

Analisis Kelayakan Usaha Mau Tahu Banget

Fittatul Khamsya¹, Muhammad Anas²

¹Universitas Muhammadiyah Surakarta

Jl. A. Yani, Mendungan. Pabelan, Kartasura, Sukoharjo 57169, (0271) 717417, e-mail:

b300200261@student.ums.ac.id

²Universitas Muhammadiyah Surakarta

Jl. A. Yani, Mendungan. Pabelan, Kartasura, Sukoharjo 57169, (0271) 717417, e-mail: ma912@ums.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received 31 Juli 2024

Received in revised form 29 Agustus 2024

Accepted 5 Oktober 2024

Available online 20 November 2024

ABSTRACT

The product produced by the Independent Entrepreneur "Want to Know Really" is a business that has very good and profitable prospects. This is because tofu is an important food source that contains protein for the human body and is in great demand by many people. This research aims to analyze the sales prospects of "Want to Know Really" seen from the profits obtained during the research period. The research method used is to analyze income and expenses in the production of "Mau Tahu Banget" during the period 4 November - 3 December 2023. If the income is greater than expenses, then the "Mau Tahu Banget" business is profitable and feasible to run. The results of the research show that during the research period, sales of the "Want to Know Really" product were 1028 pcs with a unit price of Rp. 5,000. The income generated exceeds the expenditure incurred, namely Rp. 5,140,000 > Rp. 4,059,000 which means this business is profitable and suitable for anyone to run as a reference in setting up a business.

Keywords: Know, Income, Expenditures, Profits, Prospects

Abstrak

Produk hasil Wirausaha Merdeka "Mau Tahu Banget" merupakan suatu usaha yang mempunyai prospek yang sangat bagus dan menguntungkan. Hal ini dikarenakan tahu merupakan sumber makanan penting yang mengandung protein bagi tubuh manusia dan banyak diminati oleh banyak orang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis prospek penjualan "Mau Tahu Banget" dilihat dari keuntungan yang didapatkan selama periode penelitian. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan menganalisis pendapatan dan pengeluaran dalam produksi "Mau Tahu Banget" selama periode 4 November – 3 Desember 2023. Jika pendapatan lebih besar dari pengeluaran, maka usaha "Mau Tahu Banget" menguntungkan dan layak untuk dijalankan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama periode penelitian, penjualan produk "Mau Tahu Banget" sebanyak 1028 pcs dengan harga satuan Rp. 5.000. Pendapatan yang dihasilkan melebihi dari pengeluaran yang dikeluarkan yaitu Rp. 5.140.000 > Rp. 4.059.000 yang berarti usaha ini menguntungkan dan layak dijalankan oleh siapapun sebagai referensi dalam mendirikan usaha.

Kata Kunci: Tahu, Pendapatan, Pengeluaran, Keuntungan, Prospek.

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, masyarakat semakin sadar akan kualitas barang yang mereka beli, terutama yang berasal dari bisnis makanan rumahan. Jika produk yang ditawarkan pemasok tidak memiliki nilai bisnis atau jual yang lebih tinggi dibandingkan produk yang tersedia bagi masyarakat umum, maka mereka tidak dapat memasarkan barangnya dengan baik. Ada kemungkinan bahwa vendor tidak akan dapat melakukan bisnis yang berulang jika mereka tidak bereaksi secara agresif terhadap kondisi pasar. Menurut Kusuma & Pramudana (2017) keputusan masyarakat membeli suatu barang di era globalisasi didasarkan pada merk produk, dimana konsumen lebih ingin meningkatkan harga diri dan kompetensi dengan mengadopsi merk yang terlihat modern dan kosmopolitan.

Tahu merupakan produk pangan yang diolah dari kacang kedelai untuk menghasilkan protein. Ini adalah benda padat yang lembut, dengan atau sebagai tambahan pada komponen pilihan lainnya. Tanpa bahan pengawet, tahu hanya bertahan satu hari sebagai bahannya. Ada beberapa jenis tahu, antara lain tahu keras, sutra, China, kuning, putih, dan kori. Kedelai, bahan penggembur, dan bahan pewarna (jika diperlukan) merupakan bahan utama dalam tahu. Kedelai yang dimanfaatkan harus berkualitas tinggi, mempunyai kandungan gizi yang memenuhi syarat, utuh, dan bebas dari segala kontaminan. Kunyit merupakan bahan pewarna yang direkomendasikan, sedangkan kalsium sulfat, asam asetat, dan pati tahu merupakan bahan kimia yang umum digunakan. 86% komposisi tahu adalah air, 8% – 12% protein, 4% lemak, dan 1% karbohidrat. Banyak mineral, termasuk kalsium, zat besi, fosfat, kalsium, dan garam, serta vitamin, termasuk kolin, vitamin B, dan vitamin E, terdapat dalam tahu. Ia tidak mengandung kolesterol dan sedikit lemak jenuh (Gunawan et al., 2023).

Produk “Mau Tahu Banget” adalah sebuah modifikasi kuliner yang menggabungkan rasa autentik tahu isi dengan variasi isian yang kaya dan menggugah selera. “Mau Tahu Banget” tidak hanya menyediakan tahu isi yang siap makan, tetapi juga menyediakan varian tahu isi beku yang sangat praktis. Demi menjaga kualitas, kesegaran dan rasa produk sampai ketangan konsumen, “Mau Tahu Banget” hanya melayani pemesanan prapesan untuk varian tahu isi beku isian jamur, ayam suir, kulit, dan cakalang. “Mau Tahu Banget” juga membuka toko di daerah Colomadu Karanganyar, membuka peluang agar “Mau Tahu Banget” dikenal oleh warga sekitar. Untuk memberi pengalaman kuliner yang berbeda kepada konsumen, kami membuat tahu isi yang benar-benar unik. Setiap tahu isi dalam produk kami adalah karya seni kuliner yang lezat dan memikat.

Saat ini, pilihan tahu isi pasar tradisional masih cenderung terbatas. Hal ini menjadi peluang bagi usaha tahu isi bervariasi untuk mengisi celah ini dan memenuhi keinginan konsumen akan variasi rasa dan isian. Dengan mengidentifikasi peluang dan menyediakan variasi tahu isi yang kreatif dan lezat, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha produk “Mau Tahu Banget”.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Bahan Dasar Tahu

Manchuria dan wilayah lain di Tiongkok adalah asal usul kedelai. Tanaman kedelai merupakan anggota subfamili Papilionidae dan famili Leguminosae. Untuk memenuhi kebutuhan protein masyarakat Indonesia, kedelai (*Glycine max* L. Merrill) merupakan bahan makanan pokok. Tanaman kedelai mempunyai varietas yang beragam, antara lain varietas hitam, coklat, dan kuning. Setelah padi dan jagung, kedelai merupakan tanaman pangan utama di Indonesia. Kedelai banyak dimanfaatkan untuk diambil bijinya. Selain kaya akan nutrisi penting seperti vitamin (asam fitat) dan lesitin, kedelai juga tinggi protein dan lemak (Triandita & Putri, 2019).

Di Indonesia, kedelai merupakan salah satu komoditas tanaman pangan andalan. Indonesia memproduksi kedelai secara keseluruhan sebesar 200.315 ton, padahal kebutuhan kedelai sebesar 2.983.511 ton (Indonesia.go.id, 2022). Oleh karena itu, pemerintah harus melakukan operasi impor kedelai. Karena impor merupakan mayoritas kebutuhan nasional, kedelai harus dimanfaatkan untuk produksi bernilai tinggi. Selain digunakan untuk konsumsi langsung, kedelai juga dapat dimanfaatkan dalam proses yang memberikan nilai tambah pada komoditas tersebut. Salah satu industri yang mengubah kedelai menjadi produk tahu adalah salah satu contohnya.

2.2. Faktor-Faktor yang Menyebabkan Kegagalan Usaha

Masuk dalam dunia bisnis, untung dan rugi adalah dua konsep yang lumrah. Namun, tidak semua pengusaha mampu memperoleh keuntungan dari usahanya. Seorang pengusaha dapat mengalami kerugian atau bahkan menyatakan bangkrut sewaktu-waktu. karena dampak kerugian perusahaan tersebut. Oleh karena itu penting bagi pengusaha untuk mewaspadai potensi sumber kerugian usaha agar dapat dihindari atau dikurangi.

Meskipun ada banyak alasan mengapa segala sesuatunya gagal, ada tiga penyebab utama kegagalan yang dapat diidentifikasi (Hendro, 2011):

- a. Kekalahan yang diakibatkan oleh diri sendiri
- b. Ketika Anda gagal karena keadaan luar, Anda berhenti mencoba.
- c. Kegagalan yang disebabkan oleh force majeure atau bencana alam.

Seringkali orang beranggapan bahwa kegagalan suatu perusahaan semata-mata disebabkan oleh kurangnya dana atau modal, padahal ada faktor lain yang juga ikut berperan. Sebenarnya, menyerah dalam mencoba menangani masalah yang ada merupakan kegagalan.

2.3. Konsep Kelayakan Usaha

Persepsi dan tren menuju keberlanjutan untuk mencapai tujuan meningkatkan niat berbisnis melalui keinginan berwirausaha, diperlukan analisis khusus (Halim, 2021). Keberlanjutan kewirausahaan dalam jangka panjang harus menjadi fokus kajian ini, yang harus mempertimbangkan semua potensi hasil. Altruisme memiliki dampak menguntungkan pada sikap terhadap keberlanjutan, sedangkan manfaat intrinsik dan ekstrinsik bertanggung jawab atas keinginan berwirausaha (Vuorio et al., 2018). Pemeriksaan terhadap kelayakan memulai suatu jenis usaha tertentu diperlukan untuk menentukan keberlanjutannya.

Bagi sebagian orang, studi kelayakan menyerupai analisis proyek bisnis, yang mengkaji kelayakan ide bisnis. Studi kelayakan adalah untuk memberikan keuntungan sosial dan ekonomi jangka panjang dengan membahas ide-ide mendasar tentang pengambilan keputusan dan proses pemilihan usaha bisnis. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman tentang langkah-langkah dalam melaksanakan studi kelayakan kewirausahaan (Hasan, 2021).

Tentu saja, memulai dan mengembangkan perusahaan baru atau yang sudah ada memerlukan pengeluaran finansial yang besar serta menghadapi situasi yang tidak pasti (Sudirman, 2021). Untuk mencegah kegagalan operasional usaha dan sebaliknya agar pelaku usaha atau pemilik perusahaan dapat memperoleh keuntungan, maka perlu dilakukan prosedur studi kelayakan (Irwansyah, 2021). Demikian pula, studi kelayakan berfungsi sebagai peta jalan dan faktor yang perlu dipertimbangkan ketika memulai dan mengembangkan bisnis melalui investasi baru, sehingga memberikan kepastian kepada investor untuk berinvestasi dalam usaha tersebut (Muniarty, 2021).

3. METODOLOGI PENELITIAN

Untuk melihat keuntungan usaha produk “Mau Tahu Banget”, dilakukan perhitungan dengan cara, total pendapatan hasil penjualan produk “Mau Tahu Banget” dikurangi dengan pengeluaran produksi “Mau Tahu Banget”. Jika hasilnya positif atau pendapatan lebih besar dari pengeluaran, maka usaha yang dijalankan menguntungkan. Data yang dikumpulkan adalah data pendapatan dan pengeluaran produk “Mau Tahu Banget” selama 4 November hingga 3 Desember 2023.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk “Mau Tahu Banget” yang memiliki cita rasa yang enak dan khas memang banyak disukai oleh berbagai kalangan. Usaha “Mau Tahu Banget” memiliki potensi yang sangat bagus dan bisa dijalankan oleh siapapun. Usaha “Mau Tahu Banget” dapat mendatangkan keuntungan yang menggiurkan jika usaha ini dijalankan dengan benar. Usaha “Mau Tahu Banget” dapat di mulai dengan menyiapkan modal usaha. Modal usaha ini yang nantinya digunakan untuk membeli bahan baku maupun peralatan untuk memulai usaha “Mau Tahu Banget”. Usaha “Mau Tahu Banget” yang dimulai dalam skala rumahan menggunakan modal yang tidak terlalu banyak.

Produk serupa yaitu tahu isi sudah banyak dijual di berbagai penjualan. Baik penjual kaki lima, penjual dipinggiran jalan dan masih banyak lagi. Panganan ini memang sudah banyak diminati karena rasanya yang enak dan lebih khas. Produk tahu isi “Mau Tahu Banget” ditawarkan dengan harga yang terjangkau sehingga banyak dilirik beberapa orang. Rata-rata pematokan harga jual tahu isi mulai Rp. 7.000 per psc. Untuk Produk “Mau Tahu Banget” di patok seharga Rp. 5.000 per pcs. Dengan mematok harga jual yang terjangkau maka nantinya bisa memikat banyak konsumen dan membuat usaha “Mau Tahu Banget” berjalan dengan lancar.

Pemasaran usaha “Mau Tahu Banget” dilakukan dengan membukan stan makanan. Untuk dapat mengetahui banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan usaha “Mau Tahu Banget” yang dijalankan, dilakukan promosi melalui sosial media. Dengan begitu akan membuat usaha yang dijalankan mudah diketahui masyarakat. Semakin banyak jumlah tahu terjual, maka keuntungan yang didapatkan juga semakin besar karena modal operasional berupa bahan-bahan pelengkap bisa digunakan beberapa kali.

Mengingat bahan baku tahu isi produk “Mau Tahu Banget” sangat mudah didapatkan, harga produk “Mau Tahu Banget” terjangkau, cara menjual produk “Mau Tahu Banget” cukup mudah dan cara pembuatan produk “Mau Tahu Banget” mudah sekali maka peluang bisnis jualan produk “Mau Tahu Banget” sangat

menjanjikan dan layak dijadikan pilihan usaha. Berikut ini rincian pengeluaran usaha produk “Mau Tahu Banget” antara lain terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Pengeluaran dalam Pembuatan “Mau Tahu Banget”

No	Komponen	Qty	Satuan	Harga per unit		Total
1.	Kompore	1	Unit	Rp	350.000	Rp 350.000
2.	Spatula	1	Unit	Rp	25.000	Rp 25.000
3.	Capit	2	Unit	Rp	10.000	Rp 20.000
4.	Tirisan	2	Unit	Rp	25.000	Rp 50.000
5.	Blender	2	Unit	Rp	150.000	Rp 300.000
6.	Talenan	1	Unit	Rp	20.000	Rp 20.000
7.	Serbet	1	Unit	Rp	5.000	Rp 5.000
8.	Pisau	2	Unit	Rp	15.000	Rp 30.000
9.	Gunting	1	Unit	Rp	15.000	Rp 15.000
10.	Selang gas	1	Unit	Rp	40.000	Rp 40.000
11.	Baskom	2	Unit	Rp	10.000	Rp 20.000
12.	Spons	1	Unit	Rp	5.000	Rp 5.000
13.	Kursi Plastik	2	Unit	Rp	25.000	Rp 50.000
14.	Kipas	1	Unit	Rp	150.000	Rp 150.000
15.	Apron	2	Unit	Rp	15.000	Rp 30.000
16.	Kulkas freezer	1	Unit	Rp	1.900.000	Rp 1.900.000
17.	Banner	1	Unit	Rp	50.000	Rp 50.000
18.	Tahu	100	piece	Rp	750	Rp 75.000
19.	Minyak	2	liter	Rp	23.000	Rp 46.000
20.	Jamur	1	kg	Rp	25.000	Rp 25.000
21.	Dada Ayam	1	kg	Rp	35.000	Rp 35.000
22.	Kulit Ayam	1	kg	Rp	20.000	Rp 20.000
23.	Cakalang	1	ikat	Rp	20.000	Rp 20.000
24.	Tepung	2	kg	Rp	20.000	Rp 40.000
25.	Bawang Merah	1	kg	Rp	30.000	Rp 30.000
26.	Bawang Putih	500	gram	Rp	26	Rp 13.000
27.	Cabai	1	kg	Rp	30.000	Rp 30.000
28.	Rempah	1	bandel	Rp	10.000	Rp 10.000
29.	Garam	250	gram	Rp	32	Rp 8.000
30.	Penyedap	2	bungkus	Rp	10.000	Rp 20.000
31.	Gula	1	kg	Rp	17.000	Rp 17.000
32.	Gas	1	Unit	Rp	150.000	Rp 150.000
33.	Listrik & Air	1	per bulan	Rp	60.000,00	Rp 60.000
34.	label Produk	3000	pcs	Rp	40,00	Rp 120.000
35.	sabun cuci	6	pouch	Rp	5.000,00	Rp 30.000
36.	Sewa Stand	1	per bulan	Rp	250.000,00	Rp 250.000
Total Pengeluaran						Rp 4.059.000

Sumber: Data Primer

Tabel 2. Pendapatan Penjualan Produk “Mau Tahu Banget”

Tanggal	Siap Makan	Beku (1 pack isi 4 pcs semua rasa)	total
4-Nov 23	55	2	63
6-Nov 23	25	1	29
7-Nov 23	35	1	39
8-Nov 23	21	1	25
9-Nov 23	47	1	51
10-Nov 23	38	2	46
11-Nov 23	39	3	51
13-Nov 23	43	2	51
14-Nov 23	40	1	44
15-Nov 23	33	1	37
16-Nov 23	12	2	20
17-Nov 23	47	2	55
18-Nov 23	44	2	52
20-Nov 23	28	3	40
21-Nov 23	14	3	26
22-Nov 23	15	1	19
23-Nov 23	19	2	27
24-Nov 23	39	1	43
25-Nov 23	48	2	56
27-Nov 23	25	4	41
28-Nov 23	17	2	25
29-Nov 23	24	1	28
30-Nov 23	36	1	40
1-Dec 23	15	2	23
2-Dec 23	29	1	33
3-Dec 23	60	1	64
Total Penjualan			1028

Sumber: Data Primer

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa selama periode penjualan yang dimulai tanggal 4 November dan ditutup di 03 Desember 2023, produk “Mau Tahu Banget” terjual sebanyak 1028 pcs. Untuk mengetahui pendapatan yang didapat, dapat dikalikan dengan harga satuan produk “Mau Tahu Banget” yaitu sebesar Rp. 5.000 per pcs. Jadi keuntungan yang dihasilkan adalah Rp. 5.140.000 (1028 x Rp. 5.000).

Untuk mengetahui berapa keuntungan usaha produk “Mau Tahu Banget”, bisa menghitungnya secara sederhana: pendapatan – pengeluaran. Jika pendapatan lebih besar dari pengeluaran, itu artinya usaha yang dijalankan menguntungkan. Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa pengeluaran dalam pembuatan produk “Mau Tahu Banget” adalah sebesar Rp. 4.059.000, sedangkan pendapatan produk “Mau Tahu Banget” adalah sebesar Rp. 5.140.000, itu artinya dalam menjalankan usaha “Mau Tahu Banget” peneliti mendapatkan keuntungan sebesar Rp. 1.081.000.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa dalam memilih suatu usaha perlu mengetahui terlebih dahulu berbagai macam hal yang berhubungan dengan usaha yang akan dijalankan, salah satunya adalah

keuntungan yang nantinya akan didapatkan. Usaha produk makanan seperti “Mau Tahu Banget” adalah usaha skala kecil yang dapat dilakukan oleh siapa saja. Berdasarkan hasil penelitian, dengan menggunakan modal sebesar Rp. Rp. 4.059.000, akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp. 1.081.000.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Erlina, S., Ifada, I. I., & Supianor, S. (2016). Prospek Usaha Pembuatan Kerupuk Ikan Gabus. *Zira'ah Majalah Ilmiah Pertanian*, 41(2), 237-242.
- [2] Gunawan, N. A. Y., Murad, M. A., & Risnawati, R. (2023). Analisis Bauran Pemasaran terhadap Tahu Adibah di Desa Sibalaya Barat. *Jurnal Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis: Cuan*, 1(1), 60-69.
- [3] Halim, F. (2021). *Entrepreneurship and Innovation Small Business*. Media Sains Indonesia.
- [4] Hasan, M. (2021). *Kewirausahaan*. Media Sains Indonesia.
- [5] Hendro, A. (2011). *Dasar-dasar Kewirausahaan*. Erlangga.
- [6] Indonesia.go.id. (2022). *Upaya Mengerakan Produksi Kedelai Lokal*. Portal Indonesia. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/6150/upaya-mengerek-produksi-kedelai-lokal?lang=1#:~:text=Dalam Data Prognosa Neraca Komoditas Pangan Strategis Kementerian,produksi kedelai dalam negeri hanya sebesar 200.315 ton>.
- [7] Irwansyah, R. (2021). *Marketing Digital Usaha Mikro*. Widina Bhakti Persada.
- [8] Kusuma, A. A. G. A. A., & Pramudana, K. A. S. (2017). Dampak Globalisasi Pasar dan Produksi Ditengah Lingkungan Bisnis Nasional. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 11(2), 151–165.
- [9] Muniarty, P. (2021). *Kewirausahaan*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- [10] Sudirman, A. (2021). Meninjau Hubungan antara Penggunaan Media Sosial dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Sektor UMKM. *In Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis 2021 Universitas Muhammadiyah Jember*, 165–179.
- [11] Triandita, N., & Putri, N. E. (2019). Peranan Kedelai dalam Mengendalikan Penyakit Degeneratif. *Jurnal Teknologi Pengolahan Pertanian*, 1(1), 6-17.
- [12] Vuorio, A. M., Puumalainen, K., & Fellnhofer, K. (2018). Drivers of Entrepreneurial Intentions in Sustainable Entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 24(2), 359– 381.