

Analisis UMKM di Bidang Pangan pada Usaha Potacorn Puk Puk Pasca Pandemi Covid-19

Iuneke Adhi Kristanti¹, Aji Prasetyo², Bima Prasetyo³, Sherly Febrinawati Kale⁴,

Iin Surya Dewi⁵, Hania Nur Anggika⁶

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya-Indonesia

*Email: iuneke.adhi@yahoo.com, ajiprasetyo@unipasby.ac.id, bimaprasetyo11@gmail.com,
sherlyvanhellsing17@gmail.com, haniaanuranggika657@gmail.com, iinsuryad@gmail.com

Abstrak

Jurnal ini bertujuan untuk mengevaluasi segala aspek dari kelayakan bisnis dari bisnis "Potacorn Puk puk". Dengan keadaan perekonomian yang menurun di masa pandemi membuat mata pencaharian masyarakat tidak stabil sehingga masyarakat dituntut untuk lebih kreatif lagi dalam membuka usaha sendiri agar jumlah pengangguran tidak meningkat dan masyarakat tetap bisa melangsungkan hidupnya. Tidak hanya mengangkat perekonomian masyarakat, makanan yang di jual juga harus memiliki nilai gizi agar masyarakat yang terdampak pandemi terhindar dari penyakit lainnya. Contohnya UMKM di bidang kuliner potacorn puk puk ini. Makanan ini merupakan salah satu makanan yang sehat karena berbahan dasar kentang yang mengandung karbohidrat dan berbahan dasar jagung yang kaya akan serat dan protein.

Kata kunci: *Study Kelayakan Bisnis, Pasca Pandemi, Kuliner Potacorn, UMKM*

ABSTRACT

This journal aims to evaluate all aspects of the business feasibility of the "Potacorn Puk puk" business. The declining economic situation during the pandemic has made people's livelihoods unstable so that people are required to be even more creative in opening their own businesses so that the number of unemployed does not increase and people can still live their lives. Not only lifting the community's economy, the food that is sold must also have nutritional value so that people affected by the pandemic avoid other diseases. For example, UMKM in the culinary field potacorn puk puk. This food is one of the healthiest foods because it is made from potatoes which contain carbohydrates and is made from corn which is rich in fiber and high in protein.

Keywords: *Business Feasibility Study, Post-Pandemic, Potacorn Culinary, UMKM*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau UMKM termasuk dalam jenis usaha produktif yang hingga saat ini perkembangannya di Indonesia tergolong sangat pesat. Tercatat hingga saat ini UMKM di Indonesia mencapai 62,9 juta unit yang terdiri dari; Kuliner, pertanian, peternakan, pengolahan, perdagangan, jasa dan komunikasi. Ditengah semakin pesatnya perkembangan UMKM, pergerakannya mengalami penurunan akibat kemunculan Covid-19 pada awal tahun 2020, yang memberikan dampak langsung bagi perputaran perekonomian khususnya bagi UMKM. Dengan bertambahnya kasus positif yang cukup signifikan setiap harinya, maka dikeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang PSBB atau Pembatasan Sosial Berskala Besar sebagai bagian dari upaya yang dilakukan pemerintah untuk menghentikan rantai penyebaran wabah Covid-19.

Pandemi Covid-19 telah membuktikan bahwa UMKM berperan penting terhadap perekonomian Indonesia. Sektor UMKM dinilai paling tinggi tingkat rentannya terhadap pandemi ini karena pada umumnya UMKM berpenghasilan dari perputaran dagangan yang dilakukan setiap hari. Ketika UMKM tidak mampu lagi menopang krisis ekonomi akibat pandemi ini, perekonomian Indonesia turun drastis selain akibat dari industri kuliner, pariwisata dan manufaktur. Terdapat beberapa strategi atau upaya yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha UMKM khususnya di industri kuliner untuk mengembalikan perekonomiannya pasca pandemi yaitu dengan melakukan studi kelayakan bisnis.

Studi kelayakan bisnis adalah rencana tertulis yang menjelaskan tentang bagaimana suatu kegiatan bisnis dilakukan agar tujuan yang telah ditetapkan dapat dicapai. Mata kuliah Business Plan dikembangkan untuk membantu mahasiswa memahami bagaimana formulasi rencana bisnis dan argumentasi yang mendukung mengenai hal tersebut dilakukan. Fokus kegiatan perkuliahan diarahkan untuk membangun sikap positif mahasiswa terhadap setiap peluang bisnis yang ada dan mengembangkan kepekaan diri terhadap perubahan lingkungan yang terjadi. Dalam studi kelayakan bisnis kali ini kelompok kami akan membuat kreasi makanan dari olahan kentang dan juga jagung, kelompok kami memilih untuk membuat makanan dengan nama "Potacorn Puk Puk". Potacorn Puk Puk adalah camilan yang sangat pas untuk dijadikan teman saat nugas, nongkrong, bersantai, dll.

Makanan ringan atau cemilan berbahan dasar kentang dan ayam sudah banyak digunakan oleh pengusaha-pengusaha lain, maka dari itu kami menemukan peluang bisnis dan berinovasi untuk membuat makanan ringan atau cemilan yang belum pernah dijual yaitu makan ringan berbahan dasar kentang dan jagung. Makanan cemilan berbahan dasar kentang dan jagung masih jarang dijual padahal jagung juga dapat dioleh sebagai pengganti ayam, jadi kentang di inovasikan menjadi potato cube dan jagung dijadikan dadar jagung mini. Dengan gantinya bahan tersebut akan menjadikan menjadikan makanan cemilan ini dapat dinikmati oleh semua

kalangan bahkan oleh orang yang vegetarian. Kita juga akan memodifikasi kemasan kita dengan lebih menarik.

Dalam bisnis plan kali ini membuat kreasi olahan dengan hasil masakan sendiri dengan membuat jajanan zaman sekarang. Karena, zaman modern saat ini makanan ringan sudah menjadi kebutuhan masyarakat sebagai camilan dalam keseharian mereka. Kami membuat olahan cemilan dengan berbahan dasar kentang dan jagung. Untuk memulai bisnis POTACORN PUKPUK, hal yang harus saya lakukan adalah melakukan analisis terhadap keinginan dan kebutuhan masyarakat terhadap jajanan, setelah melakukan analisis dipersiapkan bahan baku secara detail dan melakukan strategi pemasaran supaya bisa mencapai target dan camilan yang dibuat bisa dinikmati dan diminati oleh semua kalangan masyarakat.

METODOLOGI

Tinjauan Literatur

1. Pengertian UMKM

Menurut uu No.20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perorangan yang bukan merupakan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan yang di miliki di kuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Kriteria usaha mikro adalah sebagai berikut :
 - Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tanpa usaha.
 - Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00
2. Kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut :
 - Memiliki kekayaan paling banyak Rp50.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan usaha
 - Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00
3. Kriteria Usaha menengah adalah sebagai berikut :
 - Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan
 - Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp2.500.000.000.000,00.

2. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Pengertian studi kelayakan menurut Jumingan (2009:25) merupakan “penilaian yang menyeluruh untuk menilai keberhasilan suatu proyek, dan studi kelayakan proyek mempunyai tujuan menghindari keterlanjuran penanaman modal yang terlalu besar untuk kegiatan yang ternyata tidak menguntungkan.

3. Pengertian Potacorn

Potacorn adalah olahan cemilan dengan berbahan dasar kentang dan jagung yang di inovasikan kentang menjadi potato cube dan jagung menjadi dadar jagung mini yang dimakan secara bersamaan.

4. Segmen Pasar

Segmentasi pasar menurut Kotler (1994) adalah suatu proses untuk membagi pasar menjadi kelompok-kelompok konsumen yang lebih homogenya, di mana tiap kelompok konsumen dapat di pilih sebagai target pasar untuk di capai perusahaan melalui strategi bauran pemasarannya. Dalam setiap segmen terdiri dari individu dengan kebutuhan dan keinginan yang sama, terhadap usaha pemasaran yang di tawarkan.

5. Analisis SWOT

Menurut Freddy Rangkuti, analisis SWOT di artikan sebagai “analisis yang di dasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar dari produk ini yaitu semua kalangan mulai dari anak kecil, remaja dan dewasa serta ibu rumah tangga, dan outlet kami berada di lokasi strategis yaitu berada di sekitar lingkungan kampus, sekolah yang pembelinya mayoritas adalah pegawai kampus, mahasiswa serta masyarakat sekitar tempat kami tinggal. Ini akan mempermudah dalam proses pemasaran, dan kita juga bekerjasama dengan mitra online sehingga pembelian juga bisa dilakukan secara online yang anywhere dan anytime, dapat diakses, pesan dan kami akan mengirimnya dengan jasa pengiriman kurir.

Analisis SWOT

A. Strengths (Kekuatan):

- Kualitas Bahan-bahan yang digunakan adalah yang terbaik.
- Mempunyai berbagai varian rasa dan saos
- Sering mengadakan promo untuk menarik minat pembeli.
- Harga yang terjangkau untuk semua orang dengan mempertahankan rasa dan kualitas yang baik.
- Menyediakan layanan pesan antar melalui ojek online.
- 9/10 rata-rata konsumen menyukai makanan berbahan dasar kentang.

B. Weaknesses (Kelemahan):

- Potacorn merupakan produk baru sehingga membutuhkan iklan dan promosi untuk mengenalkan kepada masyarakat.
- Dengan menggunakan mini dadar jagung sebagai pengganti ayam belum tentu disukai semua orang.
- Membutuhkan dana yang besar untuk menyewa tempat yang strategis, promosi dan alat-alatnya.
- Efek Kesehatan karena mengkonsumsi makanan yang berminyak.

C. Opportunities (Peluang) :

- Media Sosial membantu memperkenalkan produk Potacorn kepada warganet yang selalu mengincar hal-hal kekinian.
- Perkembangan teknologi dalam dan informasi yang membantu menyebarkan informasi serta memasarkan dengan lebih cepat.
- Tren gaya hidup anak muda masa kini yang suka makanan cemilan yang kekinian.
- Potacorn merupakan produk cemilan yang baru sehingga menarik peminat untuk membeli.
- Masyarakat Indonesia yang suka ngemil menjadikan potacorn sebagai pilihan.

D. Threats (Ancaman)

- Adanya Kompetitor yang menjual produk serupa.
- Penawaran Harga yang lebih murah.
- Kenaikan harga bahan baku.
- Banyaknya makanan cemilan berbahan dasar kentang yang lain.

- Lokasi yang tidak strategis.

RENCANA PENJUALAN

Rencana penjualan (sales plan) menurut Glen (2009) adalah sebuah rencana yang menjelaskan tujuan bisnis, serta potensi resiko bisnis yang terjadi ke depannya.

a) Aspek Promosi

- Untuk menarik minat para konsumen Potacorn Puk Puk mengadakan promosi dengan memberikan kupon setiap pembelian untuk mendapatkan potongan harga, dan setiap bulan mengadakan diskon buy 1 get 1.
- Potacorn akan berpartisipasi mendaftarkan produknya dalam bentuk frozen food agar terdaftar dalam promosi yang disediakan oleh e-commerce tersebut seperti flash sale, gratis ongkir, voucher diskon, dan lain sebagainya. Fitur yang telah disediakan akan meningkatkan brand exposure kepada konsumen, dan juga menarik minat konsumen untuk segera membeli produk tersebut. Menjual atau memasarkan produk atau jasa dengan cara memanjang di tempat-tempat khusus, yang menarik perhatian dalam jangka waktu singkat, sehingga konsumen mudah untuk melihatnya.

b) Aspek Pemasaran

- Product (Produk)
Produk yang saya hasilkan adalah produk buatan saya sendiri dengan kualitas bahan yang berkualitas dan produk dengan kemasan yang menarik.
- Promotion (promosi)
Melakukan promosi melalui media social seperti: Instagram, facebook, dan whatsapp.
- Place (tempat)
Tempat pemasaran produk saya berlokasi Jl. Brigjen Katamso 3 no.31
- Price (harga)
Pada tahapan ini saya melakukan penjualan dengan harga yang relative murah dan dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat dengan tidak mengurangi kualitas dan isi produk.

TABEL ANGGARAN BIAYA

1. Kebutuhan Investasi

NO	JENIS	JUMLAH UNIT	HARGA
1	Tabung LPG 3kg	1	150.000
2	Teflon/Wajan	1	30.000
3	Capit	1	10.000
4	Mangkok besar	1	25.000
5	Sendok garpu	6 pasang	8000
6	Pisau	1	5000
7	Kompor 2 tungku	1	190.000
TOTAL			Rp. 418.000

2. Biaya Kebutuhan Bahan Baku

NO	JENIS	JUMLAH UNIT	HARGA
1	Kentang	2kg	35.000
2	Jagung manis	1kg	15.000
3	Wortel	½ kg	7.000
4	Minyak goreng	2 Liter	38.000
5	Tepung terigu	½ kg	10.000
6	Bread crumbs	1 kg	20.000
7	Telur	½ kg	13.000
8	Bumbu, penyedap,dll		10.000
9	Saos	½ kg	10.000
10	Mayonaise	½ kg	13.000
	TOTAL		Rp. 171.000

3. HPP

Biaya Produksi dan Biaya perunit dengan modal sejumlah Rp 171.000,- dapat memproduksi sebanyak 24 box

$$\begin{aligned} \text{HPP} &= \text{Modal} : \text{Produksi} \\ &= \text{Rp}171.000 : 24 \\ &= \text{Rp}7.125,- \end{aligned}$$

4. Perkiraan Laba / Rugi

Labanya yang diinginkan adalah sebesar 30%.

$$\begin{aligned} \text{Laba} \times \text{HPP} &= 30\% \times \text{Rp} 7.125,- = \text{Rp} 2.138,- \\ \text{Harga Jual} &= \text{total laba} + \text{HPP} \\ &= \text{Rp} 2138 + 7125 \\ &= \text{Rp} 9263,- \text{ (di bulatkan menjadi Rp } 10.000) \end{aligned}$$

5. BEP

$$\begin{aligned} \text{BEP harga} &= \text{Total biaya produksi 1 kali produksi} : \text{produksi} \\ &= \text{Rp. } 171.000 : 24 \text{ unit} = \text{Rp. } 7125 \\ \text{Harga jual per unit} &= (\text{BEP harga} + \text{Keuntungan } 30\%) \\ &= \text{Rp. } 7125 + \text{Rp. } 2138 = \text{Rp. } 9263 / \text{Rp.}10.000 \end{aligned}$$

BEP produksi = Total biaya produksi untuk 1 kali produksi : Harga per unit
 = Rp.171.000 : Rp. 10.000
 = 17 porsi

6. PerkiraanPendapatan

Target per-hari = 15 box food pail
 Pendapatan = 15 x Rp 10.000,-
 = Rp 150.000,-
 Pendapatan per-bulan = 30 x Rp150.000,-
 = Rp4.500.000,-
 Pendapatan per-tahun = 12 x Rp 4.500.000,-
 = Rp 54.000.000,-

KESIMPULAN

Dari kegiatan yang kami lakukan adalah bahwa mahasiswa sangat memerlukan proses pembelajaran seperti ini karena kita bisa secara langsung merasakan bagaimana cara menawarkan dan menjual produk kepada orang lain. Pengalaman ini bisa menjadi dasar ketika nanti kami akan membuka suatu usaha. Asal ada kemauan dan keinginan untuk berusaha pasti kita bisa melakukannya, karena dalam dunia bisnis modal bukannya segalanya. Kami berharap Potacorn Puk Puk dapat menjadi perusahaan makanan yang terkenal dan digemari masyarakat luas. Dukungan dan bantuan dari semua pihak akan sangat membantu kami dalam pengembangan layanan kami.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberi dukungan baik terhadap program pengabdian ini. Terimakasih kepada Seminar Hasil Riset dan Pengabdian ke 4 Universitas PGRI Adi Buana Surabaya selaku penyelenggara kegiatan ini dan telah memberi dukungan terhadap program pengabdian ini. Penulis berharap sudah memberikan yang terbaik dalam program pengabdian ini sehingga banyak pihak yang tidak merasa rugi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifqi, M., & Junaedi, D. (2021). Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(2), 192-205. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i2.311>
- Asmini, Sutama, I. N., Haryadi, W., & Rachman, R. (2020). Manajemen Business Cycle Sebagai Basis Peluang Usaha Pasca Covid-19: suatu Strategi Pemulihan Ekonomi Masyarakat. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 121-129.
- Hardilawati, W. L. (2020, Juni). Strategi Bertaan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, 10(1), 90-98.

- Hamdani. 2020, Mengenal Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Lebih Dekat. (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia).
- Husein Umar, Studi Kelayakan Bisnis, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama), ed. 3 revisi, h. Juminan, 2009. Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: Bumi Aksara).
- Kotler, P. 1997. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Prenhallindo. Kristian, W., & Indrawan, F. (2019). Studi Kelayakan Bisnis dalam Rangka Pendirian XX Cafe. Jurnal Akuntansi, 11(2), 379-400. <https://doi.org/10.28932/jam.v11i2.1932>
- Rofa, I., Meilani, A., Hasibu, N., Nasution, A., & Suhairi, S. (2021). Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis. VISA: Journal of Vision and Ideas, 1(2), 222-235. <https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.945>