



ANALISIS KELAYAKAN USAHA REMPEYEK (TERIYUMMY) DI DESA SENGONAGUNG KECAMATAN PURWOSARI KABUPATEN PASURUAN

Jamiyatul Khasanah¹⁾, Matheus Nugroho²⁾

¹⁾ Teknologi Hasil Perikanan, Fakultas Pertanian, Universitas Yudharta Pasuruan, Pasuruan, Indonesia
Email: jamiyatulkhasanah50@gmail.com

²⁾ Teknologi Hasil Perikanan, Fakultas Pertanian, Universitas Yudharta Pasuruan, Pasuruan, Indonesia
Email: mtnugroho@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the feasibility of the "TeriYummy" anchovy crackers business, a Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) pioneered by students of Yudharta University Pasuruan in Sengonagung Village. As a maritime country, Indonesia has abundant fisheries potential, one of which is anchovies, which are the main raw material for this product. This study uses a descriptive quantitative approach by analyzing five aspects of feasibility: market and marketing, technical, management, legal, and financial. Data collection was carried out through interviews, documentation, and literature studies. Financial analysis uses three main indicators, namely the Revenue Cost Ratio (RCR), Break-Even Point (BEP), and Return on Investment (ROI). The results of the study indicate that "TeriYummy" has strong market potential, supported by an effective hybrid marketing strategy, as evidenced by an increase in sales of up to 300% over a four-month period. Technically, the production process runs efficiently with adequate capacity. The management aspect is well structured, and this business has fulfilled all necessary legal requirements, including NIB, PIRT, and Halal Certificate. Financially, this business is highly profitable, with a Return on Assets (ROA) of 2.89, an average net profit of Rp 1,036,184 per month, and an ROI of 189%. Based on these findings, it is concluded that the "TeriYummy" business is highly feasible for further development.

Keywords: Feasibility Study, MSMEs, Anchovy Crackers, Student Entrepreneurship, Financial Analysis.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha peyek teri "TeriYummy", sebuah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dirintis oleh mahasiswa Universitas Yudharta Pasuruan di Desa Sengonagung. Sebagai negara maritim, Indonesia memiliki potensi perikanan yang melimpah, salah satunya ikan teri yang menjadi bahan baku utama produk ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menganalisis lima aspek kelayakan: pasar dan pemasaran, teknis, manajemen, hukum, dan keuangan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Analisis finansial menggunakan tiga indikator utama, yaitu Revenue Cost Ratio (RCR), Break-Even Point (BEP), dan Return on Investment (ROI). Hasil penelitian menunjukkan bahwa "TeriYummy" memiliki potensi pasar yang kuat, didukung oleh strategi pemasaran hibrida yang efektif, yang terbukti dari peningkatan penjualan hingga 300% selama periode empat bulan. Secara teknis, proses produksi berjalan efisien dengan kapasitas yang memadai. Aspek manajemen terstruktur dengan baik, dan usaha ini telah memenuhi semua legalitas hukum yang diperlukan, termasuk NIB, PIRT, dan Sertifikat Halal. Dari sisi keuangan, usaha ini sangat menguntungkan dengan nilai RCR sebesar 2,89, laba bersih rata-rata Rp 1.036.184 per bulan, dan ROI 189%. Berdasarkan temuan tersebut, disimpulkan bahwa usaha "TeriYummy" sangat layak untuk dijalankan dan dikembangkan lebih lanjut.

Kata kunci: Studi Kelayakan, UMKM, Peyek Teri, Kewirausahaan Mahasiswa, Analisis Finansial.



PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki sumber daya kelautan yang melimpah, salah satunya adalah ikan teri yang banyak ditemukan di berbagai wilayah pesisir. Upaya mengembangkan usaha pengolahan ikan teri nasi di dukung oleh sumber daya yang cukup besar, karena ikan teri nasi di temukan hampir di seluruh pantai perairan Indonesia mulai dari Sabang sampai Merauke (Rosyid et al., 2023). Peyek ikan teri termasuk jenis Kerupuk ikan, kerupuk ikan sendiri merupakan salah satu makanan ringan tradisional yang sangat populer dan banyak disukai masyarakat Indonesia (Hakim et al., 2023).

Ikan teri tidak hanya dikonsumsi sebagai lauk harian, tetapi juga dapat dijadikan bahan baku produk olahan bernilai jual tinggi, seperti peyek teri. Dengan cita rasa khas dan ketersediaan bahan baku yang mudah diperoleh, peyek teri menjadi peluang usaha potensial bagi masyarakat lokal, terutama di daerah sentra perikanan, karena peyek teri maupun teri crispy dapat dijadikan makanan ringan diberbagai macam kalangan, maupun kalangan dewasa atau pun anak anak. Dan bisa dihidangkan dengan makanan berat (Hakim et al., 2023).

Desa Sengonagung menjadi lokasi berdirinya Universitas Yudharta Pasuruan, sebuah lembaga pendidikan tinggi yang aktif mendorong pengembangan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Salah satu bentuk nyata dari komitmen tersebut adalah partisipasi universitas dalam program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) yang diselenggarakan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Program ini bertujuan untuk menumbuhkan minat dan meningkatkan jumlah mahasiswa yang terjun langsung ke dunia usaha melalui pendampingan, pelatihan, serta bantuan pengembangan bisnis mahasiswa. Kehadiran program P2MW di Universitas Yudharta memberikan dampak positif bagi lingkungan sekitar, termasuk munculnya berbagai inisiatif usaha mahasiswa, seperti produk peyek teri Teriummy yang dirintis di Desa Sengonagung.

Teriummy merupakan makanan ringan rempeyek yang terbuat dari tepung beras yang dicampur dengan air hingga membentuk adonan kental, diberi bumbu (terutama garam, bawang putih) dan daun jeruk, serta diberi bahan pengisi yang khas, biasanya biji kacang tanah atau kedelai.

Penilaian kelayakan usaha menjadi langkah krusial dalam menentukan apakah sebuah bisnis layak untuk dilanjutkan, dikembangkan, atau bahkan dihentikan. Studi kelayakan bisnis adalah kegiatan pengkajian untuk menentukan layak atau tidak layaknya suatu usaha untuk dijalankan dengan menganalisa secara mendalam usulan proyek atau gagasan usaha yang akan dikembangkan (Hartanto Ismail & Rahmat, 2023). Penelitian ini umumnya meliputi beberapa aspek utama, seperti analisis pasar, teknis operasional, manajerial, sosial ekonomi, dan terutama kelayakan finansial. Metode analisis yang umum digunakan dalam evaluasi finansial mencakup analisis titik impas (Break Even Point), rasio biaya terhadap penerimaan (R/C ratio), periode pengembalian modal (Payback Period), serta indikator kelayakan investasi

seperti NPV dan IRR (Prasetya, 2021) Dengan melakukan analisis tersebut, pelaku usaha dapat memperoleh gambaran objektif mengenai efisiensi dan prospek usahanya di masa mendatang.

Mengingat pentingnya pengembangan UMKM sebagai penggerak ekonomi lokal serta tingginya potensi produk olahan seperti peyek teri, maka penting dilakukan penelitian mengenai kelayakan usaha Peyek Teri (Teriummy) di Desa Sengonagung. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perencanaan bisnis yang lebih sistematis dan berbasis data, serta mendorong pertumbuhan usaha mikro secara berkelanjutan di tingkat desa.

TINJAUAN PUSTAKA

Potensi Ikan Teri sebagai Produk Olahan Bernilai Tambah

Indonesia, sebagai negara maritim, dianugerahi sumber daya kelautan yang melimpah. Salah satu komoditas perikanan yang memiliki sebaran luas dan ketersediaan yang cukup besar adalah ikan teri (*Stolephorus sp.*). Ikan teri dapat ditemukan di hampir seluruh perairan pesisir Indonesia, dari Sabang hingga Merauke, menjadikannya bahan baku yang potensial untuk berbagai industri pengolahan (Rosyid et al., 2023). Ketersediaan yang melimpah ini menjadi fondasi yang kuat untuk pengembangan usaha berbasis ikan teri.

Secara tradisional, ikan teri telah menjadi bagian tak terpisahkan dari konsumsi harian masyarakat Indonesia. Namun, potensinya tidak berhenti sebagai lauk-pauk semata. Melalui pengolahan yang tepat, ikan teri dapat diubah menjadi produk bernilai jual tinggi. Salah satu produk olahan yang populer adalah peyek atau rempeyek teri. Peyek teri, yang termasuk dalam kategori kerupuk ikan, merupakan makanan ringan yang digemari oleh berbagai kalangan masyarakat karena rasanya yang gurih dan renyah (Hakim et al., 2023).

Menurut Hakim et al. (2023), produk seperti peyek teri memiliki pangsa pasar yang luas, mencakup anak-anak hingga orang dewasa, dan dapat dinikmati sebagai camilan atau pendamping makanan utama. Hal ini menunjukkan bahwa diversifikasi produk olahan ikan teri, seperti "Teriummy", memiliki peluang pasar yang menjanjikan, tidak hanya untuk memenuhi permintaan lokal tetapi juga untuk meningkatkan nilai ekonomi komoditas perikanan.

Peran Mahasiswa dan Perguruan Tinggi dalam Pengembangan UMKM

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam struktur perekonomian nasional. Di tingkat lokal, UMKM berfungsi sebagai motor penggerak ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kesadaran akan pentingnya menumbuhkan semangat kewirausahaan sejak dini mendorong institusi pendidikan tinggi untuk turut serta dalam mencetak wirausahawan muda.

Universitas Yudharta Pasuruan, yang berlokasi di Desa Sengonagung, merupakan contoh institusi yang aktif



memfasilitasi pengembangan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswanya. Melalui partisipasi dalam program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) dari Kemendikbudristek, universitas secara nyata mendukung mahasiswanya untuk merintis dan mengembangkan usaha. Program P2MW dirancang untuk memberikan pendampingan, pelatihan, dan bantuan permodalan yang sistematis, sehingga mahasiswa dapat mengaplikasikan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah ke dalam praktik bisnis nyata. Inisiatif seperti lahirnya produk peyek teri "TeriYummy" adalah buah dari sinergi antara potensi lokal, kreativitas mahasiswa, dan dukungan institusional.

Analisis Kelayakan Usaha sebagai Instrumen Pengambilan Keputusan

Sebelum sebuah ide bisnis dieksekusi atau dikembangkan lebih lanjut, diperlukan suatu kajian mendalam untuk mengukur potensi keberhasilannya. Proses ini dikenal sebagai studi kelayakan usaha, yaitu sebuah analisis komprehensif untuk menentukan apakah suatu gagasan bisnis layak untuk dijalankan (Hartanto Ismail & Rahmat, 2023). Penilaian ini mencakup berbagai aspek, mulai dari analisis pasar, teknis, manajemen, hingga dampak sosial-ekonomi. Namun, salah satu pilar terpenting dalam studi kelayakan adalah analisis aspek finansial.

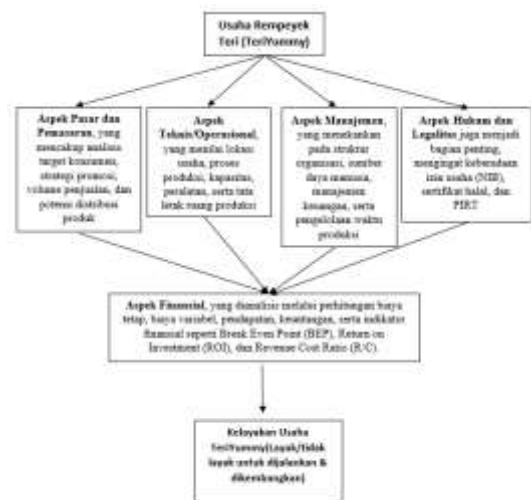
Analisis finansial bertujuan untuk memproyeksikan profitabilitas dan keberlanjutan usaha dari sisi keuangan. Beberapa metode kuantitatif yang umum digunakan untuk mengevaluasi kelayakan finansial suatu usaha antara lain (Prasetya, 2021):

1. **Break-Even Point (BEP):** Analisis titik impas ini digunakan untuk menentukan volume penjualan atau tingkat pendapatan yang harus dicapai agar usaha dapat menutupi seluruh biaya operasionalnya, baik biaya tetap maupun biaya variabel. Pada titik ini, usaha tidak mengalami keuntungan maupun kerugian.
2. **R/C Ratio (Revenue/Cost Ratio):** Rasio ini membandingkan total penerimaan (Revenue) dengan total biaya (Cost). Jika nilai R/C Ratio lebih besar dari 1 (satu), maka usaha tersebut dianggap layak dan menguntungkan untuk dijalankan karena setiap satu satuan biaya yang dikeluarkan akan memberikan penerimaan yang lebih besar.
3. **Payback Period (PP):** Metode ini mengukur jangka waktu yang dibutuhkan oleh suatu usaha untuk mengembalikan seluruh modal investasi awal yang telah dikeluarkan. Semakin cepat periode pengembalian modal, semakin menarik dan semakin rendah risiko investasi tersebut.
4. **Net Present Value (NPV):** NPV adalah selisih antara nilai sekarang dari arus kas masuk dengan nilai sekarang dari investasi awal. Sebuah proyek atau usaha dianggap layak jika nilai NPV-nya positif (lebih besar dari nol), yang menandakan bahwa investasi tersebut akan memberikan

keuntungan setelah memperhitungkan nilai waktu dari uang.

5. **Internal Rate of Return (IRR):** IRR adalah tingkat diskonto (suku bunga) yang membuat nilai NPV sama dengan nol. Usaha dianggap layak jika nilai IRR lebih besar dari tingkat suku bunga acuan yang relevan (misalnya, suku bunga pinjaman bank). IRR menunjukkan tingkat pengembalian riil dari investasi yang dilakukan.

Dengan menerapkan metode-metode tersebut pada usaha "TeriYummy", dapat diperoleh gambaran yang objektif dan terukur mengenai prospek keuntungannya. Hasil analisis ini akan menjadi landasan data yang kuat bagi para mahasiswa wirausaha dalam mengambil keputusan strategis untuk pengembangan bisnis mereka secara berkelanjutan.



Gambar 1. Kerangka penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk menganalisis dan menggambarkan kelayakan usaha peyek teri "TeriYummy". Pendekatan ini dipilih karena tujuan utama penelitian adalah menyajikan gambaran objektif mengenai kondisi aktual usaha berdasarkan data numerik yang terukur. Fokus penelitian ini bukanlah untuk menguji hipotesis atau mencari hubungan sebab-akibat antarvariabel, melainkan untuk memaparkan secara sistematis karakteristik usaha melalui analisis data finansial seperti biaya produksi, modal, pendapatan, dan arus kas. Dengan demikian, hasil penelitian akan memberikan gambaran nyata mengenai profil dan viabilitas usaha "TeriYummy" di Desa Sengonagung.

Pengumpulan data primer dan sekunder dilaksanakan pada bulan Mei 2025 di lokasi utama usaha, yaitu Desa Sengonagung, Kecamatan Purwosari, Kabupaten Pasuruan, serta di lingkungan sekitar Universitas Yudharta Pasuruan yang menjadi basis konsumen awal. Untuk memperoleh data yang komprehensif, peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data. Pertama, wawancara mendalam dilakukan dengan pemilik usaha untuk menggali informasi kualitatif dan kuantitatif



mengenai sejarah, modal, proses produksi, dan strategi pemasaran. Kedua, dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data finansial konkret dari nota pembelian, catatan penjualan, dan laporan produksi. Ketiga, studi pustaka dilakukan untuk memperoleh landasan teoretis mengenai analisis kelayakan usaha dan membandingkan temuan lapangan dengan penelitian relevan sebelumnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha mikro di bidang pengolahan hasil perikanan yang beroperasi di Desa Sengonagung. Mengingat keterbatasan sumber daya dan fokus penelitian yang spesifik, pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Sampel yang dipilih adalah usaha "TeriYummy", karena usaha ini merepresentasikan inisiatif kewirausahaan mahasiswa yang didukung oleh program P2MW dan memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut, sehingga analisis kelayakannya menjadi sangat relevan.

Variabel utama yang diukur dalam penelitian ini adalah aspek-aspek kelayakan usaha yang mencakup aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan produksi, aspek manajemen, serta aspek finansial. Pengukuran variabel-variabel ini mengacu pada kerangka analisis kelayakan usaha yang sistematis. Pada aspek finansial, pengukuran difokuskan pada tiga komponen utama, yaitu Total Biaya (biaya tetap dan variabel), Total Penerimaan (hasil dari penjualan produk), dan Total Pendapatan (keuntungan bersih), yang menjadi dasar untuk analisis kelayakan lebih lanjut.

Data yang telah terkumpul dianalisis secara deskriptif melalui kerangka kerja analisis kelayakan usaha yang terdiri dari lima aspek utama. Analisis aspek pasar dan pemasaran digunakan untuk menggambarkan target konsumen, volume penjualan, dan potensi pertumbuhan. Analisis aspek teknis menilai efisiensi proses produksi dan kapasitas alat. Analisis aspek manajemen menelaah struktur organisasi dan sistem kerja, sedangkan analisis aspek hukum memeriksa kelengkapan legalitas usaha seperti NIB dan PIRT. Kelima analisis ini memberikan konteks yang menyeluruh sebelum masuk ke evaluasi finansial.

Puncak dari analisis data adalah evaluasi aspek keuangan untuk menentukan tingkat kelayakan usaha secara kuantitatif. Tiga metode utama digunakan dalam analisis ini. Pertama, Break-Even Point (BEP) dihitung untuk mengetahui titik impas atau jumlah penjualan minimum agar usaha tidak merugi. Kedua, Return on Investment (ROI) dianalisis untuk mengukur persentase laba yang dihasilkan dari total modal yang diinvestasikan. Ketiga, Revenue Cost Ratio (RCR) digunakan untuk membandingkan total penerimaan dengan total biaya, di mana nilai RCR di atas 1 mengindikasikan bahwa usaha tersebut menguntungkan dan layak untuk dilanjutkan.



Gambar 2. Kemasan Paket Bundling

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis komprehensif terhadap lima aspek kelayakan usaha, bisnis peyek teri "TeriYummy" menunjukkan hasil yang sangat positif dan dinilai layak untuk dijalankan serta dikembangkan lebih lanjut. Potensi pasar yang kuat, didukung oleh kesiapan teknis, manajemen yang terstruktur, legalitas yang lengkap, dan profitabilitas finansial yang terbukti, menjadi pilar utama kelayakan usaha ini.

1. Potensi Pasar dan Pemasaran yang Menjanjikan

Dari aspek pasar dan pemasaran, "TeriYummy" memiliki keunggulan signifikan berkat lokasinya yang strategis di lingkungan pondok pesantren dan Universitas Yudharta Pasuruan. Target pasar utamanya, yaitu mahasiswa dan santri, merupakan segmen yang sangat potensial karena kebutuhan mereka akan camilan yang praktis, terjangkau, dan tahan lama. Potensi ini diperluas dengan menyasar pengurus pondok, dosen, staf kampus, serta wali santri sebagai pasar musiman untuk oleh-oleh. Diversifikasi produk menjadi tiga varian isian (*Teri Nasi, Kupang, Kacang Hijau*), dua pilihan rasa (*original dan pedas*), serta berbagai jenis kemasan (*toples, plastik, dan paket bundling*) menunjukkan kemampuan usaha untuk memenuhi selera konsumen yang beragam.

Strategi pemasaran yang diterapkan bersifat hibrida, menggabungkan pendekatan offline dan online secara efektif. Pemasaran offline dilakukan dengan membuka stan di kantin fakultas, sistem titip jual di warung-warung sekitar, toko oleh-oleh, hingga tiga kantin pondok pesantren. Interaksi langsung ini terbukti berhasil membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Di sisi lain, strategi online mulai dirintis melalui WhatsApp Business dan Facebook, dengan rencana ekspansi ke *e-commerce* seperti Shopee. Pendekatan ganda ini, sejalan dengan kerangka bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Promotion, Place*), memastikan produk dapat menjangkau audiens yang luas, baik secara langsung maupun digital.

Analisis volume penjualan selama empat bulan (Juni-September) menjadi bukti nyata penerimaan pasar yang sangat baik. Data menunjukkan tren pertumbuhan penjualan yang signifikan, terutama pada kemasan plastik seharga Rp 2.000. Penjualan kemasan ini melonjak drastis dari sekitar 100 unit di bulan Juni menjadi puncaknya di angka hampir 400 unit pada bulan Agustus, atau meningkat sebesar 300%. Meskipun penjualan kemasan toples cenderung stabil di angka 50-60 unit per bulan, lonjakan pada kemasan plastik mengindikasikan bahwa



produk ini berhasil menjawab kebutuhan pasar akan camilan ekonomis dan praktis.

Tabel 1. Data Penjualan Produk Peyek Teri “TeriYummy” (Juni–September 2024)

Bulan	Kemasan Plastik (Rp 2.000)	Kemasan Toples (Rp 15.000)	Total Unit Terjual	Keterangan Tren
Juni	100 unit	55 unit	155 unit	Awal pemasaran, respon awal positif
Juli	220 unit	58 unit	278 unit	Penjualan meningkat signifikan
Agustus	390 unit	60 unit	450 unit	Puncak permintaan, lonjakan 300%
September	330 unit	52 unit	382 unit	Penurunan musiman, tetap tinggi
Rata-rata	260 unit	56 unit	316 unit	Stabil dengan tren pertumbuhan baik

2. Kesiapan Aspek Teknis dan Produksi

Dari sisi teknis, usaha "TeriYummy" dinilai sangat siap. Proses produksi berjalan secara sistematis dengan alur yang jelas, mulai dari persiapan bahan baku, pembuatan adonan, penggorengan, penirisan minyak menggunakan *spinner*, hingga pengemasan yang higienis. Kapasitas produksi rata-rata mencapai 335 unit per bulan, namun usaha ini telah membuktikan kemampuannya untuk meningkatkan produksi hingga lebih dari 400 unit saat permintaan melonjak, menunjukkan fleksibilitas operasional yang baik. Semua peralatan produksi, mulai dari kompor, wajan, hingga *sealer* kemasan, berada dalam kondisi baik dan memadai untuk skala operasi saat ini.

Tata letak ruang produksi juga telah dirancang secara efisien dengan mengikuti prinsip alur kerja satu arah (*one-way production flow*). Adanya pemisahan yang jelas antara area penerimaan bahan baku, area produksi/penggorengan, area penirisan, dan area pengemasan membantu meminimalkan risiko kontaminasi silang dan meningkatkan efisiensi kerja. Desain tata letak yang higienis dan terstruktur ini menjadi fondasi kuat yang mendukung kelancaran dan keamanan proses produksi, sehingga aspek teknis secara keseluruhan dinyatakan layak.

3. Manajemen Terstruktur dan Legalitas Terjamin

Aspek manajemen menunjukkan tingkat profesionalisme yang tinggi untuk sebuah usaha rintisan mahasiswa. Struktur organisasi yang jelas dengan pembagian tugas spesifik (CEO, CFO, COO, CTO, dan CMO) memastikan setiap fungsi bisnis, mulai dari keuangan, produksi, teknologi, hingga pemasaran, dijalankan secara terfokus. Manajemen waktu operasional

yang terjadwal dari pagi hingga siang hari, serta sistem pencatatan keuangan yang disiplin menggunakan buku kas dan *spreadsheet*, menunjukkan bahwa usaha ini dikelola dengan baik dan terarah.

Salah satu keunggulan utama "TeriYummy" adalah kelengkapan aspek hukumnya. Usaha ini telah secara resmi mengantongi tiga dokumen legalitas krusial: Nomor Induk Berusaha (NIB), Sertifikat Halal, dan Izin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) untuk ketiga varian produknya. Dengan memenuhi persyaratan hukum sesuai regulasi pemerintah Indonesia, "TeriYummy" tidak hanya sah untuk beroperasi dan beredar di pasaran, tetapi juga berhasil membangun tingkat kepercayaan yang tinggi di mata konsumen dan membuka peluang untuk menjalin kemitraan yang lebih luas di masa depan.

4. Analisis Keuangan yang Sangat Menguntungkan

Analisis aspek keuangan secara kuantitatif menegaskan bahwa "TeriYummy" adalah usaha yang sangat menguntungkan. Selama periode empat bulan, total biaya operasional (biaya tetap dan variabel) tercatat sebesar Rp 2.184.864. Di sisi lain, total penerimaan kotor yang berhasil diraih mencapai Rp 6.329.600. Dari angka tersebut, usaha ini berhasil membukukan laba bersih sebesar Rp 4.144.736 dalam empat bulan, atau menghasilkan keuntungan rata-rata Rp 1.036.184 per bulan. Profitabilitas yang solid ini menjadi indikator utama kesehatan finansial usaha.

Analisis kelayakan finansial lebih lanjut memperkuat kesimpulan tersebut. Perhitungan Revenue Cost Ratio (RCR) menghasilkan nilai 2,89, yang berarti setiap Rp 1 biaya yang dikeluarkan mampu menghasilkan pendapatan sebesar Rp 2,89. Angka ini jauh di atas ambang batas kelayakan ($RCR > 1$), menandakan usaha ini sangat efisien dan layak. Selanjutnya, analisis Break-Even Point (BEP) Harga menunjukkan bahwa usaha hanya perlu mencapai pendapatan sebesar Rp 94.124,79 untuk menutupi seluruh biayanya, yang mengindikasikan titik impas yang rendah dan risiko kerugian yang kecil.

Sebagai penutup, analisis Return On Investment (ROI) memberikan gambaran profitabilitas yang luar biasa dengan hasil 189% per bulan (dihitung dari laba rata-rata bulanan dibagi biaya operasional bulanan). Nilai ROI yang sangat tinggi ini menunjukkan bahwa modal yang diinvestasikan dalam operasional usaha dapat kembali dengan sangat cepat dan memberikan keuntungan yang signifikan. Berdasarkan gabungan hasil analisis pasar, teknis, manajemen, hukum, dan keuangan yang positif ini, usaha peyek teri "TeriYummy" secara meyakinkan dinyatakan sangat layak untuk terus dijalankan dan memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi bisnis yang lebih besar.

Tabel 2. Analisis Keuangan Usaha “TeriYummy” (Juni–September 2024)

Komponen	Nilai (Rp)	Keterangan
Total Biaya Operasional	2.184.864	Termasuk biaya tetap & variabel
Total	6.329.600	Termasuk biaya



Penerimaan Kotor		tetap & variabel
Laba Bersih	4.144.736	Setelah dikurangi biaya
Rata-rata Laba per Bulan	1.036.184	Menunjukkan keuntungan stabil
Revenue Cost Ratio (RCR)	2,89	$> 1 \rightarrow$ sangat layak
Break Even Point (BEP)	94.124,79	Titik impas sangat rendah
Return on Investment (ROI)	189% per bulan	Profitabilitas sangat tinggi

KESIMPULAN

Usaha rempeyek "TeriYummy" di Desa Sengonagung, Kecamatan Purwosari, Kabupaten Pasuruan, secara komprehensif dinyatakan layak untuk dijalankan dan dikembangkan. Kelayakan ini didasarkan pada hasil analisis lima aspek krusial—pasar dan pemasaran, teknis, manajemen, hukum, dan keuangan—yang seluruhnya menunjukkan hasil positif. Usaha ini tidak hanya terbukti menguntungkan secara finansial, tetapi juga memiliki fondasi operasional yang kuat dan potensi pertumbuhan yang menjanjikan di masa depan.

Dari aspek pasar dan pemasaran, tingginya minat konsumen di sekitar lingkungan pondok pesantren dan universitas menjadi pendorong utama keberhasilan. Strategi pemasaran ganda, yang menggabungkan penjualan *offline* melalui interaksi langsung dan *online* melalui platform digital, terbukti efektif dalam meningkatkan volume penjualan secara signifikan. Sementara itu, dari aspek teknis, usaha ini didukung oleh proses produksi yang terstruktur, kapasitas yang mampu menyesuaikan permintaan pasar, peralatan yang memadai, serta tata letak ruang produksi yang efisien dan higienis.

Pada aspek manajemen, "TeriYummy" menunjukkan pengelolaan yang baik melalui struktur organisasi sederhana namun fungsional, di mana setiap anggota tim memiliki pembagian tugas yang jelas. Ditambah lagi dengan adanya pencatatan keuangan yang teratur, operasional usaha dapat berjalan dengan lancar dan terkontrol. Keunggulan usaha ini semakin diperkuat pada aspek hukum, di mana "TeriYummy" telah berhasil memenuhi legalitas penting seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), PIRT, dan Sertifikat Halal. Kelengkapan legalitas ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen tetapi juga membuka akses ke pasar yang lebih luas.

Secara finansial, usaha "TeriYummy" menunjukkan profitabilitas yang sangat baik. Dengan nilai Revenue Cost Ratio (RCR) sebesar 1,75 (lebih besar dari 1) dan perolehan laba rata-rata mencapai Rp 1.036.184 per bulan, usaha ini terbukti mampu memberikan keuntungan yang konsisten. Analisis Titik Impas (BEP) juga mengonfirmasi bahwa usaha ini dapat dengan mudah menutupi seluruh biaya operasionalnya. Lebih dari sekadar keuntungan ekonomi, usaha ini memberikan manfaat sosial dengan memberdayakan masyarakat lokal dan memperkuat

ekosistem UMKM berbasis perikanan di Desa Sengonagung.

Untuk pengembangan lebih lanjut, disarankan agar pelaku usaha terus berinovasi pada varian rasa dan desain kemasan serta mengintensifkan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengkaji aspek sosial dan lingkungan secara lebih mendalam agar diperoleh gambaran yang lebih holistik. Terakhir, diharapkan pihak terkait seperti pemerintah dan institusi pendidikan dapat memberikan dukungan berupa pendampingan, pelatihan, dan akses permodalan agar UMKM seperti "TeriYummy" dapat terus tumbuh secara berkelanjutan dan memberikan dampak ekonomi yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, M. (2020). STUDI KELAYAKAN BISNIS.
- Agustin, I. W., & Sipahutar, Y. H. (2022). Analisis Kelayakan Usaha Pembuatan Abon Ikan Lele Dumbo (*Clarias gariepinus*). In Prosiding Simposium Nasional IX Kelautan Dan Perikanan Fakultas Ilmu Kelautan Dan Perikanan, Universitas Hasanuddin, Makassar, 4 Juni 2022 115, 115–126.
- Aisyah, N., Subhan, E. S., Ramadhan, R., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Domp, Y. (2025). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Kuliner Bakso Mawar di Kabupaten Domp. Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis, 1, 1–4. <https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jubis>
- Aufat, M. F., Arjunita, S., Efika, N., & Hasni. (2025). ANALISIS PENTINGNYA ASPEK HUKUM DALAM STUDI KELAYAKAN BISNIS SEBAGAI JAMINAN KEABSAHAN USAHA. 2(4), 314–325.
- Batuah, N. (2024). ANALISIS RENCANA KELAYAKAN INVESTASI DALAM MEMBUKA CABANG PADA WARUNG MAKAN MBAK DIAH.
- Eka P, D. (2021). STRATEGI UNTUK MENGKOMBINASIKAN MODEL BISNIS ONLINE DAN OFFLINE PADA UMKM. 2(4), 1147–1152.
- Fadilla, A. N., RengganisPutri, L. A., Dewi, N. C., Otaviani, N. M., Hidayatullah, R., & Putra, D. A. H. (2025). ANALISIS ASPEK-ASPEK STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA. 2(1), 68–77.
- Fuad, Iranawati, Kartikaningsih, Hartati, Lestariadi, & Agung. (2021). INTERNATIONAL JOURNAL OF COMMUNITY SERVICE LEARNING Pendampingan dan Analisis Kelayakan Usaha Kerupuk Ikan "Abizar" di Desa Pangkahkulon. International Journal of Community Service Learning, 5, 199–211.
- Habibah, & Fransiska. (2024). ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA ASPEK HUKUM PADA USAHA MIKRO PIA KAROMAH WONOREJO ., 2(12).
- Hakim, C. A., Saepudin, S., Zulfikar, M., Putriauliah, I., & Utami, W. (2023). Pemanfaatan Sumber Daya



- Perikanan Ikan Teri, Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Di Pulo Panjang Melalui Produksi Umkm Peyek Teri. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 116–122.
<https://doi.org/10.55883/jipam.v2i2.64>
- Hartanto. (2023). Analisis Kelayakan Bisnis UMKM “Peyek Mbok Tun.” 44–52.
- Hartanto Ismail, A., & Rahmat, R. (2023). Studi Kelayakan Bisnis Untuk Pengembangan Usaha Pada Pt Talenta International Tourism. *ADMIT: Jurnal Administrasi Terapan*, 1(2), 223–240.
<https://doi.org/10.33509/admit.v1i2.2437>
- Hasanah, B. N. (2016). 2555-5663-1-Sm. 19(2), 250–261.
- Hendarsyah, D. (2022). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). *Cv Budi Utama*, 5 No.(september), 5–299.
https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU_KONSUMEN_PERILAKU_KONSUMEN_MAKALAH_PERILAKU_KONSUMEN
- Iriani, D., Sari, N. I., Hasan, B., & Septyanti, E. (2021). Pemberdayaan UMK Mina Sejahtera (Sun Ti Sukaku) dalam inovasi Mi Badoghak dan Mi Bakso Ikan Kuah Rempah sebagai produk unggulan daerah yang bernilai Ekonomi. *Unri Conference Series: Community Engagement*, 3, 611–615.
<https://doi.org/10.31258/unricsce.3.611-615>
- Iriani, D., Simanullang, A. A., & Ariza, T. (2022). Kelayakan Usaha Mie Badhogak Pada Umk Mina Sejahtera Fakultas Perikanan dan Kelautan Universitas Riau , 2 , 3 Fakultas Keguruan dan Ilmu PENDAHULUAN Usaha Kecil Menengah (UMK) merupakan salah satu penggerak penting perekonomian pembangunan dan pertumbuh. 8(18), 145–153.
- Irna, Fadli, A., & Gwijangge, I. (2024). PENYULUHAN ASPEK HUKUM DALAM STUDI KELAYAKAN BISNIS BAGI PELAKU UMKM DI DISTRIK HUBIKIAK KABUPATEN JAYAWIJAYA. 6(3), 1–16.
- Irwandi. (2024). Meningkatkan dan Membangun Jiwa Kewirausahaan Dari Ide Ke Aksi Nyata Bagi Semua Kalangan. 4, 3660–3664.
- Komari, A., Indrasari, L. D., & Salsabilah, V. K. (2022). Analisis Kelayakan Finansial untuk Peningkatan Kapasitas Produksi UMKM Tahu Kuning. 8(1), 149–159.
- Kusniyah, Lukita, C., & Lestari, ni wayan fitriana ayu. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Online Dan Offline Dalam Meningkatkan. *Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 1(6), 15–23.
- Lia, F. M., Aini, K. N., Aprilia, S., Zuhria, M. Z., Kusumasari, I. R., Ramadhani, S. P., Studi, P., Bisnis, A., Sosial, F. I., & Pembangunan, U. (2025). Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Secara Online Dan Offline Pada UMKM Dewfh Dimsum Di Sidoarjo. *Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat(AJPKM)*, 9(1), 157–166.
- Makki, M. M. S., Hendrarini, H., & Widayanti, S. (2023). ANALISIS KELAYAKAN USAHA KOPI DI UD KOPI MURNI HS BENOWO SURABAYA FEASIBILITY ANALYSIS OF COFFEE BUSINESS IN UD KOPI MURNI HS BENOWO SURABAYA. 25(4), 3285–3292.
- Manurung, L., Nababan, N. A., Girsang, R. V., & Meilita, T. (2025). Analisis Perencanaan Fasilitas Produksi Pada Usaha My Fortunes Korean Cake Dalam Meningkatkan Efektivitas Operasional. 4(4), 840–845.
- Mubarok, A. H. (2019). Strategi Nusantara Ojek (NUJEK) dalam bisnis berbasis Financial Technology. 76.
- Murti, A. T., Suroto, K. S., & Karamina, H. (2020). BROILER POLA MANDIRI DI KABUPATEN MALANG (Studi Kasus Di Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang). 14(1), 40–54.
- Muslimin, Z., Zainuddin, M. Z., & Saputra, M. K. (2022). TRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA USAHA UMKM SEDERHANA (Studi Kasus Desa Konda Kec. Konda). *Sultra Journal of Economic and Business*, 3(2), 132–149.
- Naim, A., Septiyo Hadi, H., Hermawan, A., Supriyatman, M., Soesilo, R., Al Aziz, Z., Maesaroh, S., Muhammadiyah Fachruddin, U. A., Studi Manajemen, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). Strategi Pemasaran Produk Krupuk Ikan Pada Umkm Sinar Mutiara Di Desa Karang Serang, Kabupaten Tangerang. *Jabb*, 4(2), 2023.
- Noor, A., & Rijal, S. (2023). Human Resource Management (Manajemen Sumber Daya Manusia) (Issue March).
- Nurhayati, A., Umami, R. H., Herlinto, Y., & Ken, W. (2024). Jurnal Pemasaran Bisnis Jurnal Pemasaran Bisnis. 6(4), 206–218.
- Pramesti, M., Subagyo, H. S. H., & Aprilia, A. (2019). Perencanaan Ulang Tata Letak Fasilitas Produksi (Pramesti et al.) 149. 149–164.
- Pramono, J., Hanum, J., Maryadi, S., & Khair, O. I. (2023). Analisis Kelayakan Usaha dan Strategi Pemasaran UMKM Bakso : Studi Kasus Bakso Mantab Pejaten. 250–256.
- Prasetya, H. T. (2021). STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA PERENCANAAN USAHA CAFÉ KULINER DI KOTA SURABAYA. 2009, 167–186.
- Putri, S. V., Puspita, J. D., Salsabhila, S., & W, R. R. W. K. (2024). Dinamika Kreatif Manajemen Strategis STUDI KELAYAKAN BISNIS “ DAPUR SELERA GADO -GADO TEH EPONG ” *Dinamika Kreatif Manajemen Strategis*. 06(4), 42–54.
- Qomariyah, S. N. (2021). Studi Kelayakan Bisnis Usaha Batik Dengan Metode Finansial (Studi Kasus Batik New Collet Desa Jatipelem Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 11–16.
<https://doi.org/10.21107/jsmb.v8i1.10819>
- Ralahallo, B. A. B., & Muhrim, M. R. (2024). Dampak Strategi Pemasaran Digital Terhadap Pertumbuhan Bisnis E-Commerce Di Indonesia. *HIPOTESA- Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 71–83.



- Ramadhon, I. S., & Purwanggono, B. (2018). (Studi Kasus : UKM Kuliner Diana Bakery) Abstrak.
- Rauan, C. M. T. C., Kindangen, P., & Pondag, J. J. (2019). Analisis Efisiensi Tata Letak (Layout) Fasilitas Produksi PT Tropica Cocoprima Lelema. *Jurnal EMBA*, 7(4), 5466–5475.
- Rosyid, A., Anwar, M., Firdaus, A., Fauzi, A., & Rasul, M. (2023). Proses Pengolahan Ikan Teri Nasi Di Pt. Marinal Indoprima Sumenep. *Prospeks: Prosiding Pengabdian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 175–181. <https://doi.org/10.32806/ppp.v1i2.271>
- Saadah, K. (2019). EFEKTIVITAS PENERAPAN PENGENDALIAN INTERN PADA. 11(2), 141–156. <https://doi.org/10.35313/ekspansi.v11i2.1338>
- Salatalohy, N. S., Nusamara, E. M., Niklerek, Y., Likumahua, G. J. S., Hataul, R. A., Sahetapy, V. A., Rumadan, I. A. S., Latale, T., & Manuhutu, M. Z. (2024). Studi Kelayakan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Minuman Kekinian “Bubble Haluw.” *Jurnal Tagalaya Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 25–32. <https://doi.org/10.71315/jtpkm.v1i1.10>
- Sari, S. A., Dewi, R. C., Rukmi, I. S., Anggraeni, V. S., Ferian, S., & Mukti, D. E. (2025). ANALISIS USAHA KERIPIK LINTANG DI DESA SAMIRONO , ANALISIS USAHA KERIPIK LINTANG DI DESA SAMIRONO ,. 3(7).
- Sofiah, M., Ramadhani, S., & Bi Rahmani, N. A. (2023). Analisis pengaruh bauran pemasaran 4p (product, price, promotion, and place) terhadap keputusan pembelian pada usaha mikro kecil menengah (umkm). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 122. <https://doi.org/10.26623/jreb.v16i2.7288>
- Suhardiyah, M., Hariawan, F., & Kurniawan, W. O. (2023). APPLICATION OF RESPONSIBILITY ACCOUNTING AS A COST CENTER PERFORMANCE ASSESSMENT TOOL AT SUTAN RAJA. 2023(1), 94–102.
- Sulistiani, H. D., & Faizah, U. Z. (2023). Analisis Aspek Teknik atau Operasional dalam Studi Kelayakan Bisnis. 2.
- Supriadi, A. . L. O. A. et. al. . (2021). Studi Kelayakan Bisnis (Tinjauan, Teori dan Praktis).
- Syafira, A., & Rohman, A. (2024). Penerapan Strategi Promosi Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen Di Mie Marlana, Banyu Sangkah Tanjung Bumi Bangkalan. *Jurnal Media Akademik (Jma)*, 2(6), 1–21.
- Wijaya, M. B. A., & Mahmud. (2025). Economics and Digital Business Review Optimalisasi Pengendalian Proses Produksi Tahu untuk Mendukung Keberlanjutan Usaha Mikro di Kelurahan. 6(2).
- Yaacob, Z., & Radzi, R. M. (2022). Identifying Business Potential for Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) Based on Developmental Plans in Penang , Malaysia. 2, 34–50.
- Yanto, E., Halid, A., & Saleh, Y. (2022). ANALISIS PENDAPATAN USAHA PRODUKSI INDUSTRI OLAHAN TAHU DI DESA HARAPAN KECAMATAN WONOSARI KABUPATEN BOALEMO (Studi Kasus Industri Rumah Tangga “Bapak Nono Purnomo”). *AGRINESIA: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 6(3), 179–186. <https://doi.org/10.37046/agr.v6i3.16137>
- Yuliana, S., Ardhana, N., Yuliana, N., & Bangsa, U. P. (2024). Dinamika Kreatif Manajemen Strategis ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS UMKM “ WEDANG JAHE BCA ” DI PERUM BCA DESA CIANTRA Dinamika Kreatif Manajemen Strategis. 06(4), 178–193.