



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 4 (2025) pp: 6281-6288

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Analisis Studi Kelayakan Bisnis Kios Bipang El-Qahtan Kabupaten Enrekang

Raodatul Munawwarah¹, Rista Astari Rusdin², Wilda Widiawati³, Zainal Potton⁴, Burnama Azhari⁵
^{1,2,3,4,5}Program Studi Biokewirausahaan, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Enrekang

¹raodatulmunawwarah@gmail.com, ²ristaastari54@gmail.com, ³wildawidiawati@unimen.ac.id,

⁴zainalpotton@gmail.com, ⁵burnama7@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kelayakan bisnis Kios Bipang El-Qahtan di Kabupaten Enrekang ditinjau dari aspek produksi dan aspek pemasaran. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dengan pemilik usaha dan karyawan, serta dokumentasi terkait kegiatan produksi dan pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari aspek produksi, usaha Kios Bipang El-Qahtan dinyatakan layak untuk dijalankan. Hal ini didukung oleh penggunaan bahan baku berkualitas seperti beras ketan dari Gowa dan gula merah dari Tondon, kapasitas produksi yang mencapai 400 pcs per hari, serta sistem kerja yang terorganisir. Namun, masih terdapat beberapa kendala seperti keterbatasan ruang produksi berukuran 3x3 meter, ketergantungan bahan baku pada musim panen, dan penggunaan peralatan manual yang membatasi efisiensi produksi. Dari aspek pemasaran, usaha ini juga dinyatakan layak karena memiliki jaringan distribusi yang luas mencakup pasar lokal hingga luar daerah seperti Toraja, Makassar, Kalimantan, dan Jayapura. Harga yang kompetitif sebesar Rp7.000 per pcs serta kemasan produk yang menarik turut meningkatkan daya saing di pasar. Meskipun demikian, strategi promosi digital masih perlu ditingkatkan agar pemasaran dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa bisnis Kios Bipang El-Qahtan layak dikembangkan lebih lanjut dengan melakukan perbaikan pada aspek produksi dan optimalisasi strategi pemasaran digital.

Kata kunci: Studi Kelayakan, Aspek produksi, Aspek Pemasaran, Bipang, Enrekang

1. Latar Belakang

Industri pangan memegang peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi suatu daerah, khususnya dalam memenuhi kebutuhan pangan masyarakat Indonesia. Sektor ini mencakup pengolahan hasil pertanian menjadi produk siap konsumsi yang memiliki nilai tambah, sesuai dengan selera dan permintaan konsumen. Seiring dengan peningkatan gaya hidup dan daya beli masyarakat, serta minat terhadap ragam makanan ringan dan cemilan unik, industri pangan, khususnya industri makanan ringan, mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Selain itu, industri pangan menyumbangkan kontribusi strategis terhadap perekonomian nasional melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pembentukan nilai tambah bagi produk pertanian lokal (Amalia et al., 2023).

Studi kelayakan bisnis adalah proses evaluasi menyeluruh yang bertujuan untuk menilai apakah suatu usaha atau proyek layak dijalankan (Bizhare Contributor, 2023). Kegiatan ini mencakup analisis mendalam terhadap setiap aspek usaha, mulai dari produksi, pasar, teknis, manajemen, keuangan hingga lingkungan, untuk memastikan bahwa usaha tersebut dapat memberikan manfaat ekonomis dan sosial secara berkelanjutan. Melalui studi kelayakan, pelaku usaha mampu memahami potensi serta tantangan dalam bisnis sehingga mengambil keputusan menjadi lebih tepat dan strategis. Selain itu, studi kelayakan membantu meminimalkan risiko kerugian, mempermudah perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan pengendalian operasional bisnis (Fili, 2025).

Pengembangan studi kelayakan bisnis menjadi faktor krusial dalam mendorong UMKM pangan berbasis olahan lokal agar mampu berkembang dan bersaing di skala nasional maupun Internasional (Musawantoro, 2019). Industri makanan ringan berbahan lokal di kabupaten Enrekang seperti dodol, baje, bipang, serta keripik dange, menyimpan potensi besar sebagai sektor unggulan yang perlu dikembangkan (St Fatmawaty & Bijaksana, 2024). Dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya diverifikasi produk pangan dan peluang ekspansi pasar, usaha produk lokal tersebut memiliki prospek cerah untuk tumbuh. Oleh karena itu, pengembangan usaha sektor ini harus

mempertimbangkan berbagai aspek penting, meliputi produksi, pemasaran, aspek teknis, manajemen keuangan dan lingkungan, guna menjamin keberlanjutan serta daya saing di pasar lokal dan global (Musawantoro, 2019).

Bipang merupakan makanan tradisional berbahan utama beras ketan yang dicampur dengan gula merah dan dipanggang hingga menghasilkan tekstur renyah serta aroma khas yang harum (Wikipedia Indonesia, 2023). Di kabupaten Enrekang, varian lokal bipang ketan dari dusun malauwa telah berkembang sebagai produk khas yang diminati generasi milenial, menunjukkan potensi bisnis yang menjanjikan (Tohir, 2023). Produk ini memiliki nilai historis dan budaya yang kuat dalam masyarakat Indonesia, khususnya di beberapa daerah yang masih mempertahankan produk Bipang, termasuk di kelurahan Tuara, Kecamatan Enrekang, Kabupaten Enrekang. Bipang masih menjadi salah satu cemilan yang cukup diminati masyarakat di daerah tersebut. Hal ini mendorong munculnya beberapa pelaku usaha lokal yang memproduksi dan menjual Bipang. Salah satu pelaku usaha tersebut adalah Kios Bipang El-Qahtan, yang telah menjadi salah satu produsen Bipang di Kabupaten Enrekang.

Studi Kelayakan Bisnis SKB adalah kegiatan terencana yang dilakukan untuk mempelajari secara lebih mendalam mengenai suatu usaha ataupun bisnis yang akan dijalankan, usaha tersebut pada akhirnya akan memberikan kesimpulan mengenai layak atau tidaknya sebuah usaha bisnis dijalankan. Alfajri (2023), menyatakan bahwa, di era globalisasi seperti ini, banyak masyarakat berlomba mendirikan usaha atau bisnis sebagai pemenuhan kebutuhan hidup. Studi kelayakan bisnis sangat penting karena untuk kebaikan, kelangsungan hidup perusahaan dimasa yang akan datang dan agar tidak ada pihak-pihak yang merasa dirugikan dari terlaksananya sebuah usaha bisnis (Hilmi et al., 2018)

Usaha Bipang El-Qahtan didirikan pada awal tahun 2020 oleh Ibu Adibah Halimah Assa'diyah di Kelurahan Tuara, Kecamatan Enrekang, Kabupaten Enrekang. Sebelum usaha tersebut dijalankan oleh Ibu Adibah, produk bipang telah terlebih dahulu dilakukan oleh nenek beliau. Dengan demikian, usaha ini merupakan bentuk penerusan warisan keluarga, dimana keterampilan serta resep pembuatan Bipang telah diwariskan secara turun-temurun.

Target pasar Kios Bipang El-Qahtan saat ini masih berada di sekitar Kabupaten Enrekang, tetapi sudah ada reseller dari Jayapura dan juga Toraja. Pengembangan usaha ini sudah cukup signifikan, dimana modal awal sebesar Rp. 5.000.000 berhasil dikembangkan, sehingga kapasitas produksi meningkat dari 60 kilogram beras menjadi 6.000 kilogram beras per bulan. Bahan baku yang digunakan meliputi beras ketan, minyak goreng, gula merah, gula pasir, dan jeruk nipis.

Kapasitas produksi harian Kios Bipang El-Qahtan berkisar antara 200-300 pcs perhari, dengan harga Rp. 7.000/pcs dan pendapatan bulanan dapat mencapai sekitar 50-60 juta perbulan. Untuk bersaing di pasar mereka melakukan modifikasi pada produk agar tampilan lebih menarik. Selain Bipang terdapat beberapa produk yang disediakan oleh Kios Bipang El-Qahtan. Adapun produk yang disediakan oleh Kios Bipang El-Qahtan dapat dilihat dari tabel di bawah ini.

Kios Bipang El-Qahtan merupakan salah satu usaha yang memiliki potensi berkembang dengan baik. Namun, sebelum usaha ini berkembang lebih besar lagi, perlu dilakukan studi kelayakan untuk mengetahui prospek keberlanjutannya. Beberapa aspek yang perlu dianalisis seperti aspek produksi dan aspek pemasaran. Dengan demikian, studi ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai peluang dan tantangan usaha Kios Bipang ini, serta menjadi dasar dalam mengambil keputusan bisnis yang lebih matang. Dalam konteks Kios Bipang El-Qahtan, studi kelayakan diperlukan untuk menilai apakah usaha ini memiliki prospek yang menguntungkan serta strategi apa yang dapat diterapkan agar dapat berkembang secara berkelanjutan.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti, usaha Bipang memiliki potensi pasar yang besar, namun terdapat beberapa permasalahan yang perlu dianalisis lebih lanjut sebelum bisnis ini berkembang lebih jauh. Keberlanjutan usaha menjadi aspek penting yang harus diperhatikan, terutama dalam hal kemampuan bisnis untuk bertahan dan berkembang dalam jangka panjang dengan mempertimbangkan aspek produksi dan pemasaran. Maka ditemukan kelemahan bisnis dalam proses produksi dan pemasaran Kios Bipang El-Qahtan. Proses produksi yang dilakukan oleh Kios Bipang El-Qahtan masih secara konvensional, belum menggunakan teknologi dalam proses produksi, sehingga kapasitas produksi masih kurang, sedangkan peminat pasar banyak. Sementara itu, strategi pemasaran yang diterapkan masih dilakukan secara offline. Meskipun Kios Bipang El-Qahtan telah memiliki beberapa media sosial seperti facebook dan Instagram, di mana aktivitas pemasaran melalui platform tersebut masih belum optimal.

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul "Analisis Studi

Kelayakan Bisnis Kios Bipang El-Qahtan di Kabupaten Enrekang². Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi pengusaha bipang serta menjadi referensi bagi pelaku usaha lainnya dalam mengembangkan bisnis di sektor pangan tradisional

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis Kios Bipang El-Qahtan Kabupaten Enrekang dari aspek produksi dan pemasaran. Metode ini dipilih karena mampu menggambarkan kondisi faktual di lapangan secara menyeluruh, terutama dalam konteks usaha kecil dan menengah yang berbasis produksi pangan tradisional.

2.1. Waktu dan Lokasi

Penelitian dilaksanakan di Kios Bipang El-Qahtan, berlokasi di Kelurahan Tuara, Kecamatan Enrekang, Kabupaten Enrekang, Provinsi Sulawesi Selatan. Waktu pelaksanaan penelitian adalah selama empat bulan, yaitu Agustus–November 2025.

2.2. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan terdiri dari Data primer, diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha, dua orang karyawan bagian produksi, dan satu orang bagian pemasaran dan Data sekunder, berupa dokumentasi aktivitas produksi, laporan penjualan bulanan, serta foto fasilitas produksi

2.3. Teknik Pengumpulan Data

Tiga teknik digunakan secara sistematis, yaitu: Observasi langsung, dilakukan selama proses produksi untuk mengidentifikasi alur kerja, kapasitas produksi, serta penggunaan alat dan bahan, Wawancara semi-terstruktur, dilakukan kepada 4 narasumber utama (pemilik dan karyawan) menggunakan pedoman wawancara terbuka mengenai aspek produksi, biaya operasional, serta strategi pemasaran dan Dokumentasi, berupa foto kegiatan, catatan produksi, serta data penjualan bulanan tahun 2023–2025 untuk mendukung keabsahan data observasi dan wawancara.

2.4. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan model Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahap: Reduksi data, yaitu proses seleksi dan penyederhanaan informasi dari hasil observasi dan Wawancara, Penyajian data, dilakukan dalam bentuk narasi, tabel, dan bagan alur produksi dan Penarikan kesimpulan dan verifikasi, yaitu menganalisis hubungan antara data produksi dan strategi pemasaran untuk menentukan kelayakan usaha

2.5. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data dijamin melalui: Triangulasi sumber (pemilik, karyawan, dokumen), Triangulasi teknik (observasi, wawancara, dokumentasi) dan Member checking, yaitu konfirmasi ulang hasil interpretasi kepada informan utama. Dengan rancangan metode seperti ini, penelitian dapat direplikasi oleh peneliti lain pada usaha serupa dengan mengikuti tahapan observasi, pengukuran kapasitas produksi, dan analisis kelayakan berbasis aspek produksi dan pemasaran.

3. Hasil dan Diskusi

Bagian ini menyajikan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang diperoleh selama penelitian di Kios Bipang El-Qahtan Kabupaten Enrekang. Analisis dilakukan berdasarkan dua aspek utama, yaitu produksi dan pemasaran, yang menjadi fokus penilaian kelayakan usaha.

3.1. Tingkat Kelayakan Bisnis Kios Bipang El-Qahtan ditinjau dari Aspek Produksi

Aspek produksi merupakan salah satu aspek penting yang berkaitan langsung dengan kegiatan produksi suatu usaha. Sebelum memulai usaha, pelaku bisnis perlu melakukan studi kelayakan untuk memastikan proses produksi dapat berjalan dengan optimal. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dilakukan studi kelayakan pada usaha Kios Bipang El-Qahtan yang ditinjau dari aspek produksi:

1. Tempat Produksi

Lokasi usaha Kios Bipang El-Qahtan dinilai belum strategis karena luas area produksi yang relatif sempit, yaitu hanya berukuran 3x3 meter. Seluruh kegiatan usaha, mulai dari proses produksi, pengemasan, pencetakan label, hingga penyimpanan produk, dilakukan dalam satu ruangan yang sama. Kondisi ini berpotensi

menghambat efisiensi produksi, mengurangi kenyamanan tenaga kerja, serta membatasi kapasitas penyimpanan produk jadi. Selain itu, keterbatasan ruang juga dapat berdampak pada standar kebersihan dan tata letak yang ideal, sehingga dalam jangka panjang dapat mempengaruhi kualitas dan daya saing produksi.

2. Bahan baku adalah segala sesuatu yang digunakan dalam proses produksi untuk diolah menjadi barang jadi atau produk setengah jadi. Bahan baku yang digunakan dalam proses produksi bipang terdiri dari:



Gambar 1. Beras Ketan Hitam, Putih dan Merah

Beras ketan dengan tekstur lengket digunakan sebagai bahan utama Bipang di Kios El-Qahtan. Diperoleh dari pabrik di Gowa yang terkenal menghasilkan ketan berkualitas, pulen, bersih, dan aromatik, sehingga cocok untuk menghasilkan Bipang terbaik.



Gambar 2. Gula Merah

Gula merah atau gula aren merupakan pemanis alami dari nira pohon enau berbentuk padat berwarna coklat kemerahan. Bahan ini menjadi salah satu komponen utama pembuatan Bipang dan diperoleh langsung dari petani di Tondon.



Gambar 3. Minyak, Gula Pasir, Wijen dan Jeruk Nipis

Bahan tambahan yang digunakan meliputi gula pasir, minyak, wijen, dan jeruk nipis. Gula pasir berfungsi sebagai pemanis tambahan, minyak sawit digunakan untuk menggoreng agar bipang renyah, wijen sebagai taburan penambah aroma dan cita rasa, sedangkan jeruk nipis menyeimbangkan rasa manis serta memberi sensasi segar. Seluruh bahan tambahan diperoleh dari pedagang lokal.

Aspek produksi berkaitan dengan seluruh kegiatan yang berhubungan dengan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Berdasarkan hasil observasi, kegiatan produksi dilakukan di ruangan berukuran 3×3 meter dengan tenaga kerja 8 orang yang terbagi atas bagian penggorengan, pencampuran, pencetakan, dan pengemasan.

Tabel 1. Kebutuhan Bahan Baku dalam Sekali produksi

No	Bahan	Jumlah
1	Beras Ketan	100 kg

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4111>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

2	Gula Merah	20 kg
3	Kemasan	400 pcs

Kendala utama bahan baku meliputi ketergantungan pasokan beras ketan pada musim panen dan sulitnya gula merah mengental saat musim hujan, yang dapat menurunkan volume produksi. Selain itu, fluktuasi harga beras ketan dan gula merah meningkatkan biaya produksi dan menekan keuntungan. Pelaku usaha perlu strategi pembelian yang efisien, seperti membeli dalam jumlah besar saat harga stabil atau mencari pemasok alternatif. Keterbatasan ruang penyimpanan juga menjadi masalah, karena bahan baku memerlukan tempat kering dan bersih agar tidak rusak. Manajemen stok dan penyimpanan yang baik penting untuk menjaga kelancaran produksi sepanjang tahun.

3. Tenaga Kerja

Kios Bipang El-Qahtan melibatkan 8 tenaga kerja yang terbagi dalam produksi, pencetakan, penjemuran, dan pengemasan. Setiap bagian memiliki peran penting dalam menjaga efisiensi dan kualitas produk.

4. Peralatan

Peralatan yang digunakan dalam proses produksi bipang berfungsi sebagai sarana pendukung agar kegiatan produksi dapat berjalan dengan lancar

5. Proses Produksi Bipang

Kendala produksi terjadi saat penjemuran beras ketan bergantung pada cuaca; cuaca cerah mempercepat pengeringan, sedangkan mendung menghambat proses dan menurunkan efisiensi. Meski demikian, produk Bipang El-Qahtan unggul dengan kemasan menarik dan layak dijadikan oleh-oleh khas Enrekang.

6. Kapasitas Produksi

Kapasitas produksi Kios Bipang El-Qahtan mencapai sekitar 400 pcs per hari. Dari aspek produksi, usaha ini dinilai layak dijalankan karena menggunakan bahan baku berkualitas dan volume produksi sesuai permintaan. Meskipun masih dikerjakan secara manual, proses produksi tetap lancar dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen

7. Kios Bipang El-Qahtan memproduksi sekitar 200 bungkus bipang per hari sesuai permintaan pasar. Jumlah ini disesuaikan dengan tenaga kerja dan ketersediaan bahan baku. Produksi dilakukan berkelanjutan untuk menjaga stok, namun dapat menurun saat cuaca buruk atau pasokan terlambat. Karena itu, jadwal produksi perlu diatur secara fleksibel agar tetap berjalan lancar.



Gambar 4. Produk Bipang

3.2. Tingkat Kelayakan Bisnis Kios Bipang El-Qahtan Ditinjau Dari Aspek Pemasaran

1. Target Pasar

Target pasar Kios Bipang El-Qahtan meliputi reseller, kios, dan konsumen langsung. Reseller tidak hanya berasal dari Enrekang, tetapi juga dari Toraja, Parepare, Makassar, bahkan luar pulau seperti Kalimantan dan Jayapura. Konsumen langsung umumnya masyarakat sekitar dan wisatawan yang membeli sebagai oleh-oleh khas Enrekang

2. *Product* (Produk)



Gambar 5. Produk Bipang

Produk utama Kios Bipang El-Qahtan adalah Bipang, makanan ringan dari beras ketan dan gula merah dengan rasa manis, gurih, dan renyah. Kualitas dijaga melalui bahan baku pilihan dan cita rasa konsisten. Saat ini tersedia varian original, namun ada peluang inovasi rasa seperti cokelat, keju, dan stroberi. Kemasan sudah mencantumkan label halal, tanggal produksi, dan komposisi, meski masih perlu dikembangkan agar lebih modern dan menarik. Dengan keunggulan tersebut, produk Bipang El-Qahtan layak dipasarkan dan berpotensi bersaing di pasar yang lebih luas.

3. *Price* (Harga)

Penentuan harga tentu pemilik usaha mempertimbangkan faktor besarnya biaya produksi terutama bahan baku yang dibutuhkan dalam produksi. Harga yang ditetapkan pemilik terdapat pada tabel berikut:

Tabel 4. 1 Harga Produk Bipang

No	Berat isi	Harga
1	100 gram dengan kemasan perekat	Rp. 7.000
2	130 gram dengan kemasan biasa	Rp. 7.000
3	150 gram dengan kemasan perekat	Rp. 10.000
4	250 gram dengan kemasan perekat	Rp. 20. 000

Pemilik usaha mengatasi kenaikan harga bahan baku dengan mengurangi berat produk tanpa mengubah komposisi utama agar rasa dan kualitas tetap terjaga. Dengan harga jual Rp7.000 per pcs—lebih murah dibandingkan produk sejenis yang mencapai Rp10.000—Bipang El-Qahtan dinilai layak dipasarkan dan memiliki keunggulan kompetitif karena terjangkau bagi semua kalangan.

4. *Place* (Tempat)

Usaha berlokasi di Kabupaten Enrekang dengan posisi strategis dan mudah dijangkau masyarakat. Distribusi dilakukan melalui penjualan langsung, titip jual di warung atau toko, serta kerja sama dengan reseller dari luar daerah hingga luar pulau. Produk yang tahan lama mendukung perluasan pasar antarwilayah. Ke depan, distribusi dapat ditingkatkan melalui platform digital seperti Shopee, Facebook, dan Tokopedia. Dari aspek distribusi, usaha ini layak dikembangkan karena memiliki jaringan pasar luas, termasuk reseller dari Kalimantan, Jayapura, Makassar, Parepare, dan Toraja.

5. *Promotion* (Promosi)

Promosi dilakukan untuk menarik minat konsumen terhadap produk Bipang. Saat ini, strategi promosi Kios Bipang El-Qahtan masih sederhana, yakni melalui penjualan langsung, promosi dari mulut ke mulut, serta unggahan di media sosial seperti Instagram. Akun Instagram resmi Kios Bipang El-Qahtan digunakan sebagai media untuk memperkenalkan produk dan menjangkau konsumen yang lebih luas



Gambar 6. Instagram Kios Bipang El-Qahtan

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4111>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Promosi yang dilakukan oleh Kios Bipang El-Qahtan belum optimal, sehingga menjadi salah satu kelemahan dalam pemanfaatan platform digital. Untuk meningkatkan penjualan dalam skala yang lebih luas, diperlukan strategi promosi yang lebih kreatif, seperti penguatan merek dagang (brand), penggunaan kemasan yang lebih menarik, serta pemanfaatan berbagai platform digital, bukan hanya Instagram tetapi juga platform digital lainnya seperti, Tiktok, Facebook, Shopee, Tokopedia dan II. Dengan demikian, aspek promosi usaha ini masih perlu ditingkatkan, namun, usaha ini tetap dinilai layak untuk dikembangkan lebih lanjut, karena produk bipang telah dikenal secara luas, bahkan hingga ke luar pulau melalui jaringan reseller.

3.3. Diskusi

Berdasarkan hasil analisis, aspek produksi pada Kios Bipang El-Qahtan dapat dikategorikan layak. Meskipun terdapat keterbatasan pada lokasi, ketersediaan bahan baku, dan teknologi produksi, usaha ini telah mampu menjaga konsistensi kualitas produk serta memenuhi permintaan pasar. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Alike et al. (2025) bahwa aspek produksi mencakup proses pengadaan bahan baku, pengolahan, dan pengelolaan yang efisien untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Kios Bipang El-Qahtan menunjukkan kemampuan adaptif terhadap perubahan permintaan dengan menyesuaikan volume produksi dan variasi kemasan, yang selaras dengan prinsip agile manufacturing (Cooper & Furst, 2023). Dari sisi ketahanan rantai pasok, usaha ini memiliki stabilitas yang cukup baik meskipun masih bergantung pada pemasok lokal, menunjukkan tingkat engineering resilience yang memadai (Wieland & Durach, 2021). Selain itu, usaha ini mulai menerapkan prinsip produksi berkelanjutan melalui penggunaan bahan baku lokal dan pengelolaan limbah sederhana yang ramah lingkungan, sesuai dengan konsep ekonomi sirkular yang dikemukakan oleh Wiyandapost (2024). Dengan demikian, penerapan manajemen produksi pada Kios Bipang El-Qahtan dinilai telah efisien, adaptif, dan berkelanjutan, sehingga aspek produksi dapat dinyatakan layak meskipun masih memiliki ruang untuk modernisasi dan peningkatan ketahanan rantai pasok.

Ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran, Kios Bipang El-Qahtan dinilai layak karena memiliki jaringan pasar yang luas hingga luar pulau seperti Kalimantan dan Jayapura. Hal ini menunjukkan produk memiliki daya tarik dan potensi pasar yang baik. Sesuai konsep Marketing 5.0 (Kotler et al., 2021), usaha ini telah mampu memanfaatkan teknologi dalam promosi, meski masih perlu peningkatan pada media digital seperti Tik Tok, Shopee, dan WhatsApp Business agar lebih efektif menjangkau konsumen. Kualitas produk yang konsisten, rasa khas, serta kemasan berlabel halal dan informasi lengkap menunjukkan transparansi dan etika pemasaran sebagaimana disarankan oleh Tanveer et al. (2021). Strategi harga yang kompetitif, yaitu Rp7.000 per pcs, memperkuat posisi produk di pasar dan mencerminkan penerapan data-driven marketing (ResearchGate, 2024) dalam menyesuaikan harga dengan kondisi pasar. Namun, inovasi rasa dan desain kemasan masih terbatas, serta promosi digital belum optimal. Untuk itu, penerapan strategi agile marketing (Pettersson & Simek, 2021) diperlukan agar usaha lebih adaptif terhadap tren pasar. Secara keseluruhan, aspek pasar dan pemasaran Kios Bipang El-Qahtan layak, tetapi perlu penguatan pada inovasi dan pemasaran digital agar lebih kompetitif dan berkelanjutan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kelayakan Bisnis Kios Bipang El-Qahtan di Kabupaten Enrekang, dapat disimpulkan bahwa: 1. Aspek Produksi, Berdasarkan hasil penelitian, aspek produksi pada Kios Bipang El-Qahtan dinyatakan layak untuk dijalankan. Kelayakan tersebut didukung oleh kualitas bahan baku yang baik, seperti beras ketan dari Gowa dan gula merah dari Tondon, yang menghasilkan produk bipang bercita rasa khas, manis, gurih, dan renyah. Kapasitas produksi mencapai 400 pcs per hari dengan rata-rata produksi sekitar 200 pcs sesuai permintaan pasar. Pembagian kerja yang jelas dan pengemasan produk yang menarik turut menjadi keunggulan dalam mendukung kelancaran dan nilai jual produk. Namun, beberapa kelemahan tetap ditemukan, seperti keterbatasan ruang produksi berukuran 3x3 meter, ketergantungan bahan baku pada musim, serta penggunaan peralatan yang masih sederhana. Faktor cuaca juga berpengaruh terhadap proses pengeringan dan pengolahan gula merah. Meski demikian, usaha ini tetap mampu menjaga kualitas produk, menyesuaikan volume produksi dengan permintaan pasar. 2. Aspek Pemasaran, Berdasarkan hasil analisis, aspek pemasaran pada Kios Bipang El-Qahtan dinyatakan layak untuk dijalankan. Kelayakan ini ditunjukkan oleh jaringan pasar yang luas, mencakup konsumen langsung, kios sekitar Kabupaten Enrekang, hingga reseller dari berbagai daerah seperti Toraja, Pare-pare, Makassar, bahkan luar pulau seperti Kalimantan dan Jayapura. Produk bipang memiliki kualitas yang konsisten dengan cita rasa khas dan tekstur renyah, serta dikemas secara baik dengan label halal, informasi komposisi, dan tanggal produksi yang meningkatkan kepercayaan konsumen. Harga yang kompetitif, yakni Rp7.000 per pcs, membuat produk lebih terjangkau

dibandingkan pesaing yang menjual dengan harga lebih tinggi. Strategi harga ini menunjukkan kemampuan usaha dalam menjaga keseimbangan antara kualitas dan daya beli konsumen. Sistem distribusi yang luas melalui penjualan langsung, titip jual di warung, dan jaringan reseller juga memperkuat posisi pasar produk.

Referensi

1. Alfajri. (2023). Pentingnya Studi Kelayakan Bisnis dalam Era Globalisasi. Jakarta: CV Mitra Media.
2. Alika, R., Rahman, F., & Santoso, I. (2025). Manajemen Produksi Efisien pada Usaha Mikro Pangan Lokal. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 4(2), 55–68.
3. Amalia, R., Putra, H., & Sari, D. (2023). Peran Industri Pangan dalam Pertumbuhan Ekonomi Daerah. *Jurnal Agroindustri Nusantara*, 7(1), 12–20.
4. Bizhare Contributor. (2023). Pengertian dan Tujuan Studi Kelayakan Bisnis. Retrieved from <https://www.bizhare.id>
5. Cooper, D., & Furst, T. (2023). Agile Manufacturing: Enhancing Flexibility in Small Enterprises. *International Journal of Production Systems*, 18(3), 120–135.
6. Fili, N. (2025). Analisis Risiko dan Keberlanjutan dalam Studi Kelayakan Bisnis. Bandung: Alfabeta.
7. Hilmi, M., Rachman, D., & Lestari, F. (2018). Studi Kelayakan Bisnis dan Pengembangannya di Era Modernisasi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(2), 77–89.
8. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. New York: Wiley.
9. Musawantoro. (2019). Pengembangan UMKM Pangan Lokal melalui Studi Kelayakan Usaha. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 45–52.
10. Pettersson, J., & Simek, L. (2021). Agile Marketing Strategy for SMEs in Digital Era. *Journal of Business Innovation*, 6(1), 34–47.
11. St. Fatmawaty, & Bijaksana, R. (2024). Potensi Industri Makanan Tradisional di Kabupaten Enrekang. *Jurnal Bisnis Lokal Indonesia*, 5(3), 89–101.
12. Tanveer, M., Hasan, S., & Khan, A. (2021). Ethical Marketing and Consumer Trust in Food Industries. *Journal of Marketing Research*, 8(2), 66–80.
13. Tohir, M. (2023). *Bipang Tradisional Sebagai Produk Unggulan Kuliner Nusantara*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
14. Wieland, A., & Durach, C. F. (2021). Engineering Resilience in Supply Chain Management. *International Journal of Logistics Management*, 32(4), 118–132.
15. Wikipedia Indonesia. (2023). Bipang. Retrieved from <https://id.wikipedia.org/wiki/Bipang>
16. Wiyandapost. (2024). Ekonomi Sirkular dan Produksi Berkelanjutan pada UMKM Pangan. *Jurnal Ekonomi Hijau*, 9(1), 23–36.
17. Rizki, R. M., & Ningsih, L. (2022). Klasifikasi Daging Sapi dan Daging Babi Menggunakan Learning Vector Quantization. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 1(1), 1–5.
18. Rizki, R. M. (2022). Pengaruh E-commerce pada Penjualan Makanan Khas Kampar. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 1(1), 6–10.
19. Rizki, R. M., Saputra, L., & Sari, R. M. (2022). Optimasi Pelayanan E-commerce Menggunakan Chatbot. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 1(1), 11–15