

Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada UMKM *Reseller Snack* “SHOFIE SHOP” di Balikpapan Tengah

Dwi Amilina¹, Siti Rahmayuni², Anwar Arifin Pinem³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Manajemen, Universitas Mulia, Balikpapan, Indonesia
Email: ¹2322180@students.universitasmulia.ac.id, ²yuni.anwar@gmail.com, ³raraaini2015@gmail.com

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis UMKM *Reseller Snack* SHOFIE SHOP di Balikpapan Tengah sebagai dasar penyusunan strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis kelayakan dilakukan berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, teknis dan operasional, manajemen, hukum, serta keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SHOFIE SHOP layak untuk dijalankan dan dikembangkan. Aspek pasar menunjukkan adanya permintaan yang relatif stabil, meskipun pemasaran digital masih perlu ditingkatkan untuk memperkuat daya saing usaha. Aspek teknis dan operasional dinilai efektif melalui penerapan model bisnis *reseller* yang fleksibel. Dari aspek hukum, usaha telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), namun sertifikasi halal masih perlu diupayakan. Sementara itu, analisis keuangan menunjukkan hasil yang positif dengan *Payback Period* selama 2 bulan dan *Return on Investment* (ROI) sebesar 600%. Dengan demikian, SHOFIE SHOP memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan melalui penguatan pemasaran digital, penyempurnaan legalitas, dan peningkatan sistem manajemen usaha.

Kata Kunci: Studi Kelayakan Bisnis, UMKM, *Reseller Snack*, Balikpapan Tengah, Strategi Pengembangan

Abstract—*This study aims to analyze the business feasibility of SHOFIE SHOP, a snack reseller MSME located in Central Balikpapan, as a basis for formulating sustainable business development strategies. This research employed a descriptive qualitative method with data collected through observation, interviews, and documentation. The feasibility analysis was conducted based on market and marketing, technical and operational, management, legal, and financial aspects. The results indicate that SHOFIE SHOP is feasible to operate and further develop. From the market aspect, the business shows relatively stable demand, although digital marketing needs to be strengthened to enhance competitiveness. The technical and operational aspects are considered effective due to the flexibility offered by the reseller business model. From the legal aspect, the business has obtained a Business Identification Number (NIB), while halal certification remains a future priority. Financial analysis shows positive results, with a Payback Period of 2 months and a Return on Investment (ROI) of 600%. Therefore, SHOFIE SHOP has promising development prospects through the enhancement of digital marketing, improvement of legal compliance, and implementation of a more structured management system.*

Keywords: *Bussines Feasibility Study, MSMEs, Snack Reseller, Central Balikpapan, Development Strategy*

1. PENDAHULUAN

Sektor kuliner merupakan salah satu bidang usaha yang mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir dan menjadi pilihan banyak pelaku UMKM karena memiliki pasar yang luas serta berkaitan erat dengan kebutuhan konsumsi masyarakat. Pertumbuhan permintaan terhadap makanan ringan atau *snack* membuka peluang usaha yang menjanjikan, termasuk bagi pelaku usaha yang menerapkan model bisnis *reseller*. Melalui model ini, pelaku usaha dapat menjalankan bisnis dengan modal dan risiko yang relatif lebih rendah karena tidak terlibat langsung dalam proses produksi, sehingga dapat lebih fokus pada kegiatan pemasaran dan distribusi produk.

Model bisnis *reseller* menjadi salah satu alternatif usaha yang banyak diminati oleh pelaku UMKM karena menawarkan kemudahan dalam memulai usaha dengan kebutuhan modal yang relatif terjangkau. Dalam model ini, pelaku usaha berperan sebagai perantara yang menjual kembali produk dari pemasok kepada konsumen tanpa melalui proses produksi. Selain memberikan peluang keuntungan, model ini juga memungkinkan pelaku usaha lebih fokus pada kegiatan pemasaran, pelayanan pelanggan, serta pengelolaan distribusi produk. Namun demikian, tingginya tingkat persaingan pasar, perubahan preferensi konsumen, serta ketergantungan terhadap pemasok menjadi tantangan yang perlu dikelola agar usaha dapat berkembang secara berkelanjutan (Muhammad et al., 2025).

Meskipun memiliki prospek yang menjanjikan, usaha reseller tetap menghadapi berbagai tantangan seperti persaingan pasar, perubahan preferensi konsumen, dan pengelolaan usaha yang belum optimal. Oleh karena itu, studi kelayakan bisnis diperlukan untuk menilai apakah suatu usaha layak dijalankan dan dikembangkan. Studi kelayakan bisnis merupakan proses evaluasi yang bertujuan menilai kelayakan suatu usaha dari berbagai aspek guna meminimalkan risiko dan mendukung pengambilan keputusan yang tepat (Sulistiyowati, 2019). Dalam penelitian ini, aspek yang digunakan meliputi aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen dan sumber daya manusia, aspek hukum, serta aspek keuangan yang digunakan untuk menilai potensi pasar, kesiapan operasional, kemampuan pengelolaan usaha, legalitas usaha, dan kondisi keuangan secara menyeluruh (Adnyana, 2020; Sulistiyowati, 2019).

Meskipun penelitian mengenai kelayakan UMKM kuliner telah banyak dilakukan, kajian yang secara khusus membahas model bisnis reseller masih relatif terbatas, terutama di Kota Balikpapan. Balikpapan Tengah sebagai salah satu pusat aktivitas ekonomi memiliki karakteristik pasar yang dinamis sehingga memerlukan analisis yang mempertimbangkan kondisi lokal, tingkat persaingan, serta pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM.

Beberapa penelitian terdahulu telah menunjukkan urgensi studi kelayakan bisnis dalam membantu UMKM meminimalkan risiko dan meningkatkan keberlanjutan usaha. (Wijaya et al., 2026) pada UMKM Dapu.Rin Alam Sutera menemukan bahwa integrasi strategi pemasaran digital serta standarisasi operasional menjadi faktor penting dalam pengembangan UMKM kuliner di kawasan perkotaan. Hasil penelitian (Herwanto et al., 2024) pada Toko Bintang Mandiri Bekasi juga menunjukkan bahwa aspek lokasi strategis dan intensitas promosi berpengaruh terhadap kelayakan pemasaran, sementara dari sisi keuangan usaha tersebut dinyatakan layak dengan nilai *Profitability Index* di atas satu. Inayah & Muhammad (2024) menegaskan bahwa meskipun suatu usaha dapat dikategorikan layak dari aspek pasar dan hukum, kelemahan utama sering muncul pada aspek manajemen karena masih terpusat pada pemilik usaha. Sejalan dengan itu, (Saputra & Rohman, 2024) dalam studi UMKM Dodolanku Surabaya menunjukkan bahwa branding yang unik serta strategi harga yang kompetitif berperan penting dalam menjaga daya saing usaha di tengah persaingan pasar yang ketat.

UMKM Reseller Snack SHOFIE SHOP dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki potensi pasar yang baik, namun masih menghadapi tantangan dalam pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran yang belum terukur secara formal. Selain itu, usaha ini belum pernah melakukan studi kelayakan bisnis sehingga diperlukan evaluasi untuk mendukung pengembangan usaha di masa mendatang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis UMKM Reseller Snack SHOFIE SHOP di Balikpapan Tengah berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen dan sumber daya manusia, aspek hukum, serta aspek keuangan guna merumuskan strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan dan kompetitif.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan fenomena yang terjadi secara mendalam berdasarkan kondisi alamiah objek penelitian. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis kondisi dan kelayakan bisnis UMKM *Reseller Snack SHOFIE SHOP* di Balikpapan Tengah berdasarkan fakta yang ditemukan di lapangan (Sugiyono, 2022).

2.2 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah UMKM *Reseller Snack SHOFIE SHOP* yang berlokasi di Balikpapan Tengah, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur. SHOFIE SHOP merupakan usaha yang bergerak di bidang penjualan kembali (*reseller*) berbagai produk makanan ringan (*snack*). Penelitian difokuskan pada analisis kelayakan bisnis berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen dan sumber daya manusia, aspek hukum, serta aspek keuangan.

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas usaha, kondisi lokasi, proses operasional, serta sarana dan prasarana yang digunakan dalam menjalankan usaha. Wawancara dilakukan melalui proses tanya jawab secara langsung dengan pemilik usaha menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur untuk memperoleh informasi terkait aspek pasar dan pemasaran, teknis dan teknologi, manajemen dan sumber daya manusia, hukum, serta keuangan. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data melalui berbagai dokumen pendukung seperti foto kegiatan usaha, catatan penjualan, bukti transaksi, dan dokumen legalitas usaha yang dimiliki. Penggunaan kombinasi teknik pengumpulan data ini bertujuan untuk memperoleh data yang lebih lengkap, mendalam, dan sesuai dengan kondisi lapangan (Sugiyono, 2022).

2.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan model analisis interaktif yang dilakukan secara berkesinambungan sejak pengumpulan data hingga penelitian selesai, yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan memfokuskan data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi sesuai dengan fokus penelitian. Selanjutnya, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian deskriptif berdasarkan aspek-aspek studi kelayakan bisnis agar mudah dipahami. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi yang dilakukan dengan merumuskan hasil temuan serta mengecek kembali data melalui perbandingan dari berbagai sumber untuk memastikan keabsahan data penelitian (Sugiyono, 2022).

2.5 Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini diuji menggunakan teknik triangulasi untuk memastikan tingkat kepercayaan dan validitas data yang diperoleh. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber serta berbagai teknik pengumpulan data, seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini digunakan triangulasi sumber dan triangulasi metode untuk memastikan konsistensi data yang diperoleh dari pemilik usaha dan data pendukung lainnya sehingga hasil penelitian menjadi lebih akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Sugiyono, 2022).

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

3.1 Gambaran Umum



Gambar 3.1 Spanduk penunjuk arah lokasi

UMKM *Reseller Snack* SHOFIE SHOP merupakan usaha mikro yang bergerak di bidang penjualan kembali (*reseller*) makanan ringan yang berdiri pada tahun 2019 dan berlokasi di Balikpapan Tengah, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur. Lokasi usaha yang berada di kawasan perkotaan dengan aktivitas ekonomi yang tinggi memberikan dukungan terhadap akses pasar yang lebih luas.

Usaha ini menawarkan berbagai produk snack seperti sus coklat dan vanilla, aneka coklat Silverqueen, berbagai varian makaroni (spiral, pipa pedas, dan original daun jeruk), serta cemilan kering seperti spring rolls. Keragaman produk tersebut ditujukan untuk menjangkau berbagai segmen konsumen dengan tingkat daya beli yang berbeda, dengan sistem penjualan yang dilakukan secara langsung maupun melalui media komunikasi digital.

3.2 Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis potensi permintaan, tingkat persaingan, serta strategi pemasaran UMKM *Reseller Snack* SHOFIE SHOP di Balikpapan Tengah. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara sebagai data primer, produk yang dipasarkan memiliki permintaan yang relatif stabil karena termasuk kebutuhan konsumsi harian masyarakat sebagai camilan. Produk yang dijual memiliki variasi yang cukup beragam dengan harga yang bervariasi, yaitu sus coklat dan vanilla (250 gr Rp21.000; 500 gr Rp40.000), coklat Silverqueen (Rp12.000/pcs; Rp115.000/box isi 10 pcs varian mete dan almond), makaroni spiral pedas daun jeruk (250 gr Rp13.000; 500 gr Rp25.000), makaroni pipa dengan varian pedas, jeruk, dan original (250 gr Rp13.000; 500 gr Rp25.000), serta spring rolls (250 gr Rp22.000; 500 gr Rp42.000). Variasi produk dan harga tersebut menunjukkan adanya upaya untuk menjangkau berbagai segmen konsumen dengan daya beli yang berbeda.

Dari sisi pasar, SHOFIE SHOP menasar masyarakat di wilayah Balikpapan Tengah yang memiliki kecenderungan konsumtif terhadap produk makanan ringan, didukung oleh lokasi usaha yang berada di kawasan perkotaan dengan aktivitas ekonomi yang cukup tinggi. Sementara itu, tingkat persaingan tergolong ketat karena banyaknya pelaku usaha sejenis, baik reseller maupun toko snack lainnya. Namun demikian, usaha ini masih memiliki peluang untuk bersaing melalui keberagaman produk, harga yang kompetitif, serta pelayanan yang responsif terhadap konsumen. Strategi pemasaran yang diterapkan masih bersifat sederhana, yaitu melalui penjualan langsung serta pemanfaatan media komunikasi WhatsApp untuk promosi dan pemesanan, serta didukung oleh promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Meskipun belum sepenuhnya memanfaatkan pemasaran digital secara optimal, strategi tersebut masih cukup efektif dalam mempertahankan pelanggan yang ada.

Secara keseluruhan, aspek pasar dan pemasaran menunjukkan bahwa UMKM *Reseller Snack* SHOFIE SHOP memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan. Namun, diperlukan penguatan strategi pemasaran digital serta perluasan jangkauan pasar agar daya saing usaha dapat semakin meningkat di tengah persaingan yang semakin ketat.

3.3 Aspek Teknis & Operasional

Aspek teknis dan operasional dalam penelitian ini digunakan untuk menilai kesiapan proses kegiatan usaha, meliputi alur operasional, sarana pendukung, serta efektivitas pelaksanaan usaha UMKM *Reseller Snack* SHOFIE SHOP di Balikpapan Tengah. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, kegiatan usaha ini dijalankan dengan sistem reseller sehingga tidak melibatkan proses produksi secara langsung. Proses operasional dimulai dari pemilihan produk dari pemasok, penyimpanan stok dalam jumlah terbatas, hingga penjualan dan distribusi kepada konsumen. Pemasaran dan transaksi dilakukan melalui pemesanan langsung maupun media komunikasi *WhatsApp*, sehingga proses operasional dapat berjalan secara fleksibel dan sederhana.

Dari aspek sarana dan prasarana, usaha ini memanfaatkan fasilitas dasar seperti tempat penyimpanan produk, kemasan, serta perangkat komunikasi berupa smartphone yang digunakan untuk mendukung kegiatan pemasaran dan transaksi. Lokasi usaha yang berada di lingkungan permukiman juga memberikan kemudahan dalam proses distribusi kepada konsumen sekitar. Secara keseluruhan, aspek teknis dan operasional menunjukkan bahwa UMKM *Reseller Snack* SHOFIE SHOP telah memiliki sistem kerja yang sederhana namun cukup efektif dalam mendukung kegiatan usaha. Meskipun demikian, diperlukan peningkatan dalam pengelolaan stok serta pemanfaatan teknologi digital agar operasional usaha menjadi lebih efisien dan memiliki daya saing yang lebih tinggi.

3.4 Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Aspek manajemen dan sumber daya manusia dalam penelitian ini digunakan untuk menilai pola pengelolaan usaha serta keterlibatan tenaga kerja pada UMKM *Reseller Snack SHOFIE SHOP* di Balikpapan Tengah. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, pengelolaan usaha masih dilakukan secara sederhana dan sepenuhnya berada di bawah kendali pemilik usaha tanpa adanya struktur organisasi formal. Dalam pelaksanaan operasional, pemilik usaha berperan sebagai pengelola utama yang menangani seluruh aktivitas, mulai dari pengadaan produk, pemasaran, pencatatan transaksi, hingga pelayanan kepada konsumen. Sistem kerja yang diterapkan masih bersifat informal, namun tetap berjalan efektif karena skala usaha yang masih tergolong kecil dan belum memerlukan pembagian tugas yang kompleks.

Dari aspek sumber daya manusia, usaha ini belum memiliki karyawan tetap sehingga seluruh kegiatan operasional bergantung pada pemilik usaha. Kondisi ini memberikan keleluasaan dalam pengambilan keputusan, namun menjadi keterbatasan apabila terjadi peningkatan volume penjualan yang membutuhkan pembagian tugas yang lebih terstruktur. Secara keseluruhan, aspek manajemen dan sumber daya manusia pada UMKM *Reseller Snack SHOFIE SHOP* masih berada pada tahap sederhana, namun cukup mendukung operasional usaha pada skala mikro. Untuk pengembangan ke depan, diperlukan pembentukan sistem manajemen yang lebih terstruktur serta penambahan tenaga kerja apabila skala usaha semakin meningkat.

3.5 Aspek Hukum

Aspek hukum dalam penelitian ini digunakan untuk menilai kelengkapan legalitas usaha pada UMKM *Reseller Snack SHOFIE SHOP* di Balikpapan Tengah. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, usaha ini telah memiliki legalitas dasar dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. SHOFIE SHOP telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai bentuk legalitas formal usaha. Namun demikian, untuk perizinan pendukung lainnya seperti sertifikasi halal dan izin tambahan terkait produk masih belum sepenuhnya lengkap atau masih dalam tahap pengembangan.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa secara umum usaha telah memiliki dasar legalitas yang memadai untuk menjalankan kegiatan usaha. Akan tetapi, penguatan aspek hukum masih diperlukan guna meningkatkan kredibilitas usaha serta memperkuat kepercayaan konsumen dan daya saing di pasar. Secara keseluruhan, aspek hukum pada UMKM *Reseller Snack SHOFIE SHOP* dapat dikatakan cukup layak pada tingkat dasar, namun masih perlu pengembangan lebih lanjut agar sesuai dengan standar legalitas usaha yang lebih lengkap dan profesional.

3.6 Aspek Keuangan

Aspek keuangan dalam penelitian ini digunakan untuk menilai kelayakan finansial UMKM *Reseller Snack SHOFIE SHOP* di Balikpapan Tengah berdasarkan modal usaha, biaya operasional, pendapatan, serta indikator kelayakan usaha. Data diperoleh melalui wawancara dengan pemilik usaha sebagai sumber data primer.

Modal awal usaha sebesar Rp2.000.000 yang bersumber dari dana keluarga, sehingga usaha tidak memiliki beban utang. Modal tersebut digunakan untuk pembelian stok barang dan perlengkapan usaha. Dalam operasionalnya, usaha mengeluarkan biaya rutin bulanan sebesar Rp300.000 yang terdiri dari biaya listrik dan transportasi. Sementara itu, pendapatan usaha berasal dari penjualan snack dengan laba kotor sekitar Rp1.000.000 per bulan dan laba bersih sebesar Rp400.000 setelah dikurangi biaya operasional serta alokasi imbalan pemilik.

Tabel 4.1 Ringkasan Kondisi Keuangan Usaha

Komponen	Nilai
Modal Awal	Rp2.000.000
Biaya Operasional	Rp300.000/bulan
Laba Kotor	Rp1.000.000/bulan
Laba Bersih	Rp400.000/bulan

Berdasarkan hasil analisis kelayakan finansial, usaha memiliki *Break Even Point* (BEP) sebesar 60 produk per bulan, sedangkan penjualan aktual mencapai sekitar 200 produk per bulan. Hal ini menunjukkan bahwa usaha telah melewati titik impas dengan margin yang cukup baik. Selain itu, *Payback Period* menunjukkan bahwa modal awal dapat kembali dalam waktu 2 bulan, serta *Return on Investment* (ROI) mencapai 600%, yang mengindikasikan tingkat pengembalian investasi yang sangat tinggi.

3.7 Hasil Analisis

Berdasarkan hasil analisis pada aspek pasar dan pemasaran, teknis dan operasional, manajemen dan sumber daya manusia, hukum, serta keuangan, UMKM *Reseller Snack SHOFIE SHOP* di Balikpapan Tengah secara umum menunjukkan kondisi usaha yang baik dan memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut. Pada aspek pasar dan pemasaran, usaha memiliki peluang yang cukup baik karena produk makanan ringan merupakan kebutuhan konsumsi yang bersifat rutin. Variasi produk dan harga yang beragam memberikan kemampuan usaha untuk menjangkau berbagai segmen konsumen, meskipun strategi pemasaran yang diterapkan masih sederhana dan belum optimal dalam pemanfaatan media digital.

Pada aspek teknis dan operasional, sistem *reseller* yang diterapkan membuat kegiatan usaha berjalan secara sederhana, fleksibel, dan efisien. Seluruh proses, mulai dari pengadaan, penyimpanan, hingga penjualan produk, dapat dilakukan tanpa proses produksi, sehingga sesuai untuk skala usaha mikro. Pada aspek manajemen dan sumber daya manusia, pengelolaan usaha masih bersifat informal dan sepenuhnya dijalankan oleh pemilik usaha tanpa tenaga kerja tambahan. Kondisi ini masih sesuai dengan skala usaha saat ini, namun menjadi keterbatasan apabila terjadi peningkatan volume kegiatan usaha di masa mendatang. Pada aspek hukum, usaha telah memiliki legalitas dasar berupa Nomor Induk Berusaha (NIB). Namun demikian, masih diperlukan penguatan melalui kelengkapan perizinan lain seperti sertifikasi halal untuk meningkatkan kredibilitas usaha dan kepercayaan konsumen.

Sementara itu, pada aspek keuangan, usaha menunjukkan kondisi yang positif dengan kemampuan menghasilkan laba bersih, menutup biaya operasional, serta memenuhi indikator kelayakan usaha. Hal ini tercermin dari BEP yang telah terlampaui, *Payback Period* yang relatif cepat, serta *Return on Investment* (ROI) yang tinggi.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa UMKM *Reseller Snack SHOFIE SHOP* di Balikpapan Tengah secara umum memiliki tingkat kelayakan usaha yang baik dan berpotensi untuk terus dikembangkan. Penilaian tersebut didasarkan pada hasil analisis terhadap aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasional, aspek manajemen dan sumber daya manusia, aspek hukum, serta aspek keuangan yang menunjukkan bahwa usaha memiliki kemampuan untuk menjalankan kegiatan bisnis secara berkelanjutan.

Dari sisi pasar dan pemasaran, usaha memiliki peluang yang cukup menjanjikan karena bergerak pada sektor makanan ringan yang memiliki tingkat permintaan relatif stabil. Keragaman produk yang ditawarkan serta rentang harga yang dapat menjangkau berbagai kelompok konsumen menjadi keunggulan yang mendukung daya saing usaha. Selain itu, lokasi usaha yang berada di kawasan perkotaan dengan aktivitas ekonomi yang tinggi turut memberikan peluang pasar yang lebih luas. Meskipun demikian, pemanfaatan media digital dalam kegiatan pemasaran masih perlu ditingkatkan agar jangkauan pasar dan kemampuan bersaing usaha dapat berkembang secara lebih optimal.

Pada aspek teknis dan operasional, model bisnis *reseller* yang diterapkan memberikan kemudahan dalam menjalankan usaha karena tidak memerlukan proses produksi serta didukung oleh sistem operasional yang sederhana dan fleksibel. Kondisi tersebut memungkinkan usaha dijalankan dengan kebutuhan sumber daya yang relatif terbatas namun tetap mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Sementara itu, dari aspek manajemen dan sumber daya manusia, pengelolaan usaha yang masih terpusat pada pemilik usaha dinilai cukup efektif untuk mendukung operasional pada skala mikro. Namun, seiring dengan perkembangan usaha, diperlukan sistem manajemen yang lebih terstruktur agar efektivitas pengelolaan dapat terus terjaga.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa aspek hukum telah memiliki dasar legalitas berupa Nomor Induk Berusaha (NIB), sehingga memberikan kepastian dalam pelaksanaan kegiatan usaha. Akan tetapi, kelengkapan legalitas pendukung lainnya masih perlu diupayakan untuk memperkuat kredibilitas usaha dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Dari aspek keuangan, usaha menunjukkan kinerja yang positif yang ditandai dengan kemampuan menghasilkan laba, melampaui titik impas penjualan, serta memiliki periode pengembalian modal yang relatif singkat. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa usaha mampu memberikan manfaat ekonomi dan memiliki prospek yang baik untuk dipertahankan maupun dikembangkan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa UMKM *Reseller Snack SHOFIE SHOP* memenuhi indikator kelayakan pada aspek yang dianalisis sehingga layak untuk terus dijalankan dan dikembangkan. Namun demikian, keberhasilan usaha dalam jangka panjang tidak hanya ditentukan oleh kemampuan memperoleh keuntungan, melainkan juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam memperkuat strategi pemasaran digital, menyempurnakan legalitas usaha, serta membangun sistem manajemen yang lebih terorganisasi. Dengan melakukan perbaikan pada aspek-aspek tersebut, SHOFIE SHOP berpeluang meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, dan mewujudkan keberlanjutan usaha secara lebih optimal.

REFERENCES

- Adnyana, I. M. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS)
- Herwanto, D. M. P., Ahdianita, F. C. N., Fadila, Y., Khaerunuffus, S., & Ken, R. . W. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis terhadap Toko Bintang Mandiri ditinjau dari Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 7(1).
- Inayah, A. N., & Muhammad, R. F. (2024). Analisis Studi Kelayakan Finansial Pengembangan Usaha Toko Makanan Ringan Kiloan “ Icham Snack .” *INNOVATIVE : Journal Of Social Science Research*, 4(6), 3399–3409.
- Muhammad, A. S., Farikhatus, U., & Amri, A. D. (2025). ANALYSIS OF DROPSHIPPING AND RESELLER BUSINESS MODELS AS A LOW-RISK E-COMMERCE STRATEGY. *Journal Of Sharia Economic*, 8(1), 90–102.
- Saputra, R. A., & Rohman, A. (2024). Studi Kelayakan Bisnis Syariah Pengembangan UMKM “ Dodolanku Surabaya ”: Analisis Aspek Pemasaran. *JIEMBI : Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 53–59.
- Sugiyono. (2022). *Buku Metode Penelitian Kualitatif*.
- Sulistiyowati, W. (2019). *Analisis Kelayakan Bisnis*.
- Wijaya, M. C., Lorencius, J., Fernando, D., Tedja, R. S., & Setiawan, B. (2026). Analisis Kelayakan Bisnis UMKM Dapu . Rin Alam Sutera Berdasarkan Lima Aspek Studi Kelayakan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 6(1), 460–481.