



ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS UMKM TOKO HILMIAS DI KECAMATAN BENGKALIS : TINJAUAN DARI ASPEK MANAJEMEN ,ASPEK HUKUM, PASAR DAN PEMASARAN, DAN ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA

M. Farid Ilham¹, Mimi Nazrah², Gustrina Sari³, Puji Afriyeni⁴

*m.faridilham0708@gmail.com*¹, *miminazrah64@gmail.com*², *gustrinasari34@gmail.com*³,
*pujiafriyeni11@gmail.com*⁴

Institut Agama Islam Negeri (Iain) Datuk Laksemana Bengkalis

Abstract. *This research aims to analyze the business feasibility of Toko Hilmi AS which is engaged in creative products in the form of buckets from five main aspects, namely law, market and marketing, management, and human resources (HR). This research uses a descriptive qualitative method with a case study approach conducted through interviews, direct observation, and document studies. The results showed that Toko Hilmi AS has fulfilled the business legality aspect through the ownership of a Business Identification Number (NIB), and has carried out a marketing strategy that adapts to market trends and needs. The simple yet efficient management structure and reward system for employees are also an added value in the HR aspect. These findings indicate that Toko Hilmi AS is a viable business to be further developed by strengthening the recording system and digital promotion.*

Keywords: *MSMEs, Stationery, Bucket, Aspect, Legal, Marketing, Human Resources (HR)*

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha Toko Hilmi AS yang bergerak di bidang produk kreatif berupa bucket dari lima aspek utama, yaitu hukum, pasar dan pemasaran, manajemen, serta sumber daya manusia (SDM). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang dilakukan melalui wawancara, observasi langsung, serta studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Hilmi AS telah memenuhi aspek legalitas usaha melalui kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB), serta telah menjalankan strategi pemasaran yang menyesuaikan tren dan kebutuhan pasar. Struktur manajemen yang sederhana namun efisien dan sistem penghargaan terhadap karyawan juga menjadi nilai tambah dalam aspek SDM. Temuan ini menunjukkan bahwa Toko Hilmi AS merupakan usaha yang layak untuk dikembangkan lebih lanjut dengan penguatan sistem pencatatan dan promosi digital.*

Kata kunci: *Ukm, Alat Tulis Kantor, Bucket, Aspek, Hukum, Pemasaran, Sumber Daya Manusia (Sdm)*

1. PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional, termasuk penyediaan prodeuk kreatif seperti bucket(rangkaian hadiah). Toko Hilmi AS ini merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang ini, dengan potensi pasar yang luas namun menghadapi berbagai tantangan dalam pengelolaan usaha secara berkelanjutan.

Dalam konteks persaingan yang ketat dan perubahan perilaku konsumen, Toko Hilmi AS harus mengembangkan stategi manajemen yang kuat dan terkoordinasi, oleh karena itu analisis yang komprehensif dari berbagai elemen yang mempengaruhi keberlanjutan usaha sangatlah diperlukan. Tinjauan dari aspek hukum bertujuan untuk memastikan bahwa bisnis ini memenuhi syarat peraturan yang ada, termasuk aspek perizinan dan perlindungan terhadap konsumen. Disisi lain aspek pasar dan pemasaran menjadi krusial dalam memahami kebutuhan, konsumen, tren pasar serta strategi promosi yang efektif.

Dari sisi aspek sumber daya manusia(SDM) meliputi pengelolaan tenaga kerja, motivasi, dan Upaya peningkatan produktivitas yang berkontribusi besar terhadap kesuksesan bsinis.

Dengan melakukan analisis mendalam terhadap Toko Hilmi AS berdasarkan empat aspek tersebut, diharapkan diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai kondisi bisnis saat ini serta rekomendasi yang berguna untuk pengembangan usaha di masa yang akan datang.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya analisis kelayakan studi bisnis terhadap usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang produk kreatif, khususnya Toko Hilmi AS yang memproduksi dan menjual bucket bunga. Permasalahan utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana kelayakan studi bisnis Toko Hilmi AS jika ditinjau dari tiga aspek penting, yaitu aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, serta aspek sumber daya manusia. Ketiga aspek ini menjadi fondasi dalam menilai keberlanjutan dan potensi pertumbuhan usaha tersebut.

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis secara menyeluruh terhadap manajemen usaha di Toko Hilmi AS. Penelitian ini bertujuan mengkaji kesesuaian aspek hukum yang melandasi operasional usaha, strategi pemasaran yang diterapkan dalam menjangkau pasar, serta efektivitas

pengelolaan sumber daya manusia dalam mendukung produktivitas dan pengembangan bisnis. Dengan analisis ini, diharapkan penelitian dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kelayakan dan potensi bisnis Toko Hilmi AS untuk berkembang lebih jauh di industri kreatif.

2. TINJAUAN LITERATUR

2.1 aspek hukum

Dalam kajian kelayakan bisnis, aspek hukum merupakan komponen penting yang menentukan legalitas dan keberlangsungan usaha. Menurut teori studi kelayakan (Kasmir & Jakfar dalam Jalaludin, 2021), analisis hukum meliputi pemenuhan persyaratan legal, status badan usaha, dan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan. Keabsahan hukum memberikan perlindungan terhadap operasional usaha serta kepercayaan dari konsumen dan mitra bisnis (Putra et al., 2024)

2.2 aspek pasar dan pemasaran

Aspek pemasaran dalam studi kelayakan bisnis merujuk pada serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mengenali, memahami, dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran melalui strategi yang tepat. Konsep ini mencakup analisis segmentasi pasar, penentuan target pasar, serta penempatan posisi (positioning) produk atau layanan di benak konsumen. Dalam aspek ini, perusahaan harus mampu mengidentifikasi siapa konsumennya, apa yang mereka butuhkan, dan bagaimana cara terbaik untuk menjangkau serta memuaskan mereka. Selain itu, aspek pemasaran juga melibatkan penerapan bauran pemasaran atau marketing mix yang terdiri dari empat elemen utama, yaitu produk (product), harga (price), tempat (place), dan promosi (promotion). Tujuannya adalah untuk menciptakan nilai tambah dan keunggulan bersaing yang membedakan usaha dari para pesaingnya, serta membangun loyalitas konsumen secara berkelanjutan (Ariza & Aslami, 2021)

2.3 aspek manajemen

konsep aspek manajemen ditekankan sebagai fondasi penting dalam pengelolaan UMKM secara efektif dan berkelanjutan. Penulis menyoroti bahwa manajemen dalam konteks UMKM tidak hanya sekadar menjalankan kegiatan operasional harian, tetapi lebih pada pengorganisasian fungsi-fungsi manajerial yang terstruktur, seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian. Konsep manajemen ini diaplikasikan dalam berbagai bidang, mulai dari produksi, pemasaran, keuangan, hingga sumber daya manusia.

Manajemen dalam UMKM harus mampu menciptakan sistem kerja yang efisien dan adaptif terhadap dinamika pasar. Perencanaan strategis diperlukan untuk menetapkan tujuan usaha jangka pendek maupun jangka panjang, sedangkan pengorganisasian melibatkan pembagian tugas dan wewenang secara jelas. Pengarahan ditekankan pada kepemimpinan yang mampu memotivasi karyawan, sedangkan pengendalian berfungsi untuk memastikan bahwa seluruh kegiatan sesuai dengan rencana dan target yang ditetapkan. Dengan mengintegrasikan konsep-konsep manajemen tersebut, UMKM diharapkan dapat meningkatkan efektivitas operasional, memperbaiki pengambilan keputusan, serta menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.(Bismala, 2017)

2.4 aspek sumber daya manusia

Tinjauan literatur mengenai aspek sumber daya manusia (SDM) dalam studi kelayakan bisnis menegaskan bahwa SDM merupakan elemen kunci yang sangat memengaruhi keberhasilan suatu usaha, termasuk pada UMKM. Menurut Eri Susan (2019), SDM adalah individu produktif yang menjalankan organisasi dan merupakan aset yang perlu dilatih serta dikembangkan kemampuannya. Dalam struktur organisasi, biasanya terdapat bagian khusus yang mengatur serta mengevaluasi SDM karyawan, mengingat kualitas SDM sangat berdampak pada hasil kerja dan produktivitas perusahaan. Manusia berperan sebagai perencana, pelaku, dan penentu tercapainya tujuan organisasi, sehingga pengelolaan SDM harus dilakukan secara optimal

Lebih lanjut, Moediayanto (2008) dan Umar (2009) menekankan bahwa dalam studi kelayakan bisnis, perhatian khusus terhadap aspek SDM diperlukan karena kualitas SDM sangat berpengaruh terhadap kinerja bisnis, inovasi, dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan. Dengan pengelolaan SDM yang baik, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, motivasi karyawan, serta menciptakan lingkungan kerja yang sehat, yang pada akhirnya berdampak positif pada kinerja dan daya saing perusahaan secara keseluruhan. Oleh karena itu, aspek SDM dalam studi kelayakan bisnis tidak hanya menilai ketersediaan dan keterampilan tenaga kerja, tetapi juga mencakup manajemen biaya tenaga kerja, kepemimpinan, serta pembentukan budaya organisasi yang mendukung perencanaan dan keberhasilan jangka panjang(Damayanti et al., 2024)

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus, yang bertujuan untuk menganalisis manajemen usaha Toko Hilmi AS dari berbagai aspek manajerial, seperti aspek hukum, pemasaran, keuangan, manajemen, dan sumber daya manusia. Dengan pendekatan ini, peneliti berupaya menggambarkan secara mendalam kondisi nyata yang terjadi di lapangan, terutama terkait dengan strategi dan pengelolaan usaha kecil menengah yang bergerak di bidang alat tulis kantor dan bucket bunga.

Lokasi penelitian dilakukan di Toko ATK dan Bucket Hilmi AS yang terletak di Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 10 Mei 2025, dengan observasi dan wawancara langsung sebagai bagian dari proses pengumpulan data.

Dalam mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik toko guna memperoleh informasi terkait pengelolaan usaha secara langsung, serta observasi terhadap kegiatan operasional di toko untuk memahami proses bisnis dan perilaku kerja secara nyata. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan melalui dokumen legalitas usaha yang dimiliki oleh toko sebagai bukti formal pendirian bisnis, serta melalui studi pustaka yang mencakup teori-teori manajemen usaha kecil untuk memperkuat kerangka analisis dalam penelitian ini.

Penelitian ini memusatkan perhatian pada empat aspek utama dalam manajemen usaha yang diterapkan oleh Toko Hilmi AS. Pertama, aspek hukum menjadi fondasi awal dengan menganalisis legalitas usaha, perizinan, serta tingkat kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku. Aspek ini penting untuk memastikan bahwa usaha berjalan secara formal dan aman secara hukum. Selanjutnya, aspek pemasaran juga menjadi sorotan dengan meninjau strategi promosi yang digunakan, segmentasi pasar yang dituju, serta efektivitas komunikasi pemasaran dalam menarik minat konsumen dan memperluas jangkauan pasar.

Di sisi lain, aspek manajemen turut dianalisis melalui struktur organisasi yang diterapkan di toko, pengelolaan operasional harian, hingga pembagian tugas antar bagian. Hal ini bertujuan untuk melihat sejauh mana efisiensi dan efektivitas sistem kerja yang berjalan. Terakhir, aspek sumber daya manusia tak kalah penting dengan fokus pada strategi pengelolaan karyawan, proses rekrutmen, serta sistem penghargaan dan motivasi yang diberikan oleh pemilik usaha. Keempat aspek ini saling terhubung dan menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan serta keberlanjutan usaha secara keseluruhan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada salah satu pelaku umkm yaitu pemilik Toko Atk dan Bucket Hilmi AS, yang menggunakan metode wawancara langsung serta studi literatur, sehingga memperoleh data yang murni dan terpercaya, berikut ini adalah paparan dari hasil wawancaranya

a. Aspek hukum

Dari hasil wawancara dengan pemilik usaha, Toko Hilmi AS sudah memiliki izin usaha berupa **Nomor Induk Usaha (NIB)** dan terdaftar secara resmi di pemerintahan Kabupaten Bengkalis. Toko ini juga sudah memenuhi aspek hukum yang lain berupa pembayaran pajak bangunan. Bentuk badan hukum dari toko ini adalah perseorangan, karena memang dimiliki sendiri oleh pemilik usaha tersebut. Sebelum membuka usaha ini, pemilik toko melakukan survei terlebih dahulu terkait peraturan-peraturan yang harus dilakukan saat membuka suatu usaha.

b. Aspek pasar dan pemasaran

Produk merupakan sesuatu yang dibuat yang bertujuan dapat ditawarkan oleh produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, dan digunakan atau dikonsumsi oleh pasar yang bersangkutan.

1. Dimensi Produk

produk bersangkutan dari ciri-ciri dan sifat dari produk seperti bentuk, ukuran, warna, fungsi, dan sebagainya. Pada toko yang penulis teliti terdapat berbagai macam produk berupa rangkaian bunga, Rangkaian (bucket)

Rangkaian bunga atau bisa disebut bucket adalah produk yang dihasilkan dari kreativitas pembuatnya, ada berbagai macam bentuk bucket. Ada yang terbuat dari bunga asli, ada juga yang dibuat dengan bunga palsu, ada yang terbuat dari kawat bulu yang dibentuk menjadi bunga, ada yang terbuat dari pita satin, ada juga yang terbuat dari ciki-ciki, dan ada juga yang terbuat dari boneka. Bahan-bahan tersebut lalu dibentuk dan disusun rapi, lalu disampul dengan wrapping paper sehingga terlihat cantik dan rapi

2. Fungsi Dan Kegunaan Produk

rangkaian bunga dibeli untuk pemberian hadiah pada saat wisuda, hari besar nasional, birthday, wedding, dan yang lainnya. Keunggulan dari produk ini adalah kita dapat memesan dan membeli sesuai dengan apa yang kita mau, saat pembelian bucket kita bisa memilih atau request pada karyawan toko bentuk dan warna bucket yang kita inginkan. Target pasar dari pemilik toko ini adalah anak sekolah, mahasiswa, dan orang perkantoran dan Masyarakat umum. Sesuai dengan kebutuhannya. Produk ini sendiri juga akan tetap mengikuti trend pasar dan tetap akan dicari orang untuk diberikan kepada orang lain sebagai hadiah.

3. Harga Produk

Harga produk rangkaian bunga (bucket) yang ditawarkan rata-rata dimulai dari Rp25.000 ke atas, menyesuaikan dengan bentuk, ukuran, dan bahan yang digunakan dalam pembuatan bucket tersebut. Untuk pelanggan yang ingin membeli bucket dengan harga di bawah Rp25.000, penyesuaian bentuk dan isi bucket akan dilakukan agar tetap menarik namun tetap sesuai dengan anggaran. Penyesuaian ini memungkinkan produk tetap terjangkau oleh berbagai kalangan tanpa mengurangi nilai estetika dan kreativitas dari produk tersebut.

4. Promosi

Promosi dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan Facebook, di mana toko sering mengunggah foto produk terbaru, promosi diskon, serta testimoni pelanggan. Selain itu, promosi juga dilakukan melalui mulut ke mulut dari pelanggan yang puas terhadap hasil produk, serta program promo tertentu saat hari besar atau event khusus seperti wisuda atau hari valentine.

5. Tempat (Distribusi)

Produk dijual langsung di toko fisik yang terletak di Jl. Ahmad Yani, serta melalui sistem pemesanan online via WhatsApp dan media sosial. Dengan metode ini, produk dapat dijangkau oleh masyarakat di sekitar toko maupun dari luar daerah melalui sistem pengantaran atau kurir lokal.

c. Aspek manajemen

1. Nama Usaha

Usaha yang penulis jalankan bergerak dibidang sektor ritel, seperti penjualan alat tulis kantor dan rangkaian kreativitas bunga yang Bernama “ Hilmi AS” alas an penulis memilih usaha ini adalah karna sudah berdiri belasan tahun lamanya dan sudah berpengalaman.

2. Lokasi Usaha

Usaha ini berlokasi di JLN. Ahmad Yani. Kabupaten Bengkalis Prov Riau, Lokasi tersebut sangat strategis karna bertepatan ditengah Tengah kota bengkalis sehingga banyak orang yang melewati usaha ini

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi dalam usaha ini meliputi

- Pemimpin (pemilik toko)
- Tenaga Kerja (karyawan)

4. Perencanaan

Perencanaan dalam usaha ini mencakup penentuan target penjualan bulanan, pemilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar, serta penjadwalan pasokan barang dari distributor. Selain itu, dilakukan juga

analisis SWOT untuk melihat kekuatan dan peluang usaha serta mengantisipasi tantangan.

5. Pelaksanaan

Pelaksanaan mencakup kegiatan operasional sehari-hari seperti pelayanan pelanggan, penataan produk di toko, pencatatan penjualan, dan pengelolaan stok barang. Pemilik toko bertanggung jawab dalam pengawasan langsung terhadap kinerja karyawan dan kualitas layanan.

6. Pengendalian

Pengendalian dilakukan dengan cara evaluasi rutin terhadap pencapaian target penjualan, kontrol terhadap stok barang, serta penerapan sistem laporan keuangan harian. Bila ditemukan kekurangan atau kendala, pemilik toko akan segera melakukan tindakan korektif.

d. Aspek sumber daya manusia

Toko ini memiliki 4 karyawan, cara pemilik toko merekrut karyawan adalah menanyai minat atau bakat tentang perbucketan sehingga bisa mengetahui calon karyawan tersebut bisa atau tidak dalam membuat bucket. Sistem penilaian karyawannya menggunakan sistem disiplin saat bekerja sehingga Ketika memperoleh pendapatan yang lebih banyak karyawan tersebut akan diberikan uang tambahan dari pemilik toko.

Untuk tugas masing masing karyawan tersebut memiliki tugas yang sama bisa menjaga kasir dan juga merangkai bucket yang akan dijual.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Toko Hilmi AS merupakan usaha mikro yang memiliki potensi berkembang dan layak secara bisnis. Dari aspek hukum, toko ini telah memiliki legalitas resmi dan memahami pentingnya kepatuhan terhadap regulasi. Aspek pemasaran menunjukkan bahwa produk yang dijual memiliki nilai jual tinggi karena mengikuti tren pasar serta fleksibilitas dalam pemesanan. Dari sisi manajemen, toko ini memiliki struktur organisasi yang jelas dan efisien dengan lokasi usaha yang strategis. Sedangkan pada aspek SDM, pemilik toko mampu mengelola karyawan dengan pendekatan motivasional dan sistem penghargaan yang mendorong produktivitas. Secara keseluruhan, Toko Hilmi AS telah memenuhi kriteria kelayakan usaha dan sangat potensial untuk terus berkembang jika didukung dengan peningkatan digitalisasi dan efisiensi manajerial.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariza, R. A., & Aslami, N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Era Digital di Kota Medan. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 188–194. <https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.834>
- Bismala, L. (2017). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk

Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 5(1), 19–26. <https://doi.org/10.37715/jee.v5i1.383>

Damayanti, N., Widastuti, A. T., Paningal, B., Rosyadi, I., Julia, I., Sinatra, R. D., & Triesa, S. A. (2024). Analisis Kelayakan Bisnis Pada Salon Laulina Beauty Corner Meliputi : Aspek Keuangan, Aspek Pasar Dan Pemasaran, Aspek Sumber Daya Manusia, Aspek Hukum Dan Aspek Lingkungan. *Journal of Economics Management Business and Accounting*, 3(2), 179–192. <https://doi.org/10.34010/jemba.v3i2.11451>

Putra, A. J., Tawakal, M. I., Christianto, M., & ... (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan Usaha Hotmie Jababeka Cikarang Ditinjau Dari Aspek Hukum, Aspek Pasar & Pemasaran, Aspek Teknik *Dan Kewirausahaan*, 14(8). <http://journal.ikopin.ac.id/index.php/covalue/article/view/4161%0Ahttps://journal.ikopin.ac.id/index.php/covalue/article/download/4161/3284>

Yanuar, D. (2018). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau dari Aspek Pasar, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan pada UMKM Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalpinang. *Ekombis: Jurnal Fakultas Ekonomi*, 2(1), 41–51. <https://doi.org/10.35308/ekombis.v2i1.747>