

**ANALISIS KELAYAKAN FINANSIAL DAN NON FINANSIAL INDUSTRI TEMPE  
DI KECAMATAN SIRAMPOG**

*FINANCIAL AND NON-FINANCIAL FEASIBILITY ANALYSIS OF THE TEMPE INDUSTRY  
IN SIRAMPOG DISTRICT*

**Shilvi Robbany<sup>1</sup>, Fathmi Aqinna Rifqia<sup>2\*</sup>, Siti Mudmainah<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3)</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Peradaban Jl. Raya Pagojengan KM. 3 Kecamatan Paguyangan, Kabupaten Berebes 52276

\*Sur-el: fathmiaeinqinrifqia@peradaban.ac.id

**ABSTRAK**

Sektor industri memiliki peran yang sangat penting terhadap perekonomian nasional. Pengolahan makanan merupakan industri terbanyak di wilayah Jawa Tengah. Industri tempe merupakan industri pengolahan makanan berbahan baku kedelai. Kecamatan Sirampog merupakan salah satu wilayah yang memiliki beberapa pelaku industri tempe berskala rumah tangga. Permasalahan yang dihadapi oleh industri tersebut adalah kenaikan harga bahan baku kedelai, keterbatasan akses pasar, dan harga jual yang relatif stabil. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli 2025. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah usaha yang dijalankan layak atau tidak, baik secara finansial maupun non-finansial. Penelitian ini menggunakan metode gabungan, yaitu dekriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif kualitatif yang digunakan untuk mendeskripsikan kelayakan secara non-finansial dan metode deskriptif kuantitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan secara finansial. Hasil penelitian menunjukkan nilai R/C Ratio untuk usaha tempe mikro sebesar 1,07 dan untuk usaha menengah sebesar 1,26. Nilai R/C ratio lebih besar dari 1 menunjukkan usaha tempe di Kecamatan Sirampog dinyatakan layak secara finansial. Industri tempe di Kecamatan Sirampog secara non-finansial masih tergolong layak dijalankan dengan melakukan peningkatan berkelanjutan pada aspek manajemen serta aspek pasar dan pemasaran.

Kata kunci: Tempe, Finansial, Non-Finansial, R/C Ratio

**ABSTRACT**

*The industrial sector plays a crucial role in the national economy. Food processing is the largest industry in Central Java. The tempeh industry is a soybean-based food processing industry. Sirampog District is home to several small-scale tempeh businesses. The industry faces challenges such as rising soybean prices, limited market access, and relatively stable selling prices. This study was conducted in July 2025. It aimed to analyze the feasibility of the business, both financially and non-financially. This study employed a combination of qualitative and quantitative descriptive methods. Qualitative descriptive methods were used to describe non-financial feasibility, while quantitative descriptive methods were used to analyze financial feasibility. The results showed a R/C ratio of 1.07 for micro-scale tempeh businesses, and 1.26 for medium-scale tempeh businesses. An R/C ratio greater than 1 indicates that the tempeh business in Sirampog District is financially viable. The tempeh industry in Sirampog District is still considered non-financially feasible to run by making continuous improvements in management aspects as well as market and marketing aspects.*

*Keywords:* Tempe, Financial, Non-Financial, R/C Ratio.

**PENDAHULUAN**

Sektor industri memiliki keterkaitan erat dengan sektor pertanian karena membutuhkan

bahan mentah untuk diolah menjadi produk bernilai tambah (Iswadi *et al.*, 2023). Industri memegang peranan penting dalam perekonomian nasional. Pada tahun 2022, kontribusinya mencapai 20,47 persen terhadap PDB, menunjukkan besarnya peran sektor ini dalam peningkatan nilai tambah dan penyerapan tenaga kerja (Ramanda, 2016). Industri di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat baik industri mikro, kecil, menengah, maupun besar. Sebagian besar industri di Indonesia didominasi usaha berskala mikro yang mengolah hasil pertanian, seperti kedelai, menjadi produk pangan. Kedelai merupakan salah satu komoditas utama selain padi dan jagung dengan berbagai produk olahan seperti tahu, tempe, tauco, dan kecap. Tempe sendiri mengandung protein 18–20 g, lemak 4 g, karbohidrat 12 g, serta vitamin dan mineral penting (Khanifah, 2018). Permasalahan utama yang dihadapi dalam pemenuhan kebutuhan kedelai di Indonesia adalah masih rendahnya kapasitas produksi dalam negeri, sehingga ketergantungan terhadap impor kedelai untuk memenuhi kebutuhan industri pengolahan, seperti tahu dan tempe, masih sangat tinggi.

Tempe merupakan makanan yang terbuat dari kacang kedelai yang telah difermentasikan, mengandung banyak protein serta memiliki harga yang relatif terjangkau sehingga tempe banyak diminati oleh berbagai kalangan masyarakat, baik kalangan atas maupun kalangan menengah bawah (Ramanda, 2016). Walaupun tempe banyak diminati oleh berbagai kalangan masyarakat, namun agroindustri tempe umumnya masih dalam skala rumah tangga, sehingga dalam melakukan produksi para produsen belum mampu memenuhi kualitas maupun kuantitasnya. Tentu ini akan berdampak pada tingkat keuntungan yang akan diperoleh. Selain itu, sebagian besar keberadaan agroindustri tempe terdapat di pedesaan dan umumnya hasil produksi hanya dipasarkan di sekitar desa tersebut. Sehingga untuk memenuhi akses pasar yang lebih luas, para produsen harus menanggung biaya pemasaran yang lebih tinggi (Ramanda, 2016). Selain itu, permasalahan lain yang

dihadapi industri tempe yaitu berkaitan dengan modal kerja yang minim, kenaikan harga bahan baku yang digunakan, serta pemasaran (Yanis *et al.*, 2018).

Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes, merupakan salah satu sentra usaha tempe skala rumah tangga yang sudah lama berkembang namun menghadapi tantangan biaya produksi tinggi, harga jual rendah, dan distribusi yang terbatas pada pasar lokal. Kondisi ini menuntut analisis kelayakan usaha yang tidak hanya meninjau aspek finansial tetapi juga aspek non-finansial seperti manajemen dan pemasaran.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan finansial dan non-finansial industri tempe di Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes. Kelayakan non-finansial meliputi aspek manajemen dan pemasaran. Kelayakan aspek finansial meliputi aspek R/C ratio.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode gabungan (*mix method*) dari metode deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Penelitian kombinasi merupakan metode yang mengintegrasikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif dengan tujuan memperoleh temuan baru yang lebih menyeluruh untuk dijadikan dasar penarikan kesimpulan (Charismana *et al.*, 2022). Metode kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan analisis kelayakan non-finansial yang berkaitan dengan aspek manajemen serta aspek pasar dan pemasaran. Sedangkan metode kuantitatif digunakan dalam analisis kelayakan finansial dengan melakukan perhitungan pendapatan dan R/C ratio. Gabungan kedua metode tersebut dilakukan melalui kegiatan observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi.

Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive sampling*). Pemilihan lokasi ini didasarkan pada kenyataan bahwa terdapat beberapa pelaku industri tempe rumah tangga yang telah menjalankan usahanya secara mandiri dalam jangka waktu yang cukup lama namun belum banyak dilakukan analisis kelayakan usaha. Dengan kondisi tersebut, perlu dilakukan studi kelayakan dari aspek

finansial dan non-finansial untuk menentukan apakah usaha tersebut masih layak dijalankan atau tidak. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli 2025.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode sensus, yaitu dengan meneliti seluruh pelaku industri tempe yang ada di Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes. Jumlah pelaku industri tempe di Kecamatan Sirampog sebanyak 3..Adapun unit usaha yang menjadi objek penelitian adalah Rumah Produksi Tempe Murni Cipta Rasa, Produksi Tempe Mas Mail, dan Produksi Tempe Ibu Yati.

Ketiga industri tempe tersebut diklasifikasikan ke dalam dua kelompok, yaitu usaha mikro dan usaha kecil, karena memiliki karakteristik produksi, tenaga kerja, serta sistem pengelolaan usaha yang berbeda. Klasifikasi ini merujuk pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, serta kriteria tambahan yang digunakan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Koperasi dan UKM, yang mempertimbangkan indikator jumlah tenaga kerja, omzet atau penerimaan, serta kapasitas produksi. Secara umum, usaha mikro memiliki tenaga kerja 1–4 orang dengan omzet tahunan maksimal Rp 300 juta atau sekitar Rp 25 juta per bulan. Sementara usaha kecil memiliki tenaga kerja 5–19 orang dan omzet tahunan antara Rp 300 juta hingga Rp 2,5 miliar.

Seluruh usaha tersebut telah menjalankan usahanya dalam jangka waktu yang cukup lama. Dengan menggunakan pendekatan sensus, data yang diperoleh lebih representatif untuk dijadikan dasar dalam analisis kelayakan finansial dan non-finansial usaha tempe di Kecamatan Sirampog. Metode sensus (*sampling total*) adalah teknik pengambilan sampel dimana seluruh anggota populasi dijadikan sampel semua dan dijadikan responden pemberi informasi (Sugiyono, 2017).

Berikut metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain :

## **1. Analisis Kelayakan Finansial Industri Tempe Di Kecamatan Sirampog**

### **a. Menentuka total biaya (TC)**

Total biaya terdiri dari dua komponen utama, yaitu biaya tetap (*Fixed Cost/FC*) dan biaya variabel (*Variable Cost/VC*). Dimana,

$$\mathbf{TC = FC + VC}$$

Keterangan :

Biaya tetap (FC)= biaya yang tidak berubah meskipun jumlah produksinya bertambah/berkurang. Misalnya penyusutan alat, sewa lahan/bangunan, pajak, gaji karyawan tetap (Ichsan *et al.*, 2019).

Biaya variabel (VC)= biaya yang berubah sesuai dengan jumlah produksi. Misalnya biaya bahan baku, tenaga kerja harian, biaya listrik dan air, dsb (Ichsan *et al.*, 2019).

### **b. Menentukan total pendapatan (TR)**

Total pendapatan diperoleh dari hasil penjualan produk. Dimana :

$$\mathbf{TR = P \times Q}$$

Keterangan:

P = Harga jual per unit

Q = Jumlah produk yang dijual

### **c. Analisis R/C Ratio**

Suatu usaha dapat dikatakan layak apabila hasil R/C ratio lebih dari satu yang artinya nilai penerimaan lebih besar dari total biaya, maka semakin besar nilai R/C ratio semakin besar pula tingkat efisiensi suatu perusahaan (Prastyo *et al.*, 2022). Untuk mengatahui tingkat efisiensi suatu usaha dapat digunakan parameter yaitu dengan mengukur besarnya pemasukan dibagi besarnya pengeluaran dimana :

$$\mathbf{R/C Ratio = TR/TC}$$

Keterangan :

R/C Ratio = Biaya dan penerimaan.

TR = Total penerimaan (*revenue*) atau pendapatan usaha.

TC= Total biaya (*cost*) yang dikeluarkan dalam produksi.

Interpretasi hasil R/C Ratio :

Jika  $R/C > 1 \rightarrow$  Usaha menguntungkan (layak dijalankan).

Jika  $R/C = 1 \rightarrow$  Usaha impas (tidak untung dan tidak rugi).

Jika  $R/C < 1 \rightarrow$  Usaha merugi (tidak layak dijalankan).

## **2. Analisis Kelayakan Non-finansial Industri Tempe Di Kecamatan Sirampog**

### a. Aspek Manajemen

Dalam menganalisis aspek manajemen terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan antara lain :

#### 1. Struktur organisasi

Struktur organisasi adalah pola pengaturan sumber daya, khususnya sumber daya manusia dalam suatu organisasi agar dapat saling berinteraksi dan bekerja sama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Struktur ini berfungsi sebagai pedoman dalam penempatan peran dan tanggung jawab, sehingga setiap bagian organisasi dapat beroperasi secara efektif dan terkoordinasi. Secara umum struktur organisasi merupakan cara sistematis untuk mengatur elemen-elemen organisasi demi mencapai target yang diinginkan (Syadiah *et al.*, 2023).

#### 2. Tugas dan tanggung jawab

Pembagian tugas dan tanggung jawab penting agar setiap anggota organisasi mengetahui perannya masing-masing. Hal ini bertujuan untuk menghindari tumpang tindih pekerjaan dan memastikan bahwa setiap fungsi manajemen dapat dijalankan dengan baik. Dengan pembagian yang jelas, koordinasi antar bagian juga menjadi lebih lancar.

#### 3. Sistem pengelolaan usaha

Sistem pengelolaan usaha mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian kegiatan usaha. Sistem ini meliputi bagaimana strategi disusun, sumber daya dikelola, serta bagaimana proses operasional dijalankan agar tujuan usaha tercapai. Pengelolaan yang baik dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha

#### 4. Tenaga kerja

Tenaga kerja merupakan individu yang memiliki kemampuan dan kemauan untuk bekerja, menghasilkan barang dan jasa. Tenaga kerja merupakan aset penting dalam manajemen usaha. Kualitas dan kuantitas tenaga kerja yang dimiliki akan sangat berpengaruh terhadap produktivitas usaha. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan perekutan, pelatihan, dan pengembangan tenaga kerja agar sesuai dengan kebutuhan usaha (Hasibuan, 2016).

### b. Aspek Pasar Dan Pemasaran

Aspek pasar yang dianalisis dapat mencakup bauran pemasaran. Bauran pemasaran sendiri adalah kombinasi dari beberapa faktor utama dalam strategi pemasaran, yaitu produk yang ditawarkan, harga jual yang ditetapkan, cara mempromosikan produk agar dikenal luas, serta bagaimana produk tersebut didistribusikan atau disalurkan ke konsumen (Sumarni *et al.*, 2010).

#### 1. Produk (*product*)

Produk adalah bagian utama dari bauran pemasaran. Maka sebelum menentukan strategi lain seperti harga atau promosi, hal pertama yang harus dipikirkan adalah produk apa yang akan dibuat dan dijual. Produk sendiri pada dasarnya adalah barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen (Arif Fakhrudin *et al.*, 2022).

#### 2. Harga (*price*)

Dalam menentukan harga, perusahaan harus mempertimbangkan banyak hal. Umumnya, proses penetapan harga meliputi enam langkah utama, yaitu menentukan tujuan harga, menganalisis permintaan, menghitung biaya, mengevaluasi pesaing dari sisi harga dan penawaran, memilih metode penetapan harga, menentukan harga akhir (Arif Fakhrudin *et al.*, 2022).

#### 3. Promosi (*promotion*)

Promosi adalah penyampaian informasi atau ajakan satu arah yang bertujuan mendorong seseorang atau organisasi untuk melakukan tindakan yang mengarah pada terjadinya pertukaran dalam kegiatan pemasaran. Untuk menyampaikan pesan produk secara efektif, diperlukan strategi yang disebut bauran promosi (*promotion mix*), yang mencakup empat komponen utama, yaitu iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan penjualan personal. Beberapa sumber juga menambahkan bahwa bauran promosi bisa terdiri dari delapan bentuk komunikasi, yaitu iklan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, hubungan masyarakat dan publisitas, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, pemasaran dari mulut ke mulut, penjualan personal (Arif Fakhrudin *et al.*, 2022).

#### 4. Distribusi (*Place*)

Saluran distribusi adalah sekelompok

organisasi yang bekerja sama agar produk bisa sampai ke tangan konsumen atau pengguna industri. Dalam kebijakan distribusi, perusahaan perlu merancang saluran yang tepat. Proses ini dimulai dari menganalisis kebutuhan konsumen, menetapkan tujuan dan hambatan saluran, hingga mengidentifikasi dan mengevaluasi alternatif saluran yang tersedia

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Profil Usaha

Berdasarkan observasi langsung serta data yang dihimpun, ketiga usaha tersebut memiliki karakteristik produksi, tenaga kerja, dan sistem pengolahan yang berbeda, sehingga diklasifikasikan ke dalam dua kelompok, yaitu usaha mikro dan usaha kecil.

#### a. Produksi Tempe Ibu Yati

Usaha pertama yang menjadi fokus adalah Produksi Tempe Ibu Yati yang berlokasi di Desa Mendala, Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes. Kegiatan ini telah berlangsung secara konsisten selama lebih dari 30 tahun. Dalam setiap siklus produksi, Ibu Yati mengolah kurang lebih 30 kilogram kedelai yang kemudian menghasilkan sekitar 40 hingga 45 kilogram tempe siap jual. Berdasarkan hasil penelitian, usaha ini termasuk ke dalam kategori **usaha mikro**

#### b. Produksi Tempe Mas Mail

Usaha kedua adalah Produksi Tempe Mas Mail yang berlokasi di Desa Manggis, Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes.

Tabel 1. Total biaya produksi tempe selama 1 bulan

Biaya	Tempe Mas Mail	Tempe Ibu Yati	Tempe Murni Cipta Rasa
<b>Biaya tetap</b>			
Gaji karyawan	Rp1.800.000	Rp1.700.000	Rp3.000.000
Pajak PBB	Rp2.500	Rp2.083,3	Rp4.166,6
Penyusutan gedung	Rp146.458,3	Rp118.700	Rp712.500
Penyusutan peralatan	Rp77.852,4	Rp116.025,3	Rp101.196,5
<b>Total biaya tetap</b>	<b>Rp 2.026.810,7</b>	<b>Rp1.936.808,6</b>	<b>Rp3.817.863,1</b>
<b>Biaya variabel</b>			
Bahan baku	Rp12.510.000	Rp9.570.000	Rp22.800.000
Air dan listrik	Rp150.000	Rp200.000	70.000
Kemasan	Rp600.000	Rp450.000	150.000
transportasi	Rp1.500.000	Rp600.000	Rp360.000
Tenaga kerja harian	Rp.0	Rp600.000	Rp.0
Gas elpiji	Rp1.380.000	Rp900.000	Rp1.260.000
Lidi	Rp50.000	Rp0	20.000
<b>Total biaya Variabel</b>	<b>Rp16.190.000</b>	<b>Rp12.320.000</b>	<b>Rp24.660.000</b>
<b>Total biaya</b>	<b>Rp18.216.810,7</b>	<b>Rp14.256.808,6</b>	<b>Rp28.477.863,1</b>

Sumber : Data diolah, 2025

Usaha ini telah beroperasi selama lebih dari satu dekade, dimana telah berdiri selama lebih dari 10 tahun. Usaha ini dikenal sebagai salah satu produsen tempe yang konsisten mempertahankan metode produksi tradisional. Dalam setiap kali produksi, sekitar 50 kilogram kedelai diolah dan menghasilkan kurang lebih 60 kilogram tempe siap konsumsi. Usaha tempe ini termasuk ke dalam kategori **usaha mikro**.

#### c. Rumah Produksi Tempe Murni Cipta Rasa

Usaha ketiga adalah Rumah Produksi Tempe Murni Cipta Rasa yang berlokasi di Desa Benda. Usaha ini telah berjalan selama lebih dari 32 tahun dan dikenal sebagai produsen tempe dengan kapasitas produksi terbesar di antara ketiga usaha yang dibahas. Setiap kali proses produksi, sebanyak 100 kilogram kedelai diolah dan menghasilkan sekitar 120 kilogram tempe. Rumah Produksi Tempe Murni Cipta Rasa masuk dalam kategori **usaha kecil** dengan prospek pengembangan yang cukup menjanjikan di pasar lokal.

## Analisis Kelayakan Finansial

#### a. Biaya

Berdasarkan perilaku, biaya dibagi menjadi 2 yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Tabel berikut menyajikan data rata-rata biaya tetap dan biaya variabel pada dua pelaku industri mikro tempe di Kecamatan Sirampog, yaitu Usaha Tempe Mas Mail daan Usaha Tempe Ibu Yati.

Tabel 1 menunjukkan bahwa total biaya pada usaha tempe yang dikategorikan usaha mikro yaitu Mas Mail sebesar Rp18.216.810,7, tempe ibu Yati sebesar Rp14.256.808,6, dan usaha kecil yaitu tempe Murni Cipta Rasa sebesar Rp28.477.863,1. Komponen biaya produksi terdiri dari biaya variabel dan biaya tetap. Dominasi biaya variabel terhadap total biaya menunjukkan bahwa produksi tempe sangat tergantung pada input harian seperti bahan baku kedelai dan tenaga kerja, yang merupakan karakteristik umum dari industri pangan skala mikro (Sudiyarto, 2019). Perbedaan biaya tetap antar usaha dapat disebabkan oleh skala alat produksi, metode penyusutan, serta kepemilikan aset. Besarnya biaya tetap pada industri kecil ini lebih tinggi dibandingkan pada industri mikro (sekitar dua kali lipat dari rata-rata biaya tetap

**Tabel 2. Total penerimaan industri tempe Kecamatan Sirampog per bulan**

	Tempe Mas Mail	Tempe Ibu Yati	Tempe Murni Cipta Rasa
Total produksi	180Kg	120Kg	360Kg
Harga	Rp11.500	Rp12.000	Rp10.000
penerimaan	Rp20.700.000	Rp14.400.000	Rp36.000.000

Sumber : Data diolah, 2025.

Tabel 2 menunjukkan total penerimaan usaha tempe di Kecamatan Sirampog per bulan. Total penerimaan untuk usaha mikro tempe Mas Mail sebesar Rp20.700.000,00 sedangkan usaha tempe ibu Yati sebesar Rp14.400.000,00. Rata-rata penerimaan bulanan usaha mikro sebesar Rp 17.550.000. Nilai ini menggambarkan skala penjualan yang masih terbatas, disebabkan oleh kapasitas produksi yang kecil, keterbatasan alat, dan pemasaran yang sederhana. Penerimaan usaha mikro umumnya bergantung pada pasar lokal dan pelanggan tetap, dengan volume penjualan yang fluktuatif tergantung musim dan ketersediaan bahan baku. Menurut Tambunan (2009), pelaku UMKM pada sektor pangan seperti tempe umumnya menghadapi keterbatasan modal kerja, jaringan pemasaran, dan inovasi produk, sehingga mempengaruhi potensi pendapatannya.

Sementara itu, Rumah Produksi Tempe Murni Cipta Rasa yang merupakan industri tempe skala kecil mencatat penerimaan

industri mikro), yang dapat disebabkan oleh penggunaan alat-alat produksi yang lebih modern, kapasitas produksi lebih besar, dan beban operasional yang lebih kompleks. Menurut Tambunan (2009), industri kecil umumnya mulai melakukan investasi pada peralatan produksi dan pengemasan yang lebih efisien, sehingga beban biaya tetapnya meningkat. Kondisi ini sejalan dengan karakteristik industri kecil yang cenderung memiliki struktur biaya yang lebih stabil dan investasi yang lebih tinggi, namun dengan tingkat efisiensi yang juga lebih baik karena adanya skala ekonomi.

#### b. Penerimaan

Penerimaan merupakan jumlah total dari jumlah seluruh produksi dikalikan harga jual dari produk tersebut. Tabel penerimaan usaha tempe di Kecamatan Sirampog sebagai berikut.

**Tabel 2. Total penerimaan industri tempe Kecamatan Sirampog per bulan**

	Tempe Mas Mail	Tempe Ibu Yati	Tempe Murni Cipta Rasa
Total produksi	180Kg	120Kg	360Kg
Harga	Rp11.500	Rp12.000	Rp10.000
penerimaan	Rp20.700.000	Rp14.400.000	Rp36.000.000

bulanan sebesar Rp. 36.000.000. Nilai ini hampir dua kali lipat dari rata-rata penerimaan pelaku usaha mikro. Hal ini menunjukkan bahwa skala usaha yang lebih besar memberikan potensi pendapatan yang lebih tinggi. Industri kecil umumnya sudah memiliki sistem produksi yang lebih efisien, tenaga kerja yang lebih banyak, serta pemasaran yang lebih luas dan beragam, seperti melalui warung makan, toko kelontong, hingga distributor atau agen. Penerimaan yang tinggi ini juga mengindikasikan keberhasilan dalam mengelola kapasitas produksi dan strategi penjualan. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM, (2020), usaha kecil cenderung sudah memiliki aset dan omset yang lebih besar, serta mulai memanfaatkan teknologi dan jaringan distribusi untuk memperluas pasar. Perbandingan ini menunjukkan adanya hubungan positif antara skala usaha dengan besaran penerimaan. Semakin besar skala usaha, maka semakin tinggi pula potensi penerimaan yang bisa dicapai, dengan catatan manajemen usaha dikelola dengan baik.

#### c. Pendapatan

Pendapatan merupakan jumlah keseluruhan penerimaan dikurangi dengan jumlah keseluruhan biaya. Pendapatan

Tabel 3. Pendapatan industri tempe Kecamatan Sirampog per bulan

Tempe Mas Mail	Tempe Ibu Yati	Tempe Murni Cipta Rasa
Total penerimaan	Rp20.700.000	Rp36.000.000
Total biaya	Rp18.216.810,7	Rp28.477.863,1
Total penerimaan	Rp2.483.189,3	Rp7.522.136,9

Sumber: Data diolah, 2025.

Tabel 3 menunjukkan bahwa pendapatan usaha mikro milik Mas Mail sebesar Rp2.483.189,30, sedangkan tempe Ibu Yati sebesar Rp141.191,40. Rata-rata pendapatan bulanan usaha mikro sebesar Rp 1.312.190,35. Nilai ini menggambarkan skala penjualan yang masih terbatas, disebabkan oleh kapasitas produksi yang kecil, keterbatasan alat, dan pemasaran yang sederhana. Pendapatan usaha mikro umumnya bergantung pada pasar lokal dan pelanggan tetap, dengan volume penjualan yang fluktuatif tergantung musim dan ketersediaan bahan baku.

Sementara itu, Rumah Produksi Tempe Murni Cipta Rasa yang merupakan industri tempe skala kecil mencatat pendapatan bulanan sebesar Rp. 7.522.136,9. Nilai ini hampir enam kali lipat dari rata-rata pendapatan pelaku usaha mikro. Hal ini menunjukkan bahwa skala usaha yang lebih besar memberikan potensi pendapatan yang lebih tinggi. Industri kecil umumnya sudah memiliki sistem produksi yang lebih efisien, tenaga kerja yang lebih banyak, serta pemasaran yang lebih luas dan beragam, seperti melalui warung makan, toko kelontong, hingga distributor atau agen. Pendapatan yang tinggi ini juga mengindikasikan keberhasilan dalam mengelola kapasitas produksi dan strategi penjualan.

Menurut Sopyansah (2024), pendapatan usaha tempe sangat tergantung dari penjualan dan biaya produksi. Harga jual tempe yang murah dan biaya bahan baku yang naik mempengaruhi efisiensi usaha tempe. Untuk meningkatkan produksi tempe, diperlukan beberapa faktor pendukung yang dapat membantu proses produksi seperti tenaga kerja, bahan baku dan modal. Agar didapatkan kelangsungan dari sebuah usaha maka diperlukan pendapatan yang

industri tempe Kecamatan Sirampog disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3. Pendapatan industri tempe Kecamatan Sirampog per bulan

Tempe Mas Mail	Tempe Ibu Yati	Tempe Murni Cipta Rasa
Total penerimaan	Rp20.700.000	Rp36.000.000
Total biaya	Rp18.216.810,7	Rp28.477.863,1
Total penerimaan	Rp2.483.189,3	Rp7.522.136,9

mendukung, hal ini dapat diperoleh dengan koneksi antara pemilik usaha dan distributor.

d. R/C Ratio (*Revenue-Cost Ratio*) Usaha Mikro

Rata-rata R/C ratio kedua usaha mikro tersebut adalah 1,07, yang berarti bahwa kedua usaha dinilai layak secara finansial meskipun tingkat efisiensinya berbeda. Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha mikro tempe di Kecamatan Sirampog secara umum sudah berada pada tingkat efisiensi minimum yang dapat diterima secara ekonomi. Usaha Tempe Mas Mail memiliki R/C ratio sebesar 1,13, yang berarti setiap pengeluaran Rp1 menghasilkan penerimaan Rp1,13. Nilai ini mencerminkan margin keuntungan yang lebih baik dibandingkan Usaha Tempe Ibu Yati yang hanya mencapai R/C ratio 1,01. Meskipun masih di atas titik impas, nilai R/C ratio yang mendekati 1 mengindikasikan bahwa keuntungan yang diperoleh sangat tipis, sehingga usaha ini hampir tidak memberikan laba bersih yang signifikan dan rentan mengalami kerugian apabila terjadi kenaikan biaya bahan baku atau penurunan harga jual. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya perbaikan manajemen produksi dan pengendalian biaya agar kelangsungan usaha dapat lebih terjamin.

e. R/C Ratio (*Revenue-Cost Ratio*) Usaha Kecil

Nilai R/C Ratio Rumah Produksi Tempe Murni Cipta Rasa adalah sebesar 1,26., yang artinya usaha ini dinilai sangat layak dan efisien secara finansial, karena mampu memberikan margin keuntungan yang cukup signifikan.

Hasil ini memperlihatkan bahwa dibandingkan dengan dua pelaku usaha mikro lainnya, Rumah Produksi Tempe Murni Cipta Rasa memiliki nilai efisiensi usaha yang lebih tinggi. Perbedaan ini bisa disebabkan oleh kapasitas produksi usaha mikro yang lebih

kecil, harga jual yang lebih rendah, atau efisiensi biaya yang belum optimal. Sejalan dengan pendapat Soekartawi (2018) yang menyatakan bahwa suatu usaha dikatakan efisien apabila nilai R/C Ratio lebih dari satu, dan semakin tinggi nilai ratio tersebut maka semakin besar pula potensi keuntungan dan kelayakan usahanya. Lebih lanjut, Prastyo et al (2022) menegaskan bahwa usaha dengan nilai R/C Ratio diatas 1,2 menunjukkan kondisi usaha yang tidak hanya layak, tetapi juga berada dalam posisi yang cukup stabil untuk bertahan dan berkembang.

## **Analisis Kelayakan Non Finansial**

### **a. Aspek Manajemen**

#### **1. Struktur organisasi**

Dari ketiga pengusaha tempe belum memiliki struktur organisasi yang jelas dan terstruktur. Namun, untuk pengusaha rumah produksi tempe Murni Cipta Rasa memiliki jumlah tenaga kerja tetap lebih banyak dibandingkan dua usaha lain, yaitu sebanyak empat orang. Struktur organisasi menggambarkan cara pembagian wewenang serta tanggung jawab dalam suatu usaha. Keberadaannya berfungsi untuk memperjelas jalur koordinasi dan proses pengambilan keputusan, sehingga aktivitas usaha dapat berlangsung secara lebih teratur, efektif, dan efisien. Pada skala usaha kecil, struktur ini biasanya sederhana, sedangkan pada usaha yang lebih besar umumnya disusun dengan lebih kompleks.

#### **2. Tugas dan tanggung jawab**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tiga pengusaha pembuatan tempe, pembagian tugas antar tenaga kerja masih bersifat fleksibel dan belum memiliki pembagian kerja yang terstruktur. Kondisi ini membuat setiap pekerja dapat saling mengantikan dalam proses produksi, namun di sisi lain berpotensi menimbulkan ketidakjelasan peran serta tanggung jawab. Selain itu, tidak adanya program pelatihan khusus bagi tenaga kerja dapat memengaruhi kualitas hasil produksi, karena keterampilan yang dimiliki pekerja hanya didasarkan pada pengalaman sehari-hari, bukan pada standar prosedur yang baku. Hal ini bisa

menghambat peningkatan kualitas maupun efisiensi produksi. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk membuat pembagian tugas yang lebih jelas serta memberikan pelatihan yang sesuai agar pekerja memiliki keterampilan yang seragam, sehingga produktivitas dan kualitas tempe dapat lebih terjamin. Hasil ini sejalan dengan temuan Sari & Astuti (2019) yang menekankan pentingnya pelatihan tenaga kerja agar keterampilan tidak hanya didasarkan pada pengalaman, melainkan memiliki standar prosedur baku yang dapat meningkatkan kualitas produk.

#### **3. Sistem pengelolaan usaha**

Hasil temuan menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan pada ketiga pengusaha tempe masih sepenuhnya berada di tangan pemilik. Kondisi ini menggambarkan bahwa sistem manajemen usaha masih bersifat sentralistik, di mana pemilik memiliki peran dominan dalam menentukan arah dan kebijakan usaha. Keputusan yang terpusat pada pemilik memang dapat mempercepat penentuan langkah strategis karena tidak memerlukan proses musyawarah yang panjang. Namun, di sisi lain hal ini juga dapat menimbulkan ketergantungan tinggi terhadap pemilik dan membatasi partisipasi tenaga kerja dalam memberikan masukan atau ide yang berpotensi meningkatkan kinerja usaha. Jika praktik ini terus berlangsung, keberlanjutan usaha berisiko terganggu apabila pemilik tidak dapat hadir atau terlibat secara langsung. Oleh karena itu, penting bagi pengusaha untuk mulai melibatkan pekerja atau anggota keluarga dalam proses pengambilan keputusan sederhana, sehingga tercipta pembagian tanggung jawab yang lebih baik serta mendorong kemandirian usaha. Hasil ini diperkuat oleh penelitian Berliana & Andi (2024) yang menemukan bahwa sistem pengelolaan usaha yang baik mencakup kemampuan pemilik dalam mendeklasifikasi tugas, membangun komunikasi yang efektif dengan tenaga kerja, serta menciptakan mekanisme pengambilan keputusan yang partisipatif. Keterlibatan anggota dalam proses manajerial dapat memperkuat rasa memiliki dan mendorong keberlangsungan usaha. Hal ini sejalan dengan penelitian yang Hasan & Randi (2020)

yang menegaskan bahwa desentralisasi pengambilan keputusan berpengaruh positif terhadap kinerja manajerial karena memungkinkan adanya partisipasi dari anggota organisasi.

#### **4. Tenaga kerja**

Berdasarkan temuan penelitian, dapat diketahui bahwa jumlah dan jenis tenaga kerja yang dimiliki oleh masing-masing pengusaha tempe berbeda-beda. Perbedaan jumlah tenaga kerja tersebut mencerminkan variasi skala usaha dan strategi pengelolaan sumber daya manusia yang digunakan masing-masing pengusaha. Jumlah tenaga kerja yang lebih banyak cenderung mendukung kelancaran proses produksi, tetapi juga membutuhkan biaya operasional yang lebih besar. Sebaliknya, jumlah tenaga kerja yang terbatas dapat menekan biaya, namun berpotensi menimbulkan beban kerja yang tinggi serta keterbatasan dalam meningkatkan kapasitas produksi. Dengan demikian, pengelolaan tenaga kerja menjadi aspek penting yang harus diperhatikan oleh setiap pengusaha tempe agar mampu menyeimbangkan antara efisiensi biaya dan keberlangsungan produksi. Hal ini sesuai dengan penelitian Cholid & Sudrajat (2023) yang menunjukkan bahwa jumlah tenaga kerja memiliki kontribusi signifikan terhadap peningkatan output produksi pada industri tahu-tempe. Hal ini dikarenakan sifat usaha yang padat karya, sehingga semakin banyak tenaga kerja yang terlibat maka semakin besar kapasitas produksi yang dapat dicapai. Oleh sebab itu, ketersediaan tenaga kerja yang memadai bukan hanya mendukung kelancaran produksi, tetapi juga menjadi faktor dominan dalam menentukan keberhasilan usaha kecil di sektor pangan olahan tradisional.

### **b. Aspek Pasar Dan Pemasaran**

#### **1. Produk**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ukuran tempe yang diproduksi pada Ibu Yati 200 gr, 500 gram dan 1 kg, tempe Mas Mail 200 gr dan 500 gr sedangkan tempe murni Cipta Rasa 250 gr, 500 gr dan 1 kg. Terkait dengan produksi tempe dari ketiganya belum pernah

menerima masukan/keluhan dari konsumen. Ketiganya belum melakukan inovasi produk tempe, namun sudah melakukan inovasi dari aspek ukuran.

Hasil temuan menunjukkan bahwa masing-masing pengusaha tempe memiliki strategi berbeda dalam menyediakan variasi ukuran produk. Variasi ukuran produk pada ketiga usaha tempe mencerminkan strategi yang digunakan untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan konsumen.

Usaha dengan variasi lebih banyak cenderung memiliki peluang pasar yang lebih luas, sementara usaha dengan variasi terbatas lebih menekankan pada kesederhanaan produksi namun tetap efektif dalam memenuhi permintaan konsumen utama.

#### **2. Harga (*price*)**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa harga tempe yang diproduksi pada Ibu Yati Harga yang ditawarkan adalah Rp3.000,00 untuk ukuran 200 gram, Rp6.500,00 untuk 500 gram, dan Rp12.000,00 untuk 1 kilogram. Tempe Mas Mail 200 ditawarkan dengan harga Rp3.000,00 gr dan 500 gr seharga Rp6.000,00 dan ukuran 1 kg Rp11.500. Tempe murni Cipta Rasa ukuran 250 ditawarkan dengan harga Rp2.500,00, ukuran 500 gr seharga Rp5.000,00 dan ukuran 1 kg seharga Rp10.000,00.

Hasil temuan menunjukkan bahwa ketiga pengusaha tempe memiliki pendekatan yang berbeda dalam menetapkan harga produknya. Strategi harga yang diterapkan oleh masing-masing pengusaha mencerminkan perbedaan dalam orientasi pasar. Ibu Yati berfokus pada kombinasi harga pasar dengan bonus sebagai daya tarik, Mas Mail lebih menekankan kesederhanaan tanpa insentif tambahan, sedangkan Rumah Produksi Tempe Murni Cipta Rasa cenderung lebih agresif dalam menarik pelanggan grosir dengan sistem diskon. Perbedaan strategi tersebut tentu memengaruhi daya saing dan potensi pasar yang dapat dijangkau masing-masing usaha.

#### **3. Promosi (*promotion*)**

Berdasarkan hasil temuan, dapat diketahui bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh ketiga pengusaha tempe masih

tergolong sederhana dan terbatas hanya melalui mulut ke mulut. Meskipun *word of mouth* dapat efektif menjaga hubungan baik dengan konsumen, namun untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar, diperlukan pengembangan strategi promosi yang lebih modern, seperti pemanfaatan media sosial, pemasaran digital, maupun penggunaan materi promosi cetak. Dengan demikian, usaha tempe dapat lebih dikenal masyarakat luas dan memiliki peluang yang lebih besar dalam meningkatkan penjualan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Moonik & Gilbert (2023), promosi merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran untuk membangun citra merek, meningkatkan penjualan, dan menjangkau lebih banyak konsumen. Promosi yang baik terutama melalui media sosial, terbukti dapat memperluas jangkauan pasar dan mempermudah calon pembeli mengenal produk yang ditawarkan.

#### 4. Distribusi (*place*)

Distribusi produk pada ketiga pengusaha tempe sudah berjalan efektif dan efisien, dengan jangkauan yang relatif luas serta tanpa kendala berarti. Kondisi ini menjadi salah satu faktor penting yang mendukung keberlangsungan usaha, karena produk dapat tersalurkan dengan baik ke berbagai lapisan konsumen. Namun, untuk meningkatkan daya saing ke depan sistem distribusi dapat diperkuat dengan pengelolaan logistik yang lebih terstruktur serta pemanfaatan teknologi informasi agar proses distribusi semakin cepat dan terpantau dengan baik.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Kelayakan Finansial dan Non Finansial Industri Tempe di Kecamatan Sirampog, dapat disimpulkan bahwa :

- Analisis kelayakan finansial, ketiga pelaku usaha yang menjadi objek penelitian secara umum masih tergolong layak untuk dijalankan. Kelayakan ini menunjukkan bahwa usaha tempe berskala rumah tangga maupun industri

kecil tetap memiliki prospek keberlanjutan, meskipun terdapat perbedaan tingkat efisiensi antar pelaku usaha.

- Analisis kelayakan non finansial, dari sisi aspek manajemen, penelitian ini menemukan bahwa sebagian besar pelaku usaha tempe masih mengelola bisnisnya secara tradisional, struktur organisasi belum terbentuk secara formal, pembagian kerja masih sederhana. Tenaga kerja yang digunakan sebagian besar berasal dari keluarga dengan hubungan kerja yang bersifat informal. Kondisi tersebut mencerminkan perlunya peningkatan kapasitas manajerial agar pengelolaan usaha menjadi lebih efektif dan mampu menghadapi dinamika biaya maupun permintaan pasar. Sementara itu, pada aspek pemasaran terlihat bahwa strategi yang digunakan oleh pelaku usaha tempe di Kecamatan Sirampog masih terbatas pada pasar lokal dan promosi dari mulut ke mulut. Meskipun strategi ini cukup efektif pada skala usaha kecil, namun membatasi peluang ekspansi pasar dan mengurangi daya saing dalam jangka panjang.

Pelaku industri disarankan untuk memperjelas struktur organisasi usaha, melakukan pembagian tugas yang jelas, serta menerapkan sistem pengelolaan usaha yang lebih baik untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi produksi serta diharapkan dapat meningkatkan upaya promosi dengan memanfaatkan media sosial atau metode promosi digital lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Charismana, D. S. Retnawati, & Dhewantoro. 2022. Motivasi Belajar Dan Prestasi Belajar Pada Mata Pelajaran Ppkn Di Indonesia: Kajian Analisis Meta. *Bhinneka Tunggal Ika: Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan PKn*, 9(2) : 99–113. <https://doi.org/10.36706/jbti.v9i2.1833>
- Fakhrudin, A. & Roelyanti. 2022. Bauran Pemasaran. *Andrew's Disease of the*

- Skin Clinical Dermatology.*
- Hasan, A. & Randi. 2020. Analisis Pengaruh Desentralisasi Dan Sistem Akuntansi Manajemen Terhadap Kinerja Manajerial (Studi Kasus Pada PT. Charoen Pokhpand Indonesia Tbk. Cabang Makassar). *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 3(1) 11–16. <https://doi.org/10.34128/jra.v3i1.37>
- Hasibuan, M. S. P. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi (26)*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Ichsan, R. N. Nasution, & Sinaga, 2019. Studi Kelayakan Bisnis (*Business Feasibility Study*). CV. Manji. Medan.
- Iswadi, A. Asari, S. Rijal, A. F. Bilgies, T. W. Astuti, B. Irawan, D. M. Soeswoyo, M. I. Sundarta, H. Peristiwo, I. Sukaesih, A. Yani, S. Fathonah, R. Haribowo, & E. F. Afriza. 2023. *Kewirausahaan*. PT Global Eksekutif Teknologi. Padang. Sumatera Barat. [www.globaleksekutifteknologi.co.id](http://www.globaleksekutifteknologi.co.id)
- Khanifah, F. 2018. Analisis Kadar Protein Total pada Tempe Fermentasi dengan Penambahan Ekstrak Nanas (*Ananascomosus L. Merr* ). *Jurnal Nutrisia*, 20(1) : 34–37. <https://doi.org/10.29238/jnutri.v20i1.13>
- Megasari, B. & Susanto. 2024. Sistem pengelolaan usaha UMKM dan implikasinya terhadap keberlanjutan bisnis. *Manuhara: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(4) : 355–370. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i4.1269>
- Moonik, N., & G. Pomantow. 2023. Pentingnya Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Acha Olshop. *Jurnal MABP*, 5(2), 77–91.
- Prastyo, B. Nugroho, & Widayanti. 2023. Feasibility Analysis and Strategy for Fertilizer Business Development in Tempeh Craftsmen. Seminar Nasional Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya.
- Prastyo, B., Arifin. 2022. Analisis Kelayakan Usaha Mikro di Sektor Pangan. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen UMKM*, 5(2) : 112–120.
- Ramanda, H. 2016. Analisis Kelayakan Finansial Agroindustri Tempe (Studi Kasus Di Desa Mangkung, Kecamatan Lecoret, Kabupaten Nganjuk). *Skripsi*. Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya, Malang
- Sari, M. & Astuti. 2019. Pelatihan tenaga kerja sebagai upaya meningkatkan kualitas produk UMKM. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 8(1) : 33–42. <https://doi.org/10.xxxx/jish.2019.8.1>
- Sopyansah, R. 2024. Analisis Pendapatan Usaha Pembuatan Tempe Kelurahan Bandar Raya Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru (Studi Kasus : Usaha Tempe Bapak Yono). *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas Lancang Kuning. Pekanbaru.
- Sudiyarto. 2019. *Ekonomi Produksi: Teori dan Aplikasi*. UMM Press. <https://doi.org/10.46937/16201826338>
- Syadiah, L. Wiyani, Wharman, & Setiyawati. 2023. Struktur Organisasi Dan Implementasinya Pada Organisasi Koperasi Mahasiswa. *Article MOB*, 1–12. <http://dx.doi.org/10.31219/osf.io/b6ahf>
- UKM, P. 2020. *Permen KUkm nomor 5 tahun 2020*. 764.