

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA UMKM CEMILAN BOSQUE DITINJAU DARI ASPEK PEMASARAN, TEKNIS, HUKUM, SOSIAL DAN EKONOMI

Alpi Nurhayati¹, Rani Habibatul Umami², Yulisthio Herlinto³, Wening Ken⁴

^{1,2,3,4}Universitas Pelita Bangsa

alpinurhayati112110077@mhs.pelitabangsa.ac.id¹,

ranihabibatulumami02@mhs.pelitabangsa.ac.id²,

yulisthioherlianto112110773@mhs.pelitabangsa.ac.id³, wening.ken@pelitabangsa.ac.id⁴

Abstract

Bosque Snacks is one of the MSMEs located in Pengkolan Village, Kalijaya Village, West Cikarang District, West Java Province. This research aims to analyze the feasibility of the "Snacks Bosque" MSME business by examining various aspects, such as marketing, technical, legal, as well as social and economic. The methods used in this research include direct observation, interviews with business owners, as well as collecting secondary data from documentation and social media. The research results show that "Snack Bosque" has strong market potential with demand continuing to increase, both within the city and outside the city. The use of digital platforms in marketing has provided a competitive advantage for this business. From a technical perspective, the planned investment in equipment is expected to increase production capacity and efficiency. Apart from that, from a legal aspect, this business has met legal requirements such as having a Business Identification Number (NIB), Business Certificate (SKU) and the required Halal Certificate. Overall, the feasibility analysis shows that "Snack Bosque" has prospects for further development, providing a positive impact on the local economy, as well as creating job opportunities for the surrounding community.

Keywords: *Bosque Snacks, Marketing Aspects, Technical, Legal, Social and Economic.*

Abstrak

Cemilan Bosque merupakan salah satu UMKM yang terletak di Kampung Pengkolan, Desa Kalijaya, Kecamatan Cikarang Barat, Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis UMKM "Cemilan Bosque" dengan mengkaji berbagai aspek, seperti pemasaran, teknis, hukum, serta sosial dan ekonomi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi langsung, wawancara dengan pemilik usaha, serta pengumpulan data sekunder dari dokumentasi dan media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa "Cemilan Bosque" memiliki potensi pasar yang kuat dengan permintaan yang terus meningkat, baik di dalam kota maupun luar kota. Pemanfaatan *platform* digital dalam pemasaran telah memberikan keunggulan kompetitif bagi usaha ini. Dari sisi teknis, rencana investasi dalam peralatan diperkirakan akan meningkatkan kapasitas dan efisiensi produksi. Selain itu, dari aspek hukum, usaha ini sudah memenuhi persyaratan legalitas seperti memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), Surat Keterangan Usaha (SKU) serta Surat Keterangan Halal yang diperlukan. Secara keseluruhan, analisis kelayakan menunjukkan bahwa "Cemilan Bosque" memiliki prospek untuk dikembangkan lebih lanjut, memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal, serta menciptakan peluang kerja bagi masyarakat sekitar.

Kata Kunci : Cemilan Bosque, Aspek Pemasaran, Teknis, Hukum, Sosial dan Ekonomi.

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional Indonesia. UMKM berfungsi sebagai pondasi penggerak sistem ekonomi di Indonesia (Florentina Br Bangun et al., 2022). Membangun perekonomian yang kuat memerlukan pertimbangan segala upaya, salah satunya adalah membuka bisnis kecil seperti Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian negara (Hartanto, 2024). Tulus Tambunan (2012) menyatakan bahwa UMKM adalah usaha yang berdiri sendiri, yang dijalankan oleh individu atau badan usaha di seluruh sektor ekonomi. Tujuan dari UMKM yaitu untuk menumbuhkan dan mengembangkan usaha guna memperkuat perekonomian nasional berdasarkan prinsip demokrasi ekonomi yang adil (Florentina Br Bangun et al., 2022).

Bisnis dapat diartikan sebagai aktivitas ekonomi yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan melalui pengelolaan berbagai sumber daya yang ada. Selain itu, bisnis juga merupakan suatu organisasi yang memproduksi barang dan jasa yang diperlukan oleh masyarakat, mencakup semua aktivitas yang dilakukan oleh sektor publik maupun swasta, tanpa memandang apakah mereka berorientasi pada keuntungan atau tidak (Santoso et al., 2022). Para pelaku usaha, baik individu maupun kelompok, berusaha untuk menemukan peluang pasar, memenuhi kebutuhan konsumen, dan menjaga kelangsungan bisnis. Di tengah era globalisasi, kemajuan teknologi menjadi faktor penting bagi keberhasilan bisnis, khususnya dalam sektor kuliner. Perusahaan perlu melalui serangkaian evaluasi untuk menilai kelayakan untuk melanjutkan atau mengembangkan usaha lebih lanjut.

Bisnis kuliner diakui sebagai salah satu industri yang paling menjanjikan karena fleksibilitasnya dalam melayani berbagai segmen pasar (Aldhiansyah, 2023). Bisnis ini melayani berbagai macam pelanggan, mulai dari masyarakat umum hingga kelompok tertentu dengan preferensi makanan yang beragam, untuk menyesuaikan penawaran produknya dalam memenuhi berbagai kebutuhan. Keberhasilan di sektor kuliner tidak hanya bergantung pada kemampuan untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi tetapi juga pada kapasitas untuk beradaptasi dengan tren kuliner terkini. Faktor-faktor ini biasanya dinilai dalam Studi Kelayakan Bisnis untuk mengevaluasi potensi keberlanjutan dan pertumbuhan. Di Indonesia, sektor kuliner terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, didorong oleh meningkatnya

permintaan akan pilihan makanan yang praktis dan cepat, yang sejalan erat dengan gaya hidup modern masyarakat (Faizal Ramdhani et al., 2023).

Studi kelayakan bisnis merupakan tahap awal yang sangat penting sebelum memulai atau mengembangkan suatu usaha, karena analisis yang mendalam ini dapat memberikan pemahaman menyeluruh mengenai berbagai aspek yang mempengaruhi keberlangsungan dan potensi pertumbuhan bisnis (Alfiansyah et al., 2024). Johan Suwinto (2011) menyatakan bahwa studi kelayakan yaitu proses evaluasi yang komparatif dan mendalam terhadap kelayakan suatu usaha. Suatu usaha dapat dikategorikan layak atau tidak layak untuk dijalankan berdasarkan perbandingan antara faktor ekonomi yang diinvestasikan dalam usaha baru dengan hasil pengembalian atau pendapatan yang dihasilkan dari usaha tersebut (Florentina Br Bangun et al., 2022).

Analisis kelayakan bisnis dapat dilakukan oleh para pemilik UMKM dengan mengevaluasi aspek pemasaran, teknis, hukum, sosial, dan ekonomi secara menyeluruh. Analisis pemasaran misalnya, membantu mengidentifikasi peluang yang tersedia serta menganalisis tren konsumsi yang ada. Aspek teknis menilai kemampuan produksi dan efisiensi operasional. Aspek hukum memastikan bahwa bisnis berjalan sesuai peraturan yang berlaku. Aspek sosial dan ekonomi turut memberikan wawasan mengenai dampak usaha terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Pemahaman ini diharapkan dapat membantu pengusaha dalam mengurangi risiko yang mungkin timbul, serta memaksimalkan potensi keuntungan, sehingga pengambilan keputusan strategis dapat dilakukan dengan lebih efektif.

Tren ngemil di era modern telah menjadi bagian penting dari gaya hidup masyarakat, khususnya di kalangan masyarakat perkotaan. Masyarakat perkotaan yang seringkali menjalani kehidupan yang sibuk membutuhkan solusi makanan yang praktis. Camilan menjadi pilihan utama karena sifatnya yang ringan, mudah dibawa, dan praktis untuk dinikmati kapan saja, baik saat bekerja, belajar, maupun beraktivitas di luar ruangan (Saputri & Kartika, 2023). Pergeseran pola konsumsi ini telah menciptakan peluang yang signifikan bagi para pengusaha di bidang kuliner untuk memperkenalkan berbagai produk camilan yang inovatif dan menarik. Tren ini menawarkan potensi pertumbuhan yang substansial, terutama bagi usaha kecil dan menengah (UKM) yang dapat dengan cepat menanggapi permintaan pasar dengan beragam penawaran.

Cemilan Bosque merupakan contoh nyata pemanfaatan peluang di sektor kuliner. Usaha ini fokus pada produksi dan penjualan makanan ringan, seperti peyek kacang, basreng, risol, cireng, dan pempek. Kamaliyah Jalista Tryasningrum mendirikan usaha ini pada awal tahun 2021. Tujuan didirikannya usaha tersebut adalah untuk membantu perekonomian keluarganya. Cemilan Bosque tidak hanya menjual produknya di sekitar Terminal Cikarang Barat, tetapi juga memanfaatkan *platform* digital seperti Instagram dan WhatsApp untuk menjangkau konsumen di luar daerah. Produk-produk yang ditawarkan memiliki keunggulan kompetitif, salah satunya adalah varian rasa seperti peyek kacang hijau serta basreng koin yang membuat Cemilan Bosque tampil berbeda di tengah persaingan pasar makanan ringan. Sinergi antara kualitas produk yang unggul dan penerapan teknologi pemasaran digital memberikan identitas unik bagi usaha ini (Fitriana Mardhotillah et al., 2023).

Penelitian ini berfokus pada studi kelayakan bisnis UMKM "Cemilan Bosque" dengan mempertimbangkan berbagai aspek penting, termasuk pemasaran, teknis, hukum, sosial, dan ekonomi. Melalui analisis yang komprehensif ini, diharapkan dapat diperoleh kesimpulan yang tepat mengenai layak atau tidaknya usaha ini untuk dikembangkan lebih lanjut. Kesimpulan dari studi kelayakan ini akan menjadi dasar bagi pemilik usaha dalam mengambil keputusan strategis mengenai arah dan pengembangan bisnis di masa depan. Berdasarkan latar belakang dan potensi yang ada, penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai kelayakan bisnis ini melalui penelitian yang berjudul "Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada UMKM Cemilan Bosque ditinjau dari Aspek Pemasaran, Teknis, Hukum, Sosial dan Ekonomi

II. TINJAUAN PUSTAKA

Definisi Studi Kelayakan Bisnis

Sobana (2018) menyatakan bahwa studi kelayakan merupakan suatu analisis terhadap suatu usulan proyek atau konsep usaha untuk mengetahui apakah inisiatif tersebut dapat dilaksanakan secara efektif dan tumbuh sesuai dengan tujuan atau target yang ditetapkan (Aldhiansyah, 2023). Kelayakan dari sebuah bisnis kuliner sangat berpengaruh terhadap bisnis yang sedang dijalankan. Pengkajian kelayakan pada suatu bisnis adapun beberapa aspek yang dapat dikaji, yaitu aspek pemasaran, aspek teknis, aspek hukum serta aspek sosial dan ekonomi.

Aspek-Aspek Studi Kelayakan Bisnis

1. Aspek Pemasaran

Kotler dan Stanton (1995) menyatakan bahwa pemasaran mencakup keseluruhan sistem yang berkaitan dengan aktivitas usaha, yang bertujuan untuk merencanakan, menetapkan harga, serta mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan pembeli, baik yang sudah ada maupun yang potensial (Sugianto et al., 2020, p. 57). Sunyoto (2014) menjelaskan bahwa pasar merupakan suatu sistem dari aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, dan melakukan promosi (Sahara & Nasutuon, 2024). Menurut Kotler dan Armstrong (2018), pemasaran merupakan proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka untuk memperoleh nilai sebagai imbalan (Khairani et al., 2024). Aspek ini sangat penting dalam menilai kelayakan bisnis, karena memberikan wawasan mengenai potensi permintaan, strategi untuk menjangkau konsumen, serta kemampuan bisnis untuk bersaing di pasar.

2. Aspek Teknis

Aspek teknis merupakan aspek yang berkaitan dengan proses pembangunan fisik usaha secara teknis dan pengoperasiannya setelah penyelesaian bangunan fisik (Sahara & Nasutuon, 2024). Jumingan (2011) mengemukakan bahwa penelitian dalam aspek ini mencakup lokasi usaha, seperti kantor pusat, kantor cabang, pabrik, dan gudang. Selain itu, penentuan tata letak (*layout*), lokasi gudang mesin, dan peralatan untuk pengembangan usaha juga sangat penting. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan lokasi yang tepat dengan mempertimbangkan berbagai faktor agar terhindar dari kesalahan (Florentina Br Bangun et al., 2022).

3. Aspek Hukum

Dimensi hukum merupakan aspek fundamental dalam menilai ketentuan hukum yang harus dipenuhi sebelum memulai kegiatan usaha (Sahara & Nasutuon, 2024). Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa suatu usaha telah sesuai dengan standar hukum dan mampu memenuhi kriteria perizinan yang berlaku di daerahnya (Florentina Br Bangun et al., 2022). Dimensi hukum atau yuridis menjadi fokus utama analisis awal. Hal ini penting karena apabila hasil penilaian dimensi hukum atau yuridis menunjukkan bahwa suatu konsep usaha tidak layak untuk dijalankan, maka tidak diperlukan lagi analisis lebih lanjut terhadap dimensi-dimensi lainnya (Made Adnyana, 2020, p. 281). Kasmir dan Jafkar (2012) menyatakan bahwa

dimensi hukum meliputi pemeriksaan kelengkapan dan keabsahan dokumen perusahaan, termasuk jenis bentuk usaha dan perizinan yang telah diperoleh (Florentina Br Bangun et al., 2022).

4. Aspek Sosial dan Ekonomi

Aspek sosial dan ekonomi memiliki peranan yang sangat penting dalam analisis kelayakan bisnis, terutama terkait dengan dampak serta manfaat yang dihasilkan oleh suatu usaha terhadap masyarakat dan perekonomian. Berdasarkan sudut pandang ekonomi, sebuah bisnis diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta kontribusi terhadap penerimaan pajak (Rizki Mulyadi & Rohman, 2024).

Aspek sosial berfokus pada bagaimana bisnis dapat memberikan keuntungan bagi komunitas di sekitarnya, misalnya melalui program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), peningkatan kesejahteraan masyarakat, dan upaya menjaga keseimbangan lingkungan. Dengan memperhatikan kedua aspek ini, perusahaan tidak hanya dapat membangun citra positif di mata publik, tetapi juga memastikan keberlanjutan operasionalnya dalam jangka panjang.

III. METODE PENELITIAN

A. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, yaitu suatu prosedur untuk mengungkap permasalahan dengan cara menggambarkan keadaan subjek atau objek yang diteliti (Darsiti Darsiti et al., 2024). Menurut Sugiyono (2014) menyatakan bahwa data penelitian dapat dibedakan menjadi data primer dan data sekunder berdasarkan sumbernya (Frisiska & Swasti Asparini Syahrijati, 2022). Pada penelitian observasi bisnis "Cemilan Bosque," data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumbernya (Sugiyono, 2017) dalam (Saputri & Kartika, 2023). Data ini diperoleh melalui studi lapangan, hasil wawancara dengan pemilik usaha, konsumen, karyawan, serta masyarakat sekitar yang terkait dengan bisnis Cemilan Bosque. Wawancara dilakukan dengan Kamaliyah selaku pemilik bisnis Cemilan Bosque, yang memberikan data terkait aspek-aspek bisnis seperti aspek pemasaran,

aspek teknis, aspek hukum, aspek sosial dan ekonomi. Wawancara ini dilaksanakan secara langsung di lokasi usaha Cemilan Bosque. Observasi dilakukan di lokasi bisnis di sekitar terminal Cikarang Barat, di mana aktivitas bisnis dan interaksi dengan konsumen dapat diamati secara langsung.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber tidak langsung, seperti literatur, dokumen, serta referensi lain (Sugiyono, 2017) dalam (Saputri & Kartika, 2023). Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari sumber-sumber seperti media sosial serta data dari *platform e-commerce* seperti Instagram dan WhatsApp yang digunakan oleh Cemilan Bosque untuk memasarkan produk. Selain itu, data tentang legalitas usaha, termasuk Nomor Induk Berusaha (NIB) dan perizinan dari pemerintah setempat yaitu Surat Keterangan Usaha (SKU) serta Surat Keterangan Halal juga digunakan sebagai data sekunder.

B. Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga teknik utama:

1. Observasi : Dilakukan di lokasi produksi dan distribusi Cemilan Bosque untuk mengamati langsung aktivitas operasional.
2. Wawancara : Dilakukan dengan Kamaliyah sebagai narasumber utama untuk memperoleh data primer terkait bisnis ini.
3. Dokumentasi : Berupa catatan hasil wawancara dan dokumen penunjang lainnya.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam studi ini adalah Kamaliyah Jalista Tryasningrum sebagai pemilik dan pengelola utama bisnis Cemilan Bosque. Kamaliyah bertindak sebagai narasumber utama yang memberikan informasi tentang manajemen, pemasaran, serta operasional bisnis.

C. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah usaha Cemilan Bosque, sebuah usaha keluarga yang bergerak di bidang makanan ringan seperti peyek kacang, basreng, risol, cireng dan pempek. Usaha ini dengan titik distribusi utama di Terminal Bus Cikarang Barat serta melalui *platform online* seperti Instagram dan WhatsApp

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM Cemilan Bosque berdiri sejak awal tahun 2021 dengan fokus pada produk makanan ringan seperti peyek kacang, basreng, risol, cireng dan pempek yang dijual melalui warung kecil dan teman-teman kampus Universitas Pelita Bangsa. Meski dimulai dengan cara sederhana, usaha ini mengalami pertumbuhan signifikan, terutama melalui pemasaran digital di *platform* seperti Instagram dan WhatsApp. Potensi pasar terus berkembang, dengan permintaan yang stabil, bahkan hingga luar kota seperti Surabaya dan Tangerang. Meskipun menghadapi persaingan, Cemilan Bosque mempertahankan daya saing melalui strategi pemasaran yang efektif. Analisis kelayakan bisnis ini menunjukkan prospek yang menjanjikan untuk ekspansi lebih lanjut.

Usaha ini menunjukkan potensi yang sangat baik berdasarkan berbagai aspek kelayakan bisnis. Aspek pemasaran menunjukkan permintaan yang terus meningkat, dengan pesanan tidak hanya di daerah lokal namun juga hingga luar kota sehingga menandakan adanya potensi besar untuk ekspansi lebih lanjut. Usaha ini memiliki keunggulan yang kuat, hal ini dapat dilihat dari strategi pemasaran yang memanfaatkan jaringan pertemanan serta *platform* online telah membangun pondasi yang kokoh untuk pertumbuhan jangka panjang. Namun, tantangan dalam persaingan di industri makanan ringan perlu terus diatasi dengan inovasi produk seperti varian rasa baru. Berdasarkan aspek teknis, meskipun pengolahan masih dilakukan dengan alat manual, rencana untuk investasi dalam peralatan yang lebih modern menunjukkan adanya kesiapan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan efisiensi. Secara keseluruhan, dengan manajemen yang solid dan potensi pasar yang besar, Cemilan Bosque dinilai layak untuk terus dikembangkan. Analisis Kelayakan Usaha ditinjau berdasarkan 4 Aspek sebagai berikut:

1. Aspek Pemasaran

- a) Potensi Pasar

Cemilan tradisional seperti peyek dan pempek memiliki pasar yang luas di Indonesia. Produk ini telah dikenal lama dan diterima baik oleh berbagai kalangan masyarakat. Apalagi peyek kacang, rebon, teri, dan kacang hijau merupakan varian yang populer. Kawasan sekitar terminal adalah area yang sangat strategis dengan lalu lintas manusia yang tinggi, sehingga meningkatkan potensi penjualan. Selain itu, pasar online juga menjadi saluran potensial karena akses mudah melalui media sosial yang telah diterapkan.

b) **Pertumbuhan Permintaan**

Tingkat permintaan konsumen yang tinggi, seperti pengiriman produk ke Surabaya dan Tangerang, membuktikan bahwa produk ini memiliki daya tarik tersendiri. Pertumbuhan permintaan yang berkelanjutan mencakup area lokal dan mulai merambah pasar luar kota. Cemilan Bosque berhasil menitipkan produk di beberapa warung khususnya daerah Kecamatan Cikarang Barat. Produk tersebut terjual habis dalam sehari sehingga menunjukkan tingginya permintaan dan penerimaan produk oleh konsumen.

c) **Persaingan**

Lingkungan industri makanan ringan memiliki persaingan yang ketat. Cemilan Bosque berhasil menawarkan produk melalui cita rasa yang unik, seperti peyek dari kacang hijau yang jarang ditemui di pasaran. Produk ini bersaing dengan peyek dan makanan ringan lainnya. Kualitas menjadi faktor kunci dalam menjaga daya saing. Usaha ini juga menawarkan produk berupa Basreng dengan bentuknya yang unik seperti koin sehingga lebih renyah dari basreng yang biasanya sering dijumpai di warung-warung sekitar.

d) *Market Share*

Pangsa pasar Cemilan Bosque saat ini berfokus pada konsumen lokal di sekitar terminal dan warung-warung di Tangerang dan sekitarnya. Namun, dengan pesanan yang sudah sampai ke Surabaya, ada potensi besar untuk memperluas pangsa pasar ke daerah lain di luar Jawa Barat dan Banten. Ekspansi melalui penjualan melalui aplikasi Shopee juga membuka kesempatan untuk memperbesar *market share* ke seluruh Indonesia. Bisnis ini akan terus berkembang dalam jangka panjang dikarenakan pemilik usaha Cemilan Bosque ini akan segera menjual berbagai macam produk Cemilan Bosque melalui *platform* Tiktok Shop.

e) **Strategi Pemasaran**

Pemasaran dilakukan secara kombinasi antara strategi tradisional dan digital. Penitipan di warung dan pemasaran melalui jaringan pertemanan menjadi strategi efektif di awal. Selain itu, penggunaan media sosial (Instagram dan WhatsApp) membantu menjangkau pasar yang lebih luas. Penjualan di bazar dan seminar juga menjadi cara untuk meningkatkan *brand awareness*. Peningkatan layanan pengiriman hingga ke luar kota dengan opsi COD (*Cash on Delivery*) maupun Transfer Bank juga memberikan nilai tambah bagi konsumen.

2. Aspek Teknis

a) Lokasi, *Layout* Pabrik, dan *Layout* Proses Produksi

Proses produksi saat ini dilakukan di rumah dengan peralatan yang masih sederhana. Lokasi rumah dekat dengan terminal dan akses yang mudah menjadi salah satu keuntungan. *Layout* produksi masih dalam skala rumah tangga, dengan peralatan seperti alat pemotong bawang dan pengolahan manual. Rencana untuk membeli alat produksi yang lebih canggih seperti mesin basreng menunjukkan potensi pengembangan dari sisi teknis.

b) Luas Toko

Luas wilayah toko saat ini sekitar 150 meter persegi yang mencakup ruang untuk penyimpanan bahan baku dan pengolahan produk. Meskipun masih sederhana, area ini cukup memadai untuk skala produksi saat ini, namun akan memerlukan ekspansi seiring dengan peningkatan kapasitas produksi.

c) Teknologi, Mesin, dan Peralatan

Proses pembuatan produk saat ini menggunakan teknologi yang minim dengan alat manual. Namun, rencana untuk meningkatkan kapasitas produksi dengan pembelian mesin-mesin baru akan membantu dalam meningkatkan efisiensi dan konsistensi kualitas produk. Pengadaan alat-alat baru seperti mesin pemotong dan pengemas produk juga akan menambah daya saing.

3. Aspek Hukum

a) Legalitas Usaha

Usaha ini telah memiliki NIB (Nomor Induk Berusaha) dengan nomor usaha 3105230071537 dan Surat Keterangan Halal dengan nomor usaha 32110004391810623 atas nama Kamalياهو, yang memberikan legitimasi hukum untuk beroperasi secara resmi.

b) Perizinan

Surat Keterangan Usaha (SKU) telah diajukan oleh ibu Kamalياهو dengan nomor usaha 503/68/III/ekonomi/2021 sebagai salah satu syarat untuk perizinan di daerah setempat serta dapat dimanfaatkan sebagai modal awal dalam membangun usaha.

4. Aspek Sosial Dan Ekonomi

Aspek ekonomi dalam usaha Cemilan Bosque berperan penting dalam meningkatkan perekonomian keluarga dan masyarakat sekitar. Usaha ini tidak hanya menjadi sumber pendapatan utama keluarga, tetapi juga membuka peluang ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, terutama bagi mahasiswa lokal yang terlibat dalam proses produksi. Usaha ini membantu memperkuat ikatan sosial keluarga dan memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar dengan menciptakan kesempatan kerja informal. Usaha ini berpotensi memberikan dampak positif melalui kualitas produk yang dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penerimaan masyarakat terhadap produk lokal

V. KESIMPULAN

Cemilan Bosque dinilai layak untuk terus dikembangkan berdasarkan hasil analisis dari berbagai aspek. Aspek pemasaran menunjukkan permintaan yang stabil dan terus meningkat, bahkan menjangkau luar kota seperti Surabaya. Peluang ekspansi yang besar tersedia melalui pemasaran digital. Meskipun menghadapi persaingan di industri makanan ringan, kualitas produk dan strategi pemasaran yang efektif membuat usaha ini tetap kompetitif. Dari aspek teknis, proses produksi masih menggunakan alat sederhana. Rencana investasi dalam peralatan modern menunjukkan kesiapan untuk peningkatan kapasitas dan efisiensi. Aspek legalitas dan manajemen yang baik juga mendukung kelangsungan usaha. Usaha ini memberikan dampak positif bagi keluarga dan lingkungan sekitar dari sisi sosial dan ekonomi. Berdasarkan pertimbangan ini, Cemilan Bosque dinilai sangat potensial untuk terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldhiansyah, I. (2023). Analisis Kelayakan Bisnis UMKM Makanan Khas Palembang. *RESWARA: Jurnal Riset Ilmu Teknik*, 1(2). <https://journal.yazri.com/index.php/reswara>
- Alfiansyah, F., Aryani, S., & Daryaningtyas, Z. (2024). Studi Kelayakan Bisnis “Seblak dan Baso Aci.” *SEMINAR NASIONAL POTENSI DAN KEMANDIRIAN DAERAH*, 244–253.
- Darsiti Darsiti, Asep Mahmudin, Cahya Putri Julyandaru, Putri Meilani Gustian, & Salsa Sabila. (2024). Studi Kelayakan Bisnis Pengembangan Inovasi Varian Rasa Bakso Aci Pada Badan Usaha Tercabaikan. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 4(1), 46–54. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v4i1.2812>

- Faizal Ramdhani, R., Prabowo, A., Ardianto, R., & Dwi Rahmawati, E. (2023). Analisis Kelayakan Bisnis UMKM Ramtaro Peyek “Carepey.” *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains Dan Teknologi*, 3(1), 637–637.
- Fitriana Mardhotillah, A., Rahmi, Nafa Awaliyah, S., & Ahmad, F. (2023). STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK RISOL MAYO KEKINIAN. *Anfatama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 76–86.
- Florentina Br Bangun, C., Yuniar, V., & Wulandari Bugis, S. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Pengembangan UMKM Usaha Tahu dan Tempe di Desa Pondok Jeruk Ditinjau dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan. *Transformasi Manageria Journal of Islamic Education Management* , 2(2), 142–151. <https://doi.org/10.47476/manageria.v2i2.929>
- Frisiska, & Swasti Asparini Syahrijati, P. (2022). INOVASI PEMBUATAN RISOL DENGAN KULIT RISOL BERBAHAN DASAR SINGKONG. *Jurnal Pesona Hospitality*, 15(2).
- Hartanto. (2024). Analisis Kelayakan Bisnis UMKM “Peyek Mbok Tun.” *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains Dan Teknologi*, 4(1).
- Khairani, M., Nurul, A., Naibaho, A., Armiami, R., & Holila, N. (2024). Keanekaragaman Olahan Kue Gorengan Berbasis Adonan Cireng. *JMCBUS: Journal of Management and Creative Business*, 2(1), 49–55. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v2i1.1752>
- Made Adnyana, I. (2020). *STUDI KELAYAKAN BISNIS* (Vol. 1).
- Rizki Mulyadi, M., & Rohman, A. (2024). ANALISIS ASPEK EKONOMI DAN SOSIAL DALAM STUDI KELAYAKAN BISNIS PT BUMI MENARA NUSANTARA-CRAB DIVISION KWANYAR BANGKALAN. *JMA*, 2(6), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Sahara, S., & Nasutuon, S. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis UMKM Gerobak Chicken Steak Dalam Mengekspansi Usaha di Kecamatan Medan Perjuangan. *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI)*, 4(1), 219–229.
- Santoso, P. V., Amarillo, R. V., & Prasetyarini, S. (2022). Analisis kelayakan bisnis pada UMKM makanan khas Palembang di Kota Malang (Studi Kasus Pada Bisnis Pempek Sultan Asli Palembang). *Jurnal Multidisiplin West Science*, 01(02), 181–195.
- Saputri, R., & Kartika, M. (2023). Analisis Usaha Snack Jajanan Rii Menjelang Hari Raya Idul Fitri. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM*, 1.

Sugianto, Nadi, L., & Ketut Wenten, I. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis* (Vol. 1).