

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin**Volume 4, Nomor 1, 2026, P. 242-252****E-ISSN: 2986-6340****Licensed by CC BY-SA 4.0****DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18288050>**

Studi Kelayakan Bisnis Usaha Makanan Tradisional Berbahan Alami Permen Santan Tagih

*A Business Feasibility Study of a Traditional Food Enterprise Based on Natural Ingredients: Permen
Santan Tagih*

Dini Vientiany¹, Annisa Hafsa², Khoirunnisya Gita Segara³, Said Luthfi Ramadhan⁴

^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: dini1100000167@uinsu.ac.id, annisahfsh132@gmail.com, khairunnisagita651@gmail.com,
Saidluthfi681@gmail.com

Abstrak

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pangan tradisional berbahan alami memiliki peran penting dalam perekonomian lokal dan pelestarian kuliner tradisional. Namun, sebagian besar UMKM pangan tradisional masih dijalankan tanpa analisis kelayakan bisnis yang komprehensif, sehingga pengembangan usaha sering kali tidak didasarkan pada evaluasi sistematis terhadap aspek pasar, teknis, sumber daya, dan risiko usaha. Keterbatasan kajian empiris yang mengintegrasikan aspek-aspek kelayakan nonfinansial pada UMKM pangan tradisional skala rumah tangga menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (research gap). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha makanan tradisional berbahan alami Permen Santan Tagih melalui pendekatan studi kelayakan bisnis. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik observasi dan wawancara mendalam, didukung studi literatur. Analisis dilakukan pada aspek pasar dan pemasaran, teknis dan produksi, bahan baku, sumber daya manusia, serta risiko usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha memiliki peluang pasar yang stabil, didukung strategi pemasaran multi-channel dan diferensiasi produk, proses produksi yang konsisten dengan bahan baku alami, ketersediaan bahan baku yang relatif terjamin, serta pengelolaan tenaga kerja yang efisien. Risiko usaha masih berada pada tingkat yang dapat dikendalikan. Secara keseluruhan, usaha Permen Santan Tagih dinilai layak untuk dijalankan dan dikembangkan secara berkelanjutan dengan penguatan manajemen produksi, pemasaran digital, dan mitigasi risiko usaha.

Kata Kunci: *UMKM, Makanan Tradisional, Analisis Usaha*

Abstract

Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) producing traditional food products made from natural ingredients play an important role in the local economy and the preservation of traditional cuisine. However, most traditional food MSMEs are still run without comprehensive business feasibility analysis, so that business development is often not based on a systematic evaluation of market, technical, resource, and business risk aspects. The limited empirical studies that integrate non-financial feasibility aspects in household-scale traditional food MSMEs indicate a research gap. This study aims to analyze the feasibility of the natural ingredient-based traditional food business Permen Santan Tagih through a business feasibility study approach. The research method used is descriptive qualitative with observation and in-depth interview techniques, supported by literature studies. The analysis was conducted on the aspects of market and marketing, technical and production, raw materials, human resources, and business risks. The results of the study indicate that the business has stable market opportunities, supported by a multi-channel marketing strategy and product differentiation, a production process that is consistent with natural raw materials, a relatively guaranteed availability of raw materials, and efficient workforce management. Business risks remain at a manageable level. Overall, the Tagih Coconut Candy business is considered feasible to operate and develop sustainably with strengthened production management, digital marketing, and business risk mitigation.

Keywords : *MSMEs, Traditional Foods, Business Analysis*

Article Info

Received date: 25 Desember 2025

Revised date: 15 Januari 2026

Accepted date: 17 Januari 2026

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor pangan tradisional merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian lokal dan regional. Keberadaan UMKM pangan tidak hanya

berkontribusi dalam penyediaan produk konsumsi masyarakat, tetapi juga berperan dalam penciptaan lapangan kerja, pelestarian budaya kuliner lokal, serta penguatan ketahanan ekonomi masyarakat. Produk makanan tradisional berbahan alami memiliki karakteristik khusus, seperti penggunaan bahan baku sederhana, proses produksi berbasis keterampilan, serta cita rasa khas yang relatif konsisten, sehingga memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen lintas usia.

Dalam beberapa tahun terakhir, minat masyarakat terhadap produk pangan berbahan alami cenderung meningkat seiring dengan meningkatnya kesadaran akan kesehatan dan keamanan pangan. Kondisi ini memberikan peluang pasar yang cukup besar bagi UMKM makanan tradisional. Namun demikian, peluang pasar yang baik belum tentu menjamin keberhasilan usaha dalam jangka panjang. Banyak usaha pangan tradisional yang masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan modal, sistem produksi yang sederhana, keterbatasan sumber daya manusia, serta potensi risiko usaha yang muncul dari faktor lingkungan dan operasional. Oleh karena itu, diperlukan suatu kajian yang sistematis untuk menilai kesiapan dan kelayakan usaha secara menyeluruh.

Studi kelayakan bisnis menjadi alat analisis yang penting untuk mengevaluasi apakah suatu usaha layak dijalankan dan dikembangkan secara berkelanjutan. Studi ini tidak hanya berfokus pada aspek keuntungan, tetapi juga mempertimbangkan berbagai aspek nonfinansial yang memengaruhi keberlangsungan usaha, seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan produksi, aspek ketersediaan bahan baku, aspek sumber daya manusia, serta aspek risiko usaha. Melalui studi kelayakan, pelaku usaha dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan usaha, sekaligus memahami peluang dan tantangan yang mungkin dihadapi di masa mendatang.

Usaha makanan tradisional berbahan alami, seperti usaha produksi permen tradisional, umumnya dijalankan dengan skala rumah tangga dan mengandalkan proses produksi tradisional. Meskipun demikian, beberapa usaha telah memiliki kapasitas produksi yang cukup besar dan jaringan pemasaran yang relatif stabil. Kondisi ini menunjukkan adanya potensi pengembangan usaha yang lebih luas, baik dari sisi peningkatan kapasitas produksi maupun perluasan pasar. Namun, pengembangan usaha tersebut perlu didukung oleh analisis kelayakan yang matang agar risiko usaha dapat diminimalkan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha makanan tradisional berbahan alami yang dijalankan oleh UMKM melalui pendekatan deskriptif kualitatif. Analisis dilakukan berdasarkan hasil wawancara langsung dengan pelaku usaha, dengan fokus pada pemaparan kondisi aktual dari aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan produksi, aspek bahan baku, aspek sumber daya manusia, serta aspek risiko usaha. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran objektif mengenai tingkat kelayakan usaha, serta menjadi dasar pertimbangan bagi pelaku usaha dalam pengambilan keputusan dan perencanaan pengembangan usaha di masa yang akan datang.

LANDASAN TEORITIS

Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan suatu proses evaluasi yang dilakukan secara komprehensif dan sistematis sebelum suatu usaha atau investasi dijalankan, dengan tujuan utama untuk menilai apakah ide bisnis tersebut layak untuk dikelola dan dikembangkan. Proses ini diawali dengan kegiatan identifikasi terhadap karakteristik usaha, kebutuhan pasar, serta keinginan konsumen yang akan membentuk pola dan arah bisnis. Identifikasi ini menjadi dasar penting dalam merancang konsep usaha agar sesuai dengan peluang dan kondisi pasar yang ada.

Selanjutnya, studi kelayakan bisnis melibatkan tahap perencanaan dan pendalaman yang dilakukan melalui analisis yang cermat, terukur, dan berbasis data. Analisis tersebut mencakup berbagai aspek utama, seperti aspek pasar yang menilai potensi permintaan dan tingkat persaingan, aspek teknis yang berkaitan dengan proses operasional dan kemampuan produksi, aspek keuangan yang menilai

kebutuhan modal, proyeksi pendapatan, serta tingkat keuntungan yang dapat diperoleh, aspek organisasi yang berfokus pada pengelolaan sumber daya manusia dan struktur manajemen, serta aspek risiko yang mengidentifikasi berbagai kemungkinan hambatan dan ketidakpastian dalam menjalankan usaha.

Melalui pengukuran dan perhitungan yang sistematis terhadap seluruh aspek tersebut, studi kelayakan bisnis berperan sebagai alat bantu pengambilan keputusan yang objektif. Hasil analisis ini digunakan untuk menentukan apakah suatu usaha siap untuk direalisasikan atau perlu dilakukan perbaikan dan penyesuaian sebelum dijalankan. Apabila hasil evaluasi menunjukkan bahwa usaha tersebut layak, maka bisnis diharapkan mampu memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan sumber daya, modal, dan aset yang telah dikeluarkan.

Manfaat yang dihasilkan dari usaha yang layak tidak hanya terbatas pada keuntungan finansial, tetapi juga mencakup manfaat nonfinansial, seperti peningkatan kesejahteraan, penciptaan lapangan kerja, serta kontribusi positif terhadap perekonomian. Dengan demikian, studi kelayakan bisnis tidak hanya berfungsi sebagai alat penilaian kelayakan usaha bagi pelaku bisnis, tetapi juga sebagai dasar perencanaan strategis yang memastikan bahwa usaha yang dijalankan memiliki prospek berkelanjutan dan mampu memberikan nilai tambah bagi berbagai pihak yang terlibat.

Aspek Pasar dan Pemasaran

Dalam studi kelayakan bisnis, aspek pasar dan pemasaran merupakan elemen fundamental yang menentukan apakah suatu usaha memiliki peluang untuk diterima oleh konsumen serta mampu bertahan dan berkembang secara berkelanjutan. Aspek ini berfokus pada analisis potensi permintaan pasar, karakteristik dan perilaku konsumen, tingkat persaingan, serta strategi pemasaran yang digunakan untuk menyalurkan produk secara efektif kepada pasar sasaran. Dalam konteks usaha makanan tradisional berbahan alami, aspek pasar dan pemasaran memiliki peran strategis karena adanya perubahan preferensi konsumen yang semakin mengarah pada produk pangan yang sehat, alami, serta memiliki nilai budaya lokal (Mastuti et al, 2022).

Secara konseptual, aspek pasar dalam studi kelayakan bisnis bertujuan untuk mengidentifikasi ukuran pasar, struktur pasar, serta potensi pertumbuhan permintaan terhadap produk yang ditawarkan. Produk makanan tradisional berbahan alami umumnya menyasar segmen konsumen tertentu, seperti masyarakat lokal, wisatawan kuliner, serta konsumen yang memiliki kesadaran terhadap kesehatan dan keamanan pangan. Penelitian UMKM makanan tradisional menunjukkan bahwa permintaan pasar terhadap produk pangan tradisional dapat meningkat apabila produk tersebut mampu mempertahankan kualitas rasa, keaslian bahan baku, serta citra sebagai makanan yang sehat dan alami, sehingga analisis pasar tidak hanya berorientasi pada jumlah konsumen, tetapi juga pada pemahaman mendalam terhadap preferensi dan perilaku pembelian konsumen (Maulydia, 2021).

Dari perspektif pemasaran, studi kelayakan bisnis menekankan pentingnya penerapan strategi segmentasi, targetting, dan positioning (STP) agar produk makanan tradisional dapat diterima secara optimal oleh pasar sasaran. Segmentasi pasar dapat dilakukan berdasarkan karakteristik demografis, geografis, dan psikografis konsumen, seperti usia, wilayah tempat tinggal, tingkat pendapatan, serta gaya hidup sehat. Setelah segmen pasar ditentukan, pelaku usaha perlu menetapkan target pasar yang paling potensial dan merumuskan positioning produk sebagai makanan tradisional yang autentik, berbahan alami, dan memiliki nilai budaya lokal. Penelitian pada UMKM makanan tradisional menunjukkan bahwa positioning yang menekankan keunikan produk dan nilai tradisional mampu meningkatkan daya tarik konsumen di tengah persaingan pasar kuliner modern (Mastuti et al., 2022).

Selain STP, aspek pemasaran dalam studi kelayakan bisnis juga sangat dipengaruhi oleh penerapan bauran pemasaran (marketing mix) yang meliputi produk, harga, distribusi, dan promosi. Pada dimensi produk, makanan tradisional berbahan alami harus mampu menawarkan kualitas rasa yang konsisten, keamanan pangan, serta transparansi informasi bahan baku. Pada dimensi harga, penetapan harga perlu mempertimbangkan daya beli konsumen sekaligus mencerminkan nilai tambah dari penggunaan bahan alami dan proses produksi tradisional. Penelitian empiris menunjukkan bahwa

UMKM pangan yang mampu menetapkan harga kompetitif tanpa mengorbankan kualitas produk memiliki peluang lebih besar untuk diterima oleh pasar dan mempertahankan pelanggan (Nurhayati, 2025).

Dimensi distribusi (place) juga menjadi faktor penting dalam menilai kelayakan pemasaran usaha makanan tradisional. Saluran distribusi yang umum digunakan oleh UMKM meliputi penjualan langsung di lokasi usaha, pasar tradisional, pameran kuliner, serta pemanfaatan platform digital seperti marketplace dan layanan pesan antar. Penelitian Rahmad et al (2022) menunjukkan bahwa kombinasi antara distribusi offline dan online memberikan fleksibilitas pemasaran yang lebih luas serta meningkatkan akses konsumen terhadap produk UMKM kuliner, sehingga memperkuat kelayakan aspek pemasaran dalam studi bisnis.

Dalam beberapa tahun terakhir, pemasaran digital menjadi komponen yang semakin dominan dalam kajian kelayakan bisnis UMKM pangan. Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok digunakan sebagai sarana promosi untuk membangun kesadaran merek, memperkenalkan keunikan produk, serta menjalin komunikasi langsung dengan konsumen. Penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan pemasaran digital secara konsisten mampu meningkatkan jangkauan pasar dan volume penjualan UMKM, sehingga menjadi indikator penting dalam menilai kelayakan pemasaran usaha makanan tradisional berbahan alami (Sari & Putri, 2025).

Lebih lanjut, aspek pasar dan pemasaran juga berkaitan erat dengan analisis persaingan usaha. Produk makanan tradisional berbahan alami harus bersaing tidak hanya dengan sesama produk tradisional, tetapi juga dengan produk makanan modern dan olahan pabrikaan. Oleh karena itu, keunggulan kompetitif perlu dibangun melalui diferensiasi produk, seperti penggunaan bahan lokal berkualitas, proses produksi yang higienis, serta narasi budaya yang memperkuat identitas produk. Penelitian UMKM kuliner menunjukkan bahwa diferensiasi berbasis nilai budaya dan kesehatan memberikan peluang yang lebih besar bagi usaha untuk bertahan dan berkembang dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, aspek pasar dan pemasaran dalam studi kelayakan bisnis usaha makanan tradisional berbahan alami merupakan pendekatan komprehensif yang mencakup analisis permintaan pasar, strategi pemasaran, perilaku konsumen, serta dinamika persaingan. Penelitian-penelitian terdahulu di Indonesia menunjukkan bahwa keberhasilan usaha makanan tradisional tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam membaca peluang pasar dan menerapkan strategi pemasaran yang adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis. Dengan demikian, aspek pasar dan pemasaran menjadi landasan penting dalam menentukan apakah suatu usaha makanan tradisional berbahan alami layak untuk dijalankan dan dikembangkan secara berkelanjutan

Aspek Teknis dan Produksi

Dalam studi kelayakan bisnis, aspek teknis dan produksi merupakan komponen krusial yang menentukan apakah suatu usaha dapat dijalankan secara operasional, efisien, dan berkelanjutan. Pada konteks usaha makanan tradisional berbahan alami, aspek teknis dan produksi berkaitan langsung dengan proses pengolahan bahan baku alami menjadi produk pangan yang aman, berkualitas, dan memiliki nilai jual. Produksi dipahami sebagai proses transformasi input, seperti bahan baku alami, tenaga kerja, peralatan, dan teknologi sederhana, menjadi output berupa produk makanan tradisional yang siap dikonsumsi oleh konsumen.

Aspek teknis dalam usaha makanan tradisional mencakup pemilihan bahan baku alami, metode pengolahan, penggunaan peralatan produksi, tata letak tempat produksi, serta pengendalian mutu produk. Keputusan teknis tersebut berperan penting dalam menentukan efisiensi penggunaan sumber daya, konsistensi kualitas rasa dan bentuk produk, serta kelancaran proses produksi. Putri et al. (2025) menegaskan bahwa efisiensi proses produksi sangat berpengaruh terhadap produktivitas usaha, terutama melalui pengelolaan alur kerja dan pemanfaatan sumber daya yang efektif. Dalam usaha

makanan tradisional, efisiensi ini dapat dicapai melalui pengaturan proses produksi yang sederhana namun terstruktur.

Efisiensi teknis menjadi indikator penting dalam menilai kelayakan aspek produksi. Efisiensi teknis mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan faktor produksi secara optimal untuk menghasilkan output maksimal. Penelitian Yuliyani et al. (2023) menunjukkan bahwa efisiensi teknis dipengaruhi oleh optimalisasi penggunaan input seperti tenaga kerja, modal, dan sumber daya produksi. Prinsip ini relevan dalam usaha makanan tradisional berbahan alami, di mana ketersediaan bahan baku sering bersifat musiman dan memerlukan pengelolaan produksi yang tepat agar tidak menimbulkan pemborosan.

Penelitian empiris di Indonesia menunjukkan bahwa pengelolaan input yang tepat memiliki pengaruh signifikan terhadap efisiensi teknis produksi. Utari et al. (2023) menemukan bahwa penggunaan input seperti bahan baku, tenaga kerja, dan luas area produksi berpengaruh nyata terhadap efisiensi teknis. Temuan ini dapat diterapkan dalam usaha makanan tradisional, khususnya dalam pengaturan jumlah bahan baku alami, takaran produksi, serta pembagian tugas tenaga kerja agar proses produksi berjalan efektif dan konsisten.

Selain itu, penelitian Nurdiani dan Prasetyo (2025) menegaskan bahwa pengelolaan input yang tepat merupakan faktor utama dalam mencapai efisiensi teknis produksi. Dalam usaha makanan tradisional berbahan alami, hal ini tercermin dari kemampuan pelaku usaha dalam menentukan takaran bahan, metode pengolahan, dan waktu produksi yang sesuai, sehingga menghasilkan produk dengan kualitas yang stabil dan biaya produksi yang terkendali.

Aspek teknis produksi juga berkaitan erat dengan pemanfaatan teknologi tepat guna. Dalam skala usaha makanan tradisional, teknologi yang digunakan umumnya bersifat sederhana, namun harus sesuai dengan kebutuhan produksi. Rinaldi dan Ikhwan (2024) menyatakan bahwa penerapan teknologi tepat guna mampu meningkatkan efisiensi proses produksi, menurunkan biaya operasional, dan menjaga kualitas produk. Penggunaan alat pengolahan sederhana seperti mesin pengaduk, kompor efisien, atau alat pengemasan manual merupakan bentuk penerapan teknologi tepat guna yang relevan bagi usaha makanan tradisional berbahan alami.

Dari sisi inovasi teknis, penerapan metode produksi yang higienis dan terstandar juga menjadi bagian penting dari aspek teknis. Tulungen (2024) menekankan bahwa inovasi teknis dalam proses produksi berperan dalam meningkatkan efisiensi dan mutu hasil produksi. Dalam konteks makanan tradisional, inovasi ini dapat berupa perbaikan teknik pengolahan, pengemasan yang lebih baik, serta pengaturan proses produksi yang memperhatikan aspek kebersihan dan keamanan pangan.

Aspek teknis dan produksi tidak hanya terbatas pada proses pengolahan, tetapi juga mencakup pengendalian proses produksi secara keseluruhan. Pengendalian ini bertujuan untuk menjaga konsistensi kualitas produk, mengurangi risiko kegagalan produksi, serta memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar keamanan pangan. Penelitian Sarwedi et al. (2024) menunjukkan bahwa penggunaan faktor produksi yang tepat secara simultan berpengaruh terhadap produktivitas dan efisiensi usaha. Prinsip ini relevan dalam usaha makanan tradisional, di mana ketidaktepatan pengelolaan produksi dapat berdampak langsung pada kualitas dan penerimaan produk di pasar.

Aspek Bahan Baku

Aspek bahan baku merupakan salah satu komponen utama dalam studi kelayakan bisnis, khususnya pada usaha makanan tradisional berbahan alami seperti permen santan tagih. Bahan baku berfungsi sebagai input dasar dalam proses produksi yang secara langsung memengaruhi kualitas produk akhir, kontinuitas produksi, serta keberlanjutan usaha. Dalam usaha kuliner tradisional, bahan baku umumnya berasal dari sumber lokal dan alami sehingga memiliki karakteristik khas yang harus dikelola secara cermat agar usaha dapat berjalan secara efisien dan berkelanjutan.

Ketersediaan bahan baku menjadi faktor krusial dalam menentukan kelangsungan operasional usaha. Panggabean dan Aprinawati (2025) menjelaskan bahwa ketersediaan bahan baku memiliki

pengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan UMKM, di mana ketidakstabilan pasokan bahan baku dapat menyebabkan terganggunya proses produksi dan menurunkan kinerja usaha. Dalam konteks usaha permen santan tagih, ketersediaan bahan baku alami seperti bahan pemanis tradisional dan bahan pendukung lainnya harus terjamin secara berkelanjutan agar produksi dapat dilakukan secara konsisten dan tepat waktu.

Selain ketersediaan, kualitas bahan baku juga menjadi indikator penting dalam aspek teknis dan produksi pada studi kelayakan bisnis. Penelitian oleh Jannah dan Rohman (2025) menegaskan bahwa kualitas bahan baku lokal memiliki peran penting dalam menjaga konsistensi rasa dan mutu makanan tradisional. Perubahan kualitas bahan baku dapat berdampak langsung pada kualitas produk akhir dan tingkat kepuasan konsumen. Oleh karena itu, dalam usaha permen santan tagih, pemilihan bahan baku alami yang berkualitas menjadi prasyarat utama untuk mempertahankan cita rasa khas serta meningkatkan daya saing produk di pasar.

Aspek bahan baku juga berkaitan erat dengan pengelolaan persediaan dalam proses produksi. Manajemen persediaan yang tidak terencana dengan baik dapat menyebabkan pemborosan bahan baku atau kekurangan stok yang berdampak pada kelancaran produksi. Siallagan (2024) menyatakan bahwa pengelolaan persediaan bahan baku yang efektif pada UMKM makanan berperan penting dalam menjaga efisiensi biaya serta stabilitas proses produksi. Dengan demikian, usaha permen santan tagih memerlukan perencanaan persediaan bahan baku yang tepat agar kualitas bahan tetap terjaga dan biaya produksi dapat dikendalikan.

Pemilihan pemasok atau supplier bahan baku juga merupakan bagian penting dari aspek bahan baku dalam studi kelayakan bisnis. Penelitian oleh Tangdilintin et al (2025) menunjukkan bahwa pelaku UMKM kuliner cenderung memilih supplier yang mampu menyediakan bahan baku dengan kualitas yang konsisten, ketersediaan yang stabil, serta harga yang sesuai. Keputusan pemilihan supplier yang tepat akan membantu pelaku usaha dalam menjaga kesinambungan produksi serta meminimalkan risiko keterlambatan atau ketidaksesuaian bahan baku.

Berdasarkan kajian teori dan hasil penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa aspek bahan baku dalam studi kelayakan bisnis usaha makanan tradisional meliputi beberapa dimensi utama, yaitu ketersediaan bahan baku, kualitas bahan baku, manajemen persediaan, serta pemilihan supplier. Keempat dimensi tersebut saling berkaitan dan memiliki peran penting dalam menentukan kelayakan teknis dan operasional usaha. Oleh karena itu, analisis aspek bahan baku menjadi landasan yang kuat dalam menilai kelayakan usaha permen santan tagih sebagai usaha makanan tradisional berbahan alami.

Aspek Sumber Daya Manusia

Aspek sumber daya manusia (SDM) dalam studi kelayakan usaha UMKM merupakan faktor penentu utama dalam keberhasilan dan keberlanjutan usaha karena kualitas tenaga kerja dan kemampuan manajerial memengaruhi produktivitas, efisiensi operasional, inovasi, serta daya saing di pasar; SDM yang kompeten akan mampu melaksanakan proses produksi dengan baik, menjaga konsistensi kualitas produk, melakukan pencatatan keuangan yang tertib, serta menerapkan strategi pemasaran yang efektif, sementara peningkatan kompetensi melalui pelatihan dan pengembangan terbukti mendorong peningkatan kinerja UMKM dan adaptasi terhadap tantangan era digital dan persaingan usaha yang semakin ketat, sehingga evaluasi SDM menjadi bagian penting dalam menilai kelayakan usaha secara keseluruhan dan mendukung pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan (contoh riset terkait SDM UMKM mencakup studi mengenai peranan kompetensi SDM dalam meningkatkan kinerja UMKM).

Aspek Risiko dan Kelayakan Usaha UMKM Pangan

Aspek risiko merupakan salah satu komponen penting dalam studi kelayakan usaha UMKM pangan karena berkaitan langsung dengan keberlanjutan dan stabilitas usaha. Risiko dalam UMKM pangan dapat diartikan sebagai kemungkinan terjadinya kondisi yang tidak diharapkan dan berpotensi menimbulkan kerugian bagi pelaku usaha, baik dari sisi operasional, pasar, keuangan, maupun kualitas

produk. Oleh karena itu, identifikasi dan analisis risiko perlu dilakukan secara menyeluruh agar usaha yang direncanakan dapat dijalankan secara berkelanjutan. Dalam praktiknya, risiko yang umum dihadapi UMKM pangan meliputi risiko operasional, seperti keterbatasan bahan baku, gangguan proses produksi, dan ketidakkonsistenan kualitas produk. Selain itu, terdapat risiko pasar yang berkaitan dengan perubahan selera konsumen, tingkat persaingan yang tinggi, serta fluktuasi permintaan. Risiko keuangan juga menjadi perhatian utama, terutama yang berkaitan dengan keterbatasan modal, ketidakstabilan arus kas, dan meningkatnya biaya produksi. Di samping itu, UMKM pangan juga menghadapi risiko keamanan pangan, seperti potensi kontaminasi produk dan rendahnya penerapan standar kebersihan, yang dapat berdampak pada kepercayaan konsumen dan citra usaha.

Analisis aspek risiko dalam studi kelayakan usaha UMKM pangan bertujuan untuk mengukur kemampuan usaha dalam menghadapi berbagai ketidakpastian tersebut. Risiko yang telah teridentifikasi selanjutnya dianalisis untuk menentukan tingkat dampaknya serta disusun strategi mitigasi agar risiko tersebut dapat dikendalikan atau diminimalkan. Dengan demikian, aspek risiko tidak berdiri sendiri, melainkan terintegrasi dengan aspek kelayakan lainnya, seperti aspek pasar, teknis operasional, manajemen, dan keuangan. Kelayakan usaha UMKM pangan dapat dinilai apabila usaha tersebut mampu memenuhi kebutuhan pasar, dijalankan dengan proses produksi yang efektif, dikelola secara baik, serta memiliki kemampuan bertahan terhadap berbagai risiko yang mungkin timbul. Usaha yang dinyatakan layak tidak hanya mampu memberikan keuntungan secara finansial, tetapi juga memberikan manfaat nonfinansial, seperti penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan kontribusi terhadap perekonomian lokal. Oleh karena itu, analisis aspek risiko menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam studi kelayakan usaha UMKM pangan, karena membantu memastikan bahwa usaha yang dijalankan memiliki prospek jangka panjang dan tingkat keberlanjutan yang baik.

Aspek Hukum

Aspek hukum dalam studi kelayakan usaha makanan tradisional berbahan alami Permen Santan Tagih ditinjau secara deskriptif dengan tetap memperhatikan prinsip privasi pemilik usaha. Usaha ini telah memiliki kelengkapan perizinan yang diperlukan sesuai dengan ketentuan yang berlaku bagi usaha pangan berskala UMKM, sehingga kegiatan operasional dapat dijalankan secara sah dan berkelanjutan. Namun, rincian terkait jenis perizinan, nomor izin, serta dokumen legal lainnya tidak dipaparkan secara detail dalam penelitian ini atas pertimbangan kerahasiaan dan privasi pemilik usaha. Keberadaan perizinan tersebut menunjukkan bahwa usaha Permen Santan Tagih telah memenuhi persyaratan administratif dasar untuk menjalankan kegiatan produksi dan pemasaran produk pangan tradisional. Dengan demikian, dari sudut pandang studi kelayakan bisnis, aspek hukum tidak menjadi hambatan dalam pelaksanaan usaha dan tidak menimbulkan risiko yang signifikan terhadap keberlangsungan kegiatan usaha. Secara keseluruhan, kondisi aspek hukum ini mendukung kelayakan usaha untuk terus dijalankan dan dikembangkan sesuai dengan tujuan usaha yang telah ditetapkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk menggambarkan dan memahami kondisi objek penelitian secara mendalam berdasarkan fakta dan fenomena yang terjadi di lapangan. Metode deskriptif digunakan untuk menjelaskan karakteristik, proses, serta kondisi usaha secara sistematis tanpa melakukan perlakuan atau manipulasi terhadap objek yang diteliti. Teknik pengumpulan data utama dilakukan melalui observasi langsung, yaitu dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas usaha yang menjadi objek penelitian. Observasi ini bertujuan untuk memperoleh gambaran nyata mengenai proses operasional usaha, aktivitas produksi, pemasaran, serta pengelolaan sumber daya yang dijalankan. Melalui observasi langsung, peneliti dapat memahami kondisi aktual usaha dan mengidentifikasi potensi serta permasalahan yang dihadapi.

Selain observasi, penelitian ini juga didukung oleh studi literatur (kepuustakaan). Studi literatur dilakukan dengan mengkaji berbagai sumber tertulis yang relevan, seperti buku teks, jurnal ilmiah, artikel penelitian, dan publikasi akademik yang berkaitan dengan studi kelayakan bisnis. Literatur tersebut digunakan sebagai dasar teoritis untuk memperkuat analisis, membandingkan temuan lapangan dengan konsep dan teori yang ada, serta memberikan kerangka berpikir yang sistematis dalam menilai kelayakan usaha. Data yang diperoleh dari observasi dan studi literatur kemudian dianalisis secara kualitatif deskriptif, yaitu dengan cara mengelompokkan, menginterpretasikan, dan menjelaskan data sesuai dengan aspek-aspek studi kelayakan bisnis yang diteliti. Hasil analisis ini selanjutnya digunakan untuk menarik kesimpulan mengenai tingkat kelayakan usaha serta memberikan rekomendasi yang relevan bagi pengembangan usaha ke depannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan pelaku UMKM Permen Santan Tagih, diketahui bahwa kapasitas produksi harian mencapai sekitar 4.800 potong, yang menunjukkan tingkat produktivitas relatif stabil untuk skala usaha rumah tangga, dengan strategi pemasaran yang menerapkan diferensiasi kemasan dan harga, yakni kemasan kontainer box besar seharga Rp35.000 per unit dan kemasan plastik kecil seharga Rp20.000 per bungkus, sebagai upaya menjangkau segmen konsumen dengan daya beli yang beragam, sehingga memperluas basis pasar dan menjaga volume penjualan secara berkelanjutan.

Strategi penetapan harga berbasis ukuran dan struktur biaya ini sejalan dengan temuan Firanida et al. (2024) yang menegaskan bahwa harga pada UMKM pangan umumnya ditetapkan dengan mempertimbangkan modal, ukuran produk, dan persepsi kualitas konsumen guna menjaga keseimbangan antara keterjangkauan harga dan margin keuntungan. Dari sisi kualitas produk, permen santan tagih diproduksi menggunakan bahan baku alami berupa santan, gula putih, gula merah, dan garam tanpa penambahan bahan pengawet kimia, yang mencerminkan komitmen pelaku usaha terhadap keamanan pangan dan konsistensi cita rasa, suatu strategi yang dinilai efektif dalam membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen, sebagaimana dikemukakan Ariyanti et al. (2025) bahwa konsistensi bahan baku dan resep merupakan faktor kunci dalam menjaga mutu produk UMKM makanan tradisional.

Strategi distribusi yang diterapkan menggunakan pendekatan multi-channel, di mana pemasaran lokal dilakukan secara langsung melalui pasar tradisional untuk membangun kedekatan dengan konsumen, sementara pemasaran luar kota memanfaatkan media sosial dan jaringan reseller, yang menunjukkan kemampuan adaptasi UMKM terhadap perkembangan teknologi digital, sejalan dengan temuan Arianto dan Sofyan (2022) bahwa digital marketing berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar UMKM dengan biaya yang relatif efisien.

Dari aspek organisasi, usaha ini mengalami penyesuaian signifikan akibat pandemi COVID-19 dengan pengurangan tenaga kerja dari 12 orang menjadi 5 orang, namun tetap mempertahankan pembagian kerja yang jelas, yaitu empat orang di bagian produksi dan satu orang di bagian pengemasan, yang mencerminkan fleksibilitas dan efisiensi operasional UMKM dalam menghadapi tekanan ekonomi, sebagaimana dijelaskan Mardanugrahan dan Junaidi. (2022) bahwa kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan merupakan keunggulan struktural UMKM. Proses produksi dodol kelapa memerlukan waktu pemasakan 3–4 jam dengan pengadukan terus-menerus hingga mencapai tekstur optimal, kemudian dicetak menggunakan cetakan plastik untuk menjaga konsistensi ukuran, yang menunjukkan orientasi pelaku usaha pada kualitas produk dibandingkan peningkatan kuantitas semata, suatu pendekatan yang penting dalam membangun reputasi produk pangan tradisional.

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa permintaan produk relatif stabil tanpa fluktuasi signifikan, yang disebabkan oleh karakter produk yang bersifat universal dan memiliki nilai budaya sebagai makanan tradisional, sehingga tidak mudah terpengaruh oleh perubahan tren konsumsi,

sebagaimana ditegaskan Jannah dan Roman. (202) bahwa makanan tradisional cenderung memiliki pola permintaan yang stabil karena keterikatan sosial dan kultural masyarakat. Produk permen tanak tagih ini memiliki masa simpan hingga satu tahun pada suhu ruang tanpa pengawet kimia, yang menjadi keunggulan kompetitif dalam distribusi jarak jauh, meskipun terdapat keterbatasan berupa perubahan tekstur cetakan akibat paparan sinar matahari langsung, yang menunjukkan adanya *trade-off* antara penggunaan bahan alami dan stabilitas fisik produk.

Secara ekonomi, UMKM ini memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan keluarga, penciptaan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar, serta pemberdayaan ekonomi perempuan, mengingat usaha ini dikelola oleh ibu rumah tangga, yang sejalan dengan temuan Ala. (2024) bahwa keterlibatan perempuan dalam UMKM berperan penting dalam memperkuat ketahanan ekonomi keluarga dan komunitas lokal. Kemampuan usaha ini untuk bertahan dan tetap beroperasi secara produktif pascapandemi mencerminkan tingkat resiliensi yang tinggi, yang ditunjukkan melalui efisiensi operasional, diversifikasi saluran distribusi, konsistensi kualitas produk, dan stabilitas harga, sebagaimana dikemukakan Malik et al. (2024) bahwa kombinasi adaptasi internal dan strategi pasar yang fleksibel merupakan faktor kunci keberlanjutan UMKM di tengah dinamika ekonomi yang tidak menentu.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa usaha makanan tradisional berbahan alami Permen Santan Tagih dinilai layak untuk dijalankan dan dikembangkan sebagai usaha UMKM skala rumah tangga. Kelayakan usaha ini ditinjau secara komprehensif melalui berbagai aspek studi kelayakan bisnis, khususnya aspek nonfinansial yang meliputi pasar dan pemasaran, teknis dan produksi, bahan baku, sumber daya manusia, risiko usaha, serta aspek hukum. Dari aspek pasar dan pemasaran, usaha Permen Santan Tagih memiliki peluang pasar yang relatif stabil dengan tingkat permintaan yang konsisten. Strategi pemasaran multi-channel melalui penjualan langsung di pasar tradisional, pemanfaatan media sosial, serta jaringan reseller menunjukkan kemampuan adaptasi usaha terhadap perkembangan lingkungan bisnis. Diferensiasi produk melalui variasi kemasan dan harga juga memungkinkan usaha menjangkau segmen konsumen yang lebih luas, sehingga mendukung keberlanjutan penjualan. Ditinjau dari aspek teknis dan produksi, proses produksi telah berjalan secara terstruktur dan konsisten dengan memanfaatkan bahan baku alami tanpa bahan pengawet kimia. Penggunaan teknologi sederhana yang sesuai dengan skala usaha, pengendalian mutu produk, serta orientasi pada kualitas menunjukkan bahwa kegiatan produksi dapat dijalankan secara efisien dan berkelanjutan. Kapasitas produksi yang relatif stabil mencerminkan kemampuan usaha dalam mengelola proses operasional secara optimal.

Pada aspek bahan baku, ketersediaan dan kualitas bahan baku dinilai cukup terjamin karena bersumber dari bahan alami yang mudah diperoleh. Pengelolaan persediaan dan pemilihan pemasok yang tepat mendukung kelancaran proses produksi serta menjaga konsistensi kualitas produk akhir. Hal ini menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan cita rasa khas dan daya saing produk di pasar. Dari aspek sumber daya manusia, meskipun jumlah tenaga kerja terbatas, pembagian tugas yang jelas dan fleksibilitas kerja menunjukkan efisiensi pengelolaan SDM. Usaha ini juga berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi keluarga dan masyarakat sekitar, khususnya perempuan, sehingga memberikan manfaat sosial selain manfaat ekonomi. Pada aspek risiko, risiko usaha yang dihadapi UMKM Permen Santan Tagih, baik risiko operasional, pasar, maupun kualitas produk, masih berada pada tingkat yang dapat dikendalikan. Pelaku usaha telah menunjukkan kemampuan adaptasi terhadap perubahan lingkungan, termasuk pascapandemi, melalui efisiensi operasional dan diversifikasi saluran pemasaran. Aspek hukum juga tidak menjadi hambatan karena usaha telah memenuhi persyaratan perizinan dasar sesuai ketentuan UMKM pangan. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha Permen Santan Tagih memiliki prospek yang baik dan layak secara bisnis untuk dikembangkan secara

berkelanjutan. Penguatan manajemen produksi, peningkatan pemanfaatan pemasaran digital, serta penerapan strategi mitigasi risiko yang lebih terencana diharapkan dapat semakin meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di masa mendatang.

REFERENSI

- Adelia, M., Wadi, M. A., & Haryanti, S. (2024). Overview Studi Kelayakan Bisnis. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 01-08.
- Ala, H. M. (2024). PEMBERDAYAAN EKONOMI IBU RUMAH TANGGA KELURAHAN LILIBA DALAM PEMBUATAN KERIPIK TEMPE TAPIOKA. *AKTUALISASI SUPPORT SYSTEM*, 29.
- Arianto, B., & Sofyan, H. (2022). Peran Media Sosial Bagi Penguatan Bisnis UMKM di Kota Serang Banten. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, 6(2), 130-145.
- Arianto, B., Oktaviani, T., & Adi, A. E. (2023). Penguatan Bisnis Produk Makanan Tradisional Jojorong Berbasis Social Media Marketing di Kabupaten Serang. *Dharma: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 21-31.
- Ariyanti, D., Herawati, A., Burdam, K. K. V., & Prasetya, B. P. (2025). Pengaruh Perencanaan Persediaan Bahan Baku dan Kualitas Produk terhadap Efisiensi Operasional (Studi Kasus pada UMKM Bakpia Pathok 75 di Kabupaten Bantul Yogyakarta). *JIMU: Jurnal Ilmiah Multidisipliner*, 3(03), 2090-2103.
- Firanida, S., Sihombing, F. R. J., Nouvaly, F. R., & Kurniawan, F. A. (2024). KARAKTERISTIK MANAJEMEN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH KEDAI PEMPEK BAROKAH CIPADUNG KOTA BANDUNG. *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 9(2), 205-217.
- Hamid, R. S., Bachtiar, R. E. P., & Al Idrus, R. D. (2024). Peran Saluran Distribusi Dan Aktivitas Pemasaran Sosial Media Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm). *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 13(2), 159-168.
- Hariroh, F. M. R., Azis, N., Sandi, P. H., Hermiati, N. F., & Aprilia, W. (2024). Peranan Kompetensi Sumber Daya Manusia Ukm Dalam Meningkatkan Kinerja Ukm. *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, 2(1), 48-54.
- Jannah, S. N., & Rohman, A. (2025). ANALISI KUALITAS KETERSEDIAAN BAHAN SOTO LAMONGAN SEBAGAI UPAYA MENJADI KONSISTENSI TRADISIONAL. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(6).
- Malik, A., Djaganata, A. Y., Kurniawan, N. E., & Oktavia, Y. (2024). Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(10), 7155-7169.
- Mardanugraha, E., & Junaidi, A. (2022). Ketahanan UMKM di Indonesia menghadapi Resesi Ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 30(2), 101-114.
- Mastuti, H. S., Yacob, S., & Dahmiri, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Online Makanan Tradisional Khas Jambi (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM Kota Jambi). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1632-1644.
- Maulydia, M. (2021). Strategi pemasaran olahan hasil perikanan pada ukm pramesti malima energi fokus sejahtera (pmefs) di kota Palangka Raya selama pandemi covid-19 (Doctoral dissertation, IAIN Palangka Raya).
- Nafisah, N. M., & Wahyuni, H. C. (2024). FOOD SAFETY RISK ANALYSIS IN MSME PRODUCT SUPPLY CHAIN FROM SCOR, SIX SIGMA AND HACCP INTEGRATION: ANALISIS RISIKO KEAMANAN PANGAN PADA RANTAI PASOK PRODUK UMKM DARI INTEGRASI SCOR, SIX SI. *Procedia of Engineering and Life Science*, 5, 163-173.

- Nurhayati, M. A. (2025). STRATEGI PEMASARAN PEMPEK CEK YA UNTUK MEMPERTAHANKANKUALITAS DI ERA PERSAINGAN UMKM PALEMBANG. *Journal of Public Service Perspectives*, 1(1), 21-37.
- Panggabean, I. S., & Aprinawati, A. (2025). Analisis Pengaruh Ketersediaan Bahan Baku serta Mutu Produk Ikan Asin terhadap Keberlangsungan UMKM di Kelurahan Hajoran, Kecamatan Pandan, Kabupaten Tapanuli Tengah. *JUMBIWIRA: Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 4(3), 348-373.
- Puspita, M., & Musadat, I. A. (2025). Peran Strategis Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Produktivitas UMKM di Kota Bandung. *Lentera Pengabdian*, 3(01), 49-54.
- Putri, J. (2024). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Umkm Di Indonesia. *AL-IQTISHAD: Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Islam*, 4(2), 45-59.
- Putry, M., Fasa, A. S., Putri, F. F. S., Aprianti, K., Maulana, M. F., & Listy, T. M. (2025, July). Studi Kelayakan Usaha UMKM Makanan: Ditinjau dari Aspek Pemasaran, Manajemen, dan Finansial. In *Seminar Nasional Penelitian Terapan (Vol. 1, pp. 49-53)*.
- Qamara, L., Febriansyah, A., Kurniawan, D., & Vientiany, D. (2025). Overview Studi Kelayakan Bisnis Untuk Keberhasilan Dan Keberlanjutan Usaha. *Jurnal Ekonomi dan bisnis digital*, 2(3), 1573-1580.
- Rizky, M. F., & Permana, E. (2022). Analisis strategi bisnis menggunakan digital marketing pada UMKM pasca pandemi covid-19. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 142-150.
- Siallagan, H. P. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi UMKM Terhadap Kesuksesan UMKM Kecamatan Medan Denai (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Tangdilintin, G., Utami, N. M. C., Pramadhanthi, G. A. M. I. S., & Chrisenka, B. N. (2025). Analisis Pemilihan Supplier Menggunakan Metode AHP (Analytic Hierarchy Process) pada UMKM Salad Sunday Momsky. *Jurnal Riset dan Aplikasi Teknik Industri*, 3(01), 1-6.