# ANALISIS KELAYAKAN USAHA DAN STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM SIOMAY DI KECAMATAN KALIANDA, KABUPATEN LAMPUNG SELATAN

**Mila Aulia[1], May Dela Saputri[1], Nia Endriani[1], Aryan Ari Sepri YH[2]**
[1]Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Kalianda, Lampung Selatan, Indonesia
[2]Program Studi Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Kalianda, Lampung Selatan, Indonesia

*Email korespondensi: aryanari@umkal.ac.id

## *ABSTRACT*

***Keywords**: Business feasibility, R/C Ratio, Siomay, SWOT analysis, MSMEs.*

*The acceleration of economic growth in Indonesia has been significantly driven by the contribution of the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME) sector, particularly in facilitating job creation and increasing household income. Among the various sectors currently experiencing expansion, the food industry, including the siomay business, has shown positive growth due to its affordability and accessibility to various consumer groups. This study aims to analyze the financial feasibility and formulate development strategies for siomay MSMEs in Kalianda Subdistrict, South Lampung Regency. A quantitative descriptive approach was employed in this research. The results indicate that the business generates daily revenue IDR 505,000, with a selling price of IDR 5,000 per portion and an R/C Ratio of 1.51, indicating that the business is financially feasible. The recommended development strategies include maintaining product quality, improving product and packaging innovation, expanding marketing through digital platforms, enhancing customer service, and managing production costs more efficiently to ensure business sustainability and competitiveness.*

## ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi Indonesia didukung secara signifikan oleh kontribusi sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Di antara berbagai sektor yang terus berkembang, sektor kuliner, termasuk usaha siomay, menunjukkan pertumbuhan yang positif karena memiliki harga yang terjangkau serta mudah diakses oleh berbagai kalangan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan finansial serta merumuskan strategi pengembangan UMKM siomay di Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha siomay memperoleh penerimaan sebesar Rp 505.000 per hari, dengan harga jual Rp5.000 per porsi dan nilai Revenue Cost Ratio (R/C Ratio) sebesar 1,51, yang menunjukkan bahwa usaha tersebut layak untuk dijalankan. Strategi pengembangan yang direkomendasikan meliputi mempertahankan kualitas produk, meningkatkan inovasi produk dan kemasan, memperluas pemasaran melalui platform digital, meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen , serta mengelola biaya produksi secara lebih efisien guna menjamin keberlanjutan usaha dan meningkatkan daya saing.
**Kata Kunci**: Analisis SWOT, Kelayakan usaha, R/C Ratio, Siomay, UMKM.

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang berkontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia. Selain mampu menyerap tenaga kerja, UMKM juga menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat dan berperan dalam memperkuat ketahanan ekonomi nasional. Pemerintah terus mendorong pengembangan UMKM melalui berbagai program pembiayaan,

pelatihan, dan pendampingan agar mampu meningkatkan daya saing di tengah persaingan usaha yang semakin ketat (Badan Pusat Statistik, 2025; Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2024).

Sektor kuliner merupakan salah satu bidang UMKM yang mengalami pertumbuhan cukup pesat. Perubahan pola konsumsi masyarakat yang cenderung memilih makanan praktis, mudah diperoleh, dan memiliki harga terjangkau menjadi salah satu faktor yang mendorong berkembangnya usaha kuliner. Kondisi tersebut membuka peluang bagi pelaku usaha untuk mengembangkan produk yang memiliki nilai ekonomi dan potensi pasar yang baik (Nurmala *et al.*, 2022).

Salah satu produk kuliner yang banyak diminati masyarakat adalah siomay. Produk ini memiliki cita rasa yang khas, harga yang relatif terjangkau, serta dapat dipasarkan kepada berbagai kelompok konsumen. Di Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, usaha siomay berkembang sebagai salah satu bentuk UMKM yang memberikan kontribusi terhadap pendapatan pelaku usaha. Berdasarkan hasil observasi awal, omzet usaha siomay dapat mencapai sekitar Rp492.000 hingga Rp520.000 per hari apabila seluruh produk yang dipersiapkan habis terjual. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa usaha siomay memiliki peluang untuk terus berkembang apabila dikelola secara efektif (Fatimah, 2020).

Meskipun memiliki peluang pasar yang cukup baik, pelaku usaha siomay juga menghadapi berbagai tantangan, seperti meningkatnya harga bahan baku, persaingan dengan usaha kuliner sejenis, perubahan selera konsumen, dan masih terbatasnya pemanfaatan pemasaran digital. Oleh karena itu, selain analisis kelayakan finansial, diperlukan pula strategi pengembangan usaha agar UMKM mampu bertahan dan berkembang secara berkelanjutan (Rahayu *et al.*, 2022).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa analisis kelayakan usaha melalui pendekatan biaya produksi, penerimaan, pendapatan, dan Revenue Cost Ratio (R/C Ratio) merupakan metode yang banyak digunakan untuk menilai efisiensi finansial suatu usaha, seperti pada penelitian Sepri YH dan Aulia (2025) yang menunjukkan bahwa total biaya produksi yang diperoleh sebesar Rp 13.100.000, yang terdiri dari biaya tetap sebesar Rp 3.900.000 dan biaya variabel sebesar Rp 9.200.000 pada UMKM Queen Bakery. Namun demikian, penelitian yang menggabungkan analisis kelayakan usaha dengan strategi pengembangan UMKM siomay, khususnya di Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan, masih terbatas. Kondisi ini menjadi celah penelitian (research gap) yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian ini.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis biaya produksi, penerimaan, pendapatan, dan tingkat kelayakan usaha UMKM siomay di Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan serta merumuskan strategi pengembangan UMKM siomay yang dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan studi kasus pada UMKM siomay di Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan. Pendekatan ini digunakan untuk menganalisis kelayakan usaha berdasarkan aspek finansial serta merumuskan strategi pengembangan usaha melalui identifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberlangsungan usaha. Metode deskriptif dipilih karena mampu memberikan gambaran secara sistematis mengenai kondisi usaha sesuai dengan fakta yang ditemukan di lapangan.

Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2026 di Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan. Lokasi penelitian dipilih secara purposive (sengaja) dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Kalianda memiliki pelaku UMKM siomay yang aktif dan memiliki potensi untuk terus berkembang. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner), observasi terhadap proses produksi dan pemasaran, serta dokumentasi kegiatan usaha. Data sekunder diperoleh dari publikasi Badan Pusat Statistik (BPS), buku, serta jurnal ilmiah yang berkaitan dengan kelayakan usaha dan pengembangan UMKM.

Analisis data dilakukan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Analisis kelayakan usaha dihitung melalui biaya produksi, penerimaan, pendapatan, dan Revenue Cost Ratio (R/C Ratio) sesuai dengan metode yang dikemukakan oleh Soekartawi (2016).

Selain itu, strategi pengembangan usaha dianalisis menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan UMKM (Rangkuti, 2016).

Analisis Biaya Produksi dapat dilakukan dengan menghitung biaya total dengan menggunakan rumus:

$$\mathbf{TC = TFC + TVC}$$

Keterangan:
TC = Total Cost (Biaya Total)
TFC = Total Fixed Cost (Biaya Tetap)
TVC = Total Variable Cost (Biaya Variabel)

Penerimaan dihitung menggunakan rumus:

$$\mathbf{TR = P \times Q}$$

Keterangan:
TR = Total Revenue (Total Penerimaan)
P = Harga jual per porsi (Rp)
Q = Jumlah produk yang terjual (porsi)

Pendapatan yakni selisih antara penerimaan dengan biaya eksplisit, dihitung dengan rumus:

$$\mathbf{NR = TR - TEC}$$

Sementara keuntungan dapat dihitung dengan rumus:

$$\mathbf{\Pi = TR - TC}$$

Keterangan:
Π = Keuntungan
NR= Pendapatan
TR = Total Penerimaan
TEC=Total biaya Eksplisit
TC = Total Biaya

Kelayakan usaha dianalisis menggunakan Revenue Cost Ratio (R/C Ratio) dengan rumus:

$$\mathbf{R/C = TR / TC}$$

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- R/C > 1, usaha layak dan menguntungkan
- R/C = 1, usaha berada pada kondisi impas (Break Even Point).
- R/C < 1, usaha tidak layak karena mengalami kerungian

Strategi pengembangan usaha dianalisis menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan UMKM (Rangkuti, 2016).

- Strengths (Kekuatan), yaitu keunggulan internal usaha
- Weaknesses (Kelemahan), yaitu keterbatasan yang dimiliki usaha.
- Opportunities (Peluang), yaitu kondisi eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan usaha.
- Threats (Ancaman), yaitu faktor eksternal yang berpotensi menghambat perkembangan usaha.

Hasil analisis SWOT digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan UMKM siomay yang sesuai dengan kondisi usaha sehingga dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Biaya Produksi Pada Usaha Siomay

UMKM siomay yang menjadi objek penelitian merupakan salah satu usaha kuliner yang berlokasi di Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan. Usaha ini telah beroperasi selama enam tahun dan dikelola sebagai usaha keluarga. Kegiatan produksi dilakukan oleh istri, sedangkan kegiatan pemasaran dilakukan oleh suami menggunakan gerobak. Produk yang dipasarkan berupa siomay ikan

dengan pelengkap tahu, kentang, kol, pare, dan telur yang disajikan menggunakan bumbu kacang. Harga jual produk ditetapkan sebesar Rp 5.000 per porsi.

Berdasarkan hasil wawancara, penerimaan usaha berkisar antara Rp 492.000 hingga Rp 520.000 per hari apabila seluruh produk habis terjual. Gerobak dan tempat usaha merupakan milik sendiri sehingga pelaku usaha tidak mengeluarkan biaya sewa. Namun demikian, penyusutan peralatan dan tenaga kerja keluarga tetap diperhitungkan dalam analisis biaya produksi. Rincian rata-rata biaya disajikan pada tabel 1.

**Tabel 1. Rata-rata Biaya Produksi Usaha Siomay di Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan**

| Uraian | Rata-Rata (Rp) |
|---|---|
| **Biaya Eksplisit** | |
| Ikan tenggiri | 90.000 |
| Tepung tapioka | 25.000 |
| Tahu | 20.000 |
| Kentang | 15.000 |
| Pare | 8.000 |
| Kol | 5.000 |
| Telur | 18.000 |
| Kacang tanah | 25.000 |
| Gas LPG | 12.000 |
| Cabai, bawang, gula, garam dan bumbu | 20.000 |
| Kemasan | 15.000 |
| **Total Biaya Eksplisit** | **253.000** |
| **Biaya Implisit** | |
| Tenaga kerja keluarga | 70.000 |
| Penyusutan gerobak dan peralatan | 10.000 |
| **Total Biaya Implisit** | **80.000** |
| **Total Biaya Produksi** | **333.000** |

*Sumber: Data primer diolah, 2026.*

Berdasarkan Tabel 1, total biaya produksi usaha siomay sebesar Rp 333.000 per hari, yang terdiri atas biaya eksplisit sebesar Rp 253.000 dan biaya implisit sebesar Rp 80.000. Biaya eksplisit didominasi oleh pembelian bahan baku utama berupa ikan tenggiri, sedangkan biaya implisit berasal dari tenaga kerja keluarga dan penyusutan peralatan. Dengan asumsi usaha beroperasi selama 28 hari dalam satu bulan, total biaya produksi diperkirakan mencapai Rp 9.324.000 per bulan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Sepri YH dan Aulia (2025) pada UMKM Queen Bakery yang menunjukkan bahwa komponen biaya produksi merupakan faktor utama dalam menentukan efisiensi usaha.

**2. Penerimaan Usaha**

Penerimaan merupakan nilai yang diperoleh pelaku usaha dari hasil penjualan produk siomay selama satu hari produksi. Besarnya penerimaan dipengaruhi oleh jumlah produk yang berhasil dijual dan harga jual yang ditetapkan. Dalam penelitian ini, harga jual siomay sebesar Rp 5.000 per porsi,

sedangkan penerimaan diperoleh dari hasil penjualan seluruh produk kepada konsumen. Analisis penerimaan dilakukan untuk mengetahui besarnya omzet usaha yang nantinya digunakan dalam perhitungan pendapatan dan kelayakan usaha.

**Tabel 2. Penerimaan UMKM Siomay di Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan**

| Uraian | Rata-Rata |
|---|---|
| Harga jual (Rp/Porsi) | 5.000 |
| Jumlah (Porsi/hari) | 101 |
| **Penerimaan (Rp)** | **505.000** |

*Sumber:Data primer diolah, 2026.*

Berdasarkan Tabel 2, penerimaan usaha siomay sebesar Rp 505.000 per hari. Jika usaha beroperasi selama 28 hari dalam satu bulan, maka rata-rata penerimaan diperkirakan mencapai sekitar Rp 14.140.000 per bulan. Besarnya penerimaan tersebut menunjukkan bahwa usaha siomay memiliki tingkat permintaan yang cukup stabil. Semakin tinggi jumlah produk yang terjual, maka penerimaan yang diperoleh juga akan meningkat. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi volume penjualan, maka semakin besar penerimaan yang diperoleh pelaku usaha. Kondisi tersebut menjadi indikator bahwa usaha siomay memiliki peluang untuk terus berkembang dan meningkatkan pendapatan pelaku usaha.

### 3. Pendapatan dan Keuntungan Usaha

Pendapatan merupakan selisih antara total penerimaan dengan total biaya produksi yang dikeluarkan selama proses usaha. Pendapatan mencerminkan keuntungan yang diterima pelaku usaha setelah seluruh biaya eksplisit maupun biaya implisit diperhitungkan. Analisis pendapatan bertujuan untuk mengetahui besarnya keuntungan yang diperoleh serta menjadi dasar dalam mengevaluasi efisiensi pengelolaan usaha.

**Tabel 3. Rata-rata Pendapatan UMKM Siomay di Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan**

| Uraian | Rata-Rata (Rp) |
|---|---|
| Penerimaan | 505.000 |
| Biaya Eksplisit | 253.000 |
| Biaya Implisit | 80.000 |
| **Pendapatan** | **252.000** |
| **Keuntungan** | **172.000** |

*Sumber: Data primer diolah, 2026.*

Berdasarkan Tabel 3, pendapatan bersih usaha siomay sebesar Rp 172.000 per hari. Dengan asumsi usaha beroperasi selama 28 hari per bulan, maka pendapatan bersih diperkirakan mencapai sekitar Rp 4.816.000 per bulan. Pendapatan tersebut menunjukkan bahwa usaha mampu memberikan keuntungan yang cukup baik dan dapat menjadi salah satu sumber pendapatan rumah tangga. Hasil ini sejalan dengan penelitian Sepri YH dan Aulia (2025) yang menunjukkan bahwa efisiensi

biaya produksi berpengaruh terhadap besarnya pendapatan yang diperoleh pelaku UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa usaha siomay mampu memberikan keuntungan yang cukup baik bagi pelaku usaha sehingga layak dipertahankan dan dikembangkan. Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa pengelolaan biaya produksi yang efisien menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan keuntungan dan keberlanjutan usaha.

**4. Analisis kelayakan usaha siomay**

Analisis kelayakan usaha UMKM siomay di Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan dilakukan dengan menghitung Revenue Cost Ratio (R/C Ratio) untuk mengetahui apakah usaha layak dijalankan secara finansial.

**R/C = TR / TC**
**R/C = Rp 505.000 / Rp 333.000**
**R/C = 1,51**

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai R/C Ratio sebesar 1,51. Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap pengeluaran biaya sebesar Rp1,00 menghasilkan penerimaan sebesar Rp1,51. Karena nilai R/C > 1, maka usaha UMKM siomay di Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan layak untuk dijalankan dan dikembangkan.

**5. Analisis SWOT**

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan UMKM siomay di Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan. Faktor internal terdiri atas kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weaknesses), sedangkan faktor eksternal terdiri atas peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats). Hasil analisis SWOT menjadi dasar dalam merumuskan strategi pengembangan usaha sehingga mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Berdasarkan hasil penelitian, kekuatan (Strengths) UMKM siomay meliputi kualitas produk yang telah diterima dengan baik oleh konsumen, cita rasa yang konsisten, harga jual yang terjangkau sebesar Rp 5.000 per porsi, serta lokasi usaha yang strategis di Kecamatan Kalianda sehingga mudah dijangkau oleh konsumen. Selain itu, penggunaan gerobak dan tempat usaha milik sendiri mampu mengurangi biaya operasional karena tidak memerlukan biaya sewa. Kegiatan produksi yang memanfaatkan tenaga kerja keluarga juga dapat menekan biaya tenaga kerja, sementara pengalaman usaha selama enam tahun menjadi modal penting dalam menjaga kualitas produk dan kepercayaan konsumen.

Di samping memiliki berbagai kekuatan, usaha ini juga memiliki beberapa kelemahan (Weaknesses). Modal usaha yang masih terbatas menyebabkan pelaku usaha belum mampu meningkatkan kapasitas produksi maupun memperluas skala usaha. Promosi produk masih dilakukan secara konvensional sehingga

pemanfaatan media digital belum optimal. Variasi produk yang masih terbatas juga menjadi kendala dalam menarik lebih banyak konsumen. Selain itu, proses produksi yang bergantung pada tenaga kerja keluarga menyebabkan kapasitas produksi menjadi terbatas ketika permintaan meningkat.

Dari sisi eksternal, terdapat beberapa peluang (Opportunities) yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan usaha. Meningkatnya minat masyarakat terhadap makanan siap saji dengan harga terjangkau menjadi peluang yang besar bagi perkembangan usaha siomay. Perkembangan teknologi informasi dan media sosial juga memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk memperluas pemasaran melalui platform digital seperti *WhatsApp, Instagram, Facebook,* dan layanan pesan antar makanan. Selain itu, adanya program pembinaan, pelatihan kewirausahaan, serta akses pembiayaan dari pemerintah bagi UMKM dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kemampuan manajemen usaha dan memperluas jaringan pemasaran.

Namun demikian, usaha ini juga menghadapi beberapa ancaman (Threats). Fluktuasi harga bahan baku, terutama ikan, tepung, cabai, dan bumbu, dapat meningkatkan biaya produksi sehingga mengurangi keuntungan usaha. Bertambahnya jumlah pedagang siomay dan usaha kuliner sejenis di Kecamatan Kalianda juga meningkatkan tingkat persaingan. Selain itu, perubahan selera konsumen, perkembangan tren kuliner, serta menurunnya daya beli masyarakat dapat memengaruhi jumlah penjualan apabila pelaku usaha tidak mampu melakukan inovasi produk dan meningkatkan kualitas pelayanan.

Berdasarkan identifikasi faktor internal dan eksternal tersebut, strategi pengembangan UMKM siomay dapat dirumuskan melalui empat alternatif strategi, yaitu Strengths–Opportunities (SO), Weaknesses–Opportunities (WO), Strengths–Threats (ST), dan Weaknesses–Threats (WT). Strategi SO (Strengths–Opportunities) merupakan strategi yang mengoptimalkan kekuatan usaha untuk memanfaatkan peluang yang tersedia. Strategi yang dapat diterapkan yaitu mempertahankan kualitas rasa dan kebersihan produk, memperluas pemasaran melalui media digital seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook, serta menjaga harga tetap kompetitif agar mampu menarik lebih banyak konsumen dan memperluas pangsa pasar.

Strategi WO (Weaknesses–Opportunities) dilakukan dengan memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan usaha. Strategi yang dapat diterapkan antara lain mengikuti pelatihan dan pendampingan UMKM yang diselenggarakan oleh pemerintah atau lembaga terkait untuk meningkatkan kemampuan manajemen usaha. Selain itu, pelaku usaha perlu meningkatkan variasi produk dan inovasi kemasan agar lebih menarik minat konsumen. Pemanfaatan akses pembiayaan, seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) atau program bantuan permodalan UMKM,

juga dapat menjadi solusi untuk mengatasi keterbatasan modal sehingga kapasitas produksi dan pemasaran dapat ditingkatkan.

Strategi ST (Strengths–Threats) bertujuan memanfaatkan kekuatan usaha dalam menghadapi ancaman dari lingkungan eksternal. Strategi yang dapat dilakukan yaitu menjaga kualitas produk, mempertahankan harga yang kompetitif, meningkatkan kualitas pelayanan, serta terus melakukan inovasi produk sesuai dengan kebutuhan pasar sehingga mampu bersaing dengan usaha kuliner sejenis dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Strategi WT (Weaknesses–Threats) merupakan strategi untuk meminimalkan kelemahan sekaligus menghindari ancaman. Upaya yang dapat dilakukan meliputi meningkatkan efisiensi penggunaan bahan baku, melakukan pencatatan keuangan secara rutin, mengoptimalkan promosi digital dengan biaya yang relatif rendah, serta mengembangkan inovasi produk sesuai kebutuhan pasar agar usaha tetap mampu bertahan menghadapi perubahan kondisi ekonomi dan persaingan.

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa UMKM siomay di Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan karena kekuatan dan peluang yang dimiliki lebih dominan dibandingkan kelemahan dan ancaman yang dihadapi. Oleh karena itu, strategi pengembangan yang berfokus pada peningkatan kualitas produk, inovasi, efisiensi biaya produksi, serta pemasaran digital diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Temuan penelitian ini sejalan dengan Rahayu et al. (2022) yang menyatakan bahwa analisis SWOT merupakan alat yang efektif untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal serta merumuskan strategi pengembangan usaha yang sesuai bagi UMKM.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis kelayakan usaha dan strategi pengembangan UMKM siomay di Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan, dapat disimpulkan bahwa usaha siomay memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan. Penerimaan usaha berkisar sebesar Rp 505.000 per hari dengan harga jual Rp 5.000 per porsi. Setelah dikurangi seluruh biaya produksi, usaha masih memberikan keuntungan sehingga mampu menjadi salah satu sumber pendapatan rumah tangga pelaku usaha. Hasil analisis kelayakan menunjukkan bahwa usaha siomay memperoleh nilai Revenue Cost Ratio (R/C Ratio) sebesar 1,51 dengan demikian, usaha siomay dinyatakan layak untuk dijalankan dan dikembangkan.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, UMKM siomay memiliki beberapa kekuatan, antara lain kualitas produk yang baik, harga yang terjangkau, lokasi usaha yang strategis, penggunaan tenaga kerja keluarga, serta kepemilikan gerobak dan tempat usaha sendiri sehingga biaya operasional dapat ditekan. Namun

demikian, usaha ini masih menghadapi beberapa kelemahan, seperti keterbatasan modal, promosi yang belum optimal, dan variasi produk yang masih terbatas. Di sisi lain, peluang pengembangan usaha masih cukup besar seiring meningkatnya permintaan makanan siap saji, perkembangan pemasaran digital, dan dukungan pemerintah terhadap UMKM. Sementara itu, ancaman yang dihadapi meliputi fluktuasi harga bahan baku, meningkatnya persaingan usaha sejenis, serta perubahan selera konsumen.

Strategi pengembangan yang direkomendasikan adalah mempertahankan kualitas produk, meningkatkan inovasi produk dan kemasan, memperluas pemasaran melalui media digital, meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen, serta mengelola biaya produksi secara lebih efisien agar usaha tetap mampu bersaing dan berkembang secara berkelanjutan.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji aspek pemasaran digital, perilaku konsumen, dan tingkat kepuasan pelanggan secara lebih mendalam sehingga strategi pengembangan UMKM dapat dirumuskan secara lebih komprehensif. Selain itu, pelaku usaha diharapkan dapat memanfaatkan teknologi digital, mengikuti program pembinaan UMKM, serta meningkatkan inovasi produk untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik. (2025). *Statistik Indonesia 2025*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.

Fatimah, F. N. D. (2020). Teknik Analisis SWOT: *Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif dan Efisien*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2024). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Tahun 2024*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM RI.

Nurmala, N., Sinari, T., Lilianti, E., Jusmany, J., Emilda, E., Arifin, A., & Novalia, N. (2022). *Usaha Kuliner sebagai Penggerak UMKM pada Masa Pandemi COVID-19*. AKM: Aksi Kepada Masyarakat, 3(1), 65–74.

Rahayu, V. P., Astuti, R. F., Mustangin, M., & Sandy, A. T. (2022). *Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) sebagai Solusi dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner*. International Journal of Community Service Learning, 6(1), 112–121.

Rangkuti, F. (2016). Analisis SWOT: *Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sepri YH, A. A., & Aulia, M. (2025). *Analisis Struktur Biaya UMKM (Studi Kasus pada UMKM Queen Bakery)*. AGRISUSTAIN: Journal of Agribusiness and Sustainable Agriculture, 1(2), 72–79.

Soekartawi. (2016). *Analisis Usahatani*. Jakarta: UI-Press