

Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada UMKM Namiyah Gif Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran, Aspek Sumber Daya Manusia, Aspek Manajemen Dan Aspek Teknis Dan Teknologi

Ahmad Ali Imron^{1*}, Asnita², Dwi Arni Syakila³, Puji Afriyeni⁴

¹⁻⁴ Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri Laksemana Bengkalis, Riau
Fennyman0786@gmail.com, aasnita667@gmail.com, dwiiarniisyakilaa@gmail.com, pujiafriyeni11@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis studi kelayakan bisnis UMKM Namiyah Gift dilihat dari aspek pasar dan pemasaran, sumber daya manusia, manajemen, serta teknis dan teknologi. UMKM Namiyah Gift, dalam konteks ini, memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan, namun apa yang diperlukan oleh bisnis ini adalah analisis kelayakan bisnis yang komprehensif untuk memastikan bahwa bisnis ini bisa berkesinambungan serta berhasil di tengah persaingan pasar yang ketat dan dinamika ekonomi yang tidak menentu. Dalam penyelidikan ini digunakan prosedur analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus, di mana data dikumpulkan dari wawancara mendalam dengan pemilik UMKM dan observasi langsung, serta dibaca dalam literatur ilmiah terkait.

Kata Kunci: Namiyah Gift, Studi Kelayak Bisnis.

PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil dan menengah atau yang sering disebut dengan umkm merupakan tulang punggung perekonomian negara. Hal ini terbukti dengan besarnya kontribusi usaha umkm terhadap pemerataan pendapatan dan penyerapan tenaga kerja. Namun ditengah potensi besar ini, umkm juga menghadapi berbagai tantangan-tantangan yang dapat menghambat keberlanjutan dan keberlangsungannya. (Bisnis et al. 2016)

Salah satu umkm yang berpotensi besar untuk dikembangkan adalah “Namiyah Gif” yang spesifik pada bidang usaha bucket bunga. Untuk memastikan agar potensi dan keberlangsungan “Namiyah Gift”, diperlukan analisis yang komprehensif terkait kelayakan bisnisnya. Tanpa studi kelayakan bisnis yang mendalam, risiko kegagalan bisnis akan meningkat, terutama dalam menghadapi persaingan pasar yang ketat dan dinamika ekonomi yang tidak menentu.

Dalam persaingan yang ketat dan dinamika perubahan ekonomi yang tidak menentu, “UMKM Namiyah Gift” harus terus mengembangkan produk-produknya sembari tetap menjaga kualitasnya dalam keadaan yang baik. Berdasarkan urgensi diatas, studi kelayakan bisnis pada umkm namiyah gift menjadi sangat penting dan relevan untuk dilakukan. Hasil dari studi ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai potensi dari keberhasilan umkm namiyah gift serta rekomendasi yang nantinya bermanfaat bagi umkm namiyah gift untuk lebih berkembang lagi.

TINJAUAN LITERATUR

Aspek Pasar Dan Pemasaran

Dalam studi kelayakan bisnis, aspek pasar dan pemasaran merupakan salah satu fokus utama dalam menilai potensi keberhasilan suatu produk atau jasa. Aspek pasar dan pemasaran diungkapkan melalui penelitian mendalam terhadap segmen pasar yang spesifik dan perkiraan permintaan produk di masa mendatang. Ini mencakup pemahaman terhadap kebutuhan konsumen, tren preferensi, dan inovasi produk yang dapat mendukung penerimaan pasar. Sejalan dengan itu, identifikasi kendala seperti persaingan dengan pesaing industri memberikan wawasan mengenai tantangan yang mungkin dihadapi serta langkah-langkah yang perlu diambil untuk bersaing secara efektif. (Arifah and Misidawati 2024)

Dalam konsep pemasaran yang didefinisikan oleh Philip Kotler dan dikutip oleh Rochmad Aldy dkk., pemasaran bukan sekadar suatu kegiatan fungsional, melainkan merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang melibatkan individu dan kelompok, memungkinkan mereka memperoleh kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan serta mempertukarkan produk serta nilai dengan pihak lain. Keterkaitan yang erat antara pemasaran dan pasar membentuk suatu hubungan simbiosis, di mana keduanya saling melengkapi dan tak terpisahkan. (Hardika and Sudiartini 2022)

Aspek Sumber Daya Manusia

Aspek sumber daya manusia adalah salah satu aspek penting dalam penelitian studi kelayakan bisnis. Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor penting dalam sebuah organisasi, baik itu organisasi profit maupun yang non profit. Oleh karena itu, sumber daya manusia haruslah dikelola dengan baik agar dapat memberikan dampak yang baik bagi organisasi. Menurut Hamali sumber daya manusia adalah salah satu sumber daya yang termasuk dalam suatu organisasi dan mencakup setiap orang yang melakukan kegiatan. (Hambali and Dinitri 2023)

Aspek Manajemen

Didalam aspek ini, kita akan menganalisis bagaimana manajemen sebuah organisasi atau usaha dengan tujuan mengembangkan organisasi atau bisnis kearah yang lebih baik lagi. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa organisasi atau usaha yang kita jalankan tetap bertahan sekaligus berkembang ditengah gempuran persaingan yang ketat.

Hal-hal yang perlu dianalisis dalam aspek ini diantaranya bagaimana perencanaan usaha (identitas usaha, lokasi usaha, tenaga kerja), pelaksanaan usaha (pembuatan produk, serta promosi produk), dan pengendalian (pengendalian kualitas produk). (Kadek Arianton, Made Ary Meitriana, and Iyus Ahmad Haris 2017)

Aspek Teknis Dan Teknologi

Aspek teknis dan teknologi adalah aspek yang berhubungan langsung dengan proses pembuatan sebuah produk usaha serta teknologi apa yang digunakan dalam membuat produk

tersebut. Hal-hal yang dianalisis dalam aspek ini diantaranya seperti lokasi usaha, besarnya jumlah produk yang dihasilkan, serta teknologi yang digunakan dalam membuat produk.(Alfajri et al. 2023)

METODE

Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis studi kelayakan bisnis umkm Namiyah Gift dari beberapa aspek seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek sumber daya manusia, aspek teknis dan teknologi serta aspek manajemen. Penelitian ini dilakukan di toko UMKM namiyah gift yang berlokasi di jln pertanian berdekatan dengan lapas, di persimpangan 3 Institut Agama Islam Negri Datuk Laksamana Bengkalis, provinsi Riau pada tanggal 13 Mei 2025.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan dengan wawancara secara mendalam dengan pemilik umkm namiyah gift dan observasi langsung di tempat usaha umkm namiyah gift. Data sekunder diperoleh melalui literatur-literatur terkait teori studi kelayakan bisnis umkm.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada salah satu umkm namiyah gift dengan menggunakan metode wawancara langsung dan studi-studi literatur sehingga memperoleh data yang terpercaya. Berikut ini adalah hasil wawancara yang sudah dilakukan.

Aspek Pasar Dan Pemasaran

1. Dimensi Produk

Dimensi produk berkaitan dengan sifat dan ciri-ciri produk seperti bentuk, warna, ukuran, dan sebagainya. Umkm yang penulis teliti memiliki berbagai macam produk bucket bunga, dari yang ukurannya kecil sampai yang ukurannya besar.

Produk bucket bunga yang dihasilkan umkm namiyah gift ini adalah produk utama yang dihasilkan dari kreativitas pembuatnya. Ada berbagai macam jenis bucket yang dihasilkan seperti *round bouquet*, *hand bouquet*, *flower box*, dan *money bouquet*.

2. Keunggulan Produk

Keunggulan produk dari usaha ini pada segi harga dan kualitas yang seimbang. Bucket di namiyah gift store terdiri dari beragam jenis bentuk dan dimulai dari harga Rp 15.000 rupiah sampai dengan Rp 285.000.

3. Peluang Pasar

Produk bucket bunga usaha ini menjadi salah satu hadiah populer yang bisa digunakan untuk berbagai acara seperti wisuda, hari ibu, ulang tahun, dan sebagainya.

Peluang paling besar dari produk ini adalah ketika wisuda. Hal ini dikarenakan beberapa hal seperti lokasi yang berada tidak jauh dari kampus IAIN Datuk Laksamana Bengkalis membuat banyaknya orang membeli bucket namiyah gift pada saat wisuda.

Aspek Sumber Daya Manusia

Usaha ini hanya memiliki seorang karyawan. Hal ini dikarenakan masih kurangnya modal untuk menambah karyawan dan pemilik umkm namiyah gift juga belum berniat untuk menambah karyawannya. Cara pemilik namiyah gift memilih calon karyawannya adalah dengan mengetahui karakternya terutama kejujuran dan sopan santun. Pemilik namiyah gift juga mengutamakan ke kreatifan dan keaktifan dalam bekerja. Untuk tugas-tugas administrasi dari UMKM Namiyah Gift ini semuanya dilakukan oleh pemilik usaha sendiri.

Aspek Teknis Dan Teknologi

1. Lokasi Usaha

Lokasi usaha ini sangatlah strategis karena tepat berada di tepi jalan serta berdekatan dengan kampus IAIN Datuk Laksamana Bengkalis yang membuat banyaknya orderan bucket bunga ketika acara wisuda karena tempat usaha mudah untuk diakses.

2. Luasnya Produksi Produk

Usaha ini bisa membuat bucket bunga sebanyak 50 bentuk dalam sehari tergantung banyaknya orderan yang masuk.

3. Penggunaan Teknologi

Dalam pembuatan produk, pemilik usaha tidak menggunakan teknologi sama sekali. Mereka membuat produknya masih secara manual.

Aspek Manajemen

1. Perencanaan

1) Nama usaha

Usaha ini bergerak dibidang perbucketan dan diberi nama “Namiyah Gift”. Tidak ada alasan khusus pemilik memilih nama ini untuk menjadi nama usahanya.

2) Lokasi Usahaa

Lokasi usaha ini terletak di jl.Pertanian berdekatan dengan lapas, di persimpangan 3 kampus IAIN Datuk Laksamana Bengkalis.

3) Tenaga Kerja

Usaha ini memiliki dua orang karyawan (Aprilia Sukma dan Najwa) , yang salah satunya (Aprilia Sukma) juga merangkap sebagai pemilik usaha ini.

2. Pelaksanaan

1) Pembuatan Produk

Pembuatan produk dilakukan secara manual oleh pemilik usaha beserta karyawannya.

2) Promosi Produk

Promosi produk dilakukan di media sosial seperti instagram, facebook, dan watshapp.

3) Pengendalian Produk

Setiap produk yang akan dijual, pasti akan diperiksa terlebih dahulu kualitasnya untuk menghindari adanya produk cacat yang terjual dengan cara memeriksa tampilan fisik, ukuran, serta kekuatan bucket yang dibuat.

KESIMPULAN

Dari analisis yang telah dilakukan terhadap studi kelayakan bisnis pada UMKM Namiyah Gift, dapat diidentifikasi bahwa usaha ini memiliki potensi keberhasilan yang signifikan dari beberapa aspek. Dari aspek pasara dan pemasaran, Namiyah Gift menawarkan bucket bunga yang beragam, kualitas bagus dengan harga bersaing, dan potensi pasar yang besar, terutama pada momen wisuda karena strategisnya lokasi. Dari aspek SDM, usaha ini fokus pada kualitas individu, namun dari jumlah masih terbatas. Secara teknis, usaha dapat dinyatakan sangat mendukung aksesibilitas, dan penjualan, meskipun proses produksi masih mengandalkan manual tanpa sentuhan teknologi. Aspek manajemen menunjukkan perencanaan yang jelas terkait identitas dan lokasi usaha, serta upaya promosi dan pengendalian kualitas produk. Untuk dapat bertahan dan berkembang di era persaingan pasar yang ketat dan dinamika ekonomi yang tidak menentu, UMKM Namiyah Gift disarankan untuk terus mengembangkan produknya dan menjaga kualitas, serta mempertimbangkan strategi peningkatan kapasitas produksi dan efisiensi melalui adopsi teknologi di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfajri, Indra, Fitriani Latief, Andi Widiawati, and Andi Ummul. 2023. "Malomo: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi ANALISIS KELAYAKAN USAHA MINUMAN DAENG FRUIT'S DI MAKASSAR." Vol. 1.
- Arifah, Nuning al, and Dwi Novaria Misidawati. 2024. "Analisis Pasar Dan Strategi Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis." *Journal of Management, Economics, and Entrepreneur* 3 (1): 20–31.
- Bisnis, Analisis Kelayakan, Analisis Kelayakan, Bisnis Ditinjau, Aspek Pasar, Aspek Pemasaran, Aspek Keuangan, Umkm Makanan, Khas Bangka, Kota Pangkalpinang, and Dony Yanuar. 2016. "Dony Yanuar." *Jurnal E-KOMBIS* |. Vol. II.
- Hambali, Hasan, and Seruni Dinitri. 2023. "Kelayakan Bisnis Dari Aspek Sumber Daya Manusia Pada Pembangunan Hotel Di Bogor." *Global Research on Tourism Development and*

Advancement 5 (2): 73–79. <https://doi.org/10.21632/garuda.5.2.73-79>.

Hardika, Laksmi, and Sudiartini. 2022. “Studi Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran Pada Pengembangan TB. Mujur Desa Penyaringan.” *Dharma Janna* 2 (2): 163–74.

Kadek Arianton, Made Ary Meitriana, and Iyus Ahmad Haris. 2017. “Studi Kelayakan Usaha Budidaya Rumput Laut Pada Kelompok Bina Karya Di Desa Patas, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 11 (2): 573–82.