

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA USAHA KULIT LUMPIA MAS YOM

¹Uswatun Hasana Rista, ¹Erika Amanda Putri, ¹Wulan Natasha
Simanjuntak, ¹Muhammad Syahrial Wahyudi

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

Penulis Korespondensi : uswatun.hasana1403@gmail.com¹, erikaamanda210602@gmail.com²,
simanjuntakwulannatasha@gmail.com³, wahyudisyahrialmuhammad000@gmail.com⁴

Abstract

Pada sebuah bisnis yang dilakukan sering sekali kita melupakan hak serta kewajiban-kewajiban yang harus ditaati oleh seorang pelaku bisnis. Bagaimana sebuah bisnis tersebut dapat menjadi dampak positif bagi lingkungan maupun masyarakat sekitar dan dikatakan layak dengan berdasarkan pada beberapa aspek seperti dari aspek pasar dan pemasaran, aspek mengenai dampak lingkungan serta aspek manajemen dan sumber daya manusia. Penelitian ini bertujuan untuk (1) Untuk mengetahui pengaruh tingkat pengalaman berwirausaha terhadap pengembangan usaha pada UMKM Kulit Lumpia pada mas yom (2) Untuk mengetahui analisis studi kelayakan bisnis pada usaha kulit lumpia Mas Yom (3) Untuk mengamati tingkat kelayakan usaha kulit lumpia Mas Yom. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif yang berisi tentang gambaran mengenai lokasi usaha dan kelayakan usaha ditinjau dari berbagai aspek-aspek kelayakan bisnis. Data kualitatif dapat diperoleh melalui beberapa teknik pengumpulan data antara lain seperti wawancara, yaitu dengan cara tanya jawab langsung oleh peneliti kepada narasumber dalam hal ini adalah pemilik usaha kulit lumpia Mas Yom, kemudian teknik kedua adalah dengan cara observasi, yaitu dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian. Teknik lainnya adalah dengan dokumentasi, teknik ini dapat digunakan sebagai pelengkap dari teknik wawancara dan observasi. Dari penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa usaha kulit lumpia Mas Yom ini layak untuk dijadikan sebuah usaha ditinjau dari beberapa aspek yang dibahas yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek mengenai dampak lingkungan (AMDAL), aspek manajemen dan sumber daya manusia.

Keywords: *Studi Kelayakan Bisnis, UMKM, Kulit Lumpia*

Article Information :

Received Date : 22 Mei 2023

Revised Date : 1 Juni 2023

Accepted Date : 15 Juni 2023

PENDAHULUAN

Kebanyakan orang menganggap motor penggerak pembangunan ekonomi di Indonesia adalah perusahaan/industri besar (large scale enterprise). Tetapi, pengembangan industri besar yang demikian bukanlah cara terbaik untuk mengembangkan pembangunan ekonomi di negara yang sedang berkembang. Industri besar hanya memerlukan sebagian kecil dari tenaga kerja trampil sehingga gagal dalam mengatasi problem pengangguran yang ada di Indonesia. Sementara ini pengembangan usaha kecil dan menengah dinilai dapat mengatasi kelemahan tersebut.

Peranan UKM dalam perekonomian Indonesia adalah sentral dalam menyediakan lapangan pekerjaan dan menghasilkan output yang berguna bagi masyarakat. Melalui pengembangan industri yang terkait dalam pertanian diharapkan pendapatan dan kesejahteraan petani maupun pengusaha industri, khususnya usaha kecil menengah dan rumah tangga dapat meningkat lebih cepat, dan pada akhirnya ketimpang distribusi kesejahteraan ini dapat dikurangi. Alternatif dalam pembangunan sektor industri adalah pembangunan industri kecil yang didalamnya menyangkut industri rumah tangga dan kerajinan rakyat.

Kontribusi UMKM terhadap Perekonomian. Secara umum UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran sebagai pemeran utama dalam kegiatan ekonomi; penyedia lapangan kerja; pemain penting dalam perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat; pencipta pasar baru; dan kontribusinya terhadap PDB dan neraca pembayaran. Salah satu cara mengetahui peran UMKM dalam perekonomian adalah melalui Produk Domestik Bruto (PDB). PDB merupakan nilai barang-barang dan jasa yang diproduksi di dalam negara dalam satu tahun tertentu. Tujuan PDB adalah meringkas aktivitas ekonomi dalam suatu nilai uang tertentu selama periode waktu tertentu. Total kontribusi UMKM terhadap PDB Nasional merupakan akumulasi dari semua

sektor ekonomi UMKM. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UMKM, pada tahun 2013 UMKM mampu menyumbangkan Rp. 5.440 triliun (atas dasar harga berlaku terhadap PDB Nasional). Total kontribusi UMKM terhadap PDB merupakan akumulasi dari semua sektor ekonomi UMKM. Penggolongan jenis kegiatan ekonomi mengikuti konsep ISIC (International Standard Classification of All Economic Activities) yang direvisi tahun 1968. Klasifikasi tersebut bertujuan memudahkan perbandingan tingkat aktivitas ekonomi dalam berbagai macam kegiatan. Peranan UMKM dalam mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi. Terjadi ketisesuaian antara peran UMKM dalam penyediaan lapangan kerja dengan pembentukan nilai tambah. Pertumbuhan UMKM lebih cepat daripada usaha besar. Hal ini dikarenakan karena sektor UMKM memiliki keunggulan dalam sektor pertanian, peternakan, kehutanan, dan perikanan. Selain peran di atas, UMKM ternyata merupakan pasar yang sangat potensial bagi industri jasa keuangan, terutama terhadap bank untuk menyalurkan pembiayaan. Hal ini didasarkan pada pasca krisis 1997-1998 jumlah UMKM tidak berkurang, bahkan terus mengalami peningkatan. Hal tersebut kemudian menyadarkan berbagai pihak terutama industri jasa keuangan untuk memberikan porsi yang lebih besar dalam penyaluran kredit. Inilah yang dikatakan mengapa UMKM memiliki dampak terhadap perekonomian terutama di Indonesia.

Usaha kuliner atau makanan di Kota Medan sedang mengalami perkembangan yang relatif pesat. Perkembangan yang pesat ini menyebabkan semakin banyak orang tertarik untuk menjalankan usaha seperti ini. Meningkatnya jumlah usaha kuliner atau makanan akan meningkatkan tingkat persaingan diantara produsen makanan siap saji, khususnya rumah makan yang menghadirkan produk kuliner yang sejenis. Banyak ahli manajemen pun memprediksi, dengan situasi ekonomi.

Seperti saat ini membuat persaingan usaha kuliner menjadi sulit untuk dihindari, bahkan akan semakin meningkat. Kegiatan usaha kuliner mempunyai tujuan utama untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Kegiatan usaha tersebut tidak hanya diam menunggu konsumen, tetapi harus dapat menarik hati konsumen. Dalam usaha mencari konsumen, kegiatan usaha kuliner harus mengetahui apa yang sedang diinginkan dan sesuai dengan selera konsumen, karena dengan begitu kegiatan usaha kuliner akan mampu menjual produk makanan yang ditawarkannya.

Lumpia merupakan jajanan tradisional khas Tionghoa dan merupakan kuliner khas dari Semarang. Selain rasanya yang enak dan murah, lumpia juga memiliki isian yang sehat, biasanya terdiri dari sayuran segar, rebung, telur, daging, maupun makanan laut (Sufi, 2006). Kulit lumpia berbahan utama menggunakan tepung gandum yang ditipiskan sehingga membentuk kulit. Kulit lumpia selain dapat digunakan untuk membungkus kudapan lumpia, juga dapat digunakan sebagai kulit pembungkus produk lain seperti wonton dan pangsit.

Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan jawaban dari permasalahan yang di lihat peneliti dari aspek AMDAL, aspek pasar dan pemasaran serta aspek manajemen dan SDM. Adapun permasalahan yang peneliti maksud adalah, bagaimana manajemen SDM yang di terapkan pada usaha ini karena jika dilihat usaha kulit lumpia ini termasuk jenis usaha yang jarang menggunakan tenaga manusia secara langsung, yang mana pada umumnya usaha ini menggunakan tenaga mesin pada proses pencetakannya. Namun, terdapat beberapa pertimbangan yang membuat manajemen kulit lumpia mas yom tidak menggunakan mesin adalah kualitas yang di hasilkan akan menurun. Hal ini di jelaskan oleh pemilik kulit lumpia mas yom yang sudah pernah membeli kulit lumpia hasil mesin, terdapat kelemahan yaitu kulit yang dihasilkan kurang lembut di dibandingkan dengan kulit lumpia yang di cetak oleh tenaga manusia, lalu

berdasarkan riset pasar yang telah di lakukan diketahui bahwa masyarakat sering mengatakan bahwa kulit lumpia yang di cetak oleh mesin sulit digunakan atau di pisahkan antara satu dengan lainnya. Sehingga, jika dilihat dari permasalahan yang ada peneliti melihat adanya peluang lapangan kerja bagi masyarakat disekitar daerah rumah produksi kulit lumpia mas yom dan tentu saja hal ini memberikan dampak terhadap pajak daerah.

Lalu, permasalahan yang ingin peneliti bahas adalah dari aspek pasar dan pemasaran. Jika dilihat dari pesaing yang menggunakan tenaga mesin, apa yang membuat kulit lumpia mas yom dapat bertahan dan bagaimana cara mereka memasarkan produk nya, apakah masih menggunakan pemasaran manual atau sudah beranjak ke digital marketing. Lalu permasalahan yang ingin peneliti angkat adalah segi AMDAL, usaha kulit lumpia ini cukup memberikan dampak kepada lingkungan. Hal ini dikarenakan terdapat limbah yang tidak dapat di olah, sehingga peneliti ingin mengetahui bagaimana pihak manajemen menanggulangi permasalahan limbah yang tidak dapat di olah tersebut sehingga tidak mengganggu masyarakat dan lingkungan sekitar.

TINJAUAN PUSTAKA

Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis menurut Umar (2005:8), studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasikan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2003:7) studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.

Menurut Kasmir dan Jafkar (2012:7), Studi kelayakan usaha adalah suatu kegiatan

yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau usaha yang akan dijalankan, untuk menentukan dijalankan atau tidaknya usaha tersebut.

Studi kelayakan adalah analisis tentang seberapa sukses suatu proyek dapat diselesaikan, memperhitungkan faktor-faktor yang mempengaruhinya seperti faktor ekonomi, teknologi, hukum dan penjadwalan. Manajer proyek menggunakan studi kelayakan untuk menentukan potensi hasil positif dan negatif dari suatu proyek sebelum menginvestasikan banyak waktu dan uang ke dalamnya (Investopedia, 2017).

Tujuan dilakukannya analisis studi kelayakan pada suatu bisnis adalah untuk menghindari resiko kerugian, memudahkan perencanaan, memudahkan pelaksanaan pekerjaan, memudahkan pengawasan, dan memudahkan pengendalian. Aspek-aspek dalam Studi Kelayakan Bisnis diantaranya Aspek Hukum, Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Keuangan, Aspek Manajemen, Aspek Sosial dan Ekonomi, dan Aspek Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) (Jakfar, 2012).

Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dalam studi kelayakan bisnis membahas mengenai besarnya permintaan penawaran dan harga (Yanuar, 2016). Pemasaran merupakan upaya untuk memproduksi dan menjual produk kepada para konsumen dengan maksud tertentu. Dalam aspek pasar dan pemasaran, hal penting yang harus diperhatikan adalah Bauran Pemasaran atau Marketing Mix, yaitu penyaluran dan komunikasi nilai-nilai pelanggan (Customer Value) kepada pasar. Ada empat komponen dari Bauran Pemasaran atau Marketing Mix untuk masuk ke pasar, yaitu perusahaan memiliki produk yang bagus dan sesuai dengan target pasar (Product). Sebuah produk tersebut harus memiliki harga yang sesuai dengan kemampuan target pasar (Price).

Keberhasilan memasuki pasar juga ditentukan oleh wilayah atau lokasi (Place) dan

melalui strategi promosi (Promotion) yang tepat agar produk yang ditawarkan dapat diterima sesuai dengan target pasar. Suatu usaha atau bisnis dikatakan layak dari aspek pasar, apabila usaha tersebut memiliki peluang dan potensi pasar yang bagus untuk memasarkan produk yang dihasilkannya. Dalam ilmu pemasaran akan mengenal dengan STP (Segmenting, Targeting, and Positioning) dan Bauran Pemasaran (marketing mix) sebagai strategi pemasaran produk ataupun jasa.

Menurut Kotler ada tiga elemen penting strategi pemasaran yaitu segmenting, targeting, dan positioning.

1. Segmenting

Merupakan proses mengelompokkan pasar keseluruhan yang heterogen menjadi segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan, perilaku, dan respon terhadap program-program pemasaran spesifik.

2. Targeting

Merupakan kegiatan menentukan pasar sasaran, yaitu tindakan memilih satu atau lebih segmen tertentu untuk dilayani.

3. Positioning

Bagaimana perusahaan menjelaskan posisi produk kepada konsumen di pasar, seperti perbedaan produk perusahaan dan keunggulan dari produk kompetitor. Kemudian untuk bauran pemasaran terdiri atas 4P yaitu product, price, place, dan promotion.

1. Produk (Product)

Kombinasi antara barang dan jasa dari perusahaan yang dapat ditawarkan kepada pasar sasaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu.

2. Harga (Price)

Sejumlah pengorbanan yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa kepada perusahaan.

3. Tempat (Place)

Tempat kegiatan usaha berlangsung yang dapat dijangkau oleh konsumen

4. Promosi (Promotion)

Kegiatan atau usaha yang dilakukan perusahaan untuk menjangkau pasar sesuai kebutuhan.

Aspek AMDAL

Lingkungan adalah aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan dan dipelajari sebelum mengimplementasikan bisnis atau proyek apa pun. Jika perubahan ini tidak direncanakan sejak awal, maka akan merusak tatanan fauna, flora dan manusia yang ada. Dalam Studi Kelayakan Ekonomi, jika perusahaan didirikan untuk investasi komersial, diperlukan perjanjian/kesepakatan tertulis atau tidak tertulis dalam proses konstruksi jika perjanjian ini merupakan perjanjian lingkungan. Juga bagian-bagian limbah atau limbah lain dari proses pengolahan harus dipastikan tidak merusak dan mencemari lingkungan serta harus dinetralisir sedemikian rupa sehingga tidak mencemari lingkungan atau membahayakan masyarakat sekitar tapak.

Angka komersial layak untuk AMDAL dalam hal perlindungan lingkungan dan pencegahan pencemaran lingkungan. Lingkungan adalah kesatuan ruang yang memuat semua benda, daya, keadaan, dan makhluk hidup, termasuk manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi kelangsungan hidup dan kesejahteraan manusia dan makhluk hidup lainnya. Lingkungan tempat perusahaan beroperasi harus dianalisis dengan cermat. Di satu sisi lingkungan dapat menjadi peluang bagi perusahaan, namun di sisi lain lingkungan juga dapat menjadi ancaman bagi perkembangan usaha.

Keberadaan suatu usaha dapat menimbulkan dampak terhadap lingkungan, baik lingkungan masyarakat maupun lingkungan ekologi tempat usaha tersebut beroperasi. Analisis perspektif lingkungan tidak hanya berurusan dengan kesesuaian lingkungan untuk operasi perusahaan, tetapi juga dampak lingkungan perusahaan dan dampak perubahan lingkungan di masa depan terhadap perusahaan. Suatu perusahaan dapat

menghasilkan berbagai aktivitas yang mempengaruhi lingkungan lokasi perusahaan. Perubahan kehidupan masyarakat akibat perdagangan dapat diwujudkan dalam peningkatan lapangan pekerjaan yang dekat dengan tempat kerja, munculnya kerawanan sosial, munculnya penyakit masyarakat, dan perubahan gaya hidup akibat pekerjaan yang datang dari luar. di dalam distrik-distrik di. Oleh karena itu, analisis aspek lingkungan memerlukan kemampuan analisis yang lebih komprehensif. .

Studi mengenai dampak fisik ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya kemungkinan bahwa akibat dari pendirian dan proses produksi dari usaha baru itu akan menimbulkan pencemaran udara, pencemaran air, dan sebagainya di sekitar lokasi usaha. AMDAL diperlukan untuk melakukan suatu studi kelayakan dengan dua alasan pokok : Pertama, Karena UU dan Peraturan Pemerintah menghendaki demikian. Jawaban ini cukup efektif untuk memaksa para pemilik proyek yang kurang memperhatikan kualitas lingkungan. Kedua, AMDAL harus dilakukan agar kualitas lingkungan tidak rusak dengan beroperasinya proyek-proyek industri.

Selanjutnya, beberapa peran AMDAL adalah sebagai berikut:

1. Peran AMDAL dalam pengelolaan Lingkungan.

Aktivitas pengelolaan lingkungan telah disusun berdasarkan perkiraan dampak lingkungan yang akan timbul akibat dari proyek yang akan dibangun.

2. Peran AMDAL dalam pengelolaan proyek.

AMDAL merupakan salah satu studi kelayakan lingkungan yang disyaratkan untuk mendapatkan perizinan. Bagian dari AMDAL yang diharapkan oleh aspek teknis dan ekonomis biasanya adalah sejauh mana keadaan lingkungan dapat menunjang perwujudan proyek, terutama sumber daya yang diperlukan proyek tersebut.

3. AMDAL sebagai dokumen penting.

Laporan AMDAL merupakan dokumen penting sumber informasi yang detail

mengenai keadaan lingkungan pada waktu penelitian proyek dan gambaran keadaan lingkungan di masa setelah proyek dibangun. Seperti telah diketahui bahwa AMDAL merupakan suatu hasil studi mengenai dampak suatu kegiatan yang direncanakan dan diperkirakan mempunyai dampak penting terhadap lingkungan hidup.

Aspek Manajemen dan SDM

Suatu usaha tidak dapat berjalan dengan baik tanpa didukung oleh manajemen dan organisasi yang baik. Didalam aspek manajemen hal yang perlu dianalisis adalah perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan dengan baik untuk mencapai tujuan perusahaan atau organisasi tersebut. Aspek manajemen dan Sumber Daya Manusia (SDM) menganalisis tahap-tahap pelaksanaan atau pengorganisasian bisnis dan kesiapan tenaga kerja, baik tenaga kerja kasar maupun tenaga kerja terampil yang diperlukan untuk menjalankan bisnis dalam suatu organisasi atau perusahaan (Purnomo et al., 2018).

Aspek manajemen dan SDM sangat penting untuk dianalisis karena dalam sebuah organisasi, masing - masing departemen memiliki keterkaitan satu dengan yang lainnya sehingga dibutuhkan suatu komando yang jelas dan tegas. Suatu organisasi dapat diibaratkan seperti tubuh karena semua bagian dan semua pihak memiliki keterkaitan satu dengan yang lainnya. Suatu usaha dapat dikatakan layak dari aspek manajemen dan SDM apabila usaha tersebut telah menjalankan fungsi manajemen yang menjadikan usaha tersebut lebih efektif dan efisien.

Analisis aspek manajemen dan sumber daya manusia dapat digambarkan sebagai berikut (Subagyo, 2007:p159):

1. Job Analysis, yaitu menganalisis jabatan yang diperlukan untuk menyelesaikan jenis pekerjaan tertentu.

2. Job Specification, yaitu menentukan persyaratan dan kualifikasi yang diperlukan untuk mengisi suatu jabatan.
3. Mendesain struktur organisasi, yaitu menyusun struktur organisasi yang menggambarkan jenjang manajemen, kedudukan jabatan, dan struktur pertanggungjawaban.
4. Job Description, yaitu uraian pekerjaan yang menjelaskan tentang pekerjaan teknis anggota organisasi yang menjabat pekerjaan tertentu.
5. Mendesain sistem kompensasi, yaitu menguraikan struktur penggajian secara lengkap untuk semua jabatan dalam pekerjaan berdasarkan garis struktural dan fungsional.
6. Sistem pengembangan karyawan, yaitu menyusun rencana pendidikan dan pelatihan untuk mengembangkan keterampilan, pengetahuan, produktivitas, dan kinerja karyawan secara keseluruhan

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif dalam penelitian ini berisi tentang gambaran mengenai lokasi perusahaan dan kelayakan usaha ditinjau dari berbagai aspek-aspek tertentu. Peneliti memilih jenis penelitian deskriptif karena menyajikan data yang lebih akurat, selain itu bentuk yang sederhana, dan teknis yang mudah dipahami.

Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini, yaitu:

1. Aspek Pasar dan Pemasaran, meliputi:
 - a. Permintaan pasar
 - b. Pesaing
 - c. Pangsa pasar
 - d. Strategi dan bauran pemasaran
2. Aspek Organisasi dan Manajemen, meliputi:
 - a. Struktur organisasi
 - b. Jumlah dan kualifikasi tenaga kerja
3. Aspek Sumber Daya Manusia, meliputi:

- a. Kompetensi
 - b. Motivasi
 - c. Loyalitas
 - d. Disiplin kerja.
4. Aspek Analisis Mengenai Dampak Lingkungan, meliputi:
- a. Kreditor
 - b. Pesaing
 - c. Pemasok
 - d. Pelanggan serta Pegawai

Lokasi Penelitian

Penelitian analisis studi kelayakan usaha ini dilakukan dalam pendirian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Kulit Lumpia Mas Yom yang beralamat Jalan Abd Muthalib Marelan Pasar XI.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung melalui observasi dan wawancara dengan berbagai pihak berupa informasi terkait dengan potensi usahakulit lumpia, meliputi aspek-aspek usaha. Sumber data sekunder penelitian ini diperoleh dari data survei berupa data permintaan dan data yang diperoleh dari berbagai literatur.

Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan cara sebagai berikut:

1. Observasi : melihat secara langsung bagaimana kegiatan usaha kulit lumpia Mas Yom
2. Wawancara : mengadakan sesi tanya-jawab terkait usaha kulit lumpia Mas Yom bersama dengan narasumber
3. Dokumentasi : perolehan dokumentasi berupa foto

Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa:

1. Pedoman observasi

2. Pedoman wawancara
3. Pedoman dokumentasi

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa aspek, yaitu:

1. Aspek Pasar dan Pemasaran, meliputi:
 - a. Menganalisis permintaan pasar
 - b. Menganalisis pesaing
 - c. Menganalisis pangsa pasar
 - d. Menganalisis strategi dan bauran pemasaran
2. Aspek Organisasi dan Manajemen, meliputi:
 - a. Menganalisis struktur organisasi
 - b. Menganalisis jumlah dan kualifikasi tenaga kerja
3. Aspek Sumber Daya Manusia, meliputi:
 - a. Menganalisis Kompetensi
 - b. Menganalisis Motivasi
 - c. Menganalisis Loyalitas
 - d. Menganalisis Disiplin kerja.
4. Aspek Analisis Mengenai Dampak Lingkungan, meliputi:
 - a. Menganalisis Kreditor
 - b. Menganalisis Pesaing
 - c. Menganalisis Pemasok
 - d. Menganalisis Pelanggan serta Pegawai

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Arikunto(2019:3) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia yang bisa mencakup aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya (Sukmadinata, 2017:72). Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Dimana pada penelitian ini data-data yang diperoleh melalui beberapa teknik

pengumpulan data antara lain seperti wawancara, yaitu dengan cara tanya jawab langsung oleh peneliti kepada narasumber dalam hal ini adalah pemilik usaha kulit lumpia Mas Yom, kemudian teknik kedua adalah dengan cara observasi, yaitu dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian. Teknik lainnya adalah dengan dokumentasi, teknik ini dapat digunakan sebagai pelengkap dari teknik wawancara dan observasi.

Kulit Lumpia Mas Yom Merupakan Salah Satu Merk Kulit Lumpia Di Kota Medan, Yang Berdiri Pada Tahun 2020 Di Kota Medan. Saat Ini Kulit Lumpia Mas Yom Sudah Mempunyai 2 Rumah Usaha Dan Memiliki 3 Merk Yang Berbeda Yaitu Yang Utama Kulit Lumpia Mas Yom, Bandung Pro, Dan K. Anjar. Yang Mana Setiap Merk Mempunyai Daerah Pemasaran Nya Masing Masing. Rumah Produksi Yang Utama Berada Di Jalan Abd Muthalib Marelan Pasar XI & Rumah Produksi Yang Kedua Berada Di Jalan Paku Marelan Raya Tanah 600.

Adapun visi dan misi kulit lumpia mas yom yang di paparkan mereka yaitu: menjual lumpia dengan cita rasa yang khas dan disukai oleh semua kalangan. Selain pengelola tersebut mempunyai visi beliau juga mempunyai misi yang ingin diraihny yaitu: (1) Memproduksi Lumpia Yang Murah, Sehat Dan Bernutrisi Bagi Masyarakat (2) Menjadi Rumah Produksi Besar Di Medan.

Aspek Pasar Dan Pemasaran

Konsep pemasaran yang diterapkan oleh rumah usaha kulit lumpia mas yom adalah menekankan pada proses pemasaran melalui distributor dengan memasarkan produk langsung ke pasar. Hal ini sejalan dengan tujuan untuk memasarkan produk dan memperoleh laba serta keuntungan. Dimana dilakukannya proses pemasaran ini dengan menggunakan system bauran marketing mix.

a. Marketing Mix

1. Product

Pada usaha kulit lumpia mas yom ini merupakan usaha jajanan tradisional khas Tionghoa yang mana bergerak pada bidang kuliner yang telah hadir sejak Januari 2020. Kulit lumpia ini digunakan sebagai pembungkus isian berbagai macam jenis olahan makanan seperti risol, pisang cokelat dan lain sebagainya. Kulit lumpia ini hadir untuk memudahkan bagi para konsumen dalam membuat berbagai macam jajanan. Dengan memuat isian sebanyak 30 lembar per satu bungkus. Pemilik usaha ini juga melakukan perluasan usaha dengan membuka cabang di Jalan Paku, Medan Marelan Tanah 600 dengan merk atau brand yang berbeda yakni “Bandung Pro” dan “K. Anjar”. Dengan maksud dan tujuan untuk memproduksi kulit lumpia dengan jumlah yang banyak dan mendapatkan keuntungan atau laba yang meningkat.

2. Price

Adapun harga yang ditawarkan oleh usaha kulit lumpia Mas Yom tergolong pada harga terjangkau dan relatif murah. Untuk harga kulit lumpia adalah Rp 5.000,00 untuk satu bungkus dengan isi 30 lembar. Berdasarkan harga kulit lumpia ini dapat disimpulkan bahwa usaha kulit lumpia Mas Yom ini menawarkan harga yang sangat terjangkau dan tergolong pada harga yang relatif murah.

3. Place

Pada usaha kulit lumpia Mas Yom ini telah memiliki 2 rumah produksi di Medan. Dengan berpusat di Jalan Abd Muthalib Marelan Pasar XI & Rumah Produksi Yang Kedua Berada Di Jalan Paku Marelan Raya Tanah 600. Lokasi rumah produksi ini dapat dikatakan strategis karena berada di daerah pemukiman yang dekat dengan pasar yang menjadi sasaran distribusi kulit lumpia.

4. **Promotion**

Promosi yang digunakan oleh usaha kulit lumpia selama ini adalah dengan menggunakan system pemasaran secara langsung melalui komunikasi dua arah. Diawali dengan pemilik usaha melakukan survey langsung dengan mempromosikan dan mengkomunikasikan produk ke pasar. Dan setelahnya melakukan follow up produk kepada konsumen dengan via telephone.

b. **Segmenting, Targeting, Positioning**

Untuk mencapai hasil pemasaran yang optimal, pemasar pertama kali harus terlebih dahulu melakukan segmentasi pasar atas produk yang akan dijual. Segmentasi pasar pada intinya membagi potensi pasar menjadi bagian-bagian tertentu; bisa berdasar pembagian demografis; berdasar kelas ekonomi dan pendidikan ataupun juga berdasar gaya hidup (psikografis). Setelah segmentasi atas produk telah ditetapkan, maka langkah berikutnya adalah melakukan targeting atau membidik target market yang telah dipilih dalam analisa segmentasi pasar. Dalam hal ini tentu saja serangkaian program pemasaran yang dilakukan harus sesuai dengan karakteristik pasar sasaran yang hendak dituju. Langkah berikutnya adalah melakukan positioning produk. Langkah ini artinya adalah menciptakan keunikan posisi produk dalam benak atau persepsi pelanggan potensial yang akan dibidik

1) **Segmenting**

Segmentasi konsumen yang dituju oleh rumah produksi kulit lumpia mas yom dibagi menjadi 3 yaitu geografis, demografis, dan psikografis.

- a.) Geografis : Wilayah dan Kepadatan penduduk
- b.) Demografis : Gender dan Pekerjaan
- c.) Psikografis : Gaya hidup dan benefits

Hal di atas sejalan dengan hasil yang peneliti peroleh dari owner kulit lumpia mas yom mengenai segmen pasar yang di tuju adalah segmen pasar distribusi yang mana berisi para pedagang yang akan menjual produk kembali ke pedagang UMKM, segmen pasarnya adalah produk Frozen, yang menjadi pertimbangan ketika memilih target pasar kulit lumpia mas yom adalah tertuju semua pasar yang ada di kota dikarenakan memang pasar dengan peluang terbesar ada di pasar.

Hal ini sejalan dengan keadaan geografis dan demografis masyarakat sekitar yang kebanyakan adalah pedagang jajanan di area sekolah yang padat penduduk.

2) **Targeting**

Berdasarkan dari hasil segmentasi maka kulit lumpia Mas Yom bisa menargetkan konsumen secara spesifik .

a. **Geografis**

Wilayah yang menjadi target dari kulit lumpia Mas Yom adalah kota medan dan sekitarnya terutama daerah Marelau. Namun usaha bisnis kulit lumpia Mas Yom juga memasarkan dan menerima orderan di lingkungan sekitarnya

b. **Demografis**

Berdasarkan hasil segmentasi maka target konsumen kulit lumpia Mas Yom adalah ibu-ibu, atau penjual risol ,pisang cokelat dan lain sebagainya.

c. **Psikografis**

Gaya hidup dan serta kebutuhan makanan yang cepat dan praktis. kulit lumpia Mas Yom menyediakan dan menghemat penggunaan waktu serta tenaga yang dibutuhkan untuk pembuatan makanan pisang cokelat, risol dan lain sebagainya. Usaha kulit lumpia Mas Yom selain murah juga sangat terpercaya dengan kualitas yang ditawarkan sehingga pembeli merasa yakin dan percaya.

3) **Positioning**

Kulit lumpia mas yom sendiri sudah memiliki Positioning yang cukup melekat di ingatan dan hati konsumennya, terutama konsumen dengan kategori penjual makanan seperti pedagang pisang cokelat dan martabak. Apalagi dengan harga yang sangat terjangkau membuat kulit lumpia mas yom menjadi incaran pedagang untuk mendapatkan untung lebih besar. Kulit lumpia mas yom juga rutin mengevaluasi peningkatan kualitas dengan menekankan perbedaan dari segi kualitas dibandingkan para pesaingnya, jika kulit lumpia lain ada kalanya kualitas naik turun, bisa terkadang terlalu kering sehingga tidak bisa digulung atau terlalu basah sehingga lengket. Sedangkan di kulit lumpia mas yom insyaallah kualitasnya selalu terjaga secara konsisten.

Aspek AMDAL (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan)

Pada aspek yang berikutnya adalah analisis mengenai dampak lingkungan yang disingkat sebagai aspek AMDAL. Aspek ini merupakan salah satu mekanisme yang didalamnya memuat ketercapaiannya kelestarian lingkungan, kajian mengenai dampak penting suatu Usaha dan atau Kegiatan yang direncanakan pada lingkungan hidup yang diperlukan bagi proses pengambilan keputusan tentang penyelenggara Usaha dan atau Kegiatan. Dalam aspek ini yang harus perlu diperhatikan adalah bagaimana suatu perusahaan menjaga lingkungan sekitar tempat beroperasi agar tidak tercemar dan tetap pada menjaga kelestarian lingkungan.

Dalam hasil wawancara bersama dengan pemilik usaha kulit lumpia Mas Yom maka mendapatkan hasil bahwa usaha kulit lumpia Mas Yom ini dapat dikatakan sudah sesuai dengan aspek kebersihan lingkungan karena di dalamnya ada pihak yang bertanggung jawab dalam mengelola limbah yang dihasilkan. Sebelum dibukanya usaha kulit lumpia ini pemilik usaha yakni Bapak Muhammad Sahul Kirom terlebih dahulu membuat kerjasama kepada masyarakat sekitar tempat rumah produksi terkait dengan limbah

yang dihasilkan yaitu dengan membuat surat pernyataan tentang hal penyaluran dan pendistribusian serta pengelolaan limbah yang dihasilkan dimana surat ini bertanda tangan secara resmi oleh pihak-pihak terkait. Sehingga untuk sejauh ini dalam memproduksi kulit lumpia tidak adanya komplain yang diberikan oleh masyarakat sekitar terkait limbah hasil produksi.

Pada saat wawancara juga dijelaskan oleh pemilik usaha kulit lumpia mas yom ini terkait dengan limbah yang dihasilkan memiliki 2 jenis, yakni limbah cair yang tidak dapat dimanfaatkan dan limbah padat berupa kulit lumpia yang gagal produksi. Sisi positif dari limbah ini adalah adanya limbah padat yang dapat dimanfaatkan sebagai pakan ternak lele. Sehingga tidak terbuang sia-sia dan menjadi limbah kotor saja.

Secara sosial, adanya usaha kulit lumpia Mas Yom ini berdampak positif bagi masyarakat maupun perekonomian daerah, karena telah membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar tempat usaha beroperasi dan sebagai sumber pajak bagi daerah.

Dari hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa studi kelayakan bisnis dalam aspek Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) pada usaha kulit lumpia Mas Yom sudah memenuhi kriteria kebersihan dan menjaga lingkungan.

Aspek Manajemen Dan SDM

Dalam aspek manajemen dan Sumber Daya Manusia ini yang dibahas adalah bagaimana peran dari sumber daya manusia yang terbilang penting, yakni menentukan faktor produksi, membangun, serta mengembangkan perusahaan. Yang mana ruang lingkup yang didasari adalah aspek manajemen dan Sumber Daya Alam.

Struktur organisasi dari usaha kulit lumpia Mas Yom ini masih dikatakan belum terlalu formal dan baik, karena adanya rangkapan tugas dari para pekerjanya, contohnya seorang yang bertugas sebagai pengawas, dalam hal ini juga dia merangkap

sebagai tim pemasaran. Selain itu terkait dengan SOP pada usaha ini, sudah tertera dimulai dari awal ketika merekrut para pekerja, persiapan sebelum bekerja, saat operasional, kebersihan hingga pada pemasaran produk. Jam operasional usaha ini dimulai dari jam 10.00 – 18.00 Wib dengan dilakukan di tempat yang bersuhu dingin. Evaluasi kerja juga dilakukan seminggu sekali dimana hal ini dilakukan untuk melihat dan mengingatkan serta menjaga konsistensi dari kualitas produk.

Mengenai perekrutan karyawan, pada usaha ini tidak memerlukan dokumen dan sebagainya hanya dengan tekad yang dimiliki serta konsisten dalam bekerja. Selanjutnya akan diberikan pelatihan atau istilah lainnya disebut training, training dilakukan agar si karyawan baru dapat bekerja secara maksimal.

Pada usaha kulit lumpia ini juga memiliki intensif bagi karyawan dilihat dari hasil kinerja yang diberikan, apabila pekerja dapat melebihi target dari produksi yang telah ditentukan maka akan diberikan imbalan bonus terlepas dari gaji pokok.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada usaha kulit lumpia Mas Yom ini maka di dapat kesimpulan bahwa pada Aspek Pasar dan Pemasaran ; pada usaha kulit lumpia ini aspek pasar dan pemasaran secara keseluruhan sudah dapat dikatakan layak karena telah menerapkan sistem bauran pemasaran atau (*marketing mix*) yang sesuai walaupun pada promosi yang dilakukan masih belum maksimal karena hanya menerapkan satu strategi saja.

Dan pada Aspek Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) ; dari sebelum membuka usaha, pendiri usaha ini yakni Bapak Muhammad Sahul Kirom terlebih dahulu memperhatikan keadaan dari masyarakat dan lingkungan sekitar. Dan ketika sudah mantap untuk menjalankan usaha, Bapak Kirom ini melakukan mediasi bersama masyarakat sekitar dengan memberikan surat pernyataan

tentang pengelolaan sampah dan bertanggung jawab secara penuh mengenai limbah yang dihasilkan dari hasil produksi.

Dari Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia (SDM) ; pada usaha kulit lumpia Mas Yom telah diberlakukannya SOP dimulai dari perekrutan karyawan hingga pada pengelolaan limbah dan pemasaran.

Saran

Saran kepada peneliti selanjutnya : Saran dalam penelitian ini adalah diharapkan adanya penelitian lanjutan dengan menambahkan aspek-aspek kelayakan bisnis yang belum dijelaskan pada penelitian ini.

Saran kepada pemilik usaha : saran kepada pemilik usaha adalah dengan melakukan strategi pemasaran yang lebih baik lagi, yakni tidak hanya pada satu strategi saja sehingga bisa mengoptimalkan penjualan produk. Selain itu juga, dengan menambahkan karyawan sehingga tidak adalagi karyawan yang memiliki rangkapan tugas dan jabatan pada usaha ini.

Dengan demikian, semoga penelitian yang peneliti lakukan dapat berguna dan menjadi referensi dan wawasan bagi pembaca maupun bagi peneliti lainnya. Sehingga dapat menjadi panduan bagi calon pendiri usaha agar dapat melihat dan menganalisis usaha yang dibangun layak atau tidak nya sebagai usaha.

REFERENSI

- Hasan Subkhie, S. A. (2012). Analisis Kelayakan Usaha Peternakan Ayam Pedaging dengan Pola Kemitraan di Kecamatan Ciampea Kabupaten Bogor. *Jurnal Manajemen*, 54-63.
- Nabila Ananda Putri, Z. S. (2019). Analisis Kelayakan Bisnis Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Agrowisata N8 Malabar, Pangalengan, Kabupaten Bandung). *Journal of Food System and Agribusiness*, 89-100.
- Sabda Dian Nurani Siahaan, N. I. (2021). Analisis Kelayakan Bisnis Restoran

- Chicken Crush Tuasan Medan . *Jurnal Niagawan*, 143-158.
- Saragih, R. S. (2022). Analisis Kelayakan Usaha Budidaya Lobster Air Tawar (*Cherax quadricarinatus*) di Wampu Crayfish Desa Stabat Lama Barat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 198-204.
- Winny Alna Marlina, H. (2021). Business Feasibility Study at SMEs Fried Corn Sukma, Payakumbuh. *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)*, 202-220.
- Jakfar, K. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana
- Sufi, S.Y. (2006). *Aneka Lumpia dan Risoles*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Jakfar, K. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Yanuar, D. (2016). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau dari Aspek Pasar, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan pada UMKM Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalpinang. *Jurnal E-KOMBIS*, II(1), 41–51.
- Umar, Husein. (2005). *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi-3. PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Purnomo, R. A., Riawan, R., & Sugiharto, L. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis*. UNMUH Ponorogo Press.
- Umar, Husein. (2005). *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi-3. PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Subagyo, A. (2007). *Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sofyan, Syaakir. 2017. “Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah)”. *Bilancia* .Vol. 11(No. 1), 33-64.