



Research Article

Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Strategi Pemasaran Pabrik Usaha Roti Maha Karya Madurasa Di Tanah Merah Bangkalan

Nur Ina Avia¹, Abdur Rohman²

1. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Keislaman; 220721100138@student.trunojoyo.ac.id
2. Universitas Trunojoyo Madura; abdur.rohman@trunojoyo.ac.id

Copyright © 2025 by Authors, Published by **Managing: Jurnal Bisnis dan Manajemen**. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : June 11, 2024
Accepted : July 01, 2024

Revised : June 25, 2024
Available online : February 11, 2025

How to Cite: Nur Ina Avia, & Abdur Rohman. (2025). Business Feasibility Study Analysis on Marketing Strategy of Maha Karya Madurasa Bread Factory in Tanah Merah Bangkalan. *Managing: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.61166/managing.v2i1.7>

Business Feasibility Study Analysis on Marketing Strategy of Maha Karya Madurasa Bread Factory in Tanah Merah Bangkalan

Abstract. This research aims to analyze the business feasibility of the marketing strategy of the Maha Karya Madurasa Bread Business Factory in Tanah Merah Bangkalan. The research method used is descriptive with a qualitative approach. Primary data was obtained through interviews and observations, while secondary data was obtained from literature studies and related documents. The research results show that the Maha Karya Madurasa Bread Factory has a fairly good marketing strategy. The marketing strategy includes determining prices, products, promotions and sales places that suit the target market. This factory also has competitive advantages compared to other competitors, namely quality products, affordable prices and good service. Based on the results of this research, it can be concluded that the Maha Karya Madurasa Bread Business Factory has a good marketing strategy and good business feasibility. Therefore, companies need to continue to improve

their marketing strategies and maintain the quality of their products in order to compete in an increasingly competitive market.

Keywords: Business Feasibility Study, Marketing Strategy.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis pada strategi pemasaran Pabrik Usaha Roti Maha Karya Madurasa di Tanah Merah Bangkalan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari studi literatur dan dokumen-dokumen terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pabrik Usaha Roti Maha Karya Madurasa memiliki strategi pemasaran yang cukup baik. Strategi pemasaran tersebut meliputi penetapan harga, produk, promosi, dan tempat penjualan yang sesuai dengan target pasar. Pabrik ini juga memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan pesaing lainnya, yaitu produk yang berkualitas, harga yang terjangkau, dan pelayanan yang baik. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Pabrik Usaha Roti Maha Karya Madurasa memiliki strategi pemasaran yang baik dan kelayakan bisnis yang baik. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus meningkatkan strategi pemasarannya dan menjaga kualitas produknya agar dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Keywords: Studi Kelayakan Bisnis, Strategi Pemasaran.

PENDAHULUAN

Strategi pemasaran merupakan salah satu jenis persiapan yang digunakan dalam bidang pemasaran. Secara umum, pemasaran adalah aktivitas sosial dimana individu dan organisasi memproduksi dan memperdagangkan barang dan nilai satu sama lain untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Kegiatan usaha kecil dan menengah merupakan salah satu aspek perekonomian yang memerlukan pertimbangan sistem pemasaran agar dapat menghasilkan keuntungan. Perkembangan aspek ekonomi yang mampu bersaing dan bertahan dalam kondisi apapun. Akibat meningkatnya konsumsi convenience food, pola konsumsi makanan dengan cepat menjalar ke masyarakat menengah ke atas bahkan masyarakat menengah ke bawah (Tsamrotur Rofa et al., n.d.). Oleh karena itu, ini merupakan peluang yang sangat baik bagi para pengolah makanan untuk mengembangkan usahanya dan memasarkan produknya sehingga menghasilkan produk yang berkualitas dengan harga terjangkau bagi masyarakat lokal. Salah satu makanan dengan penyajian yang praktis dan beragam yaitu roti.

Pabrik Usaha Roti Maha Karya Madurasa (MKM) Milik Bapak Sumrih ini berada di Kecamatan Tanah Merah Kota Bangkalan cukup menguntungkan, Hal ini tidak terlepas dari semakin populernya roti di kalangan masyarakat yang didukung oleh meningkatnya pendapatan masyarakat. Mengonsumsi roti juga dianggap dapat meningkatkan gengsi dengan harga yang terjangkau. Roti merupakan makanan yang praktis, tidak memerlukan persiapan yang lama. Selain itu, rotinya tidak mudah rusak (bertahan 2-3 hari) dan mudah didapat.

Pabrik Usaha Roti Maha Karya Madurasa (MKM) bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan roti dan jumlah pelanggan dengan menawarkan berbagai pilihan produk kepada pelanggan ketika memutuskan untuk membeli roti. Apalagi saat ini banyak sekali pelaku usaha roti di Kota Bangkalan yang menawarkan

berbagai varian rasa dengan berbagai tingkat harga. Peningkatan penjualan produk Roti MKM tidak lepas dari kegiatan pemasaran roti.

Persaingan dari usaha sejenis akan mempengaruhi keuntungan yang pada akhirnya akan mempengaruhi perkembangan MKM Roti. Karena pemasaran merupakan faktor penentu besar kecilnya volume penjualan produk yang berarti mempengaruhi kinerja operasional, maka MKM Roti harus memilih dan menentukan strategi pemasaran yang berkaitan dengan pengolahan usaha agar dapat mempertahankan usaha yang menguntungkan(Rahmawati, 2017).

KAJIAN LITERATUR

Studi Kelayakan Bisnis

Pengertian studi kelayakan bisnis adalah penelitian dan Penilaian apakah suatu proyek dapat dilaksanakan dengan sukses (menguntungkan). Salah Satu Manfaat Utamanya adalah meminimalisir risiko kerugian, baik yang dapat diprediksi maupun yang tidak terduga. Pengertian menguntungkan berhasil atau layak, dimaknai sebagian orang dalam arti sempit dan arti luas. Pengertian arti sempit, biasanya pihak sektor swasta biasanya lebih tertarik pada manfaat finansial dari investasi. Sedangkan Pengertian dalam arti luas, selain keuntungan finansial bagi pemerintah atau lembaga non profit disamping ada manfaat ekonomi masih ada manfaat lain yang perlu diperhatikan dan diperhitungkan(Nurul Ichsan & dkk, 2019).

Selain itu menurut Kasmir dan Jakfar (2003) adalah suatu kegiatan yang mengkaji secara mendalam suatu kegiatan atau usaha yang akan dijalankan, untuk menentukan layak atau tidaknya suatu bisnis dijalankan(Kasmir & jakfar, 2003). Mempelajari secara dalam artinya meneliti, memahami, menghitung, dan menganalisis secara menyeluruh suatu tugas yang akan dilakukan kemudian. Bisnis berarti sesuatu yang akan dilakukan yang akan menghasilkan nilai, baik finansial maupun non finansial. Kelayakan, di sisi lain, mengacu pada hubungan antara keuntungan dan kerugian(Syahdaini et al., n.d.).

Manfaat Studi Kelayakan Bisnis Menurut Adnyana (2020), salah satu manfaat utamanya adalah meminimalisir risiko kerugian, baik yang dapat diprediksi maupun yang tidak terduga.

Strategi Pemasaran

Menurut Assauri (2013:15), "Strategi pemasaran adalah seperangkat tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memandu usaha pemasaran suatu perusahaan dari waktu ke waktu, pada semua tingkatan dan acuan serta alokasi, terutama respon perusahaan terhadap lingkungan dan kondisi persaingan yang selalu berubah"(Assauri Sofjan, 2013). Strategi pemasaran adalah upaya suatu perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu karena kemungkinan penjualan suatu penawaran dibatasi oleh seberapa banyak orang yang mengetahuinya(Fawzi, 2022). Strategi pemasaran adalah upaya untuk memasarkan barang atau jasa dengan menggunakan rencana dan taktik tertentu. sehingga jumlah penjualan meningkat, Karena hanya ada sedikit orang yang tahu tentang strategi pemasaran, itu juga dapat didefinisikan sebagai rangkaian tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu(Nurhadi et al., 2023).

Strategi pemasaran adalah bentuk perencanaan yang ditemukan di bidang pemasaran. Secara umum pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya. Dalam arti yang lebih luas, pemasaran berusaha untuk memperoleh tanggapan terhadap suatu penawaran.(Musyawarah & Idayanti, 2022). Jenis perencanaan yang ditemukan di bidang pemasaran dikenal sebagai strategi pemasaran. Secara umum, pemasaran adalah suatu proses sosial di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan membuat dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lain. Dalam arti yang lebih luas, tujuan pemasaran adalah untuk mendapatkan tanggapan terhadap penawaran. Dalam sebuah perusahaan, strategi pemasaran sangat penting karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, yaitu harga, barang, dan jasa; tiga faktor ini adalah konsumsi, produksi, dan pemasaran(Fawzi, 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada usaha Roti Maha Karya Madurasa Milik Bapak Sumrih yang berlokasi di Jalan Raya Petrah, kecamatan Tanah Merah. Alasan Penulis memilih objek ini adalah karena penulis tinggal di kecamatan yang sama yaitu Tanah Merah yang memudahkan dalam mendapatkan data dan informasi. Penelitian ini data menggunakan data kualitatif yang didapatkan dari hasil informasi saat dilapangan, Data dalam penelitian ini berasal dari data primer dan sekunder. Sumber data primer didapatkan dari wawancara saat di lapangan, kemudian data sekunder berasal dari beberapa dokumen jurnal, web dan kepustakaan lainnya. Metode dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan cara analisis menggunakan SWOT. Dalam analisis SWOT ini akan didasarkan bahwa strategi yang dilakukan akan dapat memberikan nilai kekuatan dan peluang yang maksimal dan menurunkan nilai kelemahan dan ancaman(Noor, 2014).

HASIL PEMBAHASAN

Dalam Strategi Pembauran Pemasaran terdapat panduan Komprehensif yang melalui konsep-konsep kunci mengembangkan dan mengimplementasikan bauran pemasaran yang efektif, Strategi ini terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, orang, dan proses. Berikut adalah bauran pemasaran yang akan dilakukan oleh Pabrik Usaha Roti MKM:

Product (Produk)

Produk Roti yang disajikan di Maha Karya Madurasa terdapat beberapa varian roti dan aneka jenis camilan, yaitu : Roti Tawar original dan pandan, Roti Sobek, Roti Gepeng, dll. Dan aneka jenis camilannya yaitu : kripik singkong, Jipang Beras, Stick Bawang.

Price (Harga)

Kisaran Harga untuk produk roti dari Rp.1000 / Rp.14.500 dan Harga untuk aneka jenis camilan dari 10,000/18.000. Harga tersebut sudah di tetapkan sesuai

dengan bahan-bahan dalam pembuatan dan target pasar. Harga per produk yang terjangkau untuk semua kalangan masyarakat/konsumen.

Place (Tempat)

Tempat Produksi Roti Maha Karya Madurasa (MKM) Terletak di jln Petrah kec Tanah Merah Bangkalan. Tempat yang strategis karna berdekatan dengan pasar Tanah Merah.

Promotion (Promosi)

Adapun upaya promosi yang akan dilakukan adalah secara online maupun offline. Strategi online yang dilakukan yaitu promosi secara gencar pada media sosial seperti melalui instagram dan whatsapp, sedangkan upaya promosi offline yang akan dilakukan adalah dengan mengantarkan produk roti dan camilan tersebut ke toko, kedai dan cafe untuk di jual, hal tersebut dilakukan berupa untuk memperluas pangsa pasar agar produk MKM banyak dikenal dikalangan masyarakat serta mempermudah konsumen dan pelanggan.

People (Partisipan)

Berdasarkan hasil wawancara, orang-orang yang berpartisipasi secara langsung dalam pelayanan terdiri dari pemilik usaha dan beberapa karyawan. Diantaranya 2 orang yang membantu pembuatan roti dan aneka camilan, 2 orang untuk memasarkan produk roti MKM tersebut. Produk Roti MKM ini akan memberikan pelayanan yang ramah sesuai dengan SOP yang dibuat.

Process (Proses)

Dalam strategi pemasarannya, mengutamakan kualitas produk dan layanan yang baik. Produknya dijual dalam kondisi segar dengan bahan-bahan berkualitas sehingga siap untuk dikirim ke toko/kedai terdekat Dan siap dibeli oleh konsumen dan dibayar di toko/kedai yang dikirimkan oleh karyawan sesuai yang diminta pelanggan. Pelayanan yang ramah juga sangat penting.

Dalam konteks ini, pemahaman mendalam terhadap perilaku konsumen menjadi landasan strategis, Dengan mengetahui preferensi dan harapan konsumen terhadap produk roti. dapat menyesuaikan produk dan strategi pemasaran mereka secara lebih akurat.

Berdasarkan Data Penelitian ini menguji menggunakan deskriptif kualitatif dengan cara analisis menggunakan analisis SWOT, yaitu :

Kekuatan (Strength)

- Penyajian roti yang sederhana dengan menggunakan bahan baku yang mudah didapatkan
- Inovasi dalam varian produk yang dapat menciptakan daya tarik baru bagi pelanggan.
- Harga per produk lumayan terjangkau untuk semua kalangan masyarakat/konsumen

•Lokasi yang berada di pasar Tanah merah memungkinkan usaha roti untuk membangun hubungan personal dengan pelanggan setempat, interaksi yang dekat ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kelemahan (Weaknes)

- Ketergantungan pada pelanggan lokal dapat menjadi kelemahan jika toko roti kesulitan menjangkau pasar yang lebih luas.
- Persaingan dengan merek roti di daerah Bangkalan bisa menjadi tantangan serius.
- Ketergantungan pada Tren Konsumen bisa menjadi risiko, karena selera pelanggan dapat berubah cepat.

Peluang (Opportunity)

- Mengembangkan menu dengan berbagai varian rasa dan mengikuti tren dapat menarik perhatian pelanggan baru
- Karna rotibisa dinikmati oleh semua usia dari yang muda sampai yang tua, maka pasar sasarannya mencakup semua kalangan masyarakat.
- Memanfaatkan pemasaran online dan layanan pengiriman dapat membuka peluang untuk menjangkau pelanggan di luar area pusat kota.

Ancaman (Treat)

- Persaingan dengan toko roti modern yang menawarkan variasi menu dan desain yang menarik bisa menjadi ancaman bagi usaha roti MKM.

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang dilakukan diperoleh juga bahwa Usaha roti MKM di Kecamatan Tanah Merah bangkalan memiliki kekuatan yang besar dimana pabrik Usaha roti di Kecamatan Tanah Merah menyediakan produk yang berkualitas sehingga hal tersebut mampu menarik pelanggan untuk melakukan pembelian, selain itu pelanggan juga merasa puas sebab uang yang mereka keluarga untuk membeli produk Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju sebanding dengan manfaat yang mereka dapatkan dan mampu memuaskan kebutuhan pelanggan sebagaimana yang dikemukakan oleh Tantri (2013:153) bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pelanggan(Musyawah & Idayanti, 2022). Untuk kelemahan yang dimiliki oleh Pabrik Usaha Roti MKM di Kecamatan Tanah Merah diperoleh hasil jika pabrik usaha roti mkm masi belum memiliki cabang sehingga produk roti hanya bisa bergantung kepada pelanggan lokal sehingga pabrik usaha roti kesulitan untuk menjangkau pasar yang lebih luas, selain itu kelemahan pada produk roti mkm yakni ketergantungan terhadap tren konsumen yang menjadi resiko pelanggan karna selera setiap pelanggan berbeda-beda dan berubah cepat.

KESIMPULAN

Dalam perekonomian, setiap usaha dituntut untuk berkembang dan terus berkembang sehingga pada tahapan-tahapan tertentu dilakukan perluasan usaha dalam rangka perbaikan. Dalam studi kelayakan bisnis, pasar dan sudut pandang pasar sangat mungkin menjadi aspek utama, karena perspektif pasar dan periklanan

menentukan ketahanan atau kekecewaan sebuah organisasi dalam bisnis. Berdasarkan data Analisis SWOT pada pabrik usaha roti Maha Karya Madurasa, dapat ditarik kesimpulan mengenai studi kelayakan bisnis pada strategi pemasaran pada pabrik usaha roti Maha Karya Madurasa berada diposisi dimana situasi yang sangat menguntungkan, pabrik usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan yang agresif.

SARAN

Berdasarkan penelitian ini peneliti memberi saran untuk Pabrik Usaha Roti Maha Karya Madurasa bahwa untuk strategi pemasaran lebih diperluas lagi dengan lebih menggencarkan distribusi dan strategi promosi. Baik secara offline bisa dengan membuka cabang lagi di luar lingkungan tersebut. Disarankan kepada pabrik usaha roti Maha Karya Madurasa di Tanah Merah Bangkalan untuk menciptakan merk khusus terhadap produk mereka sehingga produk lebih mudah untuk dikenali oleh pelanggan. Disarankan juga untuk menambah variasi produk yang disediakan agar lebih menarik perhatian pelanggan sehingga mampu meningkatkan penjualan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri Sofjan. (2013). Manajemen Pemasaran. Rajawali pers.
- Fawzi, M. G. H. dkk. (2022). STRATEGI PEMASARAN: Konsep, Teori dan Implementasi. Pascal Books.
- Kasmir, & jakfar. (2003). Studi Kelayakan Bisnis (Edisi Revisi). KENCANA Prenada Media Group.
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). ISSN (cetak) 2621-7406 ISSN (online). Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen, 1(1), 2656-6265.
- Noor, S. (2014). Penerapan Analisis Swot dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang. INTEKNA, 14/2. Noor, S. (2014). Penerapan Analisis Swot dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang. Jurnal INTEKNA, 14(2), 102-209.
- Nurhadi, A., Supriyatna, W., Kom, S., Penerbit, M. M., Sahabat, Y., & Rafflesia, A. (2023). Strategi Pemasaran (Marketing Strategy).
- Nurul Ichsan, R., & dkk, M. (2019). STUDI KELAYAKAN BISNIS (Business Feasibility Study).
- Rahmawati. (2017). Strategi Pemasaran Usaha Roti (Studi Kasus Pada Cv. Roti Daeng Makasar) [Skripsi].
- Syahdaini, D., Windari, F. T., Marito, P., Damayanti, P., & Lubis, P. K. (n.d.). Analisis Usaha UMKM Kue Bawang pada Aspek Pemasaran dalam Studi Kelayakan Bisnis.
- Tsamrotur Rofa, I., Rizki Meilani, A., Mija Hasibuan, N., Kurnia Nasution, A., & Islam Negeri Sumatera Utara, U. (n.d.). VISA: Journal of Visions and Ideas Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis.