Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah dan Akuntansi (JIESA)
Volume 3, Nomor 4, Juli 2026
E-ISSN.: 3046-983X; P-ISSN.: 3046-9015, Hal. 256-268
DOI: https://doi.org/10.61132/jiesa.v3i4.2432
Tersedia: https://ejournal.areai.or.id/index.php/JIESA

Viral di Tiktok Tapi Berujung Bangkrut:Mengapa Usaha Mikro Wajib Punya Analisis Kelayakan Finansial

Ghiska Mayalnie[1*], Zahra Maylani[2], Sutantri[3]
[1-3] Program Studi Perbankan Syari'ah, Universitas Islam Tribakti Lirboyo Kediri, Indonesia
Email: putrighiska56@gmail.com[1], zahramylni05@gmail.com[2], tantri@uit-lirboyo.ac.id[3]
**Penulis Korespondensi: putrighiska56@gmail.com*

Abstract. *This study examines the phenomenon of micro-enterprises that gain widespread popularity through TikTok but eventually go bankrupt due to weak financial management. Viral exposure on social media often triggers a sudden surge in consumer demand, creating the perception of business success. However, this rapid increase in demand is not always supported by sufficient capital, effective cash flow management, adequate production capacity, or proper cost planning. As a result, many business owners struggle to meet market demand, maintain operational stability, and sustain long-term business performance. This study emphasizes the importance of financial feasibility analysis as a fundamental basis for decision-making before establishing or expanding a business. The analysis includes profit and loss projections, cash flow analysis, break-even point calculations, working capital requirements, and the identification of potential financial risks. The findings indicate that popularity on social media alone cannot guarantee business success unless it is accompanied by sound financial planning and management. Therefore, micro-enterprise owners should implement comprehensive financial feasibility analyses to support healthy business growth, improve profitability, and ensure long-term sustainability in an increasingly competitive and rapidly evolving digital marketplace.*

Keywords: *Bankruptcy; Business Sustainability; Financial Feasibility Analysis; Micro Business; Tiktok Viral.*

Abstrak. Penelitian ini mengkaji fenomena usaha mikro yang memperoleh popularitas tinggi melalui platform TikTok, tetapi pada akhirnya mengalami kebangkrutan akibat lemahnya pengelolaan aspek keuangan. Viral di media sosial sering kali memicu lonjakan permintaan dalam waktu singkat sehingga menciptakan persepsi bahwa usaha telah berhasil. Namun, peningkatan permintaan tersebut tidak selalu diimbangi dengan kesiapan modal, pengelolaan arus kas, kapasitas produksi, maupun perencanaan biaya yang memadai. Akibatnya, banyak pelaku usaha mengalami kesulitan dalam memenuhi permintaan pasar, menjaga stabilitas operasional, dan mempertahankan keberlangsungan usahanya. Penelitian ini menekankan pentingnya analisis kelayakan finansial sebagai dasar pengambilan keputusan sebelum memulai maupun mengembangkan usaha. Analisis tersebut mencakup proyeksi laba rugi, analisis arus kas, perhitungan titik impas (*break-even point*), kebutuhan modal kerja, serta identifikasi risiko kerugian yang mungkin terjadi. Melalui kajian ini diketahui bahwa tingginya eksposur di media sosial bukanlah jaminan keberhasilan bisnis apabila tidak didukung oleh perencanaan keuangan yang matang. Oleh karena itu, pelaku usaha mikro perlu menerapkan analisis kelayakan finansial secara komprehensif agar mampu mengelola pertumbuhan usaha secara sehat, meningkatkan profitabilitas, serta menciptakan keberlanjutan bisnis di tengah persaingan dan perubahan tren digital yang sangat dinamis.

Kata kunci: Analisis Kelayakan Finansial; Kebangkrutan; Keberlanjutan Usaha; Usaha Mikro; Viral Tiktok.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital dan platform media sosial telah mengubah cara perusahaan berkomunikasi dengan konsumen, membangun kesadaran merek, memasarkan produk, dan memperluas jangkauan pasar. Media sosial tidak lagi hanya digunakan sebagai sarana interaksi, tetapi telah berkembang menjadi bagian dari strategi pemasaran dan perdagangan digital. Penggunaan media sosial memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen dengan biaya yang relatif rendah, meningkatkan keterlibatan pelanggan, dan mendorong penjualan melalui penyebaran informasi secara cepat. Meskipun demikian, pemanfaatan media sosial juga menimbulkan tantangan berupa perubahan perilaku konsumen

Naskah Masuk: 18 April 2026; Revisi: 19 Mei 2026; Diterima: 30 Juni 2026; Terbit: 23 Juli 2026

yang cepat, ketergantungan terhadap algoritma platform, serta risiko penyebaran respons negatif secara luas (Dwivedi et al., 2021; Li et al., 2021).

Salah satu platform media sosial yang memiliki pengaruh besar terhadap perilaku konsumen adalah TikTok. Berbeda dengan platform yang terutama mengandalkan jaringan pertemanan atau jumlah pengikut, TikTok menempatkan algoritma rekomendasi sebagai bagian utama dari pengalaman pengguna. Melalui halaman *For You*, suatu konten dapat didistribusikan kepada pengguna dalam jumlah besar meskipun pembuat konten tidak memiliki banyak pengikut. Karakteristik tersebut memungkinkan video mengenai produk atau usaha tertentu memperoleh perhatian publik dan menjadi viral dalam waktu singkat (Bhandari & Bimo, 2022). Format video pendek, kemudahan interaksi, serta penyajian konten yang disesuaikan dengan minat pengguna juga menjadikan TikTok mampu mempertahankan perhatian pengguna dan mempercepat penyebaran suatu tren (Montag et al., 2021).

Viralitas di TikTok dapat memberikan manfaat bagi usaha mikro melalui peningkatan visibilitas produk, kepercayaan konsumen, minat membeli, dan jangkauan pasar. Konten yang memiliki kualitas visual baik, informatif, menarik, dan dianggap autentik dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Penelitian Hoi dan Yin (2023) menunjukkan bahwa karakteristik video TikTok berkaitan dengan kepercayaan konsumen dan keputusan pembelian dalam perdagangan elektronik. Dengan demikian, produk yang sebelumnya hanya dikenal dalam lingkup terbatas dapat memperoleh perhatian yang luas dan mengalami peningkatan pesanan dalam waktu relatif singkat.

Namun, peningkatan popularitas di media sosial tidak selalu menunjukkan bahwa suatu usaha memiliki kinerja finansial yang sehat. Tingginya jumlah penonton, antrean pelanggan, volume pesanan, dan omzet belum tentu diikuti oleh peningkatan laba bersih. Viralitas dapat menimbulkan lonjakan permintaan yang terjadi lebih cepat daripada kemampuan usaha dalam menambah persediaan, meningkatkan kapasitas produksi, menyediakan tenaga kerja, dan mempertahankan mutu produk. Apabila pertumbuhan tersebut tidak dikelola secara sistematis, peluang pemasaran dari media sosial justru dapat menimbulkan tekanan terhadap aktivitas operasional dan sumber daya usaha.

Permasalahan tersebut menjadi lebih besar pada usaha mikro karena umumnya memiliki keterbatasan modal, tenaga kerja, teknologi, kemampuan manajerial, dan akses terhadap dukungan eksternal. Keterbatasan sumber daya menyebabkan usaha mikro lebih rentan ketika menghadapi perubahan permintaan secara mendadak. Ketika pesanan meningkat, pemilik usaha harus membeli bahan baku dalam jumlah lebih besar, meningkatkan kapasitas produksi, menambah kemasan, menanggung biaya distribusi, dan terkadang merekrut tenaga

kerja tambahan. Pada saat yang sama, usaha harus mempertahankan kualitas produk dan memenuhi pesanan tepat waktu. Penelitian menunjukkan bahwa keterbatasan sumber daya finansial serta kapasitas administratif dan teknis dapat memengaruhi kemampuan usaha kecil dan menengah untuk mempertahankan kinerja dan kelangsungan usahanya ketika menghadapi perubahan lingkungan bisnis (Adam & Alarifi, 2021).

Salah satu faktor yang dapat memperburuk kondisi tersebut adalah lemahnya perencanaan dan pengelolaan keuangan. Sebagian pelaku usaha lebih berfokus pada jumlah penjualan dan omzet tanpa menghitung seluruh biaya yang dikeluarkan. Biaya bahan baku, tenaga kerja, kemasan, promosi, distribusi, penyimpanan, penyusutan aset, serta biaya tidak terduga sering kali tidak diperhitungkan secara menyeluruh. Akibatnya, pendapatan yang terlihat besar belum tentu menghasilkan keuntungan yang memadai. Dalam keadaan tertentu, uang yang diperoleh dari penjualan dapat langsung digunakan untuk membiayai kegiatan operasional, sehingga usaha mengalami kekurangan modal kerja meskipun volume penjualannya meningkat. Ketersediaan kas, cadangan dana, kemampuan memperkirakan penjualan, dan pengelolaan kewajiban merupakan unsur penting yang berkaitan dengan kemampuan usaha untuk bertahan (Adam & Alarifi, 2021).

Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya analisis kelayakan finansial sebelum usaha dimulai maupun sebelum dilakukan perluasan kapasitas. Studi kelayakan merupakan proses evaluasi sistematis untuk mengetahui apakah suatu usaha atau pengembangan usaha dapat dilaksanakan dengan mempertimbangkan sumber daya yang dibutuhkan, biaya, manfaat, risiko, dan kemungkinan keberhasilannya. Analisis tersebut diperlukan agar keputusan bisnis tidak hanya didasarkan pada antusiasme pasar, intuisi pemilik, atau tren yang sedang berlangsung, tetapi juga didukung oleh informasi yang terukur dan dapat dipertanggungjawabkan (McLeod, 2021 Osterwalder & Pigneur, 2010; Ries, 2011)

Dalam aspek finansial, analisis kelayakan dapat dilakukan dengan mengidentifikasi kebutuhan investasi awal, biaya tetap, biaya variabel, kebutuhan modal kerja, proyeksi pendapatan, laba rugi, dan arus kas. Analisis juga dapat mencakup perhitungan titik impas atau *break-even point*, periode pengembalian modal atau *payback period*, serta analisis sensitivitas terhadap perubahan harga bahan baku, volume penjualan, dan biaya operasional. Perhitungan tersebut dapat membantu pemilik usaha mengetahui jumlah penjualan minimum yang harus dicapai, kemampuan usaha memenuhi kewajiban jangka pendek, serta besarnya cadangan dana yang diperlukan ketika permintaan mengalami penurunan. Evaluasi kelayakan yang dilakukan sejak awal juga dapat membantu mengidentifikasi kelemahan dan kebutuhan sumber daya sebelum modal dalam jumlah lebih besar digunakan (McLeod, 2021).

Analisis kelayakan finansial semakin penting bagi usaha yang pertumbuhannya dipengaruhi oleh viralitas karena permintaan yang berasal dari tren media sosial cenderung dinamis dan tidak selalu dapat dipertahankan dalam jangka panjang. Ketika konten menjadi viral, jumlah konsumen dapat meningkat secara cepat. Akan tetapi, perhatian pengguna dapat berpindah menuju produk atau tren lain dalam waktu singkat. Jika pelaku usaha meningkatkan kapasitas secara berlebihan ketika permintaan berada pada puncaknya, penurunan tren dapat meninggalkan persediaan yang tidak terjual, biaya tenaga kerja yang meningkat, tambahan aset yang tidak produktif, serta kewajiban operasional yang tetap harus dibayar. Strategi media sosial karena itu harus diintegrasikan dengan kemampuan organisasi, sumber daya yang tersedia, dan tujuan bisnis jangka panjang, bukan sekadar diarahkan untuk memperoleh perhatian publik dalam jangka pendek (Li et al., 2021).

Selain digunakan untuk menilai keuntungan, analisis kelayakan finansial mendukung pengambilan keputusan mengenai keberlanjutan dan pengembangan usaha. Informasi finansial dapat menjadi dasar untuk menentukan apakah suatu usaha perlu meningkatkan kapasitas produksi, membatasi jumlah pesanan, menaikkan harga jual, menambah tenaga kerja, mencari pembiayaan, mempertahankan skala usaha, atau menunda ekspansi. Pengambilan keputusan berdasarkan data diperlukan karena performa usaha tidak hanya diukur dari pertumbuhan penjualan, tetapi juga dari laba, aset, modal, kapasitas produksi, posisi kas, dan kemampuan usaha mempertahankan operasinya (Adam & Alarifi, 2021; Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022; Kotler et al., 2021)

Berdasarkan uraian tersebut, TikTok dapat menjadi sarana pemasaran yang memberikan peluang besar bagi usaha mikro untuk meningkatkan pengenalan produk, menjangkau konsumen baru, dan mendorong penjualan. Namun, viralitas juga dapat menimbulkan risiko ketika lonjakan permintaan tidak diimbangi dengan kesiapan modal, kapasitas produksi, sistem operasional, pengendalian kualitas, dan pengelolaan arus kas. Popularitas digital karena itu tidak dapat digunakan sebagai satu-satunya ukuran keberhasilan usaha. Keberlanjutan usaha tetap bergantung pada kemampuan pelaku usaha mengubah perhatian publik menjadi pendapatan yang menguntungkan dan arus kas yang sehat.

Kajian mengenai TikTok selama ini banyak membahas karakteristik platform, algoritma rekomendasi, perilaku pengguna, pemasaran media sosial, kepercayaan konsumen, dan keputusan pembelian (Bhandari & Bimo, 2022; Hoi & Yin, 2023; Montag et al., 2021). Sementara itu, penelitian mengenai kelangsungan usaha kecil lebih banyak menekankan keterbatasan sumber daya, kemampuan inovasi, dukungan eksternal, dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis (Adam & Alarifi, 2021). Masih terbatas kajian yang secara khusus

menghubungkan lonjakan permintaan akibat viralitas TikTok dengan kesiapan operasional, pengelolaan arus kas, dan kelayakan finansial usaha mikro. Oleh karena itu, kajian ini diperlukan untuk menjelaskan bagaimana popularitas yang meningkat secara cepat dapat berubah menjadi tekanan finansial dan mengapa analisis kelayakan finansial harus menjadi dasar bagi usaha mikro dalam mengambil keputusan bisnis. Dengan perencanaan dan evaluasi finansial yang matang, usaha mikro diharapkan tidak hanya mampu memanfaatkan tren sesaat, tetapi juga tumbuh secara sehat, adaptif, dan berkelanjutan.

2. KAJIAN TEORITIS

Usaha Mikro

Usaha mikro merupakan unit usaha berskala kecil yang umumnya dimiliki dan dikelola oleh individu atau keluarga dengan keterbatasan modal, tenaga kerja, teknologi, dan kapasitas produksi. Usaha ini banyak bergerak dalam bidang makanan, minuman, pakaian, perdagangan eceran, serta jasa rumah tangga. Meskipun berperan dalam menciptakan pendapatan dan lapangan kerja, usaha mikro relatif rentan terhadap perubahan permintaan, kenaikan biaya, serta gangguan pasokan karena keterbatasan sumber daya dan kemampuan manajerial (Adam & Alarifi, 2021). Oleh sebab itu, pengelolaan usaha mikro membutuhkan pencatatan keuangan, pengendalian biaya, dan perencanaan modal kerja yang baik.

Peran Media Sosial TikTok dalam Usaha

Media sosial dapat membantu pelaku usaha memperkenalkan produk, membangun hubungan dengan konsumen, memperluas pasar, dan meningkatkan penjualan dengan biaya yang relatif rendah (Dwivedi et al., 2021; Li et al., 2021). TikTok memiliki sistem rekomendasi algoritmik yang memungkinkan suatu konten menjangkau pengguna dalam jumlah besar meskipun akun tersebut memiliki sedikit pengikut (Bhandari & Bimo, 2022). Format video pendek dan fitur interaktif juga mempercepat penyebaran tren dan informasi produk (Montag et al., 2021). Konten yang menarik, informatif, dan autentik dapat meningkatkan kepercayaan serta keputusan pembelian konsumen (Hoi & Yin, 2023). Namun, popularitas digital harus didukung kesiapan stok, kapasitas produksi, pelayanan, dan pengelolaan finansial.

Fenomena Usaha Viral yang Mengalami Kebangkrutan

Viralitas dapat meningkatkan perhatian publik dan menimbulkan lonjakan permintaan dalam waktu singkat. Bagi usaha mikro, peningkatan pesanan dapat menyebabkan kebutuhan bahan baku, tenaga kerja, kemasan, dan distribusi ikut meningkat. Jika kapasitas usaha terbatas, kondisi tersebut dapat menimbulkan keterlambatan produksi, penurunan kualitas, keluhan pelanggan, serta kenaikan biaya operasional (Adam & Alarifi, 2021). Peningkatan omzet juga

tidak selalu menghasilkan laba karena sebagian besar pendapatan dapat habis untuk memenuhi biaya produksi dan kebutuhan modal kerja. Ketika tren menurun, penjualan dapat berkurang sementara biaya tetap harus dibayar. Dengan demikian, viralitas bukan penyebab tunggal kebangkrutan, tetapi dapat memperbesar kelemahan finansial dan operasional yang telah ada.

Definisi Analisis Kelayakan Finansial

Analisis kelayakan finansial merupakan proses untuk menilai apakah suatu usaha layak dijalankan atau dikembangkan berdasarkan biaya, pendapatan, risiko, dan kemampuan menghasilkan keuntungan. Analisis ini memberikan dasar rasional untuk memulai, melanjutkan, mengubah, atau menghentikan suatu rencana usaha (McLeod, 2021). Unsur yang dapat dianalisis meliputi investasi awal, biaya tetap, biaya variabel, kebutuhan modal kerja, proyeksi penjualan, laba rugi, dan arus kas. Penilaian juga dapat dilakukan melalui *break-even point*, *payback period*, serta analisis sensitivitas terhadap perubahan penjualan maupun biaya (Statista, 2024; Tuten & Solomon, 2023; Wardhana, 2022; Zimmerman & Ng, 2023).

Pentingnya Melakukan Perhitungan Keuangan Sejak Awal

Perhitungan keuangan sejak awal membantu pemilik mengetahui kebutuhan modal, struktur biaya, target penjualan, margin keuntungan, dan risiko kerugian. Omzet tidak dapat disamakan dengan laba karena pendapatan penjualan masih harus dikurangi biaya bahan baku, tenaga kerja, kemasan, distribusi, sewa, promosi, dan biaya lainnya. Pencatatan transaksi juga diperlukan untuk memisahkan keuangan usaha dari keuangan pribadi dan memastikan tersedianya modal kerja. Selain itu, penyusunan skenario optimistis, moderat, dan pesimistis dapat membantu pemilik memperkirakan kemampuan usaha bertahan ketika penjualan menurun atau biaya meningkat (McLeod, 2021).

Keterkaitan antara Viralitas dan Risiko Keuangan

Sistem rekomendasi TikTok dapat memperluas jangkauan konten dan meningkatkan permintaan konsumen secara cepat (Bhandari & Bimo, 2022; Hoi & Yin, 2023). Lonjakan permintaan sering mendorong pemilik usaha menambah produksi, tenaga kerja, persediaan, atau peralatan. Apabila ekspansi dilakukan tanpa perhitungan finansial, biaya tetap dan variabel dapat meningkat berdasarkan permintaan yang belum tentu bertahan lama. Ketidakmampuan memenuhi pesanan juga dapat memicu pembatalan, pengembalian dana, dan ulasan negatif yang tersebar melalui media sosial (Dwivedi et al., 2021). Oleh karena itu, viralitas perlu dikelola sebagai peluang pasar dan disesuaikan dengan kapasitas operasional serta kemampuan finansial usaha (Li et al., 2021).

Peran Analisis Kelayakan Finansial bagi Usaha Kecil

Analisis kelayakan finansial membantu pemilik menentukan apakah usaha layak dimulai, dilanjutkan, dikembangkan, atau dihentikan. Analisis ini dapat digunakan untuk menetapkan harga jual, jumlah produksi, kebutuhan modal kerja, cadangan dana, dan sumber pembiayaan. Bagi usaha yang mengalami viralitas, analisis finansial diperlukan untuk menilai apakah kenaikan permintaan cukup stabil untuk mendukung ekspansi. Meskipun tidak menjamin keberhasilan, analisis kelayakan mengurangi keputusan berdasarkan asumsi dan memberikan dasar yang lebih terukur untuk menjaga laba, arus kas, kualitas produk, serta keberlanjutan usaha (Adam & Alarifi, 2021; McLeod, 2021).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif deskriptif melalui studi kasus. Strategi ini diambil karena tujuan penelitian adalah untuk menggali lebih dalam tentang fenomena usaha mikro yang populer di TikTok namun berakhir dengan kebangkrutan. Dengan pendekatan ini, peneliti berfokus tidak hanya pada angka tetapi juga melukiskan realitas usaha, alasan di balik viralitasnya, faktor yang menyebabkan kerugian, serta pentingnya melakukan analisis finansial untuk kelangsungan usaha.

Kajian ini menyoroti satu atau lebih usaha mikro yang sebelumnya terkenal di TikTok. Melalui studi kasus, peneliti dapat menyelidiki detail lebih mendalam mengenai modal awal, biaya produksi, pengeluaran operasional, penjualan, aliran kas, dan tantangan keuangan yang dihadapi oleh usaha tersebut. Informasi dalam penelitian ini dapat dikumpulkan dari para pemilik usaha, karyawan, catatan keuangan, dokumentasi penjualan, serta konten promosi yang ada di TikTok. Metode pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan informasi yang diperoleh komprehensif dan akurat.

Setelah data terkumpul, peneliti akan melakukan analisis deskriptif untuk menilai bagaimana viralitas di TikTok berpengaruh terhadap keadaan usaha. Jika diperlukan, analisis dapat diperdalam melalui perhitungan kelayakan finansial seperti laporan laba rugi, arus kas, titik impas, modal kerja, dan periode pengembalian modal. Dengan pendekatan ini, penelitian dapat menentukan apakah usaha tersebut layak untuk dijalankan atau berpotensi mengalami kebangkrutan tanpa adanya perencanaan keuangan yang solid.

Pendekatan ini sangat sesuai mengingat topik penelitian berhubungan dengan fenomena nyata di lapangan. Usaha mikro yang viral sering kali terlihat berhasil dari pandangan luar, tetapi tidak selalu sehat dari segi finansial. Oleh karena itu, metode deskriptif

kualitatif dengan studi kasus berfungsi membantu peneliti menguraikan masalah dengan cara yang lebih mudah dipahami.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kenaikan Bisnis Saat Menjadi Populer di TikTok

Hasil kajian menunjukkan bahwa TikTok dapat meningkatkan visibilitas produk dan memperluas jangkauan pasar usaha mikro. Sistem rekomendasi pada halaman *For You* memungkinkan konten menjangkau pengguna di luar jaringan pengikut akun sehingga suatu produk dapat dikenal secara luas dalam waktu singkat (Bhandari & Bimo, 2022). Format video pendek, fitur berbagi, dan interaksi antarpengguna juga mempercepat penyebaran informasi dan tren di TikTok (Montag et al., 2021).

Konten yang menarik, unik, informatif, atau menggugah rasa ingin tahu dapat meningkatkan perhatian dan kepercayaan konsumen terhadap produk. Kualitas video dan kepercayaan konsumen diketahui berkaitan dengan keputusan pembelian dalam perdagangan melalui TikTok (Hoi & Yin, 2023). Kondisi tersebut dapat menyebabkan peningkatan jumlah pelanggan, pesanan, dan omzet usaha dalam waktu relatif singkat.

Namun, peningkatan penjualan belum tentu menunjukkan kondisi finansial yang sehat. Usaha mikro sering memiliki keterbatasan modal, tenaga kerja, persediaan, dan kapasitas produksi. Apabila permintaan meningkat melampaui kemampuan usaha, pertumbuhan tersebut dapat menimbulkan tekanan operasional dan finansial (Adam & Alarifi, 2021).

Tabel 1. Tahapan Kenaikan Usaha Setelah Viral di TikTok

No.	Tahap kenaikan	Penjelasan	Dampak
1	Produk mulai viral	Konten usaha banyak dilihat dan dibagikan	Nama usaha semakin dikenal
2	Minat konsumen meningkat	Konsumen tertarik dan ingin mencoba produk	Potensi penjualan meningkat
3	Pesanan bertambah	Pesanan melebihi jumlah pada kondisi normal	Omzet meningkat
4	Usaha terlihat berkembang	Antrean dan aktivitas penjualan semakin ramai	Kepercayaan publik meningkat
5	Muncul rencana ekspansi	Pemilik mempertimbangkan penambahan kapasitas	Muncul peluang pengembangan usaha

Tabel 1 menunjukkan bahwa viralitas dapat memberikan keuntungan pemasaran pada tahap awal. Namun, pertumbuhan jumlah pelanggan dan omzet harus dianalisis bersama dengan biaya, laba bersih, arus kas, serta kapasitas usaha. Tanpa kesiapan yang memadai, peningkatan permintaan justru dapat menambah beban operasional.

Masalah yang Timbul Saat Bisnis Mulai Ramai

Ketika usaha menjadi viral, pemilik harus meningkatkan produksi, menambah persediaan, mempercepat pelayanan, dan mempertahankan kualitas produk. Apabila usaha belum memiliki sistem operasional yang terorganisasi, lonjakan permintaan dapat menyebabkan kehabisan bahan baku, keterlambatan produksi, kesalahan pesanan, dan penurunan kualitas pelayanan. Keterbatasan sumber daya finansial, administratif, teknis, dan tenaga kerja menyebabkan usaha kecil lebih rentan ketika menghadapi perubahan permintaan secara cepat (Adam & Alarifi, 2021).

Peningkatan produksi juga menyebabkan biaya bahan baku, kemasan, distribusi, dan tenaga kerja bertambah. Meskipun omzet meningkat, laba bersih belum tentu mengalami kenaikan karena sebagian besar pendapatan dapat digunakan untuk menutup biaya operasional. Jika seluruh biaya tidak dicatat secara sistematis, pemilik dapat menganggap usaha memperoleh keuntungan besar, padahal arus kas dan modal kerjanya sedang mengalami tekanan. Masalah tersebut semakin berat apabila pemilik hanya berfokus pada jumlah penjualan tanpa menghitung margin keuntungan dan kebutuhan modal kerja. Keberhasilan usaha tidak cukup dinilai berdasarkan omzet, tetapi harus mencakup laba, kas, modal, kapasitas produksi, dan kemampuan memenuhi kewajiban operasional (Adam & Alarifi, 2021).

Mengapa Bisnis Dapat Mengalami Kebangkrutan

Kegagalan usaha umumnya tidak terjadi secara langsung, tetapi berkembang melalui serangkaian masalah finansial dan operasional. Pada awalnya, usaha terlihat berhasil karena jumlah pelanggan dan omzet meningkat. Namun, apabila kenaikan tersebut tidak disertai perencanaan finansial, biaya produksi dan kebutuhan modal kerja dapat meningkat lebih cepat daripada laba yang diperoleh.

Salah satu penyebab utama kesulitan finansial adalah terganggunya arus kas. Pendapatan dari penjualan mungkin segera digunakan untuk membeli bahan baku, membayar tenaga kerja, dan memenuhi biaya distribusi. Jika dana tidak disisihkan sebagai modal kerja dan cadangan kas, usaha akan kesulitan membiayai pesanan berikutnya. Ketersediaan kas, jumlah utang, dana cadangan, perputaran piutang, dan kemampuan memperkirakan penjualan merupakan indikator penting dalam menilai ketahanan usaha (Adam & Alarifi, 2021).

Lonjakan pesanan juga dapat menurunkan kualitas produk apabila pemilik memaksakan produksi melebihi kapasitas. Produk yang tidak konsisten, keterlambatan pengiriman, dan pelayanan yang buruk dapat menimbulkan kekecewaan pelanggan. Pengalaman negatif tersebut dapat disebarkan melalui ulasan dan *electronic word of mouth*, sehingga memengaruhi reputasi usaha dan keputusan konsumen lainnya (Dwivedi et al., 2021).

Ketika tren mulai menurun, pendapatan dapat berkurang sementara biaya sewa, gaji, cicilan peralatan, dan kewajiban lainnya tetap harus dibayar. Tanpa cadangan kas yang memadai, usaha dapat kehilangan kemampuan untuk mempertahankan kegiatan operasionalnya. Dalam pembahasan ini, kebangkrutan dipahami sebagai kondisi kesulitan finansial atau penutupan usaha, bukan sebagai pernyataan pailit secara hukum.

Tabel 2. Tahapan Usaha Menuju Kesulitan Finansial

No.	Tahap	Penjelasan	Dampak
1	Pesanan terlalu banyak	Permintaan melebihi kapasitas usaha	Produksi kewalahan
2	Biaya meningkat	Kebutuhan bahan baku, tenaga kerja, dan distribusi bertambah	Laba bersih menurun
3	Arus kas terganggu	Kas masuk segera digunakan untuk menutup pengeluaran	Modal kerja menipis
4	Pencatatan tidak teratur	Pemilik tidak mengetahui laba dan rugi secara akurat	Usaha sulit dikendalikan
5	Kualitas produk menurun	Produksi dipaksakan melebihi kapasitas	Pelanggan kecewa
6	Tren viral menurun	Konsumen berpindah ke produk atau tren lain	Penjualan menurun
7	Tidak tersedia dana cadangan	Usaha tidak memiliki penyangga ketika penjualan menurun	Operasional sulit dipertahankan

Tabel 2 menunjukkan bahwa kegagalan usaha terbentuk melalui masalah yang saling berhubungan. Viralitas bukan penyebab tunggal kebangkrutan, melainkan pemicu pertumbuhan cepat yang dapat memperbesar kelemahan finansial dan operasional yang telah ada. Risiko meningkat apabila usaha tidak memiliki pencatatan keuangan, modal kerja, pengendalian kualitas, dan dana cadangan yang memadai.

Pentingnya Evaluasi Kelayakan Keuangan

Evaluasi kelayakan keuangan membantu pemilik mengetahui apakah investasi dan pengembangan usaha dapat menghasilkan pendapatan yang mampu menutup biaya. Studi kelayakan memberikan dasar untuk menentukan apakah suatu rencana usaha perlu dijalankan, diubah, ditunda, atau dihentikan berdasarkan sumber daya, manfaat, biaya, dan risiko yang dihadapi (McLeod, 2021).

Aspek yang perlu diperhitungkan meliputi modal awal, biaya tetap, biaya variabel, kebutuhan modal kerja, proyeksi pendapatan, laba bersih, dan arus kas. Pemilik juga dapat menggunakan perhitungan titik impas atau *break-even point* untuk mengetahui jumlah minimum penjualan yang harus dicapai serta *payback period* untuk memperkirakan waktu pengembalian modal.

Analisis sensitivitas diperlukan untuk memperkirakan perubahan kondisi finansial apabila penjualan menurun, harga bahan baku meningkat, atau biaya operasional bertambah. Hasil evaluasi tersebut dapat digunakan untuk menentukan harga jual, membatasi jumlah

pesanan, menambah tenaga kerja, meningkatkan kapasitas produksi, atau menunda ekspansi. Dengan demikian, keputusan usaha didasarkan pada data, bukan hanya pada popularitas dan peningkatan omzet sementara (McLeod, 2021).

Pertumbuhan Tanpa Persiapan sebagai Tantangan Usaha

Peningkatan penjualan tidak selalu menggambarkan keberhasilan yang berkelanjutan. Pertumbuhan yang terlalu cepat dapat mengganggu operasional ketika kapasitas produksi, persediaan, tenaga kerja, dan modal kerja tidak mampu mengikuti permintaan. Strategi pemasaran media sosial harus disesuaikan dengan tujuan, sumber daya, dan kemampuan internal usaha (Li et al., 2021).

Usaha yang menerima pesanan melebihi kapasitasnya dapat mengalami kehabisan bahan baku, keterlambatan produksi, dan penurunan kualitas. Kondisi tersebut dapat memicu keluhan dan ulasan negatif, menurunkan reputasi, serta mengurangi pembelian ulang. Risiko semakin besar ketika pemilik melakukan ekspansi dengan membeli peralatan, menambah tenaga kerja, atau menyewa tempat baru berdasarkan permintaan yang belum tentu bertahan lama.Viralitas dapat dimanfaatkan sebagai sarana memperkenalkan produk dan memperluas pasar, tetapi kelangsungan usaha tetap bergantung pada pengelolaan finansial, kapasitas operasional, kualitas produk, dan kemampuan beradaptasi. Perhatian publik yang tinggi hanya akan memberikan manfaat jangka panjang apabila dapat diubah menjadi laba dan arus kas yang sehat.

Tabel 3. Perbandingan Kondisi Pertumbuhan dan Kesulitan Finansial

Faktor	Saat pertumbuhan	Saat menuju kesulitan finansial
Permintaan	Meningkat tajam	Menurun setelah tren meredup
Omzet	Meningkat cepat	Menurun secara signifikan
Biaya	Bertambah mengikuti produksi	Tidak seimbang dengan pendapatan
Arus kas	Kas masuk meningkat	Kas mulai tidak mencukupi kebutuhan
Kualitas produk	Relatif terjaga	Berpotensi menurun
Kapasitas usaha	Mulai digunakan secara maksimal	Tidak sesuai dengan permintaan aktual
Kondisi usaha	Terlihat berkembang	Menghadapi risiko kerugian atau penutupan

Tabel 3 memperlihatkan bahwa pertumbuhan yang tidak dikelola dapat berkembang menjadi kesulitan finansial. Ketika biaya meningkat lebih cepat daripada pendapatan dan arus kas tidak dikendalikan, usaha dapat mengalami kerugian meskipun sebelumnya terlihat ramai. Oleh sebab itu, viralitas perlu dievaluasi berdasarkan laba, arus kas, modal kerja, kapasitas produksi, dan keberlanjutan permintaan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, bisa ditarik kesimpulan bahwa kemajuan platform media sosial, terutama TikTok, memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan bisnis mikro. TikTok memiliki kemampuan untuk mengubah produk atau bisnis yang sebelumnya kurang dikenal menjadi terkenal dalam waktu singkat. Situasi ini jelas membuka banyak peluang bagi para pengusaha karena dapat meningkatkan jumlah pelanggan, memperluas pasar, dan mempercepat peningkatan pendapatan. Namun, di balik kesempatan itu, ketenaran yang cepat juga membawa risiko besar jika bisnis tidak memiliki persiapan keuangan dan operasional yang memadai.

Fenomena bisnis mikro yang mendadak populer namun berakhir dengan kebangkrutan menunjukkan bahwa keberhasilan sebuah bisnis tidak bisa hanya diukur dari banyaknya pembeli atau jumlah pesanan. Dalam banyak situasi, bisnis yang terlihat sukses dari luar sejatinya sering kali tidak memiliki dasar keuangan yang kukuh. Kenaikan permintaan sering kali menyebabkan pemilik bisnis kesulitan dalam menyediakan bahan baku, mengatur produksi, membayar biaya operasional, dan menjaga standar kualitas produk. Jika keadaan ini tidak ditangani dengan baik, maka keuntungan yang nampak besar justru bisa habis untuk menutup kenaikan biaya, sehingga bisnis berisiko mengalami kerugian.

Selain itu, pembahasan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kebangkrutan pada usaha mikro tidak hanya disebabkan oleh penurunan pendapatan, melainkan juga akibat pengelolaan keuangan yang lemah sejak awal. Banyak pengusaha yang memulai bisnis hanya karena mengikuti mode tanpa mempertimbangkan modal, biaya produksi, biaya tenaga kerja, biaya promosi, serta kemungkinan risiko yang muncul. Alhasil, pemasukan dari usaha sering kali tidak seimbang dengan pengeluaran yang harus ditanggung. Tanpa adanya pencatatan keuangan yang sistematis dan arus kas yang stabil, usaha mikro akan menghadapi kesulitan untuk bertahan ketika popularitas tren mulai meredup.

Oleh karena itu, pentingnya analisis kelayakan finansial tidak dapat diabaikan dan harus dimiliki oleh usaha mikro. Proses analisis ini membantu pemilik bisnis untuk mengevaluasi apakah usaha tersebut benar-benar dapat dijalankan, apakah investasi yang dilakukan sebanding dengan hasil yang didapat, serta apakah usaha memiliki kemampuan untuk bertahan dalam waktu yang lama. Dengan melakukan analisis kelayakan finansial, para pelaku usaha dapat membuat keputusan yang lebih baik, meminimalkan risiko kebangkrutan, dan mengembangkan usaha yang lebih stabil, sehat, serta berkelanjutan. Dengan kata lain, popularitas di TikTok dapat menjadi peluang yang baik, namun kelangsungan usaha sangat bergantung pada kesiapan finansial dan kemampuan manajerial yang efisien.

DAFTAR REFERENSI

Adam, N. A., & Alarifi, G. (2021). Innovation practices for survival of small and medium enterprises (SMEs) in the COVID-19 times: The role of external support. *Journal of Innovation and Entrepreneurship, 10*, Article 15. https://doi.org/10.1186/s13731-021-00156-6

Bhandari, A., & Bimo, S. (2022). Why's everyone on TikTok now? The algorithmized self and the future of self-making on social media. *Social Media + Society, 8*(1), 1–12. https://doi.org/10.1177/20563051221086241

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (9th ed.). Pearson.

Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management, 59*, Article 102168. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168

Hoi, N. K., & Yin, L. K. (2023). Short videos, big decisions: A preliminary study of TikTok's role in e-commerce consumer behaviour. *European Journal of Business and Management Research, 8*(3), 72–81. https://doi.org/10.24018/ejbmr.2023.8.3.1951

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.

Li, F., Larimo, J., & Leonidou, L. C. (2021). Social media marketing strategy: Definition, conceptualization, taxonomy, validation, and future agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science, 49*, 51–70. https://doi.org/10.1007/s11747-020-00733-3

McLeod, S. (2021). Feasibility studies for novel and complex projects: Principles synthesised through an integrative review. *Project Leadership and Society, 2*, Article 100022.

Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the psychology of TikTok use: A first glimpse from empirical findings. *Frontiers in Public Health, 9*, Article 641673. https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation*. John Wiley & Sons.

Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Crown Business.

Statista. (2024). *Distribution of TikTok users worldwide as of 2024, by age and gender*. https://www.statista.com/

Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2023). *Social media marketing* (4th ed.). SAGE Publications.

Wardhana, A. (2022). *Digital marketing: Konsep dan implementasi*. Media Sains Indonesia.

Zimmerman, J., & Ng, D. (2023). *Social media marketing all-in-one for dummies* (6th ed.). John Wiley & Sons.