



**ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS UMKM RANINSHA KITCHEN DI
BENGKALIS DITINJAU DARI ASPEK PASAR, TEKNOLOGI, MENEJEMEN,
SDM DAN SOSIAL EKONOMI**

Amiratul Afifah, Ferlisa Sukmalika, Nurul Syuhada, Puji Afriyeni

amiratulafifah72@gmail.com, ferliskasukmalika@gmail.com, nurulsuhada230604@gmail.com,

pujiafriyeni11@gmail.com

Institut Agama Islam Negri (IAIN) Datuk Laksemama Bengkalis

Abstract. *Feasibility study of a home-based culinary business called Raninsha Kitchen which focuses on the production and sale of snacks such as brownies, soft cookies, Belgian cookies, burnt cheesecake, and milk fruit pudding. The purpose of this study is to assess the feasibility of the business from various aspects, including market and marketing, engineering and technology, management, human resources, and economic and social impacts. The results of the analysis show that this business has broad market potential with an effective digital marketing strategy, supported by efficient home production even though it still uses simple equipment. Business management is carried out independently by the owner with the help of limited but competent workers. In addition, this business also has a positive impact on the surrounding community, both in terms of economy and social. Based on the results of the study from all aspects including market potential, engineering and technology aspects, management aspects, human resource aspects, and social and economic impacts, it can be concluded that the Raninsha Kitchen business has promising prospects. This business is considered feasible to run because it is able to provide comprehensive business feasibility indicators, and has great opportunities to be developed into a larger scale business in the future, both in terms of increasing production capacity, expanding the market, and professionalizing management.*

Keywords: *feasibility study, culinary business, brownies, digital marketing, home business*

Abstrak. Studi kelayakan bisnis usaha kuliner rumahan bernama Raninsha Kitchen yang berfokus pada produksi dan penjualan makanan ringan seperti brownies, soft cookies, Belgian cookies, burnt cheesecake, dan puding buah susu. Tujuan dari studi ini adalah untuk menilai kelayakan usaha dari berbagai aspek, termasuk pasar dan pemasaran, teknik dan teknologi, manajemen, sumber daya manusia, serta dampak ekonomi dan sosial. Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha ini memiliki potensi pasar yang luas dengan strategi pemasaran digital yang efektif, didukung oleh produksi rumahan yang efisien meski pun masih menggunakan peralatan sederhana. Manajemen usaha dilakukan secara mandiri oleh pemilik dengan bantuan tenaga kerja terbatas namun kompeten. Selain itu, usaha ini juga memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar, baik dari segi ekonomi maupun sosial. Berdasarkan hasil kajian dari seluruh aspek meliputi potensi pasar, aspek teknik dan teknologi, aspek manajemen, aspek sumberdaya manusia, serta dampak sosial dan ekonomi dapat disimpulkan bahwa usaha Raninsha Kitchen memiliki prospek yang menjanjikan. Usaha ini dinilai layak untuk dijalankan karena mampu memenuhi indikator kelayakan bisnis secara menyeluruh, dan memiliki peluang besar untuk dikembangkan menjadi usaha skala lebih luas di masa depan, baik dari sisi peningkatan kapasitas produksi, perluasan pasar, maupun profesionalisasi manajemen.

Kata kunci: studi kelayakan, usaha kuliner, brownies, pemasaran digital, usaha rumahan

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kuliner di Indonesia menunjukkan tren yang terus meningkat, terutama pada sektor makanan ringan dan dessert. Salah satu produk yang mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir adalah brownies, yang digemari oleh berbagai kalangan usia karena rasanya yang manis, teksturnya yang lembut, serta variasi topping yang menarik. Tingginya minat konsumen terhadap produk ini menjadikannya sebagai peluang usaha yang menjanjikan, khususnya dalam skala rumahan yang fleksibel dan tidak memerlukan modal besar.

Usaha Raninsha Kitchen lahir dari inisiatif seorang ibu rumah tangga yang memanfaatkan waktu luang setelah berpindah domisili ke Bengkalis. Dengan dukungan keluarga serta kemampuan memasak yang dimiliki, usaha ini mulai dirintis secara perlahan dengan menawarkan berbagai produk seperti brownies, cookies, burnt cheesecake, dan pudding buah susu. Penjualan dilakukan secara online melalui media sosial serta sistem pre-order, menyesuaikan dengan trend digital yang sedang berkembang.

Studi kelayakan bisnis adalah proses analisis yang dilakukan untuk menilai sejauh mana suatu ide atau rencana bisnis layak untuk dijalankan. Studi ini mencakup berbagai aspek seperti pasar, operasional, keuangan, hukum, dan lingkungan guna memastikan bahwa bisnis tersebut memiliki peluang untuk sukses. Tujuan utamanya adalah untuk mengidentifikasi potensi risiko dan peluang, sehingga keputusan yang diambil oleh pelaku usaha atau investor lebih akurat dan berdasarkan data yang objektif.

Dalam studi kelayakan bisnis, analisis pasar menjadi komponen penting untuk mengetahui apakah ada permintaan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Selain itu, studi ini juga mengkaji aspek teknis seperti lokasi usaha, proses produksi, dan kebutuhan teknologi. Analisis keuangan dilakukan untuk menilai proyeksi pendapatan, pengeluaran, serta keuntungan yang dapat diperoleh. Semua aspek tersebut kemudian dibandingkan dengan sumber daya yang tersedia guna menentukan apakah bisnis tersebut layak untuk dijalankan.

Manfaat dari studi kelayakan bisnis sangat besar, baik bagi pengusaha baru maupun investor. Dengan melakukan studi ini, pihak-pihak terkait dapat menghindari kerugian akibat pengambilan keputusan yang terburu-buru atau kurang informasi. Selain itu, hasil studi juga dapat digunakan sebagai alat untuk meyakinkan pihak ketiga seperti bank atau mitra usaha, karena menunjukkan bahwa bisnis dirancang dengan perencanaan yang matang dan realistis.

Aspek – aspek Studi Kelayakan Bisnis

1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran merupakan salah satu komponen utama dalam studi kelayakan bisnis, karena keberhasilan suatu usaha sangat tergantung pada ada tidaknya pasar untuk produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam analisis ini, dilakukan pengkajian terhadap siapa saja calon konsumen (segmentasi pasar), seberapa besar potensi pasar yang tersedia, bagaimana karakteristik dan kebutuhan mereka, serta tren pertumbuhan pasar ke depannya. Selain itu, dilakukan juga analisis terhadap pesaing (kompetitor) yang ada di pasar. Selanjutnya, aspek pemasaran mencakup strategi 4P (*product, price, place, promotion*) yang akan digunakan oleh bisnis untuk menjangkau dan mempengaruhi pasar. Penentuan harga yang tepat, strategi promosi yang efektif, saluran distribusi yang efisien, serta keunikan produk menjadi faktor penentu dalam memenangkan persaingan.

2. Aspek Teknik dan Teknologi

Aspek teknik dan teknologi menyangkut semua hal yang berkaitan dengan proses produksi atau operasional bisnis, serta teknologi yang digunakan untuk mendukung kelancaran dan efisiensi proses tersebut. Beberapa poin penting dalam aspek ini meliputi pemilihan lokasi usaha, desain bangunan, kebutuhan lahan, peralatan produksi, bahan baku, serta alur kerja produksi. Lokasi usaha yang strategis dapat mengurangi biaya distribusi dan meningkatkan akses ke pasar. Selain itu, pemilihan teknologi yang tepat dapat memengaruhi kualitas produk, kapasitas produksi, efisiensi biaya, dan kecepatan produksi. Teknologi modern biasanya memberikan keuntungan kompetitif, namun perlu disesuaikan dengan kemampuan dan kebutuhan perusahaan.

3. Aspek Manajemen

Aspek manajemen dalam studi kelayakan bisnis membahas tentang bagaimana usaha akan dikelola dan dijalankan secara struktural. Hal ini meliputi struktur organisasi, tanggung jawab dan wewenang setiap bagian, sistem pengambilan keputusan, serta gaya kepemimpinan. Manajemen yang kuat dan profesional sangat penting untuk mengelola sumber daya secara efisien dan mencapai tujuan usaha secara efektif. Evaluasi terhadap tim manajemen dan pengalaman mereka dalam mengelola usaha serupa juga menjadi bagian dari analisis ini. Dengan sistem manajemen yang baik, bisnis dapat beradaptasi terhadap perubahan, mengambil keputusan strategis dengan cepat, dan menjaga stabilitas operasional.

4. Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)

Aspek sumber daya manusia sangat berperan penting dalam kelangsungan operasional perusahaan. Dalam analisis ini, dibahas mengenai jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan, tingkat pendidikan atau keahlian yang diperlukan, serta strategi dalam rekrutmen, pelatihan, dan pengembangan karyawan. Sumber daya manusia yang terampil dan memiliki motivasi kerja tinggi dapat meningkatkan produktivitas serta kualitas layanan atau produk. Oleh karena itu, perusahaan juga perlu menyediakan sistem penghargaan (reward) dan insentif yang adil, serta menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan mendukung pertumbuhan profesional karyawan.

5. Aspek Ekonomi dan Sosial

Aspek ini menilai kontribusi atau dampak bisnis terhadap perekonomian dan kehidupan sosial masyarakat sekitar. Dari sisi ekonomi, bisnis yang layak harus mampu menciptakan nilai tambah seperti membuka lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, mendorong aktivitas ekonomi lokal, serta berkontribusi terhadap pendapatan negara melalui pajak. Sedangkan dari sisi sosial, bisnis perlu mempertimbangkan dampaknya terhadap kehidupan sosial, budaya, dan lingkungan masyarakat sekitar. Sebuah usaha yang memberikan manfaat

sosial seperti mendukung pendidikan, pemberdayaan masyarakat, atau ramah lingkungan akan lebih mudah diterima oleh masyarakat dan memiliki citra positif di mata publik.

RUMUSAN MASALAH

Jurnal ini disusun untuk menjawab beberapa pertanyaan utama:

1. Apakah usaha Raninsha Kitchen layak untuk dikembangkan dari sisi pasar, teknis, manajemen, sumber daya manusia dan sosial-ekonomi?
2. Bagaimana strategi yang tepat untuk mempertahankan dan memperluas pasar usaha ini?
3. Apa dampak usaha raninsha kitchen terhadap lingkungan sosial dan ekonomi masyarakat sekitar?

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian studi kelayakan bisnis ini adalah untuk

1. Menilai kelayakan usaha Raninsha Kitchen dari berbagai aspek bisnis.
2. Menyusun strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan.
3. Memberikan rekomendasi untuk peningkatan kualitas produk, manajemen, dan pemasaran.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu suatu pendekatan yang bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam melalui pengumpulan data non-numerik. Pendekatan ini dipilih karena dapat menggambarkan realitas usaha Raninsha Kitchen secara utuh, berdasarkan persepsi dan pengalaman subjek penelitian.

Teknik pengumpulan data:

- a. Wawancara

Dilakukan secara langsung dengan pemilik usaha Raninsha Kitchen untuk mendapatkan informasi mendalam mengenai latar belakang usaha, proses operasional, manajemen, hingga strategi pemasaran.

- b. Observasi Partisipatif

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS UMKM RANINSHA KITCHEN DI BENGKALIS DITINJAU DARI ASPEK ASPEK PASAR, TEKNOLOGI, MENEJEMEN, SDM DAN SOSIAL EKONOMI

Peneliti melakukan observasi langsung terhadap aktivitas operasional di Raninsha Kitchen, termasuk proses produksi, kemasan, dan distribusi. Observasi dilakukan secara partisipatif untuk memperoleh pemahaman yang menyeluruh terhadap praktik usaha sehari-hari.

c. Studi Dokumentasi

Peneliti juga mengumpulkan dokumentasi seperti foto kegiatan produksi, media promosi digital, dan catatan transaksi informal untuk mendukung analisis data.

HASIL PENELITIAN

I. LATAR BELAKANG BISNIS

1.1 Alasan Dibangunnya Bisnis

Brownies merupakan salah satu jenis camilan yang sangat digemari oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Cita rasanya yang manis, lembut, dan legit dengan berbagai varian rasa dan topping menjadikan brownies sebagai pilihan camilan favorit. Popularitas brownies yang terus meningkat membuat permintaannya di pasaran semakin tinggi, sehingga banyak pelaku usaha mulai melirik bisnis ini sebagai peluang yang menjanjikan.

Usaha brownies ini dibangun berawal dari perpindahan tugas suami dari Jawa ke Bengkalis. Sebagai seorang istri yang ikut mendampingi, tidak adanya kegiatan utama di lingkungan baru mendorong pemilih usaha ini untuk memanfaatkan waktu secara produktif. Melihat peluang pasar yang cukup besar dan belum banyaknya pelaku usaha brownies di daerah ini, maka tercetuslah ide untuk membangun usaha brownies rumahan.

Dengan pengalaman memasak yang dimiliki serta dukungan penuh dari keluarga, usaha ini mulai dirintis secara perlahan. Produk brownies yang ditawarkan dibuat dengan resep khas dan bahan berkualitas, sehingga menghasilkan rasa yang lezat, tekstur yang lembut, dan tampilan yang menarik. Tidak hanya brownies original, variasi topping seperti cokelat, keju, hingga almond turut dikembangkan guna memenuhi selera konsumen yang beragam.

Respons masyarakat terhadap produk brownies ini sangat positif. Banyak konsumen yang mengaku puas dengan cita rasanya, bahkan melakukan pembelian berulang. Usaha ini pun terus berkembang dan menjadi salah satu kegiatan produktif yang tidak hanya memberikan penghasilan tambahan, tetapi juga kepuasan pribadi dalam berkarya.

Melalui usaha brownies ini, diharapkan dapat terus memberikan kontribusi positif, baik secara ekonomi maupun sosial, serta menjadi inspirasi bagi ibu rumah tangga lainnya untuk tetap aktif dan mandiri di manapun berada.

1.2 Kondisi Industri

RANINSHA KITCHEN merupakan pelaku usaha di industri makanan ringan dan dessert yang fokus memproduksi brownies, cookies, cheese cake, dan puding. Industri ini terus mengalami pertumbuhan seiring meningkatnya tren gaya hidup praktis dan konsumtif terhadap makanan siap saji, terutama di kalangan anak muda dan keluarga muda. Konsumen saat ini tidak hanya mempertimbangkan rasa, tetapi juga tampilan dan keunikan produk. Hal ini menjadi peluang besar bagi RANINSHA KITCHEN untuk menghadirkan produk yang tidak hanya lezat, tetapi juga menarik secara visual. Meskipun tingkat persaingan cukup tinggi, diferensiasi melalui inovasi rasa, kemasan eksklusif, dan pelayanan yang ramah menjadi kunci untuk bersaing dan bertahan di pasar.

RANINSHA KITCHEN menasar segmen pasar yang luas, mulai dari usia 17–35 tahun, ibu rumah tangga, hingga pelanggan korporat yang membutuhkan produk untuk keperluan acara atau hampers. Untuk menjangkau konsumen secara maksimal, usaha ini mengandalkan pemasaran digital melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok, serta memanfaatkan marketplace dan sistem pre-order. Strategi ini memungkinkan efisiensi biaya sekaligus memperluas jangkauan pemasaran. Tantangan yang dihadapi meliputi fluktuasi harga bahan baku seperti coklat dan keju, serta persaingan harga dengan pelaku usaha sejenis. Namun, dengan memanfaatkan tren digital, menjaga kualitas, dan terus berinovasi, RANINSHA KITCHEN memiliki potensi besar untuk berkembang di industri makanan kekinian yang dinamis ini.

1.3 Profil Perusahaan

Tabel 1.1
profil perusahaan

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS UMKM RANINSHA KITCHEN DI BENGKALIS DITINJAU DARI ASPEK ASPEK PASAR, TEKNOLOGI, MENEJEMEN, SDM DAN SOSIAL EKONOMI

1.	Nama Perusahaan	Raninsha Kitchen
2.	Bidang Usaha	Industri rumahan
3.	Jenis Produk/Jasa	Makanan Ringan
4.	Mulai berdiri	2022

1.4 Pemilik/Pengurus Perusahaan

Table 1.2

Pemilik/Pengurus Perusahaan

No.	Nama	Jabatan
1.	Dwi Iswandi	Pemimpin
2.	Lily	Karyawan

II. ASPEK PASAR DAN PEMASARAN

2.1 Produk yang Dihasilkan

Produk merupakan segala bentuk hasil yang dapat disediakan oleh produsen untuk menarik minat, memenuhi permintaan, dibeli, dimanfaatkan, atau di konsumsi oleh konsumen dalam sebagai sarana memenuhi kebutuhan maupun keinginan mereka. Pada bagian ini, di jelaskan secara menyeluruh mengenai jenis dan karakteristik produk yang di hasilkan. Perencanaan di lakukan menyangkut produk (output), terutama pada usaha manufaktur dan industry pengolahan adalah:

1. Dimensi produk

Dimensi produk adalah aspek-aspek atau elemen-elemen yang membentuk keseluruhan karakteristik suatu produk, baik secara fisik maupun non-fisik yang memengaruhi cara konsumen memandang, menilai dan merasakan produk tersebut. Berikut adalah berbagai macam produk yang dihasilkan oleh raninsha kichen, antara lain:

1. Brownies

Brownies memiliki bentuk persegi atau sesuai cetakan, tekstur lembut dan padat, serta varian rasa seperti cokelat original, keju, almond, matcha atau topping lainnya.

2. Soft cookies

Soft cookies memiliki bentuk bulat pipih dengan bagian tengah yang lembut dan pinggiran yang sedikit renyah. Tersedia dalam berbagai varian rasa, seperti cokelat chip, red velvet, matcha, double choco dan lainnya. Produk nyata juga mencakup kemasan, desain label, nama merek, dan ukuran produk.

3. Belgian cookies

Belgian cookies biasanya berbentuk elegan, bertekstur renyah, dan hadir dalam berbagai varian rasa seperti butter, cokelat Belgia asli, almond, hazelnut hingga karamel. Produk ini juga memiliki tampilan eksklusif dan dikemas dalam wadah premium seperti toples kaca, dus elegan, atau kaleng logam.

4. Burnt cheesecake

Produk ini memiliki bentuk bulat dengan permukaan berwarna cokelat keemasan hingga hampir gosong, namun bagian dalamnya sangat lembut, creamy, dan meleleh. Tersedia dalam berbagai ukuran dan varian rasa seperti original, matcha, cokelat dan kopi. Produk nyata juga mencakup kemasan eksklusif, branding, logo, dan label produk.

5. Pudding buah susu

Secara fisik, produk ini berbentuk cetakan lembut dengan warna cerah, aroma harum susu serta potongan buah seperti manga, stroberi, anggur dan kiwi. Tersaji dalam cup plastic atau Loyang besar.

2. Nilai/Manfaat produk

Produk yang di tawarkan raninsha kitchen memiliki manfaat positif bagi konsumen, karena mengandung antioksidan dari coklat hitam (dark chocolate). Juga dapat di jadikan cemilan yang bergizi karena menggunakan bahan seperti oat, almond atau dark chocolate jika dibuat dengan bahan yang lebih sehat (gula rendah, tempung gandum).

3. Kegunaan/Fungsi produk

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS UMKM RANINSHA KITCHEN DI BENGKALIS DITINJAU DARI ASPEK ASPEK PASAR, TEKNOLOGI, MENEJEMEN, SDM DAN SOSIAL EKONOMI

Produk konsumsi adalah produk yang dibeli dan di gunakan oleh konsumen akhir. Brownies adalah produk makanan yang lezat, mudah dijangkau dan memiliki berbagai varian rasa. Brownies ini bisa dinikmati dalam berbagai pilihan, dari yang klasik hingga yang inovatif dengan tambahan topping atau variasi rasa. Selain itu, brownies ini memiliki kandungan gizi yang cukup, memberikan rasa manis yang memanjakan, serta cocok sebagai camilan ringan di berbagai kesempatan.

a. Keunggulan produk

Keunggulan kompetitif produk raninsha kichen antara lain:

1. Rasa yang lembut dan nikmat
2. Varian rasa yang bervariasi
3. Kemasan yang menarik dan praktis
4. Harga yang terjangkau
5. Proses pembuatan yang higienis

b. Gambaran pasar

Bahan baku yang digunakan dalam proses produksi di raninsha kichen, seperti tepung terigu, cokelat, gula, dan telur, cukup mudah didapatkan di pasar lokal, yang menjamin kelancaran proses produksi. Kami juga tidak khawatir akan pasokan bahan baku karena cukup stabil. Pasar untuk brownies sangat luas, dari kalangan anak muda hingga orang dewasa yang mencari camilan manis yang enak.

c. Target pasar atau segmen pasar yang dituju

Target pasar adalah menentukan kelompok konsumen yang akan menjadi sasaran utama dalam pemasaran produk brownies. Segmentasi pasar dari produk ini berdasarkan aspek geografis mencakup wilayah perkotaan dan pinggiran kota dengan kepadatan penduduk yang cukup tinggi. Dari sisi demografis, brownies ini menasar konsumen dari berbagai usia, mulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa, karena produk ini aman dan disukai oleh semua kalangan.

Usaha brownies ini tidak membatasi konsumen berdasarkan status ekonomi, karena harga yang ditawarkan terjangkau dan bersaing. Target pasar yang luas ini memberikan prospek cerah bagi usaha, di mana brownies dapat dipasarkan

melalui berbagai saluran seperti kafe, CFD (car free day), hingga penjualan online melalui media sosial.

d. Trend perkembangan pasar

Pertumbuhan ekonomi dan perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia yang semakin modern turut mendorong perkembangan pasar makanan ringan seperti brownies. Masyarakat kini cenderung mencari camilan yang tidak hanya enak tetapi juga memiliki tampilan menarik dan variasi rasa yang unik. Brownies termasuk dalam kategori produk makanan ringan yang terus mengalami inovasi dalam rasa, topping dan kemasan, sehingga tetap relevan dengan selera pasar.

Meningkatnya tren konsumsi makanan kekinian di kalangan anak muda serta tingginya aktivitas di media sosial membuat brownies memiliki peluang besar untuk dikenal luas. Dengan strategi pemasaran digital yang tepat, produk ini berpotensi untuk tumbuh pesat.

Perusahaan akan melakukan perencanaan kapasitas produksi secara terukur, menyesuaikan dengan permintaan pasar dan tren musiman seperti hari raya atau acara tertentu. Proyeksi kapasitas produksi dan penjualan dirancang untuk jangka menengah hingga tiga tahun ke depan, guna memastikan keberlangsungan dan pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

e. Analisis pesaing

Strategi pemasaran usaha brownies dilakukan dengan pendekatan analisis 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) untuk bersaing secara efektif di pasar. Usaha brownies harus mampu bersaing dengan berbagai produk sejenis yang sudah ada di pasaran.

1. *Price* (Harga)

Strategi penetapan harga dilakukan dengan mempertimbangkan daya beli konsumen dan harga pesaing. Produk brownies ditawarkan dengan harga yang kompetitif namun tetap mencerminkan kualitas yang baik. Umumnya, konsumen lebih tertarik pada produk dengan harga terjangkau, namun tetap memperhatikan cita rasa dan penampilan. Oleh karena itu, raninsha kichen hadir dengan harga yang bersaing agar dapat menjangkau pasar yang luas.

2. *Product* (Produk)

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS UMKM RANINSHA KITCHEN DI BENGKALIS DITINJAU DARI ASPEK ASPEK PASAR, TEKNOLOGI, MENEJEMEN, SDM DAN SOSIAL EKONOMI

Produk brownies yang ditawarkan memiliki keunggulan dari segi rasa, tekstur, dan tampilan. Brownies kami memiliki cita rasa yang khas, tekstur yang lembut dan moist, serta berbagai varian rasa dan topping yang menggoda, seperti keju, coklat lumer, almond, dan lainnya. Selain itu, produk dibuat dengan bahan berkualitas tinggi dan diolah secara higienis, menjadikannya aman dan nikmat untuk dikonsumsi semua kalangan.

3. *Promotion* (Promosi)

Strategi promosi dilakukan melalui pemasaran digital, dilakukan melalui media sosial seperti Instagram dan WhatsApp untuk menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan brand awareness serta Promo-promo yang menarik .

4. *Place* (Saluran Distribusi)

Saluran distribusi dirancang agar produk mudah dijangkau oleh konsumen. penjualan dilakukan secara online melalui platform digital dan layanan pesan antar. Hal ini memudahkan konsumen untuk membeli produk tanpa harus datang langsung ke lokasi.

III. ASPEK TEKNIK DAN TEKNOLOGI

3.1 Analisis lokal bisnis

Pertimbangan dalam memilih lokasi usaha raninsha kichen antara lain:

1. Ketersediaan bahan baku yang mudah diperoleh.
2. Akses pasar yang strategis.
3. Fasilitas transportasi yang mendukung.

Dengan demikian, lokasi produksi yang digunakan oleh bisnis raninsha kichen ini dilakuakn dirumah dengan salah satu anggota timnya. Penjualan dilakukan secara online, termasuk dengan sistem pre-order serta menitipkan produk di kefe sekitarnya.

3.2 Analisis luas produksi

Luas produksi untuk bisnis raninsha kitchen ini yaitu mampu menghasilkan output 10-15 kotak untuk setiap produk yang dibuatnya, juga tergantung pada jumlah pesanan yang masuk. Produksi biasanya di lakukan setiap hari.

3.3 Analisis kesiapan teknologi

Teknologi yang digunakan dalam kegiatan produksi ini masih bersifat sederhana, yaitu seperti oven besar, mixer dan Loyang. Meskipun sederhana, peralatan tersebut cukup untuk mendukung proses produksi dalam jumlah yang besar. Penjual tidak terlalu mencatat transaksi penjualan, sedangkan untuk pemasaran, digunakan media sosial dan layanan pesan antar seperti maxim.

IV. ASPEK MENEJEMEN

4.1 Perencanaan

Aspek manajemen adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai semua tujuan organisasi secara efektif dan efisien, fungsi manajemen pemasaran adalah untuk menganalisis pasar dan lingkungan pemasarannya, sehingga memperoleh keuntungan dan peluang usaha yang lebih besar.

1. Nama usaha

Usaha yang di jalankan bergerak di bidang makanan ringan, usaha ini di beri nama “raninsha kitchen” alasan mereka memberi nama ini karna ini adalah nama singkatan anaknya.

2. Lokasi usaha

Pemilihan lokasi usaha bersifat tetap, produksi di lakukan dirumah pemilik usaha, sementara penjualan dilakukan secara online dan offline. Untuk offline mereka memasarkan ditempat-tempat ramai seperti CFD/CFN dan cafe. Sedangkan untuk online, mereka menerima pesanan melalui media sosial seperti instagram dan whatsapp.

3. Struktur organisasi

Struktur organisasi adalah bagian yang menggambarkan secara sistematis hubungan kerja dan anggota dalam usaha, sehingga dapat mempermudah koordinasi dan pelaksanaan tugas untuk mencapai tujuan bersama.

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS UMKM RANINSHA KITCHEN DI BENGKALIS DITINJAU DARI ASPEK ASPEK PASAR, TEKNOLOGI, MENEJEMEN, SDM DAN SOSIAL EKONOMI

Struktur organisasi ini terdiri dari:

a. Pemimpin usaha

Pemimpin usaha bertanggung jawab penuh atas seluruh kegiatan usaha, mulai dari perencanaan, pengemasan hingga evaluasi hasil. Di usaha ini pemimpin usaha juga ikut kegiatan produksi dan untuk pengaturan keuangan pemimpin usaha juga yang melakukannya.

b. Tenaga kerja

- a) Melaksanakan semua proses produksi
- b) Melakukan pemasaran
- c) Melayani pesanan pelanggan

4.2 Sasaran usaha

Sasaran utama dari usaha ini adalah masyarakat umum dari berbagai kalangan , baik itu pelajar, mahasiswa, pekerja kantor dan ibu rumah tangga. Dengan pemasaran segemen pasar yang luas, diharapkan produk mereka dapat di kenal secara lebih luas dan meningkatkan penjualan. Jika produk disukai dan dipercaya oleh masyarakat, maka peluang mereka untuk meraih keuntungan yang lebih besar akan semakin terbuka.

V. ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA

5.1 SDM pada bidang produksi

Sumber Daya Manusia merupakan komponen penting dalam menjalankan suatu usaha. Menurut Sukirno (2004:172), sumber daya manusia adalah orang-orang yang ada dalam sebuah organisasi yang memberikan sumbangan baik berupa pemikiran maupun tindakan sesuai dengan bidangnya, dalam rangka mencapai tujuan organisasi atau perusahaan.

Dalam perencanaan awal usaha ini, terdapat dua orang yang akan terlibat sebagai SDM. Setiap individu memiliki tanggung jawab sesuai bidang masing-masing, yaitu satu orang sebagai pemimpin usaha dan satu orang sebagai karyawan.

5.2 SDM pada bidang marketing

SDM di bidang marketing atau pemasaran berperan dalam mempromosikan dan menjual produk kepada konsumen. Mereka harus memiliki kemampuan dalam menganalisis target pasar, memahami tren dan kebutuhan konsumen, serta mampu menyusun strategi pemasaran yang tepat, baik secara online maupun offline. Selain itu, mereka harus bersikap ramah, komunikatif, dan persuasif agar dapat menarik perhatian dan membangun kepercayaan pelanggan. Pada bidang ini dilakukan sendiri oleh pemilik usaha.

VI. ASPEK EKONOMI DAN SOSIAL

6.1 Dampak ekonomi

Pendirian usaha raninsha kichen akan memberikan dampak ekonomi yang positif bagi masyarakat di sekitar lingkungan usaha. Dampak tersebut dapat terlihat dari adanya peningkatan pendapatan karyawan yang terlibat dalam usaha ini. Selain gaji pokok, karyawan juga akan menerima bonus berdasarkan jumlah penjualan yang meningkat dari waktu ke waktu. Hal ini diharapkan dapat memberikan motivasi kerja yang lebih tinggi dan mendorong pertumbuhan ekonomi mikro di lingkungan sekitar.

6.2 Dampak sosial

Usaha raninsha kichen juga memberikan dampak sosial yang baik bagi masyarakat. Produk yang ditawarkan dapat dinikmati oleh berbagai kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Selain itu, pendirian usaha ini juga membuka peluang kerja langsung bagi masyarakat sekitar, khususnya anak muda yang ingin mengembangkan kreativitas dan keterampilan dalam bidang kuliner dan pemasaran. Lebih jauh, usaha ini turut membantu program pemerintah dalam mengatasi masalah pengangguran dengan menyediakan lapangan kerja baru dan mendorong semangat berwirausaha di kalangan generasi muda. Dengan demikian, usaha ini tidak hanya berfokus pada keuntungan semata, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan sosial dan ekonomi masyarakat secara umum.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dari berbagai aspek dalam studi kelayakan bisnis ini, dapat disimpulkan bahwa:

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS UMKM RANINSHA KITCHEN DI BENGKALIS DITINJAU DARI ASPEK ASPEK PASAR, TEKNOLOGI, MENEJEMEN, SDM DAN SOSIAL EKONOMI

1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Raninsha Kitchen memiliki potensi pasar yang luas dengan permintaan yang cukup tinggi terhadap produk brownies dan makanan ringan kekinian. Strategi pemasaran melalui media sosial seperti Instagram dan WhatsApp sangat efektif dalam menjangkau target konsumen, terutama anak muda dan ibu rumah tangga. Produk memiliki keunggulan dalam rasa, variasi, serta kemasan yang menarik dan harga terjangkau.

2. Aspek Teknis dan Teknologi

Produksi dilakukan di rumah dengan peralatan sederhana seperti oven dan mixer, namun mampu memenuhi kapasitas permintaan harian. Teknologi pemasaran yang digunakan masih sederhana tetapi cukup efektif untuk skala usaha rumahan.

3. Aspek Manajemen

Struktur organisasi yang sederhana dan fleksibel memudahkan koordinasi dalam proses produksi dan pemasaran. Pemilik usaha menjalankan banyak peran, mulai dari produksi, keuangan, hingga promosi.

4. Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)

Tersedia SDM yang memadai untuk mendukung kegiatan produksi dan pemasaran. Karyawan terlibat aktif dan memiliki peran penting dalam kelangsungan usaha.

5. Aspek Ekonomi dan Sosial

Usaha ini memberikan dampak positif secara ekonomi dan sosial, antara lain membuka lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar serta mendukung pemberdayaan perempuan dan generasi muda.

Secara keseluruhan, usaha Raninsha Kitchen layak untuk dijalankan dan dikembangkan lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, D. K. (2024). Inovasi Produk Dan Layanan Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing UMKM Roti Maryam Syamil Lurah. *Jurnal Pengabdian UCIC*, 3(1).
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2008). *Entrepreneurship*. New York: McGraw-Hill.

- H Nasir Asman, M. M. (2021). *Studi Kelayakan Bisnis (Pedoman Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0)*. Penerbit Adab.
- Kasmir & Jakfar. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga.
- Lusianti, D., Fahira, K. T., Naimi, D. I. A., & Norikun, B. (2023). *Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis*. Penerbit NEM.
- Munawir, S. (2004). *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi digital marketing dalam membangun brand awareness. *PROfesi Humas*, 3(1), 1-20.
- Putri, N. T., & Putera, A. N. (2022). *Studi Kelayakan Bisnis Praktis: Konsep Dan Aplikasi*. Andalas University Press.
- Rio Haribowo, S. E. (2024). *Studi Kelayakan Bisnis*. PT KIMHSAFI ALUNG CIPTA.
- Rivai, V. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soekartawi. (2005). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sukirno, S. (2004). *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Supriyadi. (2010). *Studi Kelayakan Proyek*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN. Umar, H. (2007). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tambunan, T. (2009). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*. Jakarta: LP3ES.