

JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI
UNIVERSITAS SAM RATULANGI (JMBS UNSRAT)
STUDI KELAYAKAN BISNIS PENDIRIAN USAHA BOLEN
PISANG KENCANA

Muhammad Ilham Majid, Dicky Maryono

Universitas Teknologi Digital

ARTICLE INFO

Keywords: Business Feasibility Study, Golden Banana Bolen, SWOT Analysis

Kata kunci: Studi Kelayakan Bisnis, Bolen Pisang Kencana, Analisis SWOT

Corresponding author:

Muhammad Ilham Majid

muhammad10524013@digitechuniversity.ac.id

Abstract: This study analyzes the feasibility of the Bolen Pisang Kencana culinary business in Bandung City. The background of the study is based on the potential of bananas as the largest fruit commodity in Indonesia and the public trend of liking local, halal, and handmade processed products. The method used is a business feasibility study by reviewing market, marketing, production, human resources, financial, environmental, legal, and SWOT aspects. The results of the study indicate a broad market opportunity with relatively small initial capital supported by affordable prices and distinctive flavors. From a financial perspective, the business is declared feasible to run with an NPV of IDR 53,068,879, an IRR of 57.49%, a PI of 8.36, a Payback Period of 1.90 years, and a sharp increase in ROI from 2.07% in the first year to 101.29% in the 5th year, reflecting significant profit growth and investment efficiency. The environmental aspect shows small and easily managed production waste, while the legal aspect confirms the owner's commitment to completing business permits (NIB, PIRT, and halal).

Abstrak: Penelitian ini menganalisis kelayakan usaha kuliner Bolen Pisang Kencana di Kota Bandung. Latar belakang penelitian didasari potensi pisang sebagai komoditas buah terbesar di Indonesia serta tren masyarakat yang menyukai produk olahan lokal, halal, dan handmade. Metode yang digunakan adalah studi kelayakan bisnis dengan meninjau aspek pasar, pemasaran, produksi, sumber daya manusia, keuangan, lingkungan, yuridis, dan SWOT. Hasil penelitian menunjukkan peluang pasar yang luas dengan modal awal relatif kecil serta dukungan harga terjangkau dan cita rasa khas. Dari aspek keuangan, usaha dinyatakan layak dijalankan dengan NPV Rp53.068.879, IRR 57,49%, PI 8,36, Payback Period 1,90 tahun, serta ROI yang meningkat tajam dari 2,07% pada tahun pertama hingga 101,29% pada tahun ke-5, mencerminkan pertumbuhan laba signifikan dan efisiensi investasi. Aspek lingkungan menunjukkan limbah produksi kecil dan mudah dikelola, sedangkan aspek yuridis menegaskan komitmen pemilik dalam melengkapi izin usaha (NIB, PIRT, dan halal).

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan kekayaan sumber daya alam yang melimpah, termasuk hasil pertanian dan hortikultura. Sebagai negara beriklim tropis, Indonesia mampu menghasilkan berbagai macam buah-buahan sepanjang tahun, yang menjadi bagian penting dari konsumsi masyarakat sehari-hari. Pisang, sebagai salah satu buah lokal, tidak hanya disukai karena rasanya yang manis dan kandungan gizinya yang tinggi, tetapi juga karena mudah dijumpai di berbagai daerah dengan harga yang relatif terjangkau.

Produksi pisang di Indonesia sangat melimpah dan menjadi salah satu komoditas unggulan nasional. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023, pisang menempati posisi pertama sebagai buah dengan volume produksi tertinggi, yaitu sebesar 9.335.232 ton. Tingginya produksi ini didukung oleh iklim tropis Indonesia, curah hujan yang cukup, serta kesuburan tanah yang membuat hampir seluruh wilayah dapat menjadi sentra budidaya, terutama di provinsi Lampung, Jawa Barat, dan Sumatera Utara. Ketersediaan bahan baku yang berlimpah tersebut memberikan peluang besar untuk dikembangkan menjadi berbagai produk olahan bernilai tambah yang mampu meningkatkan daya saing dan nilai ekonomi.

Di sisi lain, minat masyarakat Indonesia terhadap olahan berbasis pisang juga tinggi. Pisang tidak hanya dikonsumsi sebagai buah segar, tetapi juga diolah menjadi berbagai macam makanan tradisional maupun modern. Salah satu olahan yang populer adalah **bolen pisang**, yaitu pastry berisi pisang dengan cita rasa manis gurih yang banyak diminati masyarakat sebagai kudapan dan oleh-oleh.

Berdasarkan fakta-fakta tersebut mulai dari melimpahnya produksi pisang nasional, tingginya minat masyarakat terhadap olahan pisang, hingga spesifiknya permintaan terhadap bolen pisang di Bandung dan sekitarnya maka usaha bolen pisang dipandang memiliki peluang pasar yang besar, potensi pertumbuhan yang baik, serta layak untuk dikaji dalam sebuah studi kelayakan bisnis.

KAJIAN TEORI

Manajemen Inovasi

Menurut Junaidi (2022), inovasi adalah perubahan ide yang menghasilkan inovasi produk dan proses untuk meningkatkan nilai serta produktivitas. Inovasi menjadi kunci daya saing perusahaan dengan menghadirkan produk dan layanan sesuai kebutuhan pelanggan. Lestari (dalam Boyke, 2024) menekankan manajemen inovasi sebagai pengelolaan inovasi untuk keunggulan berkelanjutan. Kesimpulannya, inovasi dan manajemen inovasi berperan penting dalam menjaga daya saing perusahaan.

Manajemen Pemasaran

Aspek pemasaran merupakan strategi penting dalam mengelola usaha agar produk dapat dikenal, diterima, dan dipilih oleh konsumen. Menurut Maya Fasindah (2024), faktor utama dalam aspek

pemasaran meliputi marketing mix yang terdiri atas produk, harga, tempat/distribusi, promosi, serta tambahan people, physical evidence, dan process untuk pemasaran jasa. Kotler dan Armstrong (dalam Maya Fasindah, 2024) menegaskan pentingnya segmentasi dan target pasar agar perusahaan dapat lebih fokus dalam menjangkau konsumen sasaran. Sementara itu, Kotler dan Keller (dalam Maya Fasindah, 2024) menyebut branding dan positioning sebagai strategi membangun identitas merek sekaligus menempatkan citra produk di benak konsumen sehingga memiliki keunggulan dibanding pesaing.

Manajemen Produksi

Manajemen produksi merupakan proses pengelolaan sumber daya secara efektif dan efisien untuk menciptakan atau meningkatkan daya guna produk. Menurut Koontz & Weihrich (dalam Siti Nur Aisyah, 2024), manajemen adalah upaya mengatur dan memelihara individu agar bekerja optimal, sedangkan Siagian menekankan koordinasi upaya bersama demi tercapainya tujuan. Dalam konteks produksi, hal ini mencakup kegiatan menambah daya guna dengan memperbaiki atau memodifikasi produk, serta menciptakan daya guna melalui pengolahan bahan baku menjadi produk baru yang bermanfaat. Dengan demikian, manajemen produksi berperan penting dalam menghasilkan nilai tambah dan memenuhi kebutuhan konsumen.

Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan pada dasarnya mencakup kegiatan memperoleh, mengelola, dan mengalokasikan dana perusahaan secara efisien untuk mencapai tujuan finansial. Horne dan Wachowicz Jr. (dalam Suriyanti et al., 2023) menekankan pengelolaan aset dan pendanaan, Sutrisno melihatnya sebagai upaya memperoleh dana murah dan menggunakannya secara efisien, sedangkan Martono dan Harjito menegaskan pentingnya pengelolaan dana serta aset. Syamsuddin memandangnya sebagai penerapan prinsip ekonomi dalam pengambilan keputusan keuangan, dan Suriyanti et al. (2023) merangkum bahwa manajemen keuangan adalah proses memperoleh dana, mengurangi biaya, serta mengatur keuangan agar tujuan perusahaan tercapai.

Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen SDM merupakan fondasi penting keberhasilan organisasi, mencakup kebijakan dan praktik dari rekrutmen hingga pensiun untuk memastikan tenaga kerja kompeten dan berkontribusi (Cascio dalam Naya Yasinta Ramadhanti, 2024). Menurut Ramadhanti (2024), manajemen SDM adalah pendekatan sistematis melalui rekrutmen, pelatihan, pengembangan, dan kompensasi dengan memperhatikan aspek psikologis, sosial, dan hukum. Dengan demikian, manajemen SDM berperan mengelola kompetensi, kesejahteraan, dan potensi karyawan guna mencapai tujuan organisasi.

Manajemen Lingkungan dan Yuridis

Konsep Lingkungan

Menurut Munir, Saraswati, Faizah, dan Rifa'i (2019:159), aspek lingkungan penting dikaji sebelum memulai usaha untuk menilai potensi dampak positif maupun negatif. Analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL) diperlukan agar aktivitas bisnis yang berpotensi menimbulkan keramaian, masalah sosial, atau perubahan gaya hidup tetap terkendali. Suatu bisnis dinilai layak secara lingkungan bila manfaatnya lebih besar daripada dampak negatifnya, sehingga studi kelayakan perlu mengevaluasi kondisi lingkungan, menilai dampak usaha, dan merumuskan langkah untuk meminimalkan risiko (Munir et al., 2019:160).

Konsep Yuridis

Menurut Oktaviani & Yasa (dalam Putri, Maulana, & Rivaldi, 2025:557), aspek yuridis berperan memastikan kelayakan, legalitas, dan keberlanjutan usaha. Moelana menekankan perlunya kerangka hukum yang jelas agar bisnis sesuai aturan, sementara Redi et al. menambahkan bahwa aspek ini mencakup perizinan, pemilihan bentuk badan usaha, dan pemenuhan legalitas. Baoan et al. menyatakan, aspek hukum tidak hanya menjamin keabsahan, tetapi juga mendukung pertumbuhan berkelanjutan. Dengan demikian, penerapan aspek yuridis yang baik dapat mengurangi risiko, meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan, dan memperkuat akses pembiayaan.

Aspek SWOT

SWOT adalah singkatan dari Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman). Menurut Suriono (dalam Syarifah et al., 2024:39), analisis SWOT merupakan proses untuk mengidentifikasi kesesuaian strategi dengan memperhatikan peluang dari faktor eksternal maupun internal, serta mempertimbangkan ancaman yang ada. Hal serupa ditegaskan oleh Freddy Rangkuti (dalam Syarifah et al., 2024:39) yang menyatakan bahwa tujuan analisis SWOT adalah mengenali faktor-faktor pembentuk strategi dengan cara mengoptimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalisasi kelemahan dan ancaman yang dihadapi. Dengan demikian, SWOT berfungsi sebagai dasar dalam merumuskan strategi perusahaan yang lebih terarah dan adaptif terhadap perubahan lingkungan.

Menurut Nazarudin (dalam Safitri et al., 2024:142-143), SWOT digunakan dalam perencanaan strategis untuk menilai faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi pencapaian tujuan. Faktor internal mencakup Strengths (kelebihan atau kompetensi utama) dan Weaknesses (kendala internal seperti keterbatasan fasilitas, rendahnya kualitas SDM, atau ketidaksesuaian produk), sedangkan faktor eksternal meliputi Opportunities (peluang untuk pengembangan) dan Threats (ancaman yang menghambat). Setelah analisis dilakukan, strategi bisnis dapat disusun melalui matriks SWOT (Umar dalam Safitri et al., 2024:143), yaitu: SO (mengoptimalkan kekuatan dan peluang), WO (mengatasi kelemahan dengan

memanfaatkan peluang), ST (memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi ancaman), dan WT (strategi defensif mengurangi kelemahan serta menghindari ancaman).

METODE PENELITIAN

Studi ini diklasifikasikan sebagai penelitian lapangan dengan objek usaha Bolen Pisang Kencana. Tujuan utamanya adalah untuk menilai kelayakan bisnis yang dijalankan. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif, dimulai dari karakterisasi objek penelitian, pengumpulan data berdasarkan fakta, hingga analisis data untuk memperoleh temuan yang dapat diinterpretasikan secara tepat. Penelitian ini menggambarkan usaha serta menilai kelayakan Bolen Pisang Kencana dari berbagai aspek, yaitu: 1) Aspek Manajemen Inovasi, 2) Aspek Manajemen Pemasaran, 3) Aspek Manajemen Produksi, 4) Aspek Manajemen Keuangan, 5) Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia, 6) Aspek Lingkungan dan Yuridis, dan 7) Analisis SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Manajemen Inovasi

Inovasi pada Bolen Pisang Kencana diarahkan untuk menciptakan nilai melalui pengembangan produk, perbaikan proses, dan pemanfaatan sumber daya yang lebih efektif, sehingga meningkatkan daya saing dan keunggulan kompetitif berkelanjutan.

- a. Pemasaran: Penambahan varian rasa (mis. strawberry), pemanfaatan marketplace & media sosial dengan sistem pre-order, serta promosi melalui referral dan influencer.
- b. Produksi: Penggunaan alat semi-otomatis, SOP produksi lebih detail, dan pengembangan resep sehat.
- c. SDM: Pelatihan berbasis video tutorial, serta sistem kerja fleksibel bagi pekerja lokal.
- d. Keuangan: Pencatatan keuangan digital (BukuWarung/Lummo) dan akses pembiayaan syariah.
- e. Lingkungan: Kemasan ramah lingkungan, kerjasama dengan bank sampah, dan edukasi internal.
- f. Yuridis: Legalitas usaha (NIB, PIRT), sertifikasi halal, dengan dukungan dinas UMKM.

Aspek Manajemen Pemasaran

Marketing Mix

Bolen Pisang Kencana menawarkan produk bolen dengan varian coklat dan strawberry, dikemas rapi dalam kotak isi 6 dengan logo brand sebagai identitas. Harga ditetapkan Rp22.000 per kotak, kompetitif dan terjangkau. Distribusi dilakukan melalui toko rumahan dan pemesanan online (WhatsApp, GoSend/GrabExpress). Promosi memanfaatkan media sosial, grup komunitas, tester gratis, serta sistem pre-order. Pemilik dan staf berperan menjaga kualitas layanan, kebersihan, dan keramahan. Bukti fisik mencakup toko bersih, kemasan menarik, serta nota pembelian. Proses pemesanan sederhana dan efisien dengan produksi sesuai pesanan agar tetap segar.

- a. Segmentasi dan Target Pasar

Pasar ditujukan untuk pria dan wanita usia 18–55 tahun dengan pendapatan menengah ke bawah hingga menengah ke atas. Fokus geografis di Kota Bandung, khususnya sekitar kompleks perumahan dengan jangkauan ojek online. Psikografis menyasar konsumen bergaya hidup sederhana, gemar kuliner lokal, dan suka berbagi makanan. Perilaku konsumsi mencakup camilan santai, oleh-oleh, dan hantaran acara. Target utama adalah keluarga muda dan ibu rumah tangga, sedangkan target sekunder mahasiswa dan karyawan.

b. Branding dan Positioning

Brand Bolen Pisang Kencana menonjolkan kualitas, kebersihan, harga terjangkau, dan pelayanan ramah dengan identitas visual logo pisang emas serta tagline *“Manisnya Berbagi, Hangatnya Kencana.”* Positioning produk sebagai bolen bernilai terbaik di Bandung dengan kombinasi rasa lezat, kualitas terjamin, dan harga ramah kantong—membuatnya dikenal sebagai “bolen enak yang tidak bikin kantong bolong.”

Aspek Manajemen Produksi

a. Deskripsi Produk

Bolen Pisang Kencana memiliki varian coklat dan strawberry, dikemas dalam kotak isi 6 dengan harga Rp22.000.

b. Efisiensi Produksi

Produksi menggunakan model hybrid: pre-order setiap hari dan stok terbatas untuk pelanggan langsung. Bahan baku diperoleh dari pemasok lokal dengan kualitas baik.

c. Proses Produksi

Tahapan produksi meliputi persiapan bahan baku, pengolahan, pemanggangan, pendinginan, pengemasan, hingga distribusi.

d. Pemilihan Teknologi

Peralatan yang digunakan sederhana (oven, mixer, peralatan dapur standar), efektif untuk skala UMKM, dan berpotensi ditingkatkan menjadi semi-otomatis.

e. Lokasi dan Layout

Produksi dilakukan di rumah pribadi di Griya Bandung Asri 2, dengan layout sederhana namun efisien: area bahan baku → persiapan → pemanggangan → pendinginan → pengemasan → distribusi.

Aspek Manajemen Keuangan

Sumber dana utama Bolen Pisang Kencana berasal dari modal pribadi pemilik, Muhammad Ilham Majid. Struktur keuangan usaha ini terdiri dari modal investasi tahun awal sebesar Rp10.864.500 untuk kebutuhan peralatan dan sarana produksi. Selanjutnya, dibutuhkan modal kerja yang mencakup biaya bahan baku Rp34.206.900, biaya tenaga kerja langsung Rp12.200.000, dan biaya overhead Rp2.342.400. Selain itu, ada pula biaya administrasi umum dan penjualan sebesar Rp2.937.600. Secara keseluruhan, total kebutuhan dana yang diperlukan untuk menjalankan usaha adalah Rp62.551.400.

Tabel 1 Modal usaha Bolen Pisang Kencana

No	Uraian Investasi	Biaya
1	Modal Investasi	Rp10.864.500
2	Modal Kerja	
	a. Biaya Bahan Baku	Rp34.206.900
	b. Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp12.200.000
	c. Biaya Overhead	Rp2.342.400
3	Biaya Admin Umum dan Penjualan	Rp2.937.600
TOTAL		Rp62.551.400

Sumber : Data Perusahaan

Adapun Analisis Kelayakan Finansial dapat dilihat sebagai berikut :

a. Payback Period (PP)

Investasi awal Rp20.000.000 dapat kembali dalam waktu 1,90 tahun (\pm 1 tahun 11 bulan), menunjukkan periode pengembalian modal yang relatif cepat.

b. Profitability Index (PI)

Dengan nilai PI 8,36 (>1), setiap Rp1 investasi menghasilkan Rp8,36 arus kas kini, menandakan usaha sangat layak dan menguntungkan.

c. Net Present Value (NPV)

NPV sebesar Rp53.068.879 (positif), berarti investasi menghasilkan keuntungan tinggi dan proyek layak dijalankan.

d. Internal Rate of Return (IRR)

IRR tercatat 57,49%, jauh di atas tingkat diskonto umum ($\pm 12\%$), membuktikan usaha mampu memberikan tingkat pengembalian tinggi.

e. Return on Investment (ROI)

ROI meningkat tajam dari 2,07% pada awal usaha hingga 101,29% di tahun ke-5, mencerminkan pertumbuhan laba yang signifikan dan efisiensi investasi.

Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia

Tenaga kerja Bolen Pisang Kencana direkrut dari lingkungan sekitar untuk memberdayakan masyarakat, menekan biaya, dan memudahkan koordinasi. Rekrutmen dilakukan secara sederhana melalui informasi warga, dengan seleksi berdasarkan kemauan belajar, keterampilan dasar dapur, disiplin, dan fleksibilitas waktu. Saat ini, usaha dikelola oleh pemilik yang dibantu satu karyawan tetap; pemilik fokus pada manajemen dan pemasaran, sementara karyawan menangani produksi harian. Sistem kompensasi

berupa gaji bulanan, disertai pelatihan langsung dari pemilik mengenai standar produksi, kebersihan, dan pengemasan. Ke depan, pengembangan SDM direncanakan melalui pelatihan tambahan, termasuk inovasi produk dan pemasaran digital.

Aspek Lingkungan dan Yuridis

Bolen Pisang Kencana berkomitmen menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan di area perumahan tempat usaha beroperasi. Limbah produksi relatif kecil, seperti kulit pisang, sisa adonan, dan kemasan bekas. Sampah organik dipisahkan untuk dibuang atau dimanfaatkan, sedangkan sampah non-organik diserahkan ke petugas kebersihan. Skala produksi kecil membuat usaha ini tidak menimbulkan kebisingan atau polusi, dengan jam kerja yang tetap memperhatikan ketertiban warga. Ke depan, pengelolaan limbah akan ditingkatkan untuk meminimalkan dampak lingkungan seiring pertumbuhan usaha.

Saat ini usaha masih tahap pendirian, dengan rencana mendaftarkan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui OSS dan mengurus izin PIRT untuk menjamin keamanan pangan. Pemilik juga akan mengajukan sertifikat halal self-declare sesuai regulasi BPJPH guna meningkatkan kepercayaan konsumen. Produksi dilakukan di rumah pribadi dengan izin lingkungan dari tetangga, serta akan dilengkapi surat keterangan usaha dari RT/RW. Pemilik berkomitmen menuntaskan seluruh perizinan resmi setelah usaha lebih stabil dan berkembang.

Aspek SWOT

Analisis SWOT

Bolen Pisang Kencana memiliki sejumlah kekuatan (Strength) berupa cita rasa khas yang disukai konsumen, harga terjangkau dengan margin menarik, serta arus kas yang lancar berkat kebutuhan modal awal yang rendah. Namun, kelemahan (Weakness) masih terlihat pada jangkauan pemasaran yang terbatas dan belum sepenuhnya digital, kapasitas produksi yang kecil tanpa sistem kerja terdokumentasi, serta legalitas usaha dan sertifikasi yang belum lengkap. Dari sisi peluang (Opportunity), usaha ini dapat berkembang karena pasar kuliner Bandung yang besar, dukungan program UMKM melalui pelatihan dan pembiayaan, serta tren konsumen yang menyukai produk handmade, halal, dan khas daerah. Sementara itu, ancaman (Threat) yang dihadapi meliputi persaingan ketat dengan produk serupa yang sudah mapan, kenaikan harga bahan baku, risiko hukum akibat legalitas belum lengkap, serta perubahan tren pasar dan ekspektasi konsumen.

Strategi SWOT Bolen Pisang Kencana

Berdasarkan analisis tersebut, strategi SO (Strength–Opportunity) dilakukan dengan memanfaatkan keunggulan rasa dan harga bersaing untuk menembus pasar online dan event kuliner, sekaligus mengoptimalkan dukungan program UMKM dan promosi komunitas lokal. Strategi ST (Strength–Threat) ditempuh dengan menjaga kualitas dan pelayanan sambil segera mengurus legalitas

seperti PIRT, halal, dan NIB agar daya saing meningkat serta risiko hukum dapat dihindari. Strategi WO (Weakness–Opportunity) difokuskan pada peningkatan sistem produksi dan digitalisasi pemasaran melalui pelatihan, serta memanfaatkan akses pembiayaan dan marketplace untuk memperluas jangkauan pasar. Adapun strategi WT (Weakness–Threat) diarahkan pada penyelesaian legalitas dan penyusunan SOP internal secepatnya, sehingga risiko operasional dapat ditekan sekaligus memperkuat kesiapan usaha menghadapi persaingan dan regulasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil studi kelayakan usaha Bolen Pisang Kencana, dapat disimpulkan bahwa usaha ini memiliki potensi yang sangat baik untuk dikembangkan. Ketersediaan bahan baku pisang yang melimpah, tingginya minat masyarakat terhadap produk olahan berbasis pisang, serta tren konsumsi makanan handmade dan halal memberikan peluang pasar yang luas. Dari sisi inovasi, Bolen Pisang Kencana mampu menawarkan varian produk dengan harga terjangkau, kualitas terjaga, dan strategi pemasaran berbasis digital sederhana.

Analisis keuangan menunjukkan hasil yang sangat positif, dengan nilai NPV sebesar Rp53.068.879, IRR 57,49%, PI 8,36, serta Payback Period 1,90 tahun. Hal ini menegaskan bahwa usaha tidak hanya layak secara finansial tetapi juga menjanjikan keuntungan berkelanjutan.

Dari aspek manajemen SDM, rekrutmen lokal dan pelatihan sederhana memungkinkan pemberdayaan masyarakat sekaligus menjaga kualitas produk. Aspek lingkungan dan yuridis juga mendukung kelayakan usaha, karena skala produksi kecil sehingga dampak lingkungan minimal, serta terdapat komitmen untuk segera melengkapi legalitas (NIB, PIRT, sertifikat halal).

Analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan utama terletak pada kualitas rasa, harga kompetitif, serta modal awal rendah. Namun, kelemahan masih ada pada pemasaran digital dan legalitas. Dengan strategi SO, ST, WO, dan WT yang telah dirumuskan, Bolen Pisang Kencana dapat berkembang menjadi usaha kuliner yang kompetitif dan berkelanjutan di Kota Bandung.

Saran

Bolen Pisang Kencana disarankan untuk segera melengkapi legalitas usaha, menyusun SOP produksi, serta meningkatkan kapasitas dengan peralatan yang lebih efisien. Optimalisasi pemasaran digital dan pelatihan SDM juga perlu dilakukan guna memperluas jangkauan konsumen dan mendukung inovasi. Selain itu, pengelolaan limbah yang ramah lingkungan serta diversifikasi produk akan membantu meningkatkan daya saing. Dengan langkah-langkah tersebut, usaha ini berpotensi berkembang lebih cepat dan menjadi ikon kuliner khas Bandung yang diminati masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, H., Azmi, N., Armis, & Asril. (2021). Analisis pengembangan usaha Nenas Sakinah berdasarkan aspek keuangan konvensional dan syariah (Hamdi's Method). *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(1), 219–230. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(1\).6749](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(1).6749)
- Aisyah, S. N. (2024). *Manajemen produksi: Sistem, desain, dan perencanaan kegiatan produksi*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Arif, S., Novita, L., Novitasari, D., Ananda, B. R., & Juhaeri. (2023). Analisis return on investment (ROI) untuk menilai kinerja keuangan pada PT. Kitach Karya Cipta. *KARIR: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(1), 45–57. <https://doi.org/10.32493/karir.v2i1.30063>
- Badan Pusat Statistik. (2024). Produksi tanaman buah-buahan. Diakses dari <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NjIjMg==/production-of-fruits.html>
- Fasindah, M. (2024). *Manajemen pemasaran: Riset, strategi, rencana, dan penentuan segmentasi pasar*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Hidayat, R., & Anwar, S. A. (2023). Manajemen sumber daya manusia (Studi kasus: Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Qurrota A'yun). *JSTAF: Siddiq, Tabligh, Amanah, Fathonah*, 2(2), 392–401. <https://doi.org/10.62515/staf.v1i2.81>
- Junaidi, A. D. (2022). Solusi adaptasi kebiasaan baru dengan kreativitas dan inovasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 56–57. <https://doi.org/10.37673/jmb.v5i1.1631>
- Lamauring, L., & Sarie, R. (2023). Pengaruh produk, harga, brand image, dan promosi terhadap pembelian ulang pada Ayam Geprek Mak Joss. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Sosial*, 1(1), 92–103. <https://jurnal.uwp.ac.id/feb/index.php/jeps/article/view/186>
- Munir, M., Saraswati, S., Faizah, S., & Rifa'i, Y. (2019). Studi kelayakan bisnis dalam aspek lingkungan hidup. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 3(2), 157–169. <https://doi.org/10.33507/lab.v4i01>
- Putri, D. A., Maulana, G. S., & Rivaldi, M. C. (2025). Pendekatan multidimensional terhadap aspek hukum dalam studi kelayakan bisnis: Tinjauan yuridis, prosedur perizinan, pembentukan dan legalitas badan usaha, serta implikasinya terhadap keberlanjutan dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU)*, 2(2), 557–570. <https://doi.org/10.61722/jinu.v2i2.3883>
- Ramadhanti, N. Y. (2024). *Panduan dasar manajemen sumber daya manusia: Perencanaan SDM, perekrutan dan seleksi, pengembangan SDM, evaluasi kinerja, manajemen konflik dan komunikasi*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Safitri, Z., El, W., Sitorus, V. P., & Noviyanti, I. (2024). Analisis SWOT terhadap pengembangan strategi bisnis pada Warung Makan Asyik Desa Balunujuk. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 2(3), 140–153. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.967>
- Suriyanti, Rahmansah, A. A., & Ramlawati. (2023). Analisis manajemen keuangan desa dalam meningkatkan efektivitas pelaksanaan program pembangunan di Desa Sikkuale Kabupaten Pinrang. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2), 235–246. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i2.5663>

- Syarifah, T., Maftukhah, W. L., Ardina, Z., & Aini, S. N. (2024). Analisis SWOT terhadap penerapan marketing mix 7P dalam peningkatan penjualan PT. Hanin Wisata Semesta. *Balanca: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(1). <https://doi.org/10.35905/balanca.v6i1.9553>
- Yunus, F., Rostin, & Rumbia, W. A. (2019). Determinan investasi penanaman modal dalam negeri (PMDN) di Indonesia. *Jurnal Progres Ekonomi Pembangunan (JPEP)*, 4(2), 91–100. <http://ojs.uho.ac.id/index.php/JPEP>