

## **ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS DITINJAU DARI ASPEK HUKUM, ASPEK PEMASARAN, DAN ASPEK KEUANGAN PADA JELITA SNACK DI CIKARANG TIMUR, KABUPATEN BEKASI**

**Devira Agustina Putri<sup>1</sup>, Rahmah Khairunnisa<sup>2</sup>, Septi Aryana<sup>3</sup>, R.R Wening Ken W<sup>4</sup>**

Universitas Pelita Bangsa

e-mail: [deviraagustinaputri@mhs.pelitabangsa.ac.id](mailto:deviraagustinaputri@mhs.pelitabangsa.ac.id)<sup>1</sup>,

[rahmahkhairunnisa27@mhs.pelitabangsa.ac.id](mailto:rahmahkhairunnisa27@mhs.pelitabangsa.ac.id)<sup>2</sup>, [aryana112111373@mhs.pelitabangsa.ac.id](mailto:aryana112111373@mhs.pelitabangsa.ac.id)<sup>3</sup>,

[wening.ken@pelitabangsa.ac.id](mailto:wening.ken@pelitabangsa.ac.id)<sup>4</sup>

**Abstrak** – Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan bisnis ini untuk UKM dan fakta bahwa Jelita Snack termasuk di antara yang memiliki potensi kuat untuk pengembangan UMKM di masa depan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (field research). Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Penelitian ini bertujuan menganalisis kelayakan bisnis UMKM Jelita Snack di Cikarang Timur melalui aspek hukum, pemasaran, dan keuangan. Jelita Snack telah memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB), memasarkan produk utamanya, Gabin Tape dan Gabin ubi Ungu, melalui 30 warung lokal. Dengan penghasilan Rp. 1.200.00 dan modal pengeluaran bahan baku sebesar Rp848.000, Jelita Snack mampu menghasilkan keuntungan stabil, yaitu Rp704.000 setiap dua hari sekali, menunjukkan prospek keberhasilan bisnis yang kuat di pasar lokal.

**Kata Kunci:** Kelayakan Bisnis, Umkm, Pendapatan.

*Abstrak* – This research aims to determine the feasibility of this business for SMEs and the fact that Jelita Snack is among those that have strong potential for the development of SMEs in the future. This research is a type of field research. The data sources used are primary data and secondary data. This research aims to analyze the feasibility of the Jelita Snack MSME business in East Cikarang through legal, marketing and financial aspects. Jelita Snack has obtained a Business Identification Number (NIB), marketing its main products, Gabin Tape and Purple Potato Gabin, through 30 local stalls. With an income of Rp. 1,200.00 and capital expenditure for raw materials of IDR 848,000, Jelita Snack is able to generate stable profits, namely IDR 704,000 every two days, showing strong prospects for business success in the local market.

**Kata Kunci:** Business Feasibility, SMEs, Income.

### **PENDAHULUAN**

Dunia bisnis saat ini mengalami perubahan yang sangat pesat. Kehidupan sehari-hari mencakup banyak aktivitas bisnis yang berbeda. Setiap orang bisa mendapatkan kehidupan yang lebih baik dengan berbisnis dan siapa saja yang berkeinginan bisa ikut berbisnis (Siti Rahmadani, 2019). Penyebab besarnya angka kemiskinan dan pengangguran di Indonesia adalah ketidakstabilan perekonomian negara, yang berkontribusi terhadap PHK dan pengangguran di kalangan lulusan (A.M et al., 2022). Artinya untuk menurunkan pengangguran dan mengentaskan kemiskinan, pemerintah harus mengambil tindakan efektif (Sari, 2023). Oleh sebab itu, sangat dibutuhkan untuk pemerintah membuat kebijakan yang mendukung kewirausahaan dan penguatan usaha kecil dan menengah (UKM) sebagai jalan keluar untuk mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan di Indonesia (Baihaqi, 2023).

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan sebuah elemen penting perekonomian nasional Indonesia (UMKM) (Siti Rahmadani, 2019). Fondasi perekonomian nasional ditopang dan diperkuat oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang menjadi unsur penting dan strategis (Wulandari & Rayi Larasati Siswanta, 2019). Sehingga bisa memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat lokal, pihak lain juga mengambil bagian dengan menarik tenaga kerja dan sumber daya penting untuk memperkuat basis ekonomi (Wening & Widodasih, 2024). UMKM dianggap sebagai penopang perekonomian Indonesia dan memegang peranan penting bagi negara. Sebagian besar lapangan kerja bagi pekerja

Indonesia diciptakan oleh usaha kecil dan menengah, serta memberikan andil terhadap perekonomian negara (Rahmawati et al., 2022).

Masyarakat berperan aktif dalam mengembangkan usaha-usaha kecil dan menengah yang berpotensi membuka lapangan kerja baru, termasuk UMKM di Desa Karang Sari Kecamatan Cikarang Timur khususnya di bidang industri makanan dan makanan olahan untuk meningkatkan pendapatan bagi pemilik usaha (Taufik et al., 2024). Bisnis usaha ini sudah beroperasi selama 3 tahun, sejak tahun 2021. Pada mulanya pemilik usaha hanya berkeinginan membuat kue gabin untuk dibagikan kepada keluarganya, kemudian menawarkan untuk menjual produk tersebut di warung sekitar desa Karang Sari (Sholicha & Oktafia, 2021). Terus bertambahnya waktu, sistem distribusi UMKM memperluas jangkauan pemasarannya hingga ke “Jelita Snack” sebagai bisnis usaha yang bergerak di bidang industri makanan dan makanan olahan. Produk Wirausaha dapat terjual kue gabin dengan harga 500-700/potong seharga Rp.2000/potong selama dua hari (Rahmah et al., 2020).

Potensi kesuksesan UMKM tergambar jelas dari studi kelayakan usaha (Wening & Widodasih, 2024). Memang benar, jika suatu usaha melengkapi persyaratan penting dalam manajemen bisnis, seperti kepatuhan terhadap komponen hukum, lingkungan, pemasaran, teknis dan teknologi serta manajemen dan keuangan, sehingga UMKM dianggap layak (Kustanti Moerad et al., 2021). Penelitian survei yang dilakukannya berfokus pada pentingnya studi kelayakan usaha bagi UMKM. Supaya suatu usaha dapat bertahan dan menghasilkan keuntungan yang stabil dan berlangsung lama, kelangsungan usaha diperlukan baik bagi usaha mikro maupun besar (Hildah Meliyana & Abdur Rohman, 2024).

Penelitian ini berfokus pada tiga aspek utama yaitu: keuangan, pemasaran dan hukum (Rofa et al., 2021). Studi ini melacak stabilitas keuangan dan profitabilitas UMKM, karena fokus pada kelayakan bisnis, dan evaluasi efektivitas suatu produk atau layanan dalam menjangkau fungsi pelanggan potensial (Fitriani et al., 2022). Menyadari kebermanfaatannya studi kelayakan bisnis ini bagi UKM dan fakta bahwa Jelita Snack merupakan salah satu bisnis yang memiliki potensi pertumbuhan UKM yang tinggi di masa depan, maka penulis menulis artikel berjudul “Analisis penerapan Studi Kelayakan bisnis pada Jelita Snack di Cikarang Timur, Kabupaten Bekasi”.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (field research) (Mutolib & Karnita Soleha, 2024). Penelitian ini dilakukan di Kp. Citarik, Desa Karang Sari, Kecamatan Cikarang Timur. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder (Puspita et al., 2022). Peneliti menggunakan berbagai teknik untuk mengumpulkan data, seperti observasi dekat terhadap subjek penelitian dan wawancara pribadi di mana peserta penelitian diberikan pertanyaan dan diberikan jawaban langsung serta dokumen yang digunakan sebagai bukti penelitian (Hermawan & Hariyanto, 2022).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Aspek Hukum**

Jelita Snack sudah mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai bukti kepatuhan terhadap peraturan perizinan berusaha, dokumen yang dibutuhkan untuk legalitas beroperasi di Indonesia. NIB menjadi bagian dari sistem perizinan online terintegrasi atau Online Application Submission (OSS), yang didesain untuk meringankan proses pengelolaan perizinan bagi pemangku kepentingan komersial. Dengan memiliki NIB, Jelita Snack berhak menjalankannya secara legal dan diterima pemerintah untuk terdaftar di database resmi usaha di Indonesia. Sehingga dapat memberikan kepastian hukum dalam kegiatan usaha namun juga menciptakan landasan bagi pengelolaan usaha yang lebih bertanggung jawab dan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku. Legalitas ini juga menjaga Jelita Snack

dari potensi risiko hukum di kemudian hari, khususnya mengenai persaingan usaha, kepatuhan perpajakan, dan peraturan ketenagakerjaan.

NIB berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi UMKM seperti Jelita Snacks, serta dapat memberikan akses terhadap berbagai program dan fasilitas pemerintah yang dirancang untuk mendorong pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah. Salah satu keuntungan utamanya adalah kemudahan akses terhadap program pinjaman baik dari lembaga keuangan bank maupun non-bank, termasuk akses terhadap program pinjaman berbasis kredit yang dikelola pemerintah. Selain itu, NIB memudahkan dalam membantu terjalinnya kemitraan dengan berbagai pihak, baik dalam hal distribusi produk, kerja sama bisnis, serta kemudahan mengikuti tender dan program pemerintah lainnya. Legalitas yang kuat ini tidak hanya memungkinkan Jelita Snack beroperasi secara transparan dan profesional, namun juga mempersiapkannya untuk bersaing di pasar yang lebih besar melalui bantuan regulasi terkait.

### **Aspek Pasar dan Pemasaran**

#### **1. Produk**

Jelita snacks adalah badan usaha perorangan yang dibangun pada bulan Juni 2021 dan fokus pada produk makanan ringan andalan yaitu gabin Tape dan gabin ungu. Kedua produk ini merupakan hasil inovasi resep tradisional yang menyesuaikan rasa gurih dan manis sehingga menjadikannya produk unik dan populer di berbagai segmen pasar. Misalnya saja gabin tape yang merupakan makanan ringan yang terbuat dari tape singkong yang diapit di antara lapisan gabin (cracker) yang renyah. Sedangkan gabin Ungu merupakan variasi dari gabin lainnya yang menggunakan bahan dasar ubi ungu. Sesuatu variasi yang berbeda akan terasa dan terlihat lebih menarik.

#### **2. Harga**

Jelita snack mematok harga gabin per pcs sejumlah RP 2000. Penetapan harga ini bersumber pada penghitungan biaya produksi dan strategi pemasaran yang bertujuan untuk meraih basis konsumen yang lebih luas. Dengan banderol harga yang terjangkau, Jelita snacks bertujuan untuk meikat konsumen khususnya warga sekitar yang mencari jajanan berkualitas tanpa menguras kantong. Lebih lanjut, harga yang kompetitif ini di harapkan dapat meningkatkan volume penjualan, dan dapat berdampak positif terhadap perkembangan usaha dagang dan memperkuat posisi jelita snacks di pasar kuliner Cikarang Timur.

#### **3. Promosi**

Jelita Snack memunculkan promosi penjualan produk ketika pemilik menawarkan kue Gabin kepada teman-temannya dan segera meneruskan strategi ini melalui platform media social. Dengan memanfaatkan status WhatsApp dan grup kuliner Facebook, pemilik bisnis ini mampu mendapatkan eksposur dan perhatian dari banyak calon konsumen. Pendekatan ini tidak hanya membuka kemungkinan mencapai khalayak yang lebih luas, namun juga menciptakan komunitas yang saling mendukung dalam menikmati lezatnya gabin yang dihasilkan.

#### **4. Distribusi**

Jelita Snack mengedepankan strategi pemasaran yang memadukan penjualan langsung dan penjualan tidak langsung yaitu secara online. Secara lokal, produk jajanan Jelita dipasarkan pada sekitar 30 kios di Kawasan Cikarang Timur dan beberapa tempat usaha di Kawasan industri. Hal ini membuat produk lebih mudah diakses oleh konsumen lokal. Dengan menawarkan produk di Lokasi strategis, pelanggan tidak perlu melakukan perjalanan jauh untuk membeli jajanan berkualitas. Sementara itu, penempatan produk di warung lokal juga mendukung perekonomian setempat, dan menciptakan hubungan positif antara jelita snacks dan pelanggannya.

### **Aspek Keuangan**

Aspek keuangan adalah bagian penting dalam studi kelayakan UMKM Jelita Snack, khususnya dalam pengelolaan modal yang dibutuhkan untuk produksi. Modal awal Kue Gabin

ditetapkan sebesar Rp 848.000 yang akan dimanfaatkan untuk pembelian bahan baku dan bahan habis pakai. Manajemen modal Jelita snack dijadwalkan dalam siklus pengisian dua hari. Artinya Jelita Snack perlu mempunyai likuiditas yang cukup untuk menjaga pasokan bahan baku secara rutin. Strategi ini bermaksud untuk menjaga kualitas produk dan memastikan persediaan yang cukup untuk memenuhi permintaan pasar tanpa kekurangan bahan. Perencanaan pengisian ulang yang efektif juga membantu mengoptimalkan arus kas dan meminimalkan risiko kerugian akibat persediaan atau kehabisan stok. Secara terperinci, modal tersebut dialokasikan sebagai berikut:

Bahan	Jumlah	Harga
Kue hatari	1 dus	Rp215.000
Tape	14 kg	Rp140.000
Ubi	10 kg	Rp100.000
Gula	4 kg	Rp80.000
Tepung terigu	3 kg	Rp24.000
Susu	2 kaleng	Rp30.000
Minyak	6 liter	Rp194.000
Mika	10 pak	Rp65.000
Jumlah		Rp848.000

Jumlah kue yang dipasarkan ke warung:  
 $20 \text{ kue per warung} \times 30 \text{ warung} = 600 \text{ kue.}$

Harga jual per kue:  
 Rp2.000 per kue.

Total penjualan per hari:  
 $600 \text{ kue} \times \text{Rp}2.000 = \text{Rp}1.200.000.$

Menghitung Laba per Hari  
 Total penjualan per hari - Biaya produksi per hari.  
 $\text{Rp}1.200.000 - \text{Rp}848.000 = \text{Rp}352.000.$

Menghitung Laba per 2 Hari  
 Karena jelita snack memasarkan tiap 2 hari sekali, maka keuntungan dalam 2 hari:  
 $\text{Rp}352.000 \times 2 = \text{Rp}704.000.$

Penjualan kue menghasilkan pendapatan Rp 1.200.000 per hari dengan harga Rp 2.000 per kue. Setelah dikurangi biaya produksi, laba bersih yang diperoleh dalam satu hari mencapai Rp352.000. Karena Jelita Snack memasarkan produknya setiap dua hari sekali, maka keuntungan yang diperoleh selama dua hari pemasaran tersebut adalah Rp 704.000. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis usaha Jelita Snack dapat menghasilkan keuntungan yang cukup baik dan stabil dengan menjual produknya ke warung-warung sekitar di daerah cikarang timur setiap dua hari sekali.

## KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Jelita Snack, yang menjadi salah satu usaha mikro di Cikarang Timur. Bisnis usaha tersebut telah berhasil menyelesaikan berbagai aspek penting studi kelayakan usaha antara lain hukum, bisnis, pemasaran dan keuangan. Dengan memiliki Nomor Induk Berusaha (BIN), Jelita Snack beroperasi secara legal dan mendapatkan berbagai program dukungan pemerintah. Pada aspek pasar, produk inovatif Gabin Tape dan Gabin Ungu telah menerima tanggapan positif, dan strategi distribusi dan harga lokal telah membantu meningkatkan penjualan. Dari segi finansial, bisnis ini bisa menghasilkan keuntungan yang

stabil dengan modal awal yang dikelola dengan baik. Sehingga penelitian dari studi kelayakan pada jelita snack, bisa dikatakan layak dalam proses berwirausaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- A.M, K. V., Sahabuddin, Z. A., & Hutasoit, P. S. J. . (2022). Strategi Digitl Marketing Pada Usaha Mikro Dan. *Jurnal Cafetaria*, 3(1), 24–35.
- Baihaqi. (2023). Umkm Menengah ) Serta Pengaruhnya Terhadap Krisis Ekonomi. *Jurnal HEI EMA*, 2(2), 88–100.
- Daoed, T. S., & Nasution, M. A. (2021). Studi Kelayakan Bisnis (Teori dan Aplikasi Keuangan dalam Bisnis). In Undhar Press.
- Fitriani, A., Kirani, A. W., Islamadina, B. T., & Purwati, E. (2022). Analisa Penerapan Aspek Kelayakan Bisnis Pada Usaha Bidang Makanan Dan Minuman (Studi Kelayakan di Hundred Smoke, Kota Malang). *Jurnal Multidisiplin West Science*, 01(02), 91.
- Hermawan, S., & Hariyanto, W. (2022). Buku Ajar Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif Dan Kualitatif ). In M. Tabzil Multazam & M. Darmawa Kusuma Wardana (Eds.), *Buku Ajar Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif Dan Kualitatif )*. UMSIDA PRESS. <https://doi.org/10.21070/2022/978-623-464-047-2>
- Hildah Meliyana, & Abdur Rohman. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Pengembangan UMKM Sembako di Desa Keramean dari Aspek Hukum, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan. *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 2(4), 12–22. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v2i4.936>
- Ichsan, R. N., Nasution, L., & Sinaga, D. S. (2019). Studi Kelayakan Bisnis (Business Feasibility Study). CV. Manji Medan, 275.
- Kustanti Moerad, S., Pingit Wulandari, S., Salamah Chamid, M., Dian Savitri, E., Gusti Made Rai, N., & Susilowati, E. (2021). Sosialisasi Serta Pendampingan Sertifikasi Halal UMKM di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Mutolib, A., & Karnita Soleha, L. (2024). Studi Kelayakan Bisnis Pendirian Usaha Ayam Bakar Halto (Halalan Thoyyiban). 2(3), 494–505.
- Nanik, E., & Alfiyani, N. H. (2022). Studi Kelayakan Bisnis-Tujuan Studi Kelayakan Bisnis. In W. O. Rosalia, A. F. Dwi, & H. T. Ajeng (Eds.), CV. Manhaji (Issue March). Badan Penerbit Universitas Muria Kudus. [https://eprints.uniska-bjm.ac.id/16719/1/Dwi Wahyu A - buku SKB.pdf](https://eprints.uniska-bjm.ac.id/16719/1/Dwi%20Wahyu%20A%20-%20buku%20SKB.pdf)
- Puspita, D., Ervina, N., & Matwar, H. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis terhadap Usaha Kerupuk Sari Rasa di Desa Deli Serdang Ditinjau Dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 2(3), 218–230. <https://doi.org/10.47467/visa.v2i3.969>
- Rahmah, I., Kaukab, M. E., Yuwono, W., Pascasarjana, F., Yogyakarta, U. M., & Artikel, R. (2020). PERAN PEMERINTAH DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM. 3(2), 30–50.
- Rahmawati, L. D. A., Nugrahaningsih, P., Arista, D., & Saputra, Z. A. E. (2022). Inovasi Produk Emping Mlinjo Untuk Keberlangsungan Bisnis Pada Umkm “Koncone Ngemil” Di Ngoresan Surakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1732–1747. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2627>
- Rofa, I. T., Meilani, A. R., Hasibu, N. M. an, Nasution, A. K., & Suhairi, S. (2021). Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 222–235. <https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.945>
- Sari, W. P. (2023). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah ( UMKM ) Kue Bangkit Kenanga Ditinjau dari Aspek Pemasaran dan Manajemen. 11(1).
- Sholicha, N., & Oktafia, R. (2021). Strategi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan UMKM Desa Sumber Kembar, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2). <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2286>
- Siti Rahmadani, M. (2019). PENGEMBANGAN UMKM USAHA TAHU DAN TEMPE KNOWLEDGE AND INDEPENDENT WORKS OF MSMES . REVIEWED FROM. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 76–83.
- Taufik, A., Azka, A., Kurniasari, I., Hidayat, M. A., Al, M. B., Yasin, M. F., Syahidah, P. A., Hartatin,

- R., Fadilah, S., Siti Mustapidah, T., & Huda, M. (2024). Penerapan Model Bisnis Berkelanjutan Untuk Meningkatkan Kinerja UMKM Di Kp. Tajug RW 6 Desa Haurpanggung. 2(7), 2992–3000.
- Wening, R. R., & Widodasih, K. (2024). UMKM DITINJAU DARI ASPEK PASAR DAN PEMASARAN ( STUDI KASUS SOP AYAM PAK MIM KLATEN DI CIKARANG SELATAN ). 9(204), 221–235.
- Wulandari, M. M., & Rayi Larasati Siswanta, A. (2019). Upaya Pengembangan Kewirausahaan Koperasi Dan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Pasca Covid-19. Sustainability (Switzerland), 11(1), 1–14.