

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perekonomian di Indonesia saat ini berada dalam kondisi yang sangat tidak stabil, yang berdampak langsung pada melonjaknya tingkat kemiskinan. Banyak pekerja yang terkena pemutusan hubungan kerja (PHK) serta para pengangguran terdidik yang belum pernah mendapatkan pekerjaan sama sekali turut merasakan dampak dari ketidakstabilan ekonomi ini. Kondisi ini menuntut pemerintah agar segera mengambil langkah-langkah yang cerdas serta solusi yang cepat dan tepat guna untuk mengatasi tingginya angka kemiskinan terdidik dan mengurangi tingkat kemiskinan. Salah satu langkah strategi yang perlu diambil adalah dengan mendorong pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).¹

UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Selain berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja yang luas, UMKM juga menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Keberadaan UMKM tidak hanya membantu mengurangi angka kemiskinan, tetapi juga memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk mengembangkan kreativitas dan keterampilan mereka dalam meningkatkan kualitas hidup serta kesejahteraan.²

¹ Dara Puspita, Nadya Ervina, and Habib Matwar, "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Terhadap Usaha Kerupuk Sari Rasa Di Desa Deli Serdang Ditinjau Dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran Dan Aspek Keuangan," *VISA: Journal of Vision and Ideas* 2, no. 3 (2022): 161.

² Satriaji Vinatra. "Peran Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara Dan Masyarakat," *Jurnal Akuntan Publik* 1, no. 3 (2023): 2.

Pada saat ini pertumbuhan jumlah usaha di Indonesia cukup pesat. Hal ini dibuktikan dengan bermunculannya usaha berjenis UMKM. Dengan munculnya usaha tersebut dapat menciptakan suatu harapan agar mencapai kehidupan yang layak, serta bisa dijalankan oleh siapa pun yang bertekad dalam menjalankannya.³

Tabel 1.1
Data UMKM tahun 2018-2023

Tahun	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64,19	65,47	64	65,46	65	66
Pertumbuhan (%)		1,98%	-2,24%	2,28%	-0,70%	1,52%

Sumber: <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>

Data diatas menunjukkan bahwa pertumbuhan UMKM mengalami fluktuasi selama tahun 2019 sampai 2022, akan tetapi pada tahun 2023 tercatat bahwa pertumbuhan UMKM naik sekitar 1.52% dengan total 66 juta jumlah UMKM yang tersebar di seluruh Indonesia. Dengan banyaknya UMKM juga dapat menimbulkan persaingan yang lebih ketat terhadap sesama pelaku usaha. Hal ini menjadi tantangan bagi mereka dalam pengembangan suatu usaha, supaya usaha tersebut dapat berkembang dan bergerak pada era saat ini.

Adapun UMKM yang berkembang di masyarakat adalah usaha tahu. Tahu merupakan salah satu jenis makanan sumber protein dengan bahan dasar kacang kedelai yang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia. Tahu memiliki kandungan gizi yang tinggi. Makanan ini sebagai hidangan pelengkap

³ Dita Amanah, Elisa Debora Simarmata May, and Dedy Ansari Harahap, "Strategi Pengembangan Usaha Hamper 'Kasih Kamu' Bandung," *Jurnal Abdimas Berdaya: Jurnal Pembelajaran, Pemberdayaan dan Pengabdian Masyarakat* 5, no. 1 (2022): 73.

lauk yang paling umum disajikan oleh masyarakat baik golongan atas, menengah maupun golongan bawah semua menghidangkannya. Proses pembuatan tahu tergolong mudah, serta harga yang relatif murah menjadikan banyak masyarakat mendirikan usaha tahu. Dengan adanya hal tersebut, persaingan penjualan tahu menjadi lebih ketat.⁴

Kota Kediri menjadi salah satu kota di Indonesia yang berlokasi di Jawa Timur. Kota ini terkenal dengan makanan khasnya yakni tahu takwa. Tahu takwa menjadi oleh-oleh favorit bagi wisatawan domestik maupun mancanegara yang sedang berlibur atau berkunjung ke Kota Kediri. Salah satu sentra usaha tahu yang terkenal di Kota Kediri yakni berlokasi di Kelurahan Tinalan Kecamatan Pesantren Kota Kediri.

Usaha Tahu di Kelurahan Tinalan Kecamatan Pesantren Kota Kediri menjadi sentra usaha tahu yang terbesar di Kota Kediri. Hal ini dibuktikan dengan sebagian pencaharian penduduknya sebagai produsen tahu, serta adanya penyematan nama Kampung Tahu oleh Pemerintah Kota Kediri, sebab usaha tahu di kampung tersebut sudah ada sejak tahun 1954 hingga turun-temurun sampai sekarang.⁵ Saat ini, usaha tahu yang ada di Kelurahan Tinalan mencapai sekitar 20 produsen tahu.

⁴ Kasmari, Kis Indriyaningrum, and Susi Widiasari, "Strategi Pemasaran Tahu Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Perusahaan Tahu Di Kabupaten Pekalongan," *Jurnal Pengabdian pada Masyarakat (PENAMAS)* 4, no. 2 (2020): 92.

⁵ Admin, "Tahu Takwa: Si Kotak Kuning Yang Jadi Primadona," *Pemkot Kediri The Service City*, last modified 2021, accessed January 12, 2024, <https://www.kedirikota.go.id/p/dalamberita/11378/tahu-takwa-si-kotak-kuning-yang-jadi-primadona>.

Tabel 1.2
Daftar UMKM Tahu di Kelurahan Tinalan

No	Nama Usaha	Pemilik	Produk
1	SDD	Moharyono	Tahu Takwa, Stik Tahu, Kripik Tahu Walik, Kripik Tahu Bulat
2	Bu Nur	Zaelani	Tahu Takwa, Stik Tahu
3	Budi Purnomo	Budi Purnomo	Tahu Takwa, Tahu Putih
4	Eko	Eko Supriyanto	Tahu Putih
5	Tahu 99	Jamal	Tahu Takwa
6	POPULER	Marfuah	Tahu Takwa
7	DLL 37	Gumono	Tahu Putih
8	AMAN	Parman	Stik Tahu
9	Makmur	Wagiatno	Tahu Putih
10	MJS	Mujaiz	Tahu Takwa, Tahu Putih
11	Bintang Barokah	Notis	Tahu Takwa, Tahu Putih, Stik Tahu
12	JMA	Sam Hendratno	Tahu Putih
13	Pak Min	Khoirul	Tahu Takwa, Tahu Putih
14	Wijaya Kembar	Supingi	Tahu Takwa, Stik Tahu, Coklat Tahu, Keripik Tahu Bulat
15	Lancar Jaya	Supriyo	Tahu Putih, Stik Tahu
16	SIS	Siswanto	Tahu Kuning, Stik Tahu
17	RTT	Roni	Tahu Kuning, Stik Tahu
18	Anto	Anto	Tahu Putih
19	Lestari Jaya	Imron	Tahu Takwa, Tahu Putih
20	Tahu MAR	Eni Siswanto	Tahu Takwa, Tahu Pong sayur, Tahu Bakso Kress, Tahu Pong Kress, Tahu Bulat, Stik Tahu, Tahu Kriuk Bulet

Sumber: (data diolah oleh peneliti tahun 2024).

Berdasarkan observasi sementara, untuk menentukan tempat penelitian penulis mengambil 3 tempat usaha di Kelurahan Tinalan antara lain: SDD, Wijaya Kembar, dan MAR, dikarenakan ketiga usaha tersebut memiliki keunggulan dalam segi produk. Oleh karena itu, sebagai data perbandingan awal, peneliti melakukan perbandingan dengan menggunakan pendekatan 4-P dan omzet penjualan per tahun.

Alasan menggunakan pendekatan 4-P karena konsep ini dapat diterima secara luas di dunia akademis dan praktis karena kesederhanaan dan mudah dipahami dalam menjelaskan strategi pemasaran produk. Selain itu, alasan menggunakan omzet penjualan sebagai data pembandingan karena memberikan kemudahan bagi peneliti dan pembaca untuk mengetahui seberapa banyak produk yang terjual, sehingga bisa menjadi tolak ukur efektivitas penjualan dan daya tarik produk pada suatu usaha.

Berikut perbandingan strategi pemasaran yang dijalankan oleh ketiga usaha menggunakan analisis 4-P:

Tabel 1.3
Data Perbandingan 4-P (*Product, Price, Place, Promotion*)
Pada UMKM Tahu SDD, Wijaya Kembar, dan MAR

	SDD	Wijaya Kembar	MAR
Produk (<i>Product</i>)	1. Tahu Takwa 2. Stik Tahu 3. Kripik Tahu Walik 4. Kripik Tahu Bulat	1. Tahu Takwa 2. Stik Tahu 3. Coklat Tahu 4. Keripik Tahu Bulat	1. Tahu Takwa 2. Tahu Putih 3. Tahu Bakso Kress 4. Tahu Pong Kress 5. Tahu Bulat 6. Stik Tahu 7. Tahu Kriuk Bulet
Harga (<i>Price</i>)	Harga produk Rp. 2.500 sampai dengan Rp. 27.000	Harga produk Rp. 2.500 sampai dengan Rp. 27.000	Harga mulai dari Rp. 3.500 sampai dengan Rp. 38.000
Tempat (<i>Place</i>)	Secara offline: 1. Membuka <i>outlet</i> di rumah 2. Konsinyasi di pusat oleh-oleh di Kediri	Secara offline: 1. Membuka <i>outlet</i> di rumah 2. Konsinyasi di pusat oleh-oleh di Kediri	Secara offline: 1. Membuka <i>outlet</i> di rumah 2. Menjual produk di Pasar Setono Betek 3. Menjual Produk ke pengecer 4. Mendistribusi-

			kan ke daerah Kecamatan Pare dan luar daerah seperti di Sidoarjo.
	Secara online: <i>Shopee, Lazada, Tokopedia.</i>	Secara online: <i>Shopee, Gofood, Tokopedia.</i>	Secara online: <i>Gofood, Shopee, Website, Tokopedia, Grabfood.</i>
Promosi (Promotion)	Secara online: <i>Instagram dan Facebook.</i> Secara offline: Melakukan promosi dari mulut ke mulut.	Secara online: <i>WhatsApp, Instagram, Facebook.</i> Secara offline: Melakukan promosi dari mulut ke mulut.	Secara online: <i>WhatsApp, Instagram, Facebook, Twitter.</i> Secara offline: 1. Melakukan promosi dari mulut ke mulut, 2. Melakukan promosi produk melalui komunitas lokal yang ada di Kediri, 3. Dibangunnya tugu tahu di area Sumber Banteng sebagai media untuk memperkenalkan <i>brand</i> Tahu MAR.

Dari data diatas, peneliti tertarik meneliti UMKM Tahu MAR karena bauran pemasaran usaha tersebut tergolong lebih unggul dibanding usaha tahu lainnya.

Pada perbandingan analisis 4-P serta observasi yang telah dilakukan, data tersebut menunjukkan bahwa Tahu MAR memiliki berbagai macam produk yang diujakan pada usaha tersebut. Selain itu, usaha MAR juga memanfaatkan media sosial sebagai media promosi bisnis seperti: *WhatsApp, Instagram,*

Facebook, Twitter, dan menjual di beberapa marketplace seperti: *Gofood, Shopee, Website, Tokopedia*, serta *Grabfood* agar semakin dikenal dan diminati oleh konsumen. Hal inilah yang diterapkan oleh Tahu MAR dalam upaya pengembangan usahanya serta mampu bersaing dengan usaha lainnya.

Selain itu, perbandingan antara ketiga usaha tahu diatas juga dapat dilihat pada hasil omzet penjualan usaha. Hal ini ditunjukkan pada tabel dibawah ini mengenai omzet penjualan yang dihasilkan oleh UMKM Tahu SDD, Wijaya Kembar, dan MAR sebagai berikut:

Tabel 1.4
Omzet Penjualan
Pada UMKM Tahu SDD, Wijaya Kembar, dan MAR

Omzet Penjualan 3 Tahun terakhir			
Nama Usaha	2021	2022	2023
SDD	Rp. 170.980.000	Rp. 190.320.000	Rp. 210.230.000
Wijaya Kembar	Rp. 190.670.000	Rp. 200.700.000	Rp. 228.000.200
MAR	Rp. 296.608.000	Rp. 450.290.000	Rp. 518.608.000

Sumber: Data Diolah Peneliti (2024).

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa omzet penjualan yang didapatkan oleh UMKM tahu MAR relatif meningkat selama tahun 2021 hingga 2023. Oleh sebab itu, usaha tersebut berpotensi untuk dikembangkan agar tetap bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Dengan memberikan produk yang bermacam-macam yang diharapkan mampu meningkatkan profitabilitas dan operasional yang lebih efisien.

Keberlanjutan dan pengembangan sebuah usaha ditentukan oleh aspek-aspek yang ada pada studi kelayakan bisnis. Studi kelayakan atau *feasibility study* ialah suatu bahan penilaian penting ketika mengambil suatu tindakan maupun keputusan, serta dapat menentukan apakah usaha yang telah direncanakan tersebut dapat beroperasi dengan layak atau tidak layak. Suatu

usaha dikatakan layak jika memenuhi bermacam-macam aspek, yang meliputi: aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis atau operasional dan teknologi, aspek manajemen dan organisasi, aspek ekonomi-sosial, aspek lingkungan, serta aspek keuangan.⁶ Dalam suatu bisnis, studi kelayakan penting untuk dilakukan, sebab adanya studi kelayakan bisnis diharapkan mampu melancarkan bisnis bagi pemilik usaha dalam mengembangkan usaha yang mereka jalankan serta membantu mereka dalam mengambil keputusan terkait usahanya.

Berdasarkan data yang diperoleh pada observasi awal peneliti, UMKM tahu MAR telah memenuhi kriteria atau aspek-aspek yang sudah ditentukan dalam analisis studi kelayakan bisnis, sehingga UMKM tahu MAR dikatakan layak. Adapun studi kelayakan bisnis yang telah dijalankan oleh UMKM tahu MAR antara lain pada aspek hukum seperti sertifikasi halal dan legalitas usaha yang telah terpenuhi, selanjutnya pada aspek pasar dan pemasaran seperti produk tahu yang dihasilkan sesuai dengan segmen pasar dengan memberikan variasi produk serta strategi pemasaran yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Pada aspek teknis atau operasional dan teknologi seperti letak lokasi usaha tersebut cukup strategis karena berada ditepi jalan raya, memiliki peralatan produksi yang memadai, dan terpenuhinya aspek lainnya.

Pada penelitian ini, meskipun pemilik UMKM telah melaksanakan aspek-aspek studi kelayakan bisnis, namun terdapat kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha yakni pada aspek keuangan dimana pelaku usaha masih kurang memahami dalam mengelola laporan keuangan secara menyeluruh. Oleh

⁶ kasmir and Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, 1st ed. (Jakarta: Prenadamedia Grup, 2003), 7–8.

karena itu, sangat penting untuk memperhatikan aspek keuangan dalam melakukan studi kelayakan bisnis agar dapat bertahan untuk jangka panjang dengan menjalankan rencana bisnis yang matang serta melakukan pemantauan rutin atas keuangan. Hal tersebut diharapkan mampu meminimalkan kendala pada aspek keuangan dalam studi kelayakan bisnis sehingga usaha ini dikatakan layak dan berpotensi untuk dikembangkan.

Pengembangan usaha merupakan serangkaian proses strategis yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau individu untuk meningkatkan kinerja, memperluas pasar, menambah produk atau layanan, serta meningkatkan keuntungan. Pengembangan usaha mencakup berbagai aspek, termasuk perencanaan bisnis, pemasaran, inovasi produk, peningkatan operasional, dan manajemen sumber daya. Pada pengembangan usaha dibutuhkan suatu perencanaan yang terukur dan terarah dalam bentuk studi kelayakan.⁷

Pada UMKM tahu MAR, studi kelayakan bisnis berperan penting dalam pengembangan usahanya. Peran studi kelayakan ini membantu pemilik usaha dalam meminimalisir risiko, seperti melakukan inovasi produk ketika produk tidak habis terjual, melakukan perencanaan strategis yang tepat seperti mengembangkan produk baru, menganalisis kondisi pasar, serta memperluas jangkauan pemasaran melalui di media sosial. Peran ini juga membantu pemilik usaha dalam pengambilan keputusan terkait keberlanjutan bisnis, karena usaha tahu MAR memiliki permintaan yang tinggi dan memiliki keuntungan yang menjanjikan, serta memberikan panduan untuk keberlanjutan jangka panjang seperti pengelolaan limbah yang baik, perekrutan karyawan

⁷ Wahyuni and Dkk, "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Aspek Produksi," *VISA: Journal of Vision and Ideas* 2, no. 2 (2022): 127.

sekitar usaha, dan peningkatan perekonomian mereka guna mencapai keberhasilan yang lebih besar. Dengan adanya peran tersebut dapat membantu pemilik usaha untuk pengembangan usaha barunya yakni *MAR Foodies Creation* dengan lingkup makanan roti kering yang berbeda dari inti usahanya yakni usaha tahu, hal tersebut bertujuan untuk memperkuat usaha utamanya agar memperoleh keunggulan kooperatif yang tidak berkaitan dengan inti bisnisnya.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik meneliti UMKM tahu MAR karena studi kelayakan bisnis tersebut telah dikatakan layak, dan berpotensi untuk dikembangkan sehingga adanya peran studi kelayakan diharapkan mampu meningkatkan pengembangan usahanya tersebut. Selain itu, peneliti ingin mengetahui secara mendalam mengenai studi kelayakan bisnis yang telah dijalankan oleh UMKM tahu MAR, sebab kegiatan studi kelayakan bisnis ini mampu menganalisis terhadap semua aspek usaha dan menentukan kelayakan usaha secara obyektif. Oleh karena itu, peneliti tertarik meneliti dengan dilaksanakannya penelitian yang berjudul **“PERAN STUDI KELAYAKAN BISNIS DALAM PENGEMBANGAN USAHA (Studi Pada UMKM Tahu MAR Di Kelurahan Tinalan Kota Kediri)”**.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana Analisis Kelayakan Bisnis Tahu MAR Di Kelurahan Tinalan Kota Kediri?
2. Bagaimana Peran Studi Kelayakan Bisnis Dalam Pengembangan Usaha (Studi Pada UMKM Tahu MAR Di Kelurahan Tinalan Kota Kediri)?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Menjelaskan Kelayakan Bisnis Tahu MAR Di Kelurahan Tinalan Kota Kediri.
2. Untuk Menjelaskan Peran Studi Kelayakan Bisnis Dalam Pengembangan Usaha (Studi Pada UMKM Tahu MAR Di Kelurahan Tinalan Kota Kediri).

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diperlukan untuk membagikan suatu yang bermanfaat bagi semua pihak. seperti:

1. Kegunaan Secara Teoritis:

Agar dapat meningkatkan pengetahuan bagi pembaca, baik untuk mahasiswa program studi ekonomi syariah ataupun bagi siapapun yang ingin membaca serta mendalami permasalahan yang berhubungan dengan peran studi kelayakan usaha tahu dalam meningkatkan pengembangan usaha.

2. Kegunaan Secara Praktis:

a. Bagi Peneliti

Pada penelitian ini diperlukan agar meningkatkan wawasan serta keilmuan yang menumbuhkan kemampuan suatu penelitian ilmiah.

b. Bagi Usaha

Penelitian ini dilaksanakan agar dapat memberikan suatu saran informasi tambahan, juga dapat dipakai untuk suatu bahan pertimbangan bagi pelaku wirausahaan dalam mempelajari peran studi kelayakan bisnis dalam pengembangan usaha.

c. Bagi IAIN Kediri

Dari penelitian ini dapat menambahkan suatu koleksi pada perpustakaan IAIN Kediri mengenai informasi yang memberikan masukan agar berguna dalam pengembangan ilmu pengetahuan, dan menumbuhkan khasanah keilmuan.

d. Bagi Pembaca

Diharapkan hasil penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan dari pengembangan usaha secara langsung di lapangan serta kesesuaiannya dalam studi kelayakan bisnis.

E. Telaah Pustaka

Berikut ini merupakan telaah pustaka yang dipakai oleh peneliti:

1. Analisis Kelayakan Usaha Ternak Ayam *Broiler* (Studi Pada Peternakan Bapak Sumali di Desa Sidokerto Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang). Penelitian ini mengacu pada analisa layak atau tidak layak ternak ayam *broiler* dilihat dari macam-macam aspek studi kelayakan bisnis yang menjelaskan mengenai mendayagunakan komoditi ternak yang dapat dikembangkan. Berdasarkan hasil penilaian pada aspek-aspek studi kelayakan bisnis bahwa usaha tersebut telah melengkapi syarat penilaian studi kelayakan bisnis serta layak dijalankan dan ditingkatkan.⁸

Persamaan penelitian penulis dan penelitian terdahulu yakni: Pertama, sama-sama meneliti mengenai studi kelayakan bisnis. Kedua, sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian

⁸ Muhammad Irfandi Bahtiar, “Analisis Kelayakan Usaha Ternak Ayam *Broiler* (Studi Pada Peternakan Bapak Sumali Di Desa Sidokerto Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang)” (*Skripsi*, IAIN Kediri, 2019).

penulis dan penelitian terdahulu yakni: Pertama, pada tempat penelitian, penelitian penulis meneliti di Kelurahan Tinalan Kota Kediri, sedangkan penelitian terdahulu meneliti di Desa Sidokerto Kabupaten Jombang. Kedua, penelitian penulis meneliti tentang usaha tahu, sedangkan penelitian terdahulu meneliti tentang usaha ternak ayam *broiler*.

2. Studi Kelayakan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pembuatan Tahu di Desa Lubuk Sahung Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma Ditinjau Dari Persepektif Ekonomi Islam. Penelitian ini berfokus pada tingkat kelayakan bisnis jika ditinjau dari ekonomi Islam yakni aspek pemasaran dan aspek produksi. Jika diamati pada aspek pemasaran, pabrik tahu milik Ibu Lestari sudah sesuai dalam menentukan suatu harga dan segmentasi pasar, serta dari perspektif ekonomi islam dapat berbuat adil, memfokuskan keseimbangan antara kualitas produk dan harga. Selanjutnya dilihat dari aspek produksi, pabrik milik Ibu Lestari sudah sesuai dengan teori serta nilai dalam produksi islam. Kesimpulannya pabrik tahu milik Ibu Lestari sudah sesuai dengan aspek pemasaran dan aspek produksi yang ditinjau dari ekonomi islam, serta sudah menerapkan studi kelayakan bisnis meskipun belum secara penuh.⁹

Persamaan penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya yakni: Pertama, sama-sama meneliti mengenai studi kelayakan bisnis. Kedua, sama-sama memakai metode penelitian kualitatif. Ketiga, sama-sama meneliti terhadap objek usaha tahu. Sedangkan perbedaan penelitian penulis

⁹ Intan Permata Sari, "Studi Kelayakan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pembuatan Tahu Di Desa Lubuk Sahung Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam" (*Skripsi*, IAIN Bengkulu, 2019).

dengan penelitian terdahulu yakni: Pertama, terletak pada tempat penelitian, penelitian penulis meneliti di Kelurahan Tinalan Kota Kediri, sedangkan penelitian terdahulu meneliti di Desa Lubuk Kabupaten Seluma. Kedua, penelitian penulis meneliti menggunakan variabel pengembangan usaha, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan variabel perspektif ekonomi islam.

3. Analisis Kelayakan Usaha Dengan Pendekatan *Revenue Cost* Pada Usaha Lily Tumpeng Catering Ponorogo. Hasil penelitian aspek keuangan dari Lily Tumpeng Catering Ponorogo dilihat bahwa dengan memakai *revenue cost ratio* usaha tersebut telah memenuhi kriteria kelayakan usaha. Sehingga dapat diputuskan bahwa usaha ini telah sesuai dengan standar kelayakan dikarenakan dapat menghasilkan keuntungan dengan dibuktikan oleh tingkat *revenue cost ratio* yang melebihi nilai minimal, yakni 1,2.¹⁰

Persamaan penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya yakni: Pertama, sama-sama meneliti tentang analisis kelayakan bisnis yang dilihat dari berbagai aspek studi kelayakan bisnis. Kedua, sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu yakni: Pertama, objek penelitian, penelitian penulis meneliti tentang usaha tahu, sedangkan peneliti terdahulu meneliti tentang usaha *Catering*. Kedua, terletak pada tempat penelitian, penelitian penulis meneliti di Kelurahan Tinalan Kota Kediri, sedangkan penelitian terdahulu meneliti di Kabupaten Ponorogo. Ketiga, penelitian penulis meneliti menggunakan variabel pengembangan usaha, sedangkan

¹⁰ M Alfahdy, "Analisis Kelayakan Usaha Dengan Pendekatan Revenue Cost Pada Lily Tumpeng Catering Ponorogo" (*Skripsi*, UIN Maulana Malik Ibrahim, 2021).

penelitian terdahulu meneliti menggunakan variabel pendekatan *revenue cost*.

4. Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Industri Tahu Di Desa Sipangko Oleh Junita Harahap (2023). Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa studi kelayakan bisnis pada industri tahu di Desa Sipangko dari aspek pemasaran sudah dikatakan layak mulai dari segmentasi pasar dan bauran pemasaran. Adapun dari aspek teknik dan produksi masih dikatakan layak mulai dari lokasi usaha, teknologi yang digunakan, bahan baku, tenaga kerja, dan tata letak (*layout*). Kemudian pada aspek finansial dari hasil perhitungan 5 metode yaitu *Average Rate of Return (ARR)*, *Payback Period (PP)*, *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, dan *Profitability Index (PI)*, Sehingga usaha industri tahu Zul dan Rahmat layak untuk dijalankan.¹¹

Persamaan penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya yakni: pertama, sama-sama meneliti tentang analisis kelayakan bisnis. Kedua, sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Ketiga, sama-sama meneliti objek usaha tahu. Sedangkan perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu yakni: pertama, terletak pada tempat penelitian, penelitian penulis meneliti di Kelurahan Tinalan Kecamatan Pesantren Kota Kediri, sedangkan penelitian terdahulu meneliti di Desa Sipangko Kabupaten Tapanuli Selatan. Kedua, penelitian penulis menggunakan variabel pengembangan usaha, sedangkan penelitian terdahulu hanya berfokus pada analisis studi kelayakan bisnis.

¹¹ Junita Harahap, "Analisi Studi Kelayakan Bisnis Pada Industri Tahu Di Desa Sipangko" (*Skripsi*, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary, 2023).

5. Analisis Kelayakan Dan Strategi Pengembangan Usaha Tahu Sumedang Renyah Dengan Pendekatan *Value Engineering*. Permasalahan pada UKM Tahu Sumedang Renyah ialah kondisi lingkungan yang dinilai kurang terawat dan hasil penjualan tahu yang mengalami fluktuatif. Oleh sebab itu, perlu dilaksanakannya analisis kelayakan agar mengetahui usaha tersebut layak atau tidaknya untuk beroperasi. Setelah aspek-aspek analisis kelayakan usaha diidentifikasi, langkah selanjutnya menentukan strategi pengembangan dengan pendekatan *value engineering*. Pengembangan yang akan dijalankan yakni kemasan tahu sumedang. Dengan melalui tahapan *value engineering* maka dipilih berdasarkan biaya produksi minimum yakni kemasan dengan model besek anyaman bambu.¹²

Persamaan penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya yakni: pertama, sama-sama meneliti tentang analisis kelayakan bisnis yang dilihat dari berbagai aspek studi kelayakan bisnis. Kedua, sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Ketiga, sama-sama meneliti objek usaha tahu. Sedangkan perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu yakni: pertama, terletak pada tempat penelitian, penelitian penulis meneliti di Kelurahan Tinalan Kecamatan Pesantren Kota Kediri, sedangkan penelitian terdahulu meneliti di UKM Tahu Sumedang Renyah Rimbo Panjang Kabupaten Kampar. Kedua, penelitian penulis menggunakan variabel pengembangan usaha sedangkan penelitian terdahulu menggunakan variabel pendekatan *Value Engineering*.

¹² Ratnawati, "Analisis Kelayakan Dan Strategi Pengembangan Usaha Tahu Sumedang Renyah Dengan Pendekatan Value Engineering" (*Skripsi*, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2019).