



Analysis Of Business Feasibility Study On The Development Of Father Yulianto's Tofu And Tempe Msme Business Reviewed From The Production And Marketing Aspects

Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan Umkm Usaha Tahu Dan Tempe Bapak Yulianto Ditinjau Dari Aspek Produksi Dan Aspek Pemasaran

Septi ¹⁾; Rahman Febliansa ²⁾ Eska Prima Monique D ³⁾

^{1,2)} Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ septinurmaisya2909@gmail.com; ²⁾ rahmanfebliansa@unived.ac.id

³⁾ ds.monique@gmail.com,

ARTICLE HISTORY

Received [01 Mei 2024]

Revised [25 Juni 2024]

Accepted [30 Juni 2024]

KEYWORDS

Studi Kelayakan Bisnis
UMKM Tahu dan Tempe
Ditinjau dari aspek
Produksi dan Pemasaran.

This is an open access
article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)
license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kelayakan bisnis pabrik tahu dan tempe Pak Yulianto dari segi pemasaran dan produksi. Analisis kelayakan ini menggunakan analisis pasar dan persaingan. Hasil menunjukkan bahwa usaha tahu dan tempe Pak Yulianto dari aspek produksi dinyatakan layak karena lokasi usaha yang strategis dan mudah dijangkau oleh para konsumen serta proses produksi yang mudah. Sedangkan hasil penelitian dari aspek pemasaran dinyatakan layak dengan produk yang berkualitas karena menggunakan bahan baku yang berkualitas, serta harga yang terjangkau sehingga seluruh kalangan bisa membelinya dan promosi yang pemilik berikan cukup membuat para konsumen mengetahui produk yang dijualnya.

ABSTRACT

This research aims to evaluate the feasibility of Pak Yulianto's tofu and tempeh factory business in terms of marketing and production. This feasibility analysis uses market and competition analysis. The results show that Pak Yulianto's tofu and tempe business from the production aspect is declared feasible because the business location is strategic and easy to reach for consumers and the production process is easy. Meanwhile, the results of the research from the marketing aspect stated that it was worthy of a quality product because it used quality raw materials, and the price was affordable so that all groups could buy it and the promotion that the owner gave was enough to make consumers aware of the product he was selling.

PENDAHULUAN

Perkembangan global dalam dunia bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang signifikan. Beragam model bisnis dapat dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, menawarkan peluang bagi siapa pun yang berkeinginan untuk meningkatkan kualitas hidup melalui aktivitas berbisnis. Di era ini, keberhasilan dalam usaha bisnis dapat tercapai bagi individu yang mampu memanfaatkan peluang yang ada. Situasi perekonomian yang tidak stabil di Indonesia saat ini telah menyebabkan peningkatan tingkat pengangguran dan kemiskinan, baik akibat PHK maupun kurangnya kesempatan kerja bagi lulusan yang terdidik. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah cerdas dan solusi yang tepat untuk mengatasi masalah pengangguran terdidik serta untuk mengurangi tingkat kemiskinan. Di Indonesia saat ini membutuhkan generasi yang memiliki jiwa wirausaha muda yang berdedikasi untuk peningkatan sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Salah satu pilar ekonomi nasional Indonesia yang sangat vital adalah sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM menjadi tulang punggung bagi ekonomi Indonesia, karena ketika terjadi krisis ekonomi, sektor ini mampu bertahan berkat fokusnya pada sektor riil yang tidak terlalu terpengaruh oleh gejolak sektor moneter. UMKM juga turut serta dalam mendukung program-program pemerintah untuk menciptakan lapangan kerja dan mengurangi tingkat pengangguran di negara ini. Contoh nyata dari keberhasilan UMKM terdapat di Usaha Tahu dan Tempe Pak Yulianto di JL. Lettu Ubadi Desa Ketapang Besar, Kec. Pasar Manna, Kota Manna, Kab. Bengkulu Selatan, Prov. Bengkulu. Usaha ini bergerak dalam produksi pengolahan kedelai menjadi produk konsumsi berupa tahu dan tempe. Pak Yulianto juga mampu memproduksi tahu sebanyak 100 kg dan tempe sebanyak 50 kg setiap harinya, dengan total produksi tujuh kali dalam seminggu sehingga Pak Yulianto mendapatkan keuntungan.

LANDASAN TEORI

Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis menurut Umar (2005:p8), studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasikan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu

yang tidak ditentukan. Hisrich, Peters & Shepherd (2017) “Studi analisis kelayakan bisnis adalah proses analisis yang sistematis terhadap potensi suatu ide bisnis untuk menentukan apakah itu layak untuk dijalankan, dengan mempertimbangkan berbagai aspek seperti pasar, teknis, keuangan, dan organisasional.”

Aspek Hukum

Menurut Suliyanto (2010), aspek hukum dalam dunia usaha merujuk pada peraturan hukum yang harus diindahkan sebelum memulai suatu bisnis. Tujuannya adalah agar bisnis tersebut dapat beroperasi sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku dan memenuhi persyaratan perizinan di wilayah tersebut. Pentingnya memahami aspek hukum ini akan memberikan perlindungan hukum bagi pemilik usaha dan menghindari potensi masalah di masa depan.

Aspek Pemasaran

Pemasaran menurut Swastha (2009:10) pemasaran merupakan sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan suatu harga, mempromosikan serta mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli baik yang ada maupun yang potensial. Hasan (2019), “Promosi adalah fungsi pemasaran yang fokus untuk mengkomunikasikan program-program pemasaran secara persuasive kepada target pelanggan (audience) untuk mendorong terciptanya transaksi pertukaran antara perusahaan dan audience”. Halim (2020) Menyatakan bahwa “Promosi adalah media untuk memperkenalkan suatu barang dan jasa atau memperkuat brand image suatu produk yang telah ada sebelumnya”.

Aspek Keuangan

Penelitian dalam aspek ini bertujuan untuk mengidentifikasi pendanaan yang diperlukan dan mengevaluasi besarnya biaya yang akan dikeluarkan. Keputusan keuangan harus diambil dengan hati-hati, mengingat dampaknya yang dapat dirasakan baik atau buruk. Dengan memahami aspek keuangan dengan baik, pemilik usaha dapat mengelola keuangan perusahaan secara efisien dan berkelanjutan. Brigham & Houston (2018) “Aspek keuangan mengacu pada pengelolaan sumber daya finansial perusahaan, termasuk pengaturan modal, pengelolaan aset dan liabilitas, serta pengambilan keputusan investasi dan pendanaan”.

Aspek Penjualan

Futrell (2018) “Penjualan adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk meyerahkan barang dan jasa dalam pertukaran dengan nilai”. Stanto et al (2007) Penjualan adalah suatu proses yang melibatkan kreativitas, analisis, dan implementasi keputusan yang bertujuan untuk mengembangkan dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan konsumen sasaran”.

Teknik Analisis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Analisis Pasar: Melihat permintaan pasar untuk tahu dan tempe, trend konsumen dan preferensi pasar.
2. Analisis Persaingan: Mengidentifikasi pesaing, pangsa pasar mereka dan strategi pemasaran mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian wawancara. Penelitian ini dilakukan di Jl. Lettu Ubadi Desa Ketapang Besar, Kecamatan Pasar Manna, Kota Manna, Kabupaten Bengkulu Selatan, Provinsi Bengkulu. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Pendekatan pengumpulan data meliputi observasi dan wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Diskusi Usaha produksi tahu dan tempe yang dijalankan oleh Bapak Yulinto merupakan bisnis rumah tangga yang telah beroperasi sejak tahun 1997 hingga saat ini, berlokasi di Jl. Lettu Ubadi Desa Ketapang Besar, Kec. Pasar Manna, Kota Manna, Kab. Bengkulu Selatan, Prov. Bengkulu. Pemilik usaha hanya memiliki 2 karyawan yang kadang berganti-ganti. Usaha ini telah memperoleh surat izin usaha.



Aspek Produksi

Aspek yang dianalisis dalam kategori ini mencakup lokasi usaha, teknologi, dan proses produksi. Lokasi Usaha Tempat produksi tahu dan tempe ini berada di Jl. Lettu Ubadi Desa Ketapang Besar, Kec. Pasar Manna, Kota Manna, Kab. Bengkulu Selatan, Prov. Bengkulu. Lokasi pabrik tahu dan tempe Pak Yulianto memiliki tempat yang strategis karena dekat dengan pasar ampera dan simpang 4. Oleh karena itu, usaha ini dianggap layak karena mudah diakses oleh konsumen, teknologi yang digunakan meliputi mesin pencacah untuk pembuatan tempe yang mana berfungsi untuk memecahkan kedelai agar terpisah dari kulitnya dan mesin penggiling untuk pembuatan tahu yang digunakan untuk menghaluskan kedelai. Proses Produksi usaha tahu dan tempe Bapak Yulianto dilakukan sebanyak 7 kali dalam seminggu. Terdapat 2 jenis tahu, yaitu tahu putih dan tahu kering atau tahu pong. Dalam satu hari, diproduksi 2 karung kacang kedelai impor yang masing-masing berisi 100 kg. Setiap hari terdapat 14 kali penggilingan, di mana 11 penggilingan untuk tahu tipis dan 3 penggilingan untuk tahu putih. Dari setiap penggilingan tahu tipis menghasilkan 5 cetakan, sedangkan tahu putih menghasilkan 3 cetakan. Sehingga, dalam satu hari dihasilkan 77 cetakan tahu tipis dan 9 cetakan tahu putih. Untuk tempe 1 kg kacang kedelai yang telah direbus menghasilkan 14 bungkus tempe plastik berisi 1,5 ons. Dalam sehari, Pak Yulianto mengolah 1 karung kacang kedelai menjadi tempe, di mana setiap karung berbobot 50 kg. Dengan merebus kacang kedelai, beratnya menjadi 100 kg dan menghasilkan 700 bungkus tempe dalam satu kali produksi.

Aspek Pemasaran

Bentuk Pasar Usaha tahu dan tempe Pak Yulianto termasuk dalam pasar persaingan sempurna karena terdapat banyak pabrik tahu dan tempe skala kecil hingga menengah yang memproduksi produk dengan standar yang serupa. Tidak ada satu produsen pun yang mendominasi pasar sehingga konsumen memiliki banyak pilihan dan mudah beralih dari satu produsen ke produsen lain. Analisis Persaingan yang dihadapi oleh Bapak Yulianto adalah ketika pasokan ikan laut meningkat, permintaan terhadap tempe dan tahu akan menurun. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bapak Yulianto yaitu penggunaan bahan baku berkualitas tinggi yang bertujuan agar konsumen merasa puas dengan produk yang dihasilkan.

Aspek Penjualan

Untuk harga tahu yang ditetapkan oleh Pak Yulianto terbagi menjadi 2 kategori yaitu: Tahu Putih memiliki 2 ukuran, yaitu ukuran kecil 13 x 13 dengan harga perpotongan Rp 500 atau Rp 60.000 untuk satu cetak/satu papan yang berisi 169 potong tahu. Sedangkan ukuran besar 11 x 11 dengan harga perpotongan Rp 1.000 atau Rp 60.000 untuk satu cetak/satu papan yang berisi 121 biji tahu. Sedangkan tahu kering atau tahu pong biasanya dibeli untuk dijual sebagai gorengan atau dijual per cetakan dengan harga Rp 40.000 sesuai permintaan pembeli.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Studi kelayakan bisnis melibatkan penelitian terhadap rencana bisnis untuk menentukan layak atau tidaknya bisnis tersebut. Aspek hukum dalam dunia usaha penting untuk memastikan kepatuhan terhadap peraturan hukum yang berlaku. Pemasaran melibatkan perencanaan, penetapan harga, promosi, dan distribusi barang dan jasa. Aspek keuangan mencakup identifikasi pendanaan dan evaluasi biaya yang diperlukan. Penjualan merupakan kegiatan untuk menyerahkan barang dan jasa dalam pertukaran nilai. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, dengan perbedaan berdasarkan nilai aset awal, omset, atau jumlah pekerja. Teknik analisis pasar dan persaingan digunakan untuk menilai potensi usaha. Penelitian dilakukan dengan metode wawancara di lokasi usaha produksi tahu dan tempe. Aspek produksi mencakup lokasi, teknologi, dan proses produksi tahu dan tempe. Pasar usaha tahu dan tempe termasuk dalam pasar persaingan sempurna dengan banyak produsen skala kecil hingga menengah. Harga tahu dan tempe ditetapkan berdasarkan ukuran dan kualitas bahan baku. Strategi pemasaran melibatkan penggunaan bahan baku berkualitas tinggi. Pendapatan dari penjualan tahu dan tempe dihitung berdasarkan harga jual per potongan atau bungkus. Promosi dilakukan melalui pendekatan langsung ke pedagang atau metode dari mulut ke mulut.

Saran

1. Untuk aspek produksi agar lebih memaksimalkan kinerja dengan merekrut karyawan agar memaksimalkan produksi.
2. Untuk aspek pemasaran agar lebih memperluas akses pemasaran dengan menjadikan pengolahan proses pembuatan tahu dan tempe sebagai wisata edukasi bagi pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah dan Tantri. 2012. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Afifu Ummam. M. 2016. Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan UMKM (Studi kasus pada industri Kecil Unit Pengolah dan Pemasar Ikan "Fatimah Az-Zahra Borobudur Kab. Magelang) Semarang: Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN WALISONGO SEMARANG.
- Andriani, L. (2019). "Strategi Pemasaran Usaha Tahu/Tempe Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara". (Doctoral Dissertation, Institut Agama Islam Papua).
- Assauri, S. 2017. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hasannah, H. N. (2021). "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Pada Pabrik Tahu dan Tempe Pak Harjo Kabupaten Tanah Bumbu". Doctoral Dissertation, Universitas Islam Kalimantan Mab.
- IKAPI, Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Sematang: CV Duta Nusindo, 2010.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, Bandung, Penerbit Alfabeta.
- Yulianto, 2024. Pemilik pabrik tahu dan tempe, Kota Manna.
- Suparmono, 2018, Pengantar Ekonomi Makro, Yogyakarta: UPP STKIM YKPN.
- Syahyunan, 2014. Studi Kelayakan Bisnis. Medan: USU Press.