

ANALISIS KELAYAKAN USAHA PABRIK TAHU XYZ BERDASARKAN ASPEK PEMASARAN

Muhammad Muamar Zamzami
Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Jombang
Email : muhammadmuamarzamzami@gmail.com

Abstract: Tofu factory is one of the small industries that play a role in socio-economic conditions. One of the small industry activists in Genukwatu is the tofu factory "XYZ". The factory is still operating and has existed until now since 2010. Over time, it is possible that there will be obstacles or constraints during the establishment of the tofu factory, such as market price competition, raw material supply, marketing reach and so on. The need for the feasibility of a tofu factory business is important because it can help avoid losses and make the right decisions in business. This study aims to analyze the feasibility of the tofu factory business "XYZ". This study uses field observation methods, interviews and documentation. From the analysis of business feasibility based on marketing aspects, the tofu factory business is feasible to run because of the high market share and net profit of Rp 21,450,000.00.

Keywords : Tofu, Business Qualifications, Marketing Aspects

Abstrak: Pabrik tahu merupakan salah satu industri kecil yang berperan terhadap kondisi sosial ekonomi. Salah satu pegiat industri kecil yang ada di Genukwatu adalah pabrik tahu "XYZ". Pabrik tersebut masih beroperasi dan eksis hingga sekarang sejak tahun 2010. Seiring berjalannya waktu tidak menutup kemungkinan terdapat hambatan atau kendala selama berdirinya pabrik tahu tersebut, seperti persaingan harga pasar, suplai bahan baku, jangkauan pemasaran dan sebagainya. Kebutuhan akan kelayakan usaha pabrik tahu menjadi penting dikarenakan dapat membantu menghindari kerugian serta membuat keputusan yang tepat dalam usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha pabrik tahu "XYZ". Penelitian ini menggunakan metode observasi di lapangan, wawancara dan dokumentasi. Dari analisis kelayakan usaha berdasarkan aspek pemasaran, maka usaha pabrik tahu layak dijalankan karena tingginya pangsa pasar dan keuntungan bersih sebesar Rp 21.450.000,00.

Kata Kunci : Tahu, Kelayakan Usaha, Aspek Pemasaran

Date of Submission : 22 Mei 2025	Date of Acceptance : 25 Mei 2025	Date of Publish : 27 Mei 2025
----------------------------------	----------------------------------	-------------------------------

Pendahuluan

Tahu merupakan produk hasil olahan kedelai yang dihasilkan dari sektor pertanian. Industri kecil yang mengolah hasil-hasil pertanian (agroindustri) tahan terhadap dampak krisis ekonomi bersifat padat karya merupakan salah satu alternatif dalam membangun kembali perekonomian Indonesia saat ini (Virdausya et al., 2020). Salah satu industri kecil yang potensial untuk dikembangkan adalah pabrik pembuatan tahu. Industri kecil mempunyai peranan yang sangat besar terhadap roda perekonomian suatu negara. Peranan usaha kecil itu dapat meningkatkan ekspor non migas, penyerapan tenaga kerja, meningkatkan kualitas sumber daya manusia (Kusmawan, 2021).

Kelayakan usaha (Sulistiyowati, 2019) merupakan suatu proses dalam menentukan apakah suatu usaha layak dijalankan atau tidak. Studi kelayakan usaha (Sulistiyowati, 2019) ialah kegiatan mempelajari secara mendalam mengenai aspek-aspek yang memungkinkan

tingkat berhasilnya suatu usaha. Dengan demikian pegiat usaha dapat menghindari kerugian dan membuat keputusan yang tepat dengan melakukan studi kelayakan usaha.

Salah satu industri pabrik tahu yang masih eksis sampai sekarang sejak tahun 2010 ialah milik bapak Sudirman yang terdapat di desa Genukwatu. Pabrik masih tetap memproduksi meskipun pernah diterpa era kasus tahu berformalin. Pabrik tahu tersebut didirikan dengan tujuan mengembangkan sentra industri UMKM di sekitar desa Genukwatu. Selain itu tujuan pendirian pabrik tahu agar semua kalangan dapat mengkonsumsi makanan tinggi protein, namun dengan harga yang terjangkau semua kalangan.

Seiring berjalannya waktu tidak menutup kemungkinan terdapat hambatan atau kendala selama berdirinya pabrik tahu tersebut, seperti persaingan harga pasar, suplai bahan baku, jangkauan pemasaran dan sebagainya. Kondisi seperti ini diperlukan strategi pemasaran yang efektif serta efisien agar pabrik tahu milik bapak Sudirman tetap bertahan dalam menghadapi tantangan *market* dan menjadi *market leader* pada industri pengolahan tahu. Kebutuhan akan kelayakan usaha pabrik tahu menjadi penting dikarenakan dapat membantu menghindari kerugian serta membuat keputusan yang tepat dalam usaha. Oleh karena itu peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kelayakan Usaha Tahu XYZ Berdasrakan Aspek Pemasaran”.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi yang diolah menjadi hasil penelitian. Observasi dilakukan secara langsung melalui pengamatan terhadap kegiatan pada pabrik tahu XYZ di desa Genukwatu. Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara langsung dengan menggunakan kuesioner, konsultasi, dan pengamatan langsung. Sedangkan data sekunder berasal dari penelitian terdahulu yang relevan dalam penelitian ini, Badan Pusat Statistik, Departemen Pertanian, buku-buku dan artikel elektronik terkait.

Dari hasil pengolahan data, peneliti menganalisis kemudian mendiskripsikan secara kritis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan usaha berdasarkan aspek pemasaran meliputi produk, harga, distribusi dan promosi pada pabrik tahu “XYZ”. Informan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mandor dan pemilik pabrik tahu “XYZ”.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Dari hasil wawancara di pabrik tahu “XYZ” diperoleh hasil sebagai berikut.

a. Produk

Produk yang dijual pada usaha pabrik banggle berupa barang konvenien atau dalam kata lain barang yang mudah pemakaiannya, tersedia di banyak tempat serta ada setiap saat. Diantaranya produk yang dihasilkan ialah berupa tahu, ampas tahu dan sari kedelai

b. Harga

Penetapan harga dari pabrik tahu banggle berdasarkan *competition based pricing* yaitu menentukan nilai jasa tahu dengan membandingkan harga jasa dari kompetitor. Harga dari produk yang dihasilkan untuk jasa tahu ialah Rp 2.000,00 per kotak, untuk ampas tahu Rp 45.000,00 per sak dan Rp 2.000,00 untuk per liter sari kedelai. Dengan ketetapan harga tersebut dikatakan layak karena sesuai dengan harga dari kompetitor, selain itu dapat menguntungkan kedua belah pihak (penjual tahu dan pemilik pabrik tahu)

c. Distribusi

Distribusi tahu langsung dilakukan oleh penjual tahu yang memproduksi di pabrik tahu. Penjual mendistribusi di sekitar desa Genukwatu dan pasar Ngoro. Untuk ampas tahu

sendiri biasa diambil oleh peternak yang ada disekitar pabrik tahu. Sedangkan sari kedelai biasa di bawa oleh penjual tahu dan beberapa warga sekitar pabrik tahu. Dari proses distribusi tersebut bisa dikatakan layak karena bisa menjaga kepercayaan pangsa pasar, namun perlu adanya inovasi agar dapat memperluas pangsa pasar misal dengan menyetok produk di beberapa mini market melalui kemasan yang bisa menambah harga jual

d. Promosi

Pada awal pendirian pabrik tahu, pemilik melakukan promosi dengan cara memberi modal produksi awal tahu ke setiap penjual tahu yang mau bergabung dan uang saku sebesar Rp 500.000,00. Promosi yang dilakukan cukup baik yakni dengan selalu menjaga mutu kualitas dari produk yang dihasilkan. Dengan demikian produk dapat diterima dan dipercaya konsumen sehingga promosi dapat dikatakan layak, namun perlu adanya kegiatan promosi lain seperti membuat event lomba masak bulanan dengan bahan baku tahu ataupun event tahunan guna mengenalkan produk lebih luas kepada konsumen.

Tabel 1. Analisis SWOT

	Strenght	Weakness	Oppurtunity	Threat
Produk	Pagsa pasar yang masih cukup tinggi	Produk yang dihasilkan masih kurang bervariasi, misal dibuat olahan baru tahu susu	Bisa menjadi peluang usaha yang menjanjikan karena masih tingginya pangsa pasar	Ancaman dari pesaing dan penjual yang bisa beralih ke produksi pabrik lain
Harga	Harga cukup terjangkau di masyarakat, bagi penjual tahu khususnya	Apabila harga bahan pokok naik sangat berpengaruh pada hasil produksi	Apabila banyak penjual tahu yang memproduksi tahu keuntungan bisa bertambah	Apabila penjual tahu yang memproduksi tahu sedikit keuntungan bisa berkurang
Distribusi	Penjual tahu sudah memiliki lahan berjualan sendiri	Area penjualan hanya dibebankan kepada penjual	Masih bisa untuk memperluas area berjualan, misal dengan menitipkan tahu di toko-toko sekitar	Apabila terdapat pesaing dari penjual tahu selain dari produksi pabrik tahu banggle
Promosi	Dapat menarik penjual tahu agar memproduksi di pabrik tahu banggle	Perlu adanya inovasi dalam kegiatan promosi	Apabila banyak penjual tahu yang memproduksi tahu keuntungan bisa bertambah	Apabila penjual tahu tidak kembali memproduksi tahu di pabrik tahu banggle lagi, maka menjadi ancaman/membuat kerugian

Dari tabel di atas dapat diketahui mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu perusahaan. Dengan demikian diharapkan pabrik tahu “XYZ” dapat membuat keputusan strategis yang lebih tepat dan efektif untuk mencapai tujuan jangka panjang dan terus eksis berdiri diantara pabrik tahu lainnya.

Pembahasan

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan pangsa pasar selalu tersedia ditandai dengan produk yang dihasilkan pabrik tahu bangle seluruhnya habis terjual setiap hari. Dengan menjaga kualitas produk yang dihasilkan dapat menjaga kepercayaan pasar (promosi yang efisien) dan menjaga tingkat permintaan produk di pemasaran. Dengan tingkat pemasaran yang stabil cenderung meningkat maka harga jual dapat terjaga.

Hasil analisa perhitungan peneliti pabrik tahu bangle bisa meraup keuntungan kotor sebesar Rp 40.650.000,00 per bulan. Dengan biaya operasional per bulan sebesar Rp 19.200.000,00, maka diperoleh keuntungan bersih sebesar Rp 21.450.000,00. Berdasarkan analisis kelayakan usaha berdasarkan aspek pemasaran dengan point produk, harga, distribusi serta promosi, maka usaha pabrik tahu layak dijalankan karena tingginya pangsa pasar, potensi pasar dimasa mendatang masih tinggi dan keuntungan bersih sebesar Rp 21.450.000,00 per bulan.

Simpulan

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan pangsa pasar tahu masih cukup tinggi, hal ini dibuktikan dari produk yang selalu terjual tiap hari. Dari analisis kelayakan usaha berdasarkan aspek pemasaran, maka usaha pabrik tahu layak dijalankan karena tingginya pangsa pasar, potensi pasar di masa mendatang masih cukup tinggi dan keuntungan bersih yang diperoleh pabrik tahu per bulan bisa diperoleh sebesar Rp 21.450.000,00.

References

- [1]. Agustina, E., Syafril, R., & Lina, W. R. (2019). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada Pabrik Tahu Makmur Dengan Metode Full Costing. *Research In Accounting Journal*, 1(1), 140–154. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/rajOnline>
- [2]. Aliefah, A. N., & Nandasari, E. A. (2022). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pemasaran dan Keuangan Pada Kedai Olan'z Food Kebumen. *Labatila*, 6(01), 40–56. <https://doi.org/10.33507/labatila.v5i02.475>
- [3]. Aydra, M. D., Kuswardani, R. A., & Simanullang, E. S. (2020). Analisis Kelayakan Usaha Tahu Mandiri Desa Kotangan Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ilmiah Pertanian (JIPERTA)*, 2(1), 98–108. <https://doi.org/10.31289/jiperta.v2i1.237>
- [4]. Delfitriani, D., & Djuanda, U. (2020). Analisis Kelayakan Usaha Produksi Tahu Sumedang (Studi Kasus Di Pabrik Tahu XY Kecamatan Conggeang). *Jurnal Argoindustri Halal*, 6(1). <https://doi.org/10.30997/jah.v6i1.2681>
- [5]. Handayani, N., & Agustina, N. F. (2020). Pengembangan Industri Kecil Menengah (IKM) melalui Digital Market (Studi Kasus pada Industri Pembuat Tahu dan Peternak Ayam Bertelur). *Jurnal UMJ*.
- [6]. Haque-fawzi, M. G., Iskandar, A. S., & Erlangga, H. (2022). *Strategi Pemasaran* (D. A. Putri (ed.); Konsep, Te). Pascal Books.
- [7]. Khaerunnisa, A., & Pardede, R. P. (2021). Analisis Harga Pokok Produksi Untuk Menentukan Harga Jual Tahu. *JIAKES*, 9(3), 631–640. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i3.1213>
- [8]. Kurniawati, D. (2022). Analisis Total Biaya Produksi Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Produk dalam Meningkatkan Laba Pada UD. Tahu Assit. *Journal of Economics and Social Sciences (JESS)*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.59525/jess.v1i1.97>
- [9]. Kusmawan, H. (2021). Faktor faktor yang mempengaruhi pendapatan home industri tahu di kabupaten tabanan. *Majalah Ilmiah Untab*, 18(1), 86–91.

- [10]. Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran* (EP Press Digimedia (ed.); Pertama). EP Press Digimedia.
- [11]. Purba, R. P. E. C., & Kusumadmo, E. (2008). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Qspm (Quantitative Strategic Planning Matrix) Di Nimco Indonesia. *Atma Jaya*, 1–15.
- [12]. Salsabila, A. (2022). Strategi Bertahan Pelaku Usaha Kecil Tahu Cibuntu Kota Bandung pada Tahun 2017-2021. *JRIEB*, 2(1), 33–39.
- [13]. Sulistiyowati, W. (2019). *Analisis Kelayakan Usaha* (S. B. Sartika (ed.)). UMSIDA Press.
- [14]. Virdausya, S., Balafif, M., & Imamah, N. (2020). Dampak Eksternalitas Industri Tahu Terhadap Pendapatan Desa Tropodo Kecamatan Krian Kabupaten Sidoarjo. *Bharanomics*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.46821/bharanomicss.v1i1.11>