

Studi Kelayakan Bisnis Produk “Topping Tahu Heboh (TOP Tahu)”

M. Affrizal Miradji^{1*}, Dwi Julia Stifani², Seftya Khairun Nisa³, M. Arya Arditya
Rangga⁴, Jovian Argitama⁵

¹⁻⁵ Program Studi Akuntansi, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Indonesia

Email : afrizal@unipasby.ac.id

*Penulis Korespondensi: afrizal@unipasby.ac.id

Abstract. *This business feasibility study aims to evaluate the viability of the “Topping Tahu Heboh (TOP Tahu)” venture, an innovative stuffed tofu (tahu bakso) product enhanced with various toppings such as sausage, bird’s eye chili, and original/plain variants. The research employs comprehensive analysis covering market, technical, management, and financial aspects of a practical snack targeted primarily at students, young workers, and social-media-active Gen Z and millennial consumers. Market analysis reveals strong demand for innovative, convenient, and visually appealing affordable snacks. Technically, the production process is relatively simple, utilizing easily obtainable raw materials and controllable operational costs. The SWOT analysis highlights strengths in product uniqueness and competitive pricing, despite weaknesses in limited capital and threats from intense competition and raw material price fluctuations. Financial evaluation demonstrates attractive profit margins, with adjusted cost of goods sold per pack (3 pieces) and promising profitability potential as sales volume increases. Overall, based on all examined aspects, the “TOP Tahu” business is deemed feasible and possesses strong development prospects, particularly through enhanced by digital marketing optimization and continuous product innovation. This study also serves as practical application of entrepreneurship concepts for university students.*

Keywords: *Business Feasibility Study, Innovative Snack, Student Culinary Venture, Stuffed Tofu With Toppings, Topping Tahu Heboh.*

Abstrak. Studi kelayakan bisnis ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha “Topping Tahu Heboh (TOP Tahu)”, yaitu inovasi tahu bakso dengan tambahan topping variatif berupa sosis, cabai rawit, dan original. Penelitian dilakukan melalui pendekatan analisis aspek pasar, teknis, manajemen, dan keuangan terhadap produk camilan praktis yang menargetkan segmen mahasiswa, pelajar, pekerja, serta generasi muda pengguna media sosial. Hasil analisis pasar menunjukkan tingginya permintaan terhadap makanan ringan inovatif, praktis, dan instagrammable dengan harga terjangkau. Secara teknis, proses produksi tergolong sederhana dengan bahan baku yang mudah diperoleh dan biaya produksi relatif rendah. Analisis SWOT mengungkapkan kekuatan pada keunikan produk dan harga kompetitif, meskipun terdapat kelemahan berupa keterbatasan modal serta ancaman persaingan dan fluktuasi harga bahan baku. Aspek keuangan menunjukkan margin keuntungan yang cukup tinggi, dengan HPP per pack (3 pcs) yang telah disesuaikan serta potensi laba yang menjanjikan ketika volume penjualan meningkat. Berdasarkan seluruh aspek yang diteliti, usaha “TOP Tahu” dinyatakan layak untuk dijalankan dan memiliki prospek pengembangan yang baik, terutama dengan optimalisasi pemasaran digital dan inovasi produk berkelanjutan. Studi ini sekaligus menjadi pembelajaran penerapan konsep kewirausahaan bagi mahasiswa.

Kata Kunci: Camilan Inovatif, Studi Kelayakan Bisnis, Tahu Bakso Topping, Topping Tahu Heboh, Usaha Kuliner Mahasiswa.

1. LATAR BELAKANG

Bisnis kuliner merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki tingkat stabilitas dan pertumbuhan yang tinggi di Indonesia karena didorong oleh kebutuhan primer masyarakat akan pangan sekaligus semakin meningkatnya preferensi terhadap inovasi produk yang unik, praktis, dan instagrammable. Tahu dan bakso aci maupun bakso daging merupakan dua jenis makanan tradisional yang telah lama menjadi favorit lintas generasi karena cita rasanya yang gurih, teksturnya yang lembut, harga yang terjangkau, serta kemudahan penyajiannya sebagai

camilan cepat saji. Tingginya minat masyarakat, khususnya generasi milenial dan Gen Z yang sangat aktif di media sosial serta selalu mencari pengalaman kuliner baru dengan tampilan menarik, mendorong munculnya ide bisnis bernama “Topping Tahu Heboh” atau disingkat “TOP Tahu” yang merupakan inovasi tahu bakso isi dengan tambahan aneka topping di permukaannya seperti varian cabai rawit, sosis, daun bawang, serta varian original (polos).

Konsep diferensiasi ini tidak hanya meningkatkan kompleksitas rasa dan tekstur produk, tetapi juga secara signifikan memperbaiki aspek visual sehingga sangat potensial menjadi konten viral di platform Instagram, TikTok, dan WhatsApp. Usaha ini secara spesifik menargetkan segmen pasar anak muda, mahasiswa, pelajar, dan pekerja kantoran yang membutuhkan camilan ekonomis namun tetap trendy. Untuk memastikan ide bisnis ini layak dijalankan secara berkelanjutan, diperlukan studi kelayakan bisnis yang mencakup analisis menyeluruh terhadap aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasional, aspek manajemen dan organisasi, serta aspek keuangan.

Studi ini bertujuan untuk mengukur potensi keuntungan, mengidentifikasi risiko yang mungkin muncul, merumuskan strategi operasional dan pemasaran yang optimal, serta memberikan rekomendasi pengambilan keputusan yang berbasis data. Selain itu, studi kelayakan ini juga memiliki nilai akademis yang tinggi karena merupakan implementasi langsung dari materi perkuliahan Studi Kelayakan Bisnis, sekaligus melatih kemampuan berpikir kritis, analitis, dan sistematis mahasiswa dalam menyusun rencana bisnis yang terukur dan relevan dengan kondisi pasar riil pada tahun 2025. Dengan demikian, hasil studi ini diharapkan dapat memberikan manfaat ganda, yaitu sebagai acuan pengambilan keputusan bagi calon wirausaha sekaligus sebagai bukti penerapan teori kewirausahaan dalam praktik nyata.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kelayakan bisnis (feasibility study) dengan desain penelitian campuran (mixed-method) yang menggabungkan data primer dan sekunder serta analisis kualitatif maupun kuantitatif. Pengumpulan data primer dilakukan melalui observasi langsung terhadap proses produksi dan penjualan percobaan (trial) yang dilaksanakan pada tanggal 8 Oktober 2025 di lingkungan Kampus II Universitas PGRI Adi Buana Surabaya (Fakultas Ekonomi dan Bisnis) kawasan Dukuh Menanggal, menggunakan kombinasi sistem pre-order melalui WhatsApp Business, Instagram, dan grup WhatsApp kelas serta penjualan langsung di lokasi. Kegiatan trial ini melibatkan seluruh anggota kelompok

sebagai pelaku usaha sekaligus observer, sehingga diperoleh data yang sangat akurat mengenai respons konsumen, waktu produksi, tingkat waste bahan, dan realisasi biaya.

Data sekunder diperoleh dari literatur perkuliahan, jurnal kewirausahaan, laporan industri kuliner ringan tahun 2024–2025, serta data harga bahan baku terkini di pasar tradisional dan minimarket Surabaya. Analisis yang digunakan meliputi: (1) analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, (2) analisis segmentasi, targeting, dan positioning (STP) untuk menentukan pasar sasaran, (3) analisis teknis-operasional yang mencakup daftar peralatan, bahan baku, dan standard operating procedure (SOP) produksi secara detail, (4) analisis keuangan yang mencakup perhitungan modal awal, harga pokok produksi (HPP) sebelum dan sesudah penyesuaian sisa bahan, harga jual, break-even point, margin keuntungan, serta proyeksi laba-rugi berdasarkan penjualan 50 pcs atau 16 pack produk pada kegiatan trial. Seluruh data keuangan dicatat secara manual dan diverifikasi oleh bagian keuangan kelompok. Pendekatan ini dipilih karena bersifat aplikatif, berbiaya rendah, dan memungkinkan mahasiswa untuk langsung merasakan dinamika bisnis riil sekaligus memenuhi tugas akhir mata kuliah Studi Kelayakan Bisnis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Ide bisnis tahu bakso topping muncul dari tingginya antusiasme masyarakat terhadap camilan yang praktis, mudah didapat, serta memiliki rasa dan tampilan yang sesuai selera masa kini. Dalam beberapa tahun terakhir, pola konsumsi terutama di kalangan anak muda dan pekerja terus bergeser; mereka tidak lagi hanya mencari camilan yang mengenyangkan, tetapi juga menginginkan kombinasi rasa baru, tekstur menarik, dan visual yang layak diunggah ke media sosial. Tren makanan viral yang terus bermunculan di platform digital semakin mendorong orang untuk bereksperimen dengan makanan unik dan berbeda dari camilan konvensional.

Tahu bakso sendiri sudah lama menjadi camilan tradisional yang digemari karena rasa gurihnya dan tekstur lembut yang khas. Untuk menjawab selera konsumen modern, produk ini kemudian diinovasi menjadi tahu bakso topping dengan menambahkan beragam topping menarik seperti sosis, cabai, dan varian polos. Penambahan topping tidak hanya meningkatkan cita rasa, tetapi juga membuat tampilannya jauh lebih fotogenik sehingga sangat cocok untuk konten media sosial dan mudah menjadi viral.

Produk ini sangat ideal sebagai camilan sehari-hari bagi berbagai kalangan, mulai dari pekerja kantoran, pelajar, mahasiswa, hingga keluarga, karena penyajiannya praktis dan mudah dibawa kemana-mana.

Bisnis ini menawarkan peluang keuntungan yang menarik berkat harga jual yang terjangkau, proses produksi yang sederhana, serta ketersediaan bahan baku (tahu dan adonan bakso) yang melimpah dan relatif stabil di pasar lokal. Hal ini memudahkan pengendalian biaya operasional sekaligus menjaga konsistensi kualitas produk. Dengan menggabungkan rasa gurih tradisional, visual yang instagramable, dan fleksibilitas topping sesuai selera pelanggan, usaha tahu bakso topping memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan menjadi salah satu bisnis kuliner rumahan yang menjanjikan di tengah persaingan industri makanan ringan yang semakin ketat.

Visi usaha ini adalah menjadi bisnis rumahan yang dicintai masyarakat melalui penyajian tahu bakso topping yang lezat, terjangkau, dan bermutu tinggi. **Misi** yang diemban mencakup: menyediakan produk dengan cita rasa stabil menggunakan bahan-bahan aman, menawarkan harga terjangkau tanpa mengorbankan kualitas, memberikan pelayanan sopan dan responsif dengan budaya 5S (Senyum, Sapa, Sopan, Santun, Sabar), meningkatkan penjualan melalui promosi dan sistem pre-order online, serta menjaga kebersihan dan kepercayaan pelanggan di setiap tahap produksi.

Analisis SWOT menunjukkan bahwa **kekuatan** utama terletak pada keunikan produk yang menggabungkan tahu bakso dengan beragam topping (sisis, cabai, polos) sehingga lebih adaptif terhadap berbagai selera, harga yang ramah di kantong khususnya bagi pelajar dan mahasiswa, serta sistem pre-order yang membantu mengelola stok dengan efisien. Promosi melalui WhatsApp Business, Instagram, dan grup WhatsApp juga menjadi keunggulan karena biayanya rendah namun jangkauannya luas.

Sebaliknya, **kelemahan** yang masih ada antara lain keterbatasan modal untuk pengembangan dan promosi yang lebih besar, ketergantungan pada sistem pre-order yang kadang membuat pelanggan menunggu lebih lama, fluktuasi harga bahan baku, branding yang masih lemah dibanding kompetitor besar, serta keterbatasan tenaga kerja dan fasilitas produksi.

Peluang bisnis ini sangat terbuka lebar seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap makanan siap saji dan praktis, terutama di kalangan anak muda. Media sosial menjadi alat promosi yang murah dan efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Sistem pre-order membantu perencanaan produksi yang lebih hemat, sementara pengembangan variasi topping sesuai tren dan kerja sama dengan sekolah, kampus, toko kelontong, serta warung kecil dapat membuka akses pasar baru.

Namun, **ancaman** tetap ada, terutama dari persaingan ketat sesama pelaku usaha serupa yang menuntut inovasi berkelanjutan, fluktuasi harga bahan baku yang dapat menekan margin keuntungan, gangguan rantai pasok akibat cuaca atau krisis ekonomi, serta risiko penurunan

permintaan saat pandemi atau pembatasan sosial. Kesalahan logistik, pengiriman, atau strategi digital yang kurang tepat juga berpotensi merusak reputasi bisnis.

Strategi pemasaran “TOP Tahu” difokuskan pada penguatan brand melalui kanal digital dan optimalisasi sistem pre-order. Instagram dan WhatsApp dimanfaatkan untuk menampilkan foto produk yang menggugah selera, menonjolkan keunikan topping, serta harga yang terjangkau. Sistem pre-order diterapkan untuk menjamin kesegaran dan menghindari pemborosan stok, sekaligus memperkuat persepsi bahwa produk selalu baru dan berkualitas. Pelayanan cepat, ramah, dan komunikasi jujur menjadi kunci membangun loyalitas pelanggan sehingga bisnis rumahan ini mampu bertahan dan bersaing dengan merek kuliner yang lebih besar.

Analisis pasar menunjukkan permintaan makanan ringan seperti tahu bakso tetap tinggi karena sifatnya yang praktis, gurih, dan bisa dinikmati kapan saja. Konsumen masa kini lebih tertarik pada inovasi rasa dan visual yang berbeda. Tahu bakso topping hadir sebagai jawaban atas kebutuhan tersebut dengan menawarkan kombinasi tradisional yang ditingkatkan dengan topping modern, harga terjangkau, serta kemudahan bahan baku—sehingga prospek bisnisnya sangat menjanjikan.

Segmentasi demografis mencakup semua kelompok usia, terutama anak-anak, remaja, mahasiswa, dan pekerja yang menginginkan camilan ekonomis namun tetap enak dan cepat saji. **Segmentasi geografis** menargetkan area dengan tingkat keramaian tinggi seperti sekitar sekolah, kampus, perkantoran, dan pusat keramaian, di mana orang cenderung mencari makanan ringan yang mudah didapat.

Target pasar utama adalah mahasiswa dan siswa yang butuh camilan murah dan praktis, karyawan yang mencari makanan ringan saat istirahat atau pulang kerja, komunitas umum yang menyukai camilan gurih dan portabel, serta pengguna aktif media sosial—khususnya anak muda—yang tertarik mencoba makanan dengan tampilan menarik. Kelompok ini dipilih karena frekuensi konsumsi camilan yang tinggi dan respons cepat terhadap produk-produk baru serta kekinian.

Aspek Teknis dan Pengelolaan

1. Alat

Alat yang di butuhkan untuk kegiatan pembuatan “TOP Tahu” diantaranya adalah:

- a) Kompor
- b) Gas LPG
- c) Wajan
- d) Spatula

- e) Saringan Minyak
- f) Panci kukusan
- g) Nampan
- h) Baskom/ wadah (untuk topping, dan adonan bakso)
- i) Pisau
- j) Sendok makan
- k) Talenan
- l) Penjepit makanan
- m) Plastik segitiga
- n) Staples

2. **Bahan**

Bahan utama pembuatan “Topping Tahu Heboh (TOP Tahu)” di antaranya adalah:

- | | |
|-----------------------|-----------|
| a) Tahu | 5 Buah |
| b) Adonan Bakso | 1 kg |
| c) Sosis | 3 pcs |
| d) Cabai Rawit | 1 ons |
| e) Bawang putih bubuk | 1 Sdm |
| f) Lada Bubuk | 1 Sdm |
| g) Penyedap rasa | 1 Bungkus |
| h) Garam | 1 Sdt |
| i) Gula | 1 Sdt |
| j) Saus sambal | 250 Gram |
| k) Minyak Goreng | 1 liter |

Bahan pembantu lainnya:

- | | |
|-------------------------------|--------|
| a) Mika Kemasan | 1 Pack |
| b) Kantong Kresek | 1 Pack |
| c) Plastik lilin (untuk saus) | 1 Pack |
| d) Isi Staples | 1 Pack |
| e) Plastik segitiga | 5 Buah |

3. **Proses Produksi**

Berikut proses pembuatan “Topping Tahu Heboh (TOP Tahu)”

a) **Pengolahan Tahu**

- 1) Siapkan Tahu
- 2) Cuci tahu hingga bersih dari sisa air kedelai atau kotoran

- 3) Kemudian Potong Tahu menjadi beberapa bagian dengan bentuk persegi panjang
- 4) Siapkan wajan penggorengan berisi minyak, dan panaskan minyak
- 5) Lalu goreng Tahu yang telah di potong-potong tadi kedalam minyak panas, goreng hingga sisi luarnya kering dan tidak mudah hancur
- 6) Jika sudah, angkat dan tiriskan tahu, yang telah di goreng tadi, tunggu hingga agak dingin
- 7) Dan yang terakhir belah bagian tengah tahu secara melintang, dari sisi panjangnya, untuk kemudian di isi dengan adonan bakso

b) Pengisian Adonan Bakso dan topping

- 1) Siapkan adonan bakso yang sudah jadi, dan tambahkan bumbu kedalam adonan (secukupnya) jika di perlukan, guna menjaga kualitas rasa adonan
- 2) Masukkan adonan ke dalam belahan tahu menggunakan sendok atau bisa menggunakan plastik segitiga hingga seluruh bagian tahu terisi cukup padat
- 3) Lakukan secara berulang hingga tahu dan adonan habis
- 4) Kemudian Siapkan topping yang akan di gunakan seperti sosis, dan cabai rawit
- 5) Potong topping sesuai dengan ukuran yang di inginkan (sosis bentuk dadu, dan cabai di iris tipis)
- 6) Lalu tambahkan topping (sosis/ cabai) di atas tahu yang telah diisi adonan bakso tadi, atau bisa juga di biarkan polos tanpa topping (original) sesuai varian
- 7) Pastikan topping menempel dengan baik agar pada saat di kukus topping tidak berceceran kemana-mana

c) Proses pengukusan

- 1) Siapkan panci pengukus di atas kompor, lalu isi dengan air secukupnya dan panaskan hingga mendidih
- 2) Masukkan tahu ke dalam kukusan satu persatu, jika sudah tutup panci agar tahu dapat matang dengan merata
- 3) Kukus tahu bakso selama 20-30 menit, pastikan adonan matang dengan menggunakan tusukan sate agar adonan dapat matang secara merata
- 4) Siapkan wadah untuk tahu bakso yang telah matang
- 5) Jika dirasa tahu sudah matang dan memadat, angkat menggunakan penjepit makanan, kemudian letakkan pada wadah yang telah di siapkan

d) Pembuatan Saus

- 1) Siapkan saus kemasan dan irisan cabai rawit

- 2) Siapkan wajan penggorengan dan panaskan sedikit minyak, kemudian tumis saus dan cabai
- 3) Lalu tambahkan bawang putih bubuk, gula, penyedap rasa secukupnya, dan aduk rata
- 4) Tambahkan sedikit air untuk mengencerkan saus, lalu masak hingga mendidih sampai air sedikit menyusut dan menghasilkan tekstur saus yang diharapkan
- 5) Jika sudah, dinginkan saus sebelum nantinya di kemas ke dalam plastik lilin.

e) Pengemasan

- 1) Siapkan mika kemasan, staples dan isinya, tahu yang sudah matang, serta saus yang telah di kemas
- 2) Masukkan tahu bakso ke dalam mika sesuai dengan jumlah yang telah di tentukan dan varian topping yang diinginkan, beserta saus sebagai pelengkap
- 3) Kemudian staples setiap bagian mika agar tertutup rapat dan supaya tahu bakso yang sudah dikemas tidak berantakan.
- 4) Topping Tahu Heboh (TOP Tahu) siap dijual

Aspek Keuangan

Modal awal dalam usaha ini diperoleh melalui iuran anggota kelompok, diaman setiap anggota berpartisipasi memberikan kontribusi dana sesuai dengan nominal yang telah di sepakati bersama. Dana yang terkumpul tersebut nantinya akan di gunakan untuk memenuhi kebutuhan investasi awal, seperti pembelian peralatan, bahan baku, serta pendukung operasional lainnya.

Berikut rancangan biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan bisnis “Topping Tahu Heboh (TOP Tahu):

Rancangan Anggaran Topping Tahu Heboh					
Nama Bahan	Kuantitas	Harga/ Pcs		Jumlah	
Bahan Utama :					
Tahu Jombang	5 Buah	Rp	4.000	Rp	20.000
Adonan Bakso	2 kg	Rp	16.000	Rp	32.000
Saos Delmonte	250 gram	Rp	10.000	Rp	10.000
Cabai Rawit Merah	1 ons	Rp	4.000	Rp	4.000
Sosis Champ	6 Pcs	Rp	2.000	Rp	12.000
Minyak Goreng	1 Liter	Rp	18.000	Rp	18.000
Lada bubuk	1 bks	Rp	1.000	Rp	1.000

Penyedap Rasa	2 Bks	Rp	1.000	Rp	2.000
Bawang Putih Bubuk	1 Bks	Rp	1.000	Rp	1.000
Gula	¼ kg	Rp	5.000	Rp	5.000
Garam	1 Bks	Rp	2.000	Rp	2.000
TOTAL				Rp	107.000
Bahan Penolong :					
Isi Staples	1 pack	Rp	1.500	Rp	1.500
Plastik lilin	1 pack	Rp	3.000	Rp	3.000
Kantong Kresek	1 pack	Rp	3.000	Rp	3.000
Plastik segitiga	5 buah	Rp	300	Rp	1.500
Gas LPG	1 Buah	Rp	20.000	Rp	20.000
Mika Kemasan	1 Pack	Rp	30.000	Rp	30.000
TOTAL				Rp	59.000
TOTAL SEMUA BIAYA				Rp	166.000

Dari total rancangan biaya yang dikeluarkan tersebut dapat menghasilkan sebanyak 50pcs produk “TOP Tahu”. Topping Tahu Heboh (TOP Tahu) ini kami bandrol seharga Rp 10.000/ Pack, dengan isi masing-masing pack ada 3pcs Tahu topping. Dengan ini dapat kita hitung harga pokok produk (HPP) per pcs produk “TOP Tahu”

1. HPP per Pcs

$$\text{HPP per pcs} = \frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Jumlah Pcs}}$$

$$\text{HPP per pcs} = \frac{\text{Rp } 166.000}{50} = \text{Rp } 3.320$$

Perhitungan di atas di asumsikan jika bahan baku pembuatan “TOP Tahu” di gunakan semua tanpa ada sisa. Akan tetapi selama pembuatan produk, bahan baku tersebut tidak di gunakan secara keseluruhan dimana masih terdapat sisa bahan yang dapat di gunakan lagi pada saat memproduksi “TOP Tahu” nantinya. Dengan ini dapat di hitung kembali HPP dari setiap pcs “TOP Tahu” setelah di sesuaikan dengan kebutuhan yang seharusnya, sebagai berikut:

2. HPP per Pcs

$$\text{HPP per pcs} = \frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Jumlah Pcs}}$$

$$\text{HPP per pcs} = \frac{\text{Rp } 109.700}{50} = \text{Rp } 2.194$$

Dikarenakan Produk kami di jual per pack yang dimana setiap pack berisi sebanyak 3pcs “TOP Tahu”, maka dari 50 pcs “TOP Tahu” tersebut akan menjadi 16 Pack (porsi) “Top Tahu” yang siap di jual. Dengan ini dapat di akumulasikan bahawa :

3. HPP per Pack

$$\text{HPP per pack} = \frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Jumlah Pack}}$$

$$\text{HPP /pack} = \frac{\text{Rp } 109.700}{16} = \text{Rp } 6.856$$

Dari Perhitungan HPP yang telah di sesuaikan tadi, maka laba atau keuntungan dari penjualan “TOP Tahu” Per Pack dapat kita peroleh sebesar:

4. Laba per pack

$$\text{Laba per pack} = \text{Harga Jual} - \text{HPP per Pack}$$

$$\text{Laba per pack} = 10.000 - 6.856 = 3.144$$

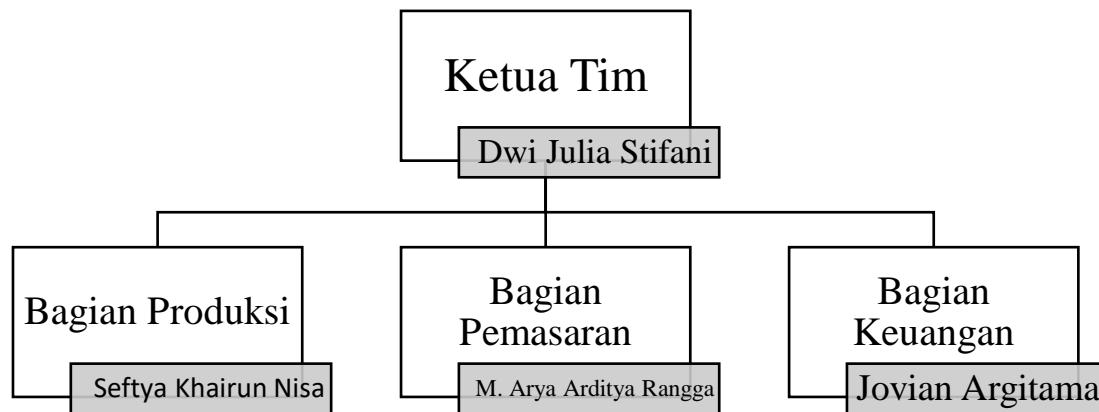
Dengan Total Laba Keseluruhan:

$$\text{Total Laba} = \text{Laba per pack} \times \text{Jumlah pack}$$

$$\text{Total Laba} = 3.144 \times 16 = 50.304 \approx 50.300$$

Berdasarkan hasil perhitungan biaya produksi dan hpp, bisnis “TOP Tahu” telah menunjukkan potensi keuntungan yang cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa usaha “TOP Tahu” memiliki margin keuntungan yang cukup tinggi dan layak di jalankan. selain itu ide bisnis ini juga berpotensi memberikan laba yang stabil dan dapat di tingkatkan dengan peningkatan volume produksi ataupun startegi pemasaran yang tepat

Struktur Organisasi



Berikut penjelasan struktur organisasi untuk usaha Tahu Bakso Topping:

1. Ketua Tim (Dwi Julia Stifani)

Dalam peran nya sebagai Ketua Tim memiliki tanggung jawab menyeluruh dalam pelaksanaan usaha. Tugas utama yang di emban nya adalah mengkoordinasikan antar anggota tim, membuat keputusan yang krusial, serta memastikan semua aktivitas berjalan sesuai dengan rencana dan sasaran yang telah ditetapkan. Pemimpin tim juga memantau kemajuan usaha dan berfungsi sebagai penghubung dalam kerja sama dengan pihak eksternal.

2. Bagian Produksi (Seftya Khairun Nisa)

Peran utama sektor produksi adalah menghasilkan produk Tahu Bakso Topping. Bagian produksi memegang tanggung jawab sejak pemilihan bahan baku, mengolah adonan pentol, mengisi ke dalam tahu, menambahkan topping (seperti sosis, cabai, dan polos), hingga proses pengemasan. Dan juga berkewajiban untuk menjaga kebersihan serta kualitas makanan agar tetap sehat dan aman untuk dimakan.

3. Bagian Pemasaran (M. Arya Arditya Rangga)

Untuk bagian pemasaran memegang peranan vital dalam mengenalkan dan memproduksi produk kepada publik. Ia bertanggung jawab untuk mengelola saluran promosi seperti WhatsApp Bisnis, Instagram, serta grup WhatsApp. Selain itu, untuk bagian pemasaran juga mencatat pesanan dari pelanggan, memberikan respon atas pertanyaan konsumen, serta membina hubungan yang baik agar pelanggan tetap setia.

4. Bagian Keuangan (Jovian Argitama)

Bagian keuangann memiliki tanggung jawab untuk mencatat semua transaksi keuangan bisnis, mulai dar pendapatan hasil penjualan hingga biaya untuk bahan baku dan alat

produksi. Selain itu juga membuat laporan keuangan sederhana, menghitung laba dan rugi, serta memastikan bahwa dana bisnis dikelola dengan baik.

4. KESIMPULAN

Hasil studi kelayakan bisnis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Topping Tahu Heboh (TOP Tahu) memiliki potensi yang cukup besar untuk berkembang menjadi usaha makanan ringan. Menurut analisis pasar, produk ini mampu menarik pelanggan karena menawarkan inovasi pada tahu bakso tradisional dengan penambahan berbagai topping seperti sosis, cabai dan original. Ini akan lebih sesuai dengan selera modern, terutama di kalangan pelajar, pekerja, mahasiswa, dan remaja yang menggunakan media sosial. Secara teknis, ada kemungkinan keuntungan yang besar karena proses produksinya relatif sederhana, bahan baku dapat diperoleh dengan mudah, dan biaya operasional dapat dikendalikan. Menurut analisis SWOT, memiliki kekuatan pada produk unik, harga murah, dan peluang pemasaran media sosial.

Meskipun ada beberapa kelemahan, seperti keterbatasan modal dan promosi, serta ancaman seperti persaingan fluktuasi harga bahan baku, bisnis ini tetap diterapkan. Secara keseluruhan, berdasarkan potensi pasar, pemasaran, teknis, manajemen, dan keuangan. TOP Tahu dianggap layak untuk dilanjutkan dan dikembangkan.

DAFTAR REFERENSI

- Adindo, A. W. (2021). *Kewirausahaan dan Studi Kelayakan Bisnis Untuk Memulai dan Mengelola Bisnis*. Deepublish.
- Aditama, R. A., & Yudhi Anggoro, S. E. (2023). *Studi Kelayakan Bisnis: Teori, Praktek, dan Evaluasi*. AE Publishing.
- Assauri, S. (2020). *Manajemen Operasi Produksi: Pencapaian Sasaran Organisasi Berkesinambungan*. PT RajaGrafindo Persada.
- Bakti, S. (2023). *Studi Kelayakan Bisnis*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Penerbit CV. Penerbit Qiara Media.
- Hasan, S., Elpisah, E., Sabtohadhi, J., Zarkasi, Z., & Fachrurazi, F. (2022). *Studi Kelayakan Bisnis*. Penerbit Widina.
- Hidayat, A. S. (2024). Tren camilan kekinian dan perilaku konsumen Gen Z di lingkungan kampus. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*.
- Kasmir, & Jakfar. (2023). *Studi Kelayakan Bisnis (Edisi Revisi)*. Kencana.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Kristanti, M., & Teja, A. (2023). Inovasi produk makanan tradisional dalam menghadapi persaingan industri kuliner. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*.
- Lusianti, D., Fahira, K. T., Naimi, D. I. A., & Norikun, B. (2023). *Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis*. Penerbit NEM.
- Meredith, G. G. (2020). *Kewirausahaan: Teori dan Praktik*. PPM.
- Nurani, A. S. (2021). Pengembangan produk kuliner berbasis kearifan lokal sebagai strategi kewirausahaan mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Tata Boga dan Pantangan*.
- Nurseto, I. R. (2023). Diferensiasi produk kuliner lokal sebagai strategi keunggulan bersaing UMKM. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Pradana, M. (2020). Strategi pemasaran digital pada sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *Jurnal Mitra Manajemen*.
- Safitri, I., & Rosma, A. (2022). Analisis pengaruh konten visual instagram terhadap minat beli konsumen generasi z pada produk food & beverage. *Jurnal Komunikasi Global*.
- Saiman, L. (2021). *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-kasus*. Salemba Empat.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2023). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson.
- Sofian, S. E. (2024). *Studi Kelayakan Bisnis*. Berkah Aksara Cipta Karya.
- Suryana. (2021). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Tantangan, dan Proses Bisnis*. Salemba Empat.
- Wibowo, F. X. P., Parameswari, R., Kusnawan, A., & Hernawan, E. (2021). *Studi Kelayakan Bisnis*.