

**STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA PRODUK RENGGINANG MBAK YUL SITUBONDO*****BUSINESS FEASIBILITY STUDY ON PRODUCTS RENGGINANG MBAK YUL SITUBONDO***

**Mohammad Yahya Arief<sup>1)</sup>, Ratna Koba Susanti<sup>2\*)</sup>, M. Risqi Pratama<sup>2)</sup>, Wahyudi<sup>3)</sup>, Halimatus Sa'idah<sup>4)</sup>, Puspita Putri<sup>5)</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

<sup>2</sup>ratnakobasusanti@gmail.com

DOI: [https://doi.org/10.36841/cermin\\_unars.v7i2.4013](https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v7i2.4013)

**ABSTRAK**

Penelitian ini mengungkap kisah sukses Mbak Yul, seorang produsen rengginang di Desa Semiring, Kecamatan Mangaran, Kabupaten Situbondo. Telah mengembangkan bisnisnya secara signifikan. Penelitian ini mencoba memahami perjalanan Mbak Yul dalam merintis dan mengembangkan produksi rengginang, serta faktor-faktor yang menunjang kesuksesannya. Metode penelitiannya meliputi wawancara mendalam dengan Mbak Yul, observasi di lokasi produksi, dan analisis data ekonomi terkait usahanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesuksesan Mbak Yul tidak lepas dari dedikasi, inovasi variasi rasa rengginang, dan penggunaan platform online untuk memasarkan produknya. Rengginang Mbak Yul berdiri sejak tahun 2016, dimana tempat ini menjadi satu kesatuan dari mulai produksi, showroom dan hunian. Proses produksi Rengginang Mbak Yul masih manual, sehingga membutuhkan banyak tenaga kerja untuk memproduksi Rengginang. Selain itu, kolaborasi dengan komunikasi lokal juga mendukung pertumbuhan bisnisnya. Kesuksesan Mbak Yul di bisnis rengginang memberikan inspirasi bagi para pengusaha muda dan pelaku usaha mikro untuk mengikuti jejaknya. Kajian ini memberikan gambaran potensi bisnis rengginang dan peran pentingnya dalam mempromosikan kuliner tradisional Situbondo.

Kata kunci: rengginang; kelayakan bisnis; potensi bisnis

**ABSTRACT**

*This study reveals the success story of Mbak Yul, a rengginang producer in Semiring Village, Mangaran District, Situbondo Regency. Has developed its business significantly. This research tries to understand Mbak Yul's journey in starting and developing her rengginag production, as well as the factors that have helped her success. The research method involves in-depth interviews with Mbak Yul, observations at production locations, and analysis of economic data related to her business. The research results show that Mbak Yul's success is due to dedication, innovation in variations of rengginang flavors, and the use of online platforms to market her products. Rengginang Mbak Yul was founded in 2016, where this place became one unit from the start of production, showroom and residence. Mbak Yul's Rengginang production process is manual, so it requires a lot of labor to produce Rengginang. Apart from that, collaboration with local communications has also supported its business growth. Mbak Yul's success in the*

*rengginang business provides inspiration for young entrepreneurs and micro business people to follow in her footsteps. This study provides insight into the business potential of rengginang and its important role in promoting traditional Situbondo culinary delights.*

*Keywords: rengginang; business worthed; business potential*

## **PENDAHULUAN**

UMKM merupakan usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Berdasarkan undang-undang nomor 20 tahun 2008 usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan ataupun badan usaha perorangan dengan jumlah asset maksimal 0 sampai 50 juta dan omset total 0 sampai 150 juta. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh cabang orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan dengan jumlah kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta sampai Rp 10 omzet total Rp 2,5 miliar sampai Rp 50 miliar. Dalam menumbuhkan pertumbuhan ekonomi masyarakat UMKM memiliki kontribusi yang besar khususnya di negara-negara berkembang, dampak yang berpengaruh positif dapat menggerakkan roda perekonomian bangsa mengurangi jumlah pengangguran.

Dimulai MEA (masyarakat Ekonomi Asean) yang diberlakukan pada awal 2016 menuntut para pelaku UMKM agar bisa bersaing dengan para pengusaha dari negara ASEAN. Oleh karena itu, dukungan penuh dari pemerintah. Pelaku usaha besar dan masyarakat sangat diperlukan untuk mendorong pertumbuhan UMKM supaya tidak sampai ada penurunan ataupun kebangkrutan. Pada realitanya yang terjadi di lapangan tidak seperti harapan. Beberapa UMKM ada yang berangsur-angsur mengalami penurunan dari segi kualitas produk maupun jumlah usahanya. Kenyataan ini tentu berbanding terbalik dengan program pemerintah yang berusaha mengangkat UMKM agar terus berkembang agar terus menyokong ekonomi Negara.

Dalam hal ini harus ada kesadaran dari seluruh masyarakat Indonesia khususnya di Kabupaten Situbondo untuk berperan aktif dalam mengatasi pengangguran karena pemerintah hanya membantu dengan program-program pemerintahan seperti UKM (Usaha Kecil Menengah), sementara itu yang harus

menjalankan adalah masyarakat itu sendiri. Pemerintah berharap, khususnya Masyarakat Situbondo tidak terpaku hanya sebagai pencari kerja. Di era pasar terbuka saat ini masyarakat harus merubah pola pikirnya dari pencari kerja tetapi dapat berwirausaha atau menciptakan lapangan pekerjaan (*entrepreneur*). Untuk itulah kami menyusun penelitian ini untuk membahas tentang bagaimana peluang usaha kecil menengah dan yang akan penulis bahas dalam penelitian ini adalah mengenai usaha Rengginang Mbak Yul.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan fenomenologi sebagai metode pendekatan. Penelitian bertujuan menemukan fenomena atas kejadian, akuisisi pengalaman dan bagaimana pengalaman tersebut terbentuk. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diantaranya meliputi aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) dan aspek finansial.

Objek penelitian ini yaitu industri Rengginang Mbak Yul, yang menyediakan berbagai varian rasa olahan Rengginang. Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2023 selama satu minggu lebih. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini berasal dari studi pustaka, dimana dilakukan melalui telaah literatur. Sedangkan teknik pengumpulan data di lapangan dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dimana informan dalam penelitian ini adalah ownernya sendiri.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Menurut Kasmir dan Jakfar (2020:07) Studi Kelayakan Bisnis adalah kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam menentukan layak atau tidaknya suatu usaha yang dijalankan. Dalam menentukan suatu usaha layak atau tidaknya. Analisis kelayakan bisnis digunakan untuk menentukan layak atau tidak layak suatu usaha tersebut. analisis

ditinjau dari beberapa aspek, yaitu aspek hukum, aspek sumber daya manusia, dan aspek teknis.

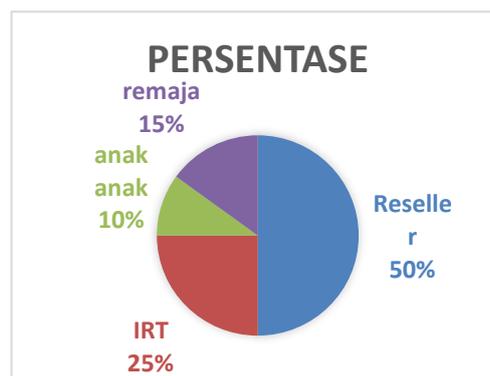
**Aspek Hukum** - Usaha bisnis ini berdiri sejak tahun 2016 silam, yang dimana tempat awal produksi usaha tersebut dikembangkan melalui showroom di kampus UNARS Situbondo yang kemudian berkembang menjadi bisnis rumahan hingga saat ini yang beralamat di Desa Semiring, Kec. Mangaran, Kab. Situbondo. Pembelian bisa dilakukan secara online atau PO. Usaha ini memiliki surat ijin perdagangan (SIUP), nomor pokok wajib pajak (NPWP) sejak tahun 2018.

**Aspek Pasar / Pemasaran** - Dalam proses pemasaran Rengginang Mbak Yul dengan cara Order atau datang langsung ke lokasi. Terkait pemasaran online memanfaatkan media sosial yaitu instagram @rengginang\_mbk\_yul dan Whatsapp 085886771888. Targeting usaha Rengginang Mbak Yul berdasarkan rentang usia dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Target pasar rengginang mbak yul

Jenis Target	Keterangan	Rentang Usia
Target Utama	Reseller	19- 50 Tahun
Target Kedua	Ibu Rumah Tangga	30 Tahun keatas
Target Tambahan	Anak-anak, Remaja	12 tahun keatas

Berdasarkan demografis latar belakang customer, dijabarkan dalam gambar 1 berikut.

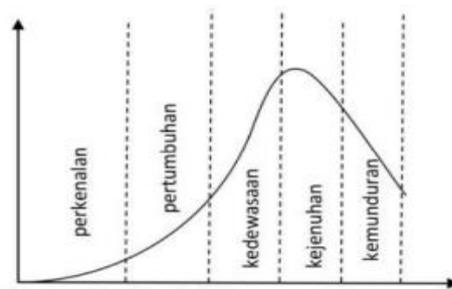


Gambar 1. Bagian demografis customer berdasarkan latar belakang  
Sumber Data Penelitian 2023

Dari segi *positioning* Rengginang Mbak yul memposisikan sebagai referensi utama customer yang memperoleh kepuasan pelayanan saat ini memang

paling banyak promosi customer adalah Reseller, hal ini sesuai dengan targeting dari startup yang menjadikan ibu rumah tangga dan remaja sebagai target utama pasar ini, menjadi target utama owner adalah merupakan bagian dari kelompok ini sehingga diharapkan lebih mudah dalam menjalankan promosi dan marketing usaha.

Menurut Suliyanto (2010:85) ada lima tahapan sebuah produk, yaitu pengenalan, pertumbuhan, kedewasaan, kejenuhan dan kemunduran. Secara rinci siklus pertumbuhan produk dapat dilihat pada gambar 2 berikut.



Gambar 2. Siklus kehidupan produk

Berdasarkan siklus kehidupan Rengginang Mbak Yul berada pada tahap pertumbuhan, pada tahap ini produk sudah hampir dikenal oleh semua orang, jumlah pesaing yang sudah mulai banyak, pada tahap pertumbuhan promosi merupakan strategi yang tepat. Hal ini terbukti pada hasil penelitian bahwa banyak orang yang tertarik dengan promosi yang diberikan. Sebuah startup akan dikatakan berhasil jika mampu menemukan model yang tepat bagi tumbuhnya startup tersebut.

**Aspek Teknis Dan Teknologi** - Dalam aspek operasional lokasi usaha Rengginang Mbak Yul terletak di daerah paling utara Situbondo, di lingkungan yang masih lumayan dekat dengan daerah kota. Lokasi ini merupakan milik pribadi yang dimana terletak di rumah owner. Adapun investasi awal keterseiaan peralatan dan perlengkapan usaha rengginang mbak yul. Sebagaimana tercantum dalam tabel berikut :

Tabel 2. Daftar Peralatan dan Perlengkapan Rengginang Mbak Yul

No.	Nama	Fungsi
1	Kompor Gas	Untuk mengukus Rengginang
2	Baskom	Sebagai tempat perendaman
3	Ember Plastik	Tempat membersihkan beras ketan
4	Pisau	Memotong
5	Sendok	Mengaduk Rengginang
6	Karung	Tempat menyimpan beras ketan
7	Nampan	Alat pembantu penjemuran
8	Impulse	Digunakan untuk packing
9	Dandang	Mengukus Rengginang
10	Centong Kayu	Untuk mengaduk adonan Rengginang
11	Plastik	Membungkus Rengginang
12	Tabung Gas	Bahan bakar mengukus Rengginang
13	Print Logo Kemasan	Untuk membedakan usaha Rengginang dengan pesaing

Aspek operasional kedua adalah menentukan harga jual produk, pemilik usaha harus mampu menjelaskan kepada konsumen varian apa saja yang paling best seller di Rengginang Mbak Yul. Hal ini dilakukan agar pelanggan maupun Reseller merasakan kepuasan saat membeli Rengginang Mbak Yul. Berikut Daftar Varian Rasa Rengginang Mbak Yul yang tertera di tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Daftar Harga Varian Rasa Rengginang Mbak Yul

NO	VARIAN RASA	HARGA
1	Terasi	Rp 13.000
2	Bawang	Rp 13.000
3	Udang	Rp 14.000
4	Cumi	Rp 14.000
5	Kerang	Rp 14.000
6	Rainbow	Rp 14.000
7	Pedas	Rp 14.000
8	Gula Jawa	Rp 14.000

**Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia** – Rengginang Mbak Yul memiliki 9 orang tenaga kerja diantaranya sebagai bagian cetak, packing dan masak. Berdasarkan aspek sumber daya manusia, jika dilihat dari potensial dan lokasi usahanya ini cukup potensial karena lokasinya yang berada di kawasan pedesaan dan dekat dengan kawasan wisata kampong kerapu cukup strategis dari segi lokasi, dari segi promosi usaha rumusan ini menggunakan sistem promosi di

media sosial. Berdasarkan aspek teknis usaha ini dinyatakan layak karena telah memiliki keterangan yang sudah lengkap.

**Aspek Keuangan** - Menurut Kasmir dan Jakfar (2003) aspek keuangan merupakan aspek yang digunakan untuk menilai perusahaan secara keseluruhan. Keputusan keuangan dari perusahaan dimulai dari penelitian desain bisnis strategi untuk menciptakan nilai. Selanjutnya strategi diimplementasikan dengan membuat investasi melalui sumber daya yang terbatas dengan kegiatan-kegiatan tertentu. Untuk itu diperlukan perencanaan keuangan yang merancang suatu anggaran keuangan yang terkait dengan penyusunan anggaran (*budgeting*).

Dalam satu hari produksi Rengginang Mbak Yul bisa meraup keuntungan atau laba bersih sebesar Rp 200.000 dan dalam satu bulan bisa mencapai omset 6jt lebih. Ketika menjelang bulan Ramadhan omset penjualan bisa naik 100% pada hari-hari biasa, bahkan bisa 3 kali lipat dari hari-hari biasa.

## KESIMPULAN

Berdasarkan paparan hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Usaha Rengginang Mbak Yul dinyatakan layak baik dari aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen sumber daya manusia, dan aspek keuangan. Saran yang dapat diberikan terhadap usaha Mbak Yul yaitu dapat meningkatkan keberlanjutan usaha melalui perluasan pasar, pengelolaan keuangan yang cerdas, dan partisipasi dalam inisiatif sosial dan lingkungan. Saran tersebut diharapkan dapat memberikan landasan strategis bagi para pengusaha untuk meningkatkan kinerja dan keberlanjutan usaha Rengginang Mbak Yul.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M. 2020. Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta Selatan: Alfabeta
- Difa Muzakar. 2020. Studi Kelayakan Investasi Bisnis Pada Proyek Pengolahan Kelapa Sawit Di Indra Giri Hilir, Riau. Institut Teknologi Nasional Malang (ITN), Malang.
- Herawati, Anjanis Dewi., Arief, Mohammad Yahya., Fandiyanto, Randika. 2023. Pengaruh Brand Awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli

Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Seafood Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 7(2), 1434-1451.

Fahmi, I. 2013. Definisi etika bisnis. Etika bisnis: teori kasus, dan solusi. Bandung: ALFABETA.

Fandiyanto, Randika., Chofijah, Tyas Nuril., Soeliha, Siti. 2022. Diversifikasi Dan Kualitas Produk Dalam Membangun Kepuasan Dan Loyatas Pelanggan. *Cermin*, 6(1), 312-324.

Harahap, S. 2018. Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Integratif. (FEBI UIN-SU Press) Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan.

Kasmir, J., & Jakfar. 2003. Studi Kelayakan Bisnis. Edisi-3. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kasmir, Jakfar. 2020. Studi Kelayakan Bisnis, Edisi Revisi, Jakarta : Kencana

Sugiyono, 2018. Metode penelitian kuantitatif. Bandung: Alfabeta

Suliyanto, 2010. Studi Kelayakan Bisnis. Yogyakarta: Penerbit Andi