

Outline Journal of Community Development

Journal homepage: <https://journal.outlinepublisher.com/index.php/OJCD>

Business Feasibility Study Report “UMKM Dodol Syifa”

Studi Kelayakan Bisnis “UMKM Dodol Syifa”

Nia Natanesa Damanik^{1*}, Nisha Angelia Putri², Gerry Morado Alfonsus Sirait³, Muammar Rinaldi⁴, Fahmi Ashari S. Sihaloho⁵

^{1,2,3}Universitas Negeri Medan, Indonesia

*Correspondence: nianatanesa2505@gmail.com

Keywords:	Abstract
<i>Feasibility Of A Workshop Market Business;</i>	Banyak orang mengabaikan ide bisnis usaha dodol sebab dianggap sangat ribet serta tidak sangat menguntungkan. Sementara itu, dodol nyatanya masih jadi salah satu menu kesukaan yang digandrungi masyarakat di Indonesia. Kenapa usaha dodol masih begitu eksis di Indonesia sampai saat ini? Dodol merupakan kuliner khas dari Indonesia yang tidak bisa ditemui di negara lain. Meskipun ada, pasti cita rasanya sangat berbeda. Dodol sendiri kuliner yang sangat unik, ditambah harganya yang masih terjangkau di kalangan konsumen. Meskipun begitu, proses itu sama sekali tidak mengurangi lezatnya dodol yang lain. Justru, tanpa adanya cairan gula yang melapisinya, dodol yang lain memiliki tekstur yang lebih kenyal.

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman dan lingkungan, maka orang sekarang mulai berhati-hati dalam memilih dan membeli sesuatu. Salah satu hal dimana orang sangat hati-hati dan teliti sekali dalam memilih dan membeli adalah ketika manusia membeli makanan. Zaman dulu orang membeli makanan hanya berpedoman pada rasanya yang enak dan murah, ini terutama bagi kalangan masyarakat menengah ke bawah. Dua hal inilah yang menjadi prioritas utama dalam membeli makanan. Mereka tidak begitu memikirkan kandungan gizi dan nutrisi yang terkandung didalam makanan yang mereka beli. Akan tetapi akhir-akhir ini kecenderungan masyarakat kita dalam membeli makanan adalah memperhatikan rasa, gizi yang terkandung dalam makanan tersebut, baru kemudian memikirkan harga. Oleh karena itu, Dodol banyak menjadi pilihan masyarakat untuk makanan ringan, dimana dari segi rasa, Dodol menawarkan cukup banyak rasa yang ditawarkan dan enak, dari segi gizi juga memenuhi kebutuhan gizi manusia, dari segi harga, Dodol mudah dijangkau semua kalangan masyarakat. Dari fenomena diatas maka sangat cocok dan potensial bila mendirikan usaha jualan dodol, dimana dari segi rasa memenuhi rasa enak, dari segi gizi dodol sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen karena mengandung karbohidrat, protein dll. Dari segi harga dodol terbilang mudah dijangkau oleh semua lapisan masyarakat. Pasar bengkel memiliki potensi usaha dodol yang cukup bagus. Dodol telah menjadi ciri khas daerah ini sehingga permintaannya akan tetap ada. Penjualan dodol yang setiap tahunnya meningkat membuat makanan ini memiliki prospek yang cerah untuk di kembangkan karena bahan baku untuk pembuatannya tersedia secara lokal. Pasar bengkel tidak hanya menjual dodol saja, tetapi para pengusaha

juga menghiasi tokonya dengan jajanan yang beraneka ragam dan minuman botol yang membuat suasana toko menarik untuk dilihat.

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pada dasarnya, UMKM adalah arti usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Indonesia sebagai negara berkembang menjadikan UMKM sebagai pondasi utama sektor perekonomian masyarakat, hal ini dilakukan untuk mendorong kemampuan kemandirian dalam berkembang pada masyarakat khususnya dalam sektor ekonomi. Perkembangan UMKM di Indonesia terus meningkat dari segi kualitasnya, hal ini dikarenakan dukungan kuat dari pemerintah dalam pengembangan yang dilakukan kepada para pegiat usaha UMKM, yang mana hal tersebut sangat penting dalam mengantisipasi kondisi perekonomian ke depan serta menjaga dan memperkuat struktur perekonomian nasional. Tujuan dari aspek hukum adalah untuk meneliti keabsahan, kesempurnaan dan keaslian dari dokumen - dokumen yang dimiliki (Sulastri, 2016). Pemeriksaan keabsahan dokumen dapat dilakukan oleh lembaga yang mengeluarkan dan yang mengesahkan dokumen - dokumen milik perusahaan. Indikator kelayakan suatu usaha jika ditinjau dari aspek hukum adalah apakah usaha tersebut legal secara hukum atau tidak. Keabsahan dokumen suatu usaha juga dapat digunakan sebagai jaminan jika usaha tersebut ingin melakukan pinjaman. Aspek pasar dalam studi kelayakan bisnis membahas mengenai besarnya permintaan penawaran dan harga (Yanuar, 2016). Pemasaran merupakan upaya untuk memproduksi dan menjual produk kepada para konsumen dengan maksud tertentu. Dalam aspek pasar dan pemasaran, hal penting yang harus diperhatikan adalah Bauran Pemasaran atau Marketing Mix, yaitu penyaluran dan komunikasi nilai-nilai pelanggan (Customer Value) kepada pasar. Ada empat komponen dari Bauran Pemasaran atau Marketing Mix untuk masuk ke pasar, yaitu perusahaan memiliki produk yang bagus dan sesuai dengan target pasar (Product). Sebuah produk tersebut harus memiliki harga yang sesuai dengan kemampuan target pasar (Price). Keberhasilan memasuki pasar juga ditentukan oleh wilayah atau lokasi (Place) dan melalui strategi promosi (Promotion) yang tepat agar produk yang ditawarkan dapat diterima sesuai dengan target pasar. Suatu usaha atau bisnis dikatakan layak dari aspek pasar, apabila usaha tersebut memiliki peluang dan potensi pasar yang bagus untuk memasarkan produk yang dihasilkannya. 4 Hal-hal yang diperhatikan dalam aspek ini adalah masalah penentuan lokasi, luas produksi, tata letak (layout), penyusunan peralatan pabrik, dan proses produksinya termasuk pemilihan teknologinya (Syarbaini, 2015). Selain itu, hal-hal yang perlu diperhatikan dalam aspek lokasi mengenai lokasi usaha, baik kantor pusat, cabang, pabrik, atau gudang. Indikator kelayakan suatu usaha berdasarkan aspek teknisnya, yaitu apakah usaha tersebut menjalankan usahanya sesuai dengan Standard Operation Procedure (SOP). Jika perusahaan telah menjalankan usaha sesuai SOP, maka usaha tersebut layak secara aspek teknis, dan sebaliknya.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Djarm'an Satori (2011: 23) mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif dilakukan karena peneliti ingin mengeksplor fenomena-fenomena yang tidak dapat dikuantifikasikan yang bersifat deskriptif seperti proses suatu langkah kerja, formula suatu resep, pengertian-pengertian tentang suatu konsep yang beragam, karakteristik suatu barang dan jasa, gambargambar, gaya-gaya, tata cara suatu budaya, model fisik suatu artifak dan lain sebagainya. Menurut Nana Syaodih Sukmadinata (2011: 73), penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan. Selain itu, Penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau perubahan pada variabel- 43 variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Satu-satunya perlakuan yang diberikan hanyalah penelitian itu sendiri, yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. 6 Penelitian ini dilakukan di usaha "Dodol Syifa" yang berlokasi di jalan lintas Sumatera (Jalinsum) persisnya KM. 43-44, desa bengkel kecamatan perbaungan. Perusahaan ini dipilih sebagai secara sengaja (purposive) dengan alasan sudah berdiri lama dan konsistensi

dalam menjaga kualitas produk yang dibuktikan dengan memiliki sertifikat P-IRT dan sertifikat Halal. Namun saat ini penjualannya mengalami stagnasi bahkan cenderung menurun.

Teknis pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara, dokumentasi dan studi literatur. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Model bisnis dodol dianalisis melalui teknis desain bisnis. Terdapat enam teknis desain bisnis diantaranya wawasan konsumen, pembentukan ide, berpikir visual, prototyping, bercerita dan skenario (Karima Z Suwandiman, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kawasan Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan menjadi tempat favorit bagi warga yang menyukai jajanan atau kuliner khas setempat. Berada di jalan lintas Sumatera (Jalinsum) persisnya KM. 43-44, kerap disinggahi orang yang melintas baik menggunakan mobil ataupun sepeda motor. Sepanjang jalan mulai dari perlintasan kereta api (KA) hingga sampai ke tikungan Bengabing, sejauh 500 meter kiri dan kanan berjajar kios-kios yang menjual kuliner seperti, dodol, roti, keripik berbahan ubi kayu dan pisang dan souvenir. Pada mini riset ini kami meneliti usaha dodol di bengkel perbaungan, yang nama tokonya dodol al-banjari. Usaha dodol al-banjari ini sudah lama berdiri, dulu dikelola olah mertua pemilik toko kemudian vakum dan tutup. Sekarang toko ini baru didirikan baru oleh menantunya bernama syifa. Toko ini memiliki dua cabang di perbaungan ini. Umumnya produk dodol ini dikemas dalam kemasan plastik biasa kemudian dikemas kembali dalam kemasan plastik yang lebih tebal dan diklem dengan heker. tetapi ada juga yang ditimbang sesuai keinginan pembeli dan dibungkus dengan plastik biasa. Biasanya produk dodol ini dapat bertahan selama 15 hari, Jika hari-hari besar buka usaha dodol ini dibuka mulai dari jam 08.00 hingga jam 23.00 malam jika ada anggota. Namun jika hari-hari biasa hanya sampai jam 21.00 malam. Untuk pembuatan dodol mereka membuat sendiri dodolnya tidak mengambil dari orang lain. Untuk modalnya usaha dodol ini menyewa toko senilai Rp. 12.000.000 setahunnya, dan sudah berjalan 3 tahun. Untuk modal semua jenis makanan (dodol, bika ambon, manisan, snack, dan minuman) mencapai hingga Rp. 25.000.000. Pemilik juga menjelaskan, bahan baku pembuatan dodol antara lain, tepung pulut putih, santan kelapa, gula serta perasa alami. Pada umumnya tepung pulut yang digunakan merupakan campuran antara pulut siam dan pulut lokal dengan perbandingan 2:3. hal ini dilakukan untuk mendapatkan hasil dodol yang tidak terlalu lengket dan tidak terlalu keras.

Dengan aspek hukumnya Suatu ide bisnis dinyatakan layak jika ide bisnis tersebut sesuai dengan ketentuan hukum dan mampu memenuhi segala persyaratan perizinan di wilayah tersebut Dari segi produk “Dodol Syifa” yang dihasilkan serta pendirian bisnis ini pastinya tidak melanggar hukum yang berlaku, sebab dalam pembuatan makanan dari perusahaan “Dodol Syifa” ini tidak memakai bahan- bahan yang beresiko serta juga pula tidak ada faktor barang ataupun bahan- bahan yang haram. Disamping itu, dari segi pendirian usaha “Dodol Syifa” sangat mudah ialah hanya dengan menyiapkan dokumen semacam kartu tanda penduduk (KTP), memastikan calon nama perusahaan, memastikan tempat kedudukan perusahaan, memastikan maksud serta tujuan yang spesifik dari perusahaan, memastikan maksud serta tujuan yang spesifik dari perusahaan tersebut dan setelah itu melaksanakan registrasi ke notaris. Dengan begitu sehingga perusahaan “Dodol Syifa” pastinya sesuai dengan hukum.

Aspek pasar dan pemasaran bertujuan untuk mengetahui berapa besar pasar yang hendak dimasuki, struktur serta kesempatan pasar yang ada, prospek pasar di masa yang akan datang, dan bagaimana strategi. Pemasaran yang mesti dilakukan, aspek pasar serta pemasaran menyajikan tentang kesempatan pasar, pertumbuhan permintaan produk di masa mendatang, kendala-kendala yang dialami seperti keberadaan pesaing, dan sebagian strategi yang dilakukan dalam pemasaran.

Aspek manajemen dalam menjalankan usaha “Dodol Syifa” dibuat sebuah penjadwalan kegiatan penjualan yang berlangsung sesuai dengan apa yang diharapkan. Penjadwalan usaha ini yaitu meliputi hari kerja dan jam kerja. Perusahaan ini beroperasi setiap hari dan libur pada hari Minggu serta pada hari-hari libur Nasional

lainnya. Sedangkan jam kerja di bagi menjadi 2 shift yaitu, shift 1 dari mulai pukul 08.00 – 14.00 dan shift 2 dari mulai pukul 14.00 – 21.00 dimana bisnis ini dimiliki bersama dengan system bagi modal.

Aspek keuangannya Biaya investasi adalah biaya awal yang harus dikeluarkan oleh pemilik usaha “Dodol Syifa” sebagai investasi yang diharapkan dapat memberikan keuntungan di masa yang akan datang. Berdasarkan keterangan pemilik usaha “Dodol Syifa” biaya investasi yang telah dikeluarkan oleh “Dodol Syifa” untuk mendirikan dan mengoperasikan usaha adalah sebesar Rp 25.000.000, biaya tersebut digunakan untuk menyediakan produk bukan hanya dodol tetapi juga makanan seperti manisan, keripik, kue kering serta biaya operasional/modal kerja dan sewa tempat. Biaya operasional adalah semua biaya yang dikeluarkan oleh “Dodol Syifa” untuk menjalankan kegiatan usaha. Biaya operasional meliputi biaya gaji tenaga kerja, biaya sewa bangunan, biaya air, listrik dan biaya bahan produksi “Dodol Syifa” yang diproduksi sendiri oleh pendiri usaha. Berdasarkan hasil analisis, kebutuhan biaya operasional terbesar adalah biaya sewa bangunan sebesar Rp 12.000.000/tahun. Perhitungan laba kotor dan proyeksi laba kotor dapat dihitung dari hasil penjualan perminggu yang didapat dari jumlah produk yang terjual per minggu dikalikan dengan harga jual masing-masing produk. Analisis nilai penjualan yang dilakukan oleh penulis adalah pendapatan pada tahun pertama produksi. Pada tahun pertama di tahun 2019 nilai penjualan mencapai Rp 2.000.000/minggu berarti sebulan kurang lebih Rp 8.000.000/bulan x 12 bulan berarti laba kotor tahun pertama sebesar Rp 96.000.000.

Aspek teknis merupakan suatu aspek yang berkaitan dengan proses pembangunan fisik usaha secara teknis dan pengoperasiannya. Pembahasan dalam aspek teknis meliputi penentuan lokasi proyek, perolehan bahan baku produksi, serta pemilihan mesin dan jenis teknologi yang digunakan untuk menunjang proses produksi. Dalam bisnis ini lokasi usaha berada di di jalan lintas Sumatera (Jalinsum) persisnya KM. 43-44. Lokasi tersebut dipilih karena berada ditengah kota dan dilintasi oleh para wisatawan. Akses menuju lokasi tersebut juga sangat mudah karena berada dijalan penghubung antara dua jalan besar.

Aspek AMDAL Berdasarkan kelompok kami teliti bahwa “Dodol Syifa” melakukan Aktivitas pengelolaan lingkungan dilakukan bahwa pengelolaan lingkungan telah disusun berdasarkan perkiraan dampak lingkungan yang akan timbul akibat dari tempat yang akan dibangun, dan dilakukan agar kualitas lingkungan tidak rusak dengan beroperasinya usaha ini, mengelola sampah atau sisa makanan dan minuman dengan baik juga membuang sampah pada tempatnya, sehingga tidak mencemari lokasi usaha tersebut dan tidak mengganggu masyarakat setempat. karena usaha yang nyaman juga dilihat dari kebersihan yang ada pada usaha tersebut. Analisis Dampak Lingkungan sudah dikembangkan oleh beberapa negara maju sejak tahun 1970 dengan nama Environmental Impact Analysis atau Environmental Impact Assesment yang keduanya disingkat EIA.

KESIMPULAN

Studi kelayakan bisnis adalah salah satu hal yang penting dilakukan ketika mendirikan perusahaan. Dengan melakukan studi kelayakan ini, pebisnis dapat terhindar dari banyak kemungkinan buruk yang melanda perusahaan. Studi kelayakan bisnis juga meningkatkan peluang perusahaan untuk mempertahankan eksistensi dan kesuksesannya

DAFTAR PUSTAKA

- Marlina, W. A. (2021). Studi Kelayakan Bisnis Studi Kasus Di Umkm Jagung Goreng Sukma, Payakumbuh. *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)*, 12(2), 202-220.
- Rahmadani, S. (2019). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan UMKM Usaha Tahu dan Tempe Karya Mandiri Ditinjau Dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan. *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 76-83.

- Pratama, B. C., Bagis, F., Retnaningrum, M., & Innayah, M. N. (2019). Peningkatan Kompetensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Analisa Studi Kelayakan Bisnis. *Berdikari: Jurnal Inovasi dan Penerapan Ipteks*, 7(2), 107-111.
- Sahara, S., & Nasution, S. (2024). Analisis studi kelayakan bisnis UMKM Gerobak Chicken Steak dalam mengekspansi usaha di Kecamatan Medan Perjuangan. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 4(1), 219-229.
- Umar, Dr. H. (2015). *Studi Kelayakan Bisnis Edisi 3*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Harimurti. 2012. *Manajemen Usaha Kecil*. Yogyakarta: BPFE. Fuadi, Munir. 2008. *Pengantar Hukum Bisnis-Menata Bisnis Modern di Era Global*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Yanuar, D. (2018). Analisis kelayakan bisnis ditinjau dari aspek pasar, aspek pemasaran dan aspek keuangan pada UMKM makanan khas Bangka di Kota Pangkalpinang. *Ekombis: Jurnal Fakultas Ekonomi*, 2(1).