

Studi Kelayakan Bisnis Telur Asin H-Organik

Opan Arifudin¹, Yayan Sofyan², Rahman Tanjung³

¹STEI Al-Amar Subang, opan.arifudin@yahoo.com

²STIE Muhammadiyah Bandung, Yayansofyan1971@yahoo.co.id

³STIT Rakeyan Santang Karawang, rahmantanjung1981@gmail.com

ABSTRAK

Dalam rangka meningkatkan produktifitas dan efektivitas perusahaan, perlu diadakannya sebuah penelitian Studi kelayakan bisnis yang berguna untuk meneliti dan menelaah berbagai aspek yang mendukung dalam pengembangan perusahaan. Untuk itu penelitian ini bertujuan untuk melihat studi kelayakan bisnis pada sektor bisnis yang bergerak dalam bidang produksi dan penjualan telur asin. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini akan menguji bagaimana kelayakan Telur asin H-Organik, yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Hasil penelitian menunjukkan : 1) Dilihat dari aspek pemasaran. ramalan permintaan pasar terhadap telur asin setelah dianalisis. ternyata permintaan pasar sangat fluktuatif. begitu juga dengan potensi pasar yang ternyata menunjukkan adanya permintaan yang belum terpenuhi oleh perusahaan. Dengan demikian perusahaan berkesempatan untuk dapat meningkatkan kapasitas produksinya serta menambah toko distribusi penjualan, 2) Lokasi yang cukup strategis memungkinkan perusahaan untuk dapat meningkatkan efisiensi. melalui pengelolaan bahan baku. serta mengelola ketersediaan tenaga kerja yang merupakan keuntungan bagi perusahaan Telur asin H-Organik, 3) Dengan adanya cabang toko baru sebagai bentuk perluasan proses pemasaran. serta berpengaruh dalam meningkatkan tingkat penjualan layak untuk direalisasikan, 4) Dengan perkembangan yang dihadapi perusahaan. maka sudah seharusnya struktur organisasi dan system manajemen yang diterapkan harus diperbaiki sehingga sesuai dengan tuntutan perkembangan perusahaan, dan 5) Dalam melakukan proses produksi. perusahaan tidak mengakibatkan atau menghasilkan limbah yang dapat membahayakan masyarakat sekitar sehingga aman bagi lingkungan. Hal ini menambah nilai positif dan pencitraan bagi perusahaan dimata masyarakat.

Kata kunci : Kelayakan, Bisnis

ABSTRACT

In order to increase the productivity and effectiveness of the company, it is necessary to hold a business feasibility study that is useful for researching and examining various aspects that support the development of the company. For this reason, this study aims to look at business feasibility studies in the business sector engaged in the production and sale of salted eggs. This research uses descriptive research. This study will examine how the feasibility of H-Organic Salted Eggs, namely research conducted to determine the value of independent variables, either one or more variables without making comparisons or connecting with other variables. The results showed: 1) Viewed from the marketing aspect. the forecast of market demand for insured eggs has been analyzed. it turns out that market demand is very volatile. as well as the market potential which turns out to indicate a demand that has not been fulfilled by the company. Thus the company has the opportunity to be able to increase its production capacity and increase sales distribution stores, 2) Strategic location that allows the company to be able to increase efficiency. through managing raw materials. and managing the availability of labor which is a

benefit for the H-Organic Salted Eggs company, 3) With the existence of a new store branch as a form of expansion of the marketing process. as well as influential in increasing the level of sales feasible to be realized, 4) With developments facing the company. then the organizational structure and management system that should be applied must be improved so that it is in accordance with the demands of the company's development, and 5) In conducting the production process. the company does not produce or produce waste that can endanger the surrounding community so that it is safe for the environment. This adds to the positive value and image of the company in the eyes of the community.

Keywords: Appropriateness, Business

Naskah diterima: 29-08-2020, direvisi: 14-07-2020, diterbitkan: 01-09-2020

PENDAHULUAN

Dampak Ekonomi bulan maret tahun 2020 sangat berpengaruh terhadap perkembangan bisnis Indonesia. Dalam hal ini Pemerintah telah mencoba mencanangkan sistem perdagangan bebas serta menerapkan berbagai kebijakan untuk dapat memperbaiki perekonomian.

Menurut (Arifudin, 2020) bahwa perkembangan dalam dunia usaha di Indonesia saat ini yang semakin cepat dan pesat berakibat juga pada perubahan budaya. Sehingga organisasi dituntut untuk mempunyai budaya yang membedakan dengan organisasi lain yang sejenis.

Namun pada kenyataannya Indonesia masih berada dalam krisis yang multidimensi. Krisis yang terus melanda mengakibatkan banyak bermunculan jenis usaha baru. jenis usaha tersebut akhirnya bersaing untuk mendapatkan market share yang luas. Dalam kondisi seperti ini perusahaan tentunya harus berani menghadapi berbagai resiko yang sangat berat dan mereka harus mampu bertahan dalam iklim persaingan yang ketat. Agar perusahaan tersebut dapat bertahan. maka diperlukan sumber daya yang mampu bersaing dan mampu memberikan kepuasan yang lebih bagi konsumen. Hal ini sejalan dengan pendapat (Arifudin, 2019) bahwa faktor manusia adalah salah satu dari kunci keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan.

Salah satu perusahaan yang memiliki persaingan yang sangat ketat dalam menjalankan bisnisnya yaitu perusahaan telur asin. Perusahaan ini berusaha bersaing untuk dapat tetap eksist dalam menghadapi

persaingan dan kondisi ekonomi yang tidak menentu. Telur asin telah menjadi Icon jenis makanan yang digemari baik di dalam maupun diluar daerah Bandung. Atas dasar inilah studi kelayakan bisnis mencoba untuk mengamati sektor bisnis yang bergerak dalam bidang produksi dan penjualan telur asin. salah satu perusahaan telur asin yang tetap eksis dalam menghadapi tantangan ekonomi dan persaingan yaitu perusahaan Telur asin H-Organik.

Pemilihan objek penelitian pada perusahaan Telur asin H-Organik mengingat perusahaan ini merupakan perusahaan yang sudah lama. Sehingga dapat dilihat bagaimana perusahaan ini berinovasi dan terus eksis ditengah bermunculan pemain-pemain baru sebagai pesaing. Pihak manajemen harus mampu membuat formulasi strategi baru dan efektif untuk memenangkan pasar. Hal ini sejalan dengan pendapat (Echo Perdana Kusumah, Disman, 2020) bahwa ada berbagai faktor-faktor yang mempengaruhi keterlibatan merek, sehingga berujung kepada kepuasan konsumen dan kunjungan kembali.

KAJIAN LITERATUR

a. Studi Kelayakan Bisnis

Proyek investasi pada umumnya membutuhkan dana yang tidak sedikit dan berpengaruh bagi perusahaan dalam jangka waktu yang panjang, karena itu perlu dilakukan studi kelayakan bisnis agar dana yang telah diinvestasikan tidak terbuang percuma.

Menurut (Arifudin. O. & Rusmana. F., 2020) bahwa organisasi akan berusaha

untuk meningkatkan kemampuannya menyelenggarakan semua fungsi organisasi dengan tingkat efisiensi dan efektivitas yang tinggi perwujudan situasi demikian, setiap organisasi menghadapi berbagai tantangan internal yang tidak kalah pentingnya dengan berbagai tantangan yang sifatnya eksternal.

Studi kelayakan bisnis dapat diartikan sebagai penelitian tentang akan didirikan atau perluasan suatu proyek guna mengetahui apakah layak atau tidaknya proyek tersebut dilaksanakan atau menguntungkan. Studi kelayakan bisnis bila dilakukan secara professional akan dapat berperan penting dalam proses pengambilan keputusan investasi.

Menurut (Jakfar, 2012), Kelayakan artinya penelitian yang dilakukan secara mendalam untuk menentukan apakah usaha yang akan dijalankan akan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang akan dikeluarkan. Sedangkan bisnis adalah usaha yang dijalankan yang tujuan utamanya untuk memperoleh keuntungan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengertian Studi Kelayakan Bisnis (SKB) adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.

Menurut (Sunyoto, 2014), studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan. Studi kelayakan biasanya digolongkan menjadi dua bagian yang berdasarkan pada orientasi yang diharapkan oleh satu perusahaan yaitu berdasarkan orientasi laba dan orientasi tidak pada laba (sosial).

Menurut (Jakfar, 2012), ada lima tujuan dari studi kelayakan bisnis, yaitu :

1. Menghindari resiko kerugian. Untuk mengatasi risiko kerugian dimasa yang akan datang, karena di masa yang akan datang ada semacam kondisi ketidakpastian. Kondisi ini ada yang dapat diramalkan akan terjadi atau memang dengan sendirinya terjadi tanpa dapat diramalkan. Dalam hal ini, fungsi studi kelayakan adalah untuk meminimalkan risiko yang tidak kita inginkan, baik risiko yang dapat dikendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan.
2. Memudahkan perencanaan. Perencanaan meliputi berapa jumlah dana yang diperlukan, kapan usaha akan dijalankan, dimana lokasi proyek akan dibangun, siapa-siapa yang akan melaksanakannya, berapa besar keuntungan yang akan diperoleh serta bagaimana mengawasi jika terjadi penyimpangan.
3. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan. Dengan adanya berbagai rencana yang sudah disusun akan sangat memudahkan pelaksanaan bisnis. Para pelaksana yang mengerjakan bisnis tersebut telah memiliki pedoman yang harus dikerjakan. Kemudian pengerjaan usaha dapat dilakukan secara sistematis, sehingga tepat sasaran dan sesuai dengan rencana yang sudah disusun. Rencana yang sudah disusun dijadikan acuan dalam mengerjakan setiap tahap yang sudah direncanakan.
4. Memudahkan pengawasan. Dengan telah dilaksanakannya suatu usaha atau proyek sesuai dengan rencana yang sudah disusun, maka akan memudahkan perusahaan untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha. Pengawasan ini perlu dilakukan agar pelaksanaan usaha tidak melenceng dari rencana yang telah disusun.

5. Memudahkan pengendalian. Jika dalam pelaksanaan pekerjaan telah dilakukan pengawasan, maka apabila terjadi suatu penyimpangan akan mudah terdeteksi, sehingga akan dapat dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut. Tujuan pengendalian adalah untuk mengembalikan pelaksanaan pekerjaan yang melenceng ke rel yang sesungguhnya, sehingga pada akhirnya tujuan perusahaan akan tercapai.

b. Penjualan

Penjualan menurut (Westwood, 2006) adalah konsep lugas yang diantaranya berupa usaha membujuk pelanggan untuk sebuah produk. Upaya itu meliputi “pesanan hari ini”. Meski demikian kegiatan ini hanyalah salah satu aspek dari pemasaran. Kegiatan penjualan terdiri atas transaksi barang atau jasa. Penjualan dapat dilaksanakan melalui penjualan tunai ataupun penjualan kredit.

Tujuan dari manajemen penjualan adalah untuk mencapai hasil perkembangan bisnis seperti yang telah direncanakan dengan memotivasi anggota tim penjualan untuk menampilkan kemampuan terbaik mereka.

Manajemen penjualan merupakan suatu proses yang tetap dan berulang dalam siklus kehidupan ekonomi. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi Penjualan menurut (DH, 2009) faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan yaitu:

1. Kondisi dan kemampuan penjual
Transaksi jual-beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Penjual harus dapat meyakinkan kepada pembeli agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan oleh konsumen. Penjual harus

memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan yakni:

- a) Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan
- b) Harga Produk
- c) Syarat penjualan, seperti: pembayaran, pengantaran barang, pelayanan purna jual, garansi dan sebagainya.

2. Kondisi pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

- a) Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintahan ataukah pasar internasional
- b) Kelompok pembeli atau segmen pasarnya
- c) Daya belinya
- d) Frekuensi pembeliannya
- e) Keinginan kebutuhan

3. Modal

Apabila barang yang dijual belum diketahui oleh pembeli maka penjual harus memperkenalkan dulu atau membawa barangnya ke tempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti: alat transport, tempat peragaan baik di dalam perusahaan maupun diluar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal untuk itu.

4. Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan besar bagian penjualan ditangani oleh orang yang telah ahli dibidang penjualan. Lain halnya dengan usaha kecil yang dimana bagian penjualannya ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain hal ini disebabkan karena jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, sistem organisasinya lebih sederhana,

masalah yang dihadapi serta sarana yang dimilikinya juga ditangani sendiri oleh pemimpin dan tidak diberikan kepada orang lain.

5. Faktor lain yang mempengaruhi penjualan seperti periklanan, peragaan, kampanye, dan pemberian hadiah.

Untuk melaksanakan promosi diperlukan dana yang tidak sedikit dan hanya dapat dilakukan oleh perusahaan yang bermodal kuat, kegiatan ini dilakukan secara rutin, namun sebagian perusahaan lebih berpegang pada prinsip “paling penting membuat barang yang berkualitas baik. Bilamana prinsip tersebut dilaksanakan maka diharapkan pembeli akan membeli barang yang sama.

Jadi, dalam melakukan kegiatan pasar terhadap lima faktor yang mempengaruhi terpenuhinya keinginan konsumen akan suatu barang yang di produksi maupun dijual oleh produsen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini akan menguji bagaimana kelayakan Telur asin H-Organik. Yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.” Tujuan dari penelitian deskriptif ialah untuk mendeskripsikan atau menggambarkan hasil penelitian berdasarkan fakta-fakta yang ada berupa data-data yang diperoleh dari survei lapangan.

PEMBAHASAN

1. Perhitungan Rasio Aktifitas

$$\text{Turn over asset} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}}$$

Tabel 1 Perhitungan *Turn Over Asset*

Keterangan	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Penjualan	440,883,500	469,536,000	509,175,000	550,420,000	604,257,500
Total Aktiva	1,168,650,000	280,016,713	551,186,366	846,577,942	1,167,010,429
<i>Turn Over Asset</i>	0.3772588	1.6768142	0.923780107	0.650170495	0.517782434

Sumber : Olahan data 2019

Dari perhitungan di atas dapat diketahui bahwa untuk tahun 2015 efektivitas penggunaan aktiva dalam menciptakan penjualan adalah sebesar 0.

37 kali penggunaan aktiva dan ini menandakan aktiva yang yang digunakan mempunyai tingkat efektivitas sebesar 0.37.

2. Perhitungan Rasio Liquiditas

$$\text{Likuiditas} = \frac{\text{Aktiva Lancar} \times 100\%}{\text{Hutang Lancar}}$$

Karena perusahaan tidak mempunyai hutang lancar. maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan sangat likuid.

3. Perhitungan Rasio Solvabilitas

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Tabel 2 Perhitungan DER

Keterangan	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Total Hutang	0	0	0	0	0
Total Aktiva	1,168,650,000	280,016,713	551,186,366	846,577,942	1,167,010,429
DER	0%	0%	0%	0%	0%

Sumber : Olahan data 2020

4. Perhitungan Rasio Profitabilitas

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{EAT}}{\text{Total aktiva}} \times 100\%$$

Tabel 3 Perhitungan ROA

Keterangan	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
EAT	254,827,313	271,169,653	295,391,576	320,432,487	354,505,273
Total Aktiva	1,168,650,000	280,016,713	551,186,366	846,577,942	1,167,010,429
ROA	22%	97%	54%	38%	30%

Sumber : Olahan data 2020

Dari hasil perhitungan ROA untuk tahun 2015 menunjukkan bahwa dari total aktiva yang dimiliki. perusahaan memberikan pengembalian sebesar 22%.

Dan dari tahun ke tahun nilai ini terus mengalami peningkatan walaupun fluktuatif.

Analisis Kelayakan Investasi

1. Perhitungan Proyeksi Payback Period (PP)

Tabel 4 Perhitungan *Pay Back Period*

Tahun Ke	CF _t	CF Komulatif
0	-422,060,600	-422,060,600
1	(149,758,287)	(571,818,887)
2	138,886,366	(432,932,521)
3	451,752,942	18,820,421
4	789,660,429	808,480,850
5	1,161,165,702	1,969,646,552

Sumber : Olahan data 2020

$$PP = (n-) - (CF \text{ Komulatif } -) \frac{(n+) - (n-)}{(CF+) - (CF-)}$$

$$PP = 2 - (-422,060,600) \left(\frac{3 - 2}{18,820,421 - (-432,932,521)} \right)$$

$$PP = 2 + \frac{422,060,600}{451,752,942}$$

$$PP = 2 + 0.93$$

$$PP = 2 \text{ tahun } 9 \text{ bulan } 3 \text{ hari}$$

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa perusahaan mampu mengembalikan tambahan investasi dan modal kerja operasional tahun 2010 selama 2 tahun 9 bulan 3 hari atau

kurang dari masa investasi selama 5 tahun. Maka pengembangan usaha ini layak berdasarkan metode penilaian payback period.

2. Perhitungan Profitability Index (PI)

$PI = \frac{NPV}{\text{Investasi awal}}$
--

Tabel 5 Perhitungan Profitability Index (PI)

Tahun Ke	CF _t	PVIF _{r.n} (10%)	PV
0	-422,060,600	1	-422,060,600
1	(149,758,287)	0.909	-136,130,283
2	138,886,366	0.826	114,720,138

3	451,752,942	0.751	339,266,459
4	789,660,429	0.683	539,338,073
5	1,161,165,702	0.621	721,083,901
	Total	NPV	1,156,217,688

Sumber : Olahan data 2020

$$PI = \frac{1,156,217,688}{422,060,600} = 2,74$$

Nilai PI diatas menunjukkan bahwa jika proyek dilaksanakan. maka akan menghasilkan laba sebesar 2,74 kali lipat dari investasi yang ditamankan. Dan syarat kelayakan adalah jika $PI > 1$.

dari hasil perhitungan diketahui bahwa PI lebih besar dari satu . sehingga usaha ini layak untuk dikembangkan.

3. Perhitungan *Net Present Value* (NPV)

$$NPV = \text{Total PV} - I_0$$

Tabel 6 Perhitungan *Net Present Value*

Tahun Ke	CF _t	PVIF _{r,n} (10%)	PV
0	-422,060,600	1	-422,060,600
1	(149,758,287)	0.909	-136,130,283
2	138,886,366	0.826	114,720,138
3	451,752,942	0.751	339,266,459
4	789,660,429	0.683	539,338,073
5	1,161,165,702	0.621	721,083,901
	Total	NPV	1,156,217,688

Sumber : Olahan data 2020

Dari hasil perhitungan dapat diketahui. bahwa NPV perusahaan Telur asin H-Organik bernilai positif. ini berarti

bahwa usaha ini layak untuk dikembangkan.

4. Phitungan *Internal Rate of Return* (IRR)

$$\text{Net Present Value} = \text{Present Value Investasi}$$

Dari perhitungan *cash flow* dapat kita ketahui bahwa *cash flow* yang terjadi

untuk tiap tahunnya adalah sebagai berikut:

Tabel 7 Perhitungan *Present Value*

Tahun Ke	CF _t
0	-422,060,600
1	(149,758,287)
2	138,886,366
3	451,752,942
4	789,660,429
5	1,161,165,702

berdasarkan perhitungan dengan langkah-langkah seperti di atas. maka diperoleh nilai IRR 53 %. Atau biasa

dengan cara Trial and error seperti sebagai berikut:

Tabel 8 Perhitungan *IRR*

Tahun	Net Cash Flow	PVIF 10 %	PVCF 1	PVIF 20 %	PVCF 2
0	-422,060,600	0.909	-422,060,600	1	-422,060,600
1	(149,758,287)	0.826	114,720,138	0.833	-124,748,653
2	138,886,366	0.751	339,266,459	0.694	96,387,138
3	451,752,942	0.683	539,338,073	0.579	261,564,953
4	789,660,429	0.621	721,083,901	0.482	380,616,327
5	1,161,165,702	0.909	-136,130,283	0.402	466,788,612
		NPV	1,156,217,688	NPV	1,080,608,377

Sumber : Olahan data 2020

IRR = $i_1 + (i_2 - i_1) \frac{(PVCF_1 - PVCF_2)}{(PVCF_1 - PVCF_2)}$
 $= 10\% + (20\% - 10\%) \frac{(1,156,217,688 - 1,080,608,377)}{(1,156,217,688 - 1,080,608,377)}$
 $= 10\% + 10\% \cdot 15.29200138$
 $= 35,29\%$

Syarat kelayakan suatu bisnis adalah jika IRR lebih besar dari DF. Dari hasil perhitungan. IRR Telur asin H-Organik” > DF yaitu 35,29 % > 20 %. sehingga menurut IRR usaha ini layak untuk dikembangkan.

Analisa SWOT total perusahaan Telur asin H-Organik sebagai berikut:

1. Kekuatan

- Perusahaan menggunakan bahan baku yang berkualitas sehingga menghasilkan produk yang berkualitas.
- Perusahaan tidak menggunakan bahan pengawet atau kimia yang membahayakan kesehatan konsumen.
- Adanya kenaikan penjualan dari tahun ke tahun akan meningkatkan laba perusahaan.
- Harga jual produk bersaing sesuai dengan kualitas produk.
- Lokasi pabrik strategis dan cukup luas. karena berada di

- pinggir jalan raya sehingga mudah dijangkau dengan berbagai alat transportasi.
- f. Perusahaan telah memiliki surat-surat perizinan sebagai kelengkapan legalitasnya.
 - g. Adanya sistem pengawasan langsung oleh pemilik perusahaan yang bersamaan dengan kegiatan, dimana suatu aspek dari prosedur harus memenuhi syarat atau aturan tertentu guna menjamin ketepatan dan kelancaran pelaksanaan proses produksi.
 - h. Proses produksi yang dilakukan oleh perusahaan tidak menghasilkan limbah yang dapat membahayakan lingkungan sekitar.
 - i. Perusahaan telah membantu pemerintah dalam mengurangi jumlah pengangguran dan meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar.
2. Kelemahan
 - a. Desain kemasan yang kurang menarik
 - b. Belum tersedianya teknologi yang memadai/canggih.
 - c. Masih menggunakan manajemen tradisional dan akuntansi yang sangat sederhana
 - d. Perencanaan strategis dan operasional yang belum matang dan mantap, sehingga belum maksimal bahkan tidak terencana dengan baik.
 - e. Kurangnya pengetahuan manajemen mengenai UU Ketenagakerjaan, mengenai etika bisnis dan perdagangan pasar global.
 3. Peluang
 - a. Adanya volume penjualan yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun sehingga akan meningkatkan laba perusahaan.
 - b. Adanya peluang untuk memperluas pasar ke wilayah luar Bandung
 - c. Adanya kepercayaan konsumen terhadap perusahaan karena perusahaan telah memenuhi unsure legalitas yang diperlukan dalam pendirian suatu usaha dan produk.
 - d. Tidak adanya pencemaran yang ditimbulkan atau keluhan dari masyarakat sekitar akibat adanya kegiatan produksi yang dilakukan oleh perusahaan.
 - e. Adanya investor atau bank yang akan memberikan pinjaman modal kepada perusahaan untuk mengembangkan usaha.
 4. Ancaman
 - a. Mudahnya teknik pembuatan telur asin menyebabkan banyak pesaing muncul.
 - b. Ketidakstabilan ekonomi mengkhawatirkan permintaan akan menurun sedangkan bahan baku terus mengalami kenaikan.
 - c. Adanya kemungkinan pesaing yang menggunakan teknik atau proses produksi yang lebih baik sehingga dapat menghasilkan produk yang lebih berkualitas dengan harga yang lebih murah serta dapat memproduksi dalam kapasitas yang lebih besar.
 - d. Adanya perencanaan yang lebih baik, manajemen yang profesional serta sistem akuntansi yang baik dan benar dari perusahaan pesaing yang sejenis sehingga lebih cepat untuk mengembangkan usahanya.

PENUTUP

Berdasarkan kesimpulan dalam penelitian ini dilihat dari aspek

pemasaran. Ramalan permintaan pasar terhadap telur asin setelah dianalisis, ternyata permintaan pasar sangat *fluktuatif*. Begitu juga dengan potensi pasar yang ternyata menunjukkan adanya permintaan yang belum terpenuhi oleh perusahaan. Dengan demikian perusahaan berkesempatan untuk dapat meningkatkan kapasitas produksinya serta menambah toko distribusi penjualan. Lokasi yang cukup strategis memungkinkan perusahaan untuk dapat meningkatkan efisiensi. melalui pengelolaan bahan baku. serta mengelola ketersediaan tenaga kerja yang merupakan keuntungan bagi perusahaan Telur asin H-Organik. Adanya cabang toko baru sebagai bentuk perluasan proses pemasaran. serta berpengaruh dalam meningkatkan tingkat penjualan layak untuk direalisasikan. Perkembangan yang dihadapi perusahaan, maka sudah seharusnya struktur organisasi dan system manajemen yang diterapkan harus diperbaiki sehingga sesuai dengan tuntutan perkembangan perusahaan dalam melakukan proses produksi. Perusahaan tidak mengakibatkan atau menghasilkan limbah yang dapat membahayakan masyarakat sekitar sehingga aman bagi lingkungan. Hal ini menambah nilai positif dan pencitraan bagi perusahaan dimata masyarakat. Dengan adanya perijinan dari instansi terkait, maka akan menambah point tersendiri bagi perusahaan. Sehingga menambah kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan serta dapat mempermudah akses dalam mendapatkan dana dari lembaga keuangan sangat terbuka lebar untuk memperoleh tambahan modal usaha.

REFERENSI

- Arifudin, O. (2020). Analisis Budaya Organisasi Dan Komitmen Organisasi Karyawan Bank Swasta Nasional Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(2), 73–87.
<http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/327/150>
- Arifudin, O. (2019). Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. GLOBAL (PT.GM). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(2), 184–190.
<http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/243/90>
- Arifudin, O. & Rusmana, F. (2020). Pengaruh Penempatan Karyawan Terhadap Efektivitas Kerja Pada PT Agro Bumi. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 14–21.
<https://ejournal.umc.ac.id/index.php/VL/article/view/1091/764>
- Brent, D. R. dan L. P. S. (2013). *Komunikasi dan Perilaku Manusia*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- DH, B. S. (2009). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta : BPF.
- Echo Perdana Kusumah , Disman, H. H. (2020). Keterlibatan Merek terhadap Kepuasan dan Niat Berkunjung Kembali Konsumen Resort Terpadu. *Jurnal Ecodemica*, 4(1), 135–145.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/article/view/7880>

Jakfar, K. &. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis. Cetakan ke Delapan*. Jakarta: Kencana.

Philip, K. (2005). *Manajemen Pemasaran (terjemahan)*. Jakarta: Prentice Hall.

Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).

Westwood, J. (2006). *How to write marketing plan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

BIODATA PENULIS

Opan Arifudin

Dosen Tetap STEI Al-Amar Subang. Lulus S1 Pendidikan Agama Islam (2014), Program Magister Manajemen Pendidikan Universitas Islam Bandung (2017), dan Kandidat Program Doktor Universitas Nusantara (2019). Penulis berlisensi Badan Nasional Standarisasi Profesi (BNSP) dengan nomor Penulis BNSP 1446.020612019. Dengan Google Scholar ID DSxAzyQAAAAJ dan ID Sinta 6709823.

Yayan Sofyan

Dosen Tetap STIE Muhammadiyah Bandung (D/h Universitas Muhammadiyah Bandung). Lulus S1 Ilmu Manajemen, STIE STEMBI Bandung (2014), Program Magister Manajemen STIE Pasundan Bandung (2016), dan Kandidat Program Doktor Universitas Nusantara (2019) dengan Google Scholar ID TQiNZVMAAAAJ&hl serta ID Sinta 6201636.

Rahman Tanjung

Dosen Tetap STIT Rakeyan Santang Karawang. Lulus S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen UNSOED Purwokerto, Magister Manajemen Konsentrasi MSDM STIE Kampus Ungu Jakarta dan saat ini sedang menempuh studi doktoral di Universitas Islam Nusantara (UNINUS) Bandung dengan Google Scholar ID Jo6GAGUAAAAJ&hl=en serta ID Scopus 57217086407.