

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang biasanya disebut dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan yang sangat penting terhadap pertumbuhan ekonomi negara Indonesia. UMKM dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang baru, UMKM juga dapat memotivasi pertumbuhan ekonomi setelah krisis moneter pada tahun 1997 dimana banyak perusahaan besar yang sulit dalam mengembangkan usahanya (Wurdiyanti, 2013).

Kemampuan UMKM untuk bertahan dan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi negara disebabkan oleh beberapa faktor unggulan yang dimiliki UMKM. Faktor-faktor tersebut adalah penggunaan bahan baku lokal atau domestik, tenaga kerja dengan upah rendah, relatif cepat bergerak ke arah penyesuaian penggunaan bahan baku dan orientasi pasar (As'ari, 2013). Hal ini berbeda dengan perusahaan besar yang harus membayar upah tenaga kerja dalam jumlah besar. Beberapa perusahaan yang bergantung pada bahan baku impor juga kesulitan mempertahankan kegiatan produksi akibat kenaikan harga bahan baku

Tambunan (2002) menyatakan bahwa dilihat dari banyaknya unit usaha di semua sektor ekonomi, peran UMKM tidak dapat dihindari mengingat kontribusinya yang besar terhadap penciptaan lapangan kerja dan sumber pendapatan. Usaha Besar (UB) tidak mampu menyerap semua pencari kerja. Ketidakmampuan menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar disebabkan karena secara umum UB relatif padat modal, sedangkan UMKM relatif padat karya. Selain itu, UB biasanya membutuhkan pendidikan formal yang tinggi dan pengalaman kerja yang harus dimiliki oleh karyawan, sedangkan UKM khususnya Usaha Kecil (UK) atau Industri Rumah Tangga (IRT) umumnya tidak memerlukan pendidikan formal yang tinggi (Rahayu, 2015).

Di Indonesia, perkembangan UMKM belum mengalami peningkatan yang maksimal. Hal ini dikarenakan belum optimalnya perhatian dari pemerintah dan juga masyarakat akan UMKM. Pada masa orde baru, baik pemerintah maupun

ekonomi lebih banyak berpihak pada pelaku ekonomi yang memiliki skala besar untuk menjalankan roda perekonomian Indonesia (Wignyo, 2013). Keadaan tersebut menjadikan UMKM akan sulit untuk mempertahankan usaha mereka mengingat sulitnya mendapatkan modal, tanpa ada pembinaan maupun pelatihan dalam meningkatkan keterampilan, minat dari masyarakat yang masih kurang serta tidak ada pangsa pasar untuk produk UMKM.

Perhatian pemerintah pada UMKM mulai menunjukkan peningkatan sejak adanya Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2007 mengenai Kebijakan Percepatan Pengembangan Sektor Riil dan Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Rahayu, 2015). Instruksi Presiden memberikan tugas untuk seluruh Menteri, Kepala Lembaga Pemerintah Non Departemen, Gubernur dan Bupati/Walikota agar dapat mengambil langkah-langkah yang dibutuhkan untuk mempertahankan serta meningkatkan UMKM di setiap wilayah. Hal ini tentu saja berdampak pada meningkatnya jumlah UMKM. Pada periode 2007-2008, besarnya jumlah UMKM meningkat 2,88% (Warsono dkk, 2010). Hal ini juga terjadi pada tahun 2008-2009, 2009-2010, 2010-2011 dan juga 2011-2012, dimana jumlah UMKM pada tahun-tahun tersebut mengalami peningkatan masing-masing sebesar 2,64%, 2,56%, 2,02% dan 2,14% (Depkop, 2012).

Jumlah UMKM yang telah mengalami peningkatan di Indonesia dalam setiap tahunnya memperlihatkan bahwa masyarakat mempunyai keinginan kuat agar dapat meningkatkan kesejahteraan melalui usaha maupun industri rumah tangga. Bidang usaha yang dipilih beragam, misalnya seperti kuliner, *fashion*, pendidikan, otomotif dan agroindustri (Rahayu, 2015). Pada Bidang kuliner contohnya membuka usaha makanan ringan seperti tahu bakso, tahu walik dan oleh-oleh makanan khas daerah. Perkembangan UMKM sendiri juga semakin pesat di Kabupaten Kudus, hal ini seiring dengan berkembangnya Kabupaten Kudus tersebut yang menjadi salah satu pusat industri di Provinsi Jawa Tengah.

Pada kurun waktu 2015 sampai 2019 telah terjadi perkembangan jumlah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) ke arah peningkatan. Kapasitas kelembagaan UMKM di Kabupaten Kudus telah menjadi prioritas pembinaan terhadap keberadaan UMKM, sehingga diharapkan jumlah UMKM di Kabupaten

Kudus akan terus meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini dikarenakan dengan adanya peningkatan jumlah UMKM menunjukkan jika semakin banyak wirausaha baru dan akan mengurangi jumlah pengangguran di Kabupaten Kudus sesuai dengan apa yang diharapkan, dimana peningkatan tersebut menjadi prioritas atau program unggulan dari Bupati dan Wakil Bupati Kudus. Berikut ini adalah perkembangan jumlah UMKM masing-masing Kecamatan di Kabupaten Kudus dari tahun 2015 sampai 2019:

**Tabel 1.1**

**Jumlah UMKM Setiap Kecamatan di Kabupaten Kudus Tahun 2015 – 2019**

No	Kecamatan	2015	2016	2017	2018	2019
1	Kaliwungu	1.769	1.769	1.790	1.814	1.843
2	Kota Kudus	2.338	2.503	2.503	2.573	2.626
3	Jati	1.741	1.741	1.541	1.576	1.629
4	Undaan	1.579	1.579	1.582	1.609	1.619
5	Mejobo	516	516	525	551	576
6	Jekulo	1.665	1.665	1.665	1.691	1.725
7	Bae	1.199	1.199	1.465	1.489	1.525
8	Gebog	1.440	1.440	1.482	1.514	1.546
9	Dawe	1.503	1.503	1.958	1.983	2.006
	Jumlah	13.750	13.915	14.511	14.800	15.095

Sumber: Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Koperasi dan UKM Kudus, 2020.

Tabel 1.1 diatas menunjukkan jika jumlah UMKM di Kabupaten Kudus pada tahun 2019 mencapai angka 15.095 unit, dimana jumlah tersebut mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang jumlahnya 14.800 unit. Dari jumlah UMKM sebanyak 15.095 di tahun 2019, terdiri dari usaha mikro sebanyak 14.204 unit, usaha kecil sebanyak 788 unit, dan usaha menengah sebanyak 103 unit. Peningkatan jumlah UMKM tersebut tentu saja dapat menjadi indikator dari tingkat keberhasilan akan program unggulan dari Pemerintah Daerah Kabupaten Kudus dalam mencetak wirausaha baru melalui pelatihan kewirausahaan serta program hibah bantuan modal usaha kepada para wirausaha

baru yang didukung dari dana Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Pemerintah Kabupaten Kudus.

Berdasarkan atas jumlah 14.204 unit usaha mikro tentu saja banyak yang menjalani usaha berbeda, salah satunya adalah usaha makanan dan minuman, dimana usaha tersebut menjual produk olahan makanan dan minuman untuk konsumen. Dari sekian banyak UMKM yang menjual produk makanan dan minuman, salah satunya adalah produk olahan yang dibuat dari bahan dasar tahu. Hal ini karena tahu menjadi salah satu produk yang sudah biasa ditemukan oleh masyarakat dan juga hampir sebagian besar masyarakat di Kabupaten Kudus mengkonsumsi tahu dan produk olahannya.

Tahu merupakan salah satu produk pangan yang sangat digemari oleh masyarakat di seluruh Indonesia. Masyarakat Indonesia sejak dulunya sudah terbiasa mengonsumsi tahu sebagai lauk pendamping nasi ataupun sebagai camilan. Tahu merupakan makanan yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia karena rasanya yang enak dan harganya juga relatif murah. Tahu mengandung beberapa nilai gizi, seperti protein, lemak, karbohidrat, kalori, mineral, fosfor dan vitamin B kompleks. Tahu juga sering dijadikan menu diet rendah kalori karena kandungan karbohidratnya yang rendah (Utami, 2012).

Salah satu produk olahan tahu yaitu tahu walik yang merupakan jajanan tahu dibalik yang diisi dengan adonan ayam dan dihidangkan dengan sambal petis. Walaupun masih termasuk baru, saat ini tahu walik sudah menjadi salah satu jajanan yang menjadi pilihan. Hal ini ditunjukkan dari semakin banyak yang menjual produk tahu walik terutama di Kabupaten Kudus. Semakin banyak jumlah penjual produk tahu walik, maka persaingan yang terjadi juga akan semakin meningkat. Hal ini karena produk yang dijual relatif sama yaitu tahu walik, lokasi usaha yang saling berdekatan biasanya pada pasar yang sama atau minimarket yang berdekatan, jumlah pembeli yang masih terbatas mengingat tahu walik sebagai variasi produk baru dari bahan dasar tahu, sehingga mengakibatkan persaingan semakin ketat. Oleh sebab itu, setiap produsen atau penjual tahu walik tentu saja akan berupaya untuk terus meningkatkan daya saing melalui produknya, sehingga akan tetap menjadi pilihan konsumen, dan tujuannya untuk

memenangkan persaingan dan menjadi produk tahu walik utama akan dapat tercapai.

Tahu Walik “Hokky” merupakan usaha di bidang kuliner yang masuk dalam kategori snack atau oleh-oleh. Usaha yang dikembangkan dari uji coba resep ini menawarkan tahu walik dengan dua varian yaitu ayam sayur dan sapi. Usaha Tahu Walik “Hokky” yang akan dimulai ini direncanakan mentarget pasar wilayah Kudus dan sekitarnya. Sampai tahun 2021 ini, jumlah penjual tahu walik di Kabupaten Kudus telah mencapai 15 orang (google.com 2021). Diantaranya adalah Tahu Walik 88, Tahu Walik Bang Toyib, Tahu Walik Mercon Quinezz, Tahu Walik Kireina, Bu Ida, Bang Jhon.

Pada masa Pandemi Covid-19 seperti saat ini, usaha tahu walik menjadi salah satu usaha yang juga terkena dampak secara langsung, akan tetapi banyak penjual tahu walik yang masih mampu bertahan karena produk yang dijual adalah makanan yang dibutuhkan oleh konsumen. Salah satu penjual tahu walik yang ditemui oleh peneliti adalah Tahu Walik Bu Ida. Usaha tahu walik Bu Ida sampai saat ini sudah berjalan selama 7 tahun, dan proses produksinya di rumah. Untuk metode penjualannya, bisa langsung datang ke rumah maupun melalui ojek online, dan juga jasa titipan lainnya. Hal ini dilakukan agar tetap bisa bertahan dari persaingan dan juga kondisi yang ada saat ini dimana masih adanya Pembatasan Kegiatan Masyarakat. Jumlah penjualan produk tahun walik dari Bu Ida juga masih tergolong tinggi, dimana dalam satu hari masih bisa menjual produk tahu walik lebih dari 1500 buah. Hal inilah yang menjadi salah satu alasan untuk didirikannya tahu walik Hokky di Kudus, mengingat masih ada peluang untuk tetap bertahan walaupun kondisi dunia usaha sedang mengalami penurunan.

Pendirian Tahu Walik Hokky juga dikarenakan mengingat saat ini Kota Kudus menjadi salah satu kota tujuan wisata dan berpeluang konsumen mencari oleh-oleh. Selain itu Tahu Walik Hokky diharapkan dapat dinikmati setiap lapisan masyarakat di Kota Kudus sebagai cemilan yang mengenyangkan yang dapat disimpan dan bertahan lama, mengingat di masa pandemi ini masyarakat harus dapat menghindari berkerumun. Oleh sebab itu, dengan adanya Tahu Walik Hokky menjadi salah satu pilihan untuk dinikmati kapanpun di rumah. Usaha



Tahu Walik Hokky didirikan atas dasar bahwa makanan tahu walik itu memiliki rasa yang unik sebagai camilan dan banyak diminati, serta memiliki varian isi yang menarik sehingga diharapkan dapat menarik para konsumen untuk membeli, serta mampu bersaing di pasar. Agar usaha tersebut dapat berjalan dengan berhasil, maka dibutuhkan studi kelayakan usaha yang benar-benar matang sebelum usaha benar-benar mulai dijalankan.

Studi kelayakan untuk mendirikan suatu usaha diperlukan karena kondisi masa depan yang penuh dengan ketidakpastian, sehingga diperlukan pertimbangan-pertimbangan tertentu dan untuk mengurangi risiko kegagalan suatu proyek investasi atau usaha yang akan dijalankan, oleh karena itu dalam suatu studi kelayakan terdapat berbagai aspek yang harus dipelajari dan diteliti. kelayakan sehingga hasil studi dapat digunakan untuk memutuskan apakah proyek atau usaha tersebut layak, ditunda atau bahkan dibatalkan (Kasmir dan Jakfar, 2016). Studi kelayakan usaha sangat dibutuhkan oleh banyak kalangan terutama bagi investor sebagai pemrakarsa, perbankan sebagai pemberi kredit, dan pemerintah yang memberikan kemudahan terhadap peraturan perundang-undangan yang tentunya kepentingan semua elemen tersebut berbeda-beda (Sulastri, 2016).

Studi Kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang kegiatan atau usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan (Kasmir dan Jakfar, 2016). Pada dasarnya, tujuan utama wirausaha melakukan studi kelayakan bisnis adalah untuk mengukur apakah usaha yang akan dijalanannya berpeluang memiliki kelanjutannya atau berhenti pada titik tertentu. Studi kelayakan bisnis adalah studi tentang rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya suatu bisnis, tetapi juga dapat mengontrol kegiatan operasional secara teratur untuk mencapai tujuan. Adanya studi kelayakan usaha juga bertujuan untuk mengurangi risiko kerugian, memudahkan perencanaan usaha, pelaksanaan, pengendalian dan pengawasan. Studi kelayakan usaha merupakan pertimbangan awal yang harus dilakukan sebelum menjalankan usaha, dan pengendalian kegiatan operasional agar mendapatkan keuntungan yang maksimal. Oleh sebab

itu, studi kelayakan bisnis dapat menjadi hal paling dasar yang harus diketahui sebelum melakukan suatu usaha atau bisnis, sehingga studi kelayakan tersebut dapat dilakukan sebelum usaha tersebut terbentuk. Studi kelayakan bisnis memiliki aspek-spek seperti hukum, aspek teknis, aspek lingkungan, aspek pasar dan pemasaran, aspek manajemen, serta aspek keuangan (Husnan, 2014).

Studi kelayakan rencana pendirian usaha Tahu Walik “Hokky” dilakukan untuk mendapatkan gambaran kondisi pasar, persaingan, keunggulan dan kelemahan, serta gambaran keuangan yang nanti akan dikeluarkan dan diterima oleh pemilik Tahu Walik “Hokky”. Studi kelayakan perencanaan usaha Tahu Walik Hokky dalam penelitian ini hanya akan menggunakan beberapa aspek, yang terdiri dari ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek Sumber Daya Manusia, aspek produksi, dan aspek keuangan.

Penggunaan aspek pasar dan pemasaran diharapkan akan membuat pemilik tahun walik Hokky dapat mengetahui kondisi pasar dan juga kondisi persaingan pada pasar tahu walik yang terjadi saat ini, serta dapat menerapkan strategi pemasaran yang akan dilakukan sehingga dapat bersaing dengan produk-produk tahu walik yang sudah ada di pasaran. Hal ini terutama mengetahui keberadaan konsumen potensial, jumlah konsumen potensial, daya beli konsumen, serta strategi pemasarannya. Strategi pemasaran tersebut nantinya akan berkaitan dengan produk, harga, promosi, dan distribusi produk. Aspek hukum digunakan untuk mengetahui legalitas dari usaha tahu walik tersebut. Dalam aspek hukum, poin-poin yang dianalisis yakni izin lokasi, surat tanda daftar usaha, surat ijin usaha. Aspek Sumber Daya Manusia digunakan untuk mengetahui SDM yang terlibat dalam usaha tahu walik Hokky tersebut, baik dari jumlah tenaga kerja, kemampuan dan keterampilan dari SDM yang dimiliki.

Aspek produksi dalam penelitian ini digunakan untuk melihat kemampuan usaha tersebut dalam memproduksi tahu walik yang akan dijual, baik dari segi jumlah, permintaan tahu walik, modal produksi dan lain-lain. Aspek keuangan sendiri akan digunakan sebagai aspek yang menegaskan jika usaha tersebut layak atau tidak untuk dijalankan, mengingat dari aspek keuangan akan dapat diketahui jumlah penjualan maupun keuntungan yang akan dicapai melalui *Payback Period*

(*PP*), *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, *Profitability Index (PI)* sehingga akan sangat penting bagi kelangsungan usaha tahu walik “Hokky” (Siti Rahmadani, 2019).

Adanya gambaran tersebut akan mempermudah usaha Tahu Walik “Hokky” nantinya dalam menyusun strategi sehingga dapat menghadapi persaingan pasar. Oleh karena itu, dalam penelitian ini diambil judul “**Studi Kelayakan Usaha Tahu Walik Hokky di Kudus**”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana kelayakan pendirian usaha Tahu Walik “Hokky” ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek Sumber Daya Manusia, aspek produksi, dan aspek keuangan.

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui layak atau tidak layakkah pendirian usaha Tahu Walik “Hokky” yang ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek Sumber Daya Manusia, aspek produksi, dan aspek keuangan.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dituliskan sebelumnya, diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi banyak pihak diantaranya:

### **1.4.1. Bagi Pemilik Tahu Walik “Hokky”**

Hasil penelitian ini menjadi saran bagi pemilik Tahu Walik “Hokky” untuk mengetahui kelayakan usahanya, sehingga bisa berjalan sesuai dengan yang diinginkan.

### **1.4.2. Bagi Pelaku Usaha Tahu Walik**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi pelaku usaha tahu walik pada umumnya dalam studi kelayakan mendirikan usaha.



### **1.4.3. Bagi Peneliti Lain**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain terkait dengan kelayakan usaha.

