

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS SYARIAH PADA UMKM MIE AYAM BU SITI GENTING SURABAYA (STUDI ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK MANAJEMEN)

Oleh:

Siti Nur Aisa¹

Abdur Rohman²

Universitas Trunojoyo Madura

Alamat: JL. Raya Telang, Kec. Kamal, Kab. Bangkalan, Jawa Timur (69162)

Korespondensi Penulis: nuraisyahaja697@gmail.com

Abstract. *One of which is in Surabaya. In developing a business, it is necessary to carry out a Sharia business feasibility study analysis so that the business is run by Sharia principles. This research aims to evaluate the marketing and management aspects contained in the Sharia business feasibility study in the Bu Siti Genting chicken noodle business. This research is research using qualitative methods. Data collection techniques were carried out through observation and interviews with Mrs. Siti. The research results show that Bu Siti Genting's chicken noodle business has implemented marketing aspects and management aspects that are based on sharia.*

Keywords: *Sharia Business Feasibility Study, Chicken Noodle MSMEs, Marketing Aspects, Management Aspects.*

Abstrak. Mie ayam merupakan kuliner yang banyak diminati masyarakat salah satunya di Surabaya. Dalam mengembangkan suatu usaha perlu dilakukan analisis studi kelayakan bisnis syariah agar usaha yang dijalankan sesuai dengan prinsip syariah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi aspek pemasaran dan manajemen yang terdapat pada studi kelayakan bisnis syariah dalam bisnis mie ayam Bu Siti Genting. Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara kepada Bu Siti. Hasil penelitian

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS SYARIAH PADA UMKM MIE AYAM BU SITI GENTING SURABAYA (STUDI ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK MANAJEMEN)

menunjukkan bahwa usaha mie ayam Bu Siti Genting telah menerapkan aspek pemasaran dan aspek manajemen yang berdarakan syariah.

Kata Kunci: Studi Kelayakan Bisnis Syariah, UMKM Mie Ayam, Aspek Pemasaran, Aspek Manajemen.

LATAR BELAKANG

Surabaya merupakan kota terbesar kedua berdasarkan jumlah penduduknya. Penduduk kota Surabaya mencapai sekitar 2.806.306 jiwa. Surabaya sebagai ibu kota provinsi Jawa Timur dikenal dengan beberapa destinasi wisata yang menarik salah satunya Kebun Binatang Surabaya (Bellboy, 2023).

Selain dikenal dengan destinasi wisata, Surabaya dikenal dalam industri kuliner. Banyak sekali jenis usaha kuliner yang banyak ditemui di Surabaya. Bahkan, setiap tanggal tertentu seperti hari ulang tahun Surabaya, wali kota Surabaya Bapak Eri Cahyadi pasti mengadakan kegiatan festival kulineran dimana semua warga masyarakat ikut berpartisipasi dalam kegiatan dengan menjual berbagai kuliner.

Salah satu kuliner yang terkenal adalah hidangan mie ayam. Mie ayam merupakan makanan yang mudah ditemukan di berbagai tempat dan merupakan salah satu makanan yang banyak disukai oleh masyarakat khususnya di Surabaya. Penyajiannya yang cepat dengan harga yang murah menjadi faktor utama mie ayam banyak diminati.

Mie ayam merupakan makanan khas Indonesia yang terbuat dari mie gandum yang dibumbui dengan daging ayam yang dipotong dadu. Dalam penyajiannya, seringkali mie ayam diisajikan dengan topping bakso. Selain itu varian dari mie ayam terdiri dari dua varian berbeda diantaranya mie biasa dan mie manis (Khoiri, 2016).

Di tengah ramainya usaha mie ayam di Surabaya, muncul tren baru yaitu warung mie ayam syariah. Warung mie ayam syariah ini menjadi salah satu usaha yang akan mendorong perkembangan industri halal di Indonesia. Perkembangan besar ini merupakan implikasi dari banyaknya jumlah penduduk Indonesia yang mayoritas beragama muslim (Fathoni, 2020).

Namun, dalam menjalankan usaha mie ayam, tidak hanya aspek kehalalan yang perlu diperhatikan. Diperlukan analisis mendalam tentang studi kelayakan bisnis syariah. Studi kelayakan bisnis syariah adalah jenis penelitian sistematis yang menentukan apakah suatu usaha layak atau tidak layak untuk diusulkan menurut pandangan syariah islam

(Agustin, 2017). Analisis studi kelayakan bisnis syariah meliputi berbagai aspek seperti aspek pemasaran dan aspek manajemen (Fitria Fatimah Amalia, 2024).

Agustin dalam penelitian Firdaus dan Rona mengatakan bahwa aktivitas yang kerap kali dihubungkan dengan perdagangan adalah pengertian dari pemasaran. Dalam islam telah dicontohkan oleh Rasulullah Saw bagaimana berdagang yang baik dan benar. Rasulullah Saw ketika berdagang selalu mengedepankan nilai etika dan adab yang sangat luar biasa. Contoh adab dan etika yang telah dilakukan oleh Rasulullah Saw dalam melakukan jual beli adalah tidak mengambil untung yang banyak, tidak menjual barang yang haram, tidak melakukan perkataan bohong dalam berjual, dan bertutur kata lemah lembut kepada pelanggan (Ermawati & Hidayanti, 2022).

Pengelolaan yang dilakukan dalam memperoleh hasil yang optimal dalam mencari keridhaan Allah SWT merupakan konsep manajemen syariah. Dalam manajemen syariah, langkah yang diambil haruslah berdasarkan dengan al-qur'an dan hadist. Sebagaimana telah dicontohkan oleh Rasulullah Saw, etika manajemen bisnis dalam perspektif islam terdiri dari tauhid, adil, kehendak bebas, dan tanggung jawab (Harahap, 2018).

Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk menganalisis studi kelayakan bisnis syariah pada usaha mie ayam Bu Siti Genting di Surabaya dengan fokus pada aspek pemasaran dan aspek manajemen. Alasan peneliti memilih topik ini dikarenakan belum ada penelitian sebelumnya yang meneliti studi kelayakan bisnis syariah pada usaha mie ayam Bu Siti Genting di Surabaya.

KAJIAN TEORITIS

Studi Kelayakan Bisnis Syariah

Studi kelayakan bisnis syariah merupakan aktivitas yang wajib dilakukan oleh seorang wirausaha dalam menentukan apakah usaha yang dijalankan layak atau tidak (Ichsan, 2019). Usaha yang berkembang dan menghasilkan keuntungan yang besar tidak terlepas dari peran studi kelayakan bisnis syariah. Dilakukannya studi kelayakan bisnis syariah ini untuk mencapai beberapa tujuan, diantaranya: 1) sebagai bukti ikhtiar dalam mendapatkan kesuksesan dan keridhoan Allah SWT, 2) sebagai alat untuk mengidentifikasi resiko maupun kendala usaha, 3) dapat membantu dalam menentukan

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS SYARIAH PADA UMKM MIE AYAM BU SITI GENTING SURABAYA (STUDI ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK MANAJEMEN)

modal, 4) membantu dalam mengevaluasi potensi pasar, 5) sebagai alat untuk menyusun rencana bisnis (Ma'rifah et al., 2023).

Aspek Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan dalam memasarkan produk yang dijual agar bisa dikenal oleh konsumen. Bauran pemasaran merupakan strategi pemasaran yang harus dilakukan oleh seorang wirausaha. Dalam bauran pemasaran terdapat empat komponen yang harus diperhatikan. 4P merupakan sebutan yang dikenal dalam bauran pemasaran. 4P ini terdiri dari product, place, price, dan promotion (Mongkito et al., 2021).

Aspek Manajemen

Manajemen adalah proses kegiatan pengelolaan dalam suatu perusahaan dalam mencapai tujuan dengan menerapkan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan secara optimal (Aldy, 2017). Manajemen secara konsep syariah adalah mengelola semua sumber daya yang dimiliki dengan menggunakan metode syariah sebagaimana telah tercantum di dalam al-qur'an dan hadist (Harahap, 2018). Peran islam dalam aspek manajemen adalah untuk membentuk konsep kerja sama yang adil antara pimpinan dan bawahan. Dalam perspektif islam terdapat empat pilar dalam manajemen bisnis diantaranya, tauhid, adil, kehendak bebas, dan tanggung jawab

Usaha Mikro Kecil dan Menengah

UMKM merupakan istilah yang merujuk pada sector bisnis yang dimiliki oleh seorang individu dalam skala kecil hingga menengah (Vinatra et al., 2023). Definisi UMKM di atur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008. Dalam pasal 1 UU dikatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perseorangan dan usaha kecil adalah usaha ekonomi yang berdiri sendiri (Oktavia, 2023). Adapun beberapa kriteria UMKM yang disebutkan dalam UU, diantaranya (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, 2008):

1. Kriteria usaha mikro: memiliki kekayaan bersih maksimal sebesar Rp 50 juta rupiah dan hasil penjualan tahunan sebesar Rp 300 juta rupiah.
2. Kriteria usaha kecil: memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50 juta rupiah dan hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300 juta rupiah.

3. Kriteria usaha menengah: memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta rupiah dan hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500 milyar rupiah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berjenis kualitatif dimana fokus penelitian ini adalah aspek pemasaran dan manajemen. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui cara observasi dan wawancara kepada Bu Siti selaku pemilik usaha mie ayam Bu Siti Genting. Bentuk wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur. Hasil wawancara dan observasi merupakan data primer dalam penelitian ini. Observasi dilakukan di alamat usaha mie ayam Bu Siti di Jalan Genting Tambak Asri No. 252 Surabaya. Fokus penelitian ini terdiri dari dua komponen yaitu aspek pemasaran dan aspek manajemen. Aspek pemasaran meliputi strategi pemasaran dan posisi pasar sedangkan aspek manajemen meliputi struktur organisasi dan sistem manajemen dalam produksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mie ayam Bu Siti merupakan salah satu bentuk UMKM di bidang makanan. Pada awalnya, mie ayam Bu Siti memulai usahanya dengan membuka kedai di depan rumahnya dengan bertempat di jalan tambak asri tanjung 2 pada tahun 2019. Namun, seiring berjalannya waktu mie ayam Bu Siti membuka cabang di Jalan Genting Surabaya.

Meskipun usia usaha mie ayam Bu Siti terbilang baru, akan tetapi banyak sekali warga daerah tambak asri yang menyukainya. Selain harganya yang murah cita rasa dari mie ayam Bu Siti juga unik. Rasa dari mie dan bumbu ayam kecapnya yang enak itulah yang menjadi ciri khas dari mie ayam Bu Siti. Untuk menganalisis apakah usaha mie Ayam Bu Siti sudah menerapkan nilai syariah maka diperlukan analisis studi kelayakan bisnis syariah. Aspek pemasaran dan manajemen menjadi subjek peneliti dalam penelitian ini.

Analisis Studi Kelayakan Bisnis Syariah Terhadap Aspek Pemasaran

Strategi Pemasaran

Hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan menunjukkan bahwa UMKM mie ayam Bu Siti Genting telah melakukan strategi pemasaran melalui dua cara yaitu secara offline maupun online. Pemasaran dari mulut ke mulut merupakan strategi

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS SYARIAH PADA UMKM MIE AYAM BU SITI GENTING SURABAYA (STUDI ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK MANAJEMEN)

pemasaran offline yang telah dilakukan oleh UMKM mie ayam Bu Siti. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya rekomendasi dari para tetangga Bu Siti di tambak asri tanjung 2 yang merekomendasikannya kepada keluarga, kerabat, maupun temannya. Sedangkan melalui media sosial seperti whatsapp, ig, dan facebook adalah cara pemasaran secara online yang telah dilakukan oleh UMKM mie ayam Bu Siti.

Posisi Pasar

Mie ayam Bu Siti dalam menentukan posisi pasar sudah tepat dimana letak usahanya berada di jalan besar dimana menjadi jalan utama masyarakat sekitar yaitu tambak asri dan kalianak. Tempat usaha mie ayam Bu Siti yang strategis ini dapat memudahkan masyarakat sekitar dalam melakukan pembelian mie ayam. Bauran pemasaran yang dilakukan terdiri dari 4P yaitu:

1. Product

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa mie ayam Bu Siti Genting menjual berbagai varian mie. Ada mie ayam biasa, cekeur, maupun bakso. Yang lebih menarik jenis mie yang digunakan terdiri dari mie karet dan mie gepeng.

2. Price

Penetapan harga yang relatif murah yaitu dari harga Rp 10.000 s/d Rp 12.000. untuk harga minumannya dibandrol dengan harga Rp 3.000 untuk es teh dan Rp 1.000 untuk es marimas ataupun tea jus.

3. Promotion

Promosi yang dilakukan dalam bentuk offline maupun online. Promosi secara langsung dilakukan dengan cara mulut ke mulut sedangkan secara tidak langsung melalui media sosial seperti whatsapp, ig, serta facebook.

4. Place

Tempat usaha mie ayam Bu Siti terletak pada Jalan Genting Tambak Asri No. 252 Surabaya. Lokasi ini merupakan strategis dikarenakan merupakan jalan besar dan mudah dijangkau oleh masyarakat sekitar.

Analisis Studi Kelayakan Bisnis Syariah Aspek Manajemen Struktur Organisasi

Mie Ayam Bu Siti merupakan bentuk usaha perseorangan dengan manajemen independent. Dimana segala resiko yang timbul ditanggung oleh pemilik. Dengan bentuk manajemen independent ini pemilik dapat mengambil keputusan dalam menjalankan usaha mie ayam secara bebas serta proses pendirian usaha mudah dilakukan.

Sistem Manajemen dalam Produksi

Usaha mie ayam Bu Siti dalam melakukan proses produksi telah menerapkan standart SOP yang telah berlaku. Beliau selalu memastikan kulaitas dan keamanan produknya. Dalam menjaga kualitas produk, beliau memilih pemasok bahan baku yang halal dan bersih. Dalam memilih pemasok ayam Bu Siti selalu memastikan bahwa penjual ayam tersebut telah memiliki sertifikasi halal. Sebagaimana dalam firman Allah SWT dalam surah Al- Baqarah ayat 172 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Terjemahan (Terjemahan Kemenag, 2019): “Wahai orang-orang yang beriman, makanlah dari rezeki yang baik yang Kami berikan kepada kamu dan bersyukurlah kepada Allah jika kamu hanya menyembah kepada-Nya”.

Selain itu semua peralatan masak dan makan selalu dicuci dengan sabun cuci piring dan air yang bersih. Jika tidak ada pelanggan meja dan kursi selalu dibersihkan dan lantai selalu di sapu dan di pel.

Perspektif Studi Kelayakan Bisnis Syariah Terhadap UMKM Mie Ayam Bu Siti Genting

Aspek Pemasaran

Pemasaran dalam konsep islam adalah kegiatan berdagang dimana adab dan etika harus diterapkan dengan baik. Sebagaimana telah dicontohkan oleh baginda Rasulullah Saw. Salah satu adab yang dicontohkan oleh beliau adalah berjualan dengan tidak mengambil keuntungan yang banyak.

Usaha mikro mie ayam Bu Siti Genting telah menerapkan adab yang telah dicontohkan oleh Rasulullah Saw yaitu Bu Siti tidak mengambil keuntungan yang banyak. Bu Siti hanya mengambil untung Rp 2.000 rupiah per mangkok mie ayam. Beliau mengatakan bahwa untung yang sedikit namun berkah itu jauh lebih berharga.

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS SYARIAH PADA UMKM MIE AYAM BU SITI GENTING SURABAYA (STUDI ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK MANAJEMEN)

Aspek Manajemen

Manajemen secara islami adalah memanfaatkan segala sumber daya yang dimiliki secara optimal dengan berdasarkan pada al-qur'an dan hadist. Sebagaimana telah dilakukan oleh Bu Siti dalam mengatur manajemen produksi dalam usaha mikro mie ayam. Beliau selalu memilih pemasok ayam yang sudah bersertifikasi halal. Selain itu, beliau juga selalu menjaga kebersihan dari warung mie ayam. Bu Siti selalu mensyukuri atas rezeki yang telah diterimanya. Beliau beranggapan bahwa dalam mencari rezeki haruslah diniatkan untuk beribadah kepada Allah SWT. Hal ini sudah mencerminkan salah satu empat pilar manajemen bisnis dalam konsep islam yakni tauhid.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dalam aspek pemasaran usaha mikro mie ayam Bu Siti Genting telah menerapkan adab yang telah dicontohkan oleh baginda Rasulullah Saw. beliau tidak mengambil keuntungan yang banyak dalam menjual mie ayam. Sedangkan, dalam aspek manajemen Bu Siti telah menerapkan salah satu empat pilar manajemen bisnis islam diantaranya adalah tauhid. Beliau selalu meniatkan dalam berjualan selain mencari rezeki, juga diniatkan dalam mencari keridhoan Allah Swt. Beliau juga selalu mensyukuri atas rezeki yang telah diberikan oleh Allah SWT.

Saran

Penelitian ini hanya berfokus pada aspek pemasaran dan aspek manajemen dalam UMKM Mie Ayam di Surabaya. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti aspek lainnya yang terdapat pada studi kelayakan bisnis syariah dan objek UMKM tidak terbatas hanya pada pelaku penjual mie ayam saja.

DAFTAR REFERENSI

- Agustin, H. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*. Rajawali: Press.
- Aldy, R. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis*. Unmuh Ponorogo Press.
- Bellboy, M. (2023). *Wisata Populer 7 Kota Terbesar di Indonesia Sesuai Jumlah Penduduk*. 23 Januari. <https://www.traveloka.com/id-id/explore/destination/wisata-populer-kota-terbesar-di-indonesia-sesuai-jumlah-penduduk/199685>

- Ermawati, N., & Hidayanti, A. N. (2022). Studi Kelayakan Bisnis Syariah. *Badan Penerbit Universitas Muria Kudus*, 5(March).
- Fathoni, M. A. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>
- Fitria Fatimah Amalia, J. N. M. M. I. S. S. M. R. . W. K. W. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Seblak Teh Uun di Dusun Cambay Desa Jatibaru (Studi Kasus pada Aspek Pemasaran dan Aspek Manajemen) . *Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 808–814.
- Harahap, S. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis*.
- Ichsan, R. N. (2019). *Studi Kelayakan Bisnis*. CV. Mnahaji Medan.
- Khoiri, A. (2016). *Asal Usul Mie Ayam*. CNN. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160506024728-262-128930/menguak-asal-usul-mi-ayam>
- Ma'rifah, A., Azis, M. R. I., Alamsyah, S., & Oktaviany, M. (2023). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Syariah Pada Usaha Kuliner Risol Mayo. *MRBEST*, 1(3), 61–69.
- Mongkito, A. W., Mahfudz, M., Putri, N. S. I., & Haana, H. P. (2021). Studi Kelayakan Bisnis Dalam Prespektif Ekonomi Syariah. *Madinah: Jurnal Studi Islam*, 8(1), 96–106.
- Oktavia, R. (2023). Studi Kelayakan Bisnis Dalam Perspektif Islam Pada UMKM Di Surabaya Sharia Marketing Strategy in Increasing the Competitiveness of Cracker MSME in Surabaya. *Iqtisadie: Journal Of Islamic Banking And Shariah Economy*, 3(1), 45–63.
- Terjemahan Kemenag*. (2019).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. 1*, Bab IV,5.
- Vinatra, S., Bisnis, A., Veteran, U., & Timur, J. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1–08. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.832>