

ANALISIS KELAYAKAN BISNIS PENGEMBANGAN UMKM SPICYPEDIA DALAM PERSAINGAN BISNIS

¹Rio Era Deka, ²Irlina Dwi Evasoyaningrum, ³Novita Dwi Pratiwi, ⁴Dea Vidia Fransisca, ⁵Helmi Artika Sari, ⁶Imelda Maulinda, ⁷Nadya Aprillia Salsabila

**Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Islam Malang**

email : helmiartikasari1306@gmail.com

Abstract :

The purpose of this study is to determine the business feasibility of the Spicypedia UMKM. The method used in this study is qualitative and quantitative with an analysis of 7 aspects of business feasibility studies which include legal aspects, marketing aspects, technical aspects, sosial economic aspects, management/organizational aspects, environmental aspects and financial aspects. The technique of collecting data in this study is by observing objects at the company, documentation, and direct interviews with the parties concerned. The results of the analysis of the legal aspects stated that it was not yet feasible, while for the other 6 aspects it showed positive results that the business being carried out by the Spicypedia MSME was feasible to do.

Keywords : Feasibility, Study, Aspect, UMKM

Cronicle of Article:Received (11,08,2024); Revised (15,08,2024); and Published (28,08,2024).

©2024 *Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI*

Profile and corresponding author : Helmi Kartika Sari, Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang. Corresponding Author: helmiartikasari1306@gmail.com

How to cite this article : Deka, R.E., dkk (2024) "ANALISIS KELAYAKAN BISNIS PENGEMBANGAN UMKM SPICYPEDIA DALAM PERSAINGAN BISNIS". *Adbispreneur*, 4 (4), pp. 369-379. Available at: <http://JAMBIS>

PENDAHULUAN

Perkembangan Pada era ini perkembangan dan persaingan bisnis semakin pesat dimana saat ini berbagai jenis usaha dapat ditemui yang tentunya masing-masing pelaku usaha menawarkan produknya dengan keunggulan dan keunikannya. Hal ini menunjukkan bahwa persaingan bisnis semakin kompleks sehingga para pelaku usaha harus dapat berpikir kreatif juga inovatif untuk menunjukkan keunggulan dari produk yang ditawarkan serta pembeda atau diferensiasi produk agar dapat tetap bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Tidak hanya pada perusahaan besar saja namun juga pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), dimana UMKM memiliki peran penting dan memiliki pengaruh yang besar dalam pertumbuhan ekonomi negara khususnya di Indonesia.

Peran UMKM yang berkontribusi sebagai penopang perekonomian nasional sangat penting karena selain dapat mendorong pertumbuhan ekonomi nasional juga dapat menciptakan lapangan kerja baru dan mendorong pertumbuhan ekspor. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki potensi yang besar jika dikelola dan dikembangkan dengan baik. Dalam hal ini tentunya terdapat faktor-faktor yang dapat menentukan suatu usaha sukses atau tidak, sebagai contoh dalam pengambilan keputusan harus berdasarkan perhitungan yang baik tidak bisa jika hanya mengandalkan insting saja. Maka dari itu, perlu dilakukannya studi kelayakan bisnis untuk menilai apakah sebuah usaha sudah layak dijalankan atau tidak.

Studi kelayakan bisnis (SKB) merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menganalisis lebih dalam mengenai suatu usaha atau bisnis yang dijalankan, yang nantinya akan didapat kesimpulan terkait layak atau tidaknya sebuah usaha bisnis dijalankan. Studi kelayakan bisnis sangat penting dalam keberlangsungan suatu usaha dimasa yang akan datang, karena studi kelayakan bisnis berguna untuk memperhitungkan kemungkinan apakah suatu bisnis dapat bersaing juga bertahan dengan kompetitor bisnis lainnya.

Dengan dilakukannya studi kelayakan pada suatu bisnis dapat menghindari kerugian dimana dalam studi kelayakan bisnis bertujuan memperkirakan kemungkinan untung maupun rugi sebuah usaha bisnis dimasa yang akan datang. Kedua, memudahkan perencanaan dimana dalam studi kelayakan bisnis membantu pelaku usaha dalam menganalisa dan merencanakan segala hal rencana kegiatan usaha. Ketiga, memudahkan pelaksanaan kerja yang membantu pelaku usaha dalam melaksanakan program maupun kebijakan yang dirasa akan menguntungkan. Keempat, memudahkan dalam hal pengawasan dan pengendalian karena dalam suatu usaha pengawasan dan pengendalian harus dilakukan secara berkesinambungan. Karena jika tidak, akan berdampak bagi kesehatan lingkungan maupun masalah sosial lainnya.

Rumusan masalah yang diangkat dalam analisis ini adalah “bagaimana UMKM dikatakan layak dengan meninjau dari 7 aspek?”. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui kelayakan usaha pada pengembangan UMKM Spicyedia.

LITERATUR REVIEW

Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012:7) studi kelayakan bisnis ialah kegiatan yang digunakan untuk mempelajari secara detail mengenai sebuah usaha atau bisnis yang berjalan, guna menentukan layak atau tidaknya sebuah usaha untuk dijalankan.

Aspek Hukum

Menurut Suliyanto (2010) aspek hukum adalah ketentuan hukum yang harus dipenuhi sebelum sebuah usaha dijalankan. Dalam aspek hukum dibahas mengenai keabsahan dan kelengkapan dokumen yang dimiliki oleh perusahaan, bentuk badan usaha dan juga izin yang dimiliki. Kelengkapan dan keabsahan dokumen penting dikarenakan hal tersebut merupakan dasar hukum yang harus dimiliki apabila di kemudian hari timbul permasalahan (Kasmir dan Jakfar, 2013:16).

Aspek Pasar dan Pemasaran

Menurut Suntoyo (2014:32) pemasaran merupakan sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk perencanaan dan penentuan harga, promosi dan distribusi barang yang dapat memenuhi keinginan konsumen, mencapai pasar sasaran, dan tujuan perusahaan. Menurut Kasmir & Jakfar (2013:16) aspek pemasaran pada studi kelayakan bisnis digunakan untuk menilai seberapa besar potensi pasar yang ada untuk produk yang ditawarkan dan seberapa besar marketshare yang dikuasai oleh pesaing.

Aspek Teknis

Menurut Kamaluddin (2004:27) Aspek teknis ialah aspek yang berhubungan dengan proses pembangunan fisik usaha secara teknis dan operasionalnya setelah bangunan fisik selesai dibangun. Dalam aspek teknis meliputi lokasi usaha, tata letak (Layout) usaha.

Aspek Manajemen/Organisasi

Menurut Kasmir & Jakfar (2013:17) dalam aspek manajemen/organisasi yang dinilai adalah pengelola usaha dan struktur organisasi yang ada dalam perusahaan tersebut. Proyek dikatakan berhasil apabila dilakukan oleh orang yang profesional mulai dari perencanaan, pelaksanaan, sampai dengan pengendalian apabila terjadi adanya penyimpangan.

Aspek Ekonomi Sosial

Menurut Kasmir & Jakfar (2013:17) penelitian dalam aspek ekonomi sosial adalah untuk melihat berapa besar pengaruh yang ditimbulkan apabila proyek dijalankan. Pengaruh yang ditimbulkan ini tentunya terhadap ekonomi secara luas serta dampaknya terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Aspek Dampak Lingkungan

Menurut Kasmir & Jakfar (2013:17) analisis terhadap dampak lingkungan paling dibutuhkan saat ini, dikarenakan setiap proyek yang berjalan mempunyai dampak yang besar terhadap lingkungannya baik terhadap darat, air, maupun udara yang pada akhirnya berdampak terhadap makhluk hidup.

Aspek Keuangan

Menurut Fahmi (2014:145) dalam aspek keuangan dilakukan untuk membiayai hal yang akan dikeluarkan dan seberapa besar biaya yang akan dikeluarkan. Analisis pada aspek keuangan yaitu melakukan penilaian dan penentuan satuan rupiah terhadap aspek

yang dianggap layak dari keputusan yang dibuat dalam tahap analisis usaha (Sofyan, 2004:105)

Analisis SWOT

Menurut Rangkuti & Freddy (2013), Analisis SWOT merupakan kegiatan analisis yang didasarkan Pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan juga dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dan kualitatif. Metode kuantitatif digunakan dalam perhitungan pada aspek keuangan yang menghitung biaya produksi, pendapatan, laba rugi, dan Break Event Point (BEP) selama 5 bulan. Serta 6 aspek lainnya menggunakan metode kualitatif. Enam aspek tersebut meliputi aspek teknis dan teknologi, aspek ekonomi dan sosial, aspek hukum, aspek pemasaran, aspek manajemen dan organisasi, dan aspek lingkungan. Selanjutnya, penelitian ini dilakukan di UMKM Spicyedia yang berada di Jalan Taman Safari No. 45 Sukorejo, Pasuruan. Dalam penelitian ini menggunakan 3 teknik untuk mengumpulkan data yaitu dengan observasi digunakan untuk melihat langsung objek-objek yang ada di perusahaan, dokumentasi digunakan dengan cara melihat data perusahaan yang berhubungan dengan penelitian, dan wawancara yang dilakukan dengan tanya jawab secara langsung kepada pihak-pihak yang bersangkutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Ekonomi dan Sosial

Pada dasarnya dalam aspek ekonomi hal yang dilihat adalah bagaimana kontribusi suatu usaha terhadap lingkungan sekitarnya. Dengan dibukanya usaha Spicyedia memberikan dampak ekonomi yang baik bagi masyarakat karena dalam hal ini dengan adanya usaha Spicyedia memberikan peluang kerja kepada masyarakat dan memberi peluang usaha (wirausaha) sehingga jika dibuka dengan skala usaha yang lebih besar akan menampung tenaga kerja dan memberi efek pertumbuhan ekonomi. Dalam hal ini suatu usaha dikatakan layak untuk dijalankan jika usaha tersebut memiliki kontribusi yang positif bagi masyarakat.

Selanjutnya analisis sosial dilakukan untuk mengetahui dampak yang ditimbulkan dari adanya proyek bisnis yang hendak didirikan, berdasarkan analisis sosial hendaknya proyek bisnis memiliki manfaat-manfaat sosial yang dapat diterima oleh masyarakat, seperti:

- a. Membuka lapangan kerja baru
- b. Meningkatkan ekonomi masyarakat

Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa aspek sosial, dengan adanya usaha umkm Spicyedia memberikan dampak nyata dari segi sosial dan ekonomi yakni dengan didirikan usaha umkm Spicyedia menciptakan lapangan pekerjaan maupun membuka lapangan pekerjaan. Selanjutnya dalam aspek sosial dan ekonomi produk yang ditawarkan oleh Spicyedia memiliki manfaat bagi masyarakat Indonesia pada umumnya.

Aspek Hukum

- a. Analisis Kesesuaian Bisnis dengan Hukum

Spicypedia merupakan usaha perseorangan, yang dimana lokasi usahanya tidak terlalu besar dan usaha ini masih terbilang belum lama. Spicypedia ini memiliki 2 orang karyawan yang memiliki tugas sebagai packing dan produksi. Spicypedia belum memiliki izin usaha yang lengkap, dikarenakan lokasi yang bertempat merupakan rumah sendiri jadi tidak membutuhkan izin sewa tempat. Dari segi produk yang dihasilkan tidak melanggar hukum, dikarenakan bahan-bahan yang digunakan tidak beresiko serta tidak ada faktor bahan-bahan yang mengandung haram.

b. Analisis Kemampuan Memenuhi Perizinan

Spicypedia sanggup memenuhi perizinan dengan mengajukan surat izin usaha perdagangan (SIUP), sebab dalam memperoleh SIUP tersebut sangat mudan serta dengan bayaran yang relative murah. Berikut syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh SIUP perseorangan:

1. Fotocopy KTP pemilik
2. Fotocopy NPWP (jika ada)
3. Surat keterangan domisili/SITU
4. Neraca perusahaan
5. Materai 10.000

Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran pada UMKM Spicypedia dapat dianalisis dengan beberapa indikator bauran pemasaran, yaitu:

a. Strategi Produk

Spicypedia mempunyai berbagai macam produk yaitu Basreng (Bakso Goreng) dan Kripang (Kripik Pangsit), Kripsus (Kripik Usus), Kripca (Kripik Kaca) serta berbagai olahan *frozen food* seperti Boci (Bakso Aci) yang memiliki beraneka varian rasa. Strategi produk yang digunakan oleh Spicypedia adalah dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas yaitu produk olahan Spicypedia menggunakan bahan-bahan alami dan tanpa pengawet. Selanjutnya kemasan produk Spicypedia ringan, sehingga mudah untuk dibawa kemana saja dan dapat dinikmati setiap saat. Terakhir, strategi produk dengan pemberian merek yaitu "Spicypedia" dengan adanya logo dari Spicypedia yang dicantumkan dalam kemasan setiap produk dari Spicypedia.

b. Strategi Harga

Penetapan harga produk pada Spicypedia telah dianalisis tujuannya yaitu, dengan harga yang terjangkau dengan kualitas produk yang tentunya memiliki ciri khas serta tidak kalah saing dengan produk serupa lainnya. Harga yang ditetapkan Spicypedia yaitu kisaran harga mulai Rp. 9000.- hingga Rp. 60.000.- dengan berbagai macam varian ukuran produk.

Berdasarkan hasil observasi dengan dibandingkan dengan kompetitor yang menjual produk serupa dengan Spicypedia, harga produk yang ditawarkan Spicypedia lebih murah dibandingkan harga produk yang ditawarkan kompetitor. Oleh karena itu, Dengan harga murah dan terjangkau untuk semua kalangan, usaha ini dapat dikatakan layak.

c. Strategi Distribusi

Saluran distribusi produk Spicypedia dilakukan secara langsung dirumah produksinya, berlokasi di di Jalan Taman Safari 2, RT 01 RW 01 Kec. Sukorejo Kab. Pasuruan, tepatnya di rumah pemilik Spicypedia. Spicypedia memiliki mitra kerja distributor atau agendan reseller serta dropshipper untuk membantu pemasaran produknya. Sistem pemasaran Spicypedia dilakukan menggunakan media sosial dan *E-Commerce* Seperti Shopee, Tokopedia, Instagram Serta WhatsApp.

d. Promosi

Awal pendirian usaha ini masih banyak orang yang tidak mengetahui. Penjualannya pun hanya memakai WhatsApp dan *word of mouth* atau komunikasi dari mulut ke mulut. Berdasarkan hasil analisis aspek pemasaran maka dapat ditarik kesimpulan mengenai kelayakan bisnis pada UMKM Spicyedia menunjukkan sudah cukup layak untuk dikembangkan dengan melihat perkembangan penjualan dari yang kecil menjadi lebih besar.

Aspek Manajemen dan Organisasi

a. Perencanaan (Planning)

Pendekatan Perencanaan UMKM Spicyedia menggunakan pendekatan atas bawah (*Top-Down*) dalam pembuatan suatu perencanaan. Artinya perencanaan usaha dilakukan oleh pemimpin organisasi. Untuk karyawan hanya melaksanakan hal-hal yang telah direncanakan oleh pemilik.

1. Sisi janga waktu dan tingkatan manajemen

UMKM Spicyedia menerapkan perencanaan jangka pendek dalam pengaplikasian suatu rencana usaha. Untuk tingkatan manajemen UMKM Spicyedia menerapkan perencanaan operasional yang bersifat spesifik dan berjangka pendek. Perencanaan operasional pada UMKM Spicyedia lebih mengarah pada bidang fungsional usaha dalam melaksanakan kegiatan usaha sehari-hari.

2. Sisi program kerja

UMKM Spicyedia berusaha melaksanakan aktivitas produksi untuk mencapai target dan omset yang telah ditetapkan. UMKM Spicyedia juga memperkirakan penambahan jumlah karyawan dimasa yang akan datang, sehingga dibutuhkan spesifikasi kerja yang diperlukan.

b. Pengorganisasian (Organizing)

1. Langkah pengorganisasian

Tujuan UMKM Spicyedia adalah mendapatkan keuntungan yang besar dengan memberikan kepuasan maksimal kepada konsumennya. Untuk itu UMKM Spicyedia dapat mengetahui kesempatan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan melalui kualitas produk yang dihasilkan dan pelayanan yang baik.

2. Struktur Organisasi

Struktur organisasi UMKM Spicyedia disusun secara sederhana, dimana pemilik usaha berada di posisi paling atas sebagai pimpinan usaha tersebut. Kemudian di bawahnya diikuti oleh para karyawan sebagai pelaksana aktivitas yang telah ditentukan seperti bagian produksi dan bagian packing.

c. Pergerakan (Actuating)

Pemilik UMKM Spicyedia berusaha untuk menggunakan kekuasaannya secara positif, artinya pemilik memberikan arahan dan motivasi terhadap para karyawan untuk selalu dapat bekerja dengan baik dan dapat memuaskan pelanggan dengan produk yang telah dihasilkan.

d. Pengawasan (Controlling)

Pengawasan yang dilakukan oleh UMKM Spicyedia bertujuan untuk memastikan aktivitas yang telah dilaksanakan apakah sesuai dengan yang telah direncanakan. UMKM Spicyedia menerapkan metode pengawasan yang bersifat fleksibel sehingga pengawasan dapat dilakukan kapan saja beserta dengan solusi dan evaluasi. UMKM Spicyedia menerapkan laporan pengawasan sehingga apabila terjadi penyimpangan bisa dilakukan tindakan perbaikan atas kesalahan yang terjadi.

Usaha UMKM Spicyedia telah memenuhi 4 fungsi dalam aspek manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pergerakan dan pengawasan. Disamping itu

ketersediaan tenaga kerja dalam perusahaan juga memiliki spesifikasi dalam pembagian tugas sehingga tidak terjadi tumpang tindih dalam pelaksanaan pekerjaan. Struktur organisasi yang ada di UMKM Spicyedia juga jelas yakni disusun secara sederhana, dimana pemilik usaha berada di posisi paling atas sebagai pimpinan usaha tersebut. Kemudian di bawahnya diikuti oleh para karyawan sebagai pelaksana aktivitas yang telah ditentukan. Maka dapat disimpulkan bahwa berdasarkan aspek manajemen usaha UMKM Spicyedia dikatakan layak.

Aspek Lingkungan

a. Lingkungan jauh ekonomi

Mayoritas penduduk Desa Sukorejo bekerja sebagai karyawan swasta dan buruh pabrik. Dengan adanya bisnis Spicyedia ini diharapkan akan adanya lapangan pekerjaan baru bagi warga-warga yang belum atau sedang mencari pekerjaan, yang nantinya akan ditempatkan sesuai kemampuan tiap individu. Hal tersebut dapat memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar karena masyarakat mendapatkan pekerjaan serta memberikan efek ekonomi ke sektor lain.

b. Lingkungan jauh ekologi

Ancaman terhadap ekologi utamanya disebabkan oleh aktivitas manusia yang dihasilkan dari kegiatan industrial masyarakat. Maka dari itu, sebagai pelaku bisnis diharuskan untuk mempertimbangkan keadaan ekologi di wilayah sekitar agar wilayah tersebut tidak tercemari dengan adanya limbah dari produksi bisnis ini. Pada proses produksi ini tidak mengandung bahan kimia yang berbahaya. Pelaku bisnis menggunakan bahan-bahan alami seperti tepung, cabai, daun dan sebagainya sehingga tidak membutuhkan proses penanganan terlebih dahulu sebelum dibuang.

Aspek Keuangan

a. Sumber Dana

Dana yang digunakan merupakan dana sendiri dari pemilik usaha tanpa pinjaman dari pihak lain. Dana tersebut dialokasikan untuk memenuhi kebutuhan operasional bisnis.

b. Proyeksi Biaya Produksi

NO	URAIAN	TOTAL (Rp)
1.	Biaya Bahan Baku	12.234.000
2.	Biaya Bahan Penolong	7.539.000
3.	Biaya Tenaga Kerja	5.000.000
4.	Biaya Operasional	
	- Biaya listrik	100.000
	- Biaya advertising	500.000
	- Biaya packaging	5.922.000
	- Biaya lain - lain	1.500.000
TOTAL		32.795.000

c. Proyeksi Pendapatan

NO	JENIS PRODUK	KUANTITAS (pcs)	TOTAL PENJUALAN (Rp)
----	--------------	--------------------	----------------------

1.	Basreng (5 bulan)	688	21.469.000
2.	Kripang (5 bulan)	4388	11.388.000
3.	Kripsus (4 bulan)	318	13.084.000
4.	Kripca (3 bulan)	389	12.059.000
5.	Baso Aci (1 bulan)	149	3.725.000
TOTAL PENDAPATAN		1.979	61.725.000

d. Proyeksi Laba Rugi

URAIAN	JUMLAH (Rp)	TOTAL (Rp)
Penjualan		61.725.000
Biaya Variabel:		
Biaya Produksi	19.527.000	
Biaya Operasional	4.000.000	
Total Biaya Variabel		23.527.000
Margin Kontribusi		31.762.000
Biaya Tetap:		
Biaya Produksi	9.268.000	
Biaya Operasional	8.175.000	
Total Biaya Tetap		17.443.000
Laba Bersih Usaha		16.319.000

a. Break Event Point (BEP) selama 5 bulan

$$\begin{aligned}
 \text{BEP Rupiah} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Penjualan}}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 9.268.000}{1 - \frac{\text{Rp } 23.527.000}{\text{Rp } 61.725.000}} \\
 &= \text{Rp } 15.291.000
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{BEP Unit} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual Per Unit} - \text{Biaya Variabel per unit}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 9.268.000}{\text{Rp } 21.500 - \text{Rp } 1.188,83} \\
 &= 457 \text{ Unit}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan biaya biaya diatas dan BEP dari penjualan produk Spicyedia selama 5 bulan ini dihasilkan penjualan yang baik. BEP pada Spicyedia selama 5 bulan diatas menunjukkan bahwa perusahaan tidak mengalami kerugian, karena sudah dibuktikan dengan melakukan penjualan diatas BEP.

Analisis SWOT

ANALISIS SWOT SPICYPEDIA	
<p>Strength (Kekuatan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Proses bisnis yang dilakukan Spicypedia berhasil dijalankan. Dapat dibuktikandengan terjualnya ribuan pcs snack sejak berdirinya Spicypedia, yakni 2021. Spicypedia juga telah melakukan pengiriman ke luar pulau, seperti ke daerah Sumatra, Sulawesi, Kalimantan, Bali maupun Papua. 2. Spicypedia memiliki sumber daya manusiayang memiliki pengetahuan dan Pendidikan yang mumpuni. Serta kekompakan tim yang baik sehingga dapat mewujudkan visi dan misi Spicypedia secara Bersama sama. 3. Spicypedia memiliki ciri khas rasa yang sangat disenangi pelanggan, bumbu yang diberikan tidak membuat sakit tenggorokan seperti bumbu pedas pada umumnya. <i>Packaging</i> Spicypedia yang menarik juga memberikan dampak yang lebih pada penjualan Spicypedia. 	<p>Weakness (Kelemahan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya metode promosi seperti <i>live Tiktok</i> yang sedang marak saat ini. 2. Proses bisnis yang terkadang masih menjadi hambatan yakni perolehan bahan baku yang sering kehabisan sehingga menyebabkan pengambilan bahan baku pada produsenlain dengan kualitas produk yang berbeda. 3. Kurangnya peralatan canggih yang sangat dibutuhkan dalam proses produksi snack Spicypedia, sehingga memperlambat kinerja pekerja.
<p>Opportunities (Peluang)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Maraknya bisnis kuliner makanan pedas yang juga sangat disukai oleh banyak orang, sehingga hal ini menjadi salah satu peluang yang cukup besar, 2. Kesukaan pelanggan terhadap makanan pedas dengan berbagai macam variasi 3. Mudahnya penjualan, pada platform online maupun offline 	<p>Thereats (Ancaman)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya pesaing dengan produk serupa yang memiliki pelanggan setia 2. Pembuatan laporan keuangan yang belum menggunakan software akuntansi. 3. Kurang terkenalnya produk Spicypedia di platform viral seperti Tiktok. Sehingga masyarakat kurang memiliki brand trust terhadap Spicypedia.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari aspek kualitatif dan kuantitatif, dapat diambil kesimpulan mengenai studi kelayakan bisnis pada pengembangan UMKM Spicypedia. Pada aspek teknis, dapat disimpulkan bahwa sarana dan prasarana dalam UMKM Spicypedia sudah memadai, selain itu lokasi usaha dan keadaan penduduk yang cocok. Aspek teknis yang dilakukan menunjukkan sudah cukup layak untuk dikembangkan.

Pada aspek sosial dan ekonomi, dengan adanya usaha UMKM Spicypedia memberikan dampak nyata dari segi sosial dan ekonomi yakni dengan didirikan usaha UMKM Spicypedia menciptakan lapangan pekerjaan maupun membuka lapangan pekerjaan dan produk yang ditawarkan memiliki manfaat bagi masyarakat Indonesia pada umumnya. Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan aspek manajemen usaha UMKM Spicypedia dikatakan layak.

Pada aspek hukum, Spicypedia belum memiliki izin usaha yang lengkap, dikarenakan lokasi yang bertempat merupakan rumah sendiri jadi tidak membutuhkan izin sewa tempat. Sehingga pada aspek hukum ini Spicypedia belum dinyatakan layak. Pada aspek pasar dan pemasaran, berdasarkan hasil analisis aspek pemasaran maka dapat diambil kesimpulan mengenai kelayakan bisnis pada UMKM Spicypedia bahwa pada Aspek pemasaran yang dilakukan Spicypedia menunjukkan sudah cukup layak untuk dikembangkan dengan melihat perkembangan penjualan dari yang kecil menjadi lebih besar.

Pada aspek manajemen dan organisasi, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan aspek manajemen usaha UMKM Spicypedia dikatakan layak karena ketersediaan tenaga kerja dalam perusahaan memiliki pembagian tugas dan telah memiliki struktur organisasi yang jelas. Pada aspek lingkungan, dapat dilihat bahwa aktivitas yang dilakukan Spicypedia tentu akan menimbulkan dampak yang baik dan buruk. Maka perlu dilakukan analisis lingkungan sehingga dapat meminimalisir dampak buruk yang ditimbulkan dan mencari dampak baik yang dapat dimanfaatkan. Pada aspek keuangan, Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha dari UMKM Spicypedia ini dikatakan layak dijalankan karena dihitung berdasarkan rumus BEP. Spicypedia selama 5 bulan menunjukkan bahwa tidak mengalami kerugian, karena sudah dibuktikan dengan melakukan hasil penjualan BEP yang baik.

Saran

Masukan bagi UMKM Spicypedia dan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai salah satunya adalah diperlukan pengurusan aspek hukum dari UMKM Spicypedia karena dalam aspek tersebut belum memiliki usaha izin yang lengkap agar dapat memperkecil resiko usaha perusahaan yang terjadi dimasa yang akan datang. Dalam aspek lingkungan perlu dilakukan analisis lingkungan sehingga dapat meminimalisir dampak buruk yang ditimbulkan dan mencari dampak baik yang dapat dimanfaatkan.

Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya mengembangkan penelitian ini dengan menganalisis strategi perkembangan bisnis sehingga dapat diperoleh cara untuk mengembangkan dan memaksimalkan perkembangan UMKM.

Daftar Pustaka

Fahmi, Irham. 2014. *Studi Kelayakan Bisnis Dan Keputusan Investasi*. Jakarta: Mitra

Wacana Media Kamaluddin, 2004. *Studi Kelayakan Bisnis*. Malang: DIOMA

Kasmir & Jakfar. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis*. Cetakan ke Delapan. Jakarta:

Kencana. Kasmir & Jakfar. 2013. *Studi Kelayakan Bisnis*. Cetakan ke Sembilan.

Jakarta: Kencana.

Rangkuti, Freddy. 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Sofyan, Iban. 2004. *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: Graha

Ilmu Suliyanto, 2010. *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta:

Penerbit Andi.

Sunyoto Danang. 2014. *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publising Sevi