

ANALISIS KELAYAKAN BISNIS MORLING INDAH JAYA, POTENSI PASAR, PRODUKSI DAN STRATEGI PEMASARAN

KINDI BIMO SETIAWAN *1
MUHAMMAD HASBI FEBRIANSYAH 2
HELSE SAGITA 3
FABIO ALBAR 4
SITI BADIATUL UMROH 5

^{1,2,3,4,5} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban Bumiayu,

*e-mail: kindibimos@gmail.com¹, hasbifebriansyah25@gmail.com², syagitahelsy@gmail.com³,
fabioalbar448@gmail.com⁴, bhadia29@gmail.com⁵

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis produk makanan ringan "morling" (cimol kering) yang diproduksi oleh UMKM Morling Indah Jaya di Desa Taraban, Kabupaten Brebes. Analisis dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka terhadap aspek-aspek utama dalam studi kelayakan bisnis, yaitu potensi pasar, proses produksi, strategi pemasaran, aspek teknologi, manajemen, sumber daya manusia, serta lingkungan usaha. Hasil kajian menunjukkan bahwa produk morling memiliki prospek yang menjanjikan karena diminati oleh segmen pasar lokal seperti pelajar, remaja, dan ibu rumah tangga. Meskipun demikian, masih terdapat kendala seperti promosi yang belum optimal, penggunaan teknologi produksi yang sederhana, dan manajemen usaha yang masih informal. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang meliputi pelatihan SDM, modernisasi alat produksi, peningkatan kualitas kemasan, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan acuan bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha secara berkelanjutan.

Kata kunci: UMKM, morling, studi kelayakan bisnis, strategi pemasaran, produksi, Desa Taraban

Abstract

This study aims to analyze the business feasibility of "morling" (dried cimol), a local snack product produced by the Morling Indah Jaya MSME in Taraban Village, Brebes Regency. The research uses a qualitative approach through observation, interviews, and literature review, focusing on key feasibility aspects: market potential, production process, marketing strategies, technology, management, human resources, and environmental factors. The findings indicate that morling has promising business potential, particularly among local market segments such as students, teenagers, and housewives. However, challenges remain, including limited promotional strategies, simple production technology, and informal business management. Therefore, development strategies are needed, including workforce training, production tool modernization, improved product packaging, and the use of digital media for marketing. This research is expected to serve as a reference for MSME actors seeking to develop sustainable businesses.

Keywords: MSME, morling, business feasibility study, marketing strategy, production, Taraban Village

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang sangat kaya akan kuliner lokal, terutama dalam kategori makanan ringan yang telah menjadi bagian dari kebiasaan masyarakat sehari-hari. Makanan ringan tidak hanya berfungsi sebagai camilan, tetapi juga menjadi peluang usaha yang menjanjikan, terutama bagi masyarakat di wilayah pedesaan yang ingin memulai usaha skala kecil menengah. Tren konsumsi camilan juga terus meningkat, seiring dengan gaya hidup masyarakat yang semakin dinamis dan praktis. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2023), pengeluaran konsumsi rumah tangga untuk makanan jadi, termasuk makanan ringan, masih mendominasi dalam struktur belanja masyarakat, yang menunjukkan bahwa sektor ini memiliki pasar yang luas dan terus berkembang.

Salah satu inovasi makanan ringan yang menarik perhatian adalah morling, yaitu cimol kering yang diolah hingga memiliki tekstur renyah dan tahan lama. Morling merupakan hasil modifikasi dari cimol basah yang telah dikenal luas di masyarakat. Dengan pengemasan yang menarik dan cita rasa khas, morling memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai produk

unggulan daerah, termasuk di Desa Taraban, Kabupaten Brebes Kecamatan Paguyangan. Beberapa pelaku UMKM di desa ini mulai memproduksi morling dalam skala rumahan dan menjualnya ke pasar lokal maupun melalui media sosial. Potensi pasar yang luas dan bahan baku yang mudah didapat menjadi daya tarik utama bagi masyarakat desa untuk menjadikan morling sebagai sumber penghasilan tambahan.

Namun, sebelum usaha ini dikembangkan lebih jauh, penting untuk mengetahui seberapa layak bisnis ini dijalankan. Dalam konteks ini, analisis kelayakan bisnis menjadi hal yang sangat penting untuk dilakukan. Seperti yang diungkapkan oleh Kasmir dan Jakfar (2012), "Studi kelayakan bisnis adalah penelitian tentang dapat tidaknya suatu bisnis dijalankan dengan berhasil dan menguntungkan." Dengan kata lain, setiap usaha perlu diuji dari berbagai sisi agar keputusan yang diambil tidak hanya berdasarkan asumsi, tetapi didasarkan pada data dan kajian yang objektif.

Di tengah semangat masyarakat desa untuk berwirausaha, kehadiran produk seperti morling juga mencerminkan kreativitas lokal dalam mengembangkan olahan tradisional menjadi produk bernilai ekonomi. Inovasi ini tidak hanya membantu pelaku usaha dalam menciptakan peluang kerja, tetapi juga berkontribusi dalam menggerakkan roda ekonomi desa secara berkelanjutan. Penelitian oleh Munir et al. (2019) menegaskan bahwa studi kelayakan bisnis sangat penting untuk memastikan bahwa usaha berbasis lokal memiliki daya tahan, nilai ekonomi, dan potensi pengembangan yang dengan kondisi lingkungan sosial dan ekonomi masyarakat sekitar. Terlebih lagi, dengan semakin mudahnya akses informasi dan pemasaran melalui internet, produk lokal seperti morling memiliki peluang besar untuk menembus pasar yang lebih luas, baik dalam skala regional maupun nasional. Oleh sebab itu, kajian kelayakan bisnis ini menjadi semakin relevan untuk melihat apakah usaha tersebut benar-benar dapat berkembang di tengah peluang dan tantangan yang ada.

Terlebih lagi, dengan semakin mudahnya akses informasi dan pemasaran melalui internet, produk lokal seperti morling memiliki peluang besar untuk menembus pasar yang lebih luas, baik dalam skala regional maupun nasional. Hal ini sejalan dengan pendapat Sunarsi (2020), yang menyatakan bahwa digitalisasi memberikan pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan UMKM, khususnya dalam hal promosi, distribusi, dan efisiensi operasional. Digitalisasi membuka ruang bagi pelaku usaha mikro untuk bersaing secara lebih terbuka dengan produk-produk lain, termasuk memperkenalkan identitas lokal sebagai nilai jual yang unik. Oleh sebab itu, kajian kelayakan bisnis ini menjadi semakin relevan untuk melihat apakah usaha tersebut benar-benar dapat berkembang di tengah peluang dan tantangan yang ada. Dengan analisis yang komprehensif, pelaku usaha akan memiliki pijakan yang lebih kuat dalam mengambil keputusan strategis demi keberlanjutan bisnis jangka panjang.

Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji kelayakan bisnis produk morling dari berbagai aspek yang saling berkaitan, tidak terbatas pada potensi pasar, proses produksi, dan strategi pemasaran saja, tetapi juga mencakup aspek teknologi, manajemen, sumber daya manusia, lingkungan, hukum, dan keuangan. Pendekatan ini diperlukan untuk mendapatkan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai kesiapan usaha morling dikembangkan sebagai bisnis yang berkelanjutan di Desa Taraban. Dengan menganalisis seluruh aspek tersebut secara komprehensif, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi yang akurat bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing usaha dan merancang strategi pengembangan yang tepat di tengah persaingan pasar yang terus berkembang.

Usaha Mikro Kecil Menengah

Menurut Halim (2020): UMKM adalah usaha yang memproduksi barang dan jasa dengan bahan baku utama berbasis sumber daya alam, bakat, dan karya seni tradisional daerah setempat. Ciri UMKM meliputi penggunaan teknologi sederhana, padat karya, dan produk yang sebagian besar terserap pasar lokal, Sedangkan menurut Tambunan (2013): UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha, yang bukan anak perusahaan besar.

Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasikan secara rutin

dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan. Menurut Drs. H.M Yacob Ibrahim (1998:1), Studi Kelayakan Bisnis merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, apakah menerima atau menolak suatu gagasan usaha atau proyek yang direncanakan.

Aspek Hukum

Menurut Kasmir dan Jakfar (2020:8), aspek hukum digunakan untuk meneliti kelengkapan, kesempurnaan dan keaslian dari dokumen yang dimiliki mulai dari badan usaha, izin-izin sampai dokumen lainnya.

Dalam menjalankan sebuah usaha, aspek hukum merupakan salah satu fondasi penting yang harus diperhatikan oleh pelaku bisnis, termasuk UMKM seperti Morling Indah Jaya. Aspek hukum berfungsi untuk memastikan bahwa seluruh kegiatan usaha berjalan sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku, sehingga dapat meminimalisir risiko hukum di masa depan. Menurut Kasmir dan Jakfar (2020), analisis aspek hukum dalam studi kelayakan bisnis mencakup pemeriksaan kelengkapan, keaslian, dan kesempurnaan dokumen legalitas usaha, mulai dari badan usaha, izin-izin operasional, hingga dokumen pendukung lainnya.

Bagi UMKM seperti Morling Indah Jaya, legalitas usaha biasanya dimulai dari pembuatan surat izin usaha mikro kecil (IUMK) yang dikeluarkan oleh pemerintah daerah. Selain itu, pelaku usaha juga perlu memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) yang kini dapat diurus secara online melalui sistem OSS (Online Single Submission). Legalitas ini penting tidak hanya untuk melindungi usaha dari potensi masalah hukum, tetapi juga sebagai syarat utama dalam mengakses berbagai program bantuan pemerintah, kemudahan perizinan, dan peluang kerjasama dengan pihak lain.

Aspek Pasar dan Pemasaran

Menurut (Suliyanto, 2010), aspek ini penting untuk keberlangsungan perusahaan atau bisnis. Mengingat keberlangsungan perusahaan tidak terlepas dari penjualan produk atau jasa yang dihasilkan untuk menghasilkan penjualan yang menguntungkan. Tujuan analisis aspek pasar dan pemasaran dari studi profitabilitas bisnis adalah untuk menganalisis ketepatan strategi pemasaran yang digunakan.

Aspek Lingkungan

Menurut (Suliyanto, 2010), dampak ekonomi yang ditimbulkan oleh adanya usaha adalah penyerapan tenaga kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Selain dampak ekonomi, lingkungan ekologi juga terkena dampak berupa pencemaran, baik itu pencemaran udara, tanah, air maupun kebisingan. Oleh karena itu penting untuk mempertimbangkan dampak kegiatan yang dilakukan terhadap lingkungan, oleh karena itu analisis aspek lingkungan sangat penting.

Aspek Teknis dan Teknologi

Evaluasi aspek teknis dan teknologi sangat penting bagi perusahaan atau pendirian baru maupun yang sudah ada, karena secara teknis sangat penting sesuai dengan pengaturan bisnis dan infrastruktur yang digunakan untuk melakukan bisnis. Lina Saptaria & Sopiha (2022) menyatakan bahwa aspek teknis dan operasional berfungsi untuk menilai kemampuan bisnis dalam menjalankan proses produksi atau layanan secara efisien dan efektif, termasuk kesiapan infrastruktur dan teknologi, serta kelayakan kapasitas produksi.

Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Menurut Mutiara S Panggabean, manajemen SDM proses yang terdiri dari perencanaan, perorganisasian, pimpinan dan pengendalian kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan analisis pekerjaan, evaluasi pekerjaan, pengadaan, pengembangan, kompensasi, promosi dan pemutusan hubungan kerja guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Aspek yang terkait dengan manajemen dan sumber daya manusia menekankan ketersediaan dan komitmen tenaga kerja yang menjalankan bisnis dan jenis/kualitas dan kuantitas sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis/perusahaan.

Aspek Keuangan

Siswanto Sutojo (2000): Aspek keuangan adalah rencana investasi proyek atau ilmu pembiayaan investasi proyek (capital budgeting). Analisis aspek keuangan merupakan proses menilai dan menentukan elemen yang dianggap layak dari pilihan yang dibuat dalam tahapan analisis usaha dalam satuan uang. Sedengankan menurut Suliyanto (2010): Analisis aspek

keuangan dilakukan untuk menjawab pertanyaan tentang kesiapan permodalan yang akan digunakan untuk menjalankan bisnis yang menguntungkan. Suatu ide bisnis dinyatakan layak secara keuangan jika sumber dana tersedia dan bisnis mampu memberikan tingkat pengembalian yang menguntungkan berdasarkan asumsi logis.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, bertujuan untuk menganalisis produk pemasaran masyarakat dengan cara mencari UMKM morling yang akan mengembangkan potensi untuk dimiliki salah satunya adalah UMKM morling. Program pemasaran UMKM morling melalui media sosial di desa Taraban. Dengan adanya ide untuk mengembangkan usaha mikro kecil menengah dengan memanfaatkan media sosial sebagai wadah untuk promosi. Metode yang dilakukan yaitu sosialisasi tentang marketplace terkait pemasaran produk keripik morling dengan pemasaran yang berbasis online. Pemasaran ini dilakukan melalui promosi Instagram, Facebook, dan shoppe ada juga secara offline.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Pasar dan Pemasaran

Produk morling atau cimol kering merupakan salah satu inovasi makanan ringan yang berkembang di Desa Taraban, Kecamatan Paguyangan, Kabupaten Brebes. Makanan ini berasal dari modifikasi cemilan tradisional cimol basah, namun diolah hingga kering dan renyah, sehingga memiliki daya simpan lebih lama serta cocok dijadikan camilan maupun oleh-oleh. Di desa ini, morling mulai diproduksi secara rumahan oleh pelaku UMKM yang melihat adanya peluang pasar dari kebiasaan masyarakat lokal mengonsumsi camilan gurih dan praktis. Selain dijual langsung di warung sekitar, produk ini juga mulai dipasarkan melalui media sosial seperti WhatsApp dan Facebook oleh para pelaku usaha. Ketersediaan bahan baku yang melimpah, biaya produksi yang rendah, serta cita rasa yang familiar di lidah masyarakat menjadikan morling cepat diterima dan diminati oleh berbagai kalangan, terutama pelajar, ibu rumah tangga, dan remaja. Potensi ini menjadi dasar penting dalam menilai kelayakan pasar dan strategi pemasaran produk morling ke depan.

1. Potensi dan Peluang Pasar Morling

- a. Daya Tarik Produk Lokal
- b. Morling (cimol kering) merupakan inovasi makanan ringan berbasis tepung kanji yang sangat diminati di pasar lokal, terutama oleh pelajar, remaja, dan ibu rumah tangga. Segmentasi pasar ini memberikan basis konsumen yang luas dan loyal.
- c. Harga Kompetitif & Ekonomis
- d. Morling memiliki harga jual yang sangat terjangkau (Rp500-Rp2.000/bungkus), sehingga mudah diakses berbagai kalangan masyarakat, termasuk konsumen dengan daya beli menengah ke bawah.
- e. Keunikan Produk
- f. Dengan tekstur renyah, daya simpan lama, serta berbagai varian rasa (gurih, balado, pedas), morling menjadi produk yang digemari generasi muda dan cocok dikonsumsi di berbagai kesempatan.
- g. Ketersediaan Bahan Baku
- h. Menggunakan tepung kanji dan bahan lokal lain yang murah dan mudah diperoleh, membuat produksi morling efisien dan berbiaya rendah.
- i. Permintaan Stabil & Tumbuh
- j. Konsumsi makanan ringan terus meningkat secara nasional, memperkuat permintaan morling di pasar lokal dan membuka peluang ekspansi ke pasar regional atau nasional.

2. Peluang Untuk Dikembangkan

- a. Ekspansi Wilayah Pemasaran
- b. Morling tidak hanya laku di daerah asalnya (misal: Desa Taraban, Brebes), tetapi juga berpotensi merambah pasar luar daerah bahkan antar provinsi. Usaha di Tasikmalaya, misalnya, telah memasarkan morling hingga ke Kalimantan dan Nusa Tenggara Timur dengan omzet mencapai puluhan juta rupiah per minggu.

- c. Inovasi Produk & Diversifikasi
 - d. Penambahan varian rasa (balado, keju, BBQ), inovasi kemasan, atau pengayaan nutrisi (misal menambahkan ikan teri sebagai sumber protein) memperkuat daya saing produk dan memperluas target pasar.
 - e. Digitalisasi dan Pemasaran Online
 - f. Penjualan morling dapat didorong melalui marketplace, media sosial (Instagram, WhatsApp, Facebook), dan pemesanan daring yang semakin digemari generasi milenial dan Gen Z.
 - g. Pemberdayaan Masyarakat & UMKM
 - h. Usaha berbasis morling sangat potensial membuka lapangan pekerjaan baru bagi warga sekitar, khususnya ibu rumah tangga dan pemuda, sekaligus memperkuat jaringan UMKM daerah.
 - i. Dukungan Pemerintah & Pelatihan UMKM
 - j. Peran aktif pemerintah lewat pelatihan, fasilitasi perizinan (PIRT, NIB), alat produksi, serta promosi UMKM semakin memperbesar peluang morling menjadi produk unggulan daerah.
3. Potensi Morling Menjadi Produk Unggulan Daerah
 - a. Mengangkat Identitas Lokal
 - b. Morling dikembangkan dengan merek yang mengusung nama atau cerita desa asal, memperkuat branding sebagai oleh-oleh khas dan ikon kuliner daerah.
 - c. Keterbatasan Pesaing di Daerah Asal
 - d. Di sejumlah desa produsen, pesaing langsung morling masih relatif sedikit, sehingga kesempatan menjadi pionir regional sangat terbuka.
 - e. Nilai Budaya & Sosial
 - f. Nilai gotong royong dalam kelompok usaha dan masyarakat lokal memperkuat produksi sekaligus menjaga keberlanjutan rantai pasok dan distribusi.
 - g. Peluang Kolaborasi dan Kolaborasi Bisnis
 - h. Kolaborasi dengan pelaku wisata, toko oleh-oleh, hingga platform digital dapat memperluas jangkauan pasar dan memperkuat posisi morling sebagai produk unggulan.
 4. Kondisi Lapangan dan Tantangan Saat Ini
 - a. Aspek Analisis Lapangan
 - b. Modal & Skala Usaha Mayoritas produsen masih skala rumahan, modal awal rendah, omset rata-rata Rp4-5 juta/bulan.
 - c. Alat produksi tradisional/manual, belum banyak yang menggunakan mesin semi atau otomatis.
 - d. SDM & Manajemen Sistem kekeluargaan, tenaga kerja lokal, kekurangan pelatihan dan sistem manajemen modern.
 - e. Pemasaran Masih dominan penjualan offline dan media sosial pribadi, digital marketing belum maksimal.
 - f. Legalitas Usaha Sebagian telah punya izin dasar (IUMK, NIB), penting untuk akses bantuan dan kemitraan bisnis.
 - g. Persaingan Pasar Kompetisi dengan produk camilan lain ada tetapi tidak terlalu kuat di daerah awal usaha.
 - h. Dukungan Lingkungan Ketersediaan bahan baku tinggi, nilai sosial-budaya gotong royong sangat mendukung produksi.
 - i. Tantangan Keterbatasan kapasitas produksi dan pengemasan, pemasaran digital, serta pencatatan keuangan.
 5. Faktor Kunci Pengembangan Morling
 - a. Peningkatan kapasitas produksi melalui alat semi-otomatis/otomatis.
 - b. Peningkatan kualitas kemasan dan diversifikasi produk varian rasa.
 - c. Pelatihan SDM dalam produksi, manajemen, dan pemasaran digital.
 - d. Pengurusan perizinan lengkap (PIRT, NIB, kemasan berlabel) untuk daya saing dan akses pasar lebih luas.

- e. Strategi branding yang kuat mengangkat identitas lokal dan kemitraan dengan pelaku wisata/kuliner.
- f. Pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran, sistem pencatatan, dan distribusi.

Aspek Lingkungan

Dalam menilai kelayakan sebuah usaha, aspek lingkungan tidak hanya dilihat dari dampak terhadap alam, seperti limbah dan pencemaran, tetapi juga dari lingkungan yang lebih luas yang mempengaruhi jalannya usaha. Secara umum, aspek ini bisa dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu lingkungan jauh (makro), lingkungan industri, dan lingkungan operasional.

1. Lingkungan Jauh

Lingkungan jauh mencakup faktor-faktor eksternal yang memengaruhi usaha secara tidak langsung, seperti kondisi ekonomi, sosial, budaya, serta regulasi pemerintah. Usaha morling Indah Jaya, yang berada di Desa Taraban, beroperasi di tengah masyarakat yang masih sangat lekat dengan budaya mengonsumsi makanan ringan tradisional. Kebiasaan ini menjadi peluang besar karena masyarakat secara umum terbuka terhadap camilan lokal seperti morling.

Secara ekonomi, data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023 mencatat bahwa rata-rata pengeluaran konsumsi rumah tangga untuk makanan jadi di Indonesia mencapai Rp768.539 per bulan per kapita, dan angka ini terus meningkat setiap tahunnya. Fakta ini menunjukkan bahwa permintaan terhadap produk makanan, termasuk camilan lokal seperti morling, memiliki peluang pasar yang sangat luas dan masih potensial untuk dikembangkan. Selain itu, kebijakan pemerintah yang terus mendorong kemajuan UMKM melalui program pelatihan, fasilitasi pemasaran digital, hingga bantuan alat produksi memberikan dampak positif terhadap kelangsungan usaha Morling Indah Jaya. Dari sisi budaya, masyarakat di Desa Taraban masih memegang nilai gotong royong yang kuat, yang sangat membantu dalam proses produksi dan distribusi, karena banyak kegiatan dilakukan bersama secara sukarela dan efisien.

2. Lingkungan Industri

Lingkungan industri adalah kondisi persaingan dan kekuatan pasar di sektor usaha yang sama. Dalam industri makanan ringan, khususnya camilan lokal seperti morling, persaingan saat ini belum terlalu ketat di Desa Taraban. Masih sedikit pelaku usaha yang memproduksi morling secara khusus, sehingga peluang pasar masih terbuka lebar.

Namun begitu, karena bahan baku mudah didapat dan modal awal yang tidak terlalu besar, kemungkinan munculnya pesaing baru cukup tinggi. Peluang ini bisa menjadi ancaman jika tidak diantisipasi dengan keunikan produk dan peningkatan kualitas. Di sisi lain, daya tawar pemasok bahan baku cukup rendah karena pasokan tersedia melimpah di pasar tradisional. Sementara itu, pembeli memiliki banyak pilihan camilan lain, sehingga loyalitas mereka sangat bergantung pada kualitas dan cita rasa.

3. Lingkungan Operasional

Lingkungan operasional berhubungan langsung dengan pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan usaha sehari-hari, seperti pesaing, pelanggan, pemasok, kreditor, dan tenaga kerja.

- a. Pesaing: Beberapa usaha kecil di sekitar sudah mulai membuat camilan serupa, meskipun belum terfokus pada morling. Ini menjadi tantangan sekaligus peluang untuk menciptakan ciri khas produk.
- b. Pemasok: Selama ini bahan baku seperti tepung, minyak, dan bumbu diperoleh dengan mudah dari pasar lokal tanpa kendala berarti.
- c. Pelanggan: Konsumen utama berasal dari kalangan pelajar dan ibu rumah tangga yang menginginkan camilan ringan, murah, dan enak. Pasar ini masih cukup luas dan potensial.
- d. Kreditor: Usaha belum memanfaatkan sumber pembiayaan dari lembaga keuangan formal. Seluruh pembiayaan masih bersifat pribadi. Ini membuat usaha lebih fleksibel, namun bisa jadi hambatan saat ingin ekspansi.
- e. Tenaga Kerja: Proses produksi dibantu oleh anggota keluarga dan beberapa warga sekitar. Walaupun belum memiliki pelatihan khusus, tenaga kerja ini cukup antusias dan memiliki semangat kerja yang baik.

Aspek Teknologi

Dalam menjalankan usaha makanan ringan seperti morling, aspek teknis dan teknologi memainkan peran penting dalam menentukan kelancaran proses produksi dan potensi pengembangannya ke depan. Pada usaha morling Indah Jaya, ada beberapa hal teknis yang menjadi perhatian utama, yaitu mulai dari lokasi produksi, skala usaha, alat yang digunakan, susunan ruang produksi, hingga teknologi yang diterapkan.

1. Lokasi produksi

Saat ini, proses produksi morling dilakukan langsung di rumah pemilik usaha, tepatnya di Desa Taraban. Lokasi ini cukup strategis karena dekat dengan pasar dan konsumen, sehingga praktis untuk operasional harian. Namun, karena ruangnya terbatas dan masih menyatu dengan aktivitas rumah tangga, dalam jangka panjang lokasi ini kurang ideal jika usaha ingin berkembang lebih besar. Akan lebih baik jika ke depan ada tempat produksi tersendiri yang lebih luas dan terpisah, agar lebih higienis, tertata, dan memenuhi standar keamanan pangan.

2. Skala produksi

Jumlah produksi morling saat ini masih tergolong kecil dan sangat bergantung pada pesanan yang masuk. Dalam seminggu, bahan baku yang diolah hanya sekitar 10 hingga 20 kilogram. Jumlah ini masih bisa ditingkatkan, apalagi kalau permintaan terus bertambah. Untuk itu, penting bagi pemilik usaha untuk menentukan skala produksi yang sesuai dengan kemampuan tenaga kerja, ketersediaan bahan baku, dan kapasitas peralatan. Skala produksi yang optimal akan membantu menjaga efisiensi kerja tanpa mengorbankan kualitas produk.

3. Peralatan Produksi

Selama ini, alat-alat yang digunakan masih sederhana dan manual, seperti kompor gas, wajan besar, ember untuk adonan, dan alat press plastik manual. Meskipun masih cukup untuk produksi kecil, alat ini akan jadi kendala kalau jumlah pesanan meningkat. Oleh karena itu, ada baiknya mulai mempertimbangkan penggunaan alat-alat semi otomatis seperti mixer adonan, spinner untuk mengurangi minyak, alat pres kemasan otomatis, dan timbangan digital. Dengan alat yang lebih modern, pekerjaan bisa lebih cepat selesai, hasil lebih seragam, dan tenaga kerja tidak terlalu terbebani.

4. Tata Letak Produksi

Penataan ruang produksi juga sangat menentukan efisiensi kerja. Saat ini, karena produksi dilakukan di rumah, alur kerjanya belum tertata secara maksimal. Idealnya, ruang produksi dibagi berdasarkan urutan proses, mulai dari penerimaan bahan baku, pengolahan adonan, penggorengan, penirisan, pengemasan, sampai penyimpanan produk jadi. Dengan tata letak seperti ini, proses kerja akan lebih lancar, bersih, dan tidak saling bertabrakan antara satu kegiatan dengan yang lain.

5. Teknologi yang Digunakan

Dari sisi teknologi, usaha morling ini masih mengandalkan cara-cara manual. Namun, pemilik usaha sudah mulai memanfaatkan teknologi sederhana, seperti mencatat keuangan dan menerima pesanan lewat HP. Ke depan, penggunaan teknologi bisa lebih ditingkatkan lagi. Misalnya, memakai alat bantu produksi, aplikasi keuangan digital, sistem pelabelan produk, hingga promosi lewat platform online. Dengan begitu, usaha bisa lebih modern, profesional, dan punya peluang berkembang lebih luas.

Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

1. Aspek Manajemen

Manajemen usaha morling Indah Jaya masih bersifat informal dan dikelola secara langsung oleh pemilik usaha. Tidak ada struktur organisasi formal, namun pembagian tugas dilakukan secara alami berdasarkan kedekatan keluarga dan kemampuan masing-masing individu.

Aktivitas manajemen sehari-hari meliputi:

- a. Perencanaan produksi dilakukan berdasarkan jumlah permintaan mingguan.
- b. Pengadaan bahan baku dilakukan secara langsung ke pasar tradisional.
- c. Pengawasan kualitas dilakukan langsung oleh pemilik saat proses produksi.
- d. Pencatatan keuangan dilakukan secara manual, sebagian sudah dicoba melalui aplikasi kasir digital sederhana.

Sistem manajemen ini cukup efektif untuk usaha kecil, namun memiliki kelemahan dalam hal efisiensi, pengawasan stok, dan perencanaan jangka panjang. Belum ada penggunaan metode manajemen modern seperti analisis SWOT, manajemen risiko, atau perencanaan keuangan berbasis data.

“Semua kami urus sendiri, kadang kalau ramai, kami kerja sampai malam. Tapi belum sempat catat pengeluaran dengan rapi,” (Ibu Indah).

2. Aspek Sumber Daya Manusia

Aspek manajemen dan sumber daya manusia sangat penting dalam menentukan kelangsungan dan perkembangan usaha Morling Indah Jaya. Menurut Mutiara S Panggabean, manajemen SDM adalah proses yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan analisis pekerjaan, evaluasi pekerjaan, pengadaan, pengembangan, kompensasi, promosi, hingga pemutusan hubungan kerja untuk mencapai tujuan usaha yang telah ditetapkan.

Pada UMKM seperti Morling Indah Jaya, aspek manajemen biasanya masih bersifat sederhana dan kekeluargaan. Pengelolaan usaha dilakukan secara langsung oleh pemilik, dibantu oleh anggota keluarga atau tenaga kerja dari lingkungan sekitar. Ketersediaan tenaga kerja lokal yang cukup serta komitmen mereka untuk menjalankan bisnis menjadi modal utama dalam operasional sehari-hari. Jenis dan kualitas SDM yang dibutuhkan umumnya adalah tenaga kerja yang terampil dalam proses produksi makanan ringan, mampu menjaga kualitas dan higienitas produk, serta memiliki kejujuran dan loyalitas terhadap usaha.

Selain itu, pengembangan SDM juga menjadi perhatian, terutama dalam hal pelatihan keterampilan produksi, pengetahuan tentang keamanan pangan, dan pemanfaatan teknologi sederhana untuk meningkatkan efisiensi. Kompensasi yang diberikan biasanya berupa upah harian atau mingguan, disesuaikan dengan kemampuan usaha dan kesepakatan bersama. Promosi jabatan atau pembagian tugas dilakukan secara fleksibel, menyesuaikan dengan kebutuhan dan perkembangan usaha.

Dalam menjalankan usahanya, Morling Indah Jaya juga mengandalkan sistem pengelolaan sumber daya manusia yang masih bersifat kekeluargaan. Proses produksi dilakukan oleh pemilik usaha dan dibantu oleh anggota keluarga serta warga sekitar yang memiliki semangat kerja tinggi meskipun belum memiliki pelatihan khusus. Ketersediaan tenaga kerja lokal menjadi keunggulan tersendiri karena mempermudah operasional harian dan memperkuat keterikatan sosial antar pelaku usaha. Namun, belum adanya sistem manajemen SDM yang terstruktur, seperti pembagian tugas yang jelas, pelatihan berkala, serta pengelolaan kinerja dan kompensasi yang profesional, membuat efisiensi kerja belum optimal. Hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun usaha ini mampu berjalan dengan baik secara operasional, namun masih terdapat potensi besar untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas kerja melalui pelatihan keterampilan dan penerapan sistem kerja yang lebih tertata. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa aspek sumber daya manusia pada Morling Indah Jaya sudah cukup memadai untuk usaha skala kecil, tetapi masih memerlukan penguatan manajemen SDM agar usaha dapat berkembang secara lebih profesional dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terhadap usaha Morling Indah Jaya di Desa Taraban, dapat disimpulkan bahwa bisnis ini memiliki prospek yang cukup menjanjikan untuk dikembangkan. Produk morling (cimol kering) memiliki daya tarik tersendiri di kalangan masyarakat, terutama di segmen pelajar, remaja, dan ibu rumah tangga. Hal ini didukung oleh harga yang terjangkau, cita rasa yang khas, serta potensi pasar lokal yang masih terbuka luas.

Dari aspek produksi, meskipun proses masih dilakukan secara sederhana dan berskala kecil, kegiatan produksi sudah mampu berjalan secara rutin dengan memanfaatkan sumber daya lokal. Namun demikian, untuk meningkatkan efisiensi dan kapasitas produksi, perlu adanya peningkatan pada peralatan dan tata kelola ruang produksi. Sementara itu, strategi pemasaran masih terbatas pada metode konvensional dan media sosial pribadi, sehingga perlu dioptimalkan lagi melalui pemanfaatan digital marketing yang lebih sistematis dan profesional.

Di sisi manajemen dan sumber daya manusia, usaha ini masih dikelola secara informal dengan sistem kekeluargaan. Meskipun demikian, antusiasme dan komitmen dari tenaga kerja lokal menjadi modal penting untuk kelangsungan usaha. Penguatan di bidang pelatihan keterampilan, pencatatan keuangan yang rapi, serta penggunaan aplikasi digital dapat menjadi langkah strategis untuk mendukung pengembangan usaha ke arah yang lebih modern. Secara keseluruhan, usaha Morling Indah Jaya layak untuk dikembangkan lebih lanjut. Dengan perbaikan pada aspek teknologi, manajemen, pemasaran, dan legalitas, UMKM ini berpeluang menjadi usaha yang tidak hanya menguntungkan, tetapi juga berkelanjutan dan mampu meningkatkan perekonomian masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Bismala, L. (2016). Model manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan efektivitas usaha kecil menengah. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 5(1), 19-26.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson uk.
- Damayanti, N., Widastuti, A. T., Paningal, B., Rosyadi, I., Julia, I., Sinatra, R. D., & Triesa, S. A. (2023). Analisis Kelayakan Bisnis Pada Salon Laulina Beauty Corner Meliputi: Aspek Keuangan, Aspek Pasar Dan Pemasaran, Aspek Sumber Daya Manusia, Aspek Hukum Dan Aspek Lingkungan. *Journal of Economics, Management, Business and Accounting (JEMBA)*, 3(2), 179-192.
- Dewi, A. D. P., Sudipta, I. G. K., & Setyowati, D. S. (2016). Analisis Aspek Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Pada Proyek Konstruksi Di Kabupaten Badung. *Jurnal Ilmiah Teknik Sipil*, 20(2), 103-109.
- Fauzi, P. M., Chumaidiyah, E., & Suryana, N. (2019). Analisis kelayakan serta perancangan aplikasi website pada Startup Digital Creative Fotografi berdasarkan aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 5(2), 60-66.
- Hasan, S., Elpisah, E., Sabtohadhi, J., Zarkasi, Z., & Fachrurazi, F. (2022). *Studi Kelayakan Bisnis*. Penerbit Widina.
- Ichsan, R. N., SE, M., Lukman Nasution, S. E. I., & Sarman Sinaga, S. E. (2019). *Studi kelayakan bisnis= Business feasibility study*. CV. Sentosa Deli Mandiri.
- Kholis, M. N., Wahju, R. I., & Mustaruddin, M. (2017). Keragaan Aspek Teknis Unit Teknologi Penangkapan Ikan Kurau di Pambang Pesisir Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau. *Jurnal Teknologi Perikanan dan Kelautan*, 8(1), 67-79.
- Munir, M., Saraswati, S., Hikmahyatun, S. F., & Rifai, Y. (2019). Study kelayakan bisnis dalam aspek lingkungan hidup. *Labatila: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 3(02), 157-171.
- Purnomo, R. A. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo Press.
- Rofa, I. T., Meilani, A. R., an Hasibu, N. M., Nasution, A. K., & Suhairi, S. (2021). Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 222-235.
- Sofian, S. E. (2024). *Studi Kelayakan Bisnis*. Berkah Aksara Cipta Karya.
- Subagyo, A. (2007). *Studi kelayakan*. Elex Media Komputindo.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia. *Jurnal ilmiah cano ekonomos*, 6(1).
- Sunarsi, D. (2020). Implikasi Digitalisasi Umkm. *Digitalisasi Umkm*, 57.
- Tobing, R. D. (2015). Aspek-aspek hukum bisnis: pengertian, asas, teori dan praktik.
- Yanuar, D. (2018). Analisis kelayakan bisnis ditinjau dari aspek pasar, aspek pemasaran dan aspek keuangan pada UMKM makanan khas Bangka di Kota Pangkalpinang. *Ekombis: Jurnal Fakultas Ekonomi*, 2(1).