ANALISIS KELAYAKAN BISNIS UMKM ROTI A KOTA PONTIANAK DITINJAU DARI ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK MANAJEMEN

SKRIPSI

OLEH
HENDRIKA VERA SAFITRI
NIM F1031211003

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN DAN ILMU-ILMU SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2025

ANALISIS KELAYAKAN BISNIS UMKM ROTI A KOTA PONTIANAK DITINJAU DARI ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK MANAJEMEN

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Jurusan Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial
Program Studi Pendidikan Ekonomi

OLEH
HENDRIKA VERA SAFITRI
NIM F1031211003

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN DAN ILMU-ILMU SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2025

ANALISIS KELAYAKAN BISNIS UMKM ROTI A KOTA PONTIANAK DITINJAU DARI ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK MANAJEMEN

Hendrika Vera Safitri
NIM F1031211003

Disetujui

Dosen Pembimbing I	Dosen Pembimbing II
Dr. Muhammad Basri, M. Pd	Heni Kuswanti, M. Pd
NIP 198003052005011001	NIP199008152019032l8

Disahkan
Dekan,

Dr. H. Ahmad Yani T, M. Pd
NIP 196604011991021001

Lulus tanggal: 22 Mei 2025

ANALISIS KELAYAKAN BISNIS UMKM ROTI A KOTA PONTIANAK DITINJAU DARI ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK MANAJEMEN

HENDRIKA VERA SAFITRI
NIM F1031211003

Disetujui

Pembimbing I

Dr. Muhammad Basri, M. Pd
NIP 198003052005011001

Pembimbing II

Heni Kuswanti, M. Pd
NIP 19900815201903218

Penguji I

Dr. Okianna, M. Si
NIP 196210231990022001

Penguji II

Dr. Warneri, M. Si
NIP 196303071990021001

Mengetahui
Ketua Program Studi,

Heni Kuswanti, M. Pd
NIP 19900815201903201

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Hendrika Vera Safitri

NIM : F1031211003

Jurusan/Prodi : Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial/Pendidikan Ekonomi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pontianak, April 2025
Yang membuat pernyataan



Hendrika Vera Safitri
NIM. F1031211013

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menilai kelayakan bisnis UMKM Roti A di Kota Pontianak, dengan fokus pada aspek pemasaran dan aspek manajemen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Informan dalam penelitian ini sebanyak 8 orang dengan teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan penarik kesimpulan, dengan pengujian keabsahan data menggunakan triangulasi teknik dan sumber. Aspek pemasaran dinilai terhadap bauran pemasaran 7P (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*), sedangkan aspek manajemen menilai kemampuan UMKM Roti A mengelola usahanya dengan *planning, organizing, actuating dan controlling.* Hasil penelitian menunjukan bahwa secara keseluruhan UMKM Roti A dinilai layak dengan memiliki strategi pemasaran yang baik seperti produk yang memiliki ciri khas, harga terjangkau, lokasi yang strategis, promosi efektif, serta pelayanan yang responsif. Namun, terdapat beberapa hal yang perlu ditingkatkan seperti visibilitas toko, sikap karyawan saat ramai dan *branding* visual. Dari aspek manajemen, UMKM Roti A dinilai layak dikembangkan kedepan. Pada aspek manajemen, *planning, actuating* dan *controlling* menunjukan hasil yang baik. Namun pada bagian *organizing*, perlu ditingkatkan manajemen SDM untuk kedepannya. Perbaikan efisiensi pemasaran dan manajemen untuk UMKM Roti A berpotensi untuk berkembang kedepannya dan berdaya saing yang tinggi.

Kata kunci: Studi Kelayakan Bisnis, Aspek Pemasaran, Aspek Manajemen

MOTTO

1 Petrus 5:7

“Serahkanlah segala kekuatiranmu kepada-Nya,

sebab Ia yang memelihara kamu”

Amsal 23:18

“Karena masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang”

Hendrika Vera Safitri

“Apapun yang terjadi dalam hidupmu, bersyukur dan percaya kepada

Tuhan adalah kunci dari semuanya”.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa atas Rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena tu, saya ingin mempersembahkan skripsi ini untuk diri saya sendiri dan kepada:

1. Mamak, Bapak, Adik-adik dan keluarga besar yang selalu mendoakan dan mendukung saya selama menulis skripsi ini. Saya sungguh sangat bersyukur dan berterimakasih karena tanpa doa mereka saya tidak akan sampai pada tahap ini.
2. Sahabat terdekat selama perkuliahan anggota PT Cinta Sejati, Memey, Nopi, Cok Lilid, Ning, Dedek Diyah, Mbak Nahla, Gelo, dan teman-teman mahasiswa Angkatan 2021 Prodi Pendidikan Ekonomi yang selalu menemani saya dalam suka dan duka selama perkuliahan, memberikan semangat dan pengalaman berharga dalam hidup yang tidak akan terlupakan.
3. Sahabat masa SMA saya, Jejes, Asna/Nong dan Soffi yang saling mendukung satu sama lain meskipun memiliki kesibukan dan kesulitan tersendiri dimasa perkuliahan.
4. Sahabat kecil saya, Dudun, Unat, Ucis dan Yuli yang selalu mendukung saya meskipun dari jauh.

KATA PENGANTAR

Shalom

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa Atas limpahan berkat dan kasihnya sehingga peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan penulisan dari skripsi yang berjudul "Analisis Kelayakan Bisnis UMKM Roti A Kota Pontianak Ditinjau Dari Aspek Pemasaran dan Aspek Manajemen"

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tanjungpura Pontianak. Dalam penyusunan skripsi, peneliti mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, arahan dan dukungan serta saran dari berbagai pihak. Maka dari itu, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Muhammad Basri, M. Pd selaku Dosen Pembimbing Pertama yang telah memberikan arahan dan bimbingan dengan baik selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Heni Kuswanti, M. Pd selaku Dosen Pembimbing Kedua sekaligus Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan banyak bantuan, arahan dan bimbingannya selama melakukan penyusunan skripsi ini hingga selesai.
3. Bapak Rausan Fikri, S. Si selaku pemilik UMKM Roti A yang telah banyak membantu peneliti dalam memperoleh data, informasi serta memberikan dukungan agar peneliti semangat menyelesaikan skripsi.

4. Bapak Dr. Ahmad Yani T, M. Pd selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tanjungpura Pontianak.
5. Bapak Dr. Imran, M. Kes selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tanjungpura Pontianak.
6. Bapak Prof. Dr. Witarsa, M. Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah banyak mendukung dan memberi arahan kepada peneliti.
7. Bapak dan Ibu Dosen serta staf akademik Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan yang telah memberikan dukungan selama perkuliahan.
8. Bapak, Ibu, dan adik-adik serta keluarga besar tercinta yang telah memberikan dukungan moral dan materi kepada peneliti.
9. Teman-teman seperjuangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Untan yang telah memberikan dukungan serta motivasi kepada peneliti.

Peneliti menyadari skripsi ini masih terdapat kekurangan baik dari segi materi maupun penyajian, karena keterbatasan pengetahuan dan wawasan yang dimiliki. Oleh karena itu diharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi perbaikan skripsi ini. Akhirnya peneliti berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Pontianak, 16 Juni 2025

Peneliti

DAFTAR ISI

ABSTRAK i
MOTTO……..ii
HALAMAN PERSEMBAHAN…….……iii
KATA PENGANTAR iv
DAFTAR ISI v
DAFTAR GAMBAR viii
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR LAMPIRAN x
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Pertanyaan Penelitian 8
C. Tujuan Penelitian 8
D. Manfaat Penelitian 8
1. Manfaat Teoritis 8
2. Manfaat Praktis 9
E. Ruang Lingkup Penelitian 9
1. Fokus Penelitian 10
2. Definisi Operasional 11
BAB II KAJIAN PUSTAKA 17
A. Studi Kelayakan Bisnis 17
1. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis 17
2. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis 18
3. Manfaat Studi Kelayakan Bisnis 19
4. Aspek-aspek Studi Kelayakan Bisnis 20
5. Indikator Studi Kelayakan Bisnis 23
B. UMKM 33
C. Penelitian Terdahulu 36
D. Kerangka Konseptual……..40

BAB III METODE PENELITIAN 41
A. Jenis Penelitian 41
B. Kehadiran Peneliti 41
C. Lokasi Penelitian 42
D. Partisipan Penelitian 42
E. Teknik Pengumpulan Data 43
F. Instrumen Pengumpulan Data 46
G. Analisis Data 44
H. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data 50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 52
A. Hasil Penelitian 52
1. Kelayakan Bisnis UMKM Roti A Dari Aspek Pemasaran 52
2. Kelayakan Bisnis UMKM Roti A Dari Aspek Manajemen 82
B. Pembahasan 95
1. Aspek Pemasaran 95
2. Aspek Manajemen 112
BAB V PENUTUP 123
A. KESIMPULAN 123
B. SARAN 124
DAFTAR PUSTAKA 126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Fluktuasi Penjualan Roti A Bulan Januari-Mei 2024..... 4

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 40

Gambar 3.1 Peta Tematik Lokasi Penelitian..... 42

Gambar 4.1 Kerangka Kelayakan Bisnis UMKM Roti A Aspek Pemasaran..... 53

Gambar 4.2 Produk Roti A..... 57

Gambar 4.3 Logo Roti A..... 57

Gambar 4.4 Kemasan Roti A 58

Gambar 4.5 Lokasi UMKM Roti 68

Gambar 4.6 Media Sosial UMKM Roti A …….71

Gambar 4.7 Kegiatan Promosi Saat Cap Go Meh dan CFD……..71

Gambar 4.8 Perlengkapan Untuk Penampilan Karyawana..... 75

Gambar 4.9 Tab List Pesanan..... 78

Gambar 4.10 Papan Nama Roti A……..82

Gambar 4.11 Kerangka Kelayakan Bisnis UMKM Roti A Aspek Manajemen.....82

Gambar 4.12 Kerangka Pembahasan Kelayakan Bisnis UMKM Roti A Aspek Pemasaran……95

Gambar 4.13 Kerangka Pembahasan Kelayakan Bisnis UMKM Roti A Aspek Manajemen…….113

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian ini....37

Tabel 3.1 Partisipan Penelitian……43

Tabel 4.1 Daftar Harga Produk UMKM Roti A……..58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Kisi-kisi Observasi 131

Lampiran 2. Lembar Pedoman Observasi 133

Lampiran 3. Lembar Kisi-kisi Wawancara 135

Lampiran 4. Lembar Pedoman Wawancara 136

Lampiran 5. Lembar Hasil Observasi 145

Lampiran 6. Lembar Hasil Wawancara 148

Lampiran 7. Dokumentasi Wawancara Informan 216

Lampiran 8. SK Pembimbing 217

Lampiran 9. Surat Pra Riset 218

Lampiran 10. Surat Balasan Pra Riset 219

Lampiran 11. Surat Riset 220

Lampiran 12. Surat Tugas 221

Lampiran 13. Surat Keterangan Balasan Riset 222

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi menjadi hal yang penting dari kesejahteraan sebuah negara, sehingga menjadi kunci untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat, mengurangi angka kemiskinan, dan menciptakan peluang yang baik. Salah satu pilar utama yang mendorong pertumbuhan ekonomi adalah bisnis. Perekonomian dan bisnis saling berkaitan erat, keberhasilan bisnis akan berperan pada pertumbuhan ekonomi, sementara kondisi perekonomian yang stabil bisa menciptakan lingkungan yang menguntungkan bagi pertumbuhan bisnis.

Bisnis dapat diartikan sebagai seluruh kegiatan yang diartikan oleh orang-orang yang berkecimpung di dalam perniagaan dalam rangka memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka (Aldy dkk, 2017). Bisnis adalah usaha yang dijalankan yang tujuan utamanya untuk memperoleh keuntungan. Keuntungan yang dimaksud dalam perusahaan bisnis adalah keuntungan finansial (Kasmir & Jakfar, 2015). Salah satu bisnis yang bisa memperoleh keuntungan dan berkembang pesat adalah bisnis kuliner. Bisnis kuliner adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk memproduksi makanan dan minuman yang akan disalurkan kepada konsumen untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin (Handika & Darma, 2018).

Indonesia memiliki berbagai macam makanan yang sangat terkenal mulai dari makanan berat maupun makanan ringan. Perkembangan industri

makanan di Indonesia tidak hanya mencakup varian dan rasa, akan tetapi juga melibatkan pemanfaatan teknologi untuk menjangkau konsumen.

Bisnis makanan menjadi salah satu pilihan yang sedang populer di kalangan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), hal ini dikarenakan bisnis makanan memiliki potensi pasar yang besar dan fleksibel dalam hal produk dan model bisnisnya. Salah satu industri makanan yang sedang berkembang pesat di Indonesia adalah roti. Prospek industri roti bisa dikatakan cukup menguntungkan. Hal ini tidak terlepas dari semakin populernya roti di kalangan masyarakat, baik itu anak muda maupun orang tua. Namun saat menjalani bisnis ini, pelaku usaha perlu menganalisis perilaku konsumen. Memahami perilaku konsumen secara mendalam dilakukan agar dapat membuat keputusan yang lebih baik, mengoptimalkan kinerja dan mencapai tujuan bisnis, maka perlu dilakukan studi kelayakan bisnis yang komprehensif.

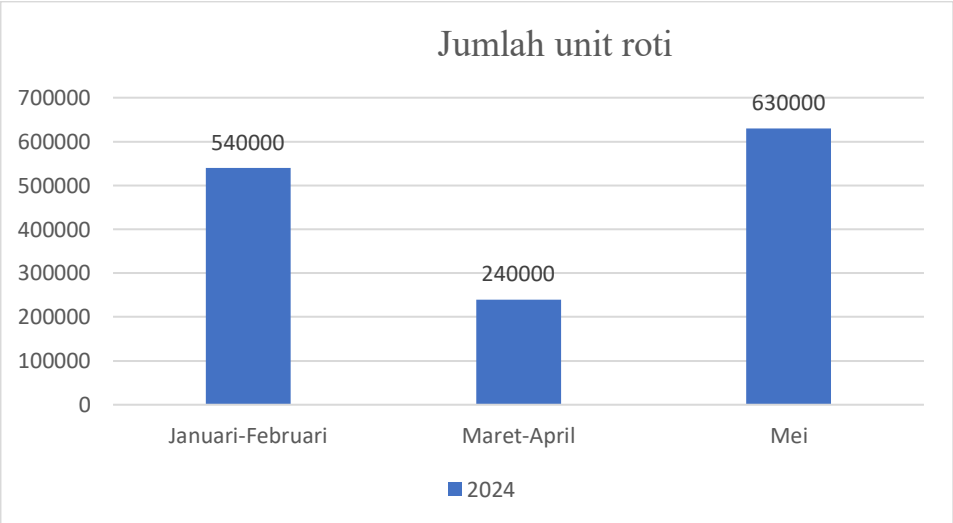
Studi kelayakan bisnis merupakan kegiatan bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang yang mungkin terjadi di masa depan. Studi kelayakan dianggap menjadi sebuah faktor yang penting dalam menentukan daya saing perusahaan (Jumah dkk, 2022). Hasil studi kelayakan bisnis pada hakekatnya dapat digunakan untuk merintis usaha baru, mengembangkan usaha yang sudah ada dan memilih jenis usaha atau investasi yang paling menguntungkan (Ichsan dkk, 2019). Studi kelayakan bisnis menjadi sangat penting bagi siapa saja yang akan mengembangkan usahanya baik itu yang baru akan memulai maupun bisnis yang sudah

berjalan untuk menganalisis berbagai faktor pendukung maupun yang mungkin akan menjadi hambatan serta tantangan bagi bisnis yang dikembangkan (Syawal dkk, 2020). Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi usaha yang telah ada dan berjalan agar mampu memenuhi kelayakan sebuah bisnis dengan parameter tertentu, sehingga hasil penelitian tersebut dapat memberikan manfaat maksimal dalam mengembangkan bisnisnya.

Kelayakan berarti penelitian yang dilakukan secara menyeluruh untuk menentukan apakah usaha yang dijalankan akan menghasilkan manfaat yang melebihi biaya yang dikeluarkan (Putri Wahyuni Arnold dkk, 2020). Untuk menentukan apakah suatu usaha layak atau tidak, harus dilihat dari berbagai aspek. Aspek-aspek yang dinilai dalam studi kelayakan bisnis meliputi beberapa aspek seperti aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek keuangan, aspek teknis/operasional, aspek manajemen dan organisasi, aspek aspek ekonomi dan sosial, serta aspek dampak lingkungan (Kasmir & Jakfar, 2015). Setiap aspek harus memenuhi syarat tertentu agar dapat dianggap layak. Jika terdapat aspek yang kurang memenuhi syarat, perlu upaya perbaikan dalam mengembangkan usaha kedepannya. Namun, jika tidak memungkinkan untuk memenuhi kriteria tersebut, sebaiknya usaha tersebut tidak dijalankan. Berkembangnya industri roti di Pontianak membuat peneliti ingin melakukan penelitian terkait Kelayakan Bisnis UMKM Roti A yang akan mempelajari apakah

bisnis ini sudah dapat dikategorikan layak atau bisnis ini belum layak untuk dikembangkan.

UMKM Roti A merupakan jenis usaha *bakery* yang sudah berjalan selama kurang lebih 3 tahun yaitu dari tahun 2021. UMKM ini sudah mempunyai 6 cabang outlet dimana outlet utamanya berada di Tanjung Raya 2 dan 4 cabang lainnya berada di Jl. Dr. Sutomo, Jeruju, Desa Kapur, Jl. Sui Jawi dan Jl. Sungai Raya Dalam. Roti A memiliki keunikan tersendiri dimana roti yang mereka gunakan adalah olahan sendiri. Roti A memiliki 19 varian rasa yaitu Melon, *Strawberry, Blueberry*, Nanas, Keju, Seres, *Rainbow*, Kacang, Srikaya, Coklat, Taro, *Cappuccino*, Durian, *Green Tea*, Coklat *Crunchy,* Tiramisu, Abon, Abon Pedas, dan *Boom Dancow*. Dari beberapa varian rasa tersebut yang menjadi *best seller* adalah Abon, Boom Dancow dan Durian. Berdasarkan hasil pra riset yang dilakukan oleh peneliti, adapun fluktuasi penjualan yang dihadapi UMKM Roti A pada bulan Januari-Mei 2024:



Gambar 1. 1 Grafik fluktuasi penjualan Roti A bulan Januari-Mei 2024
(Sumber: Pemilik UMKM Roti A, 2024)

Fluktuasi yang dialami oleh UMKM Roti A mengalami perubahan yang naik turun disebabkan adanya beberapa pengaruh yang dihadapi pada saat penjualan. Fluktuasi penjualan pada bulan Januari-Februari mengalami kenaikan sebesar 540.000 unit roti yang terjual karena adanya kegiatan promosi yang dilakukan melalui acara Cap Go Meh. Bulan Maret-April penjualan mengalami penurunan menjadi 240.000 unit roti yang terjual, dimana hal tersebut dipengaruhi oleh bulan puasa dan keluar masuknya karyawan baru. Pada bulan Mei, penjualan kembali mengalami kenaikan sebesar 630.000 roti terjual, dikarenakan UMKM Roti A mulai mengikuti kegiatan bazzar yang dilakukan setiap minggu pada saat CFD.

Peneliti menemukan beberapa masalah yang terjadi dilapangan pada saat melakukan penelitian. Dalam aspek pemasaran dilihat dari indikator *people*, UMKM Roti A sering kali menerima kritik dari pelanggan terkait pelayanan dalam proses pembelian yang kurang ramah pada saat kondisi toko sedang ramai. Selain itu dilihat juga dari indikator *place*, letak outlite Roti A yang sedikit masuk ke dalam sehingga visibilitas outlite rendah dan kadang sulit untuk dilihat oleh pelanggan. Dari indikator *physical evidence,* papan nama UMKM Roti A tidak terlihat jelas keberadaannya dari jauh. Dalam aspek manajemen, UMKM Roti A belum menerapkan struktur organisasi dan tidak ada pelatihan yang resmi bagi karyawan baru sehingga terjadinya penurunan produktivitas pada roti. Berdasarkan masalah yang ditemukan dalam UMKM Roti A, maka peneliti berfokus untuk mengambil aspek pemasaran dan aspek manajemen untuk diteliti.

Dengan melakukan studi terhadap aspek pemasaran akan diterapkan strategi pemasaran yang merupakan serangkaian alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Bauran pemasaran (7P) merupakan penyempurnaan menurut konsep bauran pemasaran tradisional, di mana konsep bauran pemasaran tradisional hanya memuat 4 faktor yaitu *product, price, place dan promotion*. Seiring perkembangan zaman, bauran pemasaran berkembang sebagai 7 faktor pada mana tiga faktor tambahannya itu berupa *people, process* dan *physical evidence* (Nurhayaty, 2022). Dengan penyempurnaan bauran pemasaran tersebut, diharapkan pelaku UMKM bisa menyusun strategi yang lebih baik. Analisis pemasaran dilakukan untuk mendapatkan gambaran tentang tingkat minat dan permintaan masyarakat terhadap produk yang ditawarkan, serta apakah produk tersebut akan diterima dengan baik oleh pasar.

Melakukan studi kelayakan bisnis terhadap aspek manajemen, maka dapat memastikan bahwa fungsi manajemen dari semua sumber daya yang dibutuhkan oleh bisnis berjalan secara efisien dan efektif. Fungsi manajemen dibagi menjadi 4 yaitu *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pelaksanaan) dan *controlling* (pengawasan) (Aditama, 2020). Fungsi manajemen adalah rangkaian kegiatan yang dimulai dari perencanaan sampai evaluasi yang bertujuan untuk mencapai sasaran organisasi (Khasanah & Jaya, 2023). Besar atau kecilnya sebuah bisnis ditentukan oleh bagaimana pengaturan manajemen dari bisnis tersebut, meliputi perencanaan, pengorganisasian dalam perusahaan atau

bisnis tersebut, penggerakan karyawan atau tenaga kerja pada bisnis tersebut serta mengontrol dan mengevaluasi kesalahan yang terjadi.

Menurut beberapa penelitian terdahulu seperti penelitian yang membahas tentang analisis studi kelayakan bisnis pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) Kue Bangkit Kenanga ditinjau dari aspek pemasaran dan manajemen yang memperoleh hasil bahwa dalam aspek pemasaran dilihat dari target penjualan dan *marketing mix* (bauran pemasaran), sedangkan aspek manajemen dilihat dari adanya manajer yang merencanakan dan melaksanakan prosedur dengan teratur (Sari dkk, 2023).

Selain itu, penelitian yang membahas tentang Studi Kelayakan Bisnis melalui Analisis Aspek Pemasaran dan Aspek Manajemen Pada UMKM Nasi Uduk di Kabupaten Bekasi (Studi Kasus Pada Nasi Uduk Bu Asiah Rawa Sentul) memperoleh hasil bahwa usaha tersebut layak untuk dikembangkan kedepannya dalam aspek pemasaran dan aspek manajemen (Septiani dkk, 2025).

Kemudian penelitian yang membahas tentang Studi Kelayakan Bisnis dan Analisis SWOT UMKM Maharani Embroidery Handycraft memperoleh hasil bahwa usaha tersebut sudah dikatakan layak dalam semua aspek kecuali aspek hukum dikarenakan ada beberapa berkas yang belum lengkap (Deka dkk, 2024).

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Analisis Kelayakan**

Bisnis UMKM Roti A Kota Pontianak Ditinjau Dari Aspek Pemasaran Dan Aspek Manajemen"

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, adapun pertanyaan yang disusun penulis pada penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana kelayakan bisnis UMKM Roti A ditinjau dari aspek pemasaran?
2. Bagaimana kelayakan bisnis UMKM Roti A ditinjau dari aspek manajemen?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian, yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Kelayakan bisnis UMKM Roti A ditinjau dari aspek pemasaran
2. Kelayakan bisnis UMKM Roti A ditinjau dari aspek manajemen

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian serupa ataupun sebagai bahan referensi untuk penelitian sejenis khususnya dalam bidang kajian bisnis dan kewirausahaan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Untuk pengembangan wawasan ilmu pengetahuan dalam kaitannya dengan pembahasan tentang studi kelayakan bisnis yang telah didapat selama perkuliahan serta menganalisis permasalahan yang sedang terjadi pada usaha yang dijalankan oleh masyarakat.

b. Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada pemilik UMKM Roti A dalam mengetahui kelayakan bisnis yang dijalankan yang ditinjau dari aspek pemasaran dan manajemen serta sebagai bahan acuan dan tambahan pengetahuan mengenai kelayakan bisnis.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, masukan dan pertimbangan bagi Masyarakat dalam memulai usaha sehingga masyarakat dapat mengetahui usaha tersebut layak atau tidak.

d. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan referensi untuk peneliti yang akan melakukan penelitian yang berhubungan dengan studi kelayakan bisnis.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Fokus Penelitian

Batasan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan fokus, yang berisi pokok masalah yang masih bersifat umum. Penentuan fokus lebih didasarkan pada tingkat kebaruan suatu informasi yang diperoleh dari situasi yang terjadi di lapangan. Fokus diperoleh setelah peneliti melakukan *grand tour observation* dan *grand tour question* atau yang disebut dengan penjelajahan umum (Sugiyono, 2023). Peneliti akan memperoleh gambaran umum yang menyeluruh dari penjelajah umum yang berada di tahap permukaan tentang situasi sosial. Fokus penelitian bermanfaat agar peneliti tidak terjerat dengan banyaknya data yang ada di lapangan, sehingga fokus penelitian menjadi hal yang penting di dalam sebuah penelitian karena dapat mengarahkan dan mempermudah penelitian agar tepat sasaran.

Maka berdasarkan latar belakang yang disusun oleh peneliti, adapun fokus penelitian ini bagaimana kelayakan bisnis pada UMKM Roti A yang dirincikan pada sub fokus berikut:

a. Kelayakan bisnis UMKM Roti A dari aspek pemasaran

   Kelayakan bisnis dari aspek pemasaran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penilaian terhadap seberapa baik UMKM Roti A dapat melakukan strategi pemasaran melalui bauran pemasaran 7P (*product, price, place, promotion, people, process dan physical evidence*).

b. Kelayakan bisnis UMKM Roti A dari aspek manajemen

Kelayakan bisnis dari aspek manajemen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penilaian terhadap kemampuan UMKM Roti A dalam mengelola dan menjalankan usaha dengan efektif dan efisien melalui fungsi manajemen POAC (*planning, organizing, actuating* dan *controlling*).

2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan variabel secara operasional yang berdasarkan karakteristiknya diamati untuk memungkinkan peneliti dalam melakukan observasi atau pengukuran terhadap suatu objek atau fenomena secara cermat (Nurdin & Dra Sri Hartati, 2019). Definisi operasional bisa memberikan panduan dalam mengidentifikasi dan mengukur variabel yang bisa diamati dan diukur berdasarkan karakteristiknya. Adapun definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kelayakan Bisnis

Pada penelitian ini, kelayakan bisnis merupakan proses analisis dan evaluasi dalam menentukan apakah UMKM Roti A yang sudah berjalan ini layak atau tidak untuk dikembangkan. Dengan adanya studi kelayakan bisnis dapat memberikan suatu pedoman atau arahan pada usaha yang dijalankan. Maka, peneliti

berfokus untuk meneliti kelayakan bisnis UMKM Roti A dari sisi pemasaran dan manajemen usaha tersebut.

1) Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran merupakan kegiatan memahami kebutuhan konsumen dan memasarkan produk. Untuk mencapai tujuan bisnis, UMKM Roti A perlu merancang strategi pemasaran, yaitu rencana terstruktur dan menyeluruh yang bertujuan menarik konsumen, membangun keunggulan bersaing, serta mengelola bauran pemasaran. Analisis aspek pemasaran dan strategi pemasaran dalam studi kelayakan bisnis menjadi kunci untuk menilai potensi perkembangan usaha UMKM Roti A kedepannya. Peneliti dalam penelitian ini ingin berfokus untuk mengetahui bauran pemasaran (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*) dari UMKM Roti A.

a) *Product* (produk)

Product (produk) yang dimaksud oleh peneliti mencakup logo, motto, merek, kemasan label dan varian rasa yang membentuk identitas serta daya tarik produk dimata konsumen.

b) *Price* (harga)

Price (harga) yang dimaksud oleh peneliti adalah bagaiman cara pemilik usaha dalam menentukan tujuan penetapan harga, memperkirakan permintaan, biaya dan

keuntungan, memilih strategi harga dan menyesuaikan harga dasar dengan strategi penetapan harga.

c) *Place* (tempat)

Place (tempat) yang dimaksud oleh peneliti mencakup akses yang mudah, visibilitas lokasi yang tingi, lalulintas yang lancar, ketersediaan lahan parkir dan potensi ekspansi untuk menarik konsumen dan mendukung pertumbuhan bisnis UMKM Roti A secara berkelanjutan.

d) *Promotion* (promosi)

Promotion (promosi) yang dimaksud oleh peneliti mencakup kegiatan periklanan, personal selling, promosi penjualan, serta publisitas yang dilakukan oleh UMKM Roti A dalam menciptakan citra positif produk dimata konsumen.

e) *People* (orang)

People (orang) merupakan semua orang yang terlibat dalam proses penyampaian produk kepada konsumen. *People* yang dimaksud oleh peneliti mencakup kesigapan pegawai dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, penampilan pegawai yang bersih dan rapi, serta sikap pegawai ketika berhadapan langsung dengan konsumen.

f) *Process* (proses)

Process (proses) merupakan cara yang digunakan untuk melihat bagaimana produk disampaikan secara efektif

dan efisien kepada konsumen. *Process* (proses) yang dimaksud oleh peneliti meliputi proses pemesanan yang cepat dan proses pembayaran yang mudah dan bervariatif.

g) *Physical Evidence* (bukti fisik)

Physical evidence (bukti fisik) yang dimaksud oleh peneliti merupakan elemen-elemen pendukung yang digunakan untuk menjadi ikon dalam UMKM Roti A seperti tampilan toko yang bersih, rapi dan nyaman, terdapat papan nama dan banner yang terpasang di depan toko.

2) Aspek Manajemen

Manajemen merupakan proses seseorang dalam mengelola dan mengawasi usahanya untuk mencapai tujuan organisasi dari usaha tersebut. Aspek manajemen merupakan bagian penting dalam studi kelayakan bisnis yang berfungsi untuk menilai apakah UMKM Roti A sudah dijalankan secara efektif dan efisien melalui. Fungsi manajemen sangat erat kaitannya dengan aspek manajemen karena melalui fungsi-fungsi tersebut aktivitas usaha dapat direncanakan, diatur, dijalankan, dan diawasi secara sistematis sehingga mendukung kelancaran operasional dan pencapaian tujuan bisnis. Peneliti dalam penelitian ini berfokus untuk mengetahui fungsi manajemen yang meliputi *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (penggerakan) dan *controlling*

(pengawasan) sebagai bagian dari evaluasi studi kelayakan bisnis dalam UMKM Roti A dalam mengembangkan bisnisnya.

a) *Planning* (perencanaan)

Planning (perencanan) yang dimaksud oleh peneliti dalam penelitian ini adalah bagaimana UMKM Roti A dalam menetapkan sasaran, menentukan keadaan, situasi, dan kondisi, mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dan pengembangan rencana dan penjabarannya.

b) *Organizing* (pengorganisasian)

Organizing (pengorganisasian) yang dimaksud oleh peneliti dalam penelitian ini meliputi struktur organisasi yang resmi, pembagian kerja yang teratur, proses rekrutmen yang efektif dan pelatihan yang diberikan kepada karyawan baru dalam UMKM Roti A.

c) *Actuating* (penggerakan)

Actuating (penggerakan) merupakan cara yang digunakan oleh pemilik usaha UMKM Roti A dalam menggerakan karyawannya agar sesuai dengan perencanaan. *Actuating* (penggerakan) yang dimaksud oleh peneliti mencakup sumber daya manusia dalam UMKM Roti A berkoordinasi dan berkomunikasi, memberi motivasi dan pemantauan kinerja karyawan.

d) *Controlling* (pengawasan)

Controlling (pengawasan) yang dimaksud oleh peneliti dalam penelitian ini adalah segala bentuk evaluasi yang dilakukan terhadap kinerja karyawan serta melakukan tindakan korektif terhadap karyawan UMKM Roti A dalam melaksanakan tugasnya.

b. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bisnis usaha yang berskala lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan besar. Usaha yang dikenal sebagai usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki kemampuan untuk memperluas lapangan kerja dan menyediakan layanan ekonomi bagi masyarakat. Peneliti dalam penelitian ini berfokus untuk melihat UMKM Roti A, yang termasuk dalam kategori usaha kecil dan memiliki produk utama berupa roti.