

Analisis Perkembangan Bisnis Melalui Pendekatan Multiaspek di UMKM Pia Sekar

Analysis of Business Development Using a Multi-Aspect Approach in Pia Sekar MSMEs

Biaggi Takwa Adinegoro^{1a}, Niniek Dyah Kusumawardani¹, Nunuk Hariyani¹

¹Program Studi Agribisnis, Institut Pertanian Malang, Jl Soekarno-Hatta, Malang, 65142

^aKorespondensi: Biaggi Takwa Adinegoro, Email: biaggi.adinegoro26@gmail.com

Diterima: 12 – 06 – 2026, Disetujui: 23 – 07 – 2026

ABSTRACT

Agribusiness encompasses the entire spectrum of activities, from the provision of production inputs and agricultural production to the processing and marketing of agricultural products. Within this value chain, culinary Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in stimulating local economic development. This study aims to analyze the business development of Pia Sekar MSME and to identify the strategies and initiatives implemented to support its business growth. The research was conducted at Pia Sekar's production facility between October and November 2025 using a qualitative descriptive approach. Data were collected through observation, interviews, and documentation, consisting of primary data obtained from the business owner and secondary data sourced from Statistics Indonesia (BPS). The research instruments included a camera, a voice recorder, questionnaires, and field notes, while respondents were selected using a purposive sampling technique. The analysis was carried out based on six dimensions: legal compliance, market and marketing, technical and operational, management and organization, environmental, and financial aspects. The findings reveal that Pia Sekar has experienced business development across all six dimensions. In terms of legal compliance, the enterprise has fulfilled the applicable regulatory requirements. From the market and marketing perspective, business growth is reflected in the expansion of its target market from institutional customers to retail souvenir outlets, supported by digital marketing initiatives and improved product packaging. Regarding technical and operational aspects, the enterprise has adopted a make-to-order production system. Organizationally, the business maintains a simple, owner-centered management structure while fostering a harmonious working environment. From an environmental perspective, production waste is managed through reuse, recycling, and composting practices. Financially, Pia Sekar demonstrates strong financial independence by relying exclusively on internal capital while maintaining stable profit margins. The novelty of this study lies in its comprehensive assessment of MSME business development across these six dimensions while simultaneously identifying the business development strategies implemented by Pia Sekar.

Keywords: *Business Development, Multi-Aspect, MSMEs*

ABSTRAK

Agribisnis mencakup seluruh rangkaian aktivitas, mulai dari penyediaan sarana produksi, proses budidaya, pengolahan hasil, hingga pemasaran produk pertanian. Dalam rantai tersebut, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner memiliki peran strategis sebagai penggerak ekonomi lokal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan bisnis UMKM Pia Sekar serta mengidentifikasi strategi dan langkah yang diterapkan dalam pengembangan usahanya. Penelitian dilakukan di rumah produksi Pia Sekar pada Oktober–November 2025 dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi, yang terdiri atas data primer dari pemilik usaha dan data sekunder dari Badan Pusat Statistik (BPS). Instrumen penelitian meliputi kamera, alat perekam suara, kuesioner, dan catatan lapangan, sedangkan responden dipilih

menggunakan teknik purposive sampling. Analisis dilakukan berdasarkan enam aspek, yaitu legalitas, pasar dan pemasaran, teknis dan operasional, manajemen dan organisasi, lingkungan, serta keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pia Sekar mengalami perkembangan pada seluruh aspek tersebut. Dari sisi legalitas, usaha telah memenuhi ketentuan regulasi yang berlaku. Aspek pasar dan pemasaran berkembang melalui perluasan target pasar dari institusi ke ritel oleh-oleh, didukung promosi digital dan pembaruan kemasan. Pada aspek teknis dan operasional diterapkan sistem produksi berbasis pesanan. Manajemen usaha masih sederhana dan terpusat pada pemilik dengan hubungan kerja yang harmonis. Dari aspek lingkungan, limbah produksi dikelola melalui pemanfaatan kembali, daur ulang, dan pengomposan. Aspek keuangan menunjukkan kemandirian modal tanpa pembiayaan eksternal disertai margin keuntungan yang stabil. Kebaruan penelitian ini terletak pada kajian komprehensif perkembangan bisnis UMKM berdasarkan enam aspek tersebut sekaligus mengidentifikasi strategi pengembangan usaha yang diterapkan Pia Sekar.

Kata kunci: Perkembangan Bisnis, Multiaspek, UMKM

Adinegoro, B.T., N.D. Kusumawardani, N. Hariyani. (2026). Analisis perkembangan bisnis melalui pendekatan multiaspek di UMKM Pia Sekar. *Jurnal Green House*, 5(1), 11–20. DOI: <https://doi.org/10.63296/jgh.v5i1.74>

PENDAHULUAN

Agribisnis merupakan rangkaian aktivitas bisnis di bidang pertanian yang mencakup seluruh proses dari hulu hingga hilir, mulai dari penyediaan sarana produksi seperti benih, pupuk, serta alat dan mesin pertanian, kegiatan budidaya, pengolahan hasil, hingga pemasaran produk. Hasil panen sebagai output utama agribisnis selanjutnya menjadi input bagi agroindustri yang berperan sebagai sektor hilir. Melalui proses pengolahan, hasil pertanian diubah menjadi produk bernilai tambah, seperti buah segar menjadi jus atau padi menjadi tepung, sehingga meningkatkan nilai ekonomi dan daya simpan sebelum dipasarkan kepada konsumen.

Kegiatan agroindustri banyak dijalankan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memegang peran krusial dalam perekonomian Indonesia, khususnya sebagai penyerap tenaga kerja dan penekan angka pengangguran. Namun demikian, pelaku UMKM kerap menghadapi kendala berupa keterbatasan modal dan kesulitan dalam mengakses pasar (Kaswinata *et al.*, 2023). Oleh karena itu, analisis kelayakan dan perkembangan bisnis menjadi penting untuk membantu pelaku usaha mengukur potensi keuntungan, meminimalkan risiko kerugian, serta merumuskan strategi bisnis yang tepat (Adirama *et al.*, 2025).

Studi kelayakan bisnis berfungsi sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan usaha, baik untuk melanjutkan, menyesuaikan, maupun menghentikan suatu rencana bisnis. Beberapa aspek utama yang perlu dianalisis meliputi aspek legalitas usaha, pasar dan pemasaran, teknis dan operasional, manajemen dan organisasi, keuangan, serta lingkungan atau ekologi (Nurmalina *et al.*, 2023). Keseluruhan aspek tersebut saling berkaitan dan menentukan keberlanjutan suatu usaha.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS, 2025), jumlah UMKM di Kota Malang mencapai 57.495 unit dan menunjukkan perkembangan dari tahun ke tahun, meskipun mengalami penurunan pada periode 2023–2024. Dari total tersebut, UMKM kuliner berjumlah 35.549 unit dan menjadi salah satu sektor dominan. Perkembangan UMKM kuliner di Kota Malang juga mengalami fluktuasi, dengan peningkatan tertinggi pada tahun 2022–2023 dan penurunan pada tahun berikutnya.

Salah satu UMKM kuliner di Kota Malang adalah UMKM Pia Sekar yang berlokasi di Kelurahan Tunjungsekar. Usaha ini telah beroperasi selama kurang lebih 10 tahun dan terus mengalami perkembangan. Pia Sekar memanfaatkan kacang hijau sebagai bahan baku utama untuk produk bakpia, yang menunjukkan keterkaitan erat antara subsistem produksi dengan agroindustri dalam mengolah hasil pertanian menjadi produk pangan bernilai tambah.

Pelaku usaha dapat bertahan hingga saat ini dan mengalami pertumbuhan dengan upaya yang dilakukan dalam menghadapi persaingan agar tetap sukses ialah kualitas yang dipertahankan, adanya inovasi dalam hal bentuk produk dan kemasan dan memadukan unsur tradisional dan digital dalam memasarkan produk (Ziarotul *et al.*, 2025). Perpaduan antara teknologi dan strategi pemasaran digital sangat berperan dalam menghasilkan produk berkualitas, penentuan harga yang kompetitif dan memperluas pasar (Masrukhan *et al.*, 2025).

Oleh karena itu, diperlukan analisis tentang perkembangan bisnis Pia Sekar untuk menilai kondisi usaha sejak awal berdiri hingga saat ini dan mengetahui strategi pengembangan yang berkelanjutan. Penelitian ini melengkapi penelitian terdahulu dengan mengintegrasikan aspek lingkungan, disamping aspek legalitas, pasar dan pemasaran, teknis dan operasional, manajemen dan organisasi, dan keuangan dalam perkembangan bisnis Pia Sekar.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis perkembangan bisnis UMKM Pia Sekar dan (2) mengidentifikasi upaya (strategi dan langkah) yang dilakukan oleh Pia Sekar dalam rangka pengembangan bisnis.

MATERI DAN METODE

Penelitian dilaksanakan di lokasi produksi Pia Sekar, sebagai salah satu pelaku usaha di bidang kuliner dengan skala usaha rumahan yang beralamat di Jl. Simpang Piranha Atas No. 48 A, Kelurahan Tunjungsekar, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang pada bulan Oktober-November 2025. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi. Instrumen yang digunakan untuk penelitian ini adalah alat rekam suara, kamera, kuesioner, dan catatan personal. Penentuan responden (contoh) dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling* (penentuan contoh secara sengaja) yaitu pemilik Pia Sekar dengan pertimbangan bahwa pemilik Pia Sekar yang mempunyai informasi yang cukup representatif guna menjawab tujuan penelitian. Data yang dikumpulkan adalah data primer yang bersumber dari Pia Sekar dan data sekunder (bersumber dari BPS). Data primer yang dikumpulkan meliputi aspek legalitas usaha (kelengkapan dokumen legalitas usaha); aspek pasar dan pemasaran: kondisi pasar (konsumen dan produsen) dan kegiatan pemasaran (produk, harga, tempat dan promosi); aspek teknis dan operasional (kegiatan produksi); aspek manajemen dan organisasi (struktur organisasi usaha); aspek keuangan (perencanaan dan pengelolaan dana usaha) dan aspek lingkungan (pengelolaan limbah) serta strategi dan langkah yang akan dilakukan Pia Sekar pada masa yang akan datang. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Perkembangan Bisnis UMKM Pia Sekar

Pemilik UMKM Pia Sekar, pasangan suami istri Bapak Pudji Slamet (47 tahun) dan Ibu Sari Purnamawati (42 tahun). Usaha ini berdiri sejak tahun 2015 dan berlokasi di Jl. Simpang Piranha No. 48 A, Kelurahan Tunjungsekar, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang. Motivasi pendirian usaha meliputi pemenuhan kebutuhan ekonomi keluarga, keinginan untuk berwirausaha secara mandiri, serta penyaluran hobi. Produk pia dipilih karena telah ditekuni sejak masa sekolah menengah dan menggunakan resep keluarga yang diwariskan secara turun-temurun.

Untuk meningkatkan kapasitas usaha, pemilik mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan Perindustrian Kota Malang selama 11 bulan pada tahun 2022. Pelatihan tersebut memberikan pengetahuan dan wawasan praktis terkait pengelolaan usaha yang mendukung peningkatan kualitas produk dan keberlanjutan bisnis. Meskipun tidak seluruh materi pelatihan diterapkan, pembinaan terkait legalitas terbukti memberikan dampak signifikan dalam memperlancar pengurusan perizinan usaha Pia Sekar. Program tersebut sejalan dengan upaya pemberdayaan UMKM melalui pembinaan sumber daya manusia, fasilitasi legalitas dan hak

kekayaan intelektual, akses permodalan, penguatan kemitraan, serta promosi produk (Pertiwi *et al.*, 2013).

Dalam perjalanannya, UMKM Pia Sekar menghadapi berbagai tantangan, antara lain lain pergantian pemasok akibat penurunan kualitas bahan baku, keluhan pelanggan terkait kemasan, tingginya tingkat persaingan, serta penurunan permintaan selama pandemi dan melemahnya daya beli masyarakat. Tantangan tersebut mendorong pemilik usaha untuk bersikap adaptif, seperti menjadi lebih selektif dalam memilih pemasok dan melakukan perbaikan kemasan dengan melengkapi informasi produk, label legalitas, serta narahubung.

Pengalaman menghadapi masa krisis, khususnya pada tahun 2020, membentuk strategi adaptif Pia Sekar dalam mempertahankan keberlanjutan usaha. Hingga saat ini, Pia Sekar didukung oleh pelanggan tetap dari lingkungan sekitar dan penyelenggara acara, serta konsumen individu yang menjadikan produk sebagai oleh-oleh. Pola loyalitas pelanggan dan penyebaran informasi dari mulut ke mulut menjadi faktor penting dalam memperkuat keberlangsungan dan reputasi usaha.

a. Aspek Legalitas

Pia Sekar telah memenuhi aspek legalitas sebagai UMKM melalui kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB), izin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), sertifikat Halal, serta Hak Atas Merek. Pemenuhan standar perizinan yang dipersyaratkan bagi UMKM oleh Pia Sekar telah dilakukan secara bertahap sejak tahun 2021 hingga 2023 mulai dari NIB pada tahun 2021, dilanjutkan dengan izin PIRT di tahun 2022 dan dilanjutkan dengan Sertifikasi Halal pada tahun 2023. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen serta menjamin kepatuhan terhadap regulasi. Dukungan pemerintah melalui penyederhanaan perizinan UMKM turut memberikan manfaat berupa perlindungan hukum, kemudahan akses pembiayaan, pendampingan usaha, dan peluang pemberdayaan.

Kepatuhan terhadap regulasi tidak hanya menjamin perlindungan hukum, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen dan membuka akses terhadap dukungan pemerintah. UMKM yang telah memiliki izin usaha memiliki beberapa manfaat: (1) UMKM akan mendapat jaminan perlindungan hukum; (2) memudahkan dalam mengembangkan usaha; (3) membantu memudahkan pemasaran usaha; (4) akses pembiayaan yang lebih mudah dan (5) memperoleh pendampingan usaha dari pemerintah (Kusmanto dan Warjio, 2019).

b. Aspek Pasar dan Pemasaran

Dari aspek pasar dan pemasaran, Pia Sekar mengalami perkembangan target pasar dari semula berfokus pada pesanan dalam jumlah besar untuk acara dan instansi, menjadi mencakup segmen ritel dan wisata oleh-oleh khas Malang. Strategi pemasaran menerapkan bauran pemasaran 4P (Product, Price, Place, Promotion). Produk utama berupa pia kacang hijau diproduksi berdasarkan pesanan guna menjaga kesegaran dan kualitas, dengan variasi kemasan isi 6, 8, dan 10 buah. Harga ditetapkan secara ekonomis dengan menyesuaikan kenaikan biaya produksi, sementara distribusi dilakukan secara terpusat di rumah produksi dengan dukungan layanan pengiriman pribadi dan ojek daring. Promosi awal dilakukan melalui penjualan langsung dan dari mulut ke mulut, yang kemudian berkembang ke pemanfaatan media digital, meskipun optimalisasi media sosial masih menjadi peluang pengembangan.

Pia Sekar menunjukkan perkembangan segmen pasar dari awalnya berfokus pada pembelian dalam jumlah besar untuk acara dan instansi, menjadi melayani konsumen individu dan wisatawan yang membeli produk sebagai konsumsi pribadi maupun oleh-oleh. Produk utama berupa bakpia kacang hijau diproduksi berdasarkan pesanan untuk menjaga kesegaran dan kualitas, dengan pilihan varian rasa terbatas pada momen tertentu. Harga ditetapkan secara kompetitif berdasarkan harga pokok penjualan (HPP) ditambah margin 25%, dengan variasi isi kemasan untuk menjangkau berbagai tingkat daya beli. Distribusi produk dilakukan secara terpusat di rumah produksi dengan dukungan layanan pengiriman dan ojek daring, sementara promosi memadukan metode

tradisional, word of mouth, dan pemanfaatan media digital seperti Google Business dan Facebook, meskipun pengelolaan media sosial belum optimal.

Strategi pemasaran 4P suatu usaha dilaksanakan dengan pengembangan bentuk dan tekstur produk, varian rasa dan kemasan yang lebih menarik. Perluasan pasar dilakukan dengan menggabungkan pemasaran tradisional dengan digital dengan banyak saluran serta menyediakan fasilitas wisata bagi pengunjung untuk mengamati aktivitas produksi (Ziarotul *et al.*, 2025). Penetapan harga yang dapat menjangkau untuk semua lapisan konsumen memposisikan pelaku usaha kompetitif di pasar lokal merupakan kekuatan untuk menentukan strategi pemasaran (Nurzaman *et al.*, 2024).

c. Aspek Teknis dan Operasional

Aspek teknis dan operasional menunjukkan bahwa Pia Sekar menerapkan sistem produksi berbasis pesanan dengan durasi kerja yang fleksibel sesuai volume permintaan. Bahan baku utama dipertahankan tanpa perubahan untuk menjaga konsistensi cita rasa resep turun-temurun. Peralatan produksi yang digunakan terus diperbarui secara bertahap untuk meningkatkan efisiensi dan kapasitas. Alur produksi dirancang searah dan efisien, mulai dari pengadaan bahan baku, pengolahan, pemanggangan, pendinginan, hingga pengemasan, sehingga mendukung optimalisasi waktu dan kualitas hasil produksi.

Pia Sekar menerapkan sistem produksi berbasis pesanan dengan durasi produksi sekitar delapan jam per produksi. Penggunaan peralatan produksi yang sesuai skala usaha dan tata letak ruang yang efisien mendukung kelancaran alur kerja meskipun kapasitas ruang terbatas. Sistem ini membantu menjaga mutu produk, menekan risiko penurunan kualitas, serta meningkatkan efisiensi operasional. Terdapat peluang peningkatan kapasitas dan diversifikasi produk melalui pemanfaatan teknologi yang lebih lanjut.

Pemanfaatan mekanisasi terbukti mampu meningkatkan efisiensi dan produktivitas tanpa menurunkan mutu produk (Sutrisna *et al.*, 2023). Efektivitas tahapan kerja dalam proses produksi dapat meningkat dengan penerapan tata letak berdasar metode ARC (Activity Relationship Chart) untuk menentukan tingkat kebutuhan kedekatan antar aktivitas dengan memperhatikan kaitan antara proses dan pola aliran bahan baku dalam suatu sistem produksi (Ruspendi *et al.*, 2026).

d. Aspek Manajemen dan Organisasi

Pada aspek manajemen dan organisasi, Pia Sekar belum memiliki struktur organisasi formal dan menerapkan sistem pengelolaan yang bersifat sentralistik, di mana seluruh keputusan utama ditetapkan oleh pemilik usaha. Tenaga kerja terdiri dari karyawan paruh waktu yang direkrut dari lingkungan sekitar, sehingga mendukung efisiensi biaya dan pemberdayaan masyarakat lokal. Pembagian tugas dilakukan secara jelas antara pemilik dan karyawan, dengan komunikasi langsung yang sederhana dan efektif untuk meminimalkan kesalahan. Tenaga kerja bersifat fleksibel dan disesuaikan dengan volume pesanan, sehingga mendukung efisiensi biaya operasional. Meskipun pelatihan karyawan masih bersifat informal, iklim kerja yang harmonis menjadi faktor pendukung keberlanjutan usaha.

Etos kerja karyawan dipengaruhi secara signifikan oleh kepemimpinan dan iklim organisasi, sedangkan kinerja karyawan dipengaruhi secara signifikan oleh kepemimpinan dan iklim organisasi. Kinerja karyawan dipengaruhi secara signifikan oleh etos kerja (Firani, 2024).

e. Aspek Lingkungan

Dari aspek lingkungan, Pia Sekar menerapkan praktik pengelolaan limbah berkelanjutan melalui daur ulang dan pemanfaatan kembali limbah produksi. Limbah anorganik dan sisa produksi dimanfaatkan kembali atau dijual kepada pihak lain, sementara limbah organik diolah menjadi pupuk kompos yang digunakan secara internal dan dibagikan kepada masyarakat sekitar. Pia Sekar telah menerapkan pengelolaan limbah secara sederhana namun berkelanjutan melalui pemanfaatan kembali limbah produksi dan pengolahan limbah organik menjadi pupuk kompos.

Praktik ini sejalan dengan standar sanitasi dan keamanan pangan yang berlaku serta berkontribusi pada pembentukan citra usaha yang bertanggung jawab terhadap lingkungan (Munir *et al.*, 2019).

Pelaku usaha mengelola limbah produksi dengan cara tidak melakukan pembuangan secara sembarangan. Limbah tersebut dijual kepada pengepul limbah produksi yang dihasilkan pelaku usaha dan selanjutnya pengepul akan mengolah lebih lanjut limbah tersebut (Putri *et al.*, 2024).

f. Aspek Keuangan

Pada aspek keuangan, modal awal usaha berasal dari tabungan pribadi dengan sistem produksi berdasarkan pesanan yang memungkinkan perputaran modal relatif cepat. Pengelolaan keuangan dilakukan secara rinci melalui pencatatan setiap transaksi, dengan pembagian pendapatan untuk kebutuhan produksi, upah tenaga kerja, dan keuntungan bersih.

Pia Sekar mengelola finansialnya secara mandiri dengan modal awal dari tabungan pribadi sekitar Rp10.000.000. Pengelolaan keuangan dilakukan secara hati-hati dengan pencatatan rutin, margin keuntungan stabil sebesar 25%, serta komitmen kuat untuk menghindari pembiayaan berbasis hutang.

Sistem produksi berdasarkan pesanan mendukung likuiditas yang sehat, meskipun strategi keuangan konservatif ini berpotensi membatasi percepatan ekspansi usaha di masa depan (Arifudin *et al.*, 2020). Laba yang diperoleh pelaku usaha dipengaruhi secara signifikan oleh modal yang bersumber dari internal dan eksternal. Kinerja finansial dapat meningkat dengan penggunaan sumber modal internal (Duha *et al.*, 2025).

Upaya (Strategi dan Langkah) yang Akan Dilakukan oleh UMKM Pia Sekar dalam Rangka Pengembangan Bisnis

a. Aspek Legalitas

Dari aspek legalitas, Pia Sekar merencanakan perluasan cakupan perizinan dengan mengajukan Sertifikat Halal untuk seluruh varian rasa serta melakukan pembaruan Sertifikat Halal dan PIRT secara berkala sesuai masa berlaku. Komitmen ini mencerminkan keseriusan usaha dalam menjaga kepatuhan regulasi dan praktik bisnis yang bertanggung jawab.

Kemudahan perizinan UMKM yang didorong pemerintah melalui regulasi nasional memberikan manfaat strategis berupa kepastian hukum, akses pendampingan, peluang bantuan pemberdayaan, dan kemudahan memperoleh modal. Kelengkapan legalitas dari Pia Sekar juga memberikan kesan bahwa usaha ini dapat dipercaya oleh konsumen. Kepercayaan konsumen terhadap suatu produk dan loyalitas konsumen akan meningkat dengan adanya legalitas usaha, sebagai bukti kepatuhan hukum yang akan memperkuat kepercayaan publik dan keberlangsungan usaha (Calista, *et al.*, 2026).

b. Aspek Pasar dan Pemasaran

Pada aspek pasar dan pemasaran, strategi pengembangan difokuskan pada standardisasi produksi seluruh varian rasa agar tersedia secara reguler, peningkatan kualitas kemasan melalui penambahan tas jinjing (totebag) sebagai media promosi, serta penyesuaian harga yang mempertimbangkan fluktuasi harga bahan baku dan inflasi. Dari sisi lokasi, pemilik usaha merencanakan relokasi ke tempat yang lebih strategis dan mudah diakses, sekaligus berfungsi sebagai pusat produksi dan gerai dengan konsep produksi terbuka untuk meningkatkan transparansi dan kepercayaan konsumen. Promosi akan diperluas melalui optimalisasi media sosial seperti Instagram dan TikTok, serta penjangkauan pengiriman ke luar daerah menggunakan jasa ekspedisi yang handal.

Pelaku bisnis memanfaatkan media sosial Instagram dan TikTok sebagai sarana promosi untuk meningkatkan penjualan platform yang efektif untuk mempromosikan produk dalam upaya peningkatan penjualan dan membangun interaksi yang lebih erat dengan pelanggan (Awwalina *et al.*, 2024).

Pengembangan strategi dianalisis melalui bauran pemasaran 4P. Dari sisi produk, Pia Sekar berencana memproduksi seluruh varian rasa secara reguler dan meningkatkan kemasan dengan tambahan tas jinjing sebagai sarana promosi sekaligus peningkatan estetika, serta ditambahkan standarisasi pencantuman tanggal kedaluwarsa. Dari sisi harga, produk diposisikan secara kompetitif untuk menjangkau segmen pembeli volume besar dan konsumen individu, dengan rencana menghadirkan ukuran lebih kecil yang lebih terjangkau. Namun, penyesuaian harga di masa depan tetap dipertimbangkan, mengikuti fluktuasi harga bahan baku dan inflasi. Dari sisi tempat, pemilik usaha merencanakan relokasi ke lokasi yang lebih strategis dan mudah diakses, yang sekaligus berfungsi sebagai tempat produksi terbuka untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Dari sisi promosi, ekspansi pemasaran digital melalui Instagram dan TikTok akan didukung dengan penambahan SDM khusus untuk pengelolaan media sosial secara profesional.

Peningkatan harga bahan baku disebabkan oleh inflasi, yang pada akhirnya akan menyebabkan kenaikan biaya variabel (Fitriani *et.al.*, 2026). Sedangkan inflasi dan menurunnya daya beli konsumen akan menyebabkan perubahan harga produk yang ditetapkan pelaku usaha (Syafitri *et al.*, 2024).

c. Aspek Teknis dan Operasional

Pada aspek teknis dan operasional, rencana pengembangan meliputi penambahan peralatan produksi untuk menjamin keseragaman bentuk dan gramasi, peningkatan kapasitas produksi, pengenalan kembali ukuran produk yang lebih kecil, serta produksi rutin varian rasa tambahan.

Pia Sekar menunjukkan rencana peningkatan kapasitas dan konsistensi produksi guna memenuhi permintaan pasar yang tidak dapat diprediksi. Hal ini juga sebagai upaya untuk pemenuhan standarisasi kualitas sehingga konsumen akan selalu mendapatkan produk yang berkualitas.

Target produksi dapat tercapai secara optimal apabila didukung oleh sinergi berbagai faktor, yaitu kompetensi dan kedisiplinan tenaga kerja, kondisi dan pemeliharaan mesin yang baik, ketersediaan bahan baku yang berkualitas, serta penerapan metode kerja yang efektif (Anggriawan *et al.*, 2026).

d. Aspek Manajemen dan Organisasi

Aspek manajemen dan organisasi diarahkan pada penambahan sumber daya manusia khusus untuk pengelolaan pemasaran digital guna menjamin konsistensi promosi dan interaksi dengan pelanggan. Meskipun struktur masih bersifat minimalis, Pia Sekar berencana memperkuat fungsi pemasaran digital melalui rekrutmen karyawan khusus, sambil tetap mempertahankan iklim kerja yang harmonis dan kekeluargaan. Pengelolaan sumber daya manusia yang efisien dan adaptif merupakan kunci dalam menjaga produktivitas dan keberlanjutan usaha (Setyanto *et al.*, 2024).

e. Aspek Lingkungan

Dari aspek lingkungan, Pia Sekar berkomitmen untuk mempertahankan praktik pengelolaan limbah yang telah berjalan dan mendorong kesadaran lingkungan sebagai bagian dari citra usaha. Pengelolaan limbah melalui daur ulang dan kompos dinilai telah optimal untuk skala usaha saat ini dan berkontribusi terhadap lingkungan sekitar rumah produksi. Hal ini perlu dipertimbangkan tidak hanya oleh Pia Sekar, namun juga diperuntukkan kepada pemilik usaha lainnya. Pengelolaan limbah yang bertanggung jawab dapat membangun citra positif bagi pelanggan, yang secara langsung meningkatkan kepercayaan terhadap nilai-nilai dan praktik usaha yang dijalankan.

Implementasi ekonomi sirkular yang diintegrasikan dengan inovasi hijau dalam aktivitas usaha mampu menghasilkan nilai tambah melalui peningkatan efisiensi biaya, penguatan daya saing, dan pengurangan dampak lingkungan sehingga mendukung keberlanjutan usaha (Farhani *et al.*, 2025).

f. Aspek Keuangan

Sementara itu, pada aspek keuangan, strategi pengembangan dilakukan secara konservatif dengan mengandalkan modal internal dan menghindari pendanaan berbasis hutang yang bertujuan

untuk menjaga kemandirian finansial, menghindari pembayaran bunga dan risiko hutang. Pia Sekar berkomitmen untuk menerapkan strategi pendanaan konservatif dengan menghindari pinjaman eksternal, meskipun keterbukaan terhadap KUR maupun investasi dinilai dapat menjadi alternatif penting untuk mempercepat ekspansi dan pengembangan usaha di masa mendatang.

Efisiensi pengelolaan keuangan dapat ditingkatkan dengan penggunaan modal yang bersumber dari internal. Perilaku pelaku usaha dalam menggunakan sumber modal internal akan berhati-hati, karena terkait dengan kerugian atau keuntungan yang diperoleh dari usaha yang dikelola (Duha *et al.*, 2025).

Penggunaan modal yang bersumber dari internal juga mempunyai kelemahan, seperti dapat menghambat pengembangan usaha, utamanya saat pelaku usaha harus melakukan perluasan usaha (ekspansi) dengan meningkatkan kapasitas produksi (Duha *et al.*, 2025).

KESIMPULAN

Pia Sekar saat ini menunjukkan kondisi usaha yang stabil dan matang dengan fondasi bisnis yang kuat. Kepatuhan terhadap aspek legalitas telah terpenuhi, sementara pasar dan pemasaran berkembang dari segmen institusi menuju ritel oleh-oleh dengan dukungan promosi digital dan kemasan sebagai identitas merek. Struktur manajemen yang minimalis dan sentralistik didukung iklim kerja harmonis, sistem produksi berbasis pesanan yang efisien, pengelolaan lingkungan berprinsip ekonomi sirkular, serta kemandirian finansial dengan margin keuntungan yang stabil.

Strategi pengembangan yang akan datang difokuskan pada penguatan legalitas, perluasan pasar melalui ekspansi lokasi dan kanal digital, peningkatan kapasitas produksi, serta optimalisasi manajemen pemasaran melalui penambahan SDM, dengan tetap mempertahankan prinsip pembiayaan mandiri meskipun berpotensi membatasi percepatan ekspansi usaha.

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dalam upaya menghadapi persaingan di era globalisasi dan digitalisasi serta keberlanjutan usaha, maka perjalanan bisnis pelaku usaha harus selalu dinamis. Berbagai aspek seperti aspek legalitas, pasar dan pemasaran, teknis dan operasional, manajemen dan organisasi, lingkungan, dan keuangan harus selalu ditingkatkan dengan menyesuaikan kebutuhan pasar.

Penelitian ini mendeskripsikan perjalanan bisnis pelaku usaha ditinjau dari berbagai aspek tersebut sehingga diharapkan dapat memberikan informasi tentang model pengelolaan usaha yang dinamis yang pada akhirnya dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen agribisnis.

Implikasi praktis hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya agar semakin kompetitif dengan berpedoman pada beberapa aspek, yaitu legalitas, pasar dan pemasaran, teknis dan operasional, manajemen dan organisasi, lingkungan, dan keuangan.

Penelitian ini mempunyai keterbatasan: (1) Keterbatasan obyek penelitian, hanya berfokus pada 1(satu) UMKM; (2) Keterbatasan metode, hanya menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian selanjutnya disarankan untuk: (1) menambah obyek penelitian agar hasilnya lebih bisa mewakili kondisi UMKM; (2) memanfaatkan data kuantitatif yang bersumber dari pelaku usaha dan atau konsumen agar pembahasan setiap aspek lebih mendalam; (3) meneliti secara mendalam terkait ekonomi sirkular dan (4) memilih UMKM bidang pertanian (agribisnis) sebagai obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Adirama, D. S., Prasetyo, P., Astuti, D. 2025. Peran Analisis Kelayakan Bisnis dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Studi Kasus UMKM di Cikarang Pusat). Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 12(1): 1539-1543.

- Anggriawan, M.A., N. Handayani dan E.D. Tania. 2026. Jurnal Prima Manajemen, Vol. 1 No 3.
- Arifudin, O., Sofyan, Y., dan Tanjung, R., 2020. Studi Kelayan Bisnis Telur Asin H-Organik. Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis, Vol 4(2): 341-352.
- Awwalina, A.Y., E. Miskiyah, A. Muji dan S. Nurmahyati. 2024. Pemanfaatan Media Sosial Instagram dan TikTok Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif *I See You Glasses* Purwokerto. Merdeka Indonesia. Journal International (MIJI), Vol. 4, No. 1, Juni.
- Badan Pusat Statistik. 2025. Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menurut Kecamatan di Kota Malang (Unit). <https://malangkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NTMxIzI=/jumlah-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm-menurut-kecamatan-di-kota-malang-.html>. Diakses 18 September 2025.
- Calista, K.E., Z.R. Islam dan S. Handayani. 2026. Pengaruh Legalitas Usaha Terhadap Kepercayaan Konsumen. Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, Vol. 5 No1.
- Duha, Y., I. Purwandari dan Listiyani. 2025. Analisis Sumber Modal UMKM Makanan Ringan di Kapanewon Kalasan Kabupaten Sleman. Jurnal Agrifitia, Vol. 5, No 02: 152-162.
- Farhani, A., A. Fitri dan R.D. Sormin. 2025. Analisis Penerapan Ekonomi Sirkular dan Inovasi Hijau UMKM: Studi Kasus Kabupaten Pesawaran. MDP Student Conference.
- Firani, P.P. 2024. Pengaruh Kepemimpinan dan Iklim Organisasi Terhadap Etika Kerja dan Kinerja Karyawan UMKM di Kabupaten Kampar. Jurnal Isu Sosial dan Tinjauan Kebijakan, Volume 2, No 2, September 2024: 52-60.
- Kaswinata, I. Harahap, Z.M. Nawawi dan A. Syahputra. 2023. Signifikansi Peranan UMKM dalam Pembangunan Ekonomi di Kota Medan dalam Perspektif Syariah. Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance, 6(2): 718-728.
- Kusmanto, Heri, Warjio. 2019. Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil Menengah. Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial, 11 (2): 320-327.
- Masrukhan, M. dan R.K. Isnaini. 2024. Optimalisasi Teknologi dan Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Bakpia Wong Yogyakarta. Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah, Volume. 3, Nomor 1: 282-300.
- Munir, M., Saraswati, Faizah, S., Rifa'i, Y., 2019. Studi Kelayakan Bisnis dalam Aspek Lingkungan Hidup. Kebumen. Jurnal Ilmu Ekonomi Islam, Vol. 3(2): 157-171.
- Nurmalina, R., Sarianti, T., Karyadi, A.. 2023. Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi 2023. Bogor. Penerbit IPB Press. P 19-37.
- Nurzaman, F., F.N. Yusman, dan A. Hasanah. 2024. Analisis Strategi Marketing Pada UMKM Kuliner (Studi Kasus Bubur Ayam Abah Oong). Idarah: Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol 1. No. 2, November : 43-50.
- Pertiwi, H. K. W. A., Gani, A. J. A., Said, A. 2013. Peranan Dinas Koperasi dan UKM dalam Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah Kota Malang. Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol 1(2): 213-220.
- Putri, A.K. dan L. Latifah. 2024. Aspek Lingkungan dalam Studi Kelayakan Bisnis (Studi Kasus UMKM Desa Srowo Kabupaten Gresik). Brilliant: Journal of Islamic Economics and Finance, Vol. 2(2) : 164-174.
- Rozaq, A., I.D. Kurniawati, Y. Yunitasari, dan L.S. STT. 2023. Pendampingan Pemasaran Produk UMKM Memanfaatkan Media Sosial Instagram dan TikTok. Jurnal Nusantara Berbakti, 1(1): 88- 95.
- Ruspendi, U. , O.N.F. Dewi, N. Anggraeni dan S. Novitasari. 2026. Perbaikan Tata Letak Produksi UMKM Seblak Menggunakan Activity Relationship Chart (ARC). Jurnal Optimasi Teknik

Industri, Volume 8. No. 1. Maret: 25-34.

Setyanto, E., Hidayat, R. T., Diyah, I. A., 2024. Manajemen Organisasi. Ruang Karya. Hal: 248. Kabupaten Banjar.

Sutrisna, S., Hartana, D. R., Muhfidin, R., Jehatu, A., 2023. Mekanisasi Proses Pengadukan Isi Adonan Bakpia untuk Meningkatkan Produktivitas UKM Bakpia Srimpi. Mitra Akad. J. Pengabdian Masyarakat, Vol 6(2): 355-359.

Syafitri, A. A . 2025. Inflasi dan Daya Beli Terhadap Perubahan Harga, Elastisitas Permintaan dan Perilaku Konsumsi (Studi Kasus UMKM di Kota Bandung). Jurnal Ilmiah Nasional Bidang Ilmu Teknik, Vol. 12 No 02 Desember: 164-170.

Ziarotul, U., A. Mayang, Naim dan Walipah. 2025. Jejak Bakpia Pathok 25 dari Usaha Kecil Hingga Brand Terkenal di Tanah Air. Jurnal Manajemen, Akuntansi dan Pendidikan (JAMAPEDIK), Volume 2, Number 1: 115-125.