

Analisis Kelayakan Usaha pada Minichick untuk Meningkatkan Kualitas Kinerja

I Wayan Septiadi¹, Yobert Kornelius², Harnida Wahyuni Adda³, Nur Riski Islianty⁴,

¹⁻⁴ Universitas Tadulako

Alamat: Jl. Soekarno Hatta Km. 9, Palu – Sulawesi Tengah

Korespondensi Penulis: wayan5497@gmail.com

Abstract. *The purpose of this writing is to analyze the business proposal submitted by the MBKM Entrepreneurship team, namely the Minichicken business. This research uses descriptive qualitative and quantitative case study methods. The results of this research include that the Minichicken business is feasible to run, this is supported by structured and clear marketing aspects and supported by positioning that is different from its competitors with a strategic location and competitive prices. On the other hand, in terms of production, it has been well prepared, starting from the production process, production targets to production capacity. Apart from that, it is supported by financial aspects that support the return of capital in just 2 months and a BEP of 87 units. Therefore, it can be concluded that the Minichicken business is worth running.*

Keywords: *Business Feasibility Analysis, STP, Marketing Mix 7P, Production Aspects, Financial Aspects.*

Abstrak. Tujuan penulisan ini adalah untuk menganalisis usaha yang diajukan oleh tim MBKM Kewirausahaan mandiri yaitu pada usaha Minichick. Pada penelitian ini menggunakan metode studi kasus secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Adapun hasil dari penelitian ini adalah diantaranya usaha Minichick ini layak untuk dijalankan, hal tersebut didukung oleh aspek pemasaran yang terstruktur dan jelas serta didukung *positioning* yang berbeda dengan pesaingnya dengan tempat yang strategis dan harga yang bersaing. Disisi lain dari segi produksi yang sudah disiapkan dengan baik, mulai dari proses produksi, target produksi hingga kapasitas produksi. Selain itu didukung oleh aspek keuangan yang mendukung dengan pengembalian modal hanya dalam 5 bulan serta BEP 341 unit. Maka dari itu dapat disimpulkan usaha Minichicken ini layak dijalankan secara keseluruhan.

Kata kunci: *Analisis Kelayakan Usaha, STP, Marketing Mix 7P, Aspek Produksi, Aspek Keuangan.*

LATAR BELAKANG

Pada tanggal 11 Februari 2020, surat kabar harian online Kompas melaporkan bahwa lebih dari 300 juta porsi makanan olahan ayam telah terjual melalui fungsi Go-Food di seluruh Indonesia pada tahun 2019 (Piddiani, 2022). Dapat dikatakan bahwa ayam goreng merupakan makanan yang bertahan sepanjang tahun dan bertahan hingga saat ini karena banyaknya peminat (Harsana, 2020). Banyaknya pecinta ayam goreng membuat menjamurnya restoran dan warung makan yang menjual menu ayam goreng dengan berbagai merek secara offline maupun online (Abifadilla, 2020). Hal ini meningkatkan kebutuhan tepung untuk pembuatan ayam goreng.

Usaha Minichick berada di kota Palu. Ide ini bermula ketika melihat adanya peluang dari ketatnya persaingan dalam usaha kuliner membuat para pelaku bisnis sekarang harus ini harus pintar membuat terobosan dan inovasi baru agar tetap terdepan dalam berbisnis kuliner. Salah satu usaha yang saat ini sedang menjanjikan adalah Minichick. Masakan berbahan dasar ayam

ini mulai banyak disukai para kuliner karena rasanya yang enak dan memiliki tampilan yang menarik sehingga membuat para konsumen tertarik untuk mencoba (Hasibuan, 2022). Minichick ini di dirikan karena pesaing di kota palu masih sedikit untuk usaha ini.

Tujuan pendirian usaha ini di kerena melihat banyaknya mahasiswa dan anak-anak sekolah yang memiliki uang jajan yang sangat terbatas sehingga kami membuat produk kuliner berupa Minichick dengan harga yang terjangkau dan relatif murah. Usaha ini berdiri untuk memberikan solusi kebutuhan primer manusia, dengan cara menjual produk makanan yang cepat saji serta praktis kepada mahasiswa dan pelajar.

Zaman modern ini, semua serba cepat dan praktis sehingga produk minichick ini solusi untuk menghemat waktu serta praktis di konsumsi kapanpun dan dimanapun (Satira, 2021). Ada banyak jenis olahan yang berbahan dasar ayam, misalnya ayam geprek, ayam goreng, ayam bakar dan beberapa jenis makanan olahan lainnya. Di antara semua jenis olahan berbahan dasar ayam, sehingga muncul ide membuat produk yaitu produk makanan dalam bentuk potongan ayam mini. Keunggulan dari produk ini salah satunya tanpa menggunakan bahan pengawet dan menggunakan bahan-bahan yang segar(fresh) dan memiliki bahan yang sangat terjamin kualitasnya.

Minichick yang diproduksi memiliki dua varian menu yaitu produk minichick tanpa nasi mulai dari harga Rp. 1.000/potong ayam, dan untuk harga per-paket + nasi di bandrol dengan harga Rp. 10.000an yang dimana harga yang kami tetapkan sangatlah sesuai dengan kantong mahasiswa/mahasiswi dan pelajar yang memiliki uang saku yang terbatas. Dalam proses poduksi Minichick, kami selalu menjaga kebersihan, produk Minichick di buat dengan menggunakan dada ayam fillet dan dibaluri tepung yang sudah di campurkan dengan bumbu yang khas sehingga tekstur dari produk Minichick ini memiliki cita rasa yang lembut di dalam cripy di luar sehingga konsumen mendapatkan kepuasan dalam cita rasa yang di inginkan.

Berdasarkan ide usaha yang diusulkan dari tim MBKM Kewirausahaan, diperlukan analisis berdasarkan data untuk mempekuat dan mengetahui kelebihan dan kekurangan dari usaha yang diusulkan secara terstruktur. Analisis kelayakan usaha dapat digunakan dalam penelitian ini dengan memanfaatkan tool STP (segmenting, targeting and possitioning), 7P (Product, Price, Promotion, Placement, People, Process, and Physical Evidence), SWOT (strength, weakness, opportunities, threat), aspek produksi dan aspek keuangan.

Segmentasi, targeting dan positioning (STP) adalah sebuah pendekatan atau model yang digunakan untuk mengembangkan pesan dan strategi pemasaran yang tepat untuk kelompok

target tertentu (Vivaldy, 2023). Model pemasaran ini dikenal sebagai salah satu model pemasaran yang paling efektif dan banyak digunakan hingga saat ini.

Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya secara konsisten di pasar sasaran (Purbohastuti, 2021). Di sisi lain, penyesuaian juga dilakukan pada bauran pemasaran karena produsen menyesuaikan elemen-elemen bauran pemasaran untuk setiap pasar sasaran. Variabel-variabel dalam bauran pemasaran dapat digunakan secara efektif jika diatur sesuai dengan situasi dan kondisi dimana perusahaan berada. Dari definisi-definisi di atas dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran didefinisikan sebagai faktor-faktor yang dapat dikendalikan dan dimanfaatkan oleh manajer pemasaran untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik.

Analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT) adalah analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki dan akan dihadapi oleh perusahaan. Kekuatan perusahaan adalah sumber daya, keterampilan, dan keunggulan lain yang dimilikinya dibandingkan dengan pesaing dan kebutuhan pasar. Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan sumber daya, keterampilan, dan kemampuan yang menghambat kinerja perusahaan; keterbatasan ini dapat berupa fasilitas yang masih menjual barang. Peluang ketika posisi perusahaan dalam lingkungan industri sangat menguntungkan, ketika menemukan segmen pasar yang sebelumnya terabaikan, ketika ada perubahan dalam situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, peningkatan hubungan antara pemasok dan pembeli, dll. Ancaman dalam sebuah perusahaan adalah situasi di mana posisi perusahaan dalam lingkungan persaingan sangat tidak menguntungkan. Ancaman adalah ancaman yang secara signifikan menghalangi posisi perusahaan dan mengganggu tujuan perusahaan (Permadi, 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada bulan Desember 2023. Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Studi kasus adalah suatu pencarian pengetahuan secara empiris yang menyelidiki suatu fenomena di dalam konteks kehidupan nyata, bilamana batas-batas antara fenomena dan konteks tak tampak dengan tegas dan multisumber bukti dimanfaatkan. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber asli atau sumber pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk atau file yang telah disunting. Data ini harus dicari melalui sumber atau responden yang digunakan sebagai sarana untuk mendapatkan informasi atau data,

yaitu responden survei atau individu (Narimawati 2008). Data primer meliputi volume produksi, harga jual, harga bahan baku, biaya listrik, biaya tenaga kerja dan biaya investasi. Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2008). Data sekunder ini merupakan data yang mendukung kebutuhan data primer, seperti buku-buku, literatur dan bacaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wirman Sambal merupakan kelompok usaha yang memproduksi sambal kemasan dengan tiga varian isi yaitu sambal isi penja, sambal isi rono, dan sambal isi ikan cakalang fufu khas kota palu. Wirman Sambal kelompok usaha yang menghasilkan makanan yang tentu saja mempunyai batas waktu sambal tersebut sehingga menjadikan tantangan tersendiri bagi semua anggota tim untuk memaksimalkan kinerja mereka dalam meminimalisir kerugian dengan menjual produk sambal tepat pada waktu sebelum *expired*. Dalam hal ini diperlukan Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia untuk mengelola usaha Wirman Sambal guna memaksimalkan kinerja yang dihasilkan tiap individu untuk mencapai tujuan usaha tersebut.

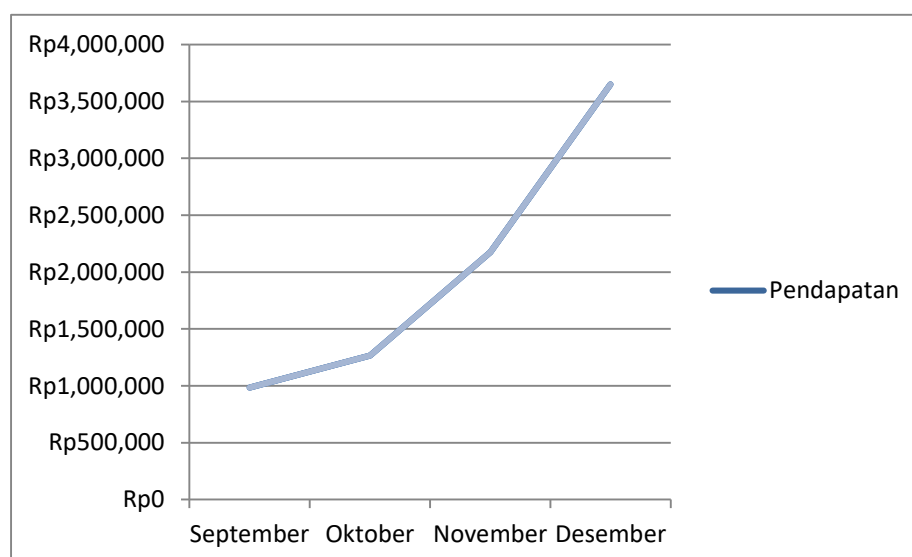
Awal mulai berwirausaha kelompok usaha Wirman Sambal mengalami kerugian akibat return produk yang banyak, hal ini dikarenakan kinerja anggota tim yang tidak maksimal dalam menjalankan tugas-tugas yang diberikan dan juga kurangnya rencana awal dibagian produksi serta pembagian kerja yang telah direncanakan sebelumnya tidak berjalan dengan baik.

Terkait fenomena yang terjadi maka anggota kelompok usaha Wirman Sambal melakukan perbaikan di bagian Sumber Daya Manusia. Dimana kelompok usaha tim Wirman Sambal melakukan perencanaan kembali dengan lebih matang dan terarah sesuai dengan tujuan kelompok. Lalu melakukan perubahan untuk tugas dua orang anggota tim yang harus ditukar tugasnya dikarenakan mereka menjalankan tugas tidak sesuai dengan passion mereka. Lanjut kelompok usaha tim Wirman sambal juga melakukan perencanaan, pergerakan, pengarahan dan pengawasan ketat dibagian produksi guna menghasilkan produk yang tahan lama dan higienis hingga aman untuk dikonsumsi oleh konsumen. Seperti melakukan melakukan pengawasan terhadap produk yang berada di mitra yaitu dengan melakukan pengecekan produk sekali dalam seminggu.

Kelompok usaha tim Wirman Sambal juga menerapkan strategi manajemen sumber daya manusia terkait inovasi yang terus dilakukan guna mencapai hasil yang maksimal dan sesuai dengan kemauan konsumen seperti dibidang rasa konsumen lebih banyak menginginkan sambal kemasan dengan isian ikan cakalang fufu khas kota palu dibanding dengan isian rono

dan penja yang mana kedua isian ini diawal melakukan produksi selalu terjadi return. Lanjut juga di bagian logo yang awalnya kami hany memakai gambar kartun dengan tulisan wirman sambal saja berubah dari waktu ke waktu dengan hasil akhirnya kelompok usaha tim Wirman Sambal mempunyai logo yang kekinian dan sesuai aturan yang berlaku untuk produk makanan yang tertera di label tersebut terdapat komposisi produk, tanggal pembuatan, tanggal kadarkuarsa, saran penyajian, alamat rumah produksi, no telephone dan WA, serta juga ID halal. Lanjut tim usaha Wirman Sambal juga menerapkan strategi Patner untuk meningkatkan kinerja anggota tim dengan mengahsilakan pendapatan yang lebih besar lagi hingga tujuan dari usaha Wirman Sambal tercapai.

Selama beberapa waktu perbaikan maka diperoleh hasil yang maksimal dari kinerja anggota tim Wirman Sambal yang makin meningkat setelah diterapkannya Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia dengan hasil perolehan pendapatan makin meningkat tiap bulannya seperti terlihat pada grafik dibawah ini:



Grafik 1: Grafik pendapatan per-bulan Wirman Sambal

Berdasarkan hasil dari observasi di lapangan secara langsung dan juga hasil wawancara anggota kelompok usaha tim wirman Sambal maka diperoleh hasil bahwa Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia berpengaruh untuk meningkatkan Kinerja anggota tim usaha Wirman Sambal, terbukti dengan melakukan strategi-strategi Mnajemen Sumber Daya Manusia anggota kelompok usaha tim Wirman Sambal memaksimalkan kinerja mereka dengan hasil pendapatan usaha yang tiap bulannya meningkat.

Menurut Donni J.P. dikutip dalam (Darmadi, 2022), tujuan utama dari strategi ini untuk meningkatkan kinerja sekarang dan yang akan datang secara berkesinambungan sehingga dapat

mempertahankan keunggulan kompetitifnya. Proses pengembangan strategi MSDM memberikan keuntungan bagi organisasi, yaitu:

- a. Mendefinisikan kesempatan kendala MSDM dalam mencapai tujuan organisasi.
- b. Memperjelas gagasan baru terhadap isu-isu MSDM yang berorientasi pada hasil dan memberi persepektif yang lebih luas.
- c. Melakukan tes komitmen manajemen pada kegiatan, menciptakan proses pengalokasian SDM untuk program dan kegiatan yang spesifik.
- d. Memfokuskan pada kegiatan jangka panjang yang dipilih dengan mempertimbangkan prioritas pertama untuk 2 atau 3 tahun mendatang.
- e. Melakukan strategi yang memfokuskan pada pengelolaan fungsi SDM dan pengembangan staff yang berklat.

Untuk meningkatkan kinerja anggota tim usaha Wirman sambil diperlukan adanya perilaku peran yang mendukung penerapan strategi bersaing. Beberapa dimensi perilaku peran pegawai yang diperlukan untuk mendukung penerapan dari strategi bersaing pendidikan menurut (Darmadi, 2022), yaitu:

- a. Strategi inovasi, perilaku peran karyawan yang diperlukan adalah kreativitas tinggi, berfokus pada jangka panjang, mempunyai tingkat kerjasama yang tinggi, perilaku mandiri, memiliki perhatian pada kualitas dan kuantitas, seimbang dalam orientasi proses dan hasil, penerimaan risiko pada tingkat tinggi serta toleransi yang cukup tinggi terhadap ketidakpastian.
- b. Strategi penurunan biaya, diperlukan perilaku karyawan yang relatif berulang dan dapat diprediksi, berfokus jangka pendek, lebih mengutamakan pada kegiatan individu dan otomisasi, dengan memberikan perhatian kualitas, perhatian terhadap kuantitas output lebih tinggi, kurang berani menanggung risiko dan lebih menyukai kegiatan yang bersifat stabil.
- c. Strategi peningkatan mutu, perlu didukung dengan profil perilaku peran karyawan yaitu perilaku yang relatif berulang dan dapat diprediksi, berfokus pada jangka menengah, cukup mau melakukan kerjasama, perilaku mandiri, perhatian yang tinggi terhadap kualitas, fokus tinggi terhadap proses, kurang berani mengambil risiko dan cukup mempunyai komitmen terhadap tujuan organisasi. Faktor penentu kesuksesan pelaksanaan strategi pendidikan ada pada manajemen sumber daya manusia. Pendidikan memiliki strategi yang bagus tapi tidak didukung oleh kemampuan sumber daya manusia yang memadai maka strategi itu tidak akan sukses. Karena pelaksanaan strategi

harus didukung oleh perilaku peran sumber daya manusia yang tepat guna kesuksesannya dan tercapainya tujuan pendidikan.

Strategi-strategi diatas bisa dilaksanakan oleh manajemen sumber daya manusia dengan berupaya tidak hanya sekedar mengelola anggota tim untuk bekerja keras (strategi penurunan biaya) atau bekerja dengan cerdas (strategi peningkatan mutu) akan tetapi menuntut anggota tim untuk bekerja dengan berbeda (unik). Hasil kerja keras anggota tim yang cerdas dapat menciptakan produk dengan biaya rendah dengan mutu bagus dan unik sehingga sulit untuk ditiru oleh para pesaing. Hal ini merupakan penerepan dari Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia yang dilakukan oleh usaha Wirman Sambal dalam meningkatkan kinerja anggota tim.

Asumsi yang mendasari praktik MSDM menyatakan bahwa manusia adalah sumber daya utama organisasi dan kinerja organisasi sangat bergantung pada mereka (Anwar & Herlina, 2022). Oleh karena itu, bisa disimpulkan bahwa serangkaian kebijakan dan proses SDM dikembangkan dan diterapkan secara efektif, maka SDM akan memberikan dampak besar terhadap kinerja perusahaan.

Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Malik et al., 2019 menyatakan bahwa peran strategi sumber daya manusia berpengaruh dalam meningkatkan kualitas kinerja, penelitian yang dilakukan oleh Ningrum, 2020 menyatakan bahwa strategi sumber daya manusia berpengaruh dalam meningkat kinerja karyawan, penelitian yang dilakukan oleh Aruperes et al., 2018 menyatakan bahwa strategi sumber daya manusia sangat penting karena hal tersebut dapat meningkatkan kinerja karyawan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Yusran & Id tahun 2018, Dipang dkk pada tahun 2013, Iskandar di tahun 2018 dan Panjaitan pada tahun 2017 juga menyatakan bahwa strategi sumber daya manusia berpengaruh dalam meningkat kinerja karyawan (Lestari et al., 2023).

KESIMPULAN DAN SARAN

Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia memengaruhi dalam meningkat kinerja tim pada usaha wirman sambal. Adapun beberapa strategi yang sudah dilakukan oleh Wirman Sambal untuk meningkatkan manajemen sumber daya manusia pada usaha sambal kemasan mereka yaitu adalah sebagai berikut: Melakukan Perencanaan atau Planning, fungsi pertama dari manajemen SDM adalah membuat perencanaan secara sadar dalam pengambilan keputusan yang dibuat secara matang. Yang kedua adalah Orientasi, Pelatihan, dan Pengembangan yang bertujuan untuk pencapaian omset. Kemudian melakukan evaluasi kinerja, yang bertujuan untuk memantau, mengevaluasi anggota tim agar kinerja tim meningkat.

DAFTAR REFERENSI

- Anwar, S., & Herlina, E. (2022). the Impact of Strategic Human Resource Management on Organizational Performance. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 3(12), 1303–1309. <https://doi.org/10.36418/jist.v3i12.555>
- Darmadi. (2022). Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif. *Equator Journal of Management and Entrepreneurship*, Vol.10, No.
- Lepak, D. P., Liao, H., Chung, Y., & Harden, E. E. (2006). A Conceptual Review of Human Resource Management Systems in Strategic Human Resource Management Research. *Research in Personnel and Human Resources Management*, 25(06), 217–271. [https://doi.org/10.1016/S0742-7301\(06\)25006-0](https://doi.org/10.1016/S0742-7301(06)25006-0)
- Lestari, S., Syahriza, R., & Harahap, M. I. (2023). Strategi manajemen sumber daya manusia dalam meningkatkan kualitas kinerja karyawan. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 19(03), 720–729.
- Moleong. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rordakarya.
- Novia, R. S., & Dkk. (2021). KINERJA KARYAWAN. In A. Masruroh (Ed.), *Manajemen. WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG*.
- Sugioyo. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*.
- Sukirman. (2017). *JIWA KEWIRAUSAHAAN DAN NILAI KEWIRAUSAHAAN MENINGKATKAN KEMANDIRIAN USAHA MELALUI PERILAKU KEWIRAUSAHAAN*. *Journal UNY*, Voleme 20.