Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (2) 2026, Page: 39728-39733

STUDI OBSERVASI USAHA TAHU DAN TEMPE DI KABUPATEN TEGAL MELALUI KACAMATA EKONOMI MANAJERIAL

M. Elzi Masyaafiq[1], Ayu Tasqiyatunnufus[2], M. Naufal Rafli[3], Erna Sundari[4], Hadi Waluyo[5]

[1,2,3,4,5]Universitas Pancasakti Tegal

Email: ernasundari1902@gmail.com

Published: Juli, 2026

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, termasuk usaha tahu dan tempe sebagai salah satu sektor industri pangan yang banyak berkembang di Kabupaten Tegal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan usaha tahu dan tempe Agung Jaya dalam perspektif ekonomi manajerial, khususnya pada aspek produksi, biaya produksi, distribusi, pemasaran, serta pengambilan keputusan usaha. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan observasi lapangan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara semi-terstruktur dengan pemilik usaha, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha Agung Jaya telah beroperasi sejak tahun 2018, mempekerjakan delapan orang karyawan, serta melakukan produksi setiap hari untuk memenuhi permintaan pasar di Pasar Trayeman, Pasar Banjaran, dan pedagang keliling. Dalam menjalankan usahanya, pemilik menghadapi berbagai kendala, seperti kenaikan harga kedelai, plastik kemasan, dan bahan bakar minyak yang berdampak pada peningkatan biaya produksi dan distribusi. Meskipun demikian, pemilik tetap mempertahankan kualitas produk sebagai strategi untuk menjaga kepercayaan pelanggan dan keberlanjutan usaha. Penelitian juga menemukan bahwa sistem pemasaran masih bersifat konvensional dan pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual, sehingga belum mampu mendukung pengambilan keputusan secara optimal. Oleh karena itu, penerapan digitalisasi pemasaran dan pengelolaan keuangan yang lebih baik menjadi strategi yang dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat daya saing UMKM di tengah dinamika ekonomi.

Kata kunci: ekonomi manajerial, UMKM, tahu dan tempe, biaya produksi, pengambilan keputusan.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, tetapi juga berperan dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu jenis UMKM yang banyak ditemukan di berbagai daerah adalah usaha produksi tahu dan tempe. Sebagai makanan tradisional yang berbahan dasar kedelai, tahu dan tempe memiliki nilai gizi yang tinggi serta menjadi salah satu sumber protein yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia.

Di Kabupaten Tegal, usaha tahu dan tempe menjadi salah satu kegiatan ekonomi yang cukup berkembang karena tingginya permintaan masyarakat terhadap produk tersebut. Salah satu usaha yang bergerak di bidang ini adalah **Agung Jaya**, yang memproduksi dan mendistribusikan tahu serta tempe ke berbagai pasar di Kabupaten Tegal dan Kota Tegal, termasuk Pasar Trayeman. Melalui jaringan pemasaran tersebut, produk yang dihasilkan dapat menjangkau konsumen dari berbagai wilayah.

Dari sudut pandang ekonomi manajerial, usaha tahu dan tempe merupakan contoh usaha yang menarik untuk dikaji karena melibatkan berbagai keputusan ekonomi dalam kegiatan operasionalnya. Pemilik usaha harus mampu mengelola sumber daya yang tersedia, menentukan jumlah produksi yang sesuai dengan permintaan pasar, mengendalikan biaya produksi, serta mengatur strategi distribusi agar usaha dapat berjalan secara efisien dan memperoleh keuntungan yang optimal.

Selain itu, kondisi perekonomian yang terus mengalami perubahan juga memberikan pengaruh terhadap keberlangsungan usaha tahu dan tempe. Kenaikan harga berbagai bahan pendukung produksi, seperti plastik kemasan, bahan bakar, dan biaya transportasi, dapat meningkatkan biaya operasional yang harus ditanggung oleh pelaku usaha. Situasi ini menuntut pemilik usaha untuk mengambil keputusan yang tepat dalam mengelola biaya produksi, menentukan strategi pemasaran, serta menjaga kualitas produk agar tetap mampu bersaing di pasar. Oleh karena itu, kajian ekonomi manajerial menjadi penting untuk memahami bagaimana usaha tahu dan tempe Agung Jaya beradaptasi terhadap perubahan kondisi ekonomi yang terjadi.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk melakukan observasi terhadap usaha tahu dan tempe Agung Jaya di Kabupaten Tegal melalui pendekatan ekonomi manajerial. Melalui observasi ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran mengenai penerapan prinsip-prinsip ekonomi manajerial dalam pengelolaan usaha, khususnya dalam aspek produksi, distribusi, dan pengambilan keputusan bisnis yang mendukung keberlangsungan usaha.

TINJAUAN PUSTAKA

Ekonomi Manajerial

Ekonomi manajerial merupakan penerapan teori ekonomi dan metode analisis dalam proses pengambilan keputusan bisnis. Menurut **Salvatore (2019, hlm. 5)**, ekonomi manajerial adalah penerapan teori ekonomi dan alat-alat analisis untuk memecahkan berbagai masalah yang dihadapi perusahaan dalam mencapai tujuan usahanya. Dalam penelitian ini, ekonomi manajerial digunakan untuk menganalisis pengelolaan usaha tahu dan tempe Agung Jaya, terutama dalam aspek produksi, biaya, dan distribusi.

Dalam menjalankan usaha, pemilik harus mampu menentukan strategi yang tepat terkait produksi, pemasaran, serta pengelolaan biaya. Penerapan ekonomi manajerial pada usaha tahu dan tempe Agung Jaya dapat dilihat dari bagaimana pemilik usaha mengatur kegiatan produksi dan distribusi agar produk dapat memenuhi permintaan pasar di Kabupaten Tegal dan Kota Tegal. Selain itu, pemilik usaha juga harus mampu menyesuaikan diri dengan perubahan kondisi ekonomi yang dapat memengaruhi kegiatan usahanya.

Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan dalam proses menghasilkan suatu produk. Menurut **Mulyadi (2015, hlm. 14)**, biaya produksi adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang untuk menghasilkan barang atau jasa.

Dalam usaha tahu dan tempe, biaya produksi mencakup bahan baku utama berupa kedelai, biaya tenaga kerja, bahan bakar, listrik, air, serta bahan pendukung seperti plastik kemasan. Kenaikan harga bahan-bahan tersebut dapat meningkatkan biaya produksi yang harus ditanggung oleh pelaku usaha. Oleh karena itu, pemilik usaha perlu melakukan pengelolaan biaya secara efisien agar usaha tetap dapat berjalan dan memperoleh keuntungan yang sesuai.

UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif yang memiliki peran penting dalam perekonomian. Menurut **Tambunan (2012, hlm. 11)**, UMKM merupakan sektor usaha yang mampu menyerap tenaga kerja dan memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi. Usaha tahu dan tempe Agung Jaya termasuk dalam kategori UMKM yang berperan dalam memenuhi kebutuhan pangan masyarakat.

Usaha tahu dan tempe Agung Jaya merupakan salah satu bentuk UMKM yang bergerak di bidang produksi pangan. Meskipun dijalankan dalam skala yang relatif kecil, usaha ini mampu memenuhi kebutuhan konsumen di berbagai pasar di wilayah Kabupaten Tegal dan Kota Tegal. Hal

tersebut menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran yang penting dalam mendukung perekonomian daerah dan memenuhi kebutuhan masyarakat.

Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan merupakan bagian penting dalam ekonomi manajerial. Menurut **Pindyck dan Rubinfeld (2018, hlm. 8)**, setiap keputusan ekonomi harus mempertimbangkan biaya, manfaat, dan kondisi pasar yang dihadapi. Dalam usaha tahu dan tempe Agung Jaya, pengambilan keputusan diperlukan untuk menentukan jumlah produksi, mengelola biaya, dan menghadapi perubahan kondisi ekonomi seperti kenaikan harga bahan pendukung produksi.

Dalam usaha tahu dan tempe, pengambilan keputusan sangat diperlukan dalam menentukan jumlah produksi, pengelolaan biaya, dan strategi pemasaran. Pemilik usaha harus mampu menyesuaikan keputusan yang diambil dengan kondisi pasar dan perubahan ekonomi yang terjadi. Misalnya, ketika terjadi kenaikan harga plastik kemasan atau bahan pendukung lainnya, pemilik usaha perlu mempertimbangkan langkah yang tepat agar biaya produksi tetap terkendali tanpa mengurangi kualitas produk yang dihasilkan. Dengan demikian, usaha dapat terus beroperasi dan memenuhi kebutuhan konsumen secara berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode **deskriptif kualitatif** dengan pendekatan observasi lapangan. Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan dan menganalisis kondisi usaha tahu dan tempe Agung Jaya di Kabupaten Tegal berdasarkan fakta yang ditemukan di lapangan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana penerapan konsep ekonomi manajerial dalam kegiatan produksi, pengelolaan biaya, distribusi, dan pengambilan keputusan usaha.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada usaha tahu dan tempe **Agung Jaya** yang berlokasi di Kabupaten Tegal. Pengumpulan data dilakukan pada saat kegiatan observasi dan wawancara langsung dengan pemilik usaha.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung kegiatan usaha tahu dan tempe Agung Jaya. Pengamatan meliputi proses produksi, penggunaan tenaga kerja, pengemasan, serta pendistribusian produk ke pasar-pasar di Kabupaten Tegal dan Kota Tegal. Melalui observasi, peneliti memperoleh gambaran nyata mengenai aktivitas usaha yang dijalankan.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan secara langsung dengan pemilik usaha untuk memperoleh informasi mengenai proses produksi, biaya yang dikeluarkan, sistem distribusi, kondisi usaha, serta kendala yang dihadapi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur sehingga peneliti dapat menggali informasi yang lebih mendalam sesuai kebutuhan penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan foto kegiatan usaha, catatan hasil wawancara, dan data lain yang mendukung penelitian. Dokumentasi digunakan sebagai bukti dan pelengkap data yang diperoleh dari observasi dan wawancara.

Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi kemudian dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif. Analisis dilakukan dengan cara mengumpulkan data, mengelompokkan informasi berdasarkan tema penelitian, menginterpretasikan hasil temuan, dan menarik kesimpulan yang berkaitan dengan penerapan ekonomi manajerial pada usaha tahu dan tempe Agung Jaya. Hasil analisis kemudian disajikan dalam bentuk uraian yang sistematis dan mudah dipahami.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Gambaran Usaha

Berdasarkan hasil observasi lapangan, diketahui bahwa usaha tahu dan tempe **Agung Jaya** merupakan salah satu UMKM yang bergerak pada sektor pengolahan pangan di Kabupaten Tegal. Usaha ini telah beroperasi sejak tahun **2018** dan secara konsisten memproduksi tahu dan tempe setiap hari untuk memenuhi permintaan konsumen. Dalam menjalankan aktivitas produksinya, usaha Agung Jaya didukung oleh **8 orang tenaga kerja** yang memiliki tugas masing-masing mulai dari proses pengolahan kedelai, pencetakan, pengemasan, hingga distribusi produk.

Produk yang dihasilkan dipasarkan ke beberapa pasar tradisional, seperti **Pasar Trayeman**, **Pasar Banjaran**, serta didistribusikan kepada pedagang keliling. Pola distribusi tersebut menunjukkan bahwa usaha masih mengandalkan pemasaran secara langsung melalui jaringan pasar tradisional yang telah terbentuk sehingga memiliki pelanggan yang relatif tetap.

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa pemilik usaha belum memanfaatkan media sosial maupun platform digital sebagai sarana promosi dan pemasaran. Penjualan masih dilakukan secara konvensional melalui pelanggan tetap dan pedagang yang datang langsung ke lokasi usaha. Selain itu, sistem pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual sehingga proses pengendalian biaya, pencatatan pemasukan, dan evaluasi keuntungan belum dilakukan secara optimal.

Dalam menjalankan usahanya, Agung Jaya menghadapi beberapa kendala, di antaranya kenaikan harga kedelai sebagai bahan baku utama, meningkatnya harga plastik kemasan, serta kenaikan biaya bahan bakar minyak (BBM) yang berdampak pada biaya distribusi. Meskipun demikian, pemilik usaha tetap berupaya mempertahankan kualitas produk sebagai strategi untuk menjaga kepercayaan pelanggan dan mempertahankan daya saing di tengah kondisi ekonomi yang tidak stabil.

Pembahasan

Analisis Produksi dalam Perspektif Ekonomi Manajerial

Dari perspektif ekonomi manajerial, keputusan untuk melakukan produksi setiap hari menunjukkan bahwa pemilik usaha berupaya menyesuaikan kapasitas produksi dengan tingkat permintaan pasar. Produk tahu dan tempe merupakan barang yang memiliki masa simpan relatif singkat sehingga kontinuitas produksi menjadi faktor penting dalam menjaga ketersediaan produk dan memenuhi kebutuhan konsumen. Keputusan tersebut mencerminkan penerapan prinsip efisiensi operasional agar tidak terjadi kekurangan maupun kelebihan produksi yang dapat menimbulkan kerugian.

Keberadaan delapan tenaga kerja juga menunjukkan bahwa pemilik telah melakukan pembagian pekerjaan sesuai tahapan produksi. Pembagian kerja tersebut dapat meningkatkan produktivitas, mempercepat proses produksi, serta menjaga kualitas produk yang dihasilkan.

Analisis Biaya Produksi

Hasil observasi menunjukkan bahwa tantangan utama yang dihadapi usaha Agung Jaya adalah meningkatnya biaya produksi akibat kenaikan harga kedelai, plastik kemasan, dan BBM. Dalam ekonomi manajerial, kondisi tersebut termasuk perubahan biaya variabel yang secara langsung memengaruhi total biaya produksi.

Kenaikan harga kedelai menyebabkan biaya produksi meningkat karena kedelai merupakan bahan baku utama. Selain itu, kenaikan harga plastik kemasan menambah biaya pengemasan, sedangkan kenaikan BBM meningkatkan biaya distribusi ke pasar-pasar tujuan. Apabila kondisi tersebut tidak diantisipasi melalui pengelolaan biaya yang baik, keuntungan usaha akan mengalami penurunan.

Meskipun menghadapi peningkatan biaya produksi, pemilik usaha memilih untuk tetap mempertahankan kualitas produk. Keputusan ini menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan lebih berorientasi pada keberlanjutan usaha dibandingkan memperoleh keuntungan jangka pendek. Dengan menjaga kualitas, pemilik berharap loyalitas pelanggan tetap terpelihara sehingga permintaan produk dapat dipertahankan.

Analisis Sistem Pemasaran

Sistem pemasaran usaha Agung Jaya masih didominasi oleh pemasaran konvensional melalui pasar tradisional dan pedagang keliling. Strategi tersebut memiliki kelebihan karena telah membangun hubungan yang baik dengan pelanggan tetap serta memiliki pasar yang relatif stabil.

Namun demikian, belum dimanfaatkannya media sosial maupun platform digital menunjukkan bahwa usaha belum mampu memanfaatkan peluang pemasaran yang lebih luas. Dari perspektif ekonomi manajerial, kondisi ini menyebabkan potensi peningkatan permintaan belum dapat dimaksimalkan. Digitalisasi pemasaran melalui media sosial, aplikasi pesan instan, maupun marketplace dapat menjadi alternatif strategi untuk memperluas jangkauan konsumen tanpa membutuhkan biaya promosi yang terlalu besar.

Analisis Pengelolaan Keuangan

Hasil observasi menunjukkan bahwa pencatatan keuangan pada usaha Agung Jaya masih dilakukan secara manual. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan kesulitan dalam mengevaluasi biaya produksi, menghitung laba bersih, maupun merencanakan pengembangan usaha.

Dalam ekonomi manajerial, informasi keuangan merupakan dasar utama dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, penggunaan sistem pembukuan yang lebih terstruktur atau aplikasi pembukuan digital akan membantu pemilik usaha memperoleh informasi yang lebih akurat mengenai kondisi keuangan usaha sehingga keputusan yang diambil menjadi lebih efektif.

Analisis Pengambilan Keputusan

Keputusan pemilik usaha untuk tetap mempertahankan kualitas produk di tengah meningkatnya biaya produksi merupakan bentuk pengambilan keputusan strategis. Langkah tersebut menunjukkan bahwa pemilik mempertimbangkan manfaat jangka panjang berupa kepuasan dan loyalitas pelanggan dibandingkan sekadar menekan biaya dengan menurunkan kualitas produk.

Dalam perspektif ekonomi manajerial, keputusan tersebut termasuk keputusan rasional yang mempertimbangkan biaya, manfaat, serta kondisi persaingan pasar. Dengan menjaga kualitas produk, usaha memiliki peluang yang lebih besar untuk mempertahankan pelanggan meskipun terjadi fluktuasi harga bahan baku.

Secara keseluruhan, hasil observasi menunjukkan bahwa usaha Agung Jaya telah menerapkan beberapa prinsip ekonomi manajerial, khususnya dalam pengelolaan produksi dan pengambilan keputusan. Namun, masih terdapat peluang pengembangan pada aspek digitalisasi pemasaran dan pengelolaan keuangan agar usaha menjadi lebih efisien, adaptif, dan memiliki daya saing yang lebih tinggi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi, usaha tahu dan tempe Agung Jaya merupakan UMKM yang telah beroperasi sejak tahun 2018 dan mampu mempertahankan kegiatan produksi setiap hari dengan dukungan delapan orang tenaga kerja. Sistem distribusi telah berjalan dengan baik melalui pemasaran ke Pasar Trayeman, Pasar Banjaran, dan pedagang keliling sehingga produk dapat menjangkau konsumen secara berkelanjutan.

Dari perspektif ekonomi manajerial, usaha Agung Jaya telah menerapkan prinsip pengambilan keputusan dalam mengelola produksi dan mempertahankan kualitas produk meskipun menghadapi kenaikan harga kedelai, plastik kemasan, dan BBM. Keputusan tersebut menunjukkan orientasi usaha pada keberlanjutan dan kepuasan pelanggan.

Namun demikian, penelitian juga menemukan beberapa aspek yang masih perlu ditingkatkan, yaitu belum optimalnya pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran serta masih digunakannya sistem pembukuan manual. Kedua aspek tersebut berpotensi menghambat pengembangan usaha apabila tidak segera diperbaiki. Oleh karena itu, penerapan digitalisasi pemasaran dan sistem pencatatan keuangan yang lebih baik dapat menjadi strategi untuk meningkatkan efisiensi, memperluas pasar, dan memperkuat daya saing usaha.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar pemilik usaha Agung Jaya mulai memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, maupun WhatsApp Business sebagai sarana promosi

sehingga jangkauan pemasaran menjadi lebih luas. Selain itu, penggunaan aplikasi pembukuan digital juga perlu dipertimbangkan agar pencatatan transaksi, pengelolaan biaya, dan evaluasi keuntungan dapat dilakukan secara lebih akurat.

Pemerintah daerah maupun lembaga pendamping UMKM diharapkan dapat memberikan pelatihan mengenai digitalisasi pemasaran, pengelolaan keuangan, serta strategi pengembangan usaha sehingga UMKM mampu meningkatkan daya saing di tengah dinamika ekonomi. Penelitian selanjutnya juga disarankan menggunakan data kuantitatif, seperti biaya produksi, volume penjualan, dan tingkat keuntungan, sehingga analisis ekonomi manajerial dapat dilakukan secara lebih komprehensif.

REFERENCES

Mulyadi. 2015. *Akuntansi Biaya*. Edisi 5. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Pindyck, Robert S., dan Daniel L. Rubinfeld. 2018. *Microeconomics*. Edisi ke-9. New York: Pearson Education.

Salvatore, Dominick. 2019. *Managerial Economics: Principles and Worldwide Applications*. New York: Oxford University Press.

Tambunan, Tulus T.H. 2012. *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.

Bank Indonesia. (2022). *Pengembangan UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Ekonomi*. *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*.

Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Strategi Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan pada UMKM di Indonesia*. *Jurnal OJK*.

Hadiyati, E. (2014). Marketing and government role on MSMEs development. *The International Journal of Business and Management*, *2*(9), 210–215.

Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, *1*(1), 1–17.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-2). Alfabeta.

Sukirno, S. (2019). *Mikroekonomi: Teori Pengantar* (Edisi ke-3). RajaGrafindo Persada.

Tambunan, T. T. H. (2012). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. LP3ES.