP. This research is expected to see potential risks and opportunities that have not been properly identified.

Keywords: *Non-Financial Aspects, Business Feasibility Study*

## PENDAHULUAN

Bisnis kuliner salah satu bisnis yang diminati oleh banyak masyarakat di Indonesia baik sebagai pelaku usaha maupun konsumen. Indonesia merupakan gudang kuliner, mempunyai banyak makanan tradisional yang menjadi ciri khas. Kini bisnis kuliner menjadi pilihan bisnis yang memiliki keuntungan yang besar.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dalam perekonomian global, sehingga UMKM menjadi tulang punggung ekonomi lokal yang menciptakan sebuah peluang bagi wirausaha dan memberikan keragaman produk dan jasa bagi konsumen. Tetapi banyak tantangan yang dihadapi oleh UMKM meliputi terbatasnya modal usaha, sumber daya manusia, serta pengetahuan bisnis yang diperlukan untuk pertumbuhan yang berkelanjutan. Berdasarkan data, setiap tahunnya laju pertumbuhan jumlah UMKM di Indonesia terus bertambah dari tahun 2018-2023



Tahun	2018	2019	2020	2021	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64,19	65,47	64	65,46	66
Pertumbuhan (%)		1,98%	-2,24%	2,28%	1,52%

\*Diolah dari berbagai sumber

Sumber : kadin.id, 2024

Banyak Masyarakat tertarik untuk membangun usaha kecil mikro menengah (UMKM) karena menganggap usaha ini memiliki potensi yang cukup menjanjikan, sehingga terjadinya pertumbuhan UMKM yang sangat cepat terutama pada bidang kuliner. Pasar industri kuliner yang terus berkembang pesat juga dipengaruhi oleh beberapa faktor lain,

seperti meningkatnya tren makan di luar rumah, pertumbuhan layanan pesan-antar makanan, serta inovasi dan kreativitas dalam menciptakan menu baru yang menarik minat konsumen. Selain itu, adanya dukungan dari teknologi dan media sosial juga memperluas jangkauan pasar bagi para pelaku usaha di bidang kuliner.

UMKM Keripik Embayem berencana meningkatkan dan mengembangkan penjualan produk dengan memahami selera konsumen secara mendalam. Selama ini, usaha keripik embayem belum pernah melaksanakan studi kelayakan bisnis, yang menyebabkan adanya potensi risiko dan peluang yang belum teridentifikasi dengan baik. Untuk memaksimalkan keuntungan dan mencapai kesuksesan, diperlukan analisa yang cermat dan menyeluruh terhadap berbagai aspek bisnis. Sehingga dalam penelitian ini peneliti akan menjalani penelitian mengenai "Analisa Studi Kelayakan Bisnis UMKM Keripik Embayem Ditinjau dari Aspek Pasar dan Pemasaran, Manajemen dan SDM, dan Hukum".

#### METODE PENELITIAN

Objek penelitian ini diambil dari aspek studi kelayakan bisnis, yakni : 1) Aspek Pasar dan Pemasaran, 2) Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia, 3) Aspek Hukum. Penelitian ini jenis penelitian langsung kelapangan (field research) penelitian ini dilakukan di RT001/RW014, Kp. Citeureup, Kelurahan Palumbonsari, Kecamatan Karawang Timur, Kabupaten Karawang. Sumber data yang akan digunakan yaitu data primer. Menurut Sugiyono dalam Berlian Afriansyah (2021), data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian.

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menganalisis suatu kasus atau masalah spesifik saat ini dengan mengandalkan kepercayaan pribadi berdasarkan fakta-fakta dan data historis yang ada, lalu fakta dan data tersebut ditanggapi, dikumpulkan, dianalisis, dan diinterpretasikan (Sugiyono, 2022).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Aspek Pasar dan Pemasaran

#### 1. Analisis Segmenting, Targeting, dan Positioning

Berikut merupakan analisis Segmenting, Targeting, Positioning :

##### A. Segmenting

###### a) Segmentasi Demografis

Produk embayem dapat dikonsumsi oleh masyarakat dari kalangan anak muda sampai lansia tanpa memandang status, tingkat ekonomi, agama maupun pendidikan.

###### b) Segmentasi Geografis

Embayem menargetkan calon konsumen di wilayah perkotaan dan pedesaan karena terbuat dari bahan dasar daun bayam yang cukup digemari oleh masyarakat dan mudah didapatkan.

##### B. Targeting

Target utama yaitu anak muda yang berada di kabupaten Karawang

##### C. Positioning

Posisi penjualan keripik embayem berada di RT001/RW014, Kp. Citeureup, Kelurahan Palumbonsari, Kecamatan Karawang Timur, Kabupaten Karawang. Keripik Embayem dikemas dengan menggunakan pouch 2 ukuran yaitu 50 gr dan 70 gr, untuk promosi melalui door to door, media sosial dan mencari reseller.

Untuk analisis produk keripik embayem menggunakan analisis STP termasuk kedalam Pasar persaingan monopolistik dimana banyak pelaku usaha yang menawarkan produk yang mirip tetapi memiliki perbedaan yang dapat membedakannya.

#### 2. Analisis SWOT

Berikut merupakan analisis SWOT dengan mempertimbangkan Strength, Weakness, Opportunity, Threat :

##### A. Strengths (Kekuatan)

- a) Produk inovatif
- b) Rasa nikmat dan variatif
- c) Produk memiliki nilai gizi tinggi
- d) Harga terjangkau
- e) Kemasan menarik
- f) Peralatan produksi lengkap
- g) Brand belum ada yang memiliki

## B. Weaknesses (Kekurangan)

- a) Bahan baku belum dapat diproduksi sendiri
- b) Produksi masih dilakukan sendiri
- c) Pemasaran digital kurang optimal
- d) Produk mudah ditiru
- e) Target pasar terbatas
- f) Masa kadaluarsa yang tidak lama
- g) Penempatan layout kurang tepat dan efisien

## C. Opportunities (Peluang)

- a) Gaya hidup masyarakat yang senang makan keripik
- b) Bahan baku mudah didapat
- c) Bisa dijadikan makanan pendamping nasi
- d) Proses produksi tidak terlalu sulit
- e) Adanya rekomendasi antar *customer*

## D. Threat (Ancaman)

- a) Pesaing produsen keripik yang beraneka rasa walaupun berbeda bahan dasar beda Analisis produk keripik embayem mempunyai beberapa kekuatan yang signifikan, seperti produk inovatif, rasa yang nikmat dan variatif, serta harga yang terjangkau. Namun, ada beberapa kekurangan yang perlu diperhatikan, seperti keterbatasan bahan baku dan target pasar, serta kebutuhan untuk meningkatkan pemasaran digital. Terdapat juga peluang yang dapat dimanfaatkan, seperti meningkatnya minat masyarakat terhadap keripik dan ketersediaan bahan baku yang mudah didapat. Namun, perusahaan juga perlu waspada terhadap ancaman dari pesaing yang menawarkan keripik dengan berbagai varian rasa. Namun analisis SWOT hanya sampai pada membandingkan antara faktor eksternal dengan faktor internal tidak sampai pada matrix EFAS dan IFAS.

## 3. Analisis 4P

### A. Product

Keripik Embayem merupakan makanan keripik yang berbahan dasar daun bayam dan dikemas dalam kemasan standing pouch kreatif. Keripik embayem terdiri dari varian original, balado, dan pedas.

## B. Price

Harga jual keripik embayem sekitar Rp. 5.000 sampai Rp. 12.000 sesuai dengan ukuran berikut ini :

- a) Kemasan 50 gr : Rp5.000
- b) Kemasan 70 gr : Rp12.000

## C. Place

RT001/RW014, Kp. Citeureup, Kelurahan Palumbonsari, Kecamatan Karawang Timur, Kabupaten Karawang. Tempat tersebut merupakan rumah dari pemilik UMKM Keripik Embayem karena belum mempunyai ruko untuk jualan.

## D. Promotion

- a) Media Sosial karena jangkauannya cukup luas dan bisa berinteraksi dengan mudah kepada para konsumen
- b) Produsen langsung menjual ke konsumen
- c) Distributor atau reseller ke konsumen

Berdasarkan hasil penelitian pada aspek pasar dan pemasaran, UMKM Keripik Embayem dinyatakan memiliki kelayakan untuk dikembangkan lebih lanjut. Pandangan ini sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Tarina Anggraeni (2018), yang menunjukkan bahwa segmentasi pasar dan produk yang ditawarkan telah sesuai dengan permintaan pasar. Oleh karena itu, usaha ini dinilai layak untuk dikembangkan di masa depan.

## Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Pada analisis kelayakan berdasarkan aspek manajemen dan sumber daya manusia (SDM) merupakan hal yang harus diperhatikan, karena adanya manajemen dan sumber daya manusia yang baik akan memudahkan dalam capaian target usaha dan kualitas yang dicapai dengan adanya karyawan untuk menjalankan usaha. UMKM Keripik Embayem tidak mempunyai karyawan tetap karena pemilik UMKM hanya dibantu oleh anggota keluarganya. UMKM Keripik Embayem memilih untuk beroperasi hanya ketika stok produk sudah habis dan tidak selalu memproduksi setiap hari dengan tujuan untuk menjaga efisiensi operasional dan kualitas produk. Dengan strategi ini, mereka dapat memastikan bahwa setiap keripik yang diproduksi selalu dalam keadaan segar dan berkualitas tinggi, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan temuan penelitian pada aspek manajemen dan sumber daya manusia, UMKM Keripik Embayem belum memenuhi standar manajemen dan sumber daya manusia. Pandangan ini sejalan dengan penelitian oleh Besse Faradiba (2020), yang menyatakan

aspek manajemen dan sumber daya manusia layak jika adanya kesiapan tenaga kerja, penentuan deskripsi pekerjaan dan perencanaan karir.

### Aspek Hukum

Aspek hukum merupakan hal yang penting yang perlu diperhatikan saat membangun usaha. Dengan adanya aspek hukum, suatu usaha dapat teridentifikasi legalitasnya. Adanya analisa studi kelayakan terhadap aspek hukum dengan tujuan untuk mengetahui apakah usaha yang sudah dijalani layak atau tidaknya untuk dikembangkan, suatu usaha layak jika usahanya mematuhi peraturan hukum dan melengkapi semua persyaratan. UMKM Keripik Embayem sudah memiliki sertifikat halal dengan nomor ID32110001807110223 dan dokumen lengkap berupa Nomor Induk Berusaha (NIB) dengan nomor 3003220051549 dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dengan nomor 825287584408000. Legalitas tersebut membuktikan bahwa UMKM Keripik Embayem dapat meyakinkan pelanggan bahwa produk yang dijual aman untuk dikonsumsi oleh semua kalangan.

Berdasarkan hasil penelitian pada aspek hukum, UMKM Keripik Embayem cukup memenuhi syarat hukum yang berlaku, untuk kedepannya UMKM Keripik Embayem akan membuat dokumen HAKI, sehingga dapat disimpulkan bahwa usaha yang dijalankan UMKM Keripik Embayem layak untuk dikembangkan. Berdasarkan hasil analisis, hasil ini searah dengan penelitian Tarina Anggraeni dalam (Anggun Guntari, 2024).

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai studi kelayakan bisnis pada UMKM Keripik Embayem, dapat disimpulkan bahwa UMKM ini memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut dengan beberapa catatan penting. Dari aspek pasar dan pemasaran, UMKM Keripik Embayem dinyatakan layak karena berhasil mengidentifikasi dan menyoar segmen pasar yang tepat, seperti keluarga, anak muda, dan pecinta camilan tradisional. Segmentasi yang baik ini memastikan produk dapat diterima dengan baik oleh target konsumen. Namun, dari aspek manajemen dan sumber daya manusia, UMKM ini dinyatakan tidak layak karena seluruh tanggung jawab operasional, produksi, pemasaran, dan administrasi harus ditangani oleh pemilik, sehingga menurunkan efisiensi dan menghambat pemilik untuk fokus pada pengembangan dan strategi jangka panjang. Di sisi lain, dari aspek hukum, UMKM Keripik Embayem dinyatakan layak untuk dikembangkan karena sudah memiliki logo bersertifikat halal dan dokumen pelengkap seperti NIB dan NPWP. Pemilik UMKM juga sedang mengurus dokumen HAKI yang akan

memperkuat aspek hukum untuk keberlanjutan usaha. Dengan demikian, meskipun terdapat tantangan pada aspek manajemen dan sumber daya manusia, aspek pasar dan hukum menunjukkan bahwa UMKM Keripik Embayem memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan lebih lanjut.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, A., Ardani Manurung, K., & Daffa Baihaqi Purnomo, M. (2022). Peranan Manajemen Sumberdaya Manusia Dalam Organisasi. *Mimbar Kampius: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 21, 128–138. <https://doi.org/10.17467/mk.v21i2.935>
- Arianton, K., Meitriana, M. A., Haris, I. A., & Id, C. (2019). *STUDI KELAYAKAN USAHA BUDIDAYA RUMPUT LAUT PADA KELOMPOK BINA KARYA DI DESA PATAS, KECAMATAN GEROKGAK, KABUPATEN BULELENG*.
- Besse Faradiba<sup>1</sup>, M. (2020). ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS USAHA WARALABA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN "ALPOKATKOCOK\_DOUBIG" DI MAKASSAR. *PAY Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 2.
- Faridaba Besse, M. (n.d.). *ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS USAHA WARALABA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN "ALPOKATKOCOK\_DOUBIG" DI MAKASSAR*.
- Hafiz Dwi Septadianto<sup>1</sup>, I. N. N. S. D. K. S. A. RR. W. K. W. (2024). ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA DAPUR BILQIS CAKE & COOKIES DITINJAU DARI ASPEK PASAR PEMASARAN, HUKUM DAN PRODUKSI. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9.
- KADIN INDONESIA. (2024, May 29). *UMKM Indonesia*. Kadin.Id. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Karebet Gunawan. (2018). Peran Studi Kelayakan Bisnis Dalam Peningkatan UMKM (Studi Kasus UMKM di Kabupaten Kudus). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 6.
- Nurjanah Santi. (2013). STUDI KELAYAKAN PENGEMBANGAN BISNIS PADA PT DAGANG JAYA JAKARTA. In *Journal The WINNERS* (Vol. 14, Issue 1).
- Purwanda, E., & Willa Permatasari, R. (2022). Business Feasibility Study Analysis on MSME Development of Tempe Pak Iwan Bandung Business in terms of Production Aspects, Marketing Aspects and Financial Aspects. *Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA)*, 2(4), 2029–2042. <https://journal.y3a.org/index.php/mudima/index>
- Tomhisa, N., Afriany Rumata, S., Tuasamu, Z., Alfia Rahma, C., Frans Paliama, Y., Mahulette, Z., Hamim, S., Haumahu, G., Shabrina Mahad, I., & Rivaldi idris, M. (2024). *ANALISIS KELAYAKAN BISNIS PADA USAHA POROBICO KOTA AMBON* (Vol. 1, Issue 1). <https://tagalayapkm.com/index.php/jt-pkmDOI:https://doi.org/>.