

**ANALISIS KELAYAKAN USAHA ALUMINIUM DAN KACA DITINJAU  
DARI ASPEK PRODUKSI DAN PEMASARAN  
(STUDI KASUS TOKO M.A KACA DAN ALUMINIUM PADANG  
PANJANG)**

**Lucky Mahesa Yahya<sup>1</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Kampus II Payakumbuh, Universitas  
Andalas

e-mail: [luckymahesayahya@eb.unand.ac.id](mailto:luckymahesayahya@eb.unand.ac.id)

**Maulidini Adha<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Kampus II Payakumbuh, Universitas  
Andalas

e-mail: [maulidiniadha123@gmail.com](mailto:maulidiniadha123@gmail.com)

**Mutiara Novelly Asril<sup>3</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Kampus II Payakumbuh, Universitas  
Andalas

e-mail: [mutiaraasril02@gmail.com](mailto:mutiaraasril02@gmail.com)

**Dedi Firmansyah<sup>4</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Kampus II Payakumbuh, Universitas  
Andalas

e-mail: [firmaryahdedi181101@gmail.com](mailto:firmaryahdedi181101@gmail.com)

**ABSTRAK**

Aluminium dan kaca mengalami perkembangan yang pesat. Pesatnya perkembangan industri aluminium dan kaca disebabkan oleh beberapa faktor seperti bahan-bahan dari kayu yang terbatas dan cukup sulit untuk ditemukan, meningkatnya pembangunan pemukiman maupun tempat usaha penduduk, serta meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap barang-barang yang terbuat dari aluminium. Saat ini banyak bermunculan UMKM Aluminium dan Kaca, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Kelayakan Usaha Aluminium dan Kaca Ditinjau Dari Aspek Produksi dan Pemasaran (Studi Kasus Toko M.A Kaca dan Aluminium Padang Panjang). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam dengan pemilik usaha dalam mengumpulkan data penelitian.

**Kata kunci:** Kelayakan Bisnis; Aspek Pemasaran; Aspek Produksi.

**ABSTRACT**

*Aluminum and glass are experiencing rapid development. The rapid development of the aluminum and glass industry is caused by several factors such as materials from wood which are limited and quite difficult to find, increasing residential and business development, and increasing*

*public demand for goods made of aluminum. Currently, many Aluminum and Glass MSMEs have sprung up, so researchers are interested in conducting research entitled "Analysis of the Feasibility of Aluminum and Glass Businesses in Terms of Production and Marketing Aspects (Case Study of M.A Glass and Aluminum Shop in Padang Panjang). This study uses a qualitative method by conducting in-depth interviews with business owners in collecting research data.*

**Keywords** : *Business Feasibility; Marketing Aspects; Production Aspects.*

## **PENDAHULUAN**

Kota Padang Panjang merupakan sebuah kota kecil yang terletak di Sumatra Barat. Meskipun kota ini hanya sebuah kota kecil tetapi bisa dijadikan peluang usaha bagi wirausahawan karena peluang untuk para wirausahawan dalam memulai maupun mengembangkan bisnis yang ingin dijalankan. Setiap tahunnya pertumbuhan penduduk di Kota Padang Panjang ini selalu berkembang dengan pesat, hal ini tentu saja berpengaruh terhadap jumlah pemukiman yang akan terus bertambah.

Aluminium dan kaca mengalami perkembangan yang pesat, hal tersebut ditandai dengan banyaknya barang yang terbuat dari aluminium dan kaca, baik itu untuk keperluan umum, rumah tangga, bahkan usaha. Pesatnya perkembangan industri aluminium dan kaca disebabkan oleh beberapa faktor seperti bahan-bahan dari kayu yang terbatas dan cukup sulit untuk ditemukan, meningkatnya pembangunan pemukiman maupun tempat usaha penduduk, serta meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap barang-barang yang terbuat dari aluminium.

Di Kota Padang Panjang usaha ini memiliki peluang yang sangat bagus, hal tersebut disebabkan karena pertumbuhan penduduk yang terus bertambah setiap tahunnya. Pertumbuhan penduduk juga diiringi dengan pertumbuhan pemukiman, sekolah, pertokoan, dan perkantoran. Usaha ini berkembang pesat di Kota Padang Panjang, hal ini bisa dilihat dari banyaknya usaha sejenis yang bermunculan. Selain itu juga disebabkan karena tingginya permintaan dari konsumen baik untuk kebutuhan pribadi maupun untuk kebutuhan lainnya, hal ini membuat UMKM ini semakin diminati dan semakin banyak dibutuhkan. Keberhasilan dalam menekuni industri aluminium dan kaca ini sangat dipengaruhi oleh faktor teknologi yang diiringi dengan peran pemerintah dan masyarakat setempat, selain itu dalam melakukan pengelolaan terhadap usaha tersebut penting adanya manajemen dan perencanaan strategi pemasaran yang tepat. Dengan manajemen dan perencanaan dalam strategi pemasaran yang tepat, maka pemilik usaha aluminium tersebut berkemungkinan akan dapat mengatasi setiap kendala yang muncul baik dalam proses produksi maupun dalam pemasaran sehingga akan memudahkan pemilik dalam mengelola usaha dan mendapatkan keuntungan yang diinginkan.

Dalam melakukan perencanaan pemasaran yang tepat perlu adanya penilaian tentang pasar. Penilaian terhadap pasar biasanya mencakup permintaan, distribusi, pesaing, dan hal lain yang dapat

mempengaruhi keberhasilan usaha. Dengan demikian menunjukkan bahwa aspek pasar menjadi salah satu aspek penting yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha, dan dapat dijadikan sebagai salah satu aspek utama yang perlu dikaji dalam pembahasan terkait studi kelayakan bisnis suatu usaha. Hal tersebut disebabkan karena apabila tidak ada pasar tujuan yang jelas dalam suatu unit usaha, maka usaha tersebut akan mengalami kendala dalam keputusan investasi dari investor yang diinginkan. Seiring dengan meningkatnya perkembangan industri aluminium dan kaca yang diikuti dengan meningkatnya jumlah permintaan terhadap barang-barang tersebut. penulis tertarik untuk meneliti kelayakan bisnis UMKM aluminium dan kaca yang dilihat dari aspek produksi dan pemasaran.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Kelayakan Usaha Aluminium dan Kaca Ditinjau Dari Aspek Produksi dan Pemasaran (Studi Kasus Toko M.A Kaca dan Aluminium Padang Panjang)”.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Pengertian UMKM**

UMKM merupakan jenis usaha kecil milik rakyat yang mana usaha tersebut memiliki batasan tertentu dalam kepemilikan kekayaan. Jenis usaha ini memberikan banyak kontribusi dalam perekonomian negara. Namun masih banyak masyarakat yang tidak tertarik untuk memulai usaha tersebut, karena dianggap tidak menawarkan keuntungan yang menjanjikan dan kurangnya pemahaman masyarakat akan UMKM tersebut. Berikut merupakan penjelasan terkait UMKM yang bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pembaca.

### **UMKM Barang-Barang Dari Aluminium dan Kaca**

UMKM aluminium merupakan usaha perorangan yang bergerak dibidang pengolahan aluminium menjadi barang-barang siap pakai yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari guna memenuhi kebutuhan masyarakat, baik kebutuhan umum maupun kebutuhan rumah tangga. Bagi kebutuhan umum, aluminium biasanya digunakan sebagai kotak infak mesjid, dan etalase toko, sedangkan untuk kebutuhan rumah tangga, biasanya aluminium digunakan untuk pembuatan rak piring, kaca hias, jemuran handuk, dan lain-lain.

### **Modal**

Menurut Noor (2011) menyatakan bahwa modal merupakan sumber dana yang ada dalam perusahaan, modal terdiri dari modal sendiri dan utang jangka panjang perusahaan.

Berikut merupakan sumber-sumber modal:

1. Modal Sendiri merupakan modal pribadi yang dikeluarkan tanpa adanya bantuan pihak lain.

2. Modal dari utang atau pinjaman teman atau pihak keluarga, terdapat beberapa keuntungan jika meminjam dana dari keluarga atau teman seperti tidak memiliki banyak persyaratan, jangka waktu yang fleksibel, serta sebagian besar tidak memiliki tingkat bunga pinjaman.
3. Modal kerjasama dengan pihak lain, merupakan modal yang didapatkan dengan melakukan kerjasama dengan pihak lain yang memiliki tujuan yang sama.
4. Lembaga non formal, modal ini biasanya didapatkan dari keikutsertaan suatu kegiatan seperti arisan, PKK, dan lain-lain.
5. Pegadaian merupakan modal yang didapatkan dengan menggadaikan suatu barang berharga yang dimiliki oleh pemilik usaha.
6. Lembaga non bank, modal ini biasanya didapatkan dari keikutsertaan sebagai anggota koperasi.
7. Bank merupakan sumber modal yang paling sering dipakai oleh pemilik usaha yang mana pemilik usaha tersebut meminjam sejumlah uang kepada pihak bank dengan jaminan tertentu.

### **Studi Kelayakan Usaha**

Menurut Oemar (2008) menyatakan bahwa studi kelayakan usaha merupakan suatu studi yang digunakan untuk mengumpulkan bahan pertimbangan dalam pengambilan suatu keputusan bisnis, dengan mempertimbangkan apakah usaha atau ide usaha tersebut layak atau tidak layak. Jika memiliki ide usaha maka ide tersebut tidak dapat langsung dilaksanakan karena perlu adanya pertimbangan apakah ide tersebut layak untuk dilaksanakan atau tidak.

Berikut merupakan 3 manfaat usaha:

- a. Manfaat ekonomis usaha, yang mana usaha tersebut memberikan manfaat finansial kepada pemiliknya sendiri.
- b. Manfaat ekonomis usaha, yang mana usaha tersebut memberikan manfaat bagi perekonomian suatu negara.
- c. Manfaat sosial usaha, yang mana usaha tersebut memberikan manfaat kepada masyarakat.

Berikut merupakan aspek yang dapat menentukan keberhasilan suatu usaha diantaranya sebagai berikut:

- a. Aspek pasar, berkaitan dengan permintaan dan penawaran harga yang terjadi di pasar, strategi pemasaran, distribusi, dan perkiraan tingkat penjualan yang dapat dicapai oleh suatu perusahaan.
- b. Aspek teknis dan produksi, berkaitan dengan perencanaan proses produksi, alat dan perlengkapan yang dibutuhkan dalam proses produksi, tata letak, pemilihan lokasi, penentuan teknologi yang akan digunakan, dan pengolahan limbah produksi.
- c. Aspek keuangan, berkaitan dengan semua arus uang yang ada dalam usaha tersebut, baik yang berkaitan dengan modal, kewajiban, investasi, dan lain-lain.
- d. Aspek manajemen berkaitan dengan perencanaan, pengorganisasian, pengawasan manajemen dalam menjalankan usaha tersebut.

e. Aspek ekonomi dan sosial berkaitan pemerataan kesempatan kerja dan pengaruh suatu proyek yang dijalankan terhadap industri lain.

Dalam melakukan analisis aspek pasar, perlu dilakukan kajian terhadap hal-hal yang berkaitan dengan peluang pasar, penetapan segmen dan target pasar, perkembangan pasar, dan posisi usaha di pasar. Selain itu loyalitas pelanggan yang meliputi sikap, perilaku, dan kepuasan terhadap produk yang ditawarkan juga perlu untuk diperhatikan.

Analisis pemasaran sangat berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan, dengan harapan perusahaan dapat menjual produk yang sama pada kualitas yang sama dengan harga yang lebih mahal dan tingkat penjualan yang tinggi.

Evaluasi parameter perusahaan meliputi :

1. Lingkungan pemasaran, seperti pelanggan, pesaing, target pasar, kondisi perekonomian masyarakat di pasar, daya beli masyarakat, tingkat permintaan dan penawaran, dan lain-lain.
2. Kegiatan pemasaran, seperti strategi pemasaran, harga yang akan ditetapkan, distribusi, promosi, tingkat penjualan, dan lain-lain.
3. Manajemen pemasaran, seperti perencanaan tujuan usaha, pengorganisasian, pengendalian, dan pengawasan program.

### **Aspek Produksi**

Aspek produksi berkaitan dengan penentuan lokasi usaha, tata letak pabrik, menentukan teknologi yang akan digunakan dalam produksi, serta menentukan tenaga kerja yang dibutuhkan oleh usaha tersebut (Purnama, 2016).

### **Aspek Pemasaran**

Aspek pemasaran berkaitan dengan strategi pemasaran, harga yang akan ditetapkan, distribusi, promosi, tingkat penjualan, dan lain-lain.

Menurut Rofa et al., (2021) menyatakan bahwa pemasaran merupakan pengaturan suatu latihan bisnis dalam merancang memajukan dan memutuskan biaya yang ditetapkan pada suatu produk yang bertujuan untuk memenuhi keinginan pembeli dan mencapai target pasar yang diinginkan.

### **METODE**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dan survei langsung kepada pemilik usaha. Objek penelitian ini bertempat di JL. M.Yamin SH No 65, Kelurahan Pasar Usang, kota Padang Panjang. Adapun informan dari penelitian ini ada 3 yaitu, owner toko, karyawan dan konsumen yang pernah berbelanja di toko ini.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Gambaran Umum Toko M.A Kaca**

Toko M.A kaca merupakan usaha yang bergerak di bidang alumunium dan kaca khususnya lemari rak piring dengan model dan variasi warna yang berbeda. Bisnis merupakan usaha milik pribadi. Usaha ini terletak di JL. M.Yamin SH No 65, kelurahan pasar usang, kecamatan Padang Panjang Barat, kota padang panjang. Berbagai macam variasi lemari dari alumunium disediakan dan berbagai jenis perabotan dari alumunium dan kaca. Dalam sebulan sekiranya laku 20-50 lemari.

### **Aspek Produksi**

#### a. Lokasi Usaha

Toko M.A Kaca berlokasi di JL.M Yamin SH No.65 Kelurahan Pasar Usang Padang Panjang, Kota Padang Panjang. Lokasi produksi dengan lokasi penjualan itu satu dibuat satu tempat karena sangat memungkinkan karena lokasi usaha yang cukup luas dan lumayan strategis. Lokasi tersebut dapat dinyatakan layak karena cukup mudah dijangkau oleh pelanggan.

#### b. Teknologi

Teknologi yang digunakan dalam UMKM ini sebagai berikut :

##### 1. Mesin potong alumunium makita

Mesin potong ini digunakan untuk memotong alumunium yang masi berukuran panjang, kemudian dipotong menjadi ukuran yang dibutuhkan untuk memproduksi loemari dll

##### 2. Bor

Bor digunakan untuk pemasangan baut-baut untuk merakit alumunium menjadi berbagai jenis perabotan

##### 3. Intan potong kaca

Intan kaca digunakan untuk memotong kaca yang semula kaca berukuran 2X2 m lebih lalu dipotong menjadi bagian yang lebih kecil agar dapat digunakan bagaimana semestinya.

Proses produksi perabotan dari kaca dan alumunium di toko ini dilakukan setiap hari. Karena pembuatan 1 buah perabotan ini memakan waktu paling kurang 2 hari dari awal sampai jadi.

### **Aspek Pemasaran**

#### a. Bentuk pasar

UMKM M.A Kaca ini membentuk pasar persaingan sempurna yang mana di pasar tersebut terdapat banyak penjual dan pembeli namun penjual tidak dapat menentukan harga pasar sesuai dengan keinginannya sendiri. Para pelanggan yang dipilih oleh UMKM ini adalah pasar penjualan ke toko dan penjualan langsung dari pintu ke pintu atau yang lebih dikenal dengan sebutan door to door, karena UMKM M.A Kaca memiliki pemasaran yang tetap pada produknya.

#### b. Analisis persaingan

Sejauh ini pesaing adalah menjadi kendala utama pada UMKM ini karena di kota padangf panjang saat ini sangat menjamur usaha dari kaca dan alumunium ini, berikut merupakan strategi yang ditetapkan oleh pemilik usaha yaitu:

### 1) Produk

Strategi yang diterapkan oleh pemilik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan menggunakan bahan-bahan baku yang berkualitas, senantiasa mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen, dan berusaha untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar atau konsumen.

### 2) Harga

Untuk harga jual sendiri itu mulai dari 500.000-10.000.000 tergantung model dan ukuran yang dibuat. Dalam menentukan harga jual oleh pemilik usaha sudah memperhitungkan semua biaya yang dikeluarkan dari mulai dari upah pekerja, bahan baku untuk pembuatan produk, dan biaya *finishing*.

Saluran distribusi toko M.A kaca langsung dilakukan setelah dilakukan produksi di tempat produksi lalu langsung diantar ke toko-toko yang sudah menjadi langganan toko M.A kaca dan kepada konsumen perorangan.

### 3) Promosi

Pada awal UMKM ini berdiri sangat sedikit orang yang mengetahuinya, usaha ini pertama kali berdiri pada tahun 2009. Pada awalnya kegiatan promosi hanya dilakukan dari mulut ke mulut konsumen yang pernah berbelanja di Toko M.A Kaca seiring dengan perkembangan teknologi toko M.A kaca mulai melakukan promosi di media sosial seperti facebook dan instagram, serta juga memanfaatkan media masa seperti Radio.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan analisis kelayakan usaha yang kami lakukan berdasarkan aspek pasar dan aspek produksi dapat disimpulkan sebagai berikut:

Analisis hasil kelayakan bisnis dinilai dari aspek produksi dan pemasaran dinyatakan layak untuk dikembangkan karena dilihat dari aspek pemasaran umkm ini langsung memasarkan produknya ke toko-toko dan kepada konsumennya. Jadi banyak perkembangan yang dilakukan UMKM ini dari usaha cukup kecil menjadi usaha yang cukup besar.

## **DAFTAR RUJUKAN**

- Oemar, Y. (2008). *Studi Kelayakan Bisnis*. Riau: Unri Press.  
 Purnama, D. d. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.

- Arvanitis, S. and Estevez, L. (2018), "Analisis dan Studi Kelayakan", Sotiriadis, M. (Ed.) *The Emerald Handbook of Entrepreneurship in Tourism, Travel and Hospitality*, Emerald Publishing Limited, Bingley, hlm. 109- 129. <https://doi.org/10.1108/978-1-78743-529-220181019>.
- Bandyopadhyay, C. and Ray, S. (2020), "Social enterprise marketing: review of literature and future research agenda", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 38 No.1, hlm.121-135. <https://doi.org/10.1108/MIP-02-2019-0079>.
- Leonidou, L.C., Barnes, B.R., Spyropoulou, S. and Katsikeas, C.S. (2010), "Assessing the contribution of leading mainstream marketing journals to the international marketing discipline", *International Marketing Review*, Vol. 27 No. 5, pp. 491-518. <https://doi.org/10.1108/02651331011076563>.
- Gunadi, A., Zulfitria, Z., & Aswir, A. (2019). Studi Kelayakan Taman Pendidikan Al – Qur'an Sebagai Sumber Belajar Pendidikan Nonformal. *Jurnal Iqra' : Kajian Ilmu Pendidikan*, 4(1), 71 - 86. <https://doi.org/10.25217/ji.v4i1.457>.
- Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2007), Edisi ke-2.
- Rahma, S. (2019). Analisis studi kelayakan bisnis pada pengembangan usaha tahu dan tempe karya mandiri. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 76-84.
- Carlina, M., & Pandoyo. (2020). Studi Kelayakan Bisnis Tour & Travel Pada PT. Indoloka Wisata Mandiri. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik Dan Bisnis*, 1(2), 59-79. Retrieved from <http://edubusiness.org/index.php/JIAPB/article/view/11>.
- Kristian, W., & Indrawan, F. (2019). Studi Kelayakan Bisnis dalam Rangka Pendirian XX Cafe. *Jurnal Akuntansi*, 11(2), 379-400. <https://doi.org/10.28932/jam.v11i2.1932>.
- Rofa, I., Meilani, A., Hasibu, N., Nasution, A., & Suhairi, S. (2021). Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis.
- Salsabilah, N., & Aslami, N. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Unit Link PT Asuransi Jiwa Manulife untuk Menarik Minat Calon Nasabah. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 21(1), 63-73.
- Riyanto, A., & Paramansyah, A. (2020). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Beton Siap Pakai (Ready Mix Concrete) pada PT Semen Indogreen Sentosa Plant Cikarang. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 2(2), 154-166. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v2i2.110>.
- Kuswandi, S., & Surya, C. (2021). Analisis SWOT Strategi Pemasaran Kredit Serta Usulan Program Kerja dengan Menggunakan Metode Analytical Hierarchy. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 3(2), 149-170. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v3i2.326>.
- Fitrah, A. T., & Aslami, N. (2022). Peran Agen Dalam Menentukan Perencanaan Pemasaran dan Meningkatkan Minat Nasabah terhadap Produk Asuransi Syariah. *Mimbar Kampus: Jurnal*

- Pendidikan dan Agama Islam, 21(1), 25-33.  
<https://doi.org/10.47467/mk.v21i1.872>.
- Dwiyana, L., & Aslami, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Produk Asuransi Syariah. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam*, 21(1), 53-62.  
<https://doi.org/10.47467/mk.v21i1.875>.
- Endaryono, B., & Ariwibowo, P. (2021). Pengaruh Biaya Pemasaran, Omzet Penjualan terhadap Laba Perusahaan. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 3(1), 124-136.  
<https://doi.org/10.47467/reslaj.v3i2.327>.
- Sekaran, U., & Roger, B. (2013). 6th Edition. *Research Methods for Business : A Skill Building Approach*. Chicester: John Wiley & Sons, Ltd.
- Suliyanto. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis*. Purwokerto: Andi Yogyakarta.
- Shafira, A., Fasa, M., Soeharto, S., Supriyatna, R., & Junaedi, D. (2021). Efektivitas Sosialisasi Lapak Desa terhadap Pemasaran Online (E-Commerce) Berbasis Syariah. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 3(3), 395-402.  
<https://doi.org/10.47467/reslaj.v3i3.376>.