



Studi Kelayakan Bisnis pada UMKM Rempeyek 4 Sekawan : Strategi Analisis SWOT

^{1*}Erlangga Aditya Pratama, ²Sinta Sukmawati, ³Putri Mahabbatun Aliyah, ⁴Maisya Hayina Zahra, ⁵Perwito Perwito

¹⁻⁵ Universitas Muhammadiyah Bandung, Indonesia

Email : ^{1*}erlanggaaditya@umbandung.ac.id, ²sintasukmawati@umbandung.ac.id,
³putrimahabbatun@umbandung.ac.id, ⁴maisya231@gmail.com, ⁵perwito@umbandung.ac.id

Alamat: No. 752 Jl. Soekarno Hatta 40294 Kecamatan Gedebage Jawa Barat

Korespondensi penulis: erlanggaaditya@umbandung.ac.id

Abstract : In the era of globalization, strong economic development is a priority for every country, with a significant focus on the role of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). Using a qualitative descriptive approach of the field research method through interviews by utilizing field research to evaluate Rempeyek's business feasibility study. This research highlights the fundamental contribution of MSMEs to the national economy, especially in addressing issues such as poverty, unemployment, and income distribution. The study emphasizes the importance of understanding market opportunities and capitalizing on them through innovative product offerings that appeal to consumers. One of these promising businesses is the culinary business "Rempeyek 4 Sekawan", a traditional Indonesian snack that has gained popularity in various demographics. The study identified the potential market for reampeyek businesses, especially with the increasing demand for local snacks that combine traditional flavors with modern innovations. However, dynamic market conditions present challenges that require a comprehensive feasibility analysis. Therefore, the results of the research on the 4 friends business are worthy of being carried out as a business opportunity by using analysis that covers various aspects, including market and marketing, finance, operations, production and technology, human resources, and legal considerations. By applying a SWOT analysis, this study aims to provide insight into the competitive position of Rempeyek 4 Sekawan's business, ensuring its sustainability and success in the market.

Keywords: MSMEs, Rempeyek, Business, Feasibility.

Abstrak : Di era globalisasi, pengembangan ekonomi yang kuat menjadi prioritas bagi setiap negara, dengan fokus yang signifikan pada peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif metode studi lapangan (field research) melalui wawancara dengan memanfaatkan penelitian lapangan untuk mengevaluasi studi kelayakan bisnis Rempeyek. Penelitian ini menyoroti kontribusi fundamental UMKM terhadap perekonomian nasional, khususnya dalam menangani isu-isu seperti kemiskinan, pengangguran, dan distribusi pendapatan. Studi ini menekankan pentingnya memahami peluang pasar dan memanfaatkannya melalui penawaran produk inovatif yang menarik bagi konsumen. Salah satu usaha yang menjanjikan tersebut adalah usaha kuliner "Rempeyek 4 Sekawan" camilan tradisional Indonesia yang telah mendapatkan popularitas di berbagai demografis. Penelitian ini mengidentifikasi adanya potensi pasar untuk usaha rempeyek, terutama dengan meningkatnya permintaan akan makanan ringan lokal yang menggabungkan rasa tradisional dengan inovasi modern. Namun, kondisi pasar yang dinamis menghadirkan tantangan yang memerlukan analisis kelayakan yang komprehensif. Maka hasil penelitian usaha rempeyek 4 sekawan ini layak untuk dijalankan sebagai sebuah peluang usaha dengan menggunakan analisis yang mencakup berbagai aspek, termasuk pasar dan pemasaran, keuangan, operasional, produksi dan teknologi, sumber daya manusia, dan pertimbangan hukum. Dengan menerapkan analisis SWOT, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang posisi kompetitif usaha Rempeyek 4 Sekawan, memastikan keberlanjutan dan keberhasilannya di pasar.

Kata kunci : UMKM, Rempeyek, Studi, Kelayakan, Bisnis.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan ekonomi yang semakin pesat di era globalisasi saat ini, menjadi prioritas utama bagi setiap negara untuk membangun ekonomi yang kuat, maka seluruh aspek usaha harus diperhatikan oleh setiap para usahawan. Salah satunya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan fundamental dalam memberikan kontribusi signifikan bagi perekonomian negara. Menurut (Hartanto et al., 2023) (Halim, et.al., 2020:18);(Prasetyo, et.al., 2021);(Sudaryanto, et.al., 2021). mengemukakan mengenai UMKM, dimana UMKM memainkan peran penting dalam negara yang bertujuan untuk menanggulangi perekonomian seperti tingkat kemiskinan, pengangguran, lapangan kerja dan pemerataan pendapatan. Seorang usahawan harus memahami lebih jauh akan peluang sebuah usaha dilingkungan sekitar, serta mampu memanfaatkan setiap peluang dengan berbagai cara, salah satunya dengan membuat sebuah inovasi produk yang bernilai tambah yang menarik dan diminati oleh setiap konsumen serta bertujuan untuk mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut. Salah satunya usaha kuliner, usaha kuliner makanan ringan sangat banyak diminati saat ini oleh masyarakat mulai dari anak-anak hingga orang dewasa, salah satu usaha yang bisa dijalankan adalah usaha kuliner “Rempeyek”

Menurut (Hanafi et.al., 2020);(Adiwirdana et.al., 2024) Peyek merupakan salah satu makanan tradisional yang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia, terutama sebagai makanan ringan yang sering disajikan dalam berbagai acara seperti perayaan atau sebagai makanan pendamping hidangan utama. Peyek terbuat dari bahan pilihan seperti tepung beras yang dicampurkan dengan air dan bahan pelengkap lain, di padukan dengan beragam citra rasa peyek yang disajikan seperti peyek kacang, peyek udang, peyek teri membuat makanan ini menjadi potensi yang sangat besar akan peluang pasar, baik dipasar lokal maupun nasional. Namun, saat ini telah banyak yang berinovasi peyek dengan mengganti isian menu lainnya agar lebih kreatif, seperti menambahkan isian menu peyek bayam, peyek jamur serta pilihan varian rasa seperti rasa original, rasa pedas jeruk, rasa keju manis dan coklat, dengan menggabungkan inovasi rasa klasik yang autentik dengan rasa modernisasi. Terlebih beberapa tahun terakhir, permintaan terhadap makanan ringan yang berbahan lokal seperti peyek akan meningkat seiring dengan perubahan gaya hidup dan meningkatnya daya beli masyarakat. Kondisi ini menunjukkan adanya peluang yang cukup menjanjikan bagi usaha peyek, terutama di kalangan konsumen yang mencari cemilan inovasi lama dengan rasa modern yang berkualitas dengan harga yang terjangkau.

(Kasmir et.al., 2020) mengemukakan bahwa kondisi pasar yang dinamis dan memiliki potensi pasar yang besar, usaha peyek tetap akan menghadapi sejumlah tantangan. Untuk memastikan kelangsungan dan keberhasilan usaha, maka dibutuhkan analisis kelayakan bisnis yang komprehensif. Hal ini meliputi berbagai aspek, mulai dari aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek operasional, aspek produksi dan teknologi, aspek sumber daya manusia hingga aspek hukum yang harus di perhatikan oleh setiap usahawan. Perubahan preferensi atau selera pelanggan dalam setiap tahunnya juga merupakan sebuah tantangan, pedagang harus mampu beradaptasi dengan perubahan tersebut, baik mengatasinya dengan hal inovasi produk, strategi pemasaran seperti mengikuti tren pemasaran digital, maupun pelayanan. Hal tersebut yang nantinya akan mendorong keinginan konsumen akan peyek dengan inovasi rasa yang baru tanpa menghilangkan cita rasa yang sudah khas, Maka penelitian ini bertujuan untuk bisa memahami lebih mendalam mengenai studi kelayakan bisnis akan keinginan pada produk peyek, apakah produk rempeyek layak atau tidak usahanya dijalankan, dengan menggunakan aspek-aspek studi kelayakan bisnis dan strategi analisis SWOT untuk melihat posisi kompetitif pada usaha yang akan dijalankan kedepannya.

2. KAJIAN TEORITIS

Studi Kelayakan Bisnis

Tujuan dari Studi kelayakan bisnis adalah untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai peluang keberhasilan atau risiko yang mungkin dihadapi oleh suatu usaha. Oleh karena itu, studi kelayakan bisnis rempeyek juga perlu dilakukan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha yang bersangkutan, kapasitas produksi, dan potensi keuntungan. Studi kelayakan bisnis membantu proses evaluasi untuk menentukan sejauh mana suatu usaha atau bisnis memiliki peluang untuk sukses. Analisis ini mencakup berbagai aspek penting seperti pasar, keuangan, teknologi, dan sumber daya yang diperlukan. Selain itu, studi kelayakan bisnis dapat digunakan untuk mengetahui kelayakan investasi pada sebuah usaha baru maupun usaha yang sudah ada (*Tjiptono, 2019*);(*Kasmir, 2020:7*);(*Mindari, 2022*).

Aspek Pasar dan Pemasaran

Menurut Kasmir (2020: 16-17) dan *Sahara (2024)*, Untuk mengetahui apakah usaha yang akan diinvestasikan berasal dari pasar dan strategi pemasaran yang memiliki peluang pasar yang sesuai, penting untuk melakukan analisis pasar yang mendalam. Potensi pasar yang signifikan dapat dilihat dari produk yang ditawarkan dan pangsa pasar yang dapat diperebutkan

oleh berbagai pelaku bisnis. Kemudian, bagaimana strategi pemasaran tersebut diterapkan untuk memaksimalkan peluang pasar yang tersedia. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui apakah produk tersebut diterima atau tidak diinginkan di pasar. Setelah mengetahui pasar riil dan potensial, strategi pemasaran yang tepat harus diterapkan untuk memaksimalkan peluang yang ada. Pemasaran berfokus pada penciptaan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat untuk memperoleh imbalan berupa nilai. Selain itu, strategi pemasaran juga mencakup kegiatan yang dirancang untuk meningkatkan penjualan, menetapkan harga, dan mempromosikan produk perusahaan.

Aspek Keuangan

Dalam studi kelayakan bisnis digunakan untuk menilai aset keuangan perusahaan, termasuk sumber pendanaan, pendapatan, jenis investasi, dan proyeksi laporan keuangan yang mencakup aliran kas, laba rugi, serta beban yang berkaitan dengan investasi. Tujuan utamanya adalah untuk menentukan potensi investasi dengan membandingkan biaya dan manfaat yang diharapkan, seperti ketersediaan dana, modal awal, dan kemampuan untuk membayar dana dalam jangka waktu tertentu. Aspek ini juga membantu menentukan apakah suatu bisnis memiliki potensi untuk terus tumbuh dan untuk mengevaluasi kinerja keuangan secara komprehensif (Dian&Suri, 2022);(T.Syahril Daoed, 2021);(Nasution, 2021).

Aspek Operasional

Aspek operasional merupakan aspek yang mencakup analisis lokasi usaha, proses produksi, dan kebutuhan karyawan yang diperlukan untuk memastikan kelangsungan usaha. Selain itu, pengendalian mutu, analisis sistem produksi, serta manajemen rantai pasokan juga merupakan faktor penting dalam menjamin efektivitas dan efisiensi biaya. Aspek operasional harus mencakup pemahaman dan pengorganisasian sumber daya manusia, material, dan teknologi yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha. Hal ini sangat penting untuk mencapai tujuan Perusahaan (Sudaryanto, 2022);(Hanafi, 2020);(Sukirno, 2021).

Aspek Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia (SDM) memegang peran yang sangat penting dalam setiap operasi bisnis. Pemahaman tentang manajemen SDM dan keterampilan analisis yang tepat sangat diperlukan untuk mengatasi berbagai masalah manajerial, terutama yang berkaitan dengan organisasi. Pengembangan SDM melalui investasi pelatihan sangat penting untuk meningkatkan keterampilan karyawan juga memiliki dampak signifikan pada produktivitas.

Program pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kinerja, tetapi juga memotivasi dan meningkatkan semangat kerja karyawan. Aspek SDM yang efektif melibatkan analisis dan pemahaman terhadap kemampuan individu, yang membantu bisnis mencapai tujuan dengan lebih efektif (*Rulianti, 2020*);(*Noe, R. A., 2020*);(*Dassler Gery, 2019*).

Aspek Produksi dan Teknologi

Menurut *Kusnadi (2019)*, aspek produksi dan teknologi dalam UMKM sangat berpengaruh terhadap kualitas, efisiensi, dan proses produksi. Oleh karena itu, pemilihan teknologi yang tepat berguna untuk meningkatkan produktivitas. Selain itu, penggunaan teknologi ramah lingkungan semakin penting untuk mengadopsi praktik produksi yang berkelanjutan, yang dapat menarik minat konsumen yang peduli lingkungan. Untuk meningkatkan keterampilan dalam penggunaan alat dan mesin modern, pelatihan teknologi bagi mahasiswa UMKM sangat dibutuhkan, karena dapat mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan.

Aspek Hukum

Aspek hukum merupakan suatu hal yang fundamental yang mempunyai nilai hukum serta harus dipahami sebelum memulai suatu usaha. Tujuan utama dari aspek hukum adalah untuk memastikan bahwa bisnis yang dijalankan telah memenuhi standar hukum yang berlaku, serta memperoleh perizinan yang sesuai dengan regulasi daerah. Dimensi hukum menjadi fokus utama dalam analisis awal, karena jika hasil kajian hukum menunjukkan bahwa suatu konsep bisnis tidak layak untuk diimplementasikan, maka tidak perlu melanjutkan analisis pada aspek lainnya. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya pemahaman terhadap aspek hukum sebelum melangkah lebih jauh dalam perencanaan (*Sahara&Nasutuon, 2024*);(*Florientina Br Bangun et al., 2022*);(*Made Adnyana, 2020*).

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah alat penting dalam studi kelayakan bisnis yang membantu pengusaha untuk memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada. Selain digunakan untuk menilai faktor-faktor dalam bisnis, analisis ini juga berguna untuk menganalisis dampak sosial dan lingkungan dari suatu bisnis, dengan menunjukkan kegunaannya yang lebih luas selain aspek bisnis internal. Dengan analisis ini, pelaku usaha dapat mengidentifikasi keunggulan unik yang dapat dioptimalkan serta meningkatkan

kesadaran terhadap faktor eksternal yang mempengaruhi perencanaan bisnis (Nugroho, 2019);(Yusuf, 2023).

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam jurnal ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami dan menganalisis aspek-aspek yang mempengaruhi kelayakan bisnis pada UMKM rempeyek 4 sekawan, dengan menggunakan metode studi lapangan (field research) untuk menganalisis, mengidentifikasi, dan mengevaluasi aspek-aspek yang akan dibutuhkan dalam usaha rempeyek 4 sekawan. Proses ini dilakukan dengan mengumpulkan data primer melalui wawancara dengan sesama usaha rempeyek dan pengamatan langsung untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam pembuatan jurnal ini. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi aspek-aspek utama yang dibutuhkan dalam usaha rempeyek 4 sekawan meliputi: aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek operasional, aspek produksi dan teknologi, aspek sumber daya manusia dan aspek hukum, dengan menggunakan strategi analisis SWOT untuk memahami dan mengetahui lebih mendalam mengenai posisi kompetitif usaha rempeyek 4 sekawan kedepannya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM Rempeyek 4 sekawan didirikan pada tahun 2024, pada dasarnya rempeyek merupakan produk makanan ringan yang diproduksi oleh bisnis rumah tangga (UMKM). Tempat produksi berlokasi desa cibiru hilir, kec. Cileunyi, kab. Bandung timur. Awalnya usaha ini di rintis karena adanya peluang yang akan menjanjikan kedepannya, potensi peluang bisnis ini mampu menarik minat konsumen akan keinginan membeli peyek terlebih ibu rumah tangga yang biasa memiliki daya tarik akan makanan ringan, serta lokasi usaha juga strategis dan berpeluang, dimana lokasi tersebut dekat dengan tempat kuliner, dan terlebih setiap hari minggu ada pasar minggu, hal ini akan menjadi peluang bisnis untuk di promosikan secara langsung kepada para konsumen. Pengelolaan usahanya dikelola oleh 4 orang patner kerja, yang merupakan usaha bisnis bersama teman. Seiring waktu, peyek telah beradaptasi dengan berbagai variasi dari isian peyek yang disajikan. Variasi peyek yang terkenal dari dahulu antara lain peyek kacang, peyek udang dan peyek teri dangan rasa original yang khas yang sudah ada sejak lama.

Namun rempeyek 4 sekawan membuat inovasi isian peyek yang baru dengan menambahkan varian isian peyek seperti peyek bayam dan peyek jamur dengan varian rasa asin untuk semua varian isian peyek dan varian manis hanya varian isian kacang saja, inovasi

ini menggabungkan antara rasa klasik dengan rasa modern tanpa menghilangkan ciri khas nya, dengan membuat inovasi varian rasa yang baru dengan kualitas yang tinggi dan unik di mata para konsumen. Namun tentunya harus menyiapkan secara baik apakah usaha rempeyek layak atau tidaknya, menggunakan aspek studi kelayakan bisnis yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek operasional, aspek produksi dan teknologi, aspek sumber daya manusia dan aspek hukum, aspek-aspek tersebut akan membantu setiap usaha yang di jalankan sesuai target, serta menggunakan strategi analisis SWOT untuk melihat posisi kompetitif pada sebuah usaha rempeyek 4 sekawan.

Aspek studi kelayakan bisnis

Aspek studi kelayakan bisnis dalam usaha untuk meneliti usaha yang akan dijalankan dan menentukan apakah suatu usaha layak atau tidaknya untuk di jalankan agar menghasilkan usaha yang sesuai dengan studi kelayakan bisnis. Di gunakan sebagai dasar untuk mengambil Keputusan dalam sebuah usaha yang di jalankan, apakah sebuah bisnis akan di jalankan, atau tidak dijalankan nantinya.

1. Aspek pasar dan pemasaran

Konsep Pasar dan pemasaran yang diterapkan oleh rempeyek 4 sekawan dengan melihat dari segi kebutuhan konsumen, sistem bauran (Marketing Mix) dan strategi STP. Dengan adanya aspek pasar dan pemasaran akan membantu lebih mendalam akan proses penjualan agar sesuai dengan target yang diharapkan, karena hal tersebut nantinya akan mempengaruhi perkembangan suatu usaha kedepannya.

a) Kebutuhan Konsumen

Konsumen menjadi hal yang krusial dalam pemasaran karena konsumen menjadi patokan penilaian terhadap produk yang dijual, dengan melihat data kebutuhan selera dari konsumen, hal tersebut bisa pakai sebagai evaluasi untuk aspek pasar akan produk rempeyek 4 sekawan. Selain itu, uji respon baik dari konsumen dilihat untuk mengetahui bagaimana feedback konsumen terhadap beberapa poin penting yang terdapat pada produk rempeyek, seperti: kualitas, harga, rasa, warna, kemasan dan faktor penentuan lokasi yang strategis untuk menunjang strategi pemasaran. Hasil feedback konsumen di pakai sebagai referensi dalam upaya perbaikan usaha.

b) Marketing MIX

1) *Product*

Peyek 4 sekawan merupakan makanan ringan yang terbuat dari tepung beras yang dicampurkan air lalu di padukan dengan bumbu lainnya yang khas untuk memadukan cita rasa tradisional yang klasik autentik dengan rasa modern, yang nanti didalamnya terdapat menu varian isian peyek yang berbeda, aneka isian peyek yang di sajikan oleh usaha kami meliputi: peyek kacang, peyek udang, peyek teri, peyek bayam dan peyek jamur, serta varian rasa seperti: varian rasa asin (rasa original, rasa pedas jeruk, rasa keju pedas), dan varian rasa manis (rasa keju manis dan coklat (untuk varian isian peyek kacang saja), hal ini dilakukan untuk menyesuaikan dengan preferensi atau selera dari setiap konsumen.

Dengan memadukan antara rasa klasik dengan rasa modern, menjadi kekuatan untuk produk kami berpeluang lebih tinggi dipasar luar, hal ini menjadi daya tarik tersendiri akan produk yang kami tawarkan kepada para konsumen dengan rasa yang tentunya khas tanpa menghilangkan cita rasa asli yang sudah ada, seperti varian rasa peyek manis belum banyak orang yang menjual varian tersebut, maka hal tersebut menjadi peluang buat kami menyajikan rasa peyek yang unik yang akan dikenal oleh para konsumen. Manfaat peyek 4 sekawan mempunyai kadar protein yang bagus untuk tubuh dalam isian peyek tersebut, menjaga metabolisme tubuh dan cocok untuk konsumsi lauk dan cemilan yang baik. Dengan adanya varian isian peyek dan varian rasa yang banyak, tentunya konsumen tidak akan merasa bosan serta akan memperluas target dan pangsa pasar luar baik pasar lokal maupun pasar nasional dimasa kedepannya.



Gambar 1. Produk Rempeyek 4 Sekawan

2) *Price*

Harga yang ditawarkan oleh rempeyek 4 sekawan tentunya sangat terjangkau dan bisa di beli oleh setiap kalangan, dengan kualitas yang tinggi dan mampu bersaing dengan

peyek yang sudah berjualan lebih lama dari rempeyek 4 sekawan. Harga produk rempeyek 4 sekawan antara lain:

Tabel 1. Harga Peyek 4 Sekawan

NO	MENU	HARGA (Rp)
1	Peyek Kacang	¼ Kg= 25.000 ½ Kg= 49.000 1 Kg = 96.000
2	Peyek Udang	
3	Peyek Teri	
4	Peyek Bayam	
5	Peyek Jamur	

Harga yang ditawarkan pada setiap varian isian peyek untuk setiap ukuran sama harganya, disesuaikan dengan keinginan para konsumen yang ingin membeli peyek dengan ukuran berapapun, serta untuk varian rasa peyek para konsumen dibebaskan dalam memilih rasa peyek sesuai selera konsumen. Rempeyek 4 sekawan tentunya akan menawarkan harga yang terjangkau bagi semua kalangan tanpa terkecuali, agar setiap kalangan mampu merasakan cita rasa yang khas dari peyek yang di jual oleh rempeyek 4 sekawan.

3) *Place*

Lokasi penjualan rempeyek 4 sekawan tepatnya berlokasi di Desa Cibiru Hilir, Kecamatan. Cileunyi, Kabupaten. Bandung Timur. Dengan konsep industri rumahan, hal tersebut yang membuat rempeyek 4 sekawan berbeda dengan makanan ringan yang dijual di lokasi tersebut. Lokasi yang ditempati juga sangat strategis dan cocok untuk berjualan karena sesuai dengan target jual yang dekat dengan lokasi wisata kuliner dan dekat dengan tempat kerja para masyarakat, lalu lintas jalan dan lingkungan pemukiman warga.

4) *Promotion*

Promosi yang digunakan oleh rempeyek 4 sekawan dengan memanfaatkan pemasaran tren digitalisasi melalui media sosial seperti promosi melalui WhatsApp, Instagram dan Tiktok serta Marketplace seperti Lazada dan Shopee untuk konsumen luar lokasi dan tidak dapat diakses dengan perjalanan yang singkat. Namun rempeyek 4 sekawan juga menyediakan layanan penjualan melalui Grabfood/Shopeefood untuk mempermudah konsumen agar dapat membeli secara singkat tanpa harus datang langsung ke lokasi penjualan, serta melakukan promosi dari mulut ke mulut antar konsumen, hal ini dilakukan agar produk peyek dapat tersebar secara luas informasinya kepada setiap

konsumen. Rempeyek 4 sekawan juga mengikuti penjualan di event/bazaar ataupun penjualan dari pasar ke pasar. Rempeyek 4 sekawan pastinya juga akan memberikan diskon atau promo di beberapa waktu atau acara tertentu untuk semakin menarik minat konsumen akan peyek. Upaya tersebut dilakukan agar lebih memperkenalkan lebih jauh rempeyek kepada masyarakat.

c. Segmenting, Targeting dan Positioning

1) Segmenting

Menurut Henky Hendrawan (2021) Mengemukakan segmentasi merupakan tahapan bagi sebuah usaha untuk memperkirakan pasar yang akan menjadi target dengan mengelompokan berbagai kelompok konsumen sesuai dengan karakteristik, keinginan ataupun kebutuhan setiap konsumen. Segmentasi pasar bertujuan agar segmentasi yang telah dibuat mampu berjalan sesuai target pasar. Terdapat 3 segmentasi meliputi:

1. Geografis/Lokasi peyek 4 sekawan: Berlokasi di wilayah Cibiru dan sekitaran Kabupaten Bandung Timur serta Wilayah Bandung Kota.
2. Demografis Peyek 4 sekawan.

Tabel 2. Demografis

KATEGORI DEMOGRAFIS	SUBKATEGORI	PERSENTASE
Usia	Anak-anak-Remaja 5-12 Tahun	25%
	Remaja-Dewasa 13-18 Tahun	35%
	Dewasa 19-50+ Tahun	40%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	47%
	Perempuan	53%
Pendidikan	SD/Sederajat	18%
	SMP/Sederajat	22%
	SMA/Sederajat	20%
	Sarjana/Diploma	25%
	Pascasarjana	15%
Pendapatan Bulanan	< Rp 5.000.000/Bulan	40%
	Rp 5.000.000-10.000.000/Bulan	37%
	> Rp 10.000.000/Bulan	23%

Hasil Tabel di atas menunjukkan bahwa distribusi kategori berdasarkan data demografis meliputi:

- a) Usia: Mayoritas kategori berada di kelompok usia 19-50+ tahun (40%), menunjukkan produk rempeyek 4 sekawan akan lebih menarik bagi usia yang sedang produktif yang sering membeli cemilan untuk konsumsi pribadi, keluarga atau konsumsi bersama teman.
- b) Jenis Kelamin: 47% pria dan 53% perempuan, maka hal ini mengindikasikan sedikit lebih banyak wanita sebagai target konsumen karena lebih sering menjadi pembeli kebutuhan rumah tangga.
- c) Pendidikan: Sebagian besar memiliki pendidikan Sarjana/Diploma, yang nantinya akan mempengaruhi strategi komunikasi dan konten untuk pemasaran rempeyek 4 sekawan dalam mengikuti promosi melalui digitalisasi.
- d) Pendapatan: Rata-rata pendapatan ada pada 40% atau dibawah Rp 5.000.000 per bulan, namun juga memiliki daya beli yang cukup stabil untuk makanan cemilan.

3. Psikografis peyek 4 sekawan

Psikografis rempeyek 4 sekawan ini termasuk makanan yang mempunyai ciri khas yang unik dan ciri khas klasik yang autentik dengan perpaduan rasa klasik yang modern, sehingga baik masyarakat modern dan non modern dapat menikmati peyek serta akan menyukainya, apalagi konsumen yang suka makanan manis dan asin akan cocok dengan makanan ini.

Tabel 3. Psikografis

KATEGORI PSIKOGRAFIS	SEGMENTASI	PERSENTASE
Gaya Hidup	Tradisonal	40%
	Modern	60%
Motivasi Pembelian	Rasa Asin	30%
	Rasa Manis	25%
	Nostalgia	20%
	Unik	25%
Kebiasaan Konsumsi	Cemilan	50%
	Oleh-Oleh	30%
	Hidangan Pendamping	20%

Hasil tabel di atas menunjukkan bahwa distribusi kategori berdasarkan data psikografis meliputi:

- a) Gaya Hidup: Segmentasi modern mendominasi 60% karena produk rempeyek bisa dikemas dengan cara yang lebih menarik dengan inovasi yang sesuai dengan zamannya untuk generasi muda, sedangkan konsumsi tradisional 40% tetap cukup besar karena rempeyek adalah makanan khas tradisional yang sudah ada sejak dulu dan bertahan sampai sekarang.
- b) Motivasi Pembeli: Rasa menjadi faktor utama yang mempengaruhi pembeli terlebih rasa asin 30% menjadi peminat utama konsumen, dan 20% untuk rasa manis serta makanan unik juga menjadi pertimbangan terutama bagi konsumen penyuka makanan yang unik.
- c) Kebiasaan Konsumen: Rempeyek sering dikonsumsi sebagai cemilan harian dengan persentase 50% konsumen lebih sering menjadikan sebagai cemilan sehari-hari, tetapi cukup populer sebagai oleh-oleh dan makanan pendamping.

2) *Targeting*

Rempeyek 4 sekawan menargetkan anak-anak, remaja hingga dewasa dari umur 5 tahun, sampai dengan 50 tahun tanpa terkecuali, mereka menjadi target penjualan, terlebih untuk kategori 19-50+ tahun menjadi target utama karena konsumsi akan cemilan lebih tinggi serta konsumen yang mempunyai rasa suka atas makanan yang unik. Serta target rempeyek 4 sekawan kedepannya ingin menargetkan mempunyai pabrik pengelolaan rempeyek yang lebih besar dengan mengajak ibu rumah tangga sekitar untuk membuka lapangan pekerjaan serta membuka booth atau cabang baru dilokasi lain di luar daerah Cibiru.

3) *Positioning*

Tujuan penetapan posisi akan produk rempeyek 4 sekawan yang dijual mempunyai tujuan untuk membangun dan mengomunikasikan keunggulan baik dari segi kekuatan produk yang dipasarkan. Di mana produk rempeyek 4 sekawan mampu bersaing dengan produk lain dan masuk ke dalam benak setiap konsumen serta mampu bersaing kedepannya dengan produk peyek yang sudah lama berjualan. Posisi rempeyek 4 sekawan berada di komplek perumahan yang dekat dengan jalan raya dan tempat kuliner atau tempat makanan oleh-oleh, posisi yang ditempati oleh rempeyek 4 sekawan mampu dilihat

dengan mudah dan dicari oleh para masyarakat sekitar. Adapun strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan, meliputi:

- a) Penetrasi pasar: Rempeyek 4 sekawan akan mengadakan kupon untuk setiap konsumen yang membeli di atas 1 Kg untuk dikumpulkan sampai mempunyai 10 kupon stempel, jika kupon tersebut telah terpenuhi maka konsumen bisa mendapatkan satu bungkus peyek secara bebas baik ukuran maupun variannya.
- b) Pengembangan usaha: Usaha rempeyek 4 sekawan menargetkan untuk membuka pabrik dalam pengelolaan yang lebih besar, dan ingin membuka booth atau cabang peyek baru atau lokasi baru kedepannya serta meningkatkan penjualan melalui toko, pasar, dan platform online baik e-commerce dan media sosial untuk memudahkan konsumen akan pembelian.
- c) Pengembangan Produk: Produk diberikan berbagai varian isian peyek dengan beragam varian rasa yang bebas dipilih sesuai dengan selera dari setiap konsumen. Menggunakan bahan produk yang mempunyai kualitas produk yang baik bagi setiap konsumen, tentunya produk yang dijual mempunyai harga yang terjangkau yang mampu di beli oleh semua kalangan.

2. Aspek Keuangan

a. Investasi awal/Modal awal

Tabel 4. Kebutuhan Peralatan Produksi Rempeyek 4 sekawan

PERALATAN	QUANTITY	HARGA (RP)
Kompor	<i>2 Unit</i>	<i>500.000</i>
Gas LPG	<i>4 Unit</i>	<i>600.000</i>
Penggorengan	<i>2 Unit</i>	<i>200.000</i>
Pisau	<i>4 Unit</i>	<i>60.000</i>
Saringan	<i>4 Unit</i>	<i>40.000</i>
Spatula	<i>4 Unit</i>	<i>120.000</i>
Panci	<i>2 Unit</i>	<i>180.000</i>
Wadah	<i>4 Unit</i>	<i>80.000</i>
Talenan	<i>4 Unit</i>	<i>40.000</i>
Alat Vakum Makanan	<i>2 Unit</i>	<i>160.000</i>
Timbangan Digital	<i>4 Unit</i>	<i>400.000</i>
Peralatan Pengemasan Seperti Plastik Kemasan Dan Lain-Lain	<i>2 Unit Per Unit Isi 100 Pcs Kemasan Plastik</i>	<i>50.000</i>
TOTAL		<i>2.430.000</i>

Tabel 5. Kebutuhan Bahan Baku Rempeyek 4 Sekawan Dalam Satu Bulan

BAHAN BAKU	HARGE/UNIT (Rp)	QUANTITY	TOTAL BIAYA BAHAN BAKU (Rp)
Tepung Beras	15.000/Kg	6 Kg	90.000
Tepung Tapioka	10.000/Kg	1,5 Kg	15.000
Santan Cair Instan	5.000/65 MI	6 Bungkus	30.000
Kacang Tanah	25.000/Kg	2 Kg	50.000
Udang Rebon	55.000/Kg	1 Kg	55.000
Ikan Teri	30.000/Kg	1 Kg	30.000
Bayam	25.000/Kg	1 Kg	25.000
Jamur	30.000/Kg	1 Kg	30.000
Telur	32.000/Kg	½ Kg	16.000
Bawang Putih	40.000/Kg	250 Gram	10,000
Ketumbar Bubuk	50.000/Kg	50 Gram	2.500
Kencur	40.000/Kg	50 Gram	2.000
Kaldu Bubuk	40.000/Kg	300 Gram	12.000
Garam	10.000/Kg	200 Gram	2.000
Minyak goreng	18.000/Liter	7 Liter	126.000
Cabai bubuk pedas daun jeruk	26.000/Kg	500 Gram	13.000
Keju bubuk	78.000/Kg	250 Gram	19.500
coklat	140.000/Kg	250 Gram	35.000
TOTAL			563.000

Tabel 6. Total Investasi Awal

KATEGORI	TOTAL BIAYA (Rp)
Peralatan	2.430.000
Bahan Baku	563.000
Total Investasi Awal	2.993.000

Estimasi jumlah rempeyek dan kemasan dari 6 Kg tepung beras dan bahan baku lainnya, diperkirakan dapat menghasilkan sekitar 900-1100 lembar rempeyek, dimana ukuran tersebut tergantung seberapa besar dari ukuran dan ketebalan rempeyek saat di buat. Maka dengan demikian estimasi jumlah kemasan rempeyek, meliputi:

Tabel 7. Estimasi Jumlah Rempeyek dan Kemasan

UKURAN KEMASAN	BERAT PER LEMBAT (GRAM)	JUMLAH LEMBAR PER KEMASAN	TOTAL UNTUK SETIAP KEMASAN
250 Gram/ ¼ Kg	25	10	32
500 Gram/ ½ Kg	25	20	16
1 Kg	25	40	8
TOTAL			24 Kg/6 Kg

b. Biaya Tetap dan Tidak Tetap**Tabel 8.** Biaya Tetap dan Tidak Tetap

BIAYA TETAP		BIAYA TIDAK TETAP	
JENIS BIAYA	HARGA (RP)	JENIS BIAYA	HARGA (RP)
Sewa Tempat/1 Bulan	850.000	Peralatan	2.430.000
Listrik dan Air/1 Bulan	150.000	Bahan Baku (Biaya Variabel)	563.000
TOTAL BIAYA TETAP	1.000.000	TOTAL BIAYA TIDAK TETAP	2.993.000
TOTAL BIAYA= BIAYA TETAP+BIAYA VARIABEL= Rp 1.000.000+Rp 563.000=Rp 1.563.000			

c. Harga Pokok Produksi

- 1) HPP = Total biaya Produksi / Total Produksi
= Rp. 1.563.000/ 24 kg
= Rp. 65.125 per Kg
- 2) HPP per kemasan
¼ Kg = Rp 16.281
½ Kg = Rp 32. 562
1 Kg = Rp 65.123

d. Penentuan Harga Jual

Agar usaha layak, maka markup maksimal 50 % dari total biaya HPP.

- 1) ¼ Kg = Rp. 25.000
- 2) ½ Kg = Rp 49.000
- 3) 1 Kg = Rp 96.000

e. Pendapatan

Pendapatan dihitung dengan 2 kali lipat harga biaya Variabel yang terdapat pada tabel biaya tetap dan tidak tetap, yang awalnya total seluruh produksi 24 Kg (¼ kg=32 Pcs, ½ kg=16 Pcs dan 1 kg=8 Pcs) terjual untuk target 1 minggu maka untuk 1 bulan target terjual menjadi 96 Kg/bulan atau 4 batch dalam sebulan.

Tabel 9. Estimasi Pendapatan

JUMLAH PRODUKSI X HARGA JUAL/KEMASAN (RP)	TOTAL PENDAPATAN (RP)
¼ Kg = 128 Pcs x 25.000	3.200.000
½ Kg = 64 Pcs x 49.000	3.136.000
1 Kg = 32 Pcs x 96.000	3.072.000
TOTAL	9.408.000

Laba Bersih = Pendapatan - TOTAL Biaya Tetap+Total Biaya Produksi (4 Batch)
 = Rp 9.408.000 – (Rp 1000.000 + (563.000 x 4) = Rp 6. 156.000/ bulan

Tabel 10. Estimasi Pendapatan Arus Kas “Rempeyek 4 Sekawan”Selama 3 Bulan

PRODUK	PRICE (RP)	JANUARI		FEBRUARI		MARET	
		Q	JUMLAH (Rp)	Q	JUMLAH (Rp)	Q	JUMLAH (Rp)
Rempeyek Uk ¼ Kg	25.000	128 Pcs	3.200.000	160 Pcs	4.000.000	192 Pcs	4.800.000
Rempeyek Uk ½ Kg	49.000	64 Pcs	3.136.000	80 Pcs	3.920.000	96 Pcs	4.704.000
Rempeyek Uk 1 Kg	96.000	32 Pcs	3.072.000	40 Pcs	3.840.000	48 Pcs	4.608.000
		JUMLAH: Rp. 9.408.000,00		JUMLAH: Rp. 11.760.000,00		JUMLAH: Rp. 14.112.000,00	

Dari tabel diatas untuk dibulan pertama jumlah rempeyek yang dijual sebesar 96 Kg, dibulan kedua di naikkan jumlah penjualannya menjadi 120 Kg dan dibulan ketiga menjadi 144 Kg, di setiap bulan produksi di tambah 1 batch atau sebesar 24 Kg.

f. Perhitungan IRR

Untuk menghitung IRR, kita perlu menghitung arus kas bersih dari investasi dan kemudian mencari tingkat diskonto yang membuat nilai sekarang menjadi bersih (NPV) sama dengan nol. Berikut adalah perhitungan IRR.

I. Data Awal

- a) Investasi Awal: Rp 2.993.000
- b) Pendapatan Bulanan: Rp 9.408.000
- c) Total Biaya Produksi Bulanan: Rp 1.563.000
- d) Laba Bersih Bulanan: Rp 3.156.000
- e) Dengan asumsi usaha berjalan 3 bulan

II. Tabel Arus Kas

Tabel 11. Arus Kas

BULAN	ARUS KAS MASUK (RP)	ARUS KAS KELUAR (RP)	ARUS KAS BERSIH (RP)
0	0	2.993.000	-2.993.000
Januari	9.408.000	3.252.000	6.156.000
Februari	11.760.000	3.815.000	7.945.000
Maret	14.112.000	4.378.000	9.743.000

Dari tabel diatas di hasilkan bahwa arus kas yang keluar meliputi biaya tetap dan biaya bahan baku, biaya tetap meliputi Rp 1000.000 dan biaya bahan baku di bulan pertama sebesar Rp 2.252.000, dibulan kedua 2.815.000 dan dibulan ketiga untuk biaya bahan baku yang keluar Rp 3.378.000.

Tabel 12. Perhitungan NPV Berbagai Tingkat Diskonto

TINGKAT DISKONTO (%)	ARUS KAS MASUK (RP)	ARUS KAS KELUAR (RP)	ARUS KAS BERSIH (RP)	NPV (RP)
0	0	2.993.000	-2.993.000	-2.993.000
20	9.408.000	3.252.000	6.156.000	4.924.800
20	11.760.000	3.815.000	7.945.000	6.356.000
20	14.112.000	4.378.000	9.743.000	7.794.400

Dari hasil diatas menunjukkan bahwa menggunakan Tingkat diskonto 20% tetap menunjukkan hasil yang untung untuk usaha dan layak dijalankan.

g. Break Even Point (BEP)

BEP dihitung dengan:

$$\text{BEP (Kg)} = \text{Biaya tetap} / (\text{Harga jual per kg} - \text{Biaya variabel per kg})$$

$$= \text{Rp } 1.000.000 / (\text{Rp } 96.000 - \text{Rp } 65.125)$$

$$= \text{Rp } 1.000.000 / \text{Rp } 30.87 = 32, 4 \text{ Kg/bulan}$$

h. Analisis Kelayakan Usaha Rempeyek 4 Sekawan

- 1) Investasi Awal: Total investasi awal sebesar Rp 2.993.000, terdiri dari biaya peralatan sebesar Rp 2.430.000 dan bahan baku awal sebesar Rp 563.000.
- 2) Proyeksi Pendapatan: Pendapatan bulanan diperkirakan mencapai Rp 9.408.000 dari penjualan rempeyek dalam berbagai ukuran kemasan, jumlah tersebut merupakan laba kotor yang dihasilkan di bulan pertama, dan di bulan kedua dan ketiga estimasi Rp 11.760.000 dan Rp 14.112.000, total hasil tersebut belum termasuk kedalam total biaya bersih yang di hasilkan.
- 3) Biaya Produksi: Total biaya produksi bulanan adalah Rp 3.252.000, yang mencakup biaya tetap sebesar Rp 1.000.000 dan biaya variabel sebesar Rp 563.000 untuk 1 batch produksi, untuk satu bulan 4 kali batch artinya sebesar Rp 2.252.000, di bulan kedua untuk biaya produksi bahan baku Rp 2.815.000 dan di bulan ketiga pada biaya produksi bahan baku di rempeyek 4 sekawan Rp 3.378.000 yang harus di keluarkan setiap bulannya oleh usaha ini.
- 4) Laba Bersih: Laba bersih bulanan diperkirakan sebesar Rp 6.156.000 di bulan pertama, menunjukkan potensi keuntungan yang baik dari usaha ini, dan di bulan kedua Rp 7.945.000, di bulan ketiga Rp 9.743.000.
- 5) Analisis NPV dan IRR
 - a. NPV positif pada berbagai tingkat diskonto (20%), menunjukkan bahwa investasi ini layak untuk dilakukan.
 - b. IRR diperkirakan antara 20%, yang menunjukkan tingkat pengembalian yang menguntungkan bagi investor.
 - c. BEP yang di hasilkan juga bisa tercapai dengan titik impas (imbang) dari bisnis yang dijalankan oleh rempeyek 4 sekawan.

Usaha Rempeyek 4 Sekawan menunjukkan kelayakan finansial yang baik dengan potensi laba yang signifikan, NPV positif, dan IRR yang menguntungkan. Maka usaha ini menguntungkan dan **layak** untuk dijalankan karena laba bersih positif, BEP mudah

tercapai, dan IRR yang diperkirakan juga lebih tinggi keuntungan yang dihasilkan oleh usaha rempeyek 4 sekawan.

3. Aspek Operasional

a. Lokasi operasi

Dalam usaha rempeyek 4 sekawan ini memiliki lokasi yang baik dan strategis yang berlokasi di Jln. Cibiru hilir D105, Desa Cibiru, Kecamatan Cileunyi, Kota Bandung. Yang dimana lokasi ini sangat dekat dengan area pasar, lokasi wisata kuliner dan dekat dengan tempat kerja para masyarakat, lalu lintas jalan dan lingkungan pemukiman warga, selain itu peluang memilih lokasi tersebut karena di lokasi tersebut belum ada yang memasarkan produk yang serupa.

b. Volume operasi

Dalam usaha rempeyek 4 sekawan memilih untuk memasarkan dengan skala kecil dalam awal membangun bisnisnya, dimana tidak adanya ruang/lahan yang luas untuk memarkirkan motor, hal ini menjadi kendala dalam volume operasi usaha ini, yang dimana rempeyek 4 sekawan ini memilih pada awal membangun bisnis untuk membawa 24 Kg rempeyek dengan 8 rempeyek untuk ukuran 1 Kg, 16 rempeyek untuk ukuran $\frac{1}{2}$, dan 32 rempeyek untuk ukuran $\frac{1}{4}$ Kg di minggu pertama untuk 1 kali batch pembuatan rempeyek, hal tersebut dilakukan agar tidak menjadi penumpukan produk yang akan menjadi penurunan kualitas produk yang akan di pasarkan.

c. Mesin dan perlatan

Untuk mesin dan peralatan usaha rempeyek 4 sekawan, memilih untuk mempertahankan dengan menggunakan alat penggorengan yang aman serta menggunakan kompor gas, penggunaan alat tersebut dilakukan agar produksi lebih efektif. Namun hal tersebut tentunya harus teliti dalam melakukannya, dimana dalam menggoreng rempeyek mempunyai SOP yaitu rempeyek yang dihasilkan jangan terlalu matang dan jangan terlalu mentah saat rempeyek sudah di sajikan, rempeyek harus mempunyai tekstur yang renyah dan pas. Jika sesudah tahap penggorengan rempeyek harus di tiriskan terlebih dahulu sebelum memasuki tahap pengemasan. Proses pengemasan dalam usaha rempeyek 4 sekawan ini menggunakan mesin teknologi, yang dimana menggunakan sistem alat vakum makanan, agar rempeyek tetap gurih dan bisa bertahan dengan jangka waktu yang lama, selain itu memudahkan pengiriman jauh.

d. Bahan baku

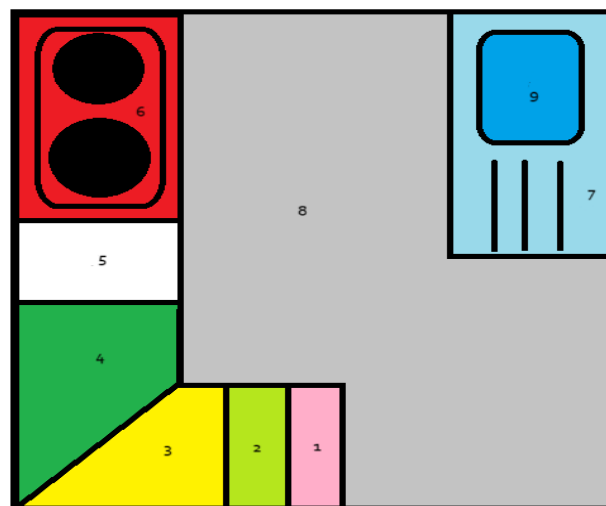
Dalam bahan baku rempeyek 4 sekawan sudah di perhitungkan dalam pembuatannya, hal tersebut dilakukan agar memperkecil pembuangan bahan baku dan pemasokan bahan baku. Usaha rempeyek ini juga sudah memiliki beberapa patner untuk membeli bahan baku yang di perlukan dalam usaha rempeyek 4 sekawan ini, yang bertujuan agar bahan baku yang di butuhkan mudah didapatkan, selain itu agar pasokan bahan baku yang tidak hanya terpacu pada satu tempat.

e. Tenaga kerja

Dalam usaha rempeyek 4 sekawan tenaga kerja merupakan hal yang sangat penting dalam proses produksi, dimana pada proses ini membagikan pembagian pekerjaan seperti pada proses pengadonan, penggorengan, dan pengemasan, sudah memiliki bagiannya masing-masing, agar pembuatan rempeyek bisa lebih tepat, cepat.

f. Tata letak

Tata letak dalam pembuatan rempeyek ini harus memiliki ruang yang cukup luas atau pun tata letak dalam produksi sudah mencakup segala kebutuhan yang ada dalam sebuah usaha agar saat jam kerja lebih efektif dan lebih cepat.



Gambar 2. Tata Letak

Tabel 13. Tahap, Lama Waktu Dan Kebutuhan Karyawan

KODE	TAHAP	LAMA WAKTU DAN KEBUTUHAN KARYAWAN
1	Sortasi dan pencucian bahan baku	08.00-09.00 60 menit (3 orang)
2	Pembuatan adonan bumbu	09.00-09.30 30 menit (1 orang)
3	Pembuatan adonan peyek	09.30-10.00 30 menit (2 orang)
4	Pemotongan bayam dan jamur	10.00-10.30 30 menit (3 orang)
5	Pencampuran	10.30-11.00 30 menit (1 orang)
6	proses penggorengan peyek	11.00-12.00/13.00-14.00 120 menit (2 orang)
7	Proses pengemasan	11.00-12.00/13.00-15.00 180 menit (2 orang)
8	Istirahat	12.00-13.00 (Semua karyawan)
9	Cuci alat produksi dan merapikan alat produksi	15.00-16.00 60 menit (semua karyawan)

Jadi hasil dari gambar di atas merupakan salah satu waktu jam operasional dalam pengerjaannya dan pembagian untuk proses pembuatan rempeyek dengan membagi secara merata, mulai dari bagian-bagian tahapannya, lama waktu sampai pada kebutuhan karyawan dalam setiap tahapannya. Hal ini dilakukan agar pengerjaan dapat lebih efisien.

4. Aspek Produksi Dan Teknologi

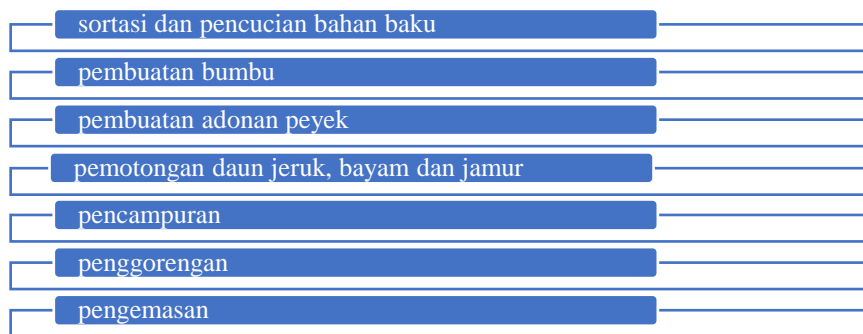
Dalam aspek produksi dan teknologi dalam usaha rempeyek ini menggunakan mesin dengan teknologi baik yang digunakan dalam proses produksinya, yakni proses packing atau mesin packing (mesin vakum makanan). Mesin packing memiliki teknologi canggih yakni mesin ini bisa memvakum isi dalam kemasan rempeyek 4 sekawan agar makanan dapat lebih terjaga kualitasnya, mesin vakum ini bertujuan untuk mempersingkat waktu dalam proses produksi serta makanan dapat bertahan lebih lama dibanding tanpa menggunakan mesin vakum makanan. Hal ini bermaksud untuk lebih bisa meningkatkan keterampilan dalam penggunaan alat dan mesin yang modern. Hal ini dilakukan agar bisa membantu saat proses packing/pengemasan produk dan meningkatkan produksi agar bisa menarik minat konsumen

terlebih untuk konsumen yang jarak tempuhnya jauh, seperti konsumen yang memesan melalui via online atau platform e-commerce rempeyek 4 sekawan yang menginginkan makanan yang tetap tahan dengan jangka waktu yang lama. Proses ini bermaksud untuk menjaga kualitas rempeyek agar bisa bertahan dengan jangka waktu yang lama. Dengan memanfaatkan teknologi di era saat ini, rempeyek 4 sekawan memberikan pelatihan dalam pengenalan teknologi bagi karyawan agar bisa menggunakan alat dan bisa menjaga kualitas produk. Mesin vakum yang bisa digunakan meliputi:



Gambar 3. Tahap produksi Rempeyek 4 sekawan

Tabel 14. Proses Pembuaan Rempeyek 4 Sekawan



1. Sortasi dan pencucian bahan baku, dalam proses produksi harus mensortasi bahan baku yang layak untuk di olah atau tidak agar hasil dari rempeyek bagus.
2. Pembuatan adonan bumbu dalam rempeyek 4 sekawan ini harus membuat adonan bumbu yang lezat dan harus menyiapkan adonan yang sesuai.
3. Pembuatan adonan peyek harus bisa memiliki ciri khas dari rempeyek 4 sekawan yang dimana adonan yang sudah di goreng dan di jual akan menjadi ciri khas.
4. Pemotongan daun jeruk untuk penyedap rasa pada peyek untuk memikat pelanggan.
5. Pencampuran, dalam pencampuran semua adonan rempeyek yang sudah dibuat, maka dicampurkan untuk menghasilkan adonan peyek yang siap di goreng.
6. Proses penggorengan, dalam proses ini harus menggunakan api sedang agar tidak gosong dan rempeyek tidak gampang remuk saat di jual.

7. Proses pengemasan, dalam proses ini menggunakan pengemasan mesin vakum makanan yang di mana meminimalisir resiko dan rempeyek tetap gurih dan crunch.

5. Aspek Sumber Daya Manusia

Dalam sumber daya manusia usaha rempeyek 4 sekawan ini memiliki keritaria, dimana setiap karyawan harus mengikuti pelatihan yaitu:

- 1) Seleksi, karyawan harus memiliki keinginan untuk usaha agar usaha yang di jalankan mencapai target yang di minta oleh pasar.
- 2) Pelatihan dan penempatan karyawan, dimana usaha harus sesuai yang diinginkan agar proses produksi dapat berjalan lebih lancar, bisa dengan melakukan pelatihan agar karyawan yang baru bisa terbiasa melakukan bidangnya.
- 3) Tunjangan atau kompensasi, karyawan harus memiliki keinginan untuk memasarkan produk agar melebihi target yang sudah ada dalam usaha, jika karyawan memenuhi atau melebihi target maka karyawan akan diberikan kompensasi/bonus yang layak.

Dalam usaha kuliner rempeyek 4 sekawan ini memiliki struktur organisasi, yang dalam dunia usaha sangat penting untuk keberlangsungan usaha, seperti penempatan:

- 1) Pemilik usaha rempeyek 4 sekawan yaitu Erlangga Aditya Pratama, yang memiliki tugas seperti menyiapkan modal awal usaha serta harus memiliki wawasan luas untuk memasarkan sebuah produk.
- 2) Bendahara rempeyek 4 sekawan hanya memiliki satu orang yang menduduki yaitu Sinta Sukmawati, sebagai bendahara harus mencatat baik pemasukan dan pengeluaran dari usaha yang dijalankan.
- 3) Karyawan rempeyek ini berjumlah 2 orang yaitu Putri Mahabbatun Aliyah dan Maisya Hayina Zahra, setiap orang harus memiliki keunggulan sesuai bagian dari masing masing dalam produksi rempeyek.

Untuk bonus pada semua karyawan bisa dengan melakukan penargetan penjualan dengan memasarkan rempeyek sebanyak-banyaknya, semakin banyak rempeyek yang dijual semakin besar bonus yang akan di dapatkan oleh setiap karyawan. Bisa dengan mempromosikan rempeyek melalui media sosial seperti: Facebook, WhatsApp, dan TikTok serta marketplace e-commerce Lazada dan Shopee serta grabfood/shopeefood.

6. Aspek Hukum

Dalam usaha rempeyek 4 sekawan ini dalam operasional dalam bisnis yang dimana menggunakan kendaraan seperti motor, lokasi usaha dapat beberapa aspek penting yang harus di perhatikan khusus pada pelaku usaha rempeyek 4 sekawan ini yaitu:

1. Membuat surat izin tempat usaha yang dimana menurut kementerian investasi (BKPM) surat izin salah satu izin usaha yang perlu di penuhi, berfungsi sebagai bukti dari tempat usaha rempeyek. Usaha Rempyek ini, harus mengurus izin tempat usaha dari pemerintah setempat. Izin ini memastikan bahwa lokasi usaha sesuai dengan peraturan zonasi yang berlaku dan tidak merugikan lingkungan sekitarnya. Memiliki izin yang sah juga dapat menghindarkan usaha dari potensi masalah hukum nantinya.
2. Usaha Rempyek ini, pastinya perlu mendaftarkan dan mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai identitas resmi usahanya. NIB ini berfungsi untuk memberikan legalitas pada usaha dan dapat memungkinkan akses ke berbagai fasilitas yang sudah disediakan oleh pemerintah tersebut.
3. Usaha Rempyek ini, harus memperoleh sertifikat halal dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Hal ini merupakan langkah yang paling penting terutama untuk menarik konsumen yang mengutamakan kehalalan produk. Sertifikat ini juga, dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual.
4. Usaha Rempyek ini, harus mematuhi regulasi yang ditetapkan mengenai sanitasi tempat produksi, pengolahan makanan, dan penyimpanan bahan baku. Memastikan kondisi yang higienis dan aman sangat penting untuk menjaga kualitas produk.
5. Usaha Rempyek ini, pastinya memerlukan perlindungan untuk konsumen. Hal ini harus menjadi perhatian utama, karena usaha harus memastikan bahwa produk yang dijual harus memenuhi standar kualitas dan tidak membahayakan kesehatan dari setiap konsumen, dapat mencakup transparansi informasi mengenai bahan yang digunakan serta memberikan tanggal kadaluwarsa produk, sehingga konsumen dapat membuat keputusan yang informasional.

Dalam aspek hukum usaha rempeyek 4 sekawan, usaha ini belum sepenuhnya melengkapi, maka kedepannya harus di lakukan harus sesuai dengan standar pemerintah yang sudah di jelaskan. Dimana usaha yang di jalankan harus memiliki nomor induk berusaha, sertifikat halal, dan izin tempat usaha, baik usaha-usaha lain juga harus melakukan tahap-tahap tersebut agar tidak melanggar regulasi pada usaha yang di jalankan dan tidak merugikan tempat sekitar usaha, seperti waktu operasional, dan aturan keselamatan dalam usaha harus di terapkan agar tidak merugikan usaha yang di jalankan.

ANALISIS SWOT

Analisis SWOT untuk usaha rempeyek 4 sekawan dapat memberikan wawasan yang mendalam lagi tentang bagaimana posisi kompetitif usaha di pasar, meliputi:

Kekuatan (Strengths)

1. Penggunaan bahan baku yang berkualitas tinggi untuk menghasilkan produk yang autentik dan lezat, yang menjadi daya tarik utama bagi setiap konsumen. Kualitas ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga mendorong loyalitas merek usaha rempeyek 4 sekawan untuk lebih dikenal lagi.
2. Rempeyek 4 sekawan menawarkan variasi rasa yang unik, termasuk variasi pilihan original, rasa pedas jeruk, rasa keju manis dan coklat. Usaha ini dapat menarik perhatian berbagai kalangan konsumen. Inovasi ini juga dapat memberikan keunggulan kompetitif di pasar yang semakin jenuh dengan produk sejenis.
3. Pemasaran lokal yang kuat juga menjadi aset berharga. Hubungan baik dengan komunitas lokal dapat memudahkan usaha dalam melakukan promosi dan pemasaran. Hal ini juga dapat menciptakan dukungan dari pelanggan setia yang membantu memperluas jaringan pemasaran.
4. Skala produksi yang kecil dapat memungkinkan usaha ini untuk menjaga kontrol kualitas yang lebih baik. Dengan jumlah produksi yang tidak terlalu besar, usaha dapat lebih fleksibel dalam merespon permintaan pasar dan menjaga konsistensi produk.
5. Harga kompetitif yang ditawarkan oleh rempeyek 4 sekawan relatif bisa di beli oleh setiap kalangan masyarakat, dan membuat produk ini terjangkau bagi setiap konsumen dari berbagai lapisan sosial. Ini tidak hanya menarik pembeli, tetapi juga membantu usaha untuk bersaing dengan produk serupa di pasaran.

Kelemahan (Weaknesses)

1. Keterbatasan dalam hal modal dan tenaga kerja dapat menghambat kemampuan usaha untuk melakukan ekspansi. Tanpa dukungan yang cukup, usaha ini mungkin sulit untuk bersaing di pasar yang lebih luas.
2. Merek yang kurang dikenal di pasar lebih besar membatasi potensi penjualan dan mengurangi daya tarik produk di mata konsumen baru. Tanpa strategi pemasaran yang efektif, usaha ini mungkin kesulitan untuk membangun reputasi yang kuat.
3. Ketergantungan pada pasar lokal membuat usaha ini rentan terhadap perubahan ekonomi di daerah tersebut. Jika terjadi penurunan ekonomi atau perubahan minat konsumen di pasar lokal, usaha ini bisa mengalami dampak yang signifikan.

4. Keterbatasan dalam manajemen yang efisien dapat menyebabkan inefisiensi dalam produksi, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi kualitas produk dan kepuasan pelanggan dari setiap konsumen.

Peluang (Opportunities)

1. Pertumbuhan pasar makanan ringan yang terus menerus meningkat memberikan peluang besar untuk memperluas jangkauan produk. Semakin banyaknya konsumen yang mencari camilan yang praktis dan lezat, usaha ini dapat menyesuaikan pasar untuk memenuhi permintaan tersebut.
2. Pemasaran digital juga menawarkan kesempatan untuk meningkatkan visibilitas produk. Dengan memanfaatkan platform media sosial dapat membantu usaha ini untuk menjangkau lebih banyak konsumen dan memperluas audiens target. Dalam pemasaran digital ini, memungkinkan interaksi langsung dengan pelanggan, sehingga dapat menciptakan hubungan yang lebih kuat lagi.
3. Menjalin kerjasama dengan toko, pasar dan tempat oleh-oleh dapat memperluas saluran distribusi. Dengan menjalin kemitraan, usaha ini dapat meningkatkan aksesibilitas produknya dan menarik lebih banyak pelanggan.
4. Kesadaran konsumen terhadap makanan sehat juga dapat memberikan peluang untuk memproduksi varian rempeyek yang lebih sehat. Mengingat tren konsumsi yang berkembang, usaha ini dapat mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan permintaan konsumen yang mencari pilihan makanan yang lebih sehat.
5. Bisa berpartisipasi dalam event/bazaar dan pameran makanan dapat membantu memperkenalkan produk kepada konsumen baru. Ini memungkinkan usaha untuk menunjukkan keunggulan produknya secara langsung dan menarik perhatian media sebagai calon pelanggan.

Ancaman (Threats)

1. Persaingan yang ketat dari banyaknya usaha sejenis yang menawarkan produk serupa dapat mempengaruhi pangsa pasar. Dalam situasi ini, penting untuk terus berinovasi dan mempertahankan kualitas produk untuk tetap relevan.
2. Kenaikan harga bahan baku dapat berdampak pada biaya produksi dan profitabilitas, sehingga memerlukan strategi manajemen biaya yang efektif.

3. Perubahan selera konsumen yang cepat juga dapat mempengaruhi permintaan akan produk rempeyek. Usaha ini harus mampu beradaptasi dengan tren dan preferensi konsumen yang terus berubah agar tetap menarik bagi pelanggan.
4. Regulasi pemerintah terkait industri makanan dapat mempengaruhi operasional dan biaya produksi. Kebijakan baru atau perubahan dalam regulasi dapat mengharuskan usaha untuk melakukan penyesuaian yang mungkin memerlukan biaya tambahan.
5. Risiko kesehatan dan keamanan pangan adalah isu kesehatan yang terkait dengan makanan dapat merusak reputasi produk dan usaha, sehingga penting untuk menjaga standar kualitas dan keamanan pangan yang tinggi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Usaha UMKM Rempeyek 4 sekawan ini memiliki potensi yang signifikan dalam pasar kuliner di Indonesia. Dengan memanfaatkan analisis SWOT dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh usaha rempeyek 4 sekawan. Selain itu produk rempeyek yang bervariasi dan berinovatif, seperti tambahan isian bayam dan jamur serta pilihan rasa yang unik, dapat menarik perhatian konsumen yang mencari produk makanan ringan yang berkualitas. Secara analisis usaha rempeyek 4 sekawan ini **layak** untuk di jalankan baik dilihat dari aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan yang stabil, aspek operasional, aspek produksi dan teknologi, aspek sumber daya manusia dan aspek hukum.

Kondisi pasar saat ini dapat menunjukkan adanya peningkatan permintaan terhadap makanan ringan, terutama yang berbahan lokal. Meskipun demikian, usaha ini juga harus menghadapi berbagai tantangan dari persaingan yang ketat serta perubahan preferensi konsumen. Oleh karena itu, diperlukannya strategi pemasaran yang efektif, termasuk pemanfaatan media sosial dan promosi langsung, untuk mencapai target pasar yang lebih luas serta meningkatkan visibilitas. Dengan modal awal yang terjangkau dan proyeksi keuntungan yang positif, rempeyek 4 sekawan ini diharapkan dapat berkembang dan menarik lebih banyak konsumen menggunakan analisis kelayakan bisnis.

DAFTAR REFERENSI

- Acai, S. N. (2020). Studi kelayakan bisnis. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Adih, S., & Supriadi, L. O. (2021). Studi kelayakan bisnis (Tinjauan, teori, dan praktis). Bandung: Widiana Bhakti Persada Bandung.
- Aprianti, A., & R. F. (2024). Analisis studi kelayakan bisnis pada UMKM Keripik Embayem ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran, aspek manajemen, dan sumber daya manusia, dan aspek hukum. *Journal of Social Science Research*, 386-393.
- Artiningsih, D. W. (2019). Studi kelayakan bisnis. Surabaya: PT. Muara Karya.
- Daoed, T. S., & M. A. (2021). Studi kelayakan bisnis (Teori dan aplikasi keuangan dalam bisnis). Medan: Undhar Press.
- Djafar, C. F. M., & A. S. (2021). Tingkat kesukaan dan karakteristik mutu produk rempeyek berbahan dasar ikan teri jengki kering. *Jurnal Ilmiah Perikanan dan Kelautan*, 1-8.
- Harahap, S. (2018). Studi kelayakan bisnis. Medan: Febi UIN-SU Press.
- Haris, I. (2022). Kebijakan pengelolaan SDM, keuangan dan operasional perdesaan (tinjauan literatur usaha kecil). *Journal of Islamic Business Management Studies*, 22-32.
- Hartanto. (2023). Analisis kelayakan bisnis UMKM "Peyek Mbok Tun". Seminar Nasional & Call For Paper, 1-9.
- Hendrawan, H. (2021). Analisis SWOT dan STP (Segmentasi, tertarget, posisi) terhadap strategi pemasaran digital pada usaha mikro-Bunda Culinary. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 127-138.
- Kholifah, A., & D. A. (2021). Pendampingan UMKM Peyek Bu Eswati Panggungroyom Pati dengan design pegemasan dan penjualan melalui media sosial. *Jurnal Pemerdayaan Masyarakat*, 1-8.
- Nurhayati, A., & R. H. (2024). Analisis studi kelayakan bisnis pada UMKM Cemilan Bosque ditinjau dari aspek pemasaran, teknis, hukum, sosial, dan ekonomi. *Jurnal Pemasaran Bisnis*, 1-13.
- Putri, E. N., & Z. K. (2024). Analisis studi kelayakan bisnis pada UMKM "Keripik Singkong YY Putra" ditinjau dari aspek hukum, pemasaran, operasional, ekonomi, dan sosial. *Jurnal Ekonomi Revolusioner*, 76-81.
- Ramdhani, R. F., & A. P. (2021). Analisis kelayakan bisnis UMKM Ramtaro Peyek "Carepey". Seminar Nasional & Call For Paper, 1-8.
- Romadhan, R. A., & A. R. (2024). Analisis aspek kelayakan bisnis pada UMKM Ubi Unggu (Purple Balls) Lumer di Tangerang. *Jurnal Media Akademik*, 1-23.
- Rosenoati, I., & D. E. (2023). Peningkatan kompetensi usaha mikro kecil dan menengah (MKM) berbasis studi kelayakan bisnis pada aspek keuangan (Studi kasus UMKM Desa Randusanga Wetan). *Jurnal Abdi Masyarakat*, 8-15.

- Rozikan. (2021). Pendampingan peningkatan kualitas produk UMKM Peyek melalui izin PIRT. Webinar Abdimas 4, 1-8.
- Salam, M. N., & E. H. (2023). Pemasaran produk UMKM melalui strategi branding di Desa Ngepoh Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 515-521.
- Santoso, R. L., & M. I. (2022). Analisis kelayakan finansial usaha peyek cabai rawit (*Capsicum frutescens* L) skala mikro. *Techhopex*, 1-13.
- Satriadi, A. O. (2024). Manajemen inovasi pada UMKM "Usaha Rempeyek Ibu Sumianti". *Jurnal Manajemen*, 1-10.
- Senjaya, M. (2021). Strategi pemasaran jasa terhadap perilaku konsumen. *Jurnal Stieyasaanggana*, 1-9.
- Sudaesono, A., & D. H. (2023). Pelatihan pembuatan laporan keuangan usaha rumahan UMKM Tunas Muda Olahhan Keripik dan Peyek Kec. Air Periukan Kab. Seluma Bengkulu. *Jurnal Dehasen Untuk Negeri*, 149-152.
- Syahputra, F. J. (2022). Studi kelayakan bisnis. Bali: Infes Media.
- Syam, S. (2023). Pelatihan pembuatan peyek kacang hijau dalam meningkatkan minat usaha dan perekonomian masyarakat di Desa Pacciro Kecamatan Ajanggale Kabupaten Bone. *Community Development Journal*, 7893-7898.
- Wulansari, A. F. (2024). Studi kelayakan sebagai langkah awal kesuksesan bisnis (Studi kasus pada UMKM Rumah Organik). *Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset*, 10-24.