

Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada UMKM Sale Crispy

Meisya Rusdiana Putri¹, Arfinah², Kiana Amanda Salsabilah³, Siti Rahmayuni⁴, Anwar Arifin Pinem⁵

^{1,2,3,4,5} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program S1 Manajemen, Universitas Mulia, Balikpapan, Indonesia
Email: ¹12322072@students.universitasmulia.ac.id, ²22322056@students.universitasmulia.ac.id,
³32322039@students.universitasmulia.ac.id, ⁴youni.anwar@gmail.com, ⁵raraarini2015@gmail.com

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis pada UMKM Maknyak Aravio yang bergerak di bidang kuliner dengan produk unggulan sale crispy. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dengan pemilik usaha, dan dokumentasi. Analisis dilakukan berdasarkan aspek-aspek studi kelayakan bisnis yang meliputi aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis dan operasional, aspek hukum, aspek manajemen, serta prospek pengembangan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Maknyak Aravio memiliki peluang yang baik untuk terus berkembang. Dari aspek pasar dan pemasaran, usaha telah menerapkan strategi pemasaran secara offline dan online dengan jangkauan pasar yang cukup luas. Dari aspek keuangan, usaha masih mampu memperoleh keuntungan meskipun terjadi kenaikan harga bahan baku dan kemasan yang berdampak pada penurunan margin keuntungan. Aspek teknis dan operasional menunjukkan bahwa sistem produksi berbasis home industry telah berjalan dengan baik dan mampu memenuhi permintaan pasar. Pada aspek hukum dan manajemen, usaha telah memiliki legalitas berupa NIB, PIRT, sertifikat halal, dan HAKI serta menerapkan sistem pengelolaan yang sederhana namun efektif. Secara keseluruhan, UMKM Maknyak Aravio dinilai layak untuk dikembangkan dengan tetap melakukan peningkatan efisiensi biaya produksi, optimalisasi pemasaran digital, inovasi produk, serta penyempurnaan legalitas usaha guna meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar.

Kata Kunci: Studi Kelayakan Bisnis; UMKM; Sale Crispy; Pemasaran; Kelayakan Usaha

Abstract— This study aims to analyze the business feasibility of Maknyak Aravio, a Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) engaged in the culinary sector with crispy banana (sale crispy) as its flagship product. The research employed a qualitative approach using a descriptive method. Data were collected through direct observation, interviews with the business owner, and documentation. The analysis was conducted based on business feasibility aspects, including market and marketing, financial, technical and operational, legal, management, and business development prospects. The results indicate that Maknyak Aravio has strong potential for business growth. From the market and marketing perspective, the business has implemented both offline and online marketing strategies with a broad market reach. Financially, the business remains profitable despite increasing raw material and packaging costs that have reduced profit margins. The technical and operational aspects show that the home-based production system operates efficiently and is capable of meeting market demand. In terms of legal and management aspects, the business has obtained legal certifications, including the Business Identification Number (NIB), Home Industry Food Production Certificate (PIRT), Halal Certification, and Intellectual Property Rights (IPR), while maintaining an effective management system despite its simple organizational structure. Overall, Maknyak Aravio is considered feasible for further development by improving cost efficiency, strengthening digital marketing, encouraging product innovation, and completing business licensing to enhance competitiveness and expand its market share.

Keywords: Business Feasibility Study; UMKM; Sale Crispy; Marketing; Business Feasibility;

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pengembangan potensi ekonomi daerah. Keberadaan UMKM juga menjadi salah satu sektor yang mampu bertahan dalam menghadapi berbagai kondisi ekonomi karena memiliki fleksibilitas dalam pengelolaan usaha. Namun demikian, perkembangan UMKM tidak terlepas dari berbagai tantangan, seperti meningkatnya persaingan usaha, perubahan perilaku konsumen, kenaikan harga bahan baku, serta tuntutan terhadap legalitas dan kualitas produk. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha perlu melakukan evaluasi terhadap kelayakan usahanya agar mampu mempertahankan keberlangsungan dan meningkatkan daya saing.

Salah satu sektor UMKM yang terus mengalami perkembangan adalah industri makanan dan minuman, khususnya usaha makanan ringan. Produk makanan ringan memiliki peluang pasar yang

cukup besar karena merupakan kebutuhan konsumsi sehari-hari sekaligus dapat dijadikan sebagai produk oleh-oleh. Perkembangan teknologi informasi dan media sosial juga membuka peluang yang lebih luas bagi pelaku UMKM untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat tanpa dibatasi oleh wilayah pemasaran. Kondisi tersebut mendorong pelaku usaha untuk tidak hanya menghasilkan produk yang berkualitas, tetapi juga mampu mengelola aspek pemasaran, operasional, keuangan, manajemen, dan legalitas usaha secara efektif.

Salah satu UMKM yang memiliki potensi berkembang adalah usaha Maknyak Aravio (Palugada) milik Ibu Evy Kurniasari di Kota Balikpapan dengan produk unggulan berupa *sale crispy* berbahan dasar pisang. Usaha yang dijalankan dengan konsep *home industry* ini telah memasarkan produknya melalui saluran pemasaran offline maupun online, bahkan telah menjangkau beberapa daerah di luar Balikpapan seperti Surabaya dan Banjar. Selain itu, usaha tersebut telah memperoleh dukungan dari program CSR Nusantara Power (PLN) berupa bantuan peralatan produksi serta telah memiliki beberapa legalitas usaha, antara lain Nomor Induk Berusaha (NIB), PIRT, sertifikat halal, dan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI).

Di sisi lain, usaha Maknyak Aravio juga menghadapi sejumlah tantangan, terutama kenaikan harga bahan baku dan kemasan yang berdampak pada peningkatan biaya produksi. Persaingan usaha pada industri makanan ringan yang semakin kompetitif juga menuntut pelaku usaha untuk terus mempertahankan kualitas produk, meningkatkan inovasi, serta memperkuat strategi pemasaran agar tetap mampu memenuhi kebutuhan pasar. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya dilakukan studi kelayakan bisnis sebagai dasar dalam menilai kemampuan usaha untuk berkembang secara berkelanjutan.

Studi kelayakan bisnis merupakan suatu proses analisis yang dilakukan untuk menilai apakah suatu usaha layak dijalankan maupun dikembangkan berdasarkan berbagai aspek, seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasional, aspek keuangan, aspek hukum, serta aspek manajemen. Analisis terhadap berbagai aspek tersebut dapat memberikan gambaran mengenai kondisi usaha saat ini sekaligus menjadi dasar dalam penyusunan strategi pengembangan usaha pada masa mendatang.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis UMKM Maknyak Aravio melalui pendekatan studi kelayakan bisnis yang mencakup aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis dan operasional, aspek hukum, serta aspek manajemen. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pelaku usaha dalam mengembangkan bisnisnya sekaligus menjadi referensi bagi penelitian sejenis mengenai pengembangan UMKM di sektor kuliner.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menganalisis kelayakan bisnis pada UMKM Maknyak Aravio. Penelitian dilakukan di UMKM Maknyak Aravio yang berlokasi di Perum Pondok Bukit Lestari Blok A3 No. 12, Sepinggian Baru, Kecamatan Balikpapan Selatan, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur. Objek penelitian difokuskan pada analisis aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis dan operasional, aspek hukum, serta aspek manajemen usaha.

Sumber data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung dan wawancara semi-terstruktur dengan pemilik usaha, Ibu Evy Kurniasari. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai profil usaha, proses produksi, strategi pemasaran, legalitas usaha, serta data keuangan berupa rincian harga bahan baku, biaya operasional, harga pokok produksi (HPP), harga jual produk, dan kendala yang dihadapi selama menjalankan usaha.

Data sekunder diperoleh dari dokumen usaha, catatan biaya produksi, dokumen legalitas usaha, serta literatur yang berkaitan dengan studi kelayakan bisnis dan pengembangan UMKM. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dokumentasi digunakan untuk mendukung hasil penelitian berupa foto kegiatan usaha, peralatan produksi, kemasan produk, serta dokumen legalitas usaha.

Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif dengan mengelompokkan informasi berdasarkan aspek-aspek studi kelayakan bisnis, yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis dan operasional, aspek hukum, serta aspek

manajemen. Hasil analisis selanjutnya digunakan untuk menilai kelayakan usaha dan mengidentifikasi peluang pengembangan UMKM Maknyak Aravio.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

3.1 Profil Usaha

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, UMKM Maknyak Aravio merupakan usaha kuliner rumahan (home industry) yang berlokasi di Perum Pondok Bukit Lestari Blok A3 No.12, Sepinggian Baru, Kecamatan Balikpapan Selatan, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur. Usaha ini dimiliki oleh Ibu Evy Kurniasari dengan produk unggulan berupa sale crispy berbahan dasar pisang. Selain memproduksi sale crispy, usaha ini juga melayani pembuatan bolen, kue basah, kue kering, nasi kotak, dan snack box sesuai permintaan konsumen. Keberagaman produk tersebut menunjukkan bahwa usaha tidak hanya bergantung pada satu jenis produk, tetapi juga melakukan diversifikasi untuk memenuhi kebutuhan pasar.

Usaha Maknyak Aravio mulai berkembang di Balikpapan sejak awal pandemi COVID-19. Kondisi pandemi yang mendorong perubahan pola konsumsi masyarakat dimanfaatkan oleh pemilik usaha sebagai peluang untuk mengembangkan produk makanan ringan yang memiliki daya simpan lebih lama dan mudah dipasarkan. Produk sale crispy sendiri mulai diproduksi sekitar satu setengah tahun terakhir setelah melihat tingginya minat masyarakat terhadap camilan berbahan dasar pisang. Keputusan tersebut menunjukkan kemampuan pelaku usaha dalam membaca peluang pasar serta beradaptasi terhadap perubahan kondisi ekonomi.

Sistem produksi yang diterapkan masih menggunakan konsep home industry dengan melibatkan anggota keluarga dalam seluruh proses produksi. Usaha ini belum mempekerjakan karyawan tetap sehingga kegiatan mulai dari persiapan bahan baku, pengolahan, pengemasan, hingga distribusi dilakukan secara bersama-sama oleh keluarga. Produksi tidak dilakukan setiap hari, melainkan menyesuaikan permintaan pasar dan ketersediaan stok. Dalam satu bulan, proses produksi dilakukan sekitar dua hingga tiga kali dengan kapasitas sekitar 400–500 kemasan setiap kali produksi. Sistem tersebut menunjukkan bahwa usaha menerapkan pola produksi berdasarkan permintaan (demand driven production) sehingga mampu mengurangi risiko penumpukan produk dan menjaga kualitas produk tetap optimal.

Dari aspek pemasaran, Maknyak Aravio telah menerapkan strategi pemasaran yang cukup luas. Produk tidak hanya dipasarkan secara langsung kepada konsumen, tetapi juga dititipkan di toko oleh-oleh, pusat UMKM, toko frozen food, dan reseller. Selain itu, pemasaran dilakukan melalui media sosial sehingga mampu menjangkau konsumen di luar wilayah Balikpapan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk sale crispy telah dipasarkan hingga Surabaya dan Banjar, bahkan pernah menjalin kerja sama dengan pusat oleh-oleh di Bogor. Luasnya jaringan pemasaran tersebut menunjukkan bahwa produk memiliki tingkat penerimaan pasar yang cukup baik dan mampu bersaing dengan produk sejenis dari daerah lain.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Maknyak Aravio telah memiliki legalitas usaha yang cukup lengkap, yaitu Nomor Induk Berusaha (NIB), PIRT, sertifikat halal, dan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI). Selain itu, usaha ini memperoleh pendampingan dari program CSR Nusantara Power (PLN) berupa bantuan peralatan produksi yang mendukung peningkatan kapasitas usaha. Kepemilikan legalitas tersebut memberikan nilai tambah karena mampu meningkatkan kepercayaan konsumen sekaligus memperkuat posisi usaha dalam menghadapi persaingan pasar. Dukungan dari program CSR juga menunjukkan bahwa usaha dinilai memiliki potensi untuk berkembang sehingga layak memperoleh pembinaan dan fasilitas pengembangan usaha.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa profil UMKM Maknyak Aravio telah memenuhi karakteristik usaha mikro yang memiliki prospek pengembangan cukup baik. Hal tersebut didukung oleh produk yang memiliki kualitas dan variasi, sistem produksi yang efisien, jaringan pemasaran yang luas, serta legalitas usaha yang relatif lengkap. Meskipun masih dikelola secara sederhana dengan konsep home industry, usaha ini telah menunjukkan kemampuan untuk berkembang dan beradaptasi terhadap kebutuhan pasar. Kondisi tersebut menjadi modal yang kuat dalam mendukung keberlanjutan usaha pada masa mendatang.

3.2 Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran merupakan salah satu indikator utama dalam studi kelayakan bisnis karena menentukan kemampuan suatu usaha dalam memperoleh dan mempertahankan konsumen. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, UMKM Maknyak Aravio memiliki target pasar yang cukup luas, meliputi anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Produk sale crispy diposisikan sebagai makanan ringan yang dapat dikonsumsi sehari-hari sekaligus sebagai oleh-oleh khas daerah. Selain melayani konsumen individu, usaha ini juga menasar pasar bisnis, seperti toko oleh-oleh, toko frozen food, reseller, pusat UMKM, serta konsumen yang membutuhkan produk untuk berbagai kegiatan atau acara. Luasnya segmentasi pasar menunjukkan bahwa produk memiliki peluang untuk menjangkau berbagai kelompok konsumen dengan kebutuhan yang berbeda.

Berdasarkan hasil penelitian, peluang pasar produk sale crispy masih terbuka cukup besar. Hal tersebut didukung oleh meningkatnya minat masyarakat terhadap produk makanan ringan yang praktis serta berkembangnya tren konsumsi produk UMKM lokal. Sale crispy memiliki keunggulan berupa cita rasa yang khas, tekstur renyah, serta menggunakan bahan baku pisang yang mudah diperoleh. Selain itu, produk ini memiliki daya simpan yang relatif lama sehingga lebih mudah dipasarkan dibandingkan produk makanan basah. Karakteristik tersebut menjadi nilai tambah yang mampu meningkatkan daya tarik produk di tengah persaingan industri makanan ringan.

Dalam kegiatan pemasaran, Maknyak Aravio telah menerapkan strategi pemasaran secara offline dan online. Pemasaran offline dilakukan melalui kerja sama dengan berbagai toko oleh-oleh, pusat UMKM, toko frozen food, dan reseller yang tersebar di Balikpapan maupun beberapa daerah lainnya. Produk sale crispy juga telah dipasarkan hingga Surabaya dan Banjar, serta pernah bekerja sama dengan pusat oleh-oleh di Bogor. Keberhasilan menjangkau pasar di luar daerah menunjukkan bahwa produk memiliki tingkat penerimaan yang baik serta mampu bersaing dengan produk sejenis dari daerah lain. Meskipun kerja sama dengan salah satu pusat oleh-oleh di Bogor telah berakhir karena adanya perbedaan harga jual, pengalaman tersebut menunjukkan bahwa produk memiliki peluang untuk dipasarkan pada pasar yang lebih luas apabila strategi harga dapat disesuaikan.

Selain pemasaran secara langsung, usaha juga memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan konsumen. Penggunaan media sosial memudahkan konsumen memperoleh informasi mengenai produk, harga, serta proses pemesanan tanpa harus datang langsung ke lokasi usaha. Strategi pemasaran digital ini menjadi salah satu bentuk adaptasi UMKM terhadap perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat. Pemanfaatan media sosial juga mampu memperluas jangkauan pasar dengan biaya promosi yang relatif rendah dibandingkan media pemasaran konvensional. Namun demikian, berdasarkan hasil pengamatan, promosi digital masih dapat dioptimalkan melalui pembuatan konten yang lebih menarik, pemanfaatan fitur pemasaran digital, serta peningkatan aktivitas promosi secara konsisten agar mampu meningkatkan kesadaran merek (brand awareness) di kalangan konsumen.

Dari sisi persaingan usaha, industri makanan ringan memiliki tingkat kompetisi yang cukup tinggi karena banyak pelaku UMKM menawarkan produk serupa dengan variasi harga, rasa, dan kemasan yang beragam. Oleh karena itu, Maknyak Aravio berupaya mempertahankan kualitas produk melalui penggunaan bahan baku yang berkualitas sehingga menghasilkan sale crispy dengan cita rasa yang khas dan tekstur yang renyah. Selain itu, usaha ini juga memperhatikan kualitas kemasan agar produk terlihat lebih menarik dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Kepemilikan legalitas usaha berupa NIB, PIRT, sertifikat halal, dan HAKI turut memberikan keunggulan kompetitif karena meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap keamanan dan kualitas produk yang dipasarkan.

Strategi penetapan harga dilakukan dengan mempertimbangkan biaya produksi, harga bahan baku, biaya kemasan, serta kondisi pasar. Harga jual sale crispy ditetapkan sebesar Rp18.000 per kemasan untuk harga reseller. Berdasarkan hasil wawancara, pemilik usaha menyampaikan bahwa kenaikan harga bahan baku dan kemasan menyebabkan margin keuntungan mengalami penurunan dibandingkan sebelumnya. Meskipun demikian, pemilik usaha memilih untuk tetap mempertahankan kualitas produk dibandingkan menurunkan mutu bahan baku demi menjaga kepuasan dan loyalitas konsumen. Keputusan tersebut menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan lebih berorientasi pada keberlangsungan usaha dalam jangka panjang daripada sekadar memperoleh keuntungan sesaat.

Secara keseluruhan, aspek pasar dan pemasaran pada UMKM Maknyak Aravio menunjukkan kondisi yang layak untuk dikembangkan. Segmentasi pasar yang luas, penerapan pemasaran secara offline dan online, jaringan distribusi yang telah menjangkau beberapa daerah, serta kualitas produk yang mampu bersaing menjadi kekuatan utama usaha ini. Namun demikian, pelaku usaha perlu terus meningkatkan inovasi produk, memperkuat strategi pemasaran digital, dan memperluas jaringan distribusi agar mampu meningkatkan daya saing serta mempertahankan pertumbuhan usaha di tengah persaingan industri makanan ringan yang semakin kompetitif.

3.3 Aspek Keuangan

Aspek keuangan merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan kelayakan suatu usaha karena berkaitan dengan kemampuan usaha dalam mengelola biaya produksi, menetapkan harga jual, serta memperoleh keuntungan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, pengelolaan keuangan pada UMKM Maknyak Aravio dilakukan dengan memperhatikan biaya bahan baku, biaya operasional, serta harga pokok produksi (HPP) sebagai dasar dalam penentuan harga jual produk. Meskipun sistem pencatatan keuangan masih dilakukan secara sederhana, pemilik usaha telah memahami komponen biaya yang memengaruhi kegiatan produksi sehingga dapat mengendalikan pengeluaran usaha secara lebih efektif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi terdiri atas biaya bahan baku utama berupa pisang, tepung, minyak goreng, kemasan, serta biaya pendukung seperti gas, listrik, dan biaya operasional lainnya. Berdasarkan data yang diperoleh dari pemilik usaha, biaya terbesar dalam satu kali produksi berasal dari kemasan, yaitu sebesar Rp1.500.000 untuk 500 kemasan, diikuti biaya pembelian pisang sebesar Rp1.000.000 dan minyak goreng sebesar Rp576.000. Tingginya biaya kemasan menunjukkan bahwa selain kualitas produk, tampilan kemasan juga menjadi komponen penting yang diperhatikan dalam meningkatkan daya tarik produk di pasaran.

Berdasarkan hasil perhitungan, total Harga Pokok Produksi (HPP) sale crispy sebesar Rp6.602 per kemasan. Nilai tersebut diperoleh dari akumulasi biaya bahan baku, kemasan, gas, listrik, dan biaya operasional lainnya yang kemudian dibagi dengan jumlah produksi sekitar 500 kemasan dalam satu kali proses produksi. Selanjutnya, harga jual produk ditetapkan sebesar Rp18.000 per kemasan untuk harga reseller. Perbandingan antara HPP dan harga jual menunjukkan bahwa usaha masih mampu menghasilkan keuntungan sehingga secara finansial masih layak untuk dijalankan.

Meskipun demikian, hasil wawancara menunjukkan bahwa kenaikan harga bahan baku dan terutama biaya kemasan memberikan dampak terhadap penurunan margin keuntungan usaha. Sebelumnya, keuntungan yang diperoleh mencapai sekitar 80–100% dari HPP, namun setelah terjadi kenaikan biaya produksi, keuntungan menjadi lebih kecil. Kondisi tersebut mengharuskan pemilik usaha melakukan penyesuaian dalam pengelolaan biaya produksi agar keuntungan tetap dapat dipertahankan tanpa mengurangi kualitas produk. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan harga bahan baku merupakan salah satu risiko yang perlu diantisipasi dalam pengelolaan keuangan UMKM.

Selain biaya produksi, biaya operasional juga menjadi komponen penting dalam keberlangsungan usaha. Biaya operasional meliputi biaya gas sebesar Rp35.000, listrik sebesar Rp50.000, biaya operasional lainnya sebesar Rp50.000, serta biaya distribusi luar kota sekitar Rp20.000 untuk setiap 50 kemasan produk. Biaya distribusi menjadi perhatian karena produk Maknyak Aravio telah dipasarkan ke beberapa daerah di luar Balikpapan. Pengelolaan biaya operasional yang efisien sangat diperlukan agar biaya distribusi tidak mengurangi keuntungan usaha secara signifikan.

Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa struktur biaya usaha masih didominasi oleh biaya kemasan dan bahan baku. Oleh karena itu, salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah mencari alternatif pemasok dengan harga yang lebih kompetitif tanpa mengurangi kualitas bahan maupun kemasan. Selain itu, evaluasi biaya produksi secara berkala perlu dilakukan agar perubahan harga bahan baku dapat segera direspons melalui penyesuaian strategi produksi maupun harga jual. Langkah tersebut penting untuk menjaga stabilitas keuntungan sekaligus mempertahankan daya saing usaha di tengah meningkatnya biaya produksi.

Secara keseluruhan, aspek keuangan UMKM Maknyak Aravio menunjukkan bahwa usaha masih berada pada kondisi yang layak untuk dikembangkan. Hal ini terlihat dari kemampuan usaha

dalam menghasilkan keuntungan, melakukan perhitungan HPP sebagai dasar penentuan harga jual, serta mengelola biaya produksi dan operasional secara cukup baik. Namun demikian, peningkatan sistem pencatatan keuangan, pengendalian biaya produksi, dan evaluasi harga jual secara berkala perlu dilakukan agar kinerja keuangan usaha menjadi lebih optimal serta mampu mendukung pengembangan usaha dalam jangka panjang.

3.4 Aspek Teknis dan Operasional

Aspek teknis dan operasional merupakan salah satu aspek penting dalam studi kelayakan bisnis karena berkaitan dengan kemampuan usaha dalam menjalankan proses produksi secara efektif dan efisien. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, UMKM Maknyak Aravio menerapkan sistem produksi berbasis home industry dengan memanfaatkan rumah pemilik usaha sebagai lokasi produksi. Seluruh kegiatan produksi dilakukan secara sederhana, namun telah mampu menghasilkan produk yang berkualitas serta memenuhi permintaan konsumen. Penerapan sistem produksi skala rumah tangga tersebut menjadi salah satu strategi usaha dalam menekan biaya operasional sekaligus memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara optimal.

Proses produksi sale crispy diawali dengan pemilihan bahan baku utama berupa pisang yang diperoleh langsung dari petani dalam jumlah besar. Pemilihan bahan baku berkualitas dilakukan untuk menjaga cita rasa dan kualitas produk yang dihasilkan. Setelah proses seleksi, pisang diolah melalui beberapa tahapan, mulai dari pengupasan, pengolahan, pelapisan tepung, hingga proses penggorengan menggunakan minyak goreng dalam jumlah yang cukup agar menghasilkan tekstur yang renyah. Setelah proses penggorengan selesai, produk didinginkan sebelum dikemas menggunakan kemasan khusus yang mampu menjaga kerenyahan dan kualitas produk selama proses penyimpanan maupun distribusi.

Berdasarkan hasil penelitian, kapasitas produksi Maknyak Aravio mencapai sekitar 500 kemasan dalam satu kali proses produksi. Namun, kegiatan produksi tidak dilakukan setiap hari, melainkan disesuaikan dengan jumlah stok dan permintaan pasar. Dalam satu bulan, produksi umumnya dilakukan sebanyak dua hingga tiga kali. Sistem produksi berdasarkan permintaan (make to order) tersebut memberikan keuntungan bagi usaha karena mampu mengurangi risiko penumpukan persediaan serta menjaga produk tetap segar ketika diterima konsumen. Selain itu, sistem ini juga membantu pelaku usaha dalam mengendalikan penggunaan bahan baku sehingga biaya produksi dapat lebih efisien.

Dari sisi lokasi usaha, Maknyak Aravio memiliki tempat produksi yang cukup mendukung kegiatan operasional karena berada pada lingkungan yang mudah dijangkau dan memiliki ruang yang memadai untuk proses produksi maupun penyimpanan produk. Meskipun masih menggunakan konsep home industry, lokasi tersebut telah mampu menunjang seluruh aktivitas usaha tanpa mengganggu kualitas proses produksi. Kondisi ini menunjukkan bahwa skala usaha yang masih tergolong mikro belum memerlukan investasi pada bangunan produksi khusus sehingga biaya investasi dapat ditekan.

Dalam menjalankan proses produksi, usaha menggunakan berbagai peralatan seperti wajan penggorengan, kompor gas, oven, alat peniris minyak, dan wadah penyimpanan produk. Selain memanfaatkan peralatan pribadi, usaha juga memperoleh bantuan fasilitas produksi dari program CSR Nusantara Power (PLN). Bantuan tersebut memberikan dampak positif terhadap kelancaran proses produksi karena mampu meningkatkan efisiensi kerja dan mendukung kapasitas produksi. Dukungan dari pihak eksternal ini menjadi salah satu faktor yang memperkuat kesiapan teknis usaha untuk berkembang pada masa mendatang.

Pada aspek operasional, Maknyak Aravio belum memiliki karyawan tetap sehingga seluruh aktivitas usaha dijalankan oleh pemilik bersama anggota keluarga. Pembagian tugas dilakukan sesuai kebutuhan, mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, pengemasan, hingga pemasaran produk. Sistem kerja sama keluarga ini dinilai cukup efektif untuk skala usaha mikro karena mempermudah koordinasi, mengurangi biaya tenaga kerja, serta mempercepat proses pengambilan keputusan. Namun demikian, apabila volume produksi terus meningkat, penambahan tenaga kerja perlu dipertimbangkan agar kegiatan operasional dapat berjalan lebih optimal tanpa membebani pemilik usaha.

Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa aspek teknis dan operasional UMKM Maknyak Aravio telah memenuhi kriteria kelayakan untuk mendukung keberlangsungan usaha.

Sistem produksi yang sederhana tetapi terencana, penggunaan bahan baku berkualitas, pemanfaatan peralatan produksi yang memadai, serta dukungan fasilitas dari program CSR menjadi kekuatan utama dalam menunjang kegiatan operasional. Meskipun demikian, peningkatan kapasitas produksi, penambahan tenaga kerja, serta pemanfaatan teknologi produksi yang lebih modern dapat menjadi strategi pengembangan agar usaha mampu memenuhi permintaan pasar yang semakin meningkat dan meningkatkan daya saing di masa mendatang.

3.5 Aspek Hukum dan Manajemen

Aspek hukum dan manajemen merupakan bagian penting dalam studi kelayakan bisnis karena berkaitan dengan legalitas usaha serta kemampuan pelaku usaha dalam mengelola kegiatan operasional secara efektif. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, UMKM Maknyak Aravio telah memenuhi sebagian besar aspek legalitas yang diperlukan untuk menjalankan usaha. Kepemilikan legalitas tersebut menunjukkan komitmen pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan bisnis sesuai dengan ketentuan yang berlaku serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Selain itu, sistem manajemen yang diterapkan juga mampu mendukung kelancaran kegiatan usaha meskipun masih dikelola dalam skala rumah tangga (home industry).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Maknyak Aravio telah memiliki beberapa dokumen legalitas usaha, yaitu Nomor Induk Berusaha (NIB), Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), sertifikat halal, dan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI). Kepemilikan NIB menunjukkan bahwa usaha telah terdaftar secara resmi sehingga memiliki identitas hukum dalam menjalankan kegiatan usaha. Sementara itu, PIRT menjadi bukti bahwa produk pangan yang diproduksi telah memenuhi persyaratan dasar keamanan pangan untuk industri rumah tangga. Sertifikat halal juga memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk yang dipasarkan telah memenuhi standar kehalalan, sedangkan HAKI berfungsi melindungi identitas dan merek usaha dari penggunaan oleh pihak lain tanpa izin.

Meskipun demikian, berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Maknyak Aravio belum memiliki izin dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Kondisi tersebut belum menjadi kendala dalam pemasaran produk pada skala UMKM, namun izin BPOM akan menjadi kebutuhan penting apabila usaha ingin memperluas pemasaran ke pasar modern, jaringan ritel yang lebih besar, maupun menjangkau distribusi dalam skala nasional. Oleh karena itu, pengurusan izin BPOM dapat menjadi salah satu strategi pengembangan usaha agar legalitas yang dimiliki semakin lengkap serta mampu meningkatkan daya saing produk di pasar yang lebih luas.

Dari aspek manajemen, hasil penelitian menunjukkan bahwa Maknyak Aravio masih menerapkan sistem pengelolaan usaha yang sederhana. Seluruh kegiatan usaha dikelola langsung oleh pemilik bersama anggota keluarga tanpa melibatkan karyawan tetap. Pembagian tugas dilakukan berdasarkan kebutuhan, mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, pengemasan, hingga pemasaran produk. Sistem tersebut dinilai cukup efektif mengingat skala usaha yang masih tergolong mikro sehingga koordinasi antaranggota menjadi lebih mudah dan biaya tenaga kerja dapat ditekan. Selain itu, pengambilan keputusan dapat dilakukan secara cepat karena seluruh kegiatan usaha berada di bawah kendali pemilik.

Sebagai pemilik usaha, Ibu Evy Kurniasari memiliki peran yang sangat dominan dalam mengelola seluruh aktivitas bisnis. Tanggung jawab tersebut meliputi pengambilan keputusan, perencanaan produksi, pengadaan bahan baku, penentuan jadwal produksi, pengawasan kualitas produk, hingga penyusunan strategi pemasaran. Pengalaman pemilik dalam kegiatan UMKM, termasuk keterlibatannya dalam pengelolaan Galeri UMKM Kalimantan Timur, menjadi nilai tambah yang mendukung perkembangan usaha. Pengalaman tersebut memberikan kesempatan untuk membangun jaringan kerja sama, memperluas pemasaran, serta memperoleh berbagai informasi mengenai pengembangan usaha dan peluang pasar.

Meskipun sistem manajemen yang diterapkan telah mampu mendukung keberlangsungan usaha, terdapat beberapa hal yang masih dapat dikembangkan. Seiring dengan meningkatnya permintaan pasar, usaha perlu mulai menerapkan sistem manajemen yang lebih terstruktur, seperti pembagian tugas yang lebih jelas, pencatatan administrasi dan keuangan yang lebih sistematis, serta penyusunan standar operasional prosedur (SOP) dalam proses produksi. Langkah tersebut penting untuk meningkatkan efisiensi kerja, menjaga konsistensi kualitas produk, dan mempermudah proses pengembangan usaha apabila kapasitas produksi semakin meningkat.

Secara keseluruhan, aspek hukum dan manajemen pada UMKM Maknyak Aravio menunjukkan bahwa usaha telah memenuhi sebagian besar indikator kelayakan bisnis. Legalitas usaha yang relatif lengkap memberikan perlindungan hukum sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Di sisi lain, sistem manajemen yang sederhana namun berjalan efektif mampu mendukung operasional usaha hingga saat ini. Dengan melengkapi izin BPOM serta menerapkan sistem manajemen yang lebih profesional, Maknyak Aravio memiliki peluang yang lebih besar untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar pada masa mendatang.

3.6 Prospek Pengembangan Usaha

Prospek pengembangan usaha merupakan salah satu indikator penting dalam studi kelayakan bisnis karena menggambarkan peluang usaha untuk bertahan dan berkembang pada masa mendatang. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, UMKM Maknyak Aravio memiliki prospek yang cukup baik karena didukung oleh meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk makanan ringan serta tingginya minat konsumen terhadap produk UMKM lokal. Sale crispy sebagai produk unggulan memiliki cita rasa yang khas, tekstur yang renyah, serta menggunakan bahan baku yang mudah diperoleh sehingga berpotensi untuk terus dikembangkan sebagai produk unggulan daerah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peluang pengembangan usaha juga didukung oleh jaringan pemasaran yang telah menjangkau beberapa wilayah di luar Kota Balikpapan, seperti Surabaya dan Banjar. Produk bahkan pernah dipasarkan melalui pusat oleh-oleh di Bogor, meskipun kerja sama tersebut berakhir karena adanya perbedaan harga jual. Hal tersebut menunjukkan bahwa produk Maknyak Aravio memiliki daya saing dan telah memperoleh penerimaan pasar di luar daerah asalnya. Dengan strategi pemasaran yang tepat, peluang untuk memperluas distribusi ke wilayah lain masih sangat terbuka sehingga dapat meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar.

Perkembangan usaha juga didukung oleh pemanfaatan pemasaran digital melalui media sosial. Penggunaan media sosial memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat secara lebih luas tanpa memerlukan biaya promosi yang besar. Selain itu, perkembangan teknologi informasi memberikan kesempatan bagi UMKM untuk memanfaatkan berbagai platform digital, seperti marketplace dan layanan pemesanan daring, sehingga proses pemasaran menjadi lebih efektif dan efisien. Oleh karena itu, optimalisasi pemasaran digital dapat menjadi salah satu strategi utama dalam meningkatkan daya saing usaha di tengah perkembangan ekonomi digital.

Dari aspek produksi, Maknyak Aravio memperoleh dukungan berupa bantuan fasilitas produksi dari program CSR Nusantara Power (PLN). Bantuan tersebut memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas dan efisiensi proses produksi sehingga usaha memiliki kemampuan untuk memenuhi permintaan pasar yang lebih besar. Dukungan tersebut juga menunjukkan bahwa usaha dinilai memiliki potensi untuk berkembang dan layak memperoleh pembinaan sebagai bagian dari pengembangan UMKM. Apabila permintaan pasar terus meningkat, kapasitas produksi dapat ditingkatkan melalui penambahan peralatan produksi maupun tenaga kerja sehingga kegiatan operasional dapat berjalan lebih optimal.

Meskipun memiliki peluang yang cukup besar, hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha masih menghadapi beberapa tantangan yang perlu diperhatikan. Kenaikan harga bahan baku dan biaya kemasan menjadi faktor yang dapat mengurangi margin keuntungan apabila tidak diimbangi dengan strategi pengelolaan biaya yang baik. Selain itu, persaingan pada industri makanan ringan semakin kompetitif sehingga pelaku usaha dituntut untuk terus menjaga kualitas produk, mempertahankan cita rasa khas, serta melakukan inovasi agar tetap diminati oleh konsumen. Inovasi dapat dilakukan melalui pengembangan varian rasa, peningkatan kualitas kemasan, maupun penyusunan strategi promosi yang lebih menarik sesuai dengan perkembangan kebutuhan pasar.

Aspek legalitas juga menjadi bagian penting dalam pengembangan usaha pada masa mendatang. Walaupun Maknyak Aravio telah memiliki NIB, PIRT, sertifikat halal, dan HAKI, usaha ini masih belum memiliki izin BPOM. Pengurusan izin BPOM menjadi salah satu langkah strategis yang dapat dilakukan untuk memperluas peluang pemasaran, terutama apabila produk akan dipasarkan melalui jaringan ritel modern atau didistribusikan dalam skala yang lebih luas. Dengan

legalitas yang semakin lengkap, tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk juga akan meningkat sehingga dapat memberikan nilai tambah bagi perkembangan usaha.

Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa UMKM Maknyak Aravio memiliki prospek pengembangan usaha yang positif. Hal ini didukung oleh kualitas produk yang baik, jaringan pemasaran yang terus berkembang, legalitas usaha yang relatif lengkap, serta adanya dukungan dari berbagai pihak dalam pengembangan usaha. Namun, untuk mempertahankan pertumbuhan usaha dalam jangka panjang, pelaku usaha perlu terus meningkatkan efisiensi biaya produksi, memperkuat pemasaran digital, melakukan inovasi produk, memperluas jaringan distribusi, serta melengkapi legalitas usaha. Dengan strategi pengembangan tersebut, Maknyak Aravio memiliki peluang yang besar untuk meningkatkan daya saing dan menjadi salah satu UMKM kuliner yang semakin berkembang di tingkat regional maupun nasional.

4. KESIMPULAN

1. Aspek pasar dan pemasaran menunjukkan bahwa UMKM Maknyak Aravio memiliki peluang pasar yang baik. Usaha telah menerapkan strategi pemasaran secara offline dan online, memiliki target pasar yang luas, serta berhasil memasarkan produk hingga ke luar Kota Balikpapan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa produk sale crispy memiliki daya saing dan peluang untuk terus berkembang.
2. Aspek keuangan menunjukkan bahwa usaha masih layak dijalankan karena harga jual produk berada di atas harga pokok produksi (HPP), sehingga masih mampu menghasilkan keuntungan. Namun, kenaikan harga bahan baku dan kemasan menyebabkan penurunan margin keuntungan sehingga diperlukan pengelolaan biaya produksi yang lebih efisien agar profitabilitas usaha tetap terjaga.
3. Aspek teknis dan operasional menunjukkan bahwa proses produksi telah berjalan dengan baik melalui sistem home industry yang didukung oleh penggunaan bahan baku berkualitas, peralatan produksi yang memadai, serta bantuan fasilitas dari program CSR. Sistem produksi berdasarkan permintaan juga mampu menjaga kualitas produk dan mengurangi risiko penumpukan persediaan.
4. Aspek hukum dan manajemen menunjukkan bahwa Maknyak Aravio telah memiliki legalitas usaha berupa Nomor Induk Berusaha (NIB), PIRT, sertifikat halal, dan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI). Selain itu, sistem manajemen usaha yang masih dikelola secara sederhana oleh pemilik bersama anggota keluarga telah mampu mendukung kelancaran operasional usaha secara efektif.
5. Prospek pengembangan usaha menunjukkan bahwa UMKM Maknyak Aravio memiliki peluang yang baik untuk terus berkembang. Hal ini didukung oleh kualitas produk, jaringan pemasaran yang semakin luas, legalitas usaha yang relatif lengkap, serta dukungan dari berbagai pihak. Meskipun demikian, usaha perlu meningkatkan efisiensi biaya produksi, mengoptimalkan pemasaran digital, melakukan inovasi produk, memperluas jaringan distribusi, serta melengkapi legalitas usaha melalui pengurusan izin BPOM agar mampu meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar pada masa mendatang.

REFERENCES

- Fauzi, T. F. A., Martha, V., Nathania, G., Saidina, M. T. F., & Setiawan, B. (2025). Strategi pengembangan UMKM Marbule Martabak & Drink melalui pendampingan legalitas usaha. *Journal of Micro, Small and Medium Enterprises*. 2(3), 1–11.
- Fitria, S., Cahyati, C., Fajar, M. I., & Afriyeni, P. (2025). Analisis studi kelayakan bisnis pada usaha Es Ameng di Kecamatan Bengkalis. *Jurnal Sains, Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Hukum*. 2(3), 137–147.
- Hadiyan Kamil, A. M., Meylani, N., Nur Zaman, L., Asthian, Y., & Perwito, P. (2025). Studi kelayakan bisnis pada UMKM French Fries Potacio Bliss di Kota Bandung. *LANCAH: Jurnal Inovasi dan Tren*. 3(1), 131–144.
- Radithya, C. M., Dwiputra, N., Aziz, M. F., Imanuel, J., & Setiawan, B. (2026). Analisis hukum dalam peningkatan kapasitas bisnis UMKM: Tinjauan akses terhadap izin usaha dan merek pada Pecel Ayam Bakar Mbok Cipto 2. *Journal of Micro, Small and Medium Enterprises*. 2(3), 1–9.

- Rapa, F. S., Sofyan, N. P., Prayogi, T., Sembiring, J. A., Sirait, H., & Darsih, T. S. K. (2026). Pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemasaran digital bagi wirausaha pemula. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*. 5(1), 2976–2984.
- Risfidayanti, R., Aulia, A., & Fitrianti, N. (2026). Pengaruh sosial media marketing dan review produk terhadap minat beli konsumen produk Glad2Glow di Kota Makassar. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology*. 4(2), 416–422.