
Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Es Ameng di Kecamatan Bengkalis

Suci Fitria^{1*}, Cahyati¹, Muhammad Ibnu Fajar¹, Puji Afriyeni¹

¹Program Studi Akuntansi Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Datuk Laksemama Bengkalis, Indonesia
*sucifitria069@gmail.com**

Article History:

Received : 09-06-2025

Accepted : 17-06-2025

Keywords: *Studi Kelayakan Bisnis; Aspek-Aspek Studi Kelayakan Bisnis*

Abstract: *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis pada usaha Es Ameng yang telah beroperasi sejak tahun 1965 di Kecamatan Bengkalis. Usaha ini dikenal sebagai salah satu ikon kuliner lokal yang mampu bertahan di tengah persaingan industri minuman segar yang sangat ketat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis dilakukan pada berbagai aspek, meliputi aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasi, aspek sumber daya manusia, serta aspek lingkungan industri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha Es Ameng layak untuk dijalankan dan dikembangkan karena memenuhi kriteria kelayakan dari berbagai aspek yang dianalisis. Selain itu, posisi Es Ameng yang dikenal sebagai kuliner legendaris di Bengkalis dapat memperkuat citra usaha sebagai bagian dari warisan kuliner lokal sekaligus meningkatkan loyalitas pelanggan dan daya saing di pasar lokal. Studi ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para pelaku usaha dalam mengembangkan dan mempertahankan bisnis di tengah persaingan pasar yang ketat.*

PENDAHULUAN

Di tengah iklim tropis yang panas di Bengkalis, minuman segar menjadi pilihan utama masyarakat untuk menghilangkan dahaga. Salah satu minuman yang telah menjadi bagian dari budaya dan identitas kuliner Bengkalis adalah Es Ameng. Minuman legendaris ini telah hadir sejak tahun 1965 dan dikenal luas oleh masyarakat setempat maupun pendatang. Es Ameng merupakan perpaduan sederhana antara kacang merah, cincau, es serut, dan sirup racikan khusus yang diwariskan secara turun-temurun.

Usaha Es Ameng bermula dari inisiatif Acek (paman) Ameng, yang awalnya berjualan sotong panggang. Permintaan pelanggan akan minuman segar sebagai pelengkap makanan pedas mendorong Ameng untuk mulai menjual es manis. Tidak berhenti di situ, Ameng terus berinovasi dengan menambahkan berbagai topping seperti nenas dan tapai, meski awalnya kurang diminati. Berkat kegigihan dan semangat pantang menyerah, Ameng akhirnya menemukan resep yang diterima luas oleh masyarakat. Ia juga mendapat bantuan ilmu dari tetangganya yang berasal dari Hailam, yang turut berperan dalam terciptanya racikan Es Ameng yang terkenal hingga kini.

Keunikan dan konsistensi rasa Es Ameng telah membuatnya bertahan lebih dari lima dekade, bahkan menjadi destinasi kuliner bagi masyarakat luar kota yang rela datang jauh-jauh demi menikmatinya. Kini, usaha ini telah diwariskan ke generasi kedua dan tetap mempertahankan kualitas serta cita rasa khasnya. Fenomena keberhasilan Es Ameng menarik untuk diteliti karena menunjukkan bagaimana inovasi, ketekunan, dan adaptasi terhadap selera pelanggan dapat menjadikan sebuah usaha kuliner bertahan lama dan menjadi ikon daerah.

Penelitian ini diangkat karena Es Ameng tidak hanya sekadar minuman, tetapi juga telah menjadi bagian dari sejarah dan budaya masyarakat Bengkalis. Memahami faktor-faktor keberhasilan Es Ameng dapat memberikan inspirasi dan pelajaran berharga bagi pelaku UMKM, khususnya di bidang kuliner, dalam menghadapi tantangan dan persaingan usaha yang semakin ketat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasi, aspek sumber daya manusia, serta aspek lingkungan industri pada usaha Es Ameng di Kecamatan Bengkalis.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai lokasi usaha dan kelayakan usaha ditinjau dari berbagai aspek-aspek tertentu. Peneliti memilih jenis penelitian deskriptif karena data yang disajikan lebih akurat, bentuknya yang sederhana dan teknisnya mudah dipahami.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, seperti hasil wawancara dengan pemilik usaha, observasi kegiatan usaha, serta survei langsung ke pelanggan, sehingga data ini asli dan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini berasal dari artikel yang membahas usaha Es Ameng, yang berisi informasi dan data yang telah diolah sebelumnya oleh penulis artikel tersebut. Data ini digunakan untuk melengkapi dan memperkuat data primer yang diperoleh langsung dari pelaku usaha, sehingga memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai kondisi dan perkembangan usaha Es Ameng.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Usaha Es Ameng

1. Alasan Dibangunnya Usaha

Usaha Es Ameng didirikan pada tahun 1965 oleh Acek (paman) Ameng di sebuah pondok kecil sebelum pasar “Suka Ramai” ada di Bengkalis. Awalnya, Ameng bukanlah penjual es, melainkan menjual sotong panggang. Karena rasa sotong panggang yang pedas, pelanggan meminta Ameng untuk menyediakan minuman es sebagai pelengkap agar lebih segar dan menghilangkan dahaga. Awalnya Ameng hanya menjual es manis biasa, namun berkat banyak kritik dan masukan dari pelanggan, Ameng berusaha melakukan inovasi dengan menambahkan berbagai topping seperti nenas dan tapai. Meskipun pada awalnya inovasi ini kurang diterima dan topping sering terbuang sia-sia, Ameng tidak menyerah dan terus menggali racikan minuman yang akhirnya menghasilkan Es Ameng yang sederhana namun enak, dengan perpaduan kacang merah, cincau, es serut, dan sirup khusus racikan Ameng. Semangat pantang menyerah dan kreativitas Ameng dalam mempertahankan kualitas dan rasa menjadi alasan utama berdirinya usaha ini.

2. Kondisi Industri

Industri minuman segar di Bengkalis berkembang seiring dengan kebutuhan masyarakat akan minuman yang menyegarkan di iklim tropis. Es serut dengan berbagai topping menjadi salah satu minuman favorit masyarakat. Persaingan di industri ini cukup ketat, namun Es Ameng mampu bertahan dan bahkan menjadi ikon kuliner legendaris di Bengkalis selama lebih dari 50 tahun. Keberhasilan Es Ameng menunjukkan pentingnya inovasi produk, pengendalian kualitas, dan pelayanan yang konsisten untuk memenangkan hati pelanggan. Usaha ini juga mendapat dukungan dari budaya lokal yang menjadikan Es Ameng sebagai bagian dari tradisi kuliner masyarakat Bengkalis, bahkan menarik pelanggan dari luar kota yang rela datang jauh-jauh demi menikmati minuman ini.

Tabel 1. Profil Usaha

Nama Usaha	Es Ameng
Tahun Berdiri	1965
Pendiri	Ameng
Lokasi	Jl. Sri Pulau, Bengkalis Kota, Kec. Bengkalis, Kabupaten Bengkalis, Riau 28711.
Jenis Usaha	Minuman Es Serut
Produk	Es Ameng
Harga	Rp 10.000/gelas

Aspek Pasar dan Pemasaran

1. Permintaan Pasar

Es Ameng merupakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang telah berdiri sejak 60 tahun lalu. Hal ini menjadikan Es Ameng sebagai salah satu kuliner legendaris yang menjadi bagian dari budaya di Bengkalis. Sejak berdiri hingga kini yang dikelola oleh generasi kedua, Es Ameng selalu mempertahankan keunikan cita rasa dan kualitas yang sama, sehingga tetap diminati oleh berbagai kalangan,

mulai dari anak muda hingga orang tua. Tidak sedikit pula orang dari luar kota yang rela datang ke Bengkalis hanya untuk menikmati Es Ameng. Warga lokal pun kerap menikmati es ini, baik untuk menghilangkan dahaga di cuaca Bengkalis yang panas, atau sekadar karena penasaran ingin mencicipi es legendaris ini, maupun karena telah menjadi pelanggan setia Es Ameng.

2. Pesaing

Es Ameng telah mencapai generasi kedua dalam pengelolaannya, yang berarti usaha ini bukanlah bisnis yang baru berjalan satu atau dua tahun, melainkan sudah berdiri puluhan tahun. Hal ini membuat Es Ameng memiliki tempat yang spesial di hati para penggemarnya. Di Bengkalis sendiri, minuman dengan kombinasi es serut, cincau, kacang merah, dan sirup merah khas sangat jarang ditemukan. Hal ini menjadikan tingkat persaingan bagi Es Ameng relatif minim. Meskipun banyak pedagang yang menjual minuman es serut, tidak ada yang benar-benar menggunakan bahan dan menghasilkan cita rasa unik seperti Es Ameng. Keunikan ini sulit ditiru karena telah menjadi ciri khas tersendiri. Didirikan sejak tahun 1965, Es Ameng telah memiliki banyak pelanggan setia yang turut memperkuat posisinya di pasar, sehingga membuatnya sulit disaingi oleh usaha sejenis.

3. Pangsa Pasar

Pangsa pasar Es Ameng di Bengkalis tergolong kuat dalam kategori minuman tradisional lokal. Sejak berdiri pada tahun 1965, Es Ameng telah menjadi pilihan utama masyarakat Bengkalis yang ingin menikmati minuman segar dengan cita rasa khas. Konsumennya berasal dari berbagai kalangan, mulai dari remaja hingga orang tua, yang tidak hanya menyukai rasa unik sirup merahnya, tetapi juga terikat dengan nilai nostalgia yang ditawarkan. Tidak sedikit pula pengunjung dari luar kota yang sengaja datang hanya untuk mencicipi Es Ameng karena popularitasnya yang tersebar dari mulut ke mulut dan media sosial. Meskipun belum merambah pasar nasional, Es Ameng memegang dominasi yang cukup besar di pasar lokal karena minimnya pesaing dengan produk serupa. Hal ini menjadikannya sebagai salah satu pelaku usaha dengan ceruk pasar yang kuat. Bila dikemas dengan pendekatan modern dan strategi pemasaran digital, Es Ameng sebenarnya memiliki peluang besar untuk memperluas pangsa pasarnya ke tingkat regional atau bahkan nasional, mengingat tren masyarakat saat ini yang semakin menghargai produk lokal yang otentik dan bersejarah.

4. Strategi dan Bauran Pemasaran

Strategi pemasaran Es Ameng fokus pada pemanfaatan keunikan produk dan nilai historisnya sebagai daya tarik utama. Produk ini sudah memiliki reputasi kuat dan loyalitas pelanggan yang tinggi, sehingga strategi yang dijalankan berusaha memperkuat hubungan emosional dengan konsumen serta meningkatkan visibilitas produk, terutama di kalangan generasi muda.

Dalam hal bauran pemasaran (marketing mix), Es Ameng menerapkan beberapa elemen kunci. Pertama, produk Es Ameng memiliki keunikan dari segi rasa dan bahan tradisional yang sulit ditiru oleh pesaing, menjaga keaslian resep sebagai nilai jual utama. Kedua, untuk harga, Es Ameng cenderung menetapkan harga yang terjangkau dan kompetitif yaitu hanya menjual 10.000 pergelasnya itu

sesuai daya beli masyarakat lokal, sehingga tetap menarik bagi semua kalangan. Ketiga, dari segi tempat (place), Es Ameng hadir di lokasi strategis yaitu Pasar Sukaramai yang ramai, memudahkan akses bagi pelanggan dan meningkatkan eksposur produk. Keempat, untuk promosi, meskipun selama ini lebih mengandalkan word of mouth dan reputasi, Es Ameng mulai memanfaatkan media sosial serta kolaborasi dengan influencer lokal untuk memperluas jangkauan pemasaran.

Selain itu, untuk meningkatkan daya tarik, Es Ameng dapat mengembangkan produk dalam kemasan takeaway atau bahkan menjual sirup khas dalam kemasan, sehingga pelanggan bisa menikmati Es Ameng di rumah. Strategi ini juga membuka peluang distribusi yang lebih luas. Dengan menggabungkan kekuatan tradisional dan sentuhan inovasi dalam bauran pemasaran, Es Ameng dapat terus mempertahankan pangsa pasarnya sekaligus meraih konsumen baru, menjaga kelangsungan bisnis dan relevansi di era digital.

Aspek Teknis dan Operasi

1. Lokasi Produksi

Lokasi produksi adalah tempat dimana usaha tersebut memproduksi serta menjual produk yang dihasilkannya. Es ameng berlokasi di Jl. Sri Pulau, Bengkalis Kota, Kec. Bengkalis, Kabupaten Bengkalis, Riau 28711.

2. Bahan Baku, Bahan Tambahan, dan Bahan Penolong

Dalam proses produksi Es Ameng, bahan-bahan yang digunakan dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama, yaitu bahan baku, bahan tambahan, dan bahan penolong. Bahan baku merupakan komponen utama yang membentuk karakteristik produk akhir. Dalam hal ini, bahan baku Es Ameng terdiri dari es serut, cincau hitam, kacang merah rebus, serta sirup merah khas yang menjadi ciri utama dari minuman ini. Sirup tersebut umumnya memiliki rasa manis yang kuat dan warna merah mencolok, yang kemungkinan berasal dari frambozen atau racikan khusus berbasis gula merah. Beberapa varian Es Ameng juga menambahkan susu kental manis sebagai pelengkap rasa. Selanjutnya, bahan tambahan berfungsi untuk meningkatkan cita rasa, warna, dan daya tarik visual dari produk. Dalam Es Ameng, bahan tambahan yang umum digunakan antara lain adalah sirup berperisa sebagai penambah rasa manis dan warna yang menggugah selera. Selain itu, susu kental manis juga tergolong sebagai bahan tambahan jika tidak dijadikan bagian utama resep.

Adapun bahan penolong merupakan bahan atau alat yang tidak secara langsung menjadi bagian dari produk akhir, tetapi berperan penting dalam proses pembuatan. Dalam pembuatan Es Ameng, air matang digunakan untuk merebus kacang merah dan melarutkan sirup. Selain itu, sedikit garam sering ditambahkan saat merebus kacang merah untuk menyeimbangkan rasa. Peralatan seperti kompor, panci, alat serut es (baik manual maupun elektrik), serta wadah penyajian berupa gelas kaca juga termasuk dalam kategori bahan penolong.

3. Teknologi yang Digunakan

Teknologi yang digunakan dalam produksi Es Ameng tergolong sebagai teknologi pangan tradisional sederhana. Meskipun bersifat manual dan tidak

melibatkan mesin-mesin industri berskala besar, teknologi ini tetap efektif dalam menghasilkan produk minuman yang konsisten dari segi rasa dan kualitas. Proses utama yang menggunakan teknologi sederhana adalah pembuatan es serut. Dalam hal ini, alat serut es menjadi perangkat utama. Alat ini bisa berupa serutan manual berbahan logam yang digerakkan secara tangan, atau mesin serut listrik berskala kecil yang mampu mempercepat proses dan menghasilkan es serut dengan tekstur lebih halus. Pemilihan alat serut bergantung pada skala produksi dan kebutuhan harian. Teknologi lain yang digunakan adalah pada tahap perebusan bahan-bahan seperti kacang merah. Proses ini menggunakan kompor gas atau kompor tradisional berbahan bakar lain, serta panci berukuran sedang hingga besar. Rebusan dilakukan untuk mendapatkan tekstur kacang merah yang empuk dan rasa yang optimal. Dalam proses ini, pengaturan waktu dan suhu menjadi aspek penting meskipun dilakukan secara manual, karena akan memengaruhi hasil akhir dari bahan tersebut. Selain itu, teknologi sederhana juga diterapkan dalam pembuatan sirup. Sirup khas Es Ameng biasanya dibuat dengan merebus campuran gula, air, dan bahan perisa atau pewarna tertentu. Proses ini juga menggunakan kompor dan panci, dengan teknik yang diwariskan secara turun-temurun untuk menjaga cita rasa khas yang autentik.

Dalam hal penyimpanan dan penyajian, teknologi pendingin seperti freezer atau kulkas digunakan untuk menjaga es batu tetap dalam kondisi optimal sebelum diserut. Wadah penyajian dan peralatan bantu lainnya seperti sendok takar dan alat tuang sirup turut mendukung proses produksi secara keseluruhan. Dengan demikian, teknologi yang digunakan dalam pembuatan Es Ameng tergolong sederhana namun efektif, mengandalkan peralatan manual dan semi-manual dengan keterampilan yang telah terasah dari pengalaman bertahun-tahun. Teknologi ini juga mencerminkan kearifan lokal dalam mempertahankan cita rasa tradisional yang khas.

4. Tahapan Dalam Proses Produksi

Proses produksi Es Ameng dapat dijelaskan melalui beberapa tahapan utama yang mencerminkan alur kerja dari persiapan bahan hingga penyajian. Meskipun bersifat tradisional, proses ini dilakukan secara sistematis untuk menjaga kualitas dan konsistensi rasa. Tahapan pertama dimulai dari persiapan bahan baku. Kacang merah direndam terlebih dahulu selama beberapa jam, kemudian direbus hingga empuk. Proses perebusan ini dapat memakan waktu cukup lama, tergantung pada jenis kacang dan tingkat kekerasannya. Sementara itu, cincau hitam dipotong kecil-kecil atau dadu agar mudah dicampurkan ke dalam minuman. Sirup merah khas, yang menjadi ciri utama Es Ameng, dibuat dari campuran gula, air, dan bahan perisa atau pewarna tertentu yang dimasak hingga mengental. Beberapa varian juga menambahkan susu kental manis sebagai bagian dari bahan manis tambahan. Tahapan kedua adalah penyimpanan dan pendinginan. Setelah matang, kacang merah dan cincau disimpan dalam wadah tertutup agar tetap higienis. Es batu disimpan di dalam freezer hingga waktu penyajian. Sirup juga disimpan dalam botol atau wadah khusus agar mudah dituangkan. Tahapan ketiga adalah penyajian atau perakitan produk. Saat ada pesanan, es batu diserut menggunakan

alat serut manual atau mesin serut listrik hingga menjadi serpihan halus. Es serut tersebut kemudian dimasukkan ke dalam gelas atau mangkuk plastik. Di atasnya ditambahkan cincau dan kacang merah sesuai takaran. Setelah itu, dituangkan sirup merah hingga menyatu dengan es serut dan menimbulkan warna serta aroma khas. Jika digunakan, susu kental manis akan ditambahkan di bagian atas sebagai sentuhan akhir. Proses ini dilakukan secara cepat dan efisien, terutama karena Es Ameng merupakan produk minuman yang disajikan langsung (*made to order*). Kebersihan dan keterampilan tangan dalam menyusun bahan berperan penting dalam menghasilkan sajian yang menarik dan menggugah selera. Dengan demikian, proses produksi Es Ameng menggabungkan keterampilan tradisional, peralatan sederhana, serta racikan bahan yang khas, menjadikannya salah satu minuman legendaris yang terus diminati dari generasi ke generasi.

Aspek Sumber Daya Manusia

1. Kualitas dan Kompetensi SDM

Sebagai pendiri usaha, Ameng memiliki kompetensi tinggi dalam berinovasi dan beradaptasi. Awalnya, Ameng bukan seorang penjual es serut, melainkan penjual sotong panggang. Namun, ia mampu menanggapi permintaan pelanggan dengan mencoba berjualan es, bahkan berinovasi dengan berbagai topping. Meskipun inovasi awalnya kurang diterima di lidah pelanggan, ia tetap belajar dan memperbaiki resep hingga akhirnya menemukan racikan yang disukai oleh masyarakat.

Ameng juga pernah belajar dari tetangga yang berasal dari Hailam, menunjukkan keterbukaan untuk menambah pengetahuan dan keterampilan dari lingkungan sekitar.

2. Kreativitas dan Ketahanan SDM

Kreativitas Ameng terlihat dari upayanya dalam menciptakan racikan dan topping yang pas, meskipun sempat gagal berkali-kali. Ketahanan mental dan kegigihan menjadi nilai utamanya karena Ameng tidak mudah menyerah meski menghadapi kritik dan penolakan dari pelanggan.

3. Pengelolaan dan Regenerasi SDM

Usaha Es Ameng telah berjalan lebih dari 50 tahun dan sekarang dilanjutkan oleh generasi kedua, yaitu anak laki-laki Ameng. Ini menunjukkan adanya proses regenerasi SDM yang baik, dimana pengetahuan, keterampilan, dan nilai-nilai usaha diwariskan ke generasi kedua. Hal ini penting untuk menjaga keberlangsungan dan kualitas usaha.

4. Pengendalian Kualitas oleh SDM

Ameng dikenal sangat menjaga kualitas produknya. Ia secara konsisten mengontrol rasa dan kualitas es yang dijual, sehingga mampu mempertahankan pelanggan setia selama puluhan tahun. Kontrol kualitas ini menjadi kunci utama dalam membangun reputasi dan kepercayaan pelanggan.

5. Budaya Kerja dan Nilai-nilai SDM

Nilai-nilai seperti semangat, kegigihan serta keterbukaan sangat menonjol dalam usaha Es Ameng. Budaya kerja ini menjadi fondasi kuat yang membuat usaha bertahan dan berkembang hingga saat ini.

Aspek Lingkungan Industri

1. Ancaman Pendetang Baru

Ancaman dari pendatang baru dalam bisnis es serut sebenarnya cukup besar karena modal dan cara membuatnya tidak terlalu sulit, sehingga siapa saja bisa mencoba membuka usaha serupa. Namun, Es Ameng memiliki keunggulan kompetitif yang kuat yang membuatnya sulit ditandingi oleh pendatang baru. Keunggulan ini antara lain berasal dari *branding* yang sudah sangat kuat di masyarakat Bengkalis. Nama “Es Ameng” sendiri sudah melekat erat sebagai ikon minuman es serut yang legendaris dan menjadi bagian dari budaya lokal. Banyak orang mengenal dan menyebut minuman ini berdasarkan nama pemiliknya, yaitu Ameng, yang sudah menjalankan usaha ini sejak tahun 1965.

Selain itu, Es Ameng juga memiliki nilai historis yang tinggi karena sudah beroperasi selama lebih dari 50 tahun dan diwariskan dari generasi ke generasi. Nilai sejarah ini membuat Es Ameng bukan sekadar minuman biasa, melainkan sebuah tradisi yang dihargai oleh masyarakat. Banyak pelanggan yang datang bukan hanya untuk menikmati rasa es serutnya, tetapi juga untuk merasakan kenangan dan pengalaman yang sudah lama terjalin.

Keunggulan lain adalah resep khusus dan kualitas produk yang terus dijaga secara ketat oleh pemilik usaha. Es Ameng menggunakan racikan sirup dan topping yang unik, hasil dari pengalaman dan kreativitas sang pendiri yang terus diperbaiki selama bertahun-tahun. Hal ini membuat rasa Es Ameng berbeda dan sulit ditiru oleh pesaing baru.

Karena faktor-faktor tersebut, meskipun ada usaha baru yang mencoba masuk ke bisnis es serut, mereka akan menghadapi kesulitan besar untuk mendapatkan pelanggan yang sama banyaknya seperti Es Ameng. Loyalitas pelanggan yang sudah terbentuk dan citra merek yang kuat menjadi penghalang utama bagi pendatang baru untuk bersaing secara efektif.

2. Ancaman Produk Pengganti

Ancaman dari produk pengganti dalam industri minuman segar seperti Es Ameng cukup besar dan perlu diperhatikan. Saat ini, konsumen memiliki banyak pilihan minuman lain yang bisa menjadi alternatif, seperti es campur, es teler, minuman kemasan dalam botol atau kaleng, jus buah segar, bahkan minuman kekinian yang sedang populer seperti bubble tea dan kopi susu kekinian. Pilihan yang beragam ini membuat konsumen bisa dengan mudah berpindah ke produk lain jika mereka merasa lebih tertarik.

Salah satu faktor utama yang membuat ancaman produk pengganti ini cukup signifikan adalah perubahan tren konsumen, terutama di kalangan generasi muda. Mereka cenderung suka mencoba hal baru dan mengikuti tren minuman yang sedang hits di media sosial atau di lingkungan pertemanan. Minuman kekinian yang menawarkan rasa unik, kemasan menarik, dan konsep yang modern seringkali lebih menarik perhatian mereka dibandingkan minuman tradisional seperti Es Ameng.

Selain itu, kemudahan akses dan variasi produk juga memperkuat ancaman ini. Minuman pengganti tersebut kini mudah ditemukan di banyak tempat, mulai dari

kafe, warung, hingga toko modern. Variasi rasa dan pilihan kemasan yang beragam membuat konsumen punya banyak opsi sesuai selera dan kebutuhan mereka. Hal ini membuat persaingan menjadi lebih ketat karena Es Ameng harus bersaing bukan hanya dengan produk sejenis, tapi juga dengan berbagai jenis minuman lain yang lebih inovatif.

Namun, Es Ameng tetap memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh produk pengganti, yaitu nilai unik berupa cita rasa otentik dan nilai nostalgia. Banyak pelanggan yang membeli Es Ameng bukan hanya karena ingin minuman segar, tapi juga karena ingin merasakan kenangan masa lalu atau tradisi yang sudah lama ada. Rasa khas yang sudah terjaga selama puluhan tahun ini sulit ditemukan pada minuman lain yang lebih modern. Nilai historis dan sentimental inilah yang membuat Es Ameng tetap punya tempat khusus di hati sebagian konsumen.

Oleh karena itu, meskipun ancaman produk pengganti cukup besar, Es Ameng masih bisa mempertahankan segmen pasar tertentu dengan menjaga kualitas rasa dan terus memperkuat nilai-nilai unik yang dimilikinya. Namun, usaha ini harus tetap waspada dan beradaptasi dengan perubahan selera konsumen agar tidak kehilangan pelanggan, terutama generasi muda yang menjadi pasar penting di masa depan.

3. Persaingan Antar Pesaing yang Ada

Persaingan dalam bisnis es serut di Bengkalis sebenarnya tidak terlalu ketat. Es Ameng sudah dikenal luas dan menjadi pilihan utama banyak orang karena dianggap sebagai pelopor dan pelaku usaha es serut tertua di daerah tersebut. Reputasi yang kuat ini membuat Es Ameng memiliki posisi yang sangat baik di pasar lokal. Tidak banyak usaha lain yang bisa menyaingi kualitas bahan, rasa yang khas, dan reputasi yang sudah dimiliki Es Ameng selama puluhan tahun. Karena itu, persaingan langsung dengan usaha sejenis menjadi relatif rendah.

Namun, kondisi ini bukan berarti Es Ameng bisa merasa nyaman dan lengah. Dunia bisnis selalu berubah, dan ada kemungkinan munculnya pesaing baru yang mencoba menarik perhatian pelanggan dengan cara yang berbeda. Misalnya, pesaing baru bisa menawarkan inovasi rasa yang lebih variatif, harga yang lebih murah, atau pelayanan yang lebih cepat dan ramah. Hal-hal seperti ini bisa membuat pelanggan berpikir ulang dan mencoba produk baru.

Selain itu, perkembangan teknologi dan tren konsumen yang terus berubah juga bisa memengaruhi persaingan. Saat ini, banyak konsumen yang mencari pengalaman baru dan lebih suka mencoba produk yang unik atau yang sedang populer di media sosial. Jika pesaing baru mampu memanfaatkan hal ini dengan baik, mereka bisa saja menarik sebagian pelanggan Es Ameng.

4. Kekuatan Tawar-Menawar Pemasok

Kekuatan tawar-menawar pemasok bagi usaha Es Ameng dapat dikatakan rendah. Hal ini berarti pemasok tidak memiliki pengaruh besar untuk menentukan harga atau syarat yang memberatkan bagi Es Ameng. Ada beberapa alasan mengapa kekuatan pemasok dalam kasus ini cukup kecil.

Pertama, bahan baku yang digunakan oleh Es Ameng sangat mudah didapatkan di pasar lokal. Komponen utama seperti kacang merah, cincau, sirup,

dan es batu adalah bahan yang umum dan tersedia dalam jumlah banyak. Banyak pedagang dan toko yang menyediakan bahan-bahan ini, sehingga Es Ameng tidak kesulitan untuk mencari dan membeli bahan yang dibutuhkan. Karena banyak pilihan pemasok, Es Ameng bisa membandingkan harga dan kualitas sebelum memutuskan membeli dari pemasok tertentu.

Kedua, Es Ameng tidak bergantung pada satu pemasok saja. Artinya, jika satu pemasok menaikkan harga atau tidak bisa memenuhi kebutuhan, Es Ameng masih bisa membeli dari pemasok lain. Ketergantungan yang rendah ini memberikan kebebasan bagi Es Ameng untuk bernegosiasi harga dan syarat pembelian dengan pemasok. Dengan begitu, Es Ameng bisa mendapatkan bahan baku dengan harga yang lebih baik dan kualitas yang sesuai.

Ketiga, skala pembelian Es Ameng termasuk kecil karena usaha ini masih berskala mikro dan tidak membeli bahan dalam jumlah besar seperti perusahaan besar. Karena volume pembelian yang relatif kecil, pemasok tidak terlalu bergantung pada Es Ameng sebagai pelanggan utama. Hal ini membuat pemasok tidak memiliki insentif besar untuk menaikkan harga secara signifikan atau memberikan syarat yang sulit. Sebaliknya, Es Ameng juga tidak memiliki tekanan besar untuk menerima harga tinggi karena masih banyak pilihan pemasok lain.

Dengan kondisi seperti ini, Es Ameng memiliki fleksibilitas yang cukup dalam mengatur pengadaan bahan baku. Usaha ini dapat memilih pemasok yang menawarkan harga terbaik dan kualitas yang memuaskan tanpa harus terikat pada satu pemasok tertentu. Fleksibilitas ini sangat penting untuk menjaga biaya produksi tetap rendah dan kualitas produk tetap terjaga.

Selain itu, fleksibilitas dalam memilih pemasok juga memungkinkan Es Ameng untuk menyesuaikan pembelian sesuai kebutuhan dan kondisi pasar. Misalnya, jika harga salah satu bahan naik, Es Ameng bisa mencari alternatif lain atau menyesuaikan penggunaan bahan agar tetap efisien. Hal ini membantu Es Ameng untuk tetap kompetitif dan menjaga kelangsungan usaha dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, kekuatan tawar-menawar pemasok yang rendah memberikan keuntungan bagi Es Ameng karena usaha ini memiliki kendali lebih besar dalam pengadaan bahan baku. Dengan pengelolaan yang baik, Es Ameng dapat menjaga kualitas produk dan mengontrol biaya produksi sehingga tetap mampu bersaing di pasar.

5. Kekuatan Tawar-Menawar Pembeli

Kekuatan tawar-menawar pembeli berada pada tingkat rendah hingga sedang. Faktor-faktor yang memengaruhi adalah:

- a. Loyalitas pelanggan yang tinggi : Banyak pelanggan yang sudah menjadi pelanggan setia selama bertahun-tahun, bahkan rela datang dari luar daerah.
- b. Pilihan produk yang terbatas untuk produk sejenis dengan kualitas dan rasa yang sama : Hal ini mengurangi kemampuan pembeli untuk menuntut harga lebih rendah.
- c. Kesiapan pembeli menerima harga yang wajar : meskipun harga Es Ameng sudah naik cukup jauh dari harga awal yang sangat murah, pembeli tetap menerima harga tersebut karena mereka merasa harga yang dibayar sebanding

dengan kualitas dan rasa yang didapat. Ini menunjukkan bahwa pembeli menghargai nilai produk dan rela membayar harga yang dianggap adil tanpa banyak menawar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap usaha Es Ameng di Kecamatan Bengkalis, dapat disimpulkan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan dan dikembangkan. Dari aspek pasar dan pemasaran, Es Ameng memiliki pangsa pasar yang cukup besar dengan pelanggan yang loyal serta strategi pemasaran yang efektif. Dari segi teknis, proses produksi berjalan dengan baik menggunakan bahan baku berkualitas dan lokasi usaha yang strategis. Sumber daya manusia yang terlibat juga memiliki kompetensi dan motivasi yang memadai untuk mendukung kelangsungan usaha. Selain itu, meskipun persaingan di industri minuman segar cukup ketat, Es Ameng mampu mempertahankan posisi karena keunikan produk dan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyah, Abidatul, Saifi, M., & Dwiatmanto. (2015). Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian Home Industry (Studi Kasus Pada Home Industry Cokelat 'Cozyâ' Kademangan Blitar). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 23(1).
- Aliefah, Nurul, A., & Nandasari, E. A. (2022). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pemasaran Dan Keuangan Pada Kedai Olan'z Food Kebumen. *Lab 6*(01):40–56. doi: 10.33507/labatila.v5i02.475.
- Arifudin, Opan, Sofyan, Y., & Tanjung, R. (2020). Studi Kelayakan Bisnis Telur Asin H-Organik. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 341–352. doi: 10.31294/jeco.v4i2.8199.
- Bate'e, Triyana, A., Septiani, D. L., Pradana, G., Krisanti, S. R., & Widodasih, R. R. W. K. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada UMKM Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran (Studi Kasus Sop Ayam Pak Mim Klaten Di Cikarang Selatan). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 221–235.
- Damayanti, Nurliaka, Widastuti, A. T., Paningal, B., Rosyadi, I., Julia, I., Sinatra, R. R., & Triesa, S. A. (2024). Analisis Kelayakan Bisnis Pada Salon Laulina Beauty Corner Meliputi : Aspek Keuangan, Aspek Pasar Dan Pemasaran, Aspek Sumber Daya Manusia, Aspek Hukum Dan Aspek Lingkungan. *Journal of Economics Management Business and Accounting*, 3(2), 179–192. doi: 10.34010/jemba.v3i2.11451.
- Putri, Kharisma, A., & Latifah, L. (2024). Brilliant : Journal of Islamic Economics and Finance Aspek Lingkungan Dalam Studi Kelayakan Bisnis (Studi Kasus UMKM Desa Srowo Kabupaten Gresik). 2(2):164–74.
- Rahmadana. (2021). Analisis Aspek Pasar Dan Pemasaran. *Analisis Aspek Pasar Dan Pemasaran* (90500120045):3–4.