

Evaluasi Kelayakan Usaha Dengan Metode *Business Model Canvas* dan Analisis Sensitivitas

Yosephin Love Fina Putri Kusmawati*, Santika Sari^b

^a Departemen Teknik Industri, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Kampus Limo, Jl. Limo Raya, Limo, Depok 16514

* Corresponding author: 2110312053@mahasiswa.upnvj.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengevaluasi kelayakan usaha secara finansial dan non-finansial menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC) serta analisis sensitivitas. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis finansial dilakukan dengan menghitung *Net Present Value* (NPV), *Payback Period* (PP), *Profitability Index* (PI), dan *Break Even Point* (BEP), disertai uji sensitivitas terhadap kenaikan harga bahan baku sebesar 5%, 10%, dan 15%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa total investasi sebesar Rp160.903.000. Biaya tetap senilai Rp732.000.000 dan biaya variabel yang mencakup bahan baku sekitar Rp1,74 miliar hingga Rp1,77 miliar serta *overhead* sekitar Rp168 juta hingga Rp171 juta. Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha dinyatakan layak secara finansial dengan nilai BEP sebesar Rp1.489.114.584, NPV positif sebesar Rp2.930.090.489, PP selama 4 bulan 30 hari, dan PI sebesar 1,42. Uji sensitivitas menunjukkan bahwa usaha tetap layak dijalankan pada semua skenario kenaikan harga bahan baku, dengan nilai NPV terendah Rp1.810.472.293 pada skenario kenaikan 15% dan PI yang tetap di atas 1. Dari aspek non-finansial, usaha juga dinilai layak karena memiliki lokasi strategis, proses produksi efisien, dan operasional yang terstruktur dengan baik. Berdasarkan hasil BMC, SWOT, dan TOPSIS, strategi berbasis digital menjadi prioritas utama dalam meningkatkan kinerja bisnis dan memperluas jangkauan pasar.

Kata Kunci: Analisis Sensitivitas, *Business Model Canvas*, Kelayakan Usaha, SWOT, TOPSIS

ABSTRACT

This study aims to evaluate business feasibility from financial and non-financial aspects using the Business Model Canvas (BMC) approach and sensitivity analysis. The research employed a descriptive quantitative method with data collected through observation, interviews, and documentation. Financial analysis was conducted by calculating the Net Present Value (NPV), Payback Period (PP), Profitability Index (PI), and Break-Even Point (BEP), accompanied by sensitivity tests for raw material price increases of 5%, 10%, and 15%. The results show a total investment of Rp160,903,000. Fixed costs amount to Rp732,000,000, while variable costs include raw materials ranging from Rp1.74 billion to Rp1.77 billion and overhead costs between Rp168 million and Rp171 million. The analysis indicates that the business is financially feasible with a BEP of Rp1,489,114,584, a positive NPV of Rp2,930,090,489, a PP of 4 months and 30 days, and a PI of 1.42. Sensitivity analysis reveals that the business remains feasible under all raw material price increase scenarios, with the lowest NPV of Rp1,810,472,293 at a 15% increase and PI values remaining above 1. From a non-financial perspective, the business is also feasible due to its strategic location, efficient production process, and well-structured operations.

Keywords: Business Feasibility, Business Model Canvas, SWOT Analysis, TOPSIS, Sego Ndok Mbak Asih

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran vital dalam menopang perekonomian nasional Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 96% tenaga kerja nasional. Sektor ini tidak hanya terbukti tangguh dalam menghadapi krisis ekonomi, tetapi juga menjadi motor penggerak pemulihan ekonomi pasca pandemi. Salah satu sektor UMKM yang berkembang pesat adalah bidang kuliner, didorong oleh perubahan gaya hidup masyarakat urban yang mengarah pada konsumsi makanan siap saji yang cepat, praktis, namun tetap lezat dan terjangkau.

Sego Ndok Mbak Asih merupakan usaha kuliner yang menyajikan nasi dengan telur goreng dan sambal khas. Berdiri sejak 2023, usaha ini telah memiliki empat cabang di Cikarang, Tambun, Harapan Indah, dan Karawang. Namun, cabang Grand Wisata mengalami penurunan pendapatan dalam dua bulan terakhir, sementara pemilik berencana melakukan ekspansi ke Jakarta. Kondisi ini mendorong perlunya studi kelayakan untuk menilai potensi dan risiko pengembangan usaha.

Sego Ndok Mbak Asih Grand Wisata menunjukkan tren menurun sejak mencapai puncaknya pada Juli hingga Oktober. Penurunan ini mencerminkan tantangan dalam mempertahankan minat konsumen di tengah persaingan ketat dan perubahan selera, terutama dari pesaing seperti Bebek Kaleyo, Warung Leko, dan SHSD yang menawarkan menu serupa dengan fasilitas lebih menarik. Di kota besar, tren kuliner berubah cepat, dan tanpa adaptasi yang tepat, ekspansi usaha berisiko menghadapi kegagalan.

Menyadari potensi risiko yang dihadapi, pemilik Sego Ndok Mbak Asih memandang perlu dilakukannya studi kelayakan usaha guna menilai kelayakan pengembangan bisnis secara menyeluruh. Studi kelayakan merupakan proses evaluasi yang mempertimbangkan aspek pasar, keuangan, risiko, hukum, dan teknologi untuk menentukan apakah suatu usaha layak dijalankan [1]. Studi kelayakan juga membantu pelaku usaha mengidentifikasi potensi risiko dan merancang strategi pengembangan secara terencana.

Untuk mendukung evaluasi ini, penelitian menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC), yaitu alat strategis yang dipergunakan oleh pelaku bisnis untuk menyusun serta memetakan rencana usahanya secara sistematis sebelum memulai operasional [2]. BMC terdiri dari sembilan elemen utama yang saling berhubungan, yaitu: *Customer Segments*, *Value Propositions*, *Channels*, *Customer Relationships*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnerships*, dan *Cost Structure* [3]. Dengan pendekatan ini, pemilik usaha dapat mengidentifikasi nilai yang ditawarkan kepada konsumen serta bagaimana cara menyampaikan nilai tersebut secara efektif dan efisien.

Setelah pemetaan model bisnis dilakukan, BMC dianalisis lebih lanjut dengan Analisis SWOT (*Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, *Threats*). *Business Model Canvas* (BMC) serta analisis SWOT ialah kombinasi yang tepat untuk dipergunakan bersama. SWOT dipergunakan untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dari setiap elemen BMC yang sedang dijalankan oleh perusahaan [4]. Hasil dari analisis ini kemudian dijadikan dasar untuk menyusun strategi pemasaran baru guna meningkatkan kinerja pemasaran. Untuk menentukan strategi pengembangan usaha yang paling optimal, digunakan metode TOPSIS (*Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution*), yaitu suatu metode pengambilan keputusan multikriteria yang bertujuan untuk mengidentifikasi alternatif terbaik berdasarkan kedekatannya terhadap solusi ideal positif dan menjauhi solusi ideal negatif [5].

Berdasarkan hal tersebut, peneliti menyusun rencana bisnis dengan menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) yang dianalisis lebih lanjut dengan pendekatan SWOT serta metode TOPSIS untuk menghasilkan strategi yang tepat bagi pengembangan usaha. Selain itu, peneliti juga melakukan analisis kelayakan bisnis dari segi finansial yang mencakup perhitungan BEP, NPV, PP, serta PI. Aspek non-finansial pun turut dianalisis dalam kajian ini. Oleh sebab itu, peneliti menentukan judul kajian ini yakni “Evaluasi Kelayakan Usaha Sego Ndok Mbak Asih Dengan Metode *Business Model Canvas* serta Analisis Sensitivitas”.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Analisis Kelayakan Usaha

Studi kelayakan usaha merupakan analisis terhadap suatu gagasan bisnis untuk menilai apakah usaha tersebut layak dijalankan dan dapat berkembang sesuai tujuan. Studi kelayakan digunakan untuk memastikan apakah ide bisnis dapat berkembang sesuai harapan [6]. Dalam pelaksanaannya, studi kelayakan usaha mencakup dua aspek utama, yaitu aspek finansial dan non-finansial. Aspek finansial berfokus pada penilaian keuntungan melalui indikator seperti *Break Even Point* (BEP), *Net Present Value* (NPV), *Payback Period* (PP), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Profitability Index* (PI) [7].

Komponen finansial yang dianalisis meliputi biaya tetap, biaya variabel, biaya investasi, penyusutan aset, serta laporan laba rugi dan arus kas yang menggambarkan kemampuan usaha dalam menghasilkan keuntungan. Sementara itu, aspek non-finansial mencakup analisis teknis, pasar, serta sumber daya manusia. Aspek teknis dan operasional menilai kesiapan lokasi, teknologi, peralatan, bahan baku, serta tenaga kerja agar kegiatan usaha berjalan efisien [8]. Aspek pasar berfokus pada potensi pasar, perilaku konsumen, serta strategi pemasaran yang efektif dengan pendekatan Marketing 6.0, yang menekankan kolaborasi teknologi dan pelanggan. Sedangkan aspek sumber daya manusia menilai kemampuan manajemen dalam mengelola tenaga kerja secara produktif, sah, dan beretika, dengan memperhatikan dampak sosial serta lingkungan [9].

2.2 Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) merupakan model bisnis sederhana yang digambarkan oleh perencana strategi dalam merumuskan strategi bisnis perusahaan [10]. BMC terdiri dari sembilan elemen utama yang saling berkaitan, yaitu segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, kemitraan utama, dan struktur biaya [3]. Kesembilan elemen tersebut menggambarkan cara bisnis menciptakan, menyampaikan, dan memperoleh nilai dari pelanggan. Dengan menggunakan BMC, pelaku usaha dapat memahami komponen penting dalam operasional bisnis serta merancang strategi pengembangan yang efektif, efisien, dan adaptif terhadap perubahan pasar.

2.3 Analisis SWOT

Analisa SWOT pada dasarnya merupakan teknik identifikasi berbagai faktor dan unsur penentu pembangunan suatu institusi secara sistematis berupa kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) [11]. Matriks SWOT digunakan untuk mengidentifikasi alternatif strategi yang relevan bagi pengembangan dan pengambilan keputusan

bisnis. *Business Model Canvas* (BMC) dan SWOT dapat membantu mengenali potensi dan risiko dari setiap elemen bisnis sehingga menghasilkan strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja usaha [4].

3. Metode Penelitian

Penelitian ini diawali dengan observasi pada cabang Sego Ndok Mbak Asih Grand Wisata untuk mengidentifikasi penurunan penjualan dan potensi pengembangan usaha, serta studi literatur mengenai *Business Model Canvas* (BMC), analisis SWOT, metode TOPSIS, dan analisis kelayakan finansial (NPV, PP, PI, BEP) serta sensitivitas. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi lapangan, sedangkan data sekunder berasal dari literatur, data industri kuliner, dan laporan keuangan internal. Model bisnis dianalisis menggunakan BMC, kemudian dievaluasi dengan SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Matriks IFE digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal organisasi [12], sedangkan Matriks EFE menilai faktor eksternal yang memengaruhi organisasi [13]. Hasil kedua matriks tersebut kemudian dipetakan ke dalam Grand Strategy Matrix guna menentukan strategi pengembangan, yang selanjutnya diprioritaskan menggunakan metode TOPSIS untuk memperoleh alternatif terbaik [14].

Analisis kelayakan finansial dilakukan menggunakan rumus:

$$NPV = \sum \frac{CF_t}{(1+r)^t} - I_0 \quad (1)$$

$$PP = n + \frac{a-b}{c-b} \quad (2)$$

$$PI = \frac{\sum PV \text{ Kas bersih}}{\sum PV \text{ investasi}} \times 100\% \quad (3)$$

$$BEP = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel Per Unit}}{\text{Harga Jual Per Unit}}} \quad (4)$$

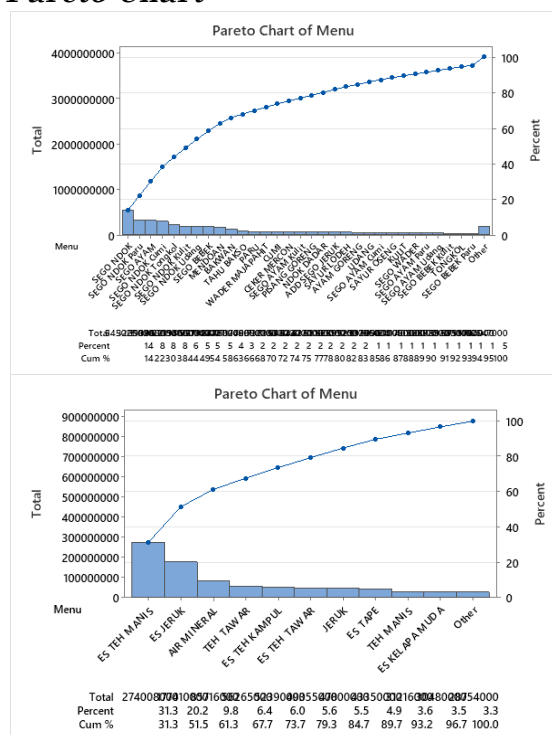
Serta analisis sensitivitas digunakan untuk menilai dampak perubahan biaya dan pendapatan terhadap hasil kelayakan [15]. Selain aspek finansial, penelitian ini juga menilai aspek pasar, hukum, teknis, dan sumber daya manusia untuk memperoleh gambaran kelayakan usaha secara menyeluruh.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Biaya Investasi

Biaya investasi merupakan jumlah dana yang dikeluarkan oleh pemilik usaha saat memulai bisnis [16]. Dalam menjalankan usaha Sego Ndok Mbak Asih, total biaya investasi mencapai Rp160.903.000, yang terbagi dalam beberapa kategori utama, yaitu pengadaan peralatan toko sebesar Rp63.923.000, biaya renovasi Rp69.375.000, pengadaan peralatan makan Rp7.205.000, peralatan dapur Rp17.350.000, dan alat kebersihan sebesar Rp3.050.000.

4.2 Pareto Chart



Gambar 1. Diagram Pareto Menu Makanan
Sumber: Pengolahan Data (2025)



Gambar 2. Diagram Pareto Menu Minuman
Sumber: Pengolahan Data (2025)

Diagram Pareto ialah alat analisis yang mengacu pada prinsip 80/20, yakni jika sekitar 20% dari total jenis produk biasanya menyumbang sekitar 80% pada total omzet [17]. Berdasarkan analisis Pareto, dari 45 menu makanan, terdapat 18 menu utama (seperti sego ndok, sego ayam, sego ndok paru, mendoan, dan lainnya) yang menyumbang sekitar 80% dari total penjualan makanan. Untuk kategori minuman, 6 produk teratas (seperti es teh manis, es jeruk, dan air mineral) memberikan 79% kontribusi omzet. Oleh karena itu, kedua kelompok menu ini ditetapkan sebagai prioritas utama dalam analisis kelayakan finansial.

4.3 Peramalan Penjualan

Pada kajian ini digunakan metode *Double Exponential Smoothing with Trend* untuk meramalkan volume penjualan Sego Ndok Mbak Asih selama empat tahun ke depan. Metode ini dipilih karena mampu menangkap pola tren naik atau turun dari data penjualan yang bersifat fluktuatif [18]. Teknik ini sangat cocok diterapkan pada data deret waktu yang memperlihatkan adanya tren namun tidak disertai dengan pola musiman. Peramalan dilakukan menggunakan aplikasi POM-QM for Windows, dengan pendekatan *trial and error* terhadap parameter *smoothing* α (*level*) dan β (*trend*).

Tabel 1. Nilai MAPE Per Menu

Menu	MAPE				
	$\alpha=0,1$ $\beta=0,9$	$\alpha=0,3$ $\beta=0,7$	$\alpha=0,5$ $\beta=0,5$	$\alpha=0,7$ $\beta=0,3$	$\alpha=0,9$ $\beta=0,1$
Sego Ndok Tongkol	21.68	20.16	20.38	22.01	22.83
Sego Ndok Kulit	13.83	15.93	17.09	17.43	16.49
Sego Ndok Udang	16.87	15.72	17.58	18.58	18.50

Sego Bebek	23.04	16.61	16.99	18.68	18.13
Mendoan	19.12	16.14	19.05	20.87	20.50
Bakwan	16.14	16.25	17.77	19.64	19.70
Tahu Bakso	17.34	15.62	18.83	21.21	21.78
Paru	20.39	13.90	16.60	18.68	19.42
Wader Majapahit	30.69	24.97	16.60	24.14	23.66
Cumi	17.30	16.79	20.42	22.70	23.67
Ceker Mercon	20.23	18.49	18.87	19.31	19.30
Sego Ayam Kulit	31.81	23.16	19.05	25.18	25.07
Pisang Goreng	33.19	20.81	18.97	18.20	17.45
Ndok Dadar	20.03	20.52	18.71	20.14	20.19
Es Teh Manis	16.23	17.96	20.11	21.41	21.87
Es Jeruk	17.41	14.81	16.60	18.48	19.17
Air Mineral	17.59	15.81	18.83	20.28	20.37
Teh Tawar	19.61	21.84	19.61	27.38	27.06
Es Teh Kampul	23.75	19.22	20.84	21.48	21.53
Es Teh Tawar	15.21	16.24	16.28	16.94	17.94

Sumber: Pengolahan Data, 2025

Kombinasi $\alpha = 0,5$ dan $\beta = 0,5$ menghasilkan nilai MAPE di bawah 20% pada seluruh menu, yang dikategorikan sebagai *good forecast*. Hal ini menunjukkan bahwa parameter tersebut memberikan hasil peramalan yang cukup akurat dan seimbang. Oleh karena itu, kombinasi ini digunakan sebagai dasar dalam proyeksi penjualan selama periode analisis.

4.4 Biaya Pengeluaran

Biaya variabel dihitung berdasarkan hasil peramalan volume produksi selama 4 tahun. Komponen biaya variabel meliputi bahan baku dan *overhead* seperti gas, listrik, dan kebutuhan harian, yang nilainya berubah sesuai jumlah produk dilakukan dengan mengalikan volume produksi tahunan dengan biaya per unit [19]. Biaya bahan baku merupakan komponen terbesar dalam kategori variabel, yaitu sekitar Rp1,74–Rp1,77 miliar per tahun. Sementara itu, biaya tetap terdiri dari sewa bangunan sebesar Rp180 juta dan gaji karyawan sebesar Rp552 juta per tahun, dengan gaji sebagai komponen terbesar.

4.5 Biaya Penyusutan

Perhitungan depresiasi tahunan dilakukan dengan membagi total harga perolehan aset dengan umur manfaatnya, mengacu pada PMK No. 72 Tahun 2023. Berdasarkan klasifikasi dan tarif yang berlaku, total depresiasi tahunan Sego Ndok Mbak Asih mencapai Rp24.622.750, dihitung dari gabungan aset dengan masa manfaat berbeda. Beban penyusutan ini akan mengurangi pendapatan dan berdampak pada laba perusahaan dalam laporan laba rugi, sedangkan akumulasi penyusutan akan mengurangi nilai perolehan aset yang tercantum dalam neraca [12].

4.6 Aspek Finansial

Tabel 2. Proyeksi Laba Rugi

Kondisi	Tahun				
	1	2	3	4	5
Normal	Rp 740,963,105	Rp 716,983,429	Rp 719,497,005	Rp 718,351,458	Rp 721,290,962

Bahan Baku Naik 5%	Rp 652,310,329	Rp 630,336,999	Rp 632,278,190	Rp 631,248,265	Rp 634,065,218
Bahan Baku Naik 10%	Rp 563,657,553	Rp 543,690,570	Rp 545,059,375	Rp 544,145,071	Rp 546,839,474
Bahan Baku Naik 15%	Rp 475,004,776	R 457,044,140	Rp 457,840,559	Rp 457,041,877	Rp 459,613,731

Sumber: Pengolahan Data, 2025

Proyeksi laba rugi Sego Ndok Mbak Asih selama lima tahun dalam empat skenario. Pada kondisi normal, laba stabil di kisaran Rp700 juta-an per tahun. Jika harga bahan baku naik 5%, laba turun ke Rp634 juta, 10% menjadi Rp546 juta, dan 15% menjadi Rp459 juta di tahun kelima. Hasil ini menunjukkan usaha cukup sensitif terhadap kenaikan bahan baku, namun tetap menghasilkan laba positif. Artinya, bisnis tetap layak dijalankan dengan catatan perlu strategi efisiensi atau penyesuaian harga untuk menjaga profitabilitas.

Tabel 3. Analisis Sensitivitas

Uji Kelayakan	Syarat	Kenaikan Bahan Baku 5%	Kenaikan Bahan Baku 10%	Kenaikan Bahan Baku 15%
NPV	NPV > 1	Rp 2,556,884,424	Rp 2,183,678,358	Rp 1,810,472,293
PP	PP < 5 Tahun	5 bulan 21 hari	6 bulan 20 hari	7 bulan 29 hari
PI	PI > 1	1.38	1.34	1.30
Feasibility Index		Diterima	Diterima	Diterima

Sumber : Pengolahan Data, 2025

Analisis kelayakan investasi menunjukkan bahwa usaha Sego Ndok Mbak Asih tetap layak dijalankan dalam tiga skenario kenaikan harga bahan baku. Pada kenaikan 5%, 10%, dan 15%, NPV masing-masing tercatat Rp2,56 miliar, Rp2,18 miliar, dan Rp1,81 miliar, dengan *Payback Period* kurang dari 8 bulan dan $PI > 1$. Semua memenuhi kriteria kelayakan investasi. Meskipun demikian, setiap kenaikan 5% harga bahan baku menurunkan NPV rata-rata 16%. Oleh karena itu, strategi mitigasi seperti efisiensi produksi, kontrak jangka panjang, dan diversifikasi pemasok perlu diterapkan untuk menjaga profitabilitas.

4.7 Aspek Non Finansial

1. Aspek Teknis

Sego Ndok Mbak Asih berlokasi di Grand Wisata, Bekasi, area strategis dekat pemukiman dan fasilitas publik. Sistem produksi menggunakan metode *make to order* agar makanan selalu hangat dan segar. Proses produksi bersifat semi-manual dengan resep standar dan beroperasi pukul 10.00–22.00 WIB, meliputi persiapan bahan, produksi, pelayanan langsung maupun daring, serta pembersihan dan pencatatan penjualan.

2. Aspek Pasar

Pendekatan *customer-centric* diterapkan melalui barcode kritik-saran dan interaksi media sosial, namun pemanfaatan teknologi digital masih terbatas. Hubungan dengan pemasok dan karyawan terjaga baik, tetapi kolaborasi eksternal dan strategi digital masih perlu dikembangkan. Promosi dilakukan melalui media sosial dan kolaborasi dengan vlogger, namun belum terintegrasi secara berkelanjutan.

3. Aspek SDM

Karyawan dibagi berdasarkan fungsi dapur, kasir, dan pelayanan. Rekrutmen menekankan sikap dan kemauan kerja, dengan pelatihan dua minggu mencakup SOP, teknik memasak, dan etika pelayanan. Evaluasi berkala dilakukan untuk menilai kinerja dan kelayakan menjadi karyawan tetap guna menjaga kualitas operasional.

4.8 Business Model Canvas

BMC Sego Ndok Mbak Asih disusun berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha dan mencakup sembilan elemen utama.

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
1. Supplier bahan baku (beras, telur, minyak, bumbu, dll) 2. Platform online delivery (GoFood, GrabFood, ShopeeFood) 3. Pemilik ruko (mitra sewa tempat usaha) 4. Konten kreator lokal (media promosi)	1. Produksi serta penyajian makanan 2. Pengelolaan stok bahan baku harian 3. Pembelian bahan baku dari <i>supplier</i> 4. Pembukuan serta pembayaran oleh <i>finance</i> 5. Promosi melalui media sosial 6. Evaluasi kualitas serta pelayanan	1. Variasi menu beragam serta lengkap khas rumah Jawa 2. Harga terjangkau (Rp 13.000 – Rp 36.000) 3. Penyajian cepat serta praktis	1. Pelayanan ramah serta cepat di tempat & online 2. Komunikasi aktif melalui media sosial & WhatsApp 3. QR code untuk kritik serta saran 4. Penggantian makanan jika ada kesalahan	1. Mahasiswa 2. Pekerja 3. Anak muda usia 18+ 4. Keluarga serta ibu rumah tangga 5. Pelanggan yang menyukai makanan rumahan
Key Resources		Channels		
1. Pekerja operasional (koki, plating, kasir, pelayan, steward). 2. Staff manajemen (keuangan, pembelian, stok, marketing, bisnis) 3. SOP serta pelatihan awal dari kapten dapur/plating 4. Sistem komunikasi internal & laporan harian		1. Penjualan langsung di lokasi strategis (pinggir jalan) 2. Pemesanan melalui GoFood, GrabFood, ShopeeFood 3. Promosi di media sosial (Instagram, TikTok, WhatsApp)		
Cost Structure		Revenue Streams		
1. Biaya investasi awal 2. Biaya variabel 3. Biaya tetap		1. Penjualan harian makanan & minuman 2. Penjualan online via GoFood/GrabFood 3. Pemesanan besar (catering/nasi box) 4. Potensi pendapatan dari sistem langganan ke depan		

Gambar 3. Business Model Canvas Sego Ndok Mbak Asih

Sumber: Pengolahan Data (2025)

4.9 Matrix SWOT

Berdasarkan dari hasil *Grand Strategy Matrix* pada kuadran I maka strategi yang dipergunakan yakni *market development*, *market penetration*, *product development*, *forward integration*, *backward integration*, *horizontal integration*, *related diversification* [20]. Berikut hasil strategi yang didapatkan yang dibuat menjadi matriks SWOT.

Strategi S – O	Strategi W – O
• Value Proposition Membuat menu paket makan siang dengan harga promo. (S1, S2, O2) • Key Resources Mengikuti pelatihan serta sertifikasi pelayanan yang difasilitasi pemerintah untuk meningkatkan standar pelayanan serta mendapatkan pengakuan resmi (S3,O1) • Channels Mengoptimalkan media sosial serta platform pesan-antar online (GoFood, GrabFood, ShopeeFood) sebagai saluran utama untuk menjangkau pelanggan yang mengikuti tren digital. (S4, S6, O2, O4) • Customer Relationships Memberikan video menarik terkait dengan pelayanan serta kebersihan serta proses pengolahan makanan. (S3, S7, O5) • Revenue Streams Memanfaatkan layanan pesan antar serta sistem pemesanan <i>online</i> sebagai alternatif tambahan pemasukan yang mengikuti tren konsumsi digital. (S4, S6, O2, O4)	• Channels Membuat iklan di media sosial yang ditautkan langsung oleh aplikasi pesan antar <i>gofood</i> maupun <i>grab food</i>. (W2,O4) • Key Partnerships Bergabung dalam UMKM dukungan pemerintah maupun UMKM lokal untuk mendapatkan informasi supplier untuk stok darurat. (W1, O1) • Revenue Streams Mengadakan promo di hari besar nasional maupun promo setiap bulan di aplikasi pesan antar. (W3, O4, O2) • Customer Segments Ikut berpartisipasi dalam <i>event</i> kuliner nasional serta memberi promo dalam <i>event</i> tersebut. (W3, O1, O3).
Strategi S – T	Strategi W – T
• Key Activities Sesuaikan SOP dengan standar dinas kesehatan. (S7, T1) • Value Proposition Membuat menu yang berbeda dengan kompetitor, harga murah serta berikan promosi menarik di media sosial. (S1, T2, T5) • Customer Relationships Menjaga pelayanan yang ramah dengan konsisten serta menerapkan kebersihan kepada para karyawan. (S3, T5) • Key Resources Membuat stok mingguan serta pemantauan stok secara berkala. (S2, S7, T1, T3) • Channels	• Channels Memberikan promosi khusus untuk pelanggan online (W2, T4) • Customer Relationships Bekerja sama dengan <i>influencer</i> untuk meningkatkan <i>branding</i> (W2, T2, T5) • Key Partnerships Bekerja sama dengan beberapa <i>supplier</i> untuk mengantisipasi stok serta kenaikan harga bahan baku. (W1, T3) • Key Partnerships Menjalin kerja sama dengan usaha kuliner sejenis di area sekitar untuk memperkuat posisi di pasar dan menghadapi banyaknya pesaing (W1, T5)

Gambar 4. Matrix SWOT

Sumber: Pengolahan Data (2025)

4.10 Analisis SWOT

Analisis SWOT dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi Sego Ndok Mbak Asih.

SKOR IFE					
No	Faktor Internal (IFE)	Kode	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (Strength)					
1	Menu variatif dan khas masakan rumahan	S1	0.128	4	0.51
2	Harga makanan terjangkau untuk semua kalangan	S2	0.140	4	0.56
3	Pelayanan cepat, ramah, dan responsif	S3	0.116	4	0.47
4	Promosi aktif melalui media sosial	S4	0.105	3	0.31
5	Lokasi outlet strategis dan mudah dijangkau	S5	0.128	4	0.51
6	Tersedia layanan pesan antar online	S6	0.116	4	0.47
7	Sistem kerja karyawan dilengkapi SOP	S7	0.093	3	0.28
Total Kekuatan (Strength)					3.10
Kelemahan (Weakness)					
8	Risiko keterlambatan pasokan bahan baku	W1	0.070	2	0.14
9	Belum ada strategi pemasaran khusus online	W2	0.058	1	0.06
10	Belum ada paket promo/diskon rutin	W3	0.047	1	0.05
Total Kekuatan (Strength)					0.24
Total			1.000	30	3.35

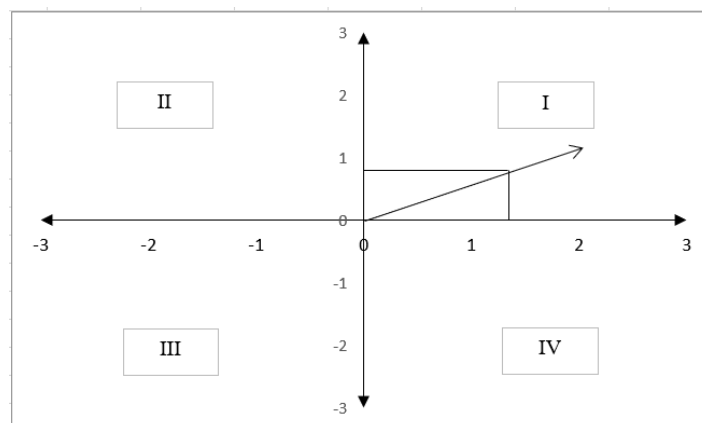
Gambar 5. Faktor Internal Sego Ndok Mbak Asih
Sumber: Pengolahan Data (2025)

SKOR EFE					
No	Faktor Eksternal (EFE)	Kode	Bobot	Rating	Skor
Peluang (Opportunity)					
1	Dukungan pemerintah untuk UMKM	O1	0.130	4	0.52
2	Tren makanan cepat saji praktis	O2	0.111	4	0.44
3	Pertumbuhan sektor UMKM	O3	0.139	4	0.56
4	Perkembangan teknologi & aplikasi pesan-antar	O4	0.120	3	0.36
5	Meningkatnya kesadaran akan kebersihan & pelayanan	O5	0.111	4	0.44
Total Peluang (Opportunity)					2.32
Ancaman (Threat)					
6	Regulasi izin & keamanan makanan	T1	0.093	1	0.09
7	Persaingan harga yang ketat	T2	0.074	2	0.15
8	Kenaikan harga bahan pokok	T3	0.083	2	0.17
9	Ketergantungan pada platform digital	T4	0.065	2	0.13
10	Banyak pesaing di lokasi sekitar	T5	0.074	1	0.07
Total Ancaman (Threat)					0.61
Total			1.000	24	2.94

Gambar 6. Faktor Eksternal Sego Ndok Mbak Asih
Sumber: Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan matriks IFE, diperoleh skor total sebesar 3,35, menunjukkan bahwa secara internal usaha berada pada posisi yang kuat, dengan kekuatan utama seperti harga terjangkau, variasi menu rumahan, dan layanan cepat. Di sisi lain, kelemahan yang perlu diperhatikan adalah terbatasnya strategi pemasaran digital dan ketergantungan pada pasokan bahan baku.

Sementara itu, hasil matriks EFE menghasilkan skor 2,94, mengindikasikan bahwa usaha mampu merespons peluang eksternal dengan cukup baik. Peluang utama berasal dari dukungan pemerintah terhadap UMKM, tren makanan cepat saji, dan perkembangan teknologi aplikasi pesan antar, sedangkan ancaman utama meliputi kenaikan harga bahan pokok dan persaingan ketat di lokasi sekitar.



Gambar 7. Hasil *Grand Strategy Matrix*
Sumber: Pengolahan Data (2025)

Kombinasi hasil IFE dan EFE menunjukkan bahwa Sego Ndok Mbak Asih berada pada Kuadran I *Grand Strategy Matrix*, yaitu posisi yang mendukung penerapan strategi pertumbuhan agresif. Oleh karena itu, strategi S-O menjadi prioritas, seperti pengembangan media sosial dan pemanfaatan platform digital sebagai saluran utama penjualan, serta penawaran paket makan siang promo dan kolaborasi dengan konten kreator.

4.11 TOPSIS

Untuk menentukan strategi terbaik, dilakukan pembobotan dan perankingan menggunakan metode *Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution* (TOPSIS).

Tabel 4. Hasil Akhir Perangkingan Strategi

Strategi	Total Nilai	Rangking
SO1	0.489	2
SO2	0.432	5
SO3	0.568	1
SO4	0.459	4
SO5	0.462	3

Sumber: Pengolahan Data (2025)

Dari lima alternatif strategi S-O, hasil menunjukkan bahwa strategi mengoptimalkan media sosial dan platform pesan-antar seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood menempati peringkat pertama dengan nilai preferensi sebesar 0,568, diikuti oleh strategi pembuatan paket makan siang promo dengan nilai 0,489. Strategi ini dinilai paling sesuai dengan kondisi internal dan eksternal, serta dapat meningkatkan jangkauan pasar dan pendapatan secara berkelanjutan.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, total biaya investasi untuk membuka usaha Sego Ndok Mbak Asih sebesar Rp160.903.000, meliputi pengadaan peralatan toko Rp63.923.000, renovasi tempat Rp69.375.000, peralatan makan Rp7.205.000, peralatan dapur Rp17.350.000, dan alat kebersihan Rp3.050.000. Biaya operasional terdiri atas biaya tetap (sewa Rp180.000.000 dan gaji karyawan Rp552.000.000 per tahun) serta biaya variabel berupa bahan baku (Rp1,74–1,77 miliar per tahun) dan overhead (Rp168–171 juta per tahun). Dari aspek non-finansial, usaha dinilai layak dijalankan karena lokasi strategis, proses produksi efisien dengan sistem *make to order*, serta manajemen SDM dan operasional yang terstruktur. Peluang pasar besar, namun strategi digital dan promosi terpadu masih perlu ditingkatkan. Hasil analisis finansial menunjukkan usaha layak dijalankan dengan nilai BEP Rp1.489.114.584, NPV Rp2.930.090.489, PP 4 bulan 30 hari, dan PI 1,42. Berdasarkan analisis sensitivitas, usaha tetap layak pada seluruh skenario kenaikan bahan baku hingga 15%, dengan NPV positif (Rp1,81–2,93 miliar) dan PI > 1. Dari analisis BMC, SWOT, dan TOPSIS, strategi prioritas ialah mengoptimalkan media sosial dan platform pesan-antar (*GoFood*, *GrabFood*, *ShopeeFood*) dengan nilai preferensi tertinggi 0,568, diikuti strategi promo paket makan siang (0,489) dan layanan pesan antar (0,462). Fokus pada strategi digital dinilai paling efektif untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pasar.

Pustaka

- [1] O. Arifudin, Y. Sofyan, R. Tanjung, S. Al-Amar Subang, S. Muhammadiyah Bandung, and S. Rakeyan Santang Karawang, "Studi Kelayakan Bisnis Telur Asin H-Organik," *Jurnal Ecodemica*, vol. 4, no. 2, 2020, [Online]. Available: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica>
- [2] E. T. Hutamy *et al.*, "Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z (Analysis of the Canvas Model's Application to Micro-Entrepreneurs of Generation Z)," 2021.
- [3] F. Wijaya and M. Adib Sultan, "Formulasi Perancangan Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT dan Business Model Canvas," 2019.
- [4] T. S. Devi Lastina, "Peningkatan Produktivitas Pemasaran UMKM Catering Mpok Atiek dengan Pendekatan Business Model Canvas dan Analisis SWOT," 2019.
- [5] D. Ilham, N. E. Putri, N. Patricia, N. F. Nst., and S. Safrizal, "Penerapan Metode TOPSIS untuk Memilih Laptop Terbaik Sesuai Kebutuhan Konsumen," *Journal of Manufacturing and Enterprise Information System*, vol. 3, no. 1, pp. 32–40, Apr. 2025, doi: 10.52330/jmeis.v3i1.415.

- [6] T. Syahril Daoed dan Muhammad Amri Nasution, *STUDI KELAYAKAN BISNIS*. 2021.
- [7] S. E. , M. M. Dr. I Made Adnyana, *STUDI KELAYAKAN BISNIS*.
- [8] R. F. Yunus, N. Suryana, and S. Aryani, "Analisis Kelayakan Usaha Pembukaan Cabang Kedai Kinetik Di Tinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, Dan Aspek Finansial Feasibility Analysis Of Opening New Branch Of Kedai Kinetik Reviewed From Market Aspects, Technical Aspects, And Financial Aspects," 2020.
- [9] M. Diva and A. D. Astuti, "Analisis manajemen sumber daya manusia dalam praktik peningkatan mutu pendidikan," *Nautical: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, vol. 1, 2022, [Online]. Available: <https://jurnal.arkainstitute.co.id/index.php/nautical/index>
- [10] B. R. Sukarno, U. Sunan, and A. Surabaya, "Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Business Model Canvas," 2021.
- [11] W. NURUL FADILAH, "Analisis Potensi Agrowisata Nagari Batuhampar Kecamatan Akabiluru Kabupaten 50 Kota," 2019.
- [12] Q. istiqamah, R. S. L. W. N. S. N. A. dan A. Linda Arisanty Razak, "Analisis Perhitungan Penyusutan Aset Tetap Menurut Standar Akuntansi Keuangan Dan Peraturan Perpajakan Pada Pt. Gowa Makassar Tourism. Tbk," 2019.
- [13] Sulasih, "Implementasi Matrik Efe, Matrik Ife, Matrik Swot Dan Qspm Untuk Menentukan Alternatif Strategi Guna Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Bagi Usaha Produksi Kelompok Buruh Pembatik Di Kaser Notog Patikraja Banyumas," 2019.
- [14] M. Harisudin, R. K. Adi, and R. R. A. Qonita, "Synergy Grand Strategy Matrix, Swot And Qspm As Determinants Of Tempeh Product Development Strategy," *J Sustain Sci Manag*, vol. 17, no. 8, pp. 62–82, Aug. 2022, doi: 10.46754/jssm.2022.08.004.
- [15] I. A. Hasugian, F. Ingrid, and K. Wardana, "Analisis Kelayakan Dan Sensitivitas : Studi Kasus Ukm Mochi Kecamatan Medan Selayang," Online, 2020.
- [16] D. Novitasari, "Analisis Kelayakan Finansial Budidaya Selada Dengan Hidroponik Sederhana Skala Rumah Tangga," *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, vol. 17, no. 1, p. 19, Sep. 2020, doi: 10.20961/sepa.v17i1.38060.
- [17] L. N. N. A. N. Diwayana Putri Nasution, "Peningkatan Pemahaman Siswa Tentang Teori Kesejahteraan Pada Usaha Mikro Kecil Di Sman 3 Medan," 2022.
- [18] N. Luh, W. Sri, R. Ginantra, I. Bagus, and G. Anandita, "Penerapan Metode Single Exponential Smoothing Dalam Peramalan Penjualan Barang," 2019. [Online]. Available: <http://tunasbangsa.ac.id/ejurnal/index.php/jsakti>
- [19] L. Yusmita, I. Berd, and F. Sihaloho, "Analisis Pengembangan Usaha Minuman Kombucha Daun Kawa Menggunakan Metode Break Even Point (BEP)," 2021.
- [20] F. R. David *et al.*, "Sixteenth edition StRategic ManageMent concepts and cases," 2017. [Online]. Available: www.pearsoned.com/permissions/.