

S S

Jurnal SKB TEMPLATE JURIMEA V6N1.docx

 Unhan

Document Details

Submission ID

trn:oid:::3618:124269164

Submission Date

Dec 11, 2025, 9:52 PM GMT+7

Download Date

Dec 11, 2025, 9:54 PM GMT+7

File Name

Jurnal SKB TEMPLATE JURIMEA V6N1.docx.pdf

File Size

528.6 KB

22 Pages**7,444 Words****47,290 Characters**

23% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Cited Text

Top Sources

- 22%  Internet sources
 - 10%  Publications
 - 0%  Submitted works (Student Papers)
-

Top Sources

22% Internet sources
10% Publications
0% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	journal.sinov.id	4%
2	Internet	journal.pubmedia.id	1%
3	Internet	economics.pubmedia.id	<1%
4	Internet	mrymultitechpublisher.my.id	<1%
5	Internet	www.journal.lembagakita.org	<1%
6	Internet	jurnal.buddhidharma.ac.id	<1%
7	Internet	ejurnal.kampusakademik.co.id	<1%
8	Internet	jurnal.ibik.ac.id	<1%
9	Internet	www.jurnalp4i.com	<1%
10	Internet	ejournal.pdtii.org	<1%
11	Internet	publikasi.mercubuana.ac.id	<1%

12	Internet	ejournal.imperiuminstitute.org	<1%
13	Internet	unissa.edu.bn	<1%
14	Internet	ejournal.cahayailmubangsa.institute	<1%
15	Internet	ojs.unida.info	<1%
16	Internet	ejournal.jurnalpengabdiansosial.com	<1%
17	Publication	Arina Luthfini Lubis, Ghaniah Devira Dhabitah, Agung Edy Wibowo. "Peran Front ...	<1%
18	Internet	www.jurnal.pps.unimaju.ac.id	<1%
19	Internet	ejurnal.stie-trianandra.ac.id	<1%
20	Internet	ojs.cahayamandalika.com	<1%
21	Internet	journal.lembagakita.org	<1%
22	Internet	journal.untar.ac.id	<1%
23	Internet	journal.appisi.or.id	<1%
24	Internet	ejournal.warunayama.org	<1%
25	Internet	journal.ganendra.id	<1%

26	Internet	jurnal.staialhidayahbogor.ac.id	<1%
27	Publication	Lailatus Sa'adah, Erlyn Nur Indahsari. "ANALISIS KELAYAKAN USAHA PADA CV. FIZ...	<1%
28	Internet	jonedu.org	<1%
29	Publication	Christina Wulansari. "Etika dan Privasi dalam Penerapan HR Tech: Studi pada Sist...	<1%
30	Internet	journal.ilmudata.co.id	<1%
31	Internet	jurnal.insanmulia.or.id	<1%
32	Internet	repository.takaza.id	<1%
33	Internet	ejournal.areai.or.id	<1%
34	Internet	ejournal.undiksha.ac.id	<1%
35	Internet	journal.um-surabaya.ac.id	<1%
36	Internet	jurnal.agribisnis.umi.ac.id	<1%
37	Publication	Irene R Naben, Elinora N Bano, Fried M. A. Blegur. "Mathematical Modelling and S...	<1%
38	Internet	eprints.umm.ac.id	<1%
39	Internet	journal.aptii.or.id	<1%

40	Publication	Adyatma Nagata, Iriani Iriani, Hafid Syaifullah. "Applying the House of Risk Meth...	<1%
41	Internet	abdira.org	<1%
42	Internet	eprints.uny.ac.id	<1%
43	Internet	jam.ipb-intl.ac.id	<1%
44	Internet	jurnal.kdi.or.id	<1%
45	Internet	jurnalperhotelan.petra.ac.id	<1%
46	Internet	www.jurnal.stainmajene.ac.id	<1%
47	Internet	www.saliha.id	<1%
48	Publication	Syamsul Syahab Mangun, Kusri Kusri. "Prediksi Kebakaran Hutan Ibu Kota Nu...	<1%
49	Internet	journal.stiemb.ac.id	<1%
50	Internet	journal.unita.ac.id	<1%
51	Internet	journals.usm.ac.id	<1%
52	Internet	jurnal.btp.ac.id	<1%
53	Internet	jurnal.ulb.ac.id	<1%

54	Internet	www.ojspustek.org	<1%
55	Internet	www.scribd.com	<1%
56	Internet	digilib.uns.ac.id	<1%
57	Internet	etheses.uin-malang.ac.id	<1%
58	Internet	jes-tm.org	<1%
59	Internet	jurnal-tmit.com	<1%
60	Internet	repository.unair.ac.id	<1%
61	Internet	www.slideshare.net	<1%
62	Internet	www.unissa.edu.bn	<1%
63	Publication	Linda Ignatia Tamyn, Jessy D. L. Warongan, Claudia W. M. Korompis. "Analisis ko...	<1%
64	Publication	Muhammad Malek Asyi, Sri Wahyuni, Azka Rizkina. "Pengaruh Sumber Daya Alam...	<1%
65	Publication	Nis'atul Khoiroh, Sumiati, Nabila Amelia Hanisyah Putri, Hesteria Friska Armyni...	<1%
66	Publication	Sonia Klarita Marlina Ullie, Maria Magdalena Lino, Delila A Nahak Seran. "Efektivi...	<1%
67	Internet	core.ac.uk	<1%

68	Internet	dmi-journals.org	<1%
69	Internet	ejournal.kopertais4.or.id	<1%
70	Internet	ejournal.um-sorong.ac.id	<1%
71	Internet	fazadhifanpratama.blogspot.com	<1%
72	Internet	id.scribd.com	<1%
73	Internet	journal.ar-raniry.ac.id	<1%
74	Internet	journal.lpkd.or.id	<1%
75	Publication	Futry Ayu Gayatri, Undang Suryatna, Robby Firliandoko. "PENGARUH KONTEN SO...	<1%
76	Publication	Rena Augia Putrie, Yamolala Zega, Marlina, Junaidi, Muhammad Affar. "Pening...	<1%
77	Publication	Syahril Daud, Gellianta, Sherliana Belinda, Yeni Arinda. "Analisis Strategi Pemasa...	<1%
78	Internet	eprints.walisongo.ac.id	<1%
79	Internet	pkm.lpkd.or.id	<1%
80	Internet	plj.ac.id	<1%
81	Internet	www.essays.se	<1%

82	Internet	www.muhaz.org	<1%
83	Publication	Anak Agung Putu Agung Mediastari, Ni Luh Gede Sudaryati, Anak Agung Komang...	<1%
84	Publication	Aina Ayu Salsabila. "Strategic Business Formulation to Evolving Consumer Cultur...	<1%
85	Publication	Sasiska Rani, Meti Zuliyana, Dian Septianti, Nyayu Khairani, Frecilia Nanda Mel...	<1%
86	Internet	es.scribd.com	<1%
87	Internet	journal.univetbantara.ac.id	<1%
88	Internet	journal2.unusa.ac.id	<1%



Analisis Kelayakan Bisnis UMKM Dapu.Rin Alam Sutera Berdasarkan Lima Aspek Studi Kelayakan

Made Caroline Wijaya^{1*}, Jasson Lorencius², Davin Fernando³, Steven Ryan Tedja⁴,
Budi Setiawan⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Pariwisata, Fakultas Seni Kuliner dan Pariwisata, Universitas
Pradita, Jl. Gading Serpong Boulevard No.1 Tower 1, Tangerang, Banten, Indonesia,
15810

*Penulis Korespondensi: made.caroline@student.pradita.ac.id

Abstract. Culinary-based MSMEs continue to grow rapidly in Indonesia, driven by increasing consumer demand for practical, hygienic, and personalized food products. However, many home-based bakery businesses still operate without a structured feasibility assessment, resulting in uncertain scalability, weak legality, and limited long-term competitiveness. This study was conducted to evaluate whether Dapu Rin, a home-based donut MSME located in Alam Sutera, is feasible to develop and scale based on five core business feasibility dimensions. The research aims to provide a comprehensive assessment that can support strategic decision-making for business development and sustainability. This study uses a descriptive qualitative approach with a case study design. Data were collected through in-depth interviews, observation, documentation, and financial records, and analyzed using a reduction–presentation–conclusion framework. Feasibility was assessed across five dimensions: market and marketing, technical and operational readiness, human resources, legality, and financial performance. The findings show that Dapu Rin is feasible to continue and develop, supported by strong market potential, effective digital-based marketing strategies, standardized operational processes, scalable human resource planning, and positive financial indicators including NPV, IRR, and payback period. Legal compliance is in progress and planned in structured phases to support business credibility and expansion. This study contributes practically by providing a feasibility-based development roadmap for small-scale culinary businesses operating in modern residential environments. The results also provide an analytical reference for future research and MSME development models, particularly in home-based pre-order bakery sectors.

Keywords: Business feasibility, MSME, Dapu Rin, Business Feasibility Aspect.

Abstrak. UMKM berbasis kuliner terus mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia, didorong oleh meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk makanan yang praktis, higienis, dan bersifat personal. Namun, banyak bisnis rumahan, terutama pada sektor bakery, masih beroperasi tanpa penilaian kelayakan yang terstruktur, sehingga berdampak pada ketidakpastian dalam pengembangan, lemahnya aspek legalitas, serta keterbatasan daya saing jangka panjang. Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi apakah Dapu Rin, sebuah UMKM donat rumahan yang berlokasi di Alam Sutera, layak untuk dikembangkan dan ditingkatkan skalanya berdasarkan lima dimensi utama studi kelayakan bisnis. Penelitian ini bertujuan memberikan penilaian komprehensif yang dapat mendukung pengambilan keputusan strategis dalam pengembangan dan keberlanjutan usaha. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, dan catatan keuangan, kemudian dianalisis menggunakan kerangka reduksi–penyajian–penarikan kesimpulan. Kelayakan dievaluasi berdasarkan lima dimensi: pasar dan pemasaran, kesiapan teknis dan operasional, sumber daya manusia, legalitas, serta kinerja keuangan. Temuan menunjukkan bahwa Dapu Rin layak untuk dilanjutkan dan dikembangkan, didukung oleh potensi pasar yang kuat, strategi pemasaran digital yang efektif, proses operasional yang terstandarisasi, perencanaan sumber daya manusia yang dapat ditingkatkan, serta indikator keuangan positif termasuk NPV, IRR, dan payback period. Aspek legalitas sedang dalam proses penyelesaian melalui tahapan terstruktur untuk memperkuat kredibilitas dan peluang ekspansi usaha. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis berupa peta jalan pengembangan berbasis kelayakan bagi UMKM kuliner skala kecil

Naskah Masuk: 12 Juni 2024; Revisi: 12 Juni 2024; Diterima: 12 Juni 2024; Tersedia: 12 Januari 2026;
Terbit: 30 Maret 2026;

STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA

yang beroperasi di lingkungan perumahan modern. Selain itu, hasil penelitian dapat menjadi referensi analisis untuk penelitian selanjutnya serta model pengembangan UMKM, khususnya pada sektor bakery rumahan berbasis sistem pre-order.

Kata kunci: Kelayakan usaha, UMKM, Dapu Rin, Aspek Kelayakan Usaha.

1. LATAR BELAKANG

UMKM merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan dan stabilitas ekonomi Indonesia, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap struktur ekonomi nasional (Oktavia et al., 2025). Menurut laporan Kementerian Keuangan, sektor UMKM berkontribusi sebesar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia, terutama di sektor kuliner, yang merupakan salah satu kontributor terbesar terhadap pertumbuhan industri UMKM (Davelino et al., 2025; Nathania et al., 2025). Peningkatan permintaan akan makanan dan minuman praktis, higienis, dengan varian produk inovatif merupakan faktor utama dalam peningkatan jumlah UMKM kuliner (Semarandana dan Mustika, 2025). Di daerah perkotaan, perubahan gaya hidup masyarakat menuju gaya hidup modern telah mendorong peningkatan konsumsi produk roti buatan rumah dan makanan berbasis pemesanan sebelumnya sebagai alternatif yang lebih fleksibel dibandingkan produk waralaba besar (Maulina dan Sufianti, 2025).

Perkembangan industri kuliner, khususnya di segmen produk roti dan kue seperti donat, telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan selama tiga tahun terakhir. Konsumen menganggap produk roti buatan rumah lebih segar, lebih personal, dan lebih terjangkau dibandingkan produk industri skala besar (Aprilliani & Ainun, 2025). Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa UMKM kuliner dapat bersaing jika mampu menyediakan rasa dan kualitas layanan yang konsisten, fleksibilitas dalam pemesanan, serta variasi rasa yang unik (Wanti & Yunita, 2024). Sejumlah penelitian sebelumnya, seperti analisis kelayakan bisnis roti berbasis pemesanan sebelumnya (Amelia et al., 2025), evaluasi aspek keuangan bisnis donat rumahan di Surabaya (Mawaddah et al., 2025), dan strategi pemasaran digital untuk UMKM makanan berbasis komunitas (Eldon dan Ashari, 2025), memberikan landasan teoritis untuk studi ini. Namun, sebagian besar studi tersebut belum mempertimbangkan dinamika pasar di kawasan

1

e-ISSN: 2809-7793; p-ISSN: 2827-8119, Hal 00-00

perumahan premium, yang memiliki pola konsumsi, daya beli, dan persaingan bisnis yang berbeda.

79

Hingga saat ini, penelitian tentang usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) bakery berbasis pesanan di kawasan perumahan premium seperti Alam Sutera masih terbatas. Dapu Rin, yang berlokasi di Cluster Jelita, adalah usaha donat berbasis rumah yang memanfaatkan peluang pasar dari keluarga muda, pekerja *hybrid*, dan komunitas perumahan dengan model penjualan harian dan sistem pesanan sebelumnya. Meskipun memiliki potensi yang kuat, bisnis ini menghadapi tantangan kompetitif seperti keberadaan waralaba roti, platform pengiriman makanan, dan bisnis serupa di skala lokal. Kondisi ini menunjukkan perlunya penilaian mendalam untuk menentukan kelayakan komprehensif bisnis sebelum pengembangan lebih lanjut.

Dalam konteks ini, studi ini menggunakan lima aspek studi kelayakan, yaitu market dan marketing, teknis dan operasional, sumber daya manusia, hukum/keabsahan, dan keuangan/finansial, yang diukur menggunakan indikator kualitatif melalui pendekatan analisis deskriptif. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan penilaian komprehensif terhadap peluang bisnis, risiko, dan kesiapan bisnis dalam menghadapi dinamika pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kelayakan usaha UMKM Dapu Rin berdasarkan analisis multidimensi, sehingga dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan strategis untuk pengembangan usaha, perluasan pasar, dan peningkatan daya saing. Selain memberikan kontribusi praktis bagi UMKM kuliner, penelitian ini juga memberikan kontribusi akademis berupa referensi analisis kelayakan usaha yang relevan dengan pengembangan model bisnis berbasis pemesanan di kawasan perumahan perkotaan modern.

2. KAJIAN TEORITIS

1. Pengertian UMKM

27

UMKM merupakan sektor usaha yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional, terutama dalam penciptaan lapangan kerja dan penggerak ekonomi lokal (Gunawan et al., 2025). Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM didefinisikan berdasarkan kriteria aset dan omzet tahunan serta

71

STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA

karakteristik operasional yang cenderung sederhana, fleksibel, dan berbasis kebutuhan konsumen lokal (Azzahra et al., 2024). Penelitian mengenai UMKM menunjukkan bahwa keberhasilan usaha kecil sangat dipengaruhi oleh kemampuan manajemen, efisiensi operasional, serta ketepatan strategi pemasaran dalam memenuhi kebutuhan pasar (Malik et al., 2024). Dengan kompetisi bisnis kuliner yang semakin ketat, UMKM dituntut untuk melakukan analisis kelayakan usaha agar dapat bertahan dan berkembang secara berkelanjutan.

2. Aspek Kelayakan Bisnis

Kelayakan bisnis merupakan proses penilaian sistematis terhadap potensi suatu usaha untuk dijalankan dan dikembangkan (Saputra dan Rohman, 2024). Kelayakan pasar penting untuk memahami kebutuhan dan perilaku konsumen serta peluang pertumbuhan (Rosidah dan Rohman, 2024). Menurut Nastiti et al. (2023), 5 aspek kelayakan suatu bisnis yaitu, kelayakan pasar dan pemasaran, kelayakan teknis dan operasional, kelayakan sumber daya manusia, kelayakan legalitas atau hukum, dan kelayakan finansial.

3. Aspek Pasar dan pemasaran

Pemahaman terhadap karakteristik konsumen sangat penting untuk menentukan segmen yang tepat bagi UMKM kuliner (Nurjanah et al., 2024). Pada bisnis makanan pre-order, preferensi konsumen terhadap produk yang higienis, personal, dan ekonomis menjadi faktor utama dalam mempertahankan daya tarik pasar (Ardiansyah et al., 2025). Strategi pemasaran digital terbukti dapat meningkatkan visibilitas dan tingkat pembelian UMKM kuliner secara signifikan (Manik et al., 2024). Oleh karena itu, perencanaan pasar yang tepat dan penggunaan media digital menjadi kunci dalam membangun keunggulan kompetitif UMKM *bakery* rumahan.

4. Aspek Operasional dan Teknis

Efisiensi proses produksi dipengaruhi oleh kelancaran alur kerja dan konsistensi penggunaan perlengkapan yang sesuai kapasitas (Febriani dan Juwitaningtyas, 2025). Kemampuan menjaga kualitas bahan baku, konsistensi rasa, dan standar keamanan pangan menjadi keharusan untuk mempertahankan kepuasan pelanggan (Irmawati et al., 2025). Penerapan SOP yang terdokumentasi membantu mengurangi kesalahan produksi,

meningkatkan efisiensi waktu, dan memperkuat sistem operasional (Yuwono et al., 2025). Dengan demikian, keberhasilan aspek teknis bergantung pada kemampuan UMKM mengelola proses produksi secara sistematis, higienis, dan terstandarisasi.

5. Aspek Sumber Daya Manusia

Pelatihan sederhana terkait higienitas, pengolahan bahan baku, dan manajemen waktu dapat meningkatkan produktivitas secara signifikan (Sianturi et al., 2025). Pada usaha rumahan, pemilik sering merangkap berbagai fungsi sehingga pengaturan beban kerja dan penjadwalan menjadi sangat penting (Sulistyowati et al., 2025). Pelatihan sederhana terkait higienitas, pengolahan bahan baku, dan manajemen waktu dapat meningkatkan produktivitas secara signifikan (Sianturi et al., 2025). Oleh karena itu, pengelolaan SDM yang profesional meskipun dalam skala kecil menjadi dasar keberlanjutan dan potensi ekspansi UMKM kuliner.

6. Aspek Legalitas

Dokumen seperti NIB, PIRT, dan sertifikasi halal meningkatkan kredibilitas usaha serta membuka peluang kerjasama dengan lembaga formal (Nugroho dan Kurniawati, 2025). Bagi UMKM kuliner, legalitas yang lengkap membantu menjamin keamanan produk dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap bisnis yang dijalankan (Listyaningrum et al., 2024). Legalitas juga menjadi syarat bagi UMKM untuk mendapatkan dukungan pemerintah, seperti pelatihan, bantuan modal, dan akses pemasaran di platform digital (Najiyah et al., 2025). Dengan demikian, aspek legalitas berperan penting dalam memperkuat daya saing dan memperluas peluang pengembangan usaha.

7. Aspek Finansial

Aspek keuangan digunakan untuk menilai kelayakan usaha melalui indikator investasi seperti PP, ARR, NPV, PI, IRR, ROI, dan BEP (Herijawati et al., 2023). Pengelolaan keuangan yang baik membantu UMKM menentukan kebutuhan modal, menghitung harga pokok produksi, dan menetapkan harga jual yang kompetitif (Wijayanti et al., 2025). Pada UMKM kuliner, pencatatan keuangan yang konsisten mempermudah pemantauan biaya bahan baku, efisiensi operasional, dan proyeksi keuntungan (Miradji et al., 2025). Dengan demikian, aspek keuangan menjadi dasar

STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA

penting dalam menilai kelayakan bisnis serta menentukan strategi pengembangan jangka panjang.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menganalisis kelayakan usaha UMKM Dapu Rin di Alam Sutera berdasarkan lima aspek studi kelayakan, yaitu pasar dan pemasaran, teknis dan operasional, sumber daya manusia, legalitas, dan keuangan. Pendekatan kualitatif dipilih karena memberikan pemahaman mendalam tentang kondisi usaha melalui interaksi langsung dengan pelaku usaha, konsumen, dan lingkungan operasional (Nurkholis et al., 2025). Penelitian ini menerapkan desain studi kasus dengan sumber data primer berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, serta data sekunder berupa catatan operasional dan keuangan bisnis. Teknik pemilihan responden menggunakan sampling purposif dengan jumlah informan ditentukan berdasarkan prinsip saturasi data (Sarosa, 2021). Validitas data diuji melalui pendekatan triangulasi sumber dan teknik sebagaimana direkomendasikan dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2020). Proses analisis data menggunakan model Miles dan Huberman, yang meliputi tahap reduksi data, presentasi data, dan penarikan kesimpulan (Asipi et al., 2022). Tahapan penelitian dilakukan secara sistematis, mulai dari identifikasi masalah, pengumpulan data, analisis berdasarkan indikator studi kelayakan, hingga penyusunan rekomendasi agar penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan dapat direplikasi pada objek serupa.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Aspek Pasar dan Pemasaran

Penilaian pasar menunjukkan bahwa permintaan akan produk roti buatan rumah, terutama donat, terus meningkat di kawasan perumahan modern akibat pergeseran gaya hidup menuju kemudahan dan pilihan makanan yang dapat disesuaikan (Kuncoro et al. 2025). Pengamatan lapangan mengkonfirmasi adanya basis konsumen yang kuat di kawasan Alam Sutera, yang terdiri dari mahasiswa, keluarga muda, dan pekerja hybrid

yang mencari cemilan harian yang terjangkau. Menurut Tanjung et al. (2025), UMKM dengan diferensiasi produk unik dan branding emosional cenderung memperoleh loyalitas pelanggan yang lebih tinggi, terutama di segmen kuliner niche. Berdasarkan indikator-indikator ini, potensi pasar untuk Dapu Rin dikategorikan sebagai menjanjikan.

Meskipun penilaian pemasaran menunjukkan bahwa metode promosi saat ini utama melalui saluran digital seperti WhatsApp, Instagram, dan pemasaran berbasis komunitas sesuai dengan tren perilaku konsumen dalam pembelian F&B berbasis rumah (Hidayat, 2024). Penggunaan identitas merek berbasis storytelling dan personalisasi produk sejalan dengan strategi diferensiasi yang terbukti efektif untuk UMKM kuliner di lingkungan perumahan padat (Tanjung et al., 2025). Integrasi di masa depan dengan platform pengiriman makanan seperti GoFood dan GrabFood diperkirakan akan meningkatkan visibilitas dan tingkat konversi. Oleh karena itu, strategi pemasaran dianggap layak dan berorientasi pada pertumbuhan.

Tabel 3.1 Hasil Analisis Pasar

Sub Bagian	Kunci Fokus	Summary
Ukuran Pasar	TAM, SAM, SOM	1. TAM: ±32,000 residences Alam Sutera 2. SAM: ±100 residents Cluster Jelita 3. SOM: ±15 active sweet-snack buyers
Pangsa Pasar	Posisi saat ini	Dapu Rin memegang pangsa pasar camilan rumah tangga niche dengan potensi untuk memperluas ke acara mahasiswa dan komunitas.
Potensial Pasar	Peluang pertumbuhan	Permintaan tinggi di kalangan mahasiswa (produk viral & keterjangkauan) dan komunitas (pesanan massal & catering acara).
Segmentasi	Demografi, psikografi, perilaku	Target: usia 5–50 tahun, pendapatan menengah–atas, gaya hidup sering berkunjung ke kafe, kebiasaan ngemil pagi/sore.
Profil Konsumen	Profil pembeli	Dua segmen konsumen utama: 1. Keluarga dengan kebutuhan camilan rutin 2. Mahasiswa yang mencari camilan <i>trendy</i> dan terjangkau.
Persaingan	Pembandingan dan posisi strategis	Keunggulan pesaing: lokasi & volume; kelemahan: kurangnya personalisasi & masa simpan terbatas.

Sumber: Peneliti (2025).

Tabel 3.2 Hasil Analisis Pemasaran

STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA

Sub Bagian	Kunci Fokus	Strategic Summary
Strategi Produk	Diferensiasi & nilai	Produksi dalam skala kecil, bahan baku premium, positioning sebagai produk buatan rumah vs pesaing pasar massal.
Strategi Penentuan Harga	Penetapan harga berdasarkan nilai	Rp 5.000–10.000 per unit; mencerminkan kualitas dan keahlian; menargetkan konsumen yang mengutamakan kualitas.
Strategi Distribusi	Pemilihan saluran	Penjualan langsung ke konsumen secara online (WhatsApp, Instagram, Marketplace), integrasi dengan GoFood/GrabFood di masa depan.
Strategi Promosi	Branding & keterlibatan	Storytelling, pemasaran emosional, rekomendasi dari mulut ke mulut, influencer mikro, promosi musiman.
Analisis Pesaing	Posisi pasar	Pesaing kuat dalam hal aksesibilitas; Dapu Rin lebih unggul dalam nilai emosional, kualitas, dan ketahanan produk (format beku).
Wawasan Perilaku Konsumen	Loyalitas & pembelian berulang	Potensi pembelian ulang tinggi jika produk sesuai dengan preferensi rasa emosional dan persepsi kebersihan.
Wawasan Riset Pasar	Relevansi industri	Permintaan yang meningkat untuk camilan beku dan makanan rumahan yang lebih sehat menciptakan potensi pertumbuhan jangka panjang.

Sumber: Peneliti (2025).

Temuan dari Tabel 3.1 dan Tabel 3.2 menunjukkan bahwa Dapu Rin memiliki keunggulan kompetitif yang kuat di segmen camilan rumahan premium, didukung oleh tren pasar yang semakin mengarah pada pilihan makanan yang lebih sehat, personal, dan fleksibel. Strategi pemasaran yang diadopsi sejalan dengan diferensiasi dan nilai emosional, sehingga loyalitas pelanggan dan rekomendasi dari mulut ke mulut menjadi pendorong pertumbuhan yang paling kuat.

Aspek Operasional dan Teknis

Analisis operasional menunjukkan bahwa proses produksi telah distandarisasi dan dioptimalkan menggunakan peralatan kelas industri rumahan, memungkinkan output yang konsisten sambil menjaga kualitas produk (Sarah et al., 2024). Bahan baku mudah diperoleh, dan kapasitas produksi dapat disesuaikan berdasarkan permintaan, mendukung potensi transisi dari produksi rumahan ke produksi terpusat skala kecil. Studi sebelumnya menegaskan bahwa SOP yang terstandarisasi dan alur kerja dapur yang dapat diskalakan merupakan faktor kritis dalam mengurangi risiko operasional pada model usaha roti UMKM (Irwandy dan Saleh., 2024). Oleh karena itu, aspek operasional dinilai efisien dan dapat diperluas.

Tabel 3.3 Rencana operasional jangka Pendek

No	Kegiatan	Waktu Implementasi (12 bulan)											
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sep	Okt
1	Legalitas: Mendapatkan Nomor Identifikasi Usaha (NIB) dan Izin Produksi Pangan (PIRT) sebagai dasar legalitas usaha rumahan.												
2	Operasional: Menyiapkan dapur rumahan yang sesuai dengan standar higiene. Menyempurnakan SOP resep.												
3	Peluncuran Awal: Membuka sistem pemesanan awal (PO) untuk uji pasar di lingkaran terdekat												
4	Mendapatkan setidaknya 50 pesanan awal; 10 ulasan positif.												
5	Pemasaran: Mengaktifkan Instagram & TikTok, berfokus pada <i>storytelling</i>												
6	Platform: Mendaftar di platform ojek online (GoFood, GrabFood) untuk memperluas jangkauan.												
7	Evaluasi: Mengumpulkan umpan balik pelanggan secara aktif untuk meningkatkan rasa/layanan.												
8	Mencapai konsistensi produk 100% (rasa & tekstur); Peringkat di atas 4,8 di platform online.												
9	Mengevaluasi biaya barang yang dijual (COGS) secara detail untuk memastikan margin keuntungan yang sehat.												
10	Membuat program promosi (misalnya, “Paket Kehangatan Keluarga”) untuk meningkatkan volume penjualan.												
11	Mencapai target penjualan harian yang stabil; Tingkat pesanan ulang 25%.												
12	Meluncurkan 1-2 rasa baru (misalnya, edisi musiman) untuk mempertahankan minat pasar.												
13	Merekrut 1 asisten dapur paruh waktu untuk membantu produksi.												
14	Perencanaan: Menyusun rencana bisnis dan anggaran untuk Tahun 2												
15	Peningkatan kapasitas produksi harian sebesar 50%; Data penjualan untuk varian baru												

Sumber: Peneliti (2025).

**STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III
SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA**

Tabel 3.4 Rencana operasional jangka panjang

No	Kegiatan	Waktu Implementasi (Tahun 2-5)			
		2	3	4	5
1	Perekrutan karyawan tetap (1 Kepala Dapur, 1 Admin Media Sosial & Layanan Pelanggan). Pemilik fokus pada manajemen.				
2	Distribusi: Menjelajahi sistem konsinyasi di 3-5 kafe atau kantin strategis.				
3	Pemasaran: Menggunakan influencer lokal yang sejalan dengan nilai-nilai keluarga.				
4	Melakukan studi kelayakan untuk pembukaan satu outlet fisik kecil (takeaway) atau dapur pusat terpisah.				
5	Menambahkan produk pelengkap (misalnya, minuman kopi/susu buatan sendiri) dengan merek "Dapu Rin"				
6	Mengembangkan sistem operasional yang matang sebagai persiapan untuk penawaran waralaba/kemitraan.				
7	Pembukaan 1 outlet baru; Peluncuran sukses produk minuman pelengkap.				

Sumber: Peneliti (2025).

Tabel 3.5 Evaluasi teknis UMKM Dapu Rin

Komponen	Hasil Evaluasi	Kesiapan	Catatan teknis
Peralatan produksi (mixer, penggorengan, pengembang adonan)	Memenuhi standar industri rumahan skala kecil.	Siap	Kapasitas maksimum 400 donat per hari.
Proses produksi	Prosedur Operasional Standar (SOP) lengkap dan sistem Kontrol Kualitas (QC) yang terukur telah diterapkan.	Siap	Mengadopsi sistem HACCP yang sederhana.
Bahan baku	Kualitas terjamin dan konsisten.	Siap	Membutuhkan kontrak pemasok jangka panjang.
Tata letak dapur	Sesuai dengan alur produksi (linear: bahan baku → pengolahan → pengemasan).	Siap	Rekomendasi zonasi higienis tambahan.
Pengendalian kualitas	Uses product Menggunakan parameter produk (warna, aroma, tekstur, masa simpan). (color, aroma, texture, shelf life).	Siap	Standarisasi pengujian sampel untuk setiap batch.

Sumber: Peneliti (2025).

Aspek Sumber daya Manusia

Struktur sumber daya manusia Dapu Rin saat ini mengikuti model operasional yang berpusat pada pendiri, yang umum ditemukan pada bisnis makanan rumahan tahap awal (Romadhoni et al., 2025). Tingkat keterampilan saat ini memadai untuk kebutuhan produksi saat ini; namun, penelitian menunjukkan bahwa pelatihan berkelanjutan dalam

sanitasi, penanganan makanan, dan konsistensi produksi sangat penting untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan dan kepatuhan regulasi (Lubis et al., 2024). Rencana tenaga kerja di masa depan, termasuk perekrutan asisten dapur dan personel pemasaran digital, sejalan dengan pertumbuhan bisnis yang diproyeksikan. Oleh karena itu, kesiapan SDM dikategorikan sebagai memadai dengan jalur skalabilitas yang jelas.

Tabel 3.6 Ringkasan sumber daya manusia pada UMKM Dapu Rin

Komponen HR	Peran Utama yang Terlibat	Deskripsi	HR Status
Struktur Organisasi (Fase 1)	<i>Owner</i>	Model yang sepenuhnya terpusat yang dipimpin oleh pendiri, di mana pemilik mengelola semua fungsi operasional, produksi, pemasaran, dan keuangan.	Telah diterapkan
Struktur Organisasi (Fase 2)	<i>Owner, Part-Time Cook</i>	Struktur semi-terpusat dengan delegasi tenaga kerja untuk mengurangi beban kerja produksi dan mendukung peningkatan volume pesanan.	Fase Ekspansi
Struktur Organisasi (Fase 3)	<i>Owner (Director), Head Chef, Full-Time Social Media Admin, Part-Time Cook</i>	Spesialisasi fungsional untuk meningkatkan efisiensi, kehadiran digital, dan kontrol kualitas seiring dengan pertumbuhan bisnis.	Direncanakan
Analisis Pekerjaan	<i>Part-Time Cook, Social Media Admin</i>	Persyaratan kompetensi berdasarkan keterampilan teknis, daya tahan fisik, komunikasi digital, kreativitas, dan disiplin kebersihan.	Selesai
Deskripsi Pekerjaan	<i>Part-Time Cook, Social Media Admin</i>	Tanggung jawab pekerjaan meliputi produksi, pengemasan, sanitasi, pembuatan konten, layanan pelanggan, dan pemrosesan pesanan digital.	Selesai
Ringkasan Pekerjaan	<i>Part-Time Cook, Social Media Admin</i>	Ringkasan peran tertentu: pelaksanaan produksi dan representasi merek digital.	Selesai
Spesifikasi Pekerjaan	<i>Part-Time Cook, Social Media Admin</i>	Persyaratan pendidikan minimal, pengalaman, karakteristik pribadi, dan kemampuan teknis sesuai dengan kebutuhan pekerjaan.	Selesai

STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA

Komponen HR	Peran Utama yang Terlibat	Deskripsi	HR Status
Sistem Rekrutmen	Owner-led hiring	Proses perekrutan yang efisien dengan memanfaatkan saluran berbiaya rendah (IG Story, grup WhatsApp, rekomendasi), tes kompetensi, dan verifikasi referensi.	Sudah diterapkan & sedang berlangsung

Sumber: Peneliti (2025).

Aspek Legalitas

Kepatuhan hukum sedang dalam proses, dengan persyaratan administratif utama seperti NIB, NPWP, dan Sertifikasi Halal direncanakan untuk diselesaikan secara bertahap. Menurut Chaniago et al. (2024), memperoleh dokumen-dokumen hukum ini tidak hanya memastikan kepatuhan regulasi tetapi juga meningkatkan kepercayaan pelanggan terutama pada UMKM berbasis makanan. Proses sertifikasi halal sangat penting mengingat mayoritas konsumen Indonesia beragama Islam dan persyaratan regulasi untuk peredaran makanan kemasan. Berdasarkan perencanaan kepatuhan saat ini, aspek legalitas dianggap terstruktur dan dapat dicapai.

Tabel 3.7 Status Legalitas UMKM Dapu Rin

Dokumen Legalitas	Definisi & Kegunaan	Status	Ringkasan Proses	Manfaat bagi Bisnis
NIB (Nomor Induk Berusaha)	Nomor Identitas Hukum yang diterbitkan melalui sistem OSS yang berfungsi sebagai izin dasar untuk kegiatan usaha dan menggantikan SIUP, TDP, dan API.	Sedang Berlangsung / Direncanakan	Pendaftaran melalui OSS (oss.go.id) memerlukan KTP, NPWP, dan detail usaha. Sistem secara otomatis menghasilkan NIB.	Memungkinkan legalitas bisnis formal, akses ke fasilitas perbankan, perizinan, dan program dukungan pemerintah.
NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)	Nomor Identitas Pajak Wajib yang diterbitkan oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk kepatuhan dalam administrasi keuangan dan pelaporan yang berkaitan dengan kegiatan usaha.	Sedang Berlangsung / Direncanakan	Daftar di ereg.pajak.go.id , unggah KTP, isi formulir, dan selesaikan verifikasi. NPWP akan dikirim ke email terdaftar.	Memungkinkan kepatuhan pajak, kelayakan untuk pembiayaan, pembukaan rekening bisnis, dan partisipasi dalam tender atau kontrak formal.
Sertifikat Halal	Sertifikasi resmi yang memastikan produk, bahan baku, dan proses produksi memenuhi standar hukum Islam, terutama penting bagi usaha makanan dan	Belum Diperoleh / Direncanakan untuk Tahun 2	Daftar melalui platform SiHalal, masukkan data produk dan bahan, verifikasi oleh BPJPH dan MUI, sertifikat diterbitkan jika memenuhi syarat.	Membangun kepercayaan konsumen, memastikan kepatuhan regulasi, memperluas pasar ke konsumen Muslim, dan memperkuat kredibilitas merek.

Dokumen Legalitas	Definisi & Kegunaan	Status	Ringkasan Proses	Manfaat bagi Bisnis
	minuman (F&B) di Indonesia.			

Sumber: Peneliti (2025).

Aspek Keuangan

Analisis kelayakan keuangan menunjukkan bahwa Dapu Rin mencapai hasil positif pada beberapa indikator keuangan, seperti PP, ARR, NPV, PI, IRR, ROI, dan BEP. Temuan ini sejalan dengan penelitian Juhainah (2025), yang menyatakan bahwa UMKM dengan proyeksi pemulihan modal positif dan aliran pendapatan yang stabil dikategorikan sebagai secara finansial layak. Uji sensitivitas juga menunjukkan ketahanan terhadap kenaikan moderat biaya bahan baku, menunjukkan risiko keuangan yang terkendali. Oleh karena itu, aspek keuangan dikategorikan sebagai layak dan berkelanjutan.

Tabel 3.8 Hasil Tes Kelayakan Finansial

Indikator	Hasil Perhitungan	Kriteria Kelayakan	Status
Payback Period (PP)	3,53 tahun	Maks. 4 tahun (UMKM)	Layak
Average Rate of Return (ARR)	11,56%	>10%	Layak
Net Present Value (NPV)	Rp 816.429	NPV > 0	Layak
Internal Rate of Return (IRR)	11,37%	> tingkat diskonto (10%)	Layak
Profitability Index (PI)	1,03	PI ≥ 1	Layak
Return on Investment (ROI)	12,65%	ROI Positif	Layak
Break Even Point (Unit)	8.000 pcs	Dicapai dalam perkiraan produksi tahunan	Layak
Break Even Point (Rupiah)	Rp50.002.286	Proyeksi pendapatan di bawah	Layak

Sumber: Peneliti (2025).

Berdasarkan Tabel 3.1, Dapu Rin UMKM dinyatakan secara finansial layak untuk beroperasi dan memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi produksi skala besar atau diversifikasi produk. Pertumbuhan arus kas yang konsisten, hasil penilaian kelayakan yang positif, dan efisiensi operasional menunjukkan bahwa bisnis ini memiliki prospek pertumbuhan yang baik di pasar kuliner perkotaan yang didorong oleh permintaan.

Secara keseluruhan, hasil studi ini menegaskan bahwa Dapu Rin Alam Sutera MSME memenuhi kriteria kelayakan dalam hal pasar, operasional teknis, sumber daya manusia, legalitas, dan keuangan. Kekuatan utama bisnis ini terletak pada potensi pasar yang luas, keunggulan produk, dan fleksibilitas dalam manajemen operasional. Dengan

STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA

mempertahankan kualitas dan memperluas strategi pemasarannya, Dapu Rin memiliki peluang besar untuk berkembang menjadi usaha kuliner UMKM yang kompetitif dan berkelanjutan di kawasan Alam Sutera.

4.2 Pembahasan

Temuan studi ini menunjukkan bahwa Dapu Rin Alam Sutera memenuhi kriteria kelayakan di lima dimensi bisnis utama: pasar dan pemasaran, operasional dan teknis, sumber daya manusia, legalitas, dan kelayakan finansial. Hasil ini menunjukkan bahwa bisnis ini berada pada posisi yang baik untuk pertumbuhan dan sejalan dengan karakteristik usaha kuliner mikro yang sukses yang tercatat dalam studi-studi terbaru. Pembahasan berikut ini menggabungkan temuan empiris dengan penelitian sebelumnya untuk menafsirkan kelayakan secara lebih kritis.

Penilaian pasar menunjukkan permintaan yang kuat dan terus meningkat untuk produk roti buatan rumah, didorong oleh perubahan gaya hidup di kalangan penduduk perkotaan yang lebih menyukai opsi makanan yang personal dan praktis. Temuan ini mendukung kesimpulan Nuphanudin et al. (2023), yang menyatakan bahwa preferensi konsumen di kawasan perumahan modern telah beralih ke makanan buatan rumah dan artisan karena persepsi tentang kesegaran, kebersihan, dan ikatan emosional terhadap produk. Demografi pelanggan Dapu Rin yang meliputi keluarga muda, mahasiswa, dan pekerja hybrid sesuai dengan temuan Turangan (2023), yang menunjukkan bahwa branding emosional dan diferensiasi produk secara signifikan memperkuat loyalitas pelanggan dalam UMKM kuliner niche. Penggunaan pemasaran digital-first melalui WhatsApp, Instagram, dan saluran komunitas sejalan dengan Sulistiani et al. (2025), yang berargumen bahwa keterlibatan media sosial dan mikro-influencer lebih efektif daripada iklan konvensional untuk bisnis makanan tahap awal.

Analisis pemasaran juga menunjukkan bahwa personalisasi produk dan branding melalui storytelling memperkuat ikatan konsumen, sejalan dengan temuan Pangesti dan Syahrinullah (2025), yang menyoroti bahwa nilai emosional dan koneksi konsumen dapat mengungguli persaingan harga di pasar yang padat. Oleh karena itu, berdasarkan perbandingan dengan studi sebelumnya, strategi saat ini dan yang direncanakan oleh Dapu Rin sejalan dengan model yang teruji dan dianggap layak serta dapat diskalakan.

Analisis operasional menunjukkan bahwa Dapu Rin telah menerapkan proses standar dan peralatan produksi skala kecil, memungkinkan output yang konsisten dan skalabilitas di masa depan. Temuan ini sejalan dengan Aditama et al. (2024), yang menemukan bahwa standarisasi operasional secara langsung berkontribusi pada konsistensi produk dan kelangsungan bisnis, terutama pada UMKM berbasis roti. Alur kerja terstruktur dan produksi berbasis SOP menunjukkan kesiapan untuk berkembang, mendukung temuan Munthe et al. (2024), yang menyatakan bahwa adopsi SOP dini mengurangi risiko operasional dan memfasilitasi otomatisasi atau ekspansi di masa depan. Selain itu, skalabilitas produksi dan aksesibilitas sumber bahan baku menunjukkan ketahanan terhadap fluktuasi permintaan, yang sejalan dengan temuan Sihite et al. (2025), yang mengidentifikasi aksesibilitas bahan baku dan prediktabilitas biaya sebagai faktor kunci kelangsungan hidup dalam bisnis donat berbasis rumah.

Analisis SDM menunjukkan bahwa Dapu Rin saat ini beroperasi melalui sistem yang berpusat pada pendiri, yang umum ditemukan pada bisnis kuliner berskala mikro. Struktur ini sejalan dengan temuan Nugroho (2022), yang menyatakan bahwa manajemen yang dipimpin pendiri umum terjadi pada tahap awal, namun harus berkembang menuju delegasi tugas untuk mendukung pertumbuhan. Rencana perekrutan untuk peran produksi dan pemasaran digital mencerminkan keselarasan dengan ekspansi bisnis dan standar kepatuhan. Rencana ini mendukung temuan Wirawan et al. (2025), yang menekankan bahwa pengembangan keterampilan berkelanjutan dalam praktik higiene, penanganan makanan, dan keterlibatan pelanggan secara signifikan mempengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap UMKM makanan. Oleh karena itu, meskipun kapasitas SDM saat ini memadai, perbaikan strategis sangat penting untuk mendukung skalabilitas.

Evaluasi legalitas menunjukkan kemajuan menuju kepatuhan terhadap persyaratan regulasi termasuk NIB, NPWP, dan sertifikasi halal. Pendekatan bertahap mencerminkan rencana implementasi realistis yang konsisten dengan kerangka regulasi. Menurut Usmi et al. (2024), status legalitas, terutama sertifikasi halal, secara signifikan meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan konsumen, terutama di sektor makanan dan minuman di Indonesia dimana kepercayaan terhadap produk sangat terkait dengan kepatuhan agama.

STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA

Analisis keuangan menunjukkan bahwa Dapu Rin memiliki nilai positif untuk NPV, IRR, PI, ROI, dan Payback Period, memenuhi standar kelayakan keuangan UMKM. Hasil ini sejalan dengan temuan Perdana et al. (2023), yang menyatakan bahwa UMKM yang menunjukkan indikator pengembalian modal positif dan permintaan yang stabil dapat dikategorikan sebagai layak secara keuangan.

Selain itu, analisis sensitivitas menunjukkan ketahanan terhadap kenaikan moderat biaya bahan baku, menunjukkan keberlanjutan keuangan. Temuan ini mendukung Febriansyah et al. (2025), yang menyimpulkan bahwa stabilitas keuangan UMKM diperkuat ketika penetapan harga mencerminkan nilai, bukan hanya persaingan berbasis biaya. Oleh karena itu, kelayakan keuangan Dapu Rin tidak hanya dikonfirmasi tetapi juga selaras dengan model teoritis keberlanjutan jangka panjang.

Ketika diintegrasikan, lima dimensi kelayakan menunjukkan keselarasan dengan penelitian sebelumnya dan kerangka kerja pengembangan UMKM yang telah ditetapkan. Kesiapan pasar, konsistensi operasional, struktur SDM yang dapat diskalakan, kepatuhan hukum yang terus berkembang, dan proyeksi keuangan positif secara kolektif menempatkan Dapu Rin sebagai UMKM kuliner yang layak dan siap tumbuh.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, penelitian ini membuktikan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Dapu Rin yang beroperasi di Cluster Jelita, Alam Sutera, layak untuk dikembangkan di lima dimensi kelayakan bisnis inti: pasar dan pemasaran, operasional dan kemampuan teknis, sumber daya manusia, legalitas, dan kinerja keuangan. Temuan menunjukkan bahwa bisnis ini memenuhi indikator kelayakan kunci dan menunjukkan kesiapan untuk berkembang, didukung oleh permintaan pasar yang kuat untuk produk roti yang personal, segar, dan berbasis rumah, terutama di kawasan perumahan premium. Penelitian ini memberikan kontribusi akademis dengan memperkuat bukti empiris bahwa bisnis kuliner rumahan berbasis pesanan dapat bersaing dan berkelanjutan jika didukung oleh positioning produk yang berbeda, branding emosional, dan pendekatan pemasaran digital-first. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan SOP operasional, perencanaan keuangan, proses legalitas yang terstruktur,

dan pengembangan SDM bertahap memiliki probabilitas lebih tinggi untuk skalabilitas jangka panjang dan kelangsungan bisnis di lingkungan perkotaan yang kompetitif.

Referensi untuk pengembangan usaha kuliner skala kecil yang ingin memperluas operasinya di kawasan perumahan modern. Peta jalan operasional, strategi perekrutan, tahapan legalitas, dan proyeksi keuangan yang diuraikan dalam temuan ini menyediakan panduan praktis yang dapat diadopsi atau disesuaikan oleh pemilik usaha, wirausaha komunitas, dan inkubator UMKM lokal. Namun, studi ini juga mengakui beberapa keterbatasan. Pertama, analisis didasarkan pada indikator kelayakan kualitatif-deskriptif, yang mungkin tidak menangkap perubahan dinamis dalam preferensi konsumen atau fluktuasi biaya seiring waktu. Kedua, proyeksi keuangan dikembangkan menggunakan model perkiraan daripada catatan keuangan historis jangka panjang, yang dapat mempengaruhi akurasi prediksi. Ketiga, studi ini berfokus pada satu kasus bisnis di lingkungan perkotaan tertentu, sehingga membatasi generalisasi untuk segmen geografis atau sosio ekonomi lainnya.

Secara keseluruhan, studi ini menyimpulkan bahwa Dapu Rin menunjukkan kelayakan dan potensi pertumbuhan yang kuat, asalkan upaya strategis berkelanjutan terutama dalam perluasan digital, penyelesaian legalitas, skalabilitas operasional, dan profesionalisasi sumber daya manusia terus diimplementasikan sejalan dengan perubahan perilaku konsumen dan dinamika persaingan yang berkembang.

DAFTAR REFERENSI

- Aditama, Y. F., Fitriyani, D. N., & Astuti, D. (2025). Studi kelayakan bisnis UMKM roti pisang: Perspektif legalitas, strategi pemasaran, manajemen keuangan, dan sumber daya manusia. *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 4(2), 2534–2542. <https://publisherqu.com/index.php/pediaqu/article/view/1869>
- Amelia, C. A., Amalia, R., Fitriyani, A. O., Lestari, A. S., & Pujiani, A. (2025). Analisis kelayakan bisnis pada UMKM untuk mendukung keberlanjutan usaha (Studi pada toko kue Qella.id, Bumiayu). *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, 2(4), 540–550. <https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jrme/article/view/5958>
- Aprilliani, S., & Ainun, E. (2025). Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian pada toko roti The Boutique Bakery cabang Cengkareng Jakarta Barat. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(2), 498–505. <https://doi.org/10.37481/sjr.v8i2.1056>
- Ardiansyah, M. R., Aditya, D. A., Zhafar, R. D., Khaqiqi, A. I., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2025). Sankiss Sandwich: Strategi Perencanaan dan Pengembangan Bisnis Makanan Sehat Berbasis Buah untuk Pasar Milenial. *Jurnal*

*STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III
SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA*

Pemberdayaan Ekonomi dan Masyarakat, 2(3), 17-17.
<https://doi.org/10.47134/jpem.v2i3.739>

Azzahra, F., Solihin, A., & Wijaya, S. (2024). Analisis Manajemen Keuangan Dan Pembiayaan Pada Pengembangan Kewirausahaan Dan Ukm Di Pekon Sinar Petir. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea), 8(3), 2107-2121.
<https://doi.org/10.31955/mea.v8i3.4707>

Chaniago, N., Ramadhan, R., Susanti, A. A. E., & Agustina, R. (2025). Pentingnya sertifikasi dan labelisasi halal pada bisnis UMKM. Berdaya: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian kepada Masyarakat, 7(2), 311-322.
<https://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/BERDAYA/article/view/1664>

Davelino, A., Gerrits, D. A., Saidina, M. T. F., Setiawan, B., & Prawiro, J. W. H. (2025). Analisis pengembangan UMKM Broshan: Studi kasus usaha kopi keliling di Tangerang. Jurnal Pariwisata dan Perhotelan, 2(4), 1-7.
<https://doi.org/10.47134/pjpp.v2i4.4220>

Eldon, M., & Ashari, D. R. W. (2025). Transformasi kapasitas pemasaran digital UMKM makanan ringan melalui workshop partisipatif di kawasan semi-perkotaan. Janita: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 5(1), 62-71.
<https://doi.org/10.36563/pengabdian.v5i1.1573>

Febriani, M. A., & Juwitaningtyas, T. (2025). Analisis Efisiensi Waktu Pada Produksi Bakmi Kering di CV Sundoro Indonesia Berdasarkan Kesesuaian Waktu Proses Aktual dengan Standar Operasional Prosedure (SOP). Jurnal Teknologi Pangan dan Hasil Pertanian, 20(2), 77-85. <https://doi.org/10.26623/jtphp.v20i2.12385>

Febriansyah, E., Dhayan, H., Martya, C., Azwani, A., Gaol, T. R. L., Pascasia, R. C. L., Zultami, S. I. (2025). Pelatihan penentuan harga pokok produksi dan strategi penetapan harga. Jurnal Pengabdian Masyarakat: IJTIMA', 2(1), 21-30.
<https://journal.uir.ac.id/index.php/ijtima/article/view/21752>

Gunawan, N., Hendra, N. A. H. A., Wahyu, Y. Y., & Setiawan, B. (2025). Pendampingan UMKM CHIPAO Dimsum di Alam Sutera. Jurnal IKRAITH-ABDIMA, 9(2), 92-101.
<https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/view/4071/3069>

Herijawati, E., Sulistiyowati, R., & Anggraeni, R. D. (2023). Analisa Kelayakan Usaha Dengan pendekatan Keuangan Pada Business Start-Up. RUBINSTEIN, 2(1), 40-49. <https://doi.org/10.31253/rubin.v2i1.2649>

Hidayat, A. (2024). Strategi periklanan terbaru food & beverage (F&B) di dunia digital di Asia Tenggara dan Indonesia juga manfaatnya bagi kedua belah pihak. EMaBi: Ekonomi dan Manajemen Bisnis, 3(2).
<https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi/article/view/3395>

Irmawati, I., Jumiono, A., & Amalia, L. (2025). Penerapan Sistem HACCP di Hotel T & Y: Pengaruh Cara Penanganan Produk Terhadap Kualitas Keamanan Pangan. Jurnal Ilmiah Pangan Halal, 7(1), 141-151.
<https://ojs.unida.info/JIPH/article/view/17048>

Irwandy, M. H. A. A., & Salleh, H. M. (2024). Integration of technology and

e-ISSN: 2809-7793; p-ISSN: 2827-8119, Hal 00-00

automation: Efficiency and halal-compliance in Brunei bakeries. *Journal of Halal Science and Technology*, 3(1), 52–64. <https://unissa.edu.bn/journal/index.php/jhst/article/view/802>

Juhainah, J. (2025). Manajemen risiko keuangan dalam menunjang stabilitas usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Pringsewu. *Journal of Economic, Management, Business, Accounting Sustainability*, 2(2), 79–88. <https://doi.org/10.63477/joembas.v2i2.194>

Kuncoro, A., Falza, M., Saibilul, A., & Djuanda, G. (2025). Pengendalian risiko pada usaha toko roti di Sukabumi. *Penerbit Tahta Media*. <https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/1217>

Listyaningrum, R. S., Alfatah, R. F., Amelianawati, M., Khairunnisa, Z., & Arelly, F. S. (2024). Pendampingan Peningkatan Kualitas Produksi dan Legalitas Produk UMKM Dimsum Eat'eung di Kecamatan Cileunyi. *Warta LPM*, 479-489. <https://doi.org/10.23917/warta.v27i3.6911>

Lubis, A. L., Fatimah, Z., & Haikal, C. M. (2024). Pengembangan kapasitas karyawan restoran sederhana dalam hygiene dan sanitasi melalui pelatihan praktis. *Jurnal Keker Wisata*, 2(2), 182–196. <https://jurnal.btp.ac.id/index.php/jurnalkekerwisata/article/view/260>

Malik, A., Djaganata, A. Y., Kurniawan, N. E., & Oktavia, Y. (2024). Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(10), 7155-7169. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/1908>

Manik, C. M., & Simanjuntak, M. (2024). Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Digital Terhadap Loyalitas Pelanggan dan Peningkatan Daya Saing UMKM Di Restoran Damar Balige. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 2(2), 95-114. <https://multi.risetakademik.com/index.php/jim/article/view/18>

Maulina, L., & Sufianti, R. A. (2025). Kecenderungan masyarakat dalam konsumsi produk patiseri sehat dan kaitannya dengan perkembangan bisnis patiseri. *Journal Scientific of Mandalika*, 6(4), 988–995. <https://ojs.cahayamandalika.com/index.php/jomla/article/view/4374>

Mawaddah, I. A., Putri, E. Y., Radinsyah, M. F., Kusuma, F. A. R., Wibowo, F. L. K., Rahmadi, F. J., & Agustina, T. S. (2025). Strategi pengembangan donat bomboloni melalui analisis pemasaran, keuangan, dan preferensi pembelian mahasiswa. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(2), 459–471. <https://indojurnal.com/index.php/ekopedia/article/view/341>

Miradji, M. A., Bayuadi, B., Aisyah, R. T. I., Mariana, P., Pratomo, T. A., & Sholichah, N. M. A. (2025). Analisis Profitabilitas dan Efisiensi Biaya pada Usaha Rujak Cireng sebagai Produk Kuliner UMKM. *Journal of Economics, Management, and Accounting*, 1(1), 230-238. <https://scriptaintelektual.com/scripta-economica/article/view/168>

Munthe, Y. S., Hasugian, M., & Zebua, Y. R. (2024). Analisis manajemen risiko pada UMKM Donat Kentang Syifa Medan. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(4), 363–373. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/433>

STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA

- 1
 - 31
 - 7
 - 59
 - 58
 - 29
 - 38
 - 10
 - 66
 - 88
 - 2
 - 18
 - 5
- Najiyah, N., Amelia, L., Himmah, N. F. A., Aziz, M. D. N., & Qurratu'Aini, N. I. (2025). Peran Pendampingan Pembuatan NIB dalam Mendukung Legalitas dan Keberlanjutan UMKM. *Nusantara Community Empowerment Review*, 3(1), 136-139. <https://doi.org/10.55732/ncer.v3i1.1534>
- Nastiti, W. A. R., Wibowo, J., & Suhandiah, S. (2023). Analisis kelayakan bisnis produksi tas backpack: Studi tentang potensi pasar berdasarkan 6 aspek kelayakan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(2), 253-268. <https://ejournal.penerbitjurnal.com/index.php/business/article/view/168>
- Nathania, G., Jayadiputri, T., Salsabila, S. A., Tayindra, D., & Setiawan, B. (2025). Strategi pemasaran UMKM melalui pendampingan di Kedai Sambal Cobek Bu Yudhi. *Jurnal Tinjauan Manajemen dan Akuntansi Mahasiswa*, 1(2), 80–87. <https://jurnal.pradita.ac.id/index.php/jtmam/article/view/114>
- Nugroho, H. W., & Kurniawati, Y. (2025). Pemberdayaan UMKM dan Pentingnya Sertifikasi Halal untuk Mempermudah Distribusi Produk di Rumah BUMN Bersama Mitra PNM. *Journal of Social and Community Service*, 4(3), 117-127. <https://jes-tm.org/index.php/jestmc/article/view/318>
- Nugroho, S. (2022). Manajemen dan kurasi pameran desain. *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*. <https://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/389>
- Nuphanudin, N., Roza, Y. M., Nani, N., Dharmawan, D. I., & Za, S. Z. (2023). Persepsi masyarakat tentang kualitas produk makanan khas ramadhan di pasar tradisional. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 472–488. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2958>
- Nurjannah, D. K., Nugraha, A., & Rizal, A. R. A. (2024). Analisis Segmentasi Pasar pada UMKM Kuliner Katering: Studi Kasus pada CV. Faoladi Jember. *Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Eksakta*, 4(1), 22-31. <https://trilogi.pubmedia.id/index.php/trilogi/article/view/155>
- Nurkholis, M., Prihatiningtias, Y. W., Dahlia, S. P., Mukmin, M. N., & SE, M. A. (2025). Desain riset mixed methods dalam akuntansi, manajemen, dan bisnis. PT RajaGrafindo Persada. https://books.google.co.id/books?id=HbOJEQAAQBAJ&dq=Pendekatan+kualitas+if+dipilih+karena+memberikan+keleluasaan+bagi+peneliti+untuk+memahami+kondisi+usaha+secara+mendalam+melalui+interaksi+langsung+dengan+pemilik,+karyawan,+dan+pelanggan+&lr=&source=gbs_na
- Oktavia, T., Orlena, M., Hidayat, G., Putri, T. I., & Setiawan, B. (2025). Strategi pemasaran melalui pendampingan UMKM Bakaran Bos di Gading Serpong. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*, 2(3), 1–9. <https://doi.org/10.47134/pjpp.v2i3.4128>
- Pangesti, N. A., & Syahrinullah, S. (2025). Membangun strategi koneksi emosional pelanggan pada counter Siti Cell di Tangerang. *Journal of Management Branding*, 2(1), 102–113. <https://doi.org/10.71326/jmb.v2.i1.72>
- Perdana, M. A. C., Sulistyowati, N. W., Ninasari, A., Jainudin, & Mokodenseho, S. (2023). Analisis pengaruh pembiayaan, skala usaha, dan ketersediaan sumber daya manusia terhadap profitabilitas UMKM. *Sanskara Ekonomi dan*

e-ISSN: 2809-7793; p-ISSN: 2827-8119, Hal 00-00

Kewirausahaan, 1(03), 135–148. <https://doi.org/10.58812/sek.v1i03.120>

Rosidah, S. N., & Rohman, A. (2024). Penerapan Aspek Pasar Dan Pemasaran Dalam Kelayakan Proyeksi Investasi. *Jurnal Media Akademik (Jma)*, 2(6). <https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/496>

Romadhoni, I. F., Sutiadiningsih, A., Purwidiani, N., Sulandari, L., & Dewi, I. H. P. (2025). Penerapan bisnis model canvas pada hasil praktek operasional kuliner Indonesia sebagai produk usaha komersial. *Harmoni Pendidikan: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 2(1), 12–24. <https://doi.org/10.62383/hardik.v2i1.911>

Saputra, R. A., & Rohman, A. (2024). S Studi Kelayakan Bisnis Syariah Pengembangan UMKM “Dodolanku Surabaya”: Analisis Aspek Pemasaran. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 53-59. <https://doi.org/10.30787/jiembi.v2i2.1476>

Sarah, S., Syamsuddin, S., Asngadi, A., & Dwiwijaya, K. A. (2024). Pelaksanaan quality control yang efektif dalam sistem produksi dan operasional pada CV Sofie Tunggadewi Industri di Kota Palu. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 5(1), 622–630. <https://ojs.cahayamandalika.com/index.php/jcm/article/view/3766>

Sarosa, S. (2021). Analisis data penelitian kualitatif. PT Kanisius. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=YY9LEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Dalam+proses+pengumpulan+metode+kualitatif+jumlah+responden+yang+dipilih+adalah+sampai+titik+kejenuhan+data&ots=gACa8QZ-Jk&sig=LIT TcExqEHATUdCaHrGakVgoeBM&redir_esc=y#v=onepage&q&f

Semarandana, I. P. Y. A., & Mustika, M. D. S. (2025). Strategi pengembangan usaha ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan industri kuliner di Kota Denpasar. *Journal of Business, Finance, and Economics*, 6(1), 75–86. <https://doi.org/10.32585/jbfe.v6i1.6588>

Sianturi, P. W., Fauziah, S., Sahira, S., Kelaury, S. A., Aditya, F., & Sihombing, D. (2025). Strategi Pengelolaan Produksi dalam Industri Kerupuk Opak: Efisiensi Bahan Baku, Tenaga Kerja, dan Reduksi Pemborosan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(2). <https://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/view/26003>

Sihite, A. M. H., Sianturi, M., & Lubis, N. N. (2025). Pengaruh kualitas dan bahan baku terhadap tekstur dan rasa donat pada UMKM Donat di Desa Naga Timbul. *Ebisma: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 1(02), 48–52. <https://jurnal.devitara.or.id/index.php/bisnis/article/view/168>

Sulistiani, N. N., Suardana, I. K. P., & Widaswara, R. Y. (2025). Peran influencer dalam strategi promosi melalui media sosial TikTok. *Ngaksama: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 24–30. <https://journal.ganendra.id/index.php/ngaksama/article/view/5>

Sulistiyowati, E., Lukiastuti, F., & Retnosary, R. (2025). Analisis Beban Kerja Dan Kebutuhan Sumber Daya Manusia Dalam Aktivitas Bisnis Supplier Buah Dan Sayur Cahaya Buah Semarang 3 1, 2 Menggunakan Metode Full Time Equivalent (FTE). *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 13(1), 66-84. <https://jurnal.stiebankbpdjateng.ac.id/jurnal/index.php/magisma/article/view/480>

**STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DI PLAZA TUNJUNGAN III
SURABAYA DALAM MEMASARKAN SEMUA PRODUKNYA**

- 4 Tanjung, M. A. J., Sagala, R. A., & Manurung, W. C. S. R. (2025). Strategi inovasi dan diferensiasi produk untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital. Makro Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 10(1), 46–60. <http://dx.doi.org/10.53712/jmm.v10i1.2688>
- 22 Turangan, J. A. (2024). Pendampingan penerapan strategi branding untuk pengembangan UMKM kuliner malam Jakarta Pusat. Jurnal Serina Abdimas, 2(3), 1218–1225. <https://doi.org/10.24912/jsa.v2i3.32202>
- 22 Usmi, V., Nagara, S. H., Majestica, A., Sukmawati, S., & Lestarka, D. P. (2024). Hak atas informasi bagi konsumen terhadap labelisasi halal dan non halal pada industri kuliner. Indonesian Journal of Law and Justice, 2(1), 9–9. <https://doi.org/10.47134/ijlj.v2i1.3173>
- 21 Wanti, E. T., & Yunita, T. (2024). Analisis SWOT dalam pengembangan produk usaha rumahan Donut's Amira. Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial, 1(12), 74–77. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12172668>
- 82 Wijayanti, D. I., Palasari, R. S., & Ulum, F. (2025). Optimalisasi Manajemen Keuangan UMKM: Pendampingan Perhitungan HPP dan Laporan Laba Rugi pada Binaan BAZNAS: Pengabdian. Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan, 4(1), 2540-2548. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2035>
- 41 Wirawan, K., Arthajaya, G. S., Firmani, P. S., & Julianawati, P. E. (2025). Pemberdayaan UMKM kuliner pasar Desa Blahkiuh melalui digital marketing dan standarisasi hygiene. Jurnal Abdi Masyarakat, 5(2), 82–91. <https://jam.ipb-intl.ac.id/index.php/jam/article/view/84>
- 43 Yuwono, V. K., Soediro, M., & Grasielda, I. (2025). Pengaruh Penerapan SOP terhadap Efektivitas Kinerja Internal dan Dampaknya terhadap Kualitas Produk UMKM Kuliner di Surabaya. Jurnal Manajemen Perhotelan, 11(1), 59-66. <https://doi.org/10.9744/jmp.11.1.59-66>