UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Kelayakan Pemasaran dan Finansial pada Produk Ragi Tempe (Studi di PT Attempe Healthy Natural)
Sarah Nabiila Amalia, Dr. Atris Suyantohadi, S.T.P., M.T.; Moh. Wahyudin, S.T.P., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ANALISIS KELAYAKAN PEMASARAN DAN FINANSIAL PADA PRODUK RAGI TEMPE (STUDI DI PT ATTEMPE HEALTHY NATURAL)

INTISARI

Oleh:

SARAH NABIILA AMALIA

22/498522/TP/13513

Meningkatnya konsumsi tempe di Indonesia menyebabkan kebutuhan ragi tempe sebagai bahan utama dalam proses fermentasi juga turut meningkat. Kondisi ini membuka peluang pengembangan usaha ragi tempe sehingga diperlukan analisis kelayakan usaha untuk mengetahui prospek dan keberlanjutan usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aspek pemasaran dan aspek finansial pada produk ragi tempe PT Attempe Healthy Natural serta menganalisis sensitivitas terhadap kenaikan biaya bahan baku dan penurunan volume penjualan. Analisis aspek pemasaran dilakukan dengan analisis permintaan, penawaran, harga, *segmenting*, *targeting*, *positioning* (STP) dan *marketing mix*, sedangkan analisis aspek finansial dilakukan melalui perhitungan *cash flow*, *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PP), dan *Break Even Point* (BEP). Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha ragi tempe memiliki prospek yang baik ditinjau dari aspek pemasaran berdasarkan analisis permintaan, penawaran, harga, *Segmenting*, *Targeting*, *Positioning* (STP) dan *marketing mix* yang menunjukkan adanya potensi pasar serta pemasaran yang sesuai dengan karakteristik konsumen yang dituju. Dari aspek finansial, usaha ini menghasilkan *cash flow* positif, nilai NPV sebesar Rp992.972.980, IRR sebesar 113%, PP selama 1,01 tahun, dan BEP tercapai pada setiap tahun produksi. Hasil analisis sensitivitas menunjukkan bahwa usaha masih layak dijalankan hingga terjadi kenaikan biaya bahan baku sebesar 65,72% atau penurunan volume penjualan sebesar 46,74%.

Kata Kunci: kelayakan usaha, finansial, pemasaran, ragi tempe

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Kelayakan Pemasaran dan Finansial pada Produk Ragi Tempe (Studi di PT Attempe Healthy Natural)
Sarah Nabiila Amalia, Dr. Atris Suyantohadi, S.T.P., M.T.; Moh. Wahyudin, S.T.P., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ANALYSIS OF MARKETING AND FINANCIAL FEASIBILITY OF TEMPEH YEAST PRODUCTS (A STUDY AT ATTEMPE HEALTHY NATURAL)

ABSTRACT

By:

SARAH NABIILA AMALIA

22/498522/TP/13513

The increasing consumption of tempeh in Indonesia has led to a growing demand for tempeh yeast as the main ingredient in the fermentation process. This condition creates opportunities for the development of a tempeh yeast business, making a business feasibility analysis necessary to assess its prospects and sustainability. This study aims to analyze the marketing and financial aspects of PT Attempe Healthy Natural's tempeh yeast product and to analyze its sensitivity to increase in raw material costs and decreases in sales volume. The marketing aspect was analyzed using an analysis of demand, supply, price Segmenting, Targeting, Positioning (STP) and marketing mix, while the financial aspect was analyzed through calculations of cash flow, Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Payback Period (PP), and Break Even Point (BEP). The result indicate that the tempeh yeast business has good prospects from a marketing perspective, based on an analysis of demand, supply, pricing, Segmenting, Targeting, Positioning (STP), and a marketing mix, which reveals market potential and marketing strategies aligned with the characteristics of the target consumers. From a financial perspective, the business generates positive cash flow, an NPV of Rp992,972,980, an IRR of 113%, a PP of 1.01 years, and the BEP is achieved in every year of production. The sensitivity analysis shows that the business remains feasible with an increase in raw material costs of up to 65,72% or decrease in sales volume of up to 46,74%.

Keywords: business feasibility, finance, marketing, tempeh yeast