

Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Kuliner “Nangkring Seblak” Menggunakan Analisis SWOT Berdasarkan Persepsi Konsumen

Indah Pangestu

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bandung

*Email Korespodensi: indahpangestu85@gmail.com

Sejarah Artikel:

Diterima 27-01-2026
Disetujui 07-02-2026
Diterbitkan 09-02-2026

ABSTRACT

The development of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in the culinary sector in Indonesia has shown significant growth, particularly in traditional food products packaged in modern ways, such as seblak. The high public interest in spicy food has encouraged the emergence of many similar businesses, resulting in increasingly fierce competition. This study aims to analyze the feasibility of the Nangkring Seblak business based on consumer perceptions and the business's internal and external conditions. The research method used was descriptive quantitative, with data collection through a survey using a Google Form questionnaire administered to 23 respondents. The data obtained were analyzed through respondent characteristics analysis, consumer perception analysis, and a SWOT analysis to formulate business development strategies. The results showed that the majority of respondents gave positive assessments of the taste quality, affordable prices, and menu innovation offered by Nangkring Seblak. The SWOT analysis revealed that the business's main strengths lie in consistent product quality and competitive pricing, while its main weaknesses are limited promotion and limited operational scale. Based on these analysis results, it can be concluded that the Nangkring Seblak business is feasible to operate and develop sustainably with the implementation of appropriate strategies.

Keywords: business feasibility study, culinary MSMEs, seblak, consumer perception, SWOT analysis

ABSTRAK

Perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor kuliner di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, khususnya pada produk makanan tradisional yang dikemas secara modern, seperti seblak. Tingginya minat masyarakat terhadap makanan pedas mendorong munculnya banyak pelaku usaha sejenis, sehingga persaingan bisnis semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis usaha Nangkring Seblak berdasarkan persepsi konsumen serta kondisi internal dan eksternal usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui survei menggunakan kuesioner Google Form kepada 23 responden. Data yang diperoleh dianalisis melalui analisis karakteristik responden, analisis persepsi konsumen, serta analisis SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap kualitas rasa, harga yang terjangkau, dan inovasi menu yang ditawarkan oleh Nangkring Seblak. Analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan utama usaha terletak pada konsistensi kualitas produk dan harga yang kompetitif, sementara kelemahan utama adalah keterbatasan promosi dan skala operasional yang masih terbatas. Berdasarkan hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa usaha Nangkring Seblak dinyatakan layak untuk dijalankan dan dikembangkan secara berkelanjutan dengan penerapan strategi yang tepat.

Kata kunci: studi kelayakan bisnis, UMKM kuliner, seblak, persepsi konsumen, analisis SWOT

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Pangestu, I. (2026). Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Kuliner “Nangkring Seblak” Menggunakan Analisis SWOT Berdasarkan Persepsi Konsumen. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(2), 2982-2988. <https://doi.org/10.63822/3h1f0m90>

PENDAHULUAN

Perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat, khususnya pada sektor kuliner. Sektor ini menjadi salah satu penopang utama perekonomian nasional karena mampu menciptakan lapangan kerja serta memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat secara luas. Makanan tradisional yang dikemas secara modern menjadi salah satu bentuk adaptasi UMKM kuliner dalam menghadapi perubahan selera dan gaya hidup masyarakat.

Salah satu produk kuliner tradisional yang mengalami peningkatan popularitas adalah seblak. Seblak dikenal sebagai makanan khas Jawa Barat dengan cita rasa pedas dan fleksibilitas dalam variasi topping serta tingkat kepedasan. Karakteristik tersebut membuat seblak diminati oleh berbagai kalangan, terutama remaja dan dewasa muda. Tingginya permintaan ini mendorong munculnya banyak pelaku usaha sejenis, sehingga persaingan bisnis menjadi semakin ketat.

Tingginya tingkat persaingan menuntut pelaku usaha untuk memiliki keunggulan kompetitif yang jelas. Tanpa perencanaan yang matang dan strategi bisnis yang tepat, usaha berpotensi mengalami penurunan kinerja bahkan kegagalan. Oleh karena itu, diperlukan suatu kajian yang sistematis untuk menilai kelayakan suatu usaha sebelum dikembangkan lebih lanjut.

Nangkring Seblak merupakan salah satu usaha kuliner yang hadir dengan konsep harga terjangkau, kualitas rasa yang konsisten, serta inovasi menu yang beragam. Usaha ini juga mengusung konsep “nongkrong” yang sesuai dengan karakteristik target pasar anak muda. Meskipun demikian, keunggulan tersebut perlu dianalisis secara ilmiah agar dapat diketahui sejauh mana usaha ini layak untuk dijalankan dan dikembangkan.

Studi kelayakan bisnis menjadi alat penting untuk menilai kelayakan suatu usaha dari berbagai aspek, baik internal maupun eksternal. Melalui studi kelayakan bisnis berbasis persepsi konsumen dan analisis SWOT, pelaku usaha dapat memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai posisi usaha, potensi pengembangan, serta strategi yang dapat diterapkan di masa depan.

LANDASAN TEORI

Studi kelayakan bisnis merupakan suatu proses evaluasi menyeluruh terhadap rencana usaha untuk menentukan apakah usaha tersebut layak dijalankan atau dikembangkan. Studi ini bertujuan untuk meminimalkan risiko kerugian serta memastikan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Kelayakan bisnis umumnya ditinjau dari berbagai aspek, antara lain pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, teknis dan teknologi, sosial budaya, serta aspek hukum.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. UMKM sektor kuliner memiliki karakteristik khusus, yaitu tingkat permintaan yang relatif stabil serta ketergantungan pada selera dan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, pemahaman terhadap perilaku konsumen menjadi faktor kunci dalam keberhasilan usaha kuliner.

Perilaku konsumen merupakan proses ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Persepsi konsumen terhadap harga, kualitas produk, dan inovasi menu sangat memengaruhi keputusan pembelian serta loyalitas pelanggan. Kepuasan konsumen yang tinggi dapat menciptakan pembelian ulang dan memperkuat posisi usaha di tengah persaingan.

Analisis SWOT adalah alat analisis strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) internal, serta peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) eksternal suatu usaha. Analisis ini membantu pelaku usaha dalam merumuskan strategi yang tepat dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman yang dihadapi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan kondisi kelayakan usaha Nangkring Seblak berdasarkan data numerik dan deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menganalisis persepsi konsumen serta kondisi usaha secara aktual.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui survei persepsi konsumen menggunakan kuesioner yang disebarakan secara daring melalui Google Form kepada 23 responden. Responden merupakan konsumen yang pernah membeli produk Nangkring Seblak. Data sekunder diperoleh dari laporan studi kelayakan bisnis, literatur ilmiah, dan referensi yang relevan.

Teknik analisis data dilakukan dengan beberapa tahap, yaitu analisis karakteristik responden, analisis persepsi konsumen berdasarkan hasil kuesioner, rekapitulasi tingkat penilaian konsumen, serta analisis SWOT. Hasil analisis SWOT kemudian digunakan untuk menyusun matriks strategi SWOT (SO, WO, ST, WT) sebagai dasar perumusan strategi pengembangan usaha.

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan usaha Nangkring Seblak berdasarkan persepsi konsumen serta kondisi internal dan eksternal usaha. Data diperoleh dari hasil survei Google Form yang diisi oleh 23 responden, yang kemudian dianalisis untuk melihat tingkat kepuasan, loyalitas, serta penilaian konsumen terhadap usaha.

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil kuesioner, mayoritas responden merupakan remaja dan dewasa muda dengan rentang usia 15–35 tahun. Karakteristik ini sesuai dengan target pasar Nangkring Seblak yang menyasar pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda. Dari sisi perilaku konsumsi, responden cenderung menyukai makanan pedas dengan harga terjangkau dan variasi menu yang beragam.

Hasil Survei Persepsi Konsumen

Survei persepsi konsumen diperoleh dari hasil responden Google Form yang memuat lima pernyataan utama terkait loyalitas pembelian, kelayakan usaha seblak, kualitas rasa, inovasi menu, dan harga. Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif dengan jawaban “sangat setuju” dan “setuju” pada seluruh pernyataan. Secara umum, konsumen menilai bahwa kualitas rasa dan tingkat kepedasan menjadi alasan utama memilih Nangkring Seblak. Selain itu, harga yang terjangkau dan inovasi menu turut meningkatkan minat beli dan pembelian ulang konsumen.

Tabel 1. Rekapitulasi Tingkat Penilaian Konsumen

Kategori Penilaian	Jumlah Jawaban	Persentase
Sangat Setuju (SS)	68	59%
Setuju (S)	40	35%
Netral (N)	7	6%
Kurang Setuju (KS)	-	0%
Tidak Setuju (TS)	-	0%
Total	115	100%

Hasil rekapitulasi menunjukkan bahwa lebih dari 90% responden memberikan penilaian positif terhadap Nangkring Seblak, yang mengindikasikan tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen yang tinggi.

Analisis SWOT

Faktor Internal	Keterangan	Faktor Eksternal	Keterangan
<i>Strength</i>	Harga terjangkau, kualitas rasa konsisten, inovasi menu, Lokasi strategis	<i>Opportunity</i>	Minat masyarakat terhadap makanan pedas, pertumbuhan UMKM kuliner
<i>Weakness</i>	Promosi terbatas, ketergantungan pada harga murah, skala operasional UMKM	<i>Threats</i>	Persaingan tinggi, kenaikan harga bahan baku

Matriks Strategi SWOT

Strategi	Rumusan Strategi
SO	Memanfaatkan kualitas rasa dan inovasi menu untuk menarik pasar yang terus berkembang
WO	Meningkatkan promosi digital untuk menutupi keterbatasan skala usaha
ST	Menjaga konsistensi kualitas untuk menghadapi persaingan usaha sejenis
WT	Efisiensi biaya dan pengelolaan operasional untuk mengantisipasi risiko eksternal

Secara keseluruhan, strategi SO dan ST menjadi strategi utama karena usaha memiliki kekuatan internal yang cukup dominan untuk memanfaatkan peluang pasar dan menghadapi persaingan.

Pembahasan

Pembahasan hasil penelitian menunjukkan bahwa Nangkring Seblak memiliki tingkat penerimaan pasar yang baik berdasarkan persepsi konsumen. Tingginya penilaian positif mencerminkan kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan harga yang ditawarkan.

Dari aspek perilaku konsumen, loyalitas pembelian menjadi indikator penting kelayakan usaha. Konsumen cenderung melakukan pembelian ulang karena rasa yang konsisten dan variasi menu yang menarik.

Aspek pemasaran menunjukkan bahwa segmentasi dan positioning Nangkring Seblak sudah sesuai dengan karakteristik target pasar. Konsep nongkrong dan harga terjangkau menjadi daya tarik utama bagi konsumen muda. Dari aspek keuangan, struktur biaya yang relatif sederhana dan potensi pendapatan yang tinggi menunjukkan bahwa usaha ini memiliki prospek keuntungan yang baik.

Aspek sumber daya manusia yang sederhana namun efektif mendukung kelancaran operasional usaha. Pembagian tugas yang jelas membantu menjaga kualitas layanan. Pemanfaatan teknologi seperti sistem POS meningkatkan efisiensi pencatatan dan pengelolaan usaha, yang menjadi nilai tambah bagi UMKM kuliner. Secara keseluruhan, hasil penelitian dan analisis menunjukkan bahwa Nangkring Seblak layak untuk dijalankan dan dikembangkan dengan strategi yang tepat dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa usaha Nangkring Seblak memiliki tingkat kelayakan bisnis yang baik untuk dijalankan dan dikembangkan. Penilaian kelayakan ini didasarkan pada hasil survei persepsi konsumen, analisis karakteristik responden, serta kajian terhadap berbagai aspek studi kelayakan bisnis, meliputi aspek pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, teknis dan teknologi, sosial budaya, serta aspek hukum.

Hasil analisis persepsi konsumen menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap produk Nangkring Seblak. Konsumen menilai kualitas rasa dan tingkat kepedasan sebagai faktor utama dalam keputusan pembelian, diikuti oleh harga yang terjangkau dan inovasi menu yang beragam. Tingginya tingkat kepuasan konsumen tersebut tercermin dari kecenderungan pembelian ulang dan loyalitas terhadap produk, yang menjadi indikator penting keberlanjutan usaha kuliner.

Dari aspek pemasaran, Nangkring Seblak memiliki segmentasi, targetting, dan positioning yang jelas, yaitu menyasar remaja hingga dewasa muda yang menyukai makanan pedas dengan konsep santai dan harga yang terjangkau. Strategi pemasaran yang diterapkan dinilai mampu menjawab kebutuhan pasar, meskipun masih diperlukan penguatan promosi yang lebih terstruktur, khususnya melalui media digital, untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing.

Ditinjau dari aspek keuangan, struktur biaya operasional dan kebutuhan modal awal usaha tergolong wajar untuk skala UMKM kuliner. Estimasi pendapatan dan periode pengembalian modal yang relatif cepat menunjukkan bahwa usaha Nangkring Seblak memiliki potensi keuntungan yang baik serta prospek keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Namun demikian, pengelolaan biaya dan efisiensi operasional tetap perlu diperhatikan untuk menjaga stabilitas keuntungan.

Analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan utama usaha terletak pada konsistensi kualitas produk, harga yang kompetitif, dan inovasi menu, sementara kelemahan utama adalah keterbatasan promosi dan skala operasional. Dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang pasar yang ada serta mengelola kelemahan dan ancaman secara tepat melalui strategi yang terencana, Nangkring Seblak berpotensi untuk terus berkembang sebagai usaha kuliner yang berdaya saing dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kasmir, & Jakfar. (2020). Studi kelayakan bisnis. Jakarta: Kencana.
- Rangkuti, F. (2021). Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis. Jakarta: Gramedia.
- Suci, Y. R. (2021). Perkembangan UMKM kuliner di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 45–56.
- Pratama, R. A., & Hidayat, W. (2023). Analisis perilaku konsumen pada UMKM kuliner. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 112–123.
- Widodo, T., & Lestari, S. (2022). Strategi pengembangan UMKM berbasis analisis SWOT. *Jurnal Manajemen Strategi*, 5(3), 201–210.