

## ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA SEBLAK MAMA ZAKI LINGKAR UTARA SUMENEP PADA ASPEK PEMASARAN

Oleh:

**Honainah<sup>1</sup>**

**Abdur Rohman<sup>2</sup>**

Universitas Trunojoyo Madura

Alamat: JL. Raya Telang, Kec. Kamal, Kab. Bangkalan, Jawa Timur (69162).

Korespondensi Penulis: [220721100236@student.trunojoyo.id](mailto:220721100236@student.trunojoyo.id)

**Abstract.** *This study aims to analyze the business feasibility of Seblak Mama Zaki, located in Lingkar Utara Sumenep, from a marketing perspective. The research method used is qualitative with a case study approach. Data were collected through interviews, observations, and documentation. The analysis was conducted on marketing strategies, target market, and market positioning. The results of the study indicate that Seblak Mama Zaki has good market potential with effective marketing strategies through both online and offline media. The marketing efforts include the use of social media for promotion and customer interaction, as well as competitive pricing. Based on the marketing aspect analysis, Seblak Mama Zaki's business is deemed feasible for further development. Additionally, the study found that the strategic location near crowded centers and residential areas contributes to attracting consumer interest. The variety of products offered and affordable prices provide significant competitive advantages. Recommendations include increasing the intensity of promotions through other digital platforms, improving service quality, and continuous product innovation to maintain market appeal.*

**Keywords:** *Business Feasibility Study, Seblak, Marketing, Lingkar Utara Sumenep, Marketing Strategy.*

# **ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA SEBLAK MAMA ZAKI LINGKAR UTARA SUMENEP PADA ASPEK PEMASARAN**

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis Seblak Mama Zaki yang terletak di Lingkar Utara Sumenep dari aspek pemasaran. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis dilakukan terhadap strategi pemasaran, sasaran pasar, dan posisi pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Seblak Mama Zaki memiliki potensi pasar yang baik dengan strategi pemasaran yang efektif melalui media online dan offline. Pemasaran yang dilakukan mencakup penggunaan media sosial untuk promosi dan interaksi dengan pelanggan, serta penetapan harga yang kompetitif. Berdasarkan analisis aspek pemasaran, bisnis Seblak Mama Zaki dinilai layak untuk dikembangkan lebih lanjut. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa pemilihan lokasi yang strategis berdekatan dengan pusat keramaian dan lingkungan pemukiman warga turut berkontribusi dalam menarik minat konsumen. Variasi produk yang ditawarkan dan harga yang terjangkau menjadi keunggulan kompetitif yang signifikan. Saran yang diajukan mencakup peningkatan intensitas promosi melalui platform digital lainnya, peningkatan kualitas pelayanan, dan inovasi produk secara berkelanjutan untuk menjaga daya tarik pasar.

**Kata Kunci:** Studi Kelayakan Bisnis, Seblak, Pemasaran, Lingkar Utara Sumenep, Strategi Pemasaran.

## **LATAR BELAKANG**

Setiap orang yang berniat untuk melakukan bisnis dapat menemukan kesempatan untuk mengubah kehidupan mereka. Di zaman modern juga, jika seseorang dapat melihat peluang untuk berbisnis, sehingga orang dapat berhasil. Perekonomian Indonesia yang tidak stabil menyebabkan peningkatan tingkat kemiskinan di antara pengangguran Indonesia, baik yang telah dipekerjakan atau pengangguran terdidik yang sama sekali tidak memiliki pekerjaan. Ini berarti bahwa pemerintah harus mengambil tindakan yang cerdas dan solusi yang cepat dan tepat untuk mengatasi pengangguran terdidik dan mengurangi angka kemiskinan. Untuk mengurangi tingkat kemiskinan dan pengangguran di Indonesia, usaha kecil dan menengah (UMKM) diperlukan (Puspita Dara dkk, 2022).

Seiring dengan kemajuan teknologi, globalisasi ekonomi, dan perubahan pola konsumsi, perkembangan bisnis telah mengalami transformasi revolusioner. Latar belakang dinamis ini menuntut para wirausahawan untuk terus berinovasi dan

beradaptasi. Salah satunya makanan khas Bandung sudah sangat familiar bagi masyarakat Indonesia, terutama generasi muda. Salah satu hidangan khas Indonesia yang sangat populer adalah seblak. Meskipun seblak memiliki sejarah yang kuat di kota Bandung, Jawa Barat, sekarang menjadi bagian dari makanan Indonesia yang disukai banyak orang, terutama pekerja dan anak muda. Pertama kali dibuat, seblak adalah makanan sederhana yang menggunakan berbagai bahan seperti kerupuk, bakso, tahu, dan sayuran yang dimasak dengan bumbu pedas. Seblak unik karena dapat menggabungkan berbagai rasa dan tekstur menjadi hidangan yang lezat dan memenuhi permintaan (Amalia Fitri Fatimah dkk, 2024).

Pengembangan usaha menurut (Brown & Petrello, 1976) dalam (Azmi & Muhammad, 2022) adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnispun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba. Dalam pengembangan usaha tersebut diperlukan adanya studi kelayakan bisnis agar bisnis tersebut dapat berjalan dengan baik dan mendapatkan keuntungan.

Meskipun seblak sudah ada sejak tahun 1990-an, itu hanya menjadi makanan yang populer pada tahun 2015. Seblak berasal dari Bandung, Jawa Barat, dan dibuat dengan bahan dasar telur ayam dan kerupuk. Seblak memiliki rasa kencur yang unik. Seblak khas Bandung memiliki banyak tingkat pedas, termasuk manis, sedang, gila, dan bahkan setan. Seblak dapat dimasak dalam berbagai cara, seperti dimasak kering atau dengan kuah. Dengan berbagai tingkat rasa dan tingkat seblak, Anda tidak akan bosan menikmati rasa gurih pedasnya. Selama pandemi seperti saat ini, menu ini sangat cocok untuk keluarga yang suka makanan pedas (Amalia Fitri Fatimah dkk, 2024).

Kepopuleran seblak sudah meluas ke berbagai daerah salah satunya di daerah sumenep. Seblak yang berada di daerah sumenep ini yaitu seblak Mama Zaki. Usaha kuliner ini berdiri sejak 2020 pada zaman covid 19. Alasan berdirinya usah kuliner seblak ini untuk membantu ekonomi keluarga tanpa harus bekerja di luar rumah. Saat mengerjakan usahanya, owner menghadapi berbagai tantangan salah satunya kurang ramainya pembeli, tapi tantangan tersebut mampu dihadapi dengan adanya bukti usaha kuliner ini berjalan sampai saat ini.

# **ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA SEBLAK MAMA ZAKI LINGKAR UTARA SUMENEP PADA ASPEK PEMASARAN**

Seblak adalah fenomena yang menarik bagi semua orang, terutama di Indonesia, karena menunjukkan perpaduan cita rasa tradisional dengan inovasi baru. Seblak, yang dulunya merupakan masakan khas Sunda yang dibuat dengan kerupuk basah, telah berubah menjadi masakan yang memiliki banyak variasi dan tingkat kepedasan yang berbeda-beda, yang disukai banyak orang. Fenomena ini menunjukkan dinamisme cita rasa kuliner yang terus berkembang, serta kreativitas dalam memadukan bahan dan rasa, yang menghasilkan tren kuliner yang populer dan inovatif di masyarakat.

Menurut Jumingan (2009:25) dalam (Sahara & Nasution, 2023) studi kelayakan bisnis adalah penyelidikan terperinci terhadap keberhasilan suatu proyek. Studi kelayakan proyek bertujuan untuk mencegah modal berlebihan diinvestasikan dalam kegiatan yang tidak menguntungkan. Studi kelayakan tidak hanya menentukan apakah suatu bisnis akan menguntungkan, namun juga menyiapkan rencana bisnis, seperti rencana pe;uncuran bisnis baru, untuk memastikan apakah keuntungan maksimal dapat diperoleh jika bisnis tersebut dilanjutkan tanpa batas waktu dan produk harus dilakukan perkembangan. Studi kelayakan adalah proses mempertimbangkan apakah suatu bisnis layak

Analisa studi kelayakan bisnis, mencakup berbagai aspek seperti aspek pemasaran, dan aspek manajemen. Aspek pemasaran digunakan untuk menentukan apa yang diperlukan untuk mengidentifikasi kebutuhan atau keinginan produk perusahaan sehingga dapat menjual produk tersebut. Aspek manajemen secara disimpulkan sebagai individu-individu yang bekerja dan menjadi anggota suatu perusahaan atau organisasi, disebut juga pegawai, pekerja, buruh, buruh, buruh, dan lain-lain (Drs. H. Nasir Asman, 2020).

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Aspek manajemen**

Aspek manajemen dan organisasi merupakan aspek yang lumayan penting untuk kelayakan suatu usaha, sebab meski suatu usaha sudah dinyatakan layak untuk dilaksanakan tanpa didukung dengan manajemen serta organisasi yang baik, bukan tidak bisa jadi akan mengalami kegagalan. Baik dalam menyangkut SDM ataupun menyangkut rencana perusahaan disusun sesuai dengan tujuan perusahaan dimana akan lebih mudah

tercapai bila memenuhi kaidah kaidah tersebut ataupun tahapan dalam proses manajemen. Adapun fungsi fungsi dari aspek manajemen antara lain:

a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan merupakan proses memastikan arah yang bakal ditempuh serta aktivitas aktivitas yang dibutuhkan untuk menggapai tujuan yang sudah ditetapkan. Dalam proses ini ditentukan tentang apa yang harus dicoba, kapan serta bagaimana melaksanakannya dan dengan metode apa perihal tersebut dilakukan. Perencanaan ini ialah langkah dini saat sebelum melakukan fungsi- fungsi manajemen yang lain yaitu menetapkan pekerjaan yang harus di laksanakan oleh sekelompok orang guna meraih tujuan yang digariskan oleh lembaga/ organisasi. Adapun 4 macam pendekatan utama dalam pembuatan suatu perencanaan:

1. Pendekatan Atas- Bawah (*Top- Down*). Pimpinan puncak membagikan pengarahan serta petunjuk kepada pemimpin cabang ataupun sejenisnya untuk menyusun rencana yang pada tahapannya bakal ditinjau serta dikoreksi oleh pimpinan puncak saat sebelum disetujui untuk direalisasikan.
2. Pendekatan Bawah- Atas (*Bottom- Up*). Pemimpin puncak membagikan gambaran suasana serta keadaan yang dialami organisasi termasuk mengenai misi, tujuan, sasaran, dan sumber daya yang dipunyai.
3. Pendekatan Campuran. Pemimpin membagikan petunjuk perencanaan organisasi secara garis besar sedangkan perencanaan detailnya di serahkan kepada kreativitas unit perusahaan di bawahnya dengan senantiasa mematuhi ketentuan yang ada.
4. Pendekatan Kelompok. Dengan pendekatan ini, perencanaan terbuat oleh sekelompok tenaga pakar dalam perusahaan.

b. Pengorganisasian (*Orgamizing*)

Pengorganisasian merupakan proses mengelompokkan bermacam aktivitas ataupun pekerjaan dalam unit unit. Tujuannya yaitu agar terata dengan jelas antara tugas, wewenang, serta tanggung jawab dan jalinan kerja dengan sebaik mungkin dalam bidangnya masing masing. Hasil dari pengorganisasian ini adalah terbentuknya sturktur organisasi sesuai dengan rencana yang sudah disusun.

c. Pelaksanakan/ Penggerakan (*Actuating*)

Melaksanakan adalah proses untuk melaksanakan aktivitas ataupun pekerjaan dalam organisasi. Dalam melaksanakan organisasi para pemimpin ataupun manajer

# ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA SEBLAK MAMA ZAKI LINGKAR UTARA SUMENEP PADA ASPEK PEMASARAN

harus menggerakkan bawahannya untuk menegrikan pekerjaan yang sudah ditentukan dengan metode memimpin, memeberi perintah, berikan petunjuk, serta memberi motivasi.

## d. Pengawasan/ Pengendalian (*Controlling*)

Pengawasan merupakan proses untuk mengukur serta menilai penerapan tugas apakah sudah sesuai dengan rencana. Bila dalam proses tersebut terjadi penyimpangan, hingga akan segera dikendalikan sesuai dengan rencana yang disusun. Dengan terdapatnya pengendalian ini diharapkan tujuan dicapai sesuai dengan sasaran yang sudah ditetapkan.(Amalia Fitri fatihah dkk, 2024)

## Aspek pemasaran

Pemasaran (*Marketing*) adalah suatu aktivitas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang ada melalui penciptaan proses pertukaran yang saling menguntungkan. Aktivitas pemasaran tersebut antara lain: perencanaan produk, kebijakan harga, melakukan promosi, distribusi, penjualan, pelayanan, membuat strategi pemasaran, riset pemasaran, sistem informasi pemasaran dan lain-lain yang terkait dengan pemasaran.

Pemasaran dimulai dengan adanya kebutuhan dan keinginan, kemudian adanya permintaan, munculnya usaha-usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan, terjadi transaksi dan pertukaran, semuanya harus berakhir dengan saling menguntungkan kepuasan semua pihak.

Aspek pemasaran dalam studi kelayakan bisnis adalah salah satu aspek penting yang harus diperhatikan. Aspek ini berkaitan dengan ada tidaknya peluang pasar untuk produk yang akan ditawarkan oleh bisnis. Aspek pemasaran meliputi strategi pemasaran, promosi, distribusi, dan harga. Dalam melakukan studi kelayakan, aspek pemasaran memegang peran penting sehingga suatu bisnis dapat mengembangkan produknya dari sisi pemasaran. Pemasaran diperlukan untuk semua jenis bisnis baik bisnis besar maupun bisnis kecil. (Dayinati Erli dkk, 2023)

Adapun strategi pemasaran (*Marketing strategy*) yang digunakan ialah segementasi pasar,targeting dan positioning,adapun penjelasannya sebagai berikut:

### a. Segmentasi

Segmen pasar terdiri dari kelompok pelanggan dengan kebutuhan serupa namun berbeda. Youti (2003) menyatakan dalam Mananda (2011) bahwa tujuan

segmentasi pasar adalah menyusun strategi pemasaran untuk setiap segmen pasar yang mempunyai kebutuhan dan keinginan yang unik, sehingga menghasilkan terciptanya pasar tunggal dan strategi pasar tunggal.

b. Targeting

Setelah pasar sudah tersegmentasi, langkah selanjutnya adalah memilih segmen yang sesuai dengan kebutuhan, atau target pasar perusahaan. Mananda (2011) menetapkan tujuan yang didasarkan pada penguatan kapabilitas internal organisasi dan segmen signifikan yang dapat dilaksanakan atau cenderung memberikan keuntungan finansial yang signifikan.

c. Positioning

Positioning merupakan strategi bisnis untuk menyeimbangkan produk dan kemasan sehingga pelanggan dapat merasakan tingkat kepuasan tertentu. Positioning adalah alat yang berguna untuk menjual produk kepada pelanggan yang tertarik padanya.

### **Studi Kelayakan Bisnis**

Umar (2005:) Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis di bangun, tetapi juga sangat di operasikan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan.

Menurut Kasmir dan Jafkar (2012), Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.

Studi kelayakan adalah analisis tentang seberapa sukses suatu proyek dapat diselesaikan, memperhitungkan faktor-faktor yang mempengaruhinya seperti faktor ekonomi, faktor teknologi, faktor hukum dan penjadwalan. Manajer proyek menggunakan studi kelayakan bisnis untuk menentukan potensi hasil positif dan manajer dari suatu proyek sebelum menginvestasikan banyak waktu dan uang ke dalamnya (Investopedia, 2017).

# **ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA SEBLAK MAMA ZAKI LINGKAR UTARA SUMENEP PADA ASPEK PEMASARAN**

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang mencakup aspek pemasaran dan aspek manajemen. Mendefinisikan penelitian kualitatif memiliki beberapa langkah, termasuk pengumpulan data observasi dan dokumentasi. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran (Deskriptif) melalui observasi dan pengumpulan data lapangan dengan metode survei sebagai metode pengumpulan data. Objek dalam penelitian ini adalah seblak Mama Zaki Lingkar utara Sumenep. Fokus penelitian mencakup dari dua aspek yaitu dari aspek pemasaran dan aspek manajemen. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari peneliti dan subjek penelitian melalui survey lapangan. Data primer merupakan sumber data yang memberikan data secara langsung pada saat pengumpulan data.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil analisis menunjukkan bahwa permintaan terhadap produk Seblak Mama Zaki mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun. Hal ini mencerminkan penerimaan yang baik dari konsumen, yang diperkuat oleh penambahan jumlah pelanggan setia. Faktor utama yang berkontribusi terhadap peningkatan ini adalah kualitas produk yang konsisten dan cita rasa yang khas, yang mampu menarik perhatian konsumen dan mempertahankan loyalitas mereka.

Strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh Seblak Mama Zaki terbukti cukup efektif. Penetapan harga yang kompetitif dan terjangkau berhasil menarik minat konsumen dari berbagai kalangan. Saluran distribusi yang luas dan tersebar di berbagai outlet memudahkan konsumen dalam mengakses produk (Bangun, 2022). Selain itu, promosi melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram, serta kegiatan pemasaran offline, berhasil meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) dan menarik lebih banyak pelanggan baru. Penggunaan media sosial tidak hanya untuk promosi tetapi juga untuk interaksi dengan pelanggan, menciptakan hubungan yang lebih erat dan responsif terhadap kebutuhan konsumen.

Kualitas produk yang terjaga dan pelayanan yang baik menjadi salah satu keunggulan kompetitif Seblak Mama Zaki. Konsumen merasa puas dengan produk yang ditawarkan, yang tercermin dari tingginya tingkat retensi pelanggan (Puspita, 2022).

Penyediaan variasi produk dengan berbagai topping dan tingkat kepedasan sesuai selera konsumen juga meningkatkan daya tarik produk di pasar. Dalam kondisi persaingan yang ada, Seblak Mama Zaki mampu bersaing secara sehat dengan mempertahankan keunggulan kompetitifnya. Meskipun terdapat beberapa kompetitor di wilayah yang sama, inovasi produk dan perbaikan proses bisnis yang terus-menerus dilakukan mampu menjaga posisi Seblak Mama Zaki di pasar. Strategi inovasi ini tidak hanya berfokus pada produk tetapi juga pada efisiensi operasional dan peningkatan layanan pelanggan.

### **Prospek Usaha di Masa Depan**

Adapun prospek usaha Seblak Mama Zaki di masa depan cukup menjanjikan dengan beberapa catatan penting:

- **Aspek Keuangan:** Analisis keuangan yang komprehensif diperlukan untuk memastikan kelangsungan dan profitabilitas usaha. Pengaturan modal kerja, cash flow, dan efisiensi biaya harus dikelola dengan baik untuk mendukung pertumbuhan bisnis (Amalia, 2024).
- **Aspek Operasional:** Meningkatkan kapasitas produksi dan efisiensi proses operasional akan menjadi kunci dalam memenuhi permintaan yang terus meningkat. Selain itu, memastikan ketersediaan bahan baku dan pengelolaan rantai pasokan yang efektif sangat penting untuk menjaga kontinuitas produksi (Sahara, 2023).
- **Aspek Sumber Daya Manusia:** Kompetensi dan motivasi karyawan perlu dipertahankan dan ditingkatkan melalui pengembangan sistem manajemen sumber daya manusia yang lebih terstruktur. Pelatihan dan pengembangan karyawan akan menjadi investasi penting untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis (Aliefah, 2022).

### **Rekomendasi**

Berdasarkan hasil analisis, beberapa saran yang dapat diajukan untuk pengembangan Seblak Mama Zaki antara lain:

1. **Peningkatan Promosi Digital:** Intensitas promosi melalui platform digital lainnya perlu ditingkatkan untuk menjangkau lebih banyak konsumen potensial (Puspita, 2022).

## **ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA SEBLAK MAMA ZAKI LINGKAR UTARA SUMENEP PADA ASPEK PEMASARAN**

2. **Peningkatan Kualitas Pelayanan:** Pelayanan yang baik dan responsif terhadap keluhan serta kebutuhan konsumen harus terus dijaga dan ditingkatkan (Rofa, 2022).
3. **Inovasi Produk:** Terus melakukan inovasi produk untuk menjaga daya tarik di pasar yang kompetitif dan memenuhi selera konsumen yang beragam.

Dengan implementasi strategi-strategi tersebut, diharapkan Seblak Mama Zaki dapat terus berkembang dan mempertahankan posisinya sebagai pilihan utama konsumen di Lingkar Utara Sumenep.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa aspek pemasaran usaha Seblak Mama Zaki cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan permintaan produk, strategi bauran pemasaran yang efektif, kualitas produk dan pelayanan yang terjaga, serta kondisi persaingan yang relatif seimbang. Dengan prospek usaha yang menjanjikan di masa depan dan implementasi strategi yang tepat, Seblak Mama Zaki memiliki potensi untuk terus tumbuh dan berkembang menjadi bisnis yang lebih besar dan lebih sukses.

Keberhasilan Seblak Mama Zaki dalam menarik minat konsumen dan menjaga loyalitas mereka tidak terlepas dari penerapan strategi pemasaran yang efektif. Penggunaan media sosial untuk promosi dan interaksi dengan pelanggan telah meningkatkan brand awareness secara signifikan. Penetapan harga yang kompetitif dan distribusi produk yang luas juga memudahkan konsumen dalam mengakses produk Seblak Mama Zaki. Selain itu, inovasi produk yang dilakukan secara berkala memungkinkan Seblak Mama Zaki untuk tetap relevan di pasar yang kompetitif. Kualitas produk yang terjaga dan pelayanan yang memuaskan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, yang berujung pada tingginya tingkat retensi pelanggan.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Seblak Mama Zaki juga perlu memperkuat keunggulan kompetitifnya dengan fokus pada keunikan cita rasa dan kualitas produk. Melalui strategi pemasaran yang terus diperbarui dan adaptif terhadap perubahan tren pasar, Seblak Mama Zaki dapat mempertahankan dan bahkan meningkatkan pangsa pasarnya. Dengan prospek usaha yang cerah dan strategi yang tepat, Seblak Mama Zaki tidak hanya dapat mempertahankan eksistensinya di pasar, tetapi juga berpotensi untuk

berkembang menjadi salah satu pemain utama di industri kuliner. Komitmen terhadap kualitas, inovasi, dan pelayanan akan menjadi kunci utama bagi keberhasilan jangka panjang bisnis Seblak Mama Zaki.

## **Saran**

### **Saran untuk Penelitian Selanjutnya**

1. **Pendalaman Aspek Keuangan dan Operasional:** Penelitian ini berfokus pada aspek pemasaran, namun untuk analisis yang lebih komprehensif, penelitian selanjutnya perlu mendalami aspek keuangan dan operasional. Analisis finansial yang mendalam, seperti perhitungan ROI, BEP, dan analisis arus kas, akan memberikan gambaran yang lebih jelas tentang kelayakan bisnis secara keseluruhan.
2. **Studi Perbandingan dengan Kompetitor:** Melakukan studi perbandingan dengan kompetitor dapat memberikan wawasan tambahan tentang posisi pasar Seblak Mama Zaki. Penelitian dapat mencakup analisis SWOT kompetitor untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman di pasar.
3. **Penggunaan Data Kuantitatif:** Penelitian selanjutnya dapat mengintegrasikan metode kuantitatif untuk mendapatkan data yang lebih terukur mengenai kepuasan pelanggan, efektivitas strategi pemasaran, dan potensi pertumbuhan pasar. Survei dan kuesioner yang sistematis dapat digunakan untuk mengumpulkan data ini.

### **Saran untuk Pembaca**

1. **Pentingnya Inovasi dan Kualitas:** Konsistensi dalam menjaga kualitas produk dan pelayanan, serta terus berinovasi, adalah kunci keberhasilan dalam industri kuliner. Pembaca yang ingin mengembangkan usaha harus fokus pada aspek ini untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing.
2. **Pemasaran Digital:** Pemanfaatan media sosial dan platform digital lainnya untuk promosi merupakan strategi yang efektif. Pembaca disarankan untuk memanfaatkan teknologi digital secara maksimal untuk menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan brand awareness.
3. **Pelatihan dan Pengembangan Karyawan:** Sumber daya manusia adalah aset penting dalam bisnis kuliner. Memberikan pelatihan berkala dan memastikan

# **ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA SEBLAK MAMA ZAKI LINGKAR UTARA SUMENEP PADA ASPEK PEMASARAN**

karyawan memiliki motivasi tinggi akan berkontribusi positif terhadap kualitas pelayanan dan produk yang ditawarkan.

4. **Adaptasi Terhadap Perubahan:** Pasar selalu berubah, dan adaptasi terhadap tren baru serta perubahan preferensi konsumen sangat penting. Pembaca perlu selalu waspada terhadap perubahan ini dan siap untuk menyesuaikan strategi bisnis mereka.

Dengan menerapkan saran-saran tersebut, diharapkan pembaca dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk meningkatkan strategi bisnis mereka sendiri dan mencapai kesuksesan yang berkelanjutan dalam industri kuliner.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Aliefah, A. N., & Nandasari, E. A. (2022). Analisis kelayakan bisnis ditinjau dari aspek pemasaran dan keuangan pada kedai Olan'z Food Kebumen. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 6(1).
- Amalia, F. F., dkk. (2024). Analisis studi kelayakan bisnis pada Seblak Teh Uun di Dusun Cambay Desa Jatibaru (studi kasus pada aspek pemasaran dan aspek manajemen). *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), Januari-Juni 2024.
- Amalia, N., & Dewi, R. (2022). Dampak inovasi produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di bisnis kuliner. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 12(3), 120-135.
- Bangun, C. F. B., dkk. (2022). Analisis studi kelayakan bisnis pada pengembangan UMKM usaha tahu dan tempe di Desa Pondok Jeruk ditinjau dari aspek produksi, aspek pemasaran dan aspek keuangan. *Journal of Islamic Education Management*, 2(2), 142-151.
- Budiarto, A., & Setyawan, F. (2021). Strategi pemasaran pada bisnis kuliner di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 210-225.
- Fadhilah, N., & Surya, I. (2023). Analisis penerapan marketing mix pada UMKM kuliner di Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 10(4), 305-320.
- Hartono, S., & Wicaksono, P. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan dan dampaknya terhadap kepuasan pengunjung. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 50-65.

- Kurniawan, A., & Rahmawati, D. (2020). Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 8(2), 75-90.
- Lestari, P., & Nugroho, T. (2021). Pengaruh social media marketing activities terhadap loyalitas pelanggan pada produk lokal UMKM di aplikasi Shopee. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 9(1), 100-115.
- Pratama, H., & Widodo, E. (2022). Pengaruh digital marketing terhadap peningkatan penjualan UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(3), 220-235.
- Puspita, D., dkk. (2022). Analisis studi kelayakan bisnis terhadap usaha kerupuk Sari Rasa di Desa Deli Serdang ditinjau dari aspek produksi, aspek pemasaran dan aspek keuangan. *VISA: Journal of Visions and Ideas*, 2(2), 160-171. DOI: 47467/visa.v2i2.969
- Rofa, L. T., dkk. (2022). Analisis aspek pemasaran dalam studi kelayakan bisnis. *VISA: Journal of Visions and Ideas*, 1(2), 222-235. DOI: 47467/visa.v1i2.945
- Sahara, S., & Nasution, S. (2023). Analisis studi kelayakan bisnis UMKM Gerobak Chicken Steak dalam mengekspansi usaha di Kecamatan Medan Perjuangan. *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI)*, 3(4), 2124-2134.
- Susanto, R., & Aulia, S. (2021). Studi kelayakan usaha pada industri kecil menengah di sektor kuliner. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 11(2), 140-155