

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

4.1.1 Profil Perusahaan

UMKM “*Seblak King*” berdiri pada tahun 2019 oleh Berino namun pemilik usaha ini memiliki partner ke-2 (dua) yang bernama Shavanna Maura sebagai *manager*, usaha ini di dirikan pada masa *covid-19* sampai sekarang tahun 2025. Berawal dari kegemaran pemiliknya terhadap makanan pedas dan memasak, pemilik “*Seblak King*” melihat peluang besar untuk mengembangkan usaha seblak yang bisa diterima oleh semua kalangan. Dengan modal awal yang terbatas, usaha ini dimulai dari skala rumahan, gerobakan dan terus berkembang seiring dengan meningkatnya permintaan pasar. “*Seblak King*” terkenal dengan variasi menu seblak yang kreatif dan cita rasa yang khas.

Produk yang ditawarkan tidak hanya seblak berbasis kerupuk basah, tetapi juga dikombinasikan dengan beragam bahan lain seperti mie, sayuran, bakso, sosis, dan pilihan topping lainnya. “*Seblak King*” ini juga menjual beberapa camilan seperti kentang goreng, siomay goreng, siomay kukus, udang rambutan, pangsit kuah, pangsit nyemek. Melalui pemasaran yang tepat dan inovasi produk yang konsisten, “*Seblak King*” telah berhasil membangun brand yang kuat di pasar lokal dan mempertahankan kualitas rasa yang konsisten dari awal di dirikan usaha ini sampai sekarang dan terus menambahkan kombinasi pilihan menu maupun level “*Seblak King*”. “*Seblak King*” juga berhasil melakukan *survive* dalam usaha ini, yang mana sekarang banyak pesaing yang

juga menjual produk yang sama yaitu makanan seblak. UMKM “*Seblak King*” berlokasi di Desa Krajan, Kecamatan Purwoharjo, Kabupaten Banyuwangi.

Cabang utama UMKM ini terletak di Kecamatan Purwoharjo dan memiliki 3 (tiga) cabang yang berlokasi di Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi dan cabang Kabupaten Jember, di mana tempat ini sangat strategis karena dekat dengan pusat aktivitas masyarakat seperti kampus, perkantoran, dan area pemukiman. Lokasi usaha “*Seblak King*” utama berada di Desa Krajan Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi, yang mana pemilik usaha merintis usaha pertamanya lalu dapat berkembang seperti sekarang sampai memiliki 3 (tiga) cabang lokasi usaha Seblak. Pemilik usaha berhasil mengembangkan usaha ini dari kecil hingga sekarang di tengah-tengah persaingan usaha Seblak yang semakin banyak dan memiliki variasi menu yang sama juga. UMKM “*Seblak King*” berhasil mempertahankan ciri khas tersendiri yang terletak di rasa atau bumbu khas Seblak yang diolah dan diracik sendiri oleh pemilik usaha.

Seiring berkembangnya usaha, “*Seblak King*” terus meningkat dalam kualitas produk dan layanan. Hal ini dibuktikan dengan adanya varian topping seblak dan menu seblak paket seblak serta strategi pemasaran yang dikembangkan secara efektif agar terus berkembang yang memberikan akses dalam konsistensi rasa menjadi daya tarik utama yang membuat pelanggan setia terus bertambah. Dalam operasionalnya “*Seblak King*” ini memberdayakan masyarakat sekitar sebagai bagian dari tim produksi dan operasional. Hal ini tidak hanya memberikan dampak ekonomi bagi lingkungan sekitar, tetapi juga memperkuat semangat kolaborasi dan pemberdayaan komunitas masyarakat sekitar.

Lokasi yang strategis ini membantu “*Seblak King*” dalam menarik pelanggan dari berbagai kalangan, terutama para pelajar, mahasiswa, dan pekerja yang mencari makanan siap saji dengan cita rasa pedas dan harga terjangkau.

Target pasar utama “*Seblak King*” adalah generasi muda dan pecinta kuliner pedas. Dengan harga yang kompetitif dan menu yang variatif, “*Seblak King*” juga berhasil menarik perhatian pelanggan yang ingin mencoba variasi seblak dengan cita rasa berbeda. Dalam pengelolaan pengelolaan usaha UMKM “*Seblak King*” mengedapankan prinsip inovasi, dan keberlanjutan. Desa Krajan Kecamatan Purwoharjo ini merupakan salah satu Kecamatan yang sudah maju di Kabupaten Banyuwangi yang mana lingkungan sekitar sangat mendukung untuk membuka dan mengembangkan usaha. UMKM “*Seblak King*” berkomitmen untuk terus berkembang, menciptakan inovasi, dan memperluas pasar dan diharapkan UMKM “*Seblak King*” mampu menjadi inspirasi bagi UMKM lain dalam mengembangkan usaha kuliner yang berbasis kearifan lokal dan daya saing tinggi.

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi:

Menjadi pelopor dan brand terdepan dalam industri kuliner seblak yang menawarkan produk berkualitas dan cita rasa khas untuk berbagai kalangan.

Misi:

1. Terus berinovasi dalam menciptakan variasi menu seblak yang menarik dan sesuai dengan tren kuliner.
2. Memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dengan harga yang terjangkau.
3. Memperluas pangsa pasar dengan membuka outlet di berbagai lokasi strategis.

4. Menyajikan produk seblak dengan bahan berkualitas dan rasa autentik.

4.1.1 Logo UMKM “*Seblak King*”



Gambar 4. 1 Logo UMKM

Sumber: Data perusahaan, 2024

4.1.2 Lokasi Usaha

Lokasi usaha “*Seblak King*” yang berdiri tiga cabang:

1. Cabang pertama: Desa Krajan, Kecamatan Purwoharjo, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur 68483
2. Cabang kedua: Desa Krajan, Dusun Krajan, Kedungrejo, Kecamatan Muncar, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur 68472
3. Cabang ketiga: Jalan Tidar, Kloncing, Karangrejo, Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68121

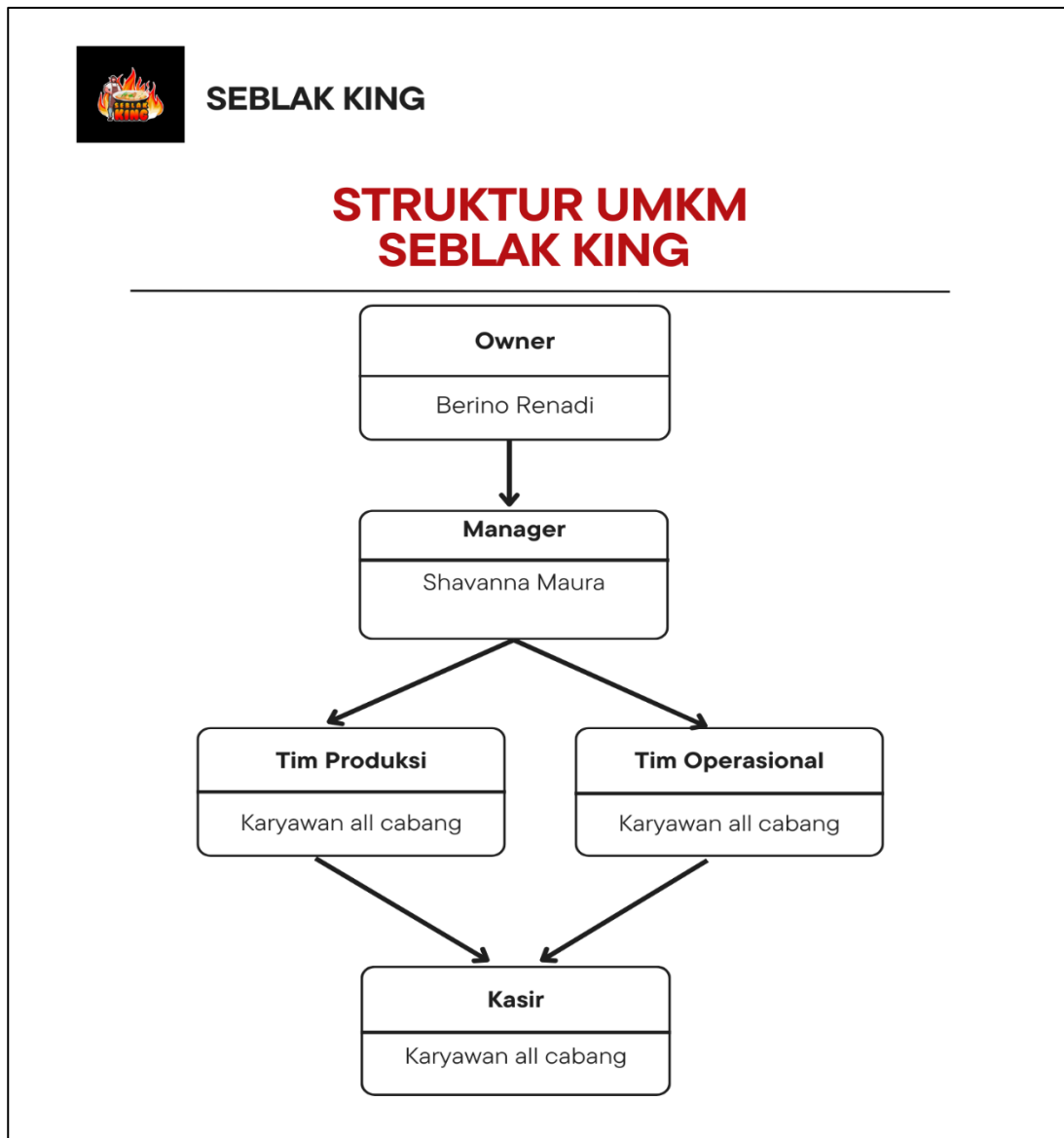
4.1.3 Budaya UMKM

Budaya kerja yang diterapkan di “*Seblak King*” sangat mencerminkan nilai kekeluargaan, kolaborasi, dan inovasi. Setiap karyawan dianggap sebagai bagian penting dari keluarga besar “*Seblak King*”, di mana komunikasi terbuka dan dukungan antar pegawai sangat ditekankan. Pemilik UMKM secara aktif mendorong inovasi dalam menu, serta memberikan pelatihan internal bagi setiap karyawan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan produksi.

Beberapa nilai budaya yang diterapkan antara lain:

- a. Kekeluargaan karyawan dianggap sebagai anggota keluarga, dengan interaksi yang hangat dan saling mendukung, serta kedisiplinan waktu baik dalam produksi maupun layanan merupakan prioritas pelanggan.
- b. Kreativitas dan Inovasi yang mana setiap karyawan diharapkan untuk terus mengembangkan ide-ide baru dalam pembuatan produk maupun strategi pemasaran.
- c. Kualitas Layanan UMKM “*Seblak King*” menekankan pentingnya memberikan pelayanan yang ramah dan cepat kepada konsumen, dengan selalu berusaha memenuhi kebutuhan pelanggan.

4.1.4 Struktur Organisasi UMKM “Seblak King”



Gambar 4. 2 Struktur Organisasi

Sumber: Data perusahaan, 2024

Tabel 4. 1 Tugas dan Fungsi pada “*Seblak King*”

Owner	1. Merencanakan dan menentukan visi, misi, serta strategi pengembangan usaha. 2. Mengawasi dan mengevaluasi kinerja keseluruhan divisi. 3. Membuat keputusan penting terkait operasional, keuangan, dan pemasaran. 4. Menjalinkan kemitraan dengan pihak luar untuk meningkatkan peluang bisnis. 5. Memberikan arahan kepada setiap divisi untuk memastikan pencapaian target usaha.
Manager	1. Memastikan target produksi dan penjualan tercapai. 2. Mengawasi kualitas produk dan pelayanan pelanggan. 3. Memberikan arahan kepada tim produksi, operasional, dan kasir. 4. Melakukan evaluasi kerja tim secara berkala. 5. Menyusun laporan harian/mingguan/bulanan kepada pemilik usaha. 6. Menangani keluhan pelanggan yang tidak bisa diselesaikan oleh tim lain. 7. Memonitor stok bahan baku dan memastikan ketersediaannya.
Karyawan Operasional	1. Mengelola stok bahan baku dan barang jadi. 2. Melakukan pembelian bahan baku jika diperlukan. 3. Memastikan alat dan fasilitas usaha selalu siap digunakan. 4. Mengelola pengiriman pesanan pelanggan (jika ada layanan delivery).

	5. Membantu supervisor dalam menyelesaikan permasalahan teknis operasional. 6. Menjaga hubungan baik dengan supplier dan pelanggan.
Karyawan Produksi	1. Melaksanakan proses produksi seblak sesuai standar operasional yang ditetapkan. 2. Menyiapkan bahan baku dan memastikan kualitas produk yang dihasilkan. 3. Memastikan kebersihan dan kelayakan peralatan produksi. 4. Mengelola waktu produksi untuk memenuhi permintaan pelanggan tepat waktu. 5. Membantu dalam pengemasan produk sebelum distribusi atau penjualan.
Kasir	1. Mengelola transaksi penjualan, baik secara tunai maupun digital. 2. Membuat catatan harian tentang pendapatan dan memberikan laporan kepada kepala keuangan. 3. Memberikan pelayanan yang ramah dan cepat kepada pelanggan saat bertransaksi. 4. Memastikan keamanan uang tunai dan menjaga akurasi dalam penghitungan. 5. Membantu pelanggan dengan informasi terkait produk dan promosi yang sedang berlangsung.

Sumber: Data perusahaan, 2024

4.1.5 Bidang Usaha

Seblak adalah salah satu makanan yang di gemari dan banyak peminatnya pada masa kini baik dari kalangan anak sekolah sampai orang dewasa. Seblak adalah makanan yang berbahan dasar kerupuk yang di olah dengan rempah rempah kencur sebagai bahan utama serta cabai sebagai kombinasi rasa pedas dan di padukan dengan protein lain seperti telur dan olahan sapi atau ikan lainnya seperti sosis dan olahan baso seafood. “*Seblak King*” merupakan usaha kuliner yang bergerak di bidang makanan khas Indonesia, khususnya makanan khas Sunda yaitu seblak.

Seblak merupakan hidangan berbahan dasar kerupuk yang dimasak dengan bumbu khas seperti kencur, cabai, bawang putih, dan berbagai tambahan topping seperti bakso, ceker, sosis, telur, cuanki, mie kuning, sayur hijau, kerupuk kering, serta berbagai varian lainnya. “*Seblak King*” didirikan dengan tujuan untuk menyediakan seblak dengan cita rasa autentik dan inovatif, serta menghadirkan berbagai varian rasa dan tingkat level yang dapat disesuaikan dengan selera pelanggan. Dalam perkembangannya, “*Seblak King*” telah memperluas pasarnya dengan sistem penjualan offline melalui gerai langsung serta online melalui WhatsApp dan kurir khusus untuk pelanggan *delivery*. Jenis produk atau menu seblak sangat bervariasi jenisnya serta pelanggan dapat memilih topping seblak dan tingkat kepedasan atau level yang dipilih sesuai selera masing-masing, dikarenakan “*Seblak King*” ini mempunyai sistem prasmanan dan juga paket.

4.1.6 Tujuan Pendirian Usaha

Tujuan utama pendirian usaha “*Seblak King*” sama seperti usaha pada umumnya yaitu untuk mencari laba dan mengembangkan potensi hobi memasak dari pemilik usaha tersebut. Selain itu UMKM “*Seblak King*” juga memiliki tujuan untuk menciptakan lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar. Hasil yang diharapkan UMKM dalam kegiatan operasional adalah untuk meningkatkan perekonomian daerah, dan juga diharapkan dapat mewujudkan kesejahteraan masyarakat dengan menyerap tenaga kerja yang masih dalam masa produktif untuk mengurangi angka pengangguran di lingkungan sekitar.

4.1.7 Produk UMKM “*Seblak King*”

UMKM “*Seblak King*” memiliki berbagai macam pilihan paket seblak, topping seblak serta pilihan menu lainnya, produk “*Seblak King*” antara lain:

1. Topping Bakso *Seafood* “*Seblak King*”



Gambar 4. 3 Topping Bakso *Seafood*

Sumber: Data perusahaan, 2024

Berikut merupakan pilihan topping yang disediakan oleh “*Seblak King*”, topping seblak ini terdiri dari berbagai macam sosis maupun olahan baso seafood. Pelanggan langsung bisa memilih sesuai dengan selera masing-masing dan dapat menyesuaikan harga dengan topping yang dipilih. Baso seafood ini akan terus *fresh* dikarenakan penyimpanan di dalam freezer dan penyimpanan tidak sampai satu minggu sudah habis dan digantikan stock yang baru.

2. Bahan dasar “*Seblak King*”



Gambar 4. 4 Bahan Dasar Seblak

Sumber: Data perusahaan, 2024

Berikut merupakan pilihan bahan dasar “*Seblak King*” yang kering seperti aneka kerupuk mentah, cuanki, pilus, batagor kering, tahu kering, telur, sayur hijau, jamur enoki dan pilihan level seblak yang dapat langsung dipilih oleh pelanggan sesuai selera masing-masing. Bahan dasar ini merupakan bahan utama yang digunakan para penjual seblak yang mana kerupuk merupakan khas utama atau kondimen utama dari makanan seblak yang direbus lalu dicampur dengan bumbu seblak serta kondimen lainnya.

3. Bumbu Utama “Seblak King”



Gambar 4. 5 Bumbu Utama Seblak

Sumber: Data perusahaan, 2024

Berikut merupakan bumbu utama yang digunakan untuk memasak seblak yaitu kencur dan cabai yang sudah di haluskan. Untuk tingkat level pedas yang dipilih oleh pelanggan disesuaikan dengan takaran berapa sendok cabai halus ini.

4. Pilihan level “Seblak King”



Gambar 4. 6 Pilihan Level

Sumber: Data perusahaan, 2024

Berikut merupakan pilihan level “*Seblak King*” yang mempunyai harga berbeda-beda disetiap level. Disini terdapat perbedaan harga semakin tinggi level yang dipilih juga semakin naik harganya, jadi customer bisa menyesuaikan selera level yang dipilih serta *budget* yang dimiliki.

5. Tampilan “*Seblak King*” setelah diolah dari mentah menjadi Seblak

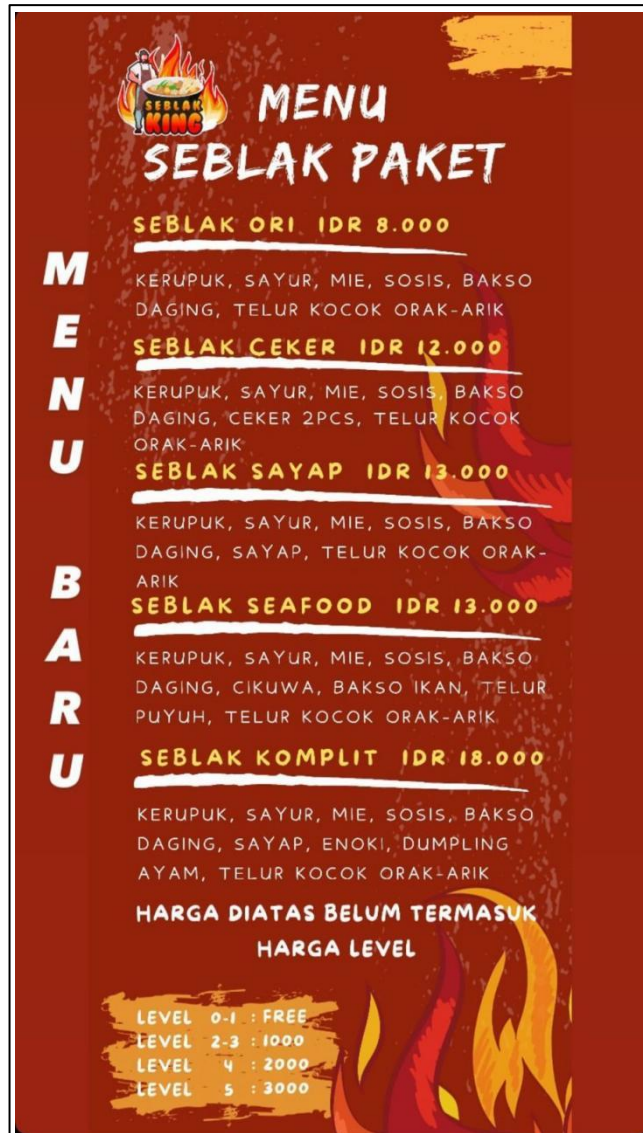


Gambar 4. 7 Produk seblak yang sudah siap saji

Sumber: Data perusahaan, 2024

Berikut merupakan tampilan Seblak setelah diolah dari bahan-bahan mentah menjadi hidangan Seblak yang siap disajikan kepada pelanggan. Produk seblak yang terdiri dari bumbu kencur, bumbu cabai, kerupuk, cuanki, tahu kering, sayur, pilus dan topping lainnya menyesuaikan pilihan pelanggan.

6. Menu Paket “Seblak King”



Gambar 4. 8 Menu paket seblak

Sumber: Data perusahaan, 2024

Gambar diatas merupakan pilihan menu seblak paket yang disediakan oleh “Seblak King”, menu paket ini adalah alternatif pelanggan untuk mendapatkan harga murah atau pelanggan tidak mau memilih topping sendiri.

7. Kedai “Seblak King” Kecamatan Purwoharjo



Gambar 4. 9 Kedai utama Kecamatan Purworejo

Sumber: Data perusahaan, 2024

Kedai “Seblak King” Desa Krajan, Kecamatan Purwoharjo, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur yang merupakan tempat mahasiswa melakukan penelitian. Kedai yang terletak di Desa Krajan Kecamatan Purwoharjo ini merupakan cabang utama sebelum membuka cabang di Kecamatan Muncar, Banyuwangi serta Kabupaten Jember.

4.1.8 Aspek Kelayakan Usaha

Secara garis besar analisis kelayakan usaha merupakan proses untuk menentukan apakah sebuah bisnis layak dijalankan atau tidak. Kelayakan dalam analisis ini mencakup aspek untuk menentukan apakah usaha yang dijalankan akan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan atau tidak. Hal ini juga dimaksudkan untuk menetapkan kelayakan dapat diartikan bahwa usaha tersebut akan memberikan keuntungan finansial dan non finansial atau tidak, kemudian melihat apakah

hasil yang didapat sudah sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan atau tidak (Adnyana, 2020).

Secara garis besar analisis kelayakan usaha adalah proses untuk menentukan apakah usaha ini layak untuk dijalankan atau tidak. Kelayakan dalam analisis ini mencakup beberapa aspek untuk menentukan apakah usaha yang dijalankan akan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan atau tidak. Selain itu dalam lingkup usaha ini memiliki tujuan utama dari kelayakan usaha adalah mengetahui potensi keuntungan yang berorientasi pada aspek finansial. Aspek kelayakan usaha ini mencakup beberapa aspek sebagai penentu kelayakan usaha seperti aspek hukum, aspek pemasaran, aspek keuangan, aspek manajemen, aspek ekonomi sosial, dan indikator kelayakan bisnis.

4.1.9 Aspek Hukum

Secara garis besar aspek hukum dalam kelayakan usaha meninjau tentang kelengkapan dan keabsahan dokumen pendukung usaha, baik itu sebagai badan usaha atau perizinan lainnya. Hal ini sangat penting bagi pemilik usaha untuk menjalankan usaha, sebab dokumen ini akan menjadi pendukung yang harus dimiliki apabila suatu saat timbul masalah mengenai legalitas usaha. Terkait hal ini dilakukan validasi untuk memastikan kebenaran dokumen tersebut.

Dari pernyataan tersebut, dipastikan bahwa UMKM “*Seblak King*” sudah memenuhi berkas terkait legalitas usaha. Dari hal tersebut berikut adalah berkas-berkas legalitas usaha “*Seblak King*”:

1. Surat Perizinan Usaha

Surat perizinan usaha ini dapat dinyatakan dokumen yang diterbitkan oleh Menteri Investasi atau Kepala Badan Koordinasi Modal. Dokumen tersebut dapat memberikan status legal secara hukum untuk sebuah usaha, terutama jika terjadi konflik saat keberjalanan usaha berlangsung dokumen ini dapat memperjelas kedudukan kepemilikan usaha.

	
PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO NOMOR INDUK BERUSAHA: 2711230397883	
Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:	
1. Nama Pelaku Usaha	: BERINO RENADI
2. Alamat	: DSN. BULUREJO, KEC. PURWOHARJO, KAB. BANYUWANGI, JAWA TIMUR, INDONESIA, Desa/Kelurahan Purwoharjo, Kec. Purwoharjo, Kab. Banyuwangi, Provinsi Jawa Timur
3. Nomor Telepon Seluler	: +6285784431748
Email	: -
4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI)	: Lihat Lampiran
5. Skala Usaha	: Usaha Mikro
NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepastian, pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Laport Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLKP).	
Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.	
NIB ini merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai sertifikasi jaminan produk halal berdasarkan pernyataan mandiri pelaku usaha dan setelah memperoleh pembinaan dan/atau pendampingan Proses Produk Halal (PPH) dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.	
Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 27 November 2023	
Menteri Investasi/ Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,  Ditandatangani secara elektronik	
Dicetak tanggal: 27 November 2023	

Gambar 4. 10 Surat Perizinan Usaha

Sumber: Data perusahaan, 2024

2. Nomor Induk Berusaha

Nomor Induk berusaha atau biasa disebut dengan NIB usaha merupakan nomor identitas dari pelaku usaha yang dikeluarkan oleh pemerintah melalui lembaga. NIB sendiri dapat dibedakan sesuai dengan keluaran produk yang dihasilkan. Selain dapat digunakan sebagai identitas pemilik usaha, NIB dapat digunakan sebagai tanda daftar usaha maupun dijadikan sebagai syarat mendapatkan surat izin usaha perdagangan ataupun berkas legalitas usaha lainnya.



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2711230397883

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

1. Nama Pelaku Usaha	: BERINO RENADI
2. Alamat	: DSN. BULUREJO, KEC. PURWOHARJO, KAB. BANYUWANGI, JAWA TIMUR, INDONESIA, Desa/Kelurahan Purwoharjo, Kec. Purwoharjo, Kab. Banyuwangi, Provinsi Jawa Timur
3. Nomor Telepon Seluler	: +6285784431748
Email	: -
4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI)	: Lihat Lampiran
5. Skala Usaha	: Usaha Mikro

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepastian, pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Laporan Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLKP).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

NIB ini merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai sertifikasi jaminan produk halal berdasarkan pernyataan mandiri pelaku usaha dan setelah memperoleh pembinaan dan/atau pendampingan Proses Produk Halal (PPH) dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 27 November 2023

**Menteri Investasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,**



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 27 November 2023

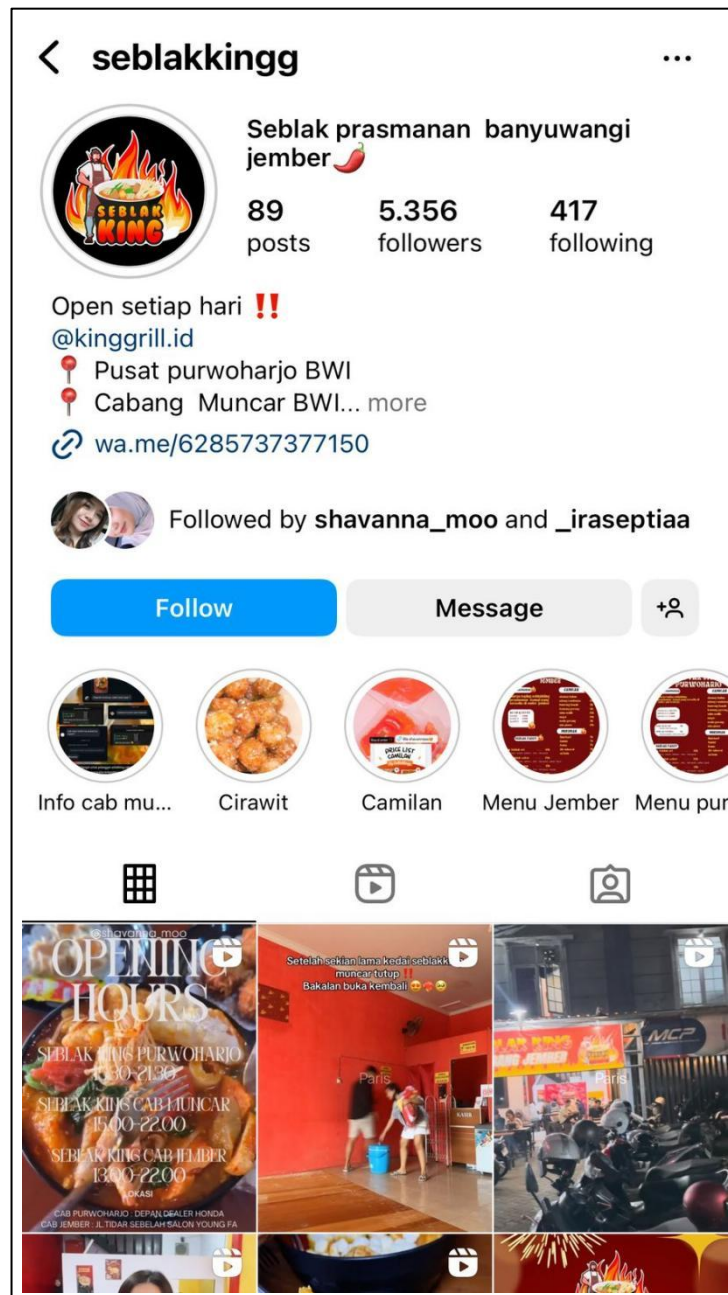
Gambar 4. 11 Nomor Induk Berusaha

Sumber: Data perusahaan, 2024

4.1.10 Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran yang telah dibahas cukup panjang pada sub bab sebelumnya, namun dalam keberjalanan usaha analisis kelayakan usaha tersebut lebih mencakup penilaian dari segi peluang pasar. Dengan kata lain seberapa besar pasar yang ada untuk produk yang ditawarkan dan seberapa luas UMKM menguasai pasar tersebut. Dalam hal ini titik yang perlu dianalisis adalah seberapa kuat UMKM “*Seblak King*” di pasar tersebut, seberapa luas jangkauan sasaran yang dituju, dan bagaimana caranya UMKM memaksimalkan pemasaran untuk hal tersebut.

Dalam observasi UMKM “*Seblak King*”, pasar utamanya adalah masyarakat Kecamatan Purwoharjo dan lebih luasnya dapat dijangkau masyarakat Kabupaten Banyuwangi. UMKM “*Seblak King*” ini juga memiliki pelanggan dari luar Kecamatan Purwoharjo, dikarenakan pada pemasaran yang dilakukan oleh pemilik usaha melalui media online seperti Instagram, promosi WhatsApp dan *endorse influencer* jadi memiliki jangkauan pasar yang luas. Melalui aspek pemasaran dan promosi yang terus menerus dilakukan oleh UMKM, hal ini dapat mempertahankan dan menarik pelanggan lama maupun pelanggan baru untuk terus menikmati “*Seblak King*” sebagai makanan *favorit*.



Gambar 4. 12 Akun Instagram UMKM

Sumber: Data perusahaan, 2025

Dari gambar diatas dapat diketahui akun Instagram atau media promosi UMKM yang digunakan oleh pemilik usaha untuk melakukan promosi atau pemasaran mengenai produk atau usaha “*Seblak King*”. Dari bantuan media online ini dapat

membantu pemilik usaha untuk menambah jangkauan pasar dan terus update mengenai kelayakan usaha dari ramainya pengunjung setiap harinya.

Dari wawancara tersebut penggunaan akun media sosial sudah lumayan maksimal, melalui bantuan media online ini akan terus memperluas jangkauan pelanggan setiap harinya. Dari hasil ini dapat dikatakan bahwa analisis aspek pemasaran secara langsung sudah maksimal jika dilihat dari hasil yang ada. Meski begitu pemilik usaha harus terus mempertahankan konsisten media online sebagai wadah promosi mereka untuk mempertahankan kepercayaan terhadap pelanggan dan dapat terus dimaksimalkan untuk waktu mendatang.

4.1.11 Aspek Keuangan

Aspek keuangan dalam analisis kelayakan usaha secara garis besar berpusat pada kondisi finansial usaha, terutama pada biaya operasional selama keberjalanan usaha. Pembahasan pada sub bab ini akan lebih berfokus pada kelayakan kondisi keuangan dalam kurun waktu tahun 2022 sampai dengan tahun 2024, pengamatan pada laporan menyatakan bahwa perusahaan dalam kondisi yang baik dari segi keuangan. Untuk memastikan hal tersebut dilakukan dalam wawancara dalam mendapatkan informasi tambahan terkait keuangan usaha.

4.1.12 Aspek Manajemen

Aspek manajemen dalam analisis kelayakan usaha berfokus pada pengelolaan usaha dan struktur organisasi usaha. Dalam hal ini usaha dinyatakan berhasil jika dijalankan oleh orang-orang yang sesuai. Hal tersebut mencakup perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan perbaikan. Pada sub bab sebelumnya telah dipaparkan

struktur organisasi yang dimiliki oleh UMKM “*Seblak King*”. Karena itu analisis kelayakan usaha terkait aspek manajemen lebih berfokus pada peninjauan apakah struktur tersebut sudah berjalan dengan baik atau belum.

Melalui observasi yang dilakukan pada struktur usaha “*Seblak King*” terdapat beberapa divisi atau tim yang dibentuk. Dibentuknya tim atau divisi ini bertujuan untuk mempermudah keberjalanan operaisonal usaha, yang mana setiap tim atau anggota mempunyai tanggung jawab masing-masing.

4.1.13 Aspek Ekonomi Sosial (SDM)

Aspek ekonomi sosial dalam analisis kelayakan usaha berfokus pada pengaruh yang diberikan usaha terhadap lingkungan ekonomi dan masyarakat sosial di sekitar, terutama kecamatan Purwoharjo. Eksistensi UMKM “*Seblak King*” sudah menjadi potensi lapangan pekerjaan dan mampu memanfaatkan sumber daya manusia yang masih produktif di lingkungan sekitar. Pengaruh yang sangat jelas diberikan usaha pada masyarakat adalah pemberdayaan, terutama tenaga pekerja dengan keahlian produksi dan pemasaran.

4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.2.1 Analisis Kelayakan Usaha

Secara garis besar analisis kelayakan usaha adalah proses untuk menentukan apakah usaha ini layak untuk dijalankan atau tidak. Kelayakan dalam analisis ini mencakup beberapa aspek untuk menentukan apakah usaha yang dijalankan akan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan atau tidak. Selain itu dalam lingkup usaha ini memiliki tujuan utama dari kelayakan usaha adalah mengetahui potensi keuntungan yang berorientasi pada aspek finansial.

4.2.1.1 Analisis Kelayakan Usaha

Dalam analisis kelayakan usaha ini tidak lupa dengan proses mempertahankan usaha dengan cara masing-masing. Analisis kelayakan usaha merupakan suatu kegiatan mengevaluasi, menganalisis, dan menilai layak atau tidak suatu proyek bisnis yang dijalankan. Analisis ini memiliki penilaian yang menyeluruh untuk menilai suatu keberhasilan proyek. Menurut informan A-1 selaku *owner* 1 (satu), berpendapat sebagai berikut:

“... Analisis kelayakan usaha ini memang sangat diperlukan untuk melihat hasil perkembangan usaha khususnya dalam aspek keuangan dan aspek pemasaran, dikarenakan dalam 2 (dua) aspek ini yang sangat penting dalam proses perkembangan usaha agar bisa dikatakan layak atau tidak untuk dijalankan”. (Wawancara, 30 November 2024)

Sedangkan informan A-2 yang juga *owner* 2 (dua) menyatakan bahwa:

“... Sebagai manager memiliki kontribusi membantu *Owner* untuk proses pemasaran dan produksi. Dari sini pemilik usaha dapat mempertahankan keberjalanan usaha dari hasil promosi agar dipercaya oleh pelanggan serta menarik pelanggan baru. Disisi lain dari hasil manajemen keuangan yang berlangsung itu juga perlu ditingkatkan terus dan dilakukan evaluasi untuk mempertahankan kelayakan usaha dan usaha layak untuk dijalankan”. (Wawancara, 30 November 2024)

Berdasarkan informasi dari kedua informan dapat disimpulkan bahwa keberlangsungan usaha dapat dipertahankan melalui semua aspek khususnya dalam aspek pemasaran, aspek produksi dan aspek keuangan. Melalui ini usaha akan terus terkontrol keberjalanannya serta dapat dilihat secara berkala usaha bertahan naik atau turun serta layak atau tidak untuk dijalankan.

4.2.1.2 Aspek Hukum

Aspek Hukum ini membahas tentang kelengkapan dan keabsahan dokumen usaha atau Bisnis, bentuk badan usaha dan izin yang dimiliki perusahaan sesuai dengan dasar hukum yang berlaku. Menurut informan A-1 selaku *owner* 1 (satu), berpendapat sebagai berikut:

“... Perusahaan sudah berdiri dari tahun 2019, akan tetapi UMKM “*Seblak King*” ini baru mendapatkan atau mengurus dokumen Nomor Induk Berusaha dan surat perizinan usaha pada tahun 2023 sejak keberjalanan UMKM sudah mulai stabil. Dengan adanya NIB dan surat perizinan usaha ini UMKM mempunyai legalitas yang sah untuk menjalankan usaha kedepan”. (Wawancara, 30 November 2024).

Dari hasil wawancara diatas, maka dapat dikatakan bahwa usaha “*Seblak King*” sudah layak dalam kategori bisnis atau usaha yang mempunyai legalitas hukum. Sebab dokumen ini akan menjadi pendukung yang harus dimiliki apabila suatu saat timbul masalah mengenai legalitas usaha.

4.2.1.3 Aspek Pemasaran

Aspek Pemasaran merupakan pemahaman utama mengenai pengaruh yang ingin dituju dalam hal tingkat permintaan dalam sasaran pasar. Pasar utama UMKM ini adalah masyarakat sekitar Kecamatan Purwoharjo dan sekitarnya. Dengan adanya strategi Pemasaran ini, suatu perusahaan atau wirausahawan dapat mengembangkan strategi pemasarannya. Menurut informan A-1 selaku *owner* 1 (satu), berpendapat sebagai berikut:

“... Proses promosi usaha “*Seblak King*” awalnya hanya berfokus pada media whatsapp, lalu seiring berjalannya waktu saya membuat akun Instagram ini untuk memperluas jangkauan pasar dan untuk membuat konten promosi untuk menarik serta mempertahankan pelanggan “*Seblak*”

King” dan terus menciptakan inovasi baru. (Wawancara, 30 November 2024).

Sedangkan informan A-2 yang juga *owner* 2 (dua) menyatakan bahwa:

“...UMKM “*Seblak King*” mencoba untuk terus berkomitmen dalam mempertahankan promosi usaha khususnya di sosial media Instagram yang sudah dirintis dari awal berdirinya usaha sampai sekarang, yang bisa dilakukan untuk terus *update* mengenai keberlangsungan penjualan “*Seblak King*” agar dapat mempertahankan kepercayaan pelanggan. Kami juga menciptakan inovasi baru yaitu olahan sebak instan yang dijual pada platform *e-commerce* agar pelanggan yang tidak berada disekitar kedai bisa membeli dan menciptakan jangkauan pasar yang lebih luas. (Wawancara, 30 November 2024).

Selain itu, informan A-3 selaku staf Operasional menyatakan bahwa:

“... Sebagai staf Operasional juga membantu keberlangsungan proses promosi produk Seblak dengan pelanggan, yang mana melakukan proses promosi pada saat pelanggan datang dan membayar pesanan seperti menawarkan topping seblak lain atau paket seblak lainnya, serta membantu keberjalanan membuat konten promosi dengan *owner* atau *influencer* yang sedang ada kerjasama dengan “*Seblak King*”. (Wawancara, 30 November 2024).

Berdasarkan informasi dari ketiga informan di atas dapat disimpulkan bahwa proses pemasaran “*Seblak King*” ini terus dilakukan di sosial media untuk terus menumbuhkan rasa kepercayaan pelanggan terhadap UMKM “*Seblak King*”, dan ini juga salah satu bentuk komitmen UMKM dalam proses pemasaran yang dilakukan untuk memperluas jangkauan pasar.

4.2.1.4 Aspek Keuangan

Aspek keuangan dalam analisis kelayakan usaha secara garis besar berpusat pada kondisi finansial usaha, terutama dalam biaya operasional selama keberjalanan usaha. Dalam aspek keuangan ini dapat dilihat apakah perusahaan sudah layak sesuai

standar yang ditentukan dan usaha layak untuk dijalankan atau dikembangkan.

Menurut informan A-1 selaku *owner* 1 (satu), berpendapat sebagai berikut:

“... Pada keberjalanan dari awal usaha tahun 2019 sampai sekarang tahun 2024 cukup baik dan memiliki keuntungan yang baik, walaupun pada awal merintis usaha “*Seblak King*” ini sempat beberapa kali mengalami kendala dikarenakan pandemic *covid-19* dan kami hanya mengandalkan promosi melalui whatsapp dan Instagram dan belum banyak dikenal orang. Akan tetapi kami konsisten dalam menjalankan usaha ini dan sampai pada saat ini sudah membuka tiga cabang dan menghasilkan keuntungan yang besar. Dengan keuntungan ini dari modal awal yang dikeluarkan mendapatkan hasil yang lebih dari modal awal membuka usaha”. (Wawancara, 30 November 2024).

Sedangkan informan A-2 yang juga *owner* 2 (dua) menyatakan bahwa:

“... Pada bagian keuangan ini saya sebagai *owner* 2 (dua) atau manager memiliki tanggung jawab untuk merekap semua keuangan keluar masuk dari awal berdirinya usaha ini sampai sekarang, untuk memetakan modal awal sampai pengeluaran operasional serta keluar masuk keuangan “*Seblak King*”. Rekap keuangan ini yang awalnya masih manual dan belum memiliki struktur yang baik, sekarang kami terus memperbaiki pengelolaan keuangan dan pembukuan yang baik agar tercipta pengelolaan pembukuan keuangan “*Seblak King*” yang baik. (Wawancara, 30 November 2024).

Berdasarkan informasi dari kedua informan diatas dapat disimpulkan bahwa kedua *Owner* ini saling bekerjasama untuk mengelola keuangan “*Seblak King*” agar terus terjaga dengan baik dan dapat dikelola dengan baik laba yang dihasilkan dari penjualan seblak. Hasil wawancara dapat dipastikan bahwa memang hasil laporan yang ada di lapangan dan pernyataan pemilik usaha dalam mendukung informasi yang ada. Terkait pembahasan analisis keuangan sendiri akan dibahas pada sub bab selanjutnya terkait indikator kelayakan bisnis yang berfokus pada keuangan usaha.

4.2.1.5 Aspek Manajemen

Aspek manajemen dalam analisis kelayakan usaha berfokus pada pengelolaan usaha dan struktur organisasi usaha. Dalam hal ini dinyatakan berhasil jika dijalankan oleh orang-orang yang sesuai. Hal tersebut mencakup Perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan perbaikan. Menurut informan A-2 selaku *owner* 2 (dua), berpendapat sebagai berikut:

“... Untuk mempermudah keberjalanan operasional usaha ini saya membentuk tim atau divisi pada setiap cabang “*Seblak King*”. Yang mana setiap divisi ini memiliki tanggung jawab masing-masing, akan tetapi semuanya tetap dibawah pengawasan *Owner* UMKM “*Seblak King*”. Akan tetapi walaupun sudah dibentuk divisi ini semua anggota atau karyawan harus tetap saling membantu antar tanggung jawab, contohnya pada saat kedai lagi ramai dan kekurangan sumber daya manusia jadi semuanya agar tetap bisa jalan dengan baik. Selain itu sebagai manager harus mengontrol mengenai keberjalanan manajemen usaha ini agar tetap berjalan sesuai tugas dan fungsinya”. (Wawancara, 30 November 2024).

Dilihat dari hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa setiap divisi dalam struktur usaha “*Seblak King*” dapat melengkapi satu sama lain. Posisi yang dipegang setiap karyawan itu sudah menjadi tanggung jawab mereka dan tetap saling melengkapi antar divisi untuk kelancaran proses produksi dan pelayanan pelanggan.

4.2.1.5 Indikator Kelayakan Bisnis

Terdapat banyak aspek yang dapat digunakans ebagai indikator kelayakan bisnis ini, namun secara finansial indikator tersebut dapat dipersempit dan dipilah berdasarkan kebutuhan analisis. Menurut adnyana (2020), indikator yang dapat digunakan dalam analisis kelayakan finansial dalam usaha salah satunya seperti *Payback Period*, *Return on Invesment*, *Net Present Value*, *Profitability Rate of Return*, dan *Internal Rate of Return*. Sebelum menganalisis indikator tersebut data utama yang memenuhi kriteria

adalah *Cash Flow* (Laba Bersih) UMKM “*Seblak King*”. *Cash Flow* dapat diartikan sebagai pergerakan uang, mencakup transaksi maupun pembayaran yang tercatat dalam pembukuan. Dalam pembahasan kali ini data yang akan diambil adalah pendapatan bersih dari UMKM “*Seblak King*” dari tahun 2022 sampai tahun 2024. Dari hal tersebut berikut adalah *Cash Flow* dari laba bersih usaha:

Tabel 4. 2 Laporan Keuangan UMKM “*Seblak King*”

LAPORAN KEUANGAN SEBLAK KING			
	TAHUN 2022	TAHUN 2023	TAHUN 2024
Komponen	Jumlah (Rp)	Jumlah (Rp)	Jumlah (Rp)
Modal Awal	Rp 85.000.000		
Biaya Bahan Baku	Rp 8.500.000	Rp 10.000.000	Rp 12.000.000
Biaya Gas	Rp 3.500.000	Rp 3.500.000	Rp 4.000.000
Biaya Listrik	Rp 3.000.000	Rp 3.000.000	Rp 3.500.000
Biaya Sewa Tempat	Rp 6.000.000	Rp 6.000.000	Rp 6.000.000
Biaya Aset Toko	Rp 4.500.000	Rp 500.000	Rp 500.000
Gaji Karyawan (4 orang)	Rp 36.000.000	Rp 36.000.000	Rp 36.000.000
Total Biaya Operasional	Rp 61.500.000	Rp 59.000.000	Rp 62.000.000
Pemasukan Tunai	Rp 95.500.000	Rp 135.000.000	Rp 153.500.000
Pemasukan Non Tunai	Rp 6.520.000	Rp 8.350.000	Rp 11.180.000
Total Pemasukan	Rp 102.020.000	Rp 143.350.000	Rp 164.680.000
Laba Bersih	Rp 40.520.000	Rp 84.350.000	Rp 102.680.000

Sumber: Data perusahaan, 2024

Dari data di atas, dapat disimpulkan bahwa UMKM “*Seblak King*” berhasil menghasilkan laba bersih yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa usaha ini memiliki potensi untuk berkembang lebih lanjut apabila dikelola dengan strategi yang tepat, khususnya dalam aspek efisiensi biaya dan peningkatan volume penjualan.

a. *Payback Period* (PBP)

Payback Period merupakan jangka waktu yang menunjukkan berapa lama modal yang ditanamkan dalam bisnis dapat kembali. Semakin kecil periode waktu modal kembali, maka semakin cepat proses pengembalian investasi. Indikator sendiri

memiliki kriteria penilaian seperti waktu *Payback Period* lebih kecil dari umur investasi, dapat mencakup tujuan perusahaan, dan dapat bersaing dengan rata-rata unit usaha sejenis. Rumus dari PP sendiri sebagai berikut:

$$\text{Payback Period} = \text{Investasi Awal} / \text{Laba Bersih Tahunan}$$

Namun karena dalam laporan keuangan “*Seblak King*” terdapat data modal awal dan laba bersih per tahun, kita asumsikan:

- a. Investasi Awal (Total Modal Awal) = Jumlah modal yang dikeluarkan di awal tahun pertama.
- b. Arus Kas Bersih Tahunan = Laba bersih setiap tahun.
- c. *Payback period* akan dihitung sampai investasi awal telah dikembalikan dari laba bersih yang diperoleh per tahun.

Tahun 2022: $\text{Rp}40.520.000 - \text{Rp}85.000.000 = \text{Rp}44.480.000$

Tahun 2023: $\text{Rp}84.350.000$ (sudah mencukupi balik modal awal)

Karena laba bersih tahun 2023 sudah mencukupi sisa modal, hitung sebagian tahun ke-2:

Tambahan tahun ke-2 = $\text{Rp}44.480.000 / \text{Rp}84.350.000 = 0,527$ tahun

Hasil akhir:

PBP: $1 + 0,527 = 1,53$ tahun

Modal awal sebesar $\text{Rp}85.000.000$ akan kembali dalam waktu kurang lebih 1 tahun 6 bulan. Karena PBP masih di bawah 3 tahun, maka dari sisi pengembalian modal, usaha ini tergolong cepat balik modal dan layak dipertimbangkan.

b. *Return on Investment (ROI)*

Pengembalian investasi adalah metode analisis kelayakan investasi atau bisnis dengan menjumlahkan semua yang dihasilkan oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu, rumus yang digunakan dalam indikator ini adalah sebagai berikut:

$$\text{ROI} = \text{Pendapatan Investasi} / \text{Biaya Investasi} \times 100\%$$

Tabel 4. 3 *Return on Investment*

Tahun	Modal Awal	Laba Bersih	Perhitungan ROI	Hasil ROI %
ROI 2022	Rp85.000.000	Rp40.520.000	(Rp40.520.000 - Rp85.000.000)/Rp85.000.000 x 100% = 40,51%	40,51%
ROI 2023		Rp84.350.000	(Rp84.350.000 – Rp85.000.000)/Rp85.000.000 = 84,34%	84,34%
ROI 2024		Rp102.680.000	(Rp102.680.000 – Rp85.000.000)/Rp85.000.000 x 100% = 102,67%	102,67%

Sumber: Data Perusahaan diolah, 2025

a. ROI 2022: 40,51%

Hasil ROI sebesar 40,51% menunjukkan bahwa pada tahun 2022, Seblak King menghasilkan keuntungan bersih sebesar 40,51% dari modal awal yang diinvestasikan. Ini berarti bahwa untuk setiap Rp100 yang diinvestasikan, Seblak King memperoleh keuntungan sebesar Rp40,51. Hasil ini menunjukkan bahwa usaha tersebut cukup menguntungkan dan memberikan return yang baik pada tahun pertama.

c. ROI 2023: 84,34%

Hasil ROI sebesar 84,34% pada tahun 2023 menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh hampir mencapai dua kali lipat dari modal awal yang diinvestasikan,

Seblak King menghasilkan keuntungan sebesar Rp84,34. Hasil ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam profitabilitas usaha, yang mengindikasikan bahwa strategi yang diterapkan pada tahun tersebut sangat efektif.

d. ROI 2024: 102,67%

Hasil ROI sebesar 102,67% pada tahun 2024 menunjukkan bahwa Seblak King berhasil menghasilkan keuntungan bersih lebih dari dua kali lipat dari modal awal yang diinvestasikan, Seblak King memperoleh keuntungan sebesar Rp102,67. Hasil ini menunjukkan bahwa usaha tidak hanya layak, tetapi juga sangat menguntungkan, dengan pertumbuhan yang positif dari tahun ke tahun.

Kesimpulan dari hasil ROI naik signifikan pada tiap tahun menandakan pertumbuhan usaha yang sangat baik. Tingkat pengembalian modal yang tinggi di tahun 2023 dan tahun 2024 memperkuat posisi usaha sebagai layak untuk pengembangan lebih lanjut. Pada tahun ke 2 hampir seluruh modal kembali (ROI hampir 100%), di tahun ke 3 keuntungan bahkan melampaui modal dan UMKM “*Seblak King*” ini layak untuk dikembangkan.

c. **Net Present Value (NPV)**

Analisis ini sering digunakan oleh bisnis dalam hubungannya dengan prediksi arus kas untuk menawarkan gambaran umum tentang keuntungan dari suatu investasi.

Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$\text{NPV} = [\text{Arus kas (laba bersih)} / (1+i)^t] - \text{investasi awal}$$

Keterangan:

N = Jumlah periode

t = Periode arus kas

i = Tingkat diskonto 10% atau 0,10

Hasil Present Value (PV) setiap tahunnya

Tahun 2022 (t = 1)

$$PV_1 = 40.520.000 / (1 + 0,10)^1 = 40.520.000 / 1,10 = 36.836.363$$

Tahun 2023 (t = 2)

$$PV_2 = 84.350.000 / (1 + 0,10)^2 = 84.350.000 / 1,21 = 69.710,743$$

Tahun 2024 (t = 3)

$$PV_3 = 102.680.000 / (1 + 0,10)^3 = 102.680.000 / 1,331 = 77.145.003$$

Total PV (Jumlah semua arus kas)

$$\text{Total PV} = 36.836.363 + 69.710.743 + 77.145.003 = 183.692.109$$

$$\text{Hitung NPV} = 183.692.109 - 85.000.000 = \mathbf{Rp98.692.109}$$

Hasil NPV yang positif (Rp98.692.109) menunjukkan bahwa investasi yang dilakukan oleh “*Seblak King*” tidak hanya mampu mengembalikan modal awal sebesar Rp85.000.000, tetapi juga menghasilkan keuntungan tambahan. Ini menunjukkan bahwa proyek atau usaha tersebut layak untuk dilanjutkan, karena memberikan nilai tambah bagi pemilik usaha.

d. Profitability Index (PI)

$$\mathbf{PI = \text{Total Laba Bersih Selama Proyek/Investasi Awal}}$$

Keterangan:

PI: Indeks Profitabilitas

I: Investasi Awal

Aliran kas masa depan = Laba bersih

Investasi awal = Rp85.000.000 (tahun 2022)

Total laba bersih selama 3 tahun: Rp40.520.000 + Rp84.350.000 + Rp102.680.000 =
Rp227.550.000

Perhitungan PI:

$$PI = 227.550.000/85.000.000 = 2,68$$

Keterangan:

PI > 1 Layak

PI = 1 Impas

PI < 1 Tidak Layak

Karena $PI > 1$, atau hasil perhitungan PI sebesar 2,68 menunjukkan bahwa investasi yang dilakukan oleh “*Seblak King*” sangat menguntungkan, dengan potensi pengembalian yang signifikan. Ini menjadi indikator penting dalam pengambilan keputusan untuk melanjutkan atau mengembangkan usaha lebih lanjut.

4.2.2 Analisis Lingkungan Bisnis

4.2.2.1 Aspek Ekonomi Sosial (SDM)

Aspek ekonomi sosial dalam analisis kelayakan usaha berfokus pada pengaruh yang diberikan usaha terhadap lingkungan ekonomi dan masyarakat sosial di sekitar. Eksistensi UMKM ini sudah menjadi potensi lapangan pekerjaan dan mampu memanfaatkan sumber daya manusia yang masih produktif di lingkungan sekitar. Menurut informan A-1 selaku owner 1 (satu), berpendapat sebagai berikut:

“... Dengan keberhasilan merintis usaha “*Seblak King*” ini tentunya membuahkan hasil seperti membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar yang memiliki kemauan untuk bekerja serta masyarakat yang mempunyai keahlian dalam produksi olahan Seblak serta pemasaran untuk terus mendukung keberhasilan keberjalanan usaha “*Seblak King*”. Keberadaan usaha ini juga disambut baik oleh lingkungan sekitar dengan dibuktikan pasar yang cepat meluas serta pelanggan dari lingkungan sekitar”. (Wawancara, 30 November 2024).

Sedangkan informan A-2 yang juga *owner* 2 (dua) menyatakan bahwa:

“...UMKM “*Seblak King*” terus mengusahakan mengenai kesejahteraan karyawan dan terus melakukan evaluasi dari kesalahan sebelumnya untuk memperbaiki manajemen “*Seblak King*”. Kami berhasil membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar yang mempunyai keinginan untuk bekerja serta memiliki kemampuan dibidang memasak khususnya menjadi staf produksi. (Wawancara, 30 November 2024).

Berdasarkan informasi dari kedua informan di atas dapat disimpulkan bahwa *Owner* terus berusaha untuk berkomitmen dan mempertahankan aspek ekonomi sosial dari kedai seblak yang mana bisa membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar. Untuk UMKM yang dirintis dari kecil hingga menjadi besar seperti sekarang sudah dapat dianggap sebagai usaha yang memiliki potensi yang baik dan layak untuk terus dijalankan.

Analisis lingkungan internal menghasilkan sejumlah informasi tentang kekuatan organisasional yaitu apakah organisasi bekerja dengan baik. Analisis lingkungan internal juga perlu mengidentifikasi bidang-bidang kelemahan dan menentukan apakah kelemahan-kelemahan tersebut mempunyai makna strategi serta apakah kelemahan-kelemahan tersebut membuat organisasi menjadi lemah (Suryanata, 2019).

4.2.2.2 Analisis SWOT

Sebelum menetapkan sebuah strategi dalam bisnis, diperlukan pemahaman yang baik terhadap kondisi lingkungan yang ada. Hal ini bertujuan untuk mencegah terjadinya tindakan yang melenceng dari sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan.

Dalam dunia usaha memahami kekuatan dan tantangan yang dihadapi menjadi kunci utama untuk mencapai keberhasilan. Salah satu metode yang umum digunakan untuk menganalisis kondisi suatu bisnis termasuk UMKM adalah analisis SWOT. Metode ini membantu pelaku usaha dalam mengidentifikasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha dan berikut penjelasan mengenai SWOT:

A. Kekuatan (*strength*)

Dalam menjalankan suatu usaha kekuatan menjadi faktor internal yang memberikan keunggulan kompetitif. Sebuah usaha kuliner yang memiliki resep khas dan cita rasa yang unik akan lebih mudah menarik pelanggan. Selain itu, pelayanan yang cepat dan harga yang terjangkau juga dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Faktor lain seperti lokasi strategis atau branding pada sosial media yang kuat juga berkontribusi terhadap kesuksesan bisnis.

B. Kelemahan (*weakness*)

Di samping kekuatan yang dimiliki setiap usaha juga memiliki kelemahan yang harus diidentifikasi dan diperbaiki. Salah satu kelemahan yang sering dihadapi UMKM adalah kenaikan bahan baku, hanya memiliki 1 (satu) pemasok bahan baku dan sumber daya manusia yang kurang terampil. Selain itu, kurangnya sistem

manajemen yang profesional serta ketergantungan pada pemasok tertentu dapat menjadi kendala dalam pengelolaan bisnis. Jika kelemahan ini tidak segera diatasi, usaha bisa mengalami kesulitan dalam bersaing dengan kompetitor yang lebih besar.

C. Peluang (*opportunities*)

Peluang yang dimiliki UMKM “*Seblak King*” meliputi kemampuan untuk membuka lapangan pekerjaan baru, sehingga memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal dan mengurangi tingkat pengangguran di wilayah tersebut. Selain itu, perkembangan teknologi digital dan media sosial menjadi peluang strategis bagi “*Seblak King*” untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efektivitas promosi produk. Dengan memanfaatkan platform digital, UMKM ini dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, membangun brand awareness, serta berinteraksi langsung dengan pelanggan, sehingga mampu meningkatkan penjualan dan memperkuat posisi bisnis di era digital saat ini.

D. Ancaman (*threats*)

Namun usaha juga harus menghadapi ancaman yang berasal dari faktor eksternal. Persaingan yang semakin ketat menjadi salah satu tantangan terbesar, terutama jika kompetitor menjual produk yang sama lalu menawarkan produk dengan harga lebih murah atau kualitas lebih baik. Perubahan tren konsumen juga bisa menjadi ancaman jika usaha tidak mampu beradaptasi dengan kebutuhan pasar. Selain itu kenaikan harga bahan baku dan pemasaran pada sosial media yang kurang juga dapat membuat usaha akan meredupkan nama usaha tersebut.

Tabel 4. 4 Matriks SWOT

Matriks SWOT		
	Strengths	Weakness
Opportunities	SO 1. Mempertahankan cita rasa khas untuk menarik dan mempertahankan minat pelanggan khususnya yang menyukai makanan pedas 2. Kembangkan bisnis dengan membuka cabang di lokasi strategis lainnya sekaligus menciptakan lapangan pekerjaan	WO 1. Gunakan media sosial untuk mencari dan menjalin kerja sama dengan lebih banyak pemasok alternatif
Threats	ST 1. Tingkatkan diferensiasi produk melalui inovasi menu, varian menu serta rasa unik agar menonjol di tengah persaingan 2. Maksimalkan lokasi dengan promosi pada sosial media (<i>offline & online</i>) di sosial media seperti penawaran diskon	WT 1. Diversifikasi pemasok bahan baku untuk mengurangi ketergantungan pada satu pemasok dan menjaga kualitas produk agar tetap konsisten 2. Lakukan riset pasar berkala untuk mengikuti tren pasar

Sumber: Data perusahaan diolah, 2025

Dalam menghadapi dinamika pasar dan persaingan usaha, UMKM “*Seblak King*”

Menerapkan berbagai strategi berbasis analisis SWOT untuk memaksimalkan potensi.

a. Strategi *Strength-Opportunities* (SO)

Strategi ini difokuskan pada mempertahankan cita rasa khas yang dimiliki oleh “*Seblak King*” serta strategi pemasaran yang terus dilakukan untuk mempertahankan kepercayaan serta menarik pelanggan baru. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui konsistensi rasa seblak serta melalui branding pada sosial media. Strategi ini juga dapat sebagai keberlanjutan usaha untuk mengembangkan Bisnis dengan membuka kembali cabang usaha baru sekaligus menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat setempat.

b. Strategi *Weakness-Opportunities* (WO)

Pada strategi ini UMKM “*Seblak King*” memanfaatkan pada platform sosial media untuk mencari atau menjalin kerjasama dengan lebih banyak pemasok sebagai alternatif baru.

c. Strategi *Strength-Threats* (ST)

Strategi ini difokuskan pada diferensiasi inovasi produk dan varian menu serta keunikan rasa untuk mempertahankan keunggulan ditengah banyaknya persaingan usaha serta memanfaatkan lokasi usaha yang strategis untuk promosi usaha (*offline & online*) melalui sosial media untuk memaksimalkan pemasaran melalui penawaran diskon yang menarik.

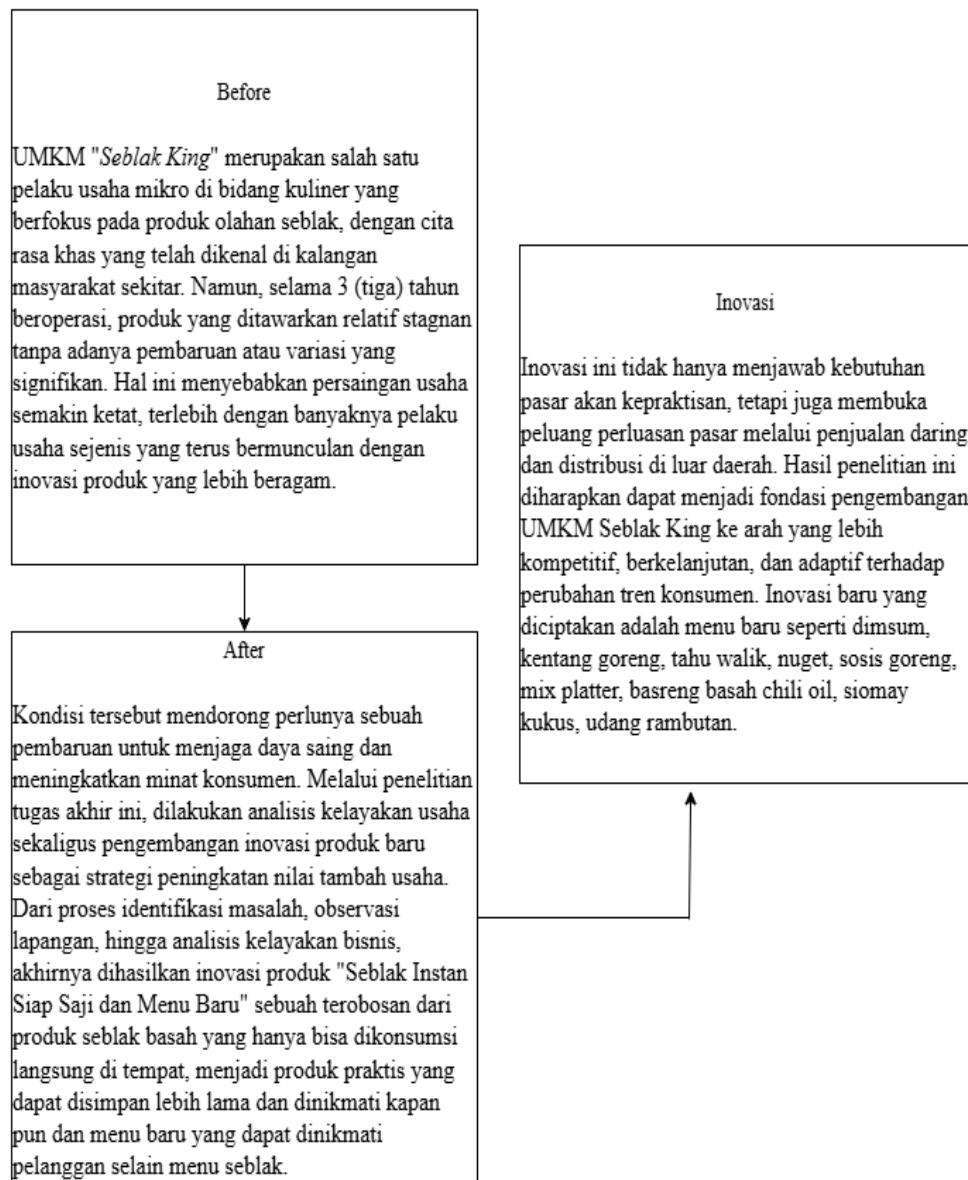
d. Strategi *Weakness-Threats* (WT)

Strategi ini dilakukan untuk mengatasi ancaman eksternal dan memanfaatkan peluang usaha melalui dilakukan riset pasar untuk mengikuti tren, membuat inovasi produk serta diversifikasi pemasok bahan baku.

4.4 Output Penelitian

Penelitian tugas akhir ini dilakukan analisis kelayakan usaha sekaligus pengembangan inovasi produk sebagai bentuk solusi atas permasalahan tersebut. Inovasi ini diharapkan mampu meningkatkan nilai tambah, memperluas pasar, serta menjadi fondasi bagi UMKM “*Seblak King*” untuk berkembang secara berkelanjutan dan adaptif terhadap perubahan tren konsumen, serta pentingnya inovasi tersebut.

Pengelolaan manajemen SDM dan keuangan di UMKM “*Seblak King*” memberikan dampak positif yang signifikan. Tidak hanya efisiensi operasional dan pelayanan, tetapi juga membantu pemilik usaha dalam mengelola usaha secara lebih profesional dan berkelanjutan. Perubahan ini menjadi pondasi penting bagi UMKM “*Seblak King*” untuk naik kelas dan bersaing di pasar yang lebih luas. Terdapat gambar sebelum dan sesudah permasalahan yang ditemukan di lapangan serta saran yang sudah dilakukan, sebagai *output* pada gambar dibawah ini:



Gambar 4. 13 *Output* Penelitian

Sumber: Data perusahaan diolah, 2025