

Kelayakan Usaha pada bisnis Startup Chokolava

Clarista Dwi Fatmasari¹, Farrelia Atha Tsania², Tomy Rizky Izzalqurny^{3*}

^{1,2,3}Universitas Negeri Malang

*tomyrizky.izzalqurny.fe@um.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah dengan menunjukkan bahwa chokolava yang merupakan suatu bisnis hampers makanan manis berupa cookies dan brownies layak untuk dilakukan. Metode Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan kualitatif. Metode kuantitatif ini dilakukan pada aspek keuangan, pada aspek ini dilakukan analisis kuantitatif dengan menggunakan analisis IRR, NPV, Payback period, dan BEP, serta melakukan analisis proyeksi. Metode kualitatif dilakukan pada aspek pasar dan pemasaran, aspek teknik dan teknologi, aspek manajemen, dan aspek lingkungan. Tahapan penelitian ini dengan: penemuan ide, tahapan riset, tahapan evaluasi, tahapan perangkaan usulan yang layak, tahapan rencana pelaksanaan dan tahapan pelaksanaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesemua aspek yang diuji menunjukkan bahwa bisnis ini layak untuk dilakukan bahkan dari aspek keuangan menunjukkan angka yang menguntungkan apabila dikembangkan dalam bisnis.

Kata Kunci: Kelayakan, Bisnis, brownies, kue, Proyeksi

Abstract

The purpose of this research is to show that chokolava, which is a sweet food hamper business in the form of cookies and brownies, is feasible to do. Methods This research uses quantitative and qualitative research methods. This quantitative method is carried out on the financial aspect, in this aspect a quantitative analysis is carried out using the analysis of IRR, NPV, Payback period, and BEP, as well as performing a projection analysis. Qualitative methods are carried out on market and marketing aspects, technical and technological aspects, management aspects, and environmental aspects. The stages of this research are: idea discovery, research stage, evaluation stage, ranking stage for feasible proposals, implementation plan stage and implementation stage. The results of this study indicate that all aspects tested indicate that this business is feasible to do even from the financial aspect, showing profitable numbers if developed in business.

Keywords: Feasibility, Business, brownies, cake, Projection

PENDAHULUAN

Bisnis makanan merupakan salah satu bisnis yang mulai berkembang pesat di kalangan masyarakat serta yang tertinggi didunia (Lestari dan Sari, 2021). Tidak heran bahwa bisnis makanan banyak pesaingnya baik dalam bentuk makanan basah hingga makanan kering yang dimodifikasi sesuai ciri khas usahanya masing-masing. banyaknya pebisnis makanan dikarenakan sudah menjadi kebutuhan yang utama sehingga semakin pebisnis membuat kuliner yang unik dan rasanya yang enak, hal tersebut dapat menarik minat para konsumen. dalam menjalankan usaha makanan perlunya menemukan tempat yang strategis dengan menyesuaikan makanan apa yang ingin dijual dan siap dipasarkan. Menjadi pebisnis makanan harus siap menerima resiko yang ada seperti halnya tidak laku makanannya dan jangka waktu kadaluarsanya pendek sehingga membuat kerugian yang cukup besar. Menjadi pengusaha makanan harus bisa mengatur sistem pemasaran yang menarik.

Salah satu cara yang dilakukan oleh sebuah bisnis makanan yaitu memberikan kepuasan pada para konsumen dengan produk makanan yang higienis dan berkualitas dari bentuk rasa dan pengemasan serta menjaga tingkat pelayanan yang baik. menjadi pebisnis harus siap merasakan pahitnya penjualan tidak laku dan menerima pesaing usaha yang berjualan tidak sportif. Berhasil atau tidaknya suatu usaha untuk menjual berupa barang atau jasa tergantung dari usaha yang konsisten dan yakin dalam pemasaran. Fungsi pemasaran, diutamakan pada pelayanan yang berkualitas dimana pelayanan sangat memegang peranan yang sangat penting. Kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen dapat tercapai dengan adanya kegiatan pemasaran (Sunarsi, 2020). oleh karena itu kemampuan merumuskan dan mengolah program-program pemasaran yang efektif merupakan masalah utama bagian dari menciptakan suatu proses pertukaran antara produsen dan konsumen. Salah satu cara untuk menuju keberhasilan kegiatan pemasaran adalah dengan memahami perilaku konsumen dan meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen merasa puas setelah bertransaksi. semua hal yang dilakukan untuk menunjang keberhasilan dalam penjualan produk sehingga dapat mengembangkan usaha menjadi lebih banyak dikenal masyarakat baik dari daerah sendiri hingga sampai terkenal seluruh kota.

Berdasarkan hal tersebut, maka muncul ide dalam mengembangkan Chocolava. Chocolava merupakan suatu bisnis hampers makanan manis berupa cookies dan brownies. Usaha ini termasuk makanan industri rumahan. Pembelian produk ini memiliki 2 cara yaitu ready stock dan PO. Namun apabila pembelian dilakukan dengan ready stock, barang yang dibeli hanyalah barang yang ada di toko. Kehadiran suatu bisnis baru perlu dipertimbangkan sehingga dilakukan penelitian. Penelitian ini akan menggunakan studi kelayakan bisnis untuk mempelajari ide bisnis tersebut.

Studi kelayakan bisnis adalah studi tentang apakah bisnis layak secara berkelanjutan. Oleh karena itu, dilakukan analisis kelayakan chocolava, dan penilaian aspek dalam studi kelayakan dibagi menjadi dua bagian yaitu primer dan sekunder. Aspek utama ini ada di semua sektor bisnis, termasuk: Pemasaran dan Pemasaran, Teknologi dan Teknologi, Manajemen dan Organisasi, Hukum, dan Ekonomi dan Keuangan. Aspek sekunder adalah Aspek pelengkap yang disusun sesuai dengan kebutuhan instansi/lembaga yang terkait dengan subjek penelitian, yaitu Aspek Analisis Mengenai Dampak Lingkungan dan Aspek Sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menunjukkan bahwa bisnis ini layak dilakukan.

KAJIAN PUSTAKA

Gambaran Usaha Chocolava

Chocolava merupakan suatu bisnis hampers makanan manis berupa cookies dan brownies. Usaha ini termasuk makanan industri rumahan. Pembelian produk ini memiliki 2 cara yaitu ready stock dan PO. Namun apabila pembelian dilakukan dengan ready stock, barang yang dibeli hanyalah barang yang ada di toko. Sedangkan apabila dengan cara PO, produk dapat disesuaikan dengan keinginan konsumen. Apabila pembelian dilakukan dengan ready stock maka konsumen haruslah datang langsung ke toko kami. Sedangkan dengan PO, konsumen tidak perlu datang ke toko karena pemesanan dapat dilakukan melalui media sosial, ataupun ecommerce. Produk Chocolava dapat dipesan sesuai dengan pesanan para konsumen.

Chocalava adalah usaha yang memproduksi kue kering dan brownies dengan bahan baku coklat batang dan tepung terigu. Produk Chocolava merupakan produk siap saji, dan tidak mengandung pemanis buatan ataupun bahan pengawet. Produk ini dapat dinikmati bersama dengan keluarga maupun sahabat terdekat. Chocolava mengolah produknya menggunakan bahan-bahan yang bermutu dan higienis. Sehingga konsumen tidak takut untuk mengkonsumsi

Chocolava. Harga produk Chocolava juga disesuaikan dengan kantong target pasar. . Dengan harga yang telah disesuaikan, diharapkan mempengaruhi peningkatan pembelian konsumen. Pemasaran dilakukan pada media sosial dan ecommerce.

Visi, Misi, dan Tujuan Chocolava

Visi Chocolava adalah menjadikan chocolava sebagai produk yang berkualitas berupa perpaduan cookies dan brownies dalam satu kemasan yang menarik dan memiliki cita rasa dapat disukai oleh seluruh lapisan masyarakat di malang kota dan sekitarnya. Dalam mewujudkan visinya maka Chocolava memiliki misi:

1. Mengenalkan dan mempromosikan produk Chocolava sebagai makanan manis dengan menggunakan kemasan yang menarik
2. Menggunakan bahan baku yang berkualitas dan bermutu untuk menunjang kualitas dan memberikan cita rasa coklat yang pas
3. Memberikan pelayanan yang terbaik sehingga konsumen akan merasa puas, nyaman, dan kembali membeli produk Chocolava
4. Memfokuskan kebersihan dan kesehatan konsumen pada seluruh produk Chocolava
5. Mengadakan sistem promosi pada hari-hari spesial untuk menarik pelanggan
6. menciptakan inovasi berbagai variasi rasa, topping, kemasan ,maupun jenis hampers yang disediakan sehingga bisnis Chocolava dapat berkembang dan maju

Tujuan Chocolava adalah:

1. Memberikan kemudahan para pecinta manis tidak perlu membuat sendiri karena kamu sajikan kue manis ini sesuai lidah makanan homemade dengan variasi kemasan menarik untuk hadiah orang tercinta.
2. Memberikan ide anak muda untuk terus mencoba menjadi pebisnis muda yang tangguh dan tetap konsisten.
3. Menarik minat masyarakat untuk membeli produk chocolova.
4. Memberikan inovasi rasa dan kemasan yang menarik dan pas di lidah masyarakat.
5. Meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar, dengan menambah lowongan pekerjaan
6. Memperoleh pendapatan dan keuntungan dari usaha chocolava

Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis adalah suatu penelitian tentang layak tidaknya suatu bisnis yang dilakukan secara terus menerus. Wahyuni (2022) menunjukkan bahwa kelayakan suatu usaha melalui beberapa aspek antara lain aspek produksi, artinya kegiatan yang muncul ketika suatu ide dalam suatu usaha yang direncanakan telah menunjukkan peluang dan menggambarkan keuntungan dari segi pemasaran. Masalah proses produksi dan proses operasi terdiri dari pemilihan strategi produksi, pemilihan dan perencanaan produk, perencanaan kualitas, pemilihan teknologi, perencanaan kapasitas produksi, perencanaan tata letak pabrik, perencanaan tata letak, perencanaan kuantitas produksi, manajemen persediaan dan pengendalian kualitas produk.

Menurut Subagyo (2007) metode yang dilakukan yaitu analisis pada aspek pasar dan pemasaran, aspek teknik dan teknologi, aspek manajemen, dan aspek lingkungan, serta aspek keuangan. Ichsan dkk. (2019) mengungkapkan bahwa terdapat beberapa tahapan dari studi kelayakan bisnis, yaitu penemuan ide, tahapan riset, tahapan evaluasi, tahapan perancangan usulan yang layak, tahapan rencana pelaksanaan dan tahapan pelaksanaan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada riset ini menggunakan analisa metode kuantitatif dan kualitatif. Metode kuantitatif dilakukan pada aspek keuangan, pada aspek ini dilakukan analisis kuantitatif dengan menggunakan proyeksi keuangan serta analisis IRR, NPV, Payback period, dan BEP. Metode kualitatif dilakukan pada aspek pasar dan pemasaran, aspek teknik dan teknologi, aspek manajemen dan SDM, dan aspek lingkungan.

Penelitian ini dilakukan pada unit usaha Chicolava. Tahapan penelitian ini dengan: penemuan ide, tahapan riset, tahapan evaluasi, tahapan perancangan usulan yang layak, tahapan rencana pelaksanaan dan tahapan pelaksanaan (Ichsan dkk., 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar membahas hal-hal mengenai permintaan dan penawaran produk Chicolava sementara pada aspek pemasaran mencakup mengenai harga, rantai pemasaran, kesempatan pasar, dan hambatan-hambatan yang dihadapi dalam pemasaran produk Chicolava. Bentuk pasar yang kami telah kami tentukan untuk memasarkan produk Chicolava adalah pasar persaingan sempurna. Karena tidak ada batasan konsumen untuk membeli berapa saja asal mereka bersedia membeli pada harga pasar. Pasar dari sisi konsumen kami menentukan untuk mengambil pasar konsumen, para pembeli mengkonsumsi sendiri sebagai penggunaan pribadi.

Segmentasi merupakan cara untuk memilah-milah konsumen menjadi lebih kecil sehingga lebih efisien dan efektif produk dengan kebutuhan pembeli.

1. Segmentasi geografis, pada Chicolava segmentasi geografisnya adalah masyarakat kota malang khususnya yang berada di sekitar Jl. Veteran, Penanggungan, Kec. Klojen, Kota Malang. Sekitar daerah tersebut terbilang strategis, karena berdekatan dengan berbagai universitas besar di Malang. Namun tidak menutup kemungkinan untuk pemasaran di luar malang. Karena kami juga melakukan pemasaran dan penjualan melalui media online.
2. Segmentasi demografis. untuk segmentasi demografisnya produk Chicolava menargetkan untuk para remaja dengan rentang umur 17 tahun hingga dewasa berumur 35 tahun baik laki-laki ataupun perempuan. Produk ini akan digemari oleh seluruh bagian masyarakat. Karena produk ini memberikan kepuasan atas rasa maupun pengalaman para konsumen.
3. Segmentasi psikografis. Segmentasi Chicolava menargetkan kepada para konsumen yang memiliki gaya hidup modern, karena dapat mencoba hal baru dan trend terbaru. Orang modern lebih dapat menerima hal-hal baru dan memiliki pemikiran yang lebih netral.
4. Segmentasi tingkah laku. Segmentasi Chicolava berfokus pada penyediaan produk makanan manis yang aman dan dapat dikonsumsi bersama keluarga ataupun sahabat.

Setelah melakukan segmentasi pasar, Chicolava melakukan penetapan terhadap target pasar yang sesuai. Target pemasaran produk Chicolava adalah wanita dan pria yang memiliki rentang umur 17 tahun hingga 35 tahun dengan berbagai ras, suku, budaya, agama, dan pendidikan yang memiliki tempat tinggal di sekitar daerah Jl. Veteran, Penanggungan, Kec. Klojen, Kota Malang. Namun karena pemasaran dan penjualan produk Chicolava juga dilakukan secara online, tidak menutup kemungkinan bahwa orang yang berbeda dari kelompok tersebut menjadi target pasar Chicolava.

Hidangan manis yang dapat dinikmati bersama keluarga ataupun sahabat dengan berbagai topping yang menarik. Produk Chokolava selalu menggunakan bahan baku terbaik dan pilihan sehingga menunjang cita rasa yang dihasilkan. Kami menjual dengan harga yang sesuai untuk memenuhi kepuasan konsumen. Kami berusaha melakukan pelayanan terbaik bagi pelanggan dan menerima berbagai kritik maupun saran dari konsumen.

Karena produk Chokolava memiliki target pasar yang berfokus kepada pria dan wanita yang berusia 17 sampai 35 tahun dan memiliki gaya hidup yang modern. aka produk yang dihasilkan haruslah dapat menarik perhatian dan juga mengikuti perkembangan jaman. Maka produk kami menggunakan kemasan box yang menarik dan mengikuti trend sesuai selera para pelanggan. Rasa yang kami hadirkan juga menggunakan rasa-rasa terbaru. Chokolava menawarkan beberapa paket sesuai dengan kebutuhan para pelanggan dengan harga yang sesuai dengan kantong.

Chokolava memiliki produk yang bervariasi, sehingga harga yang diberikan disesuaikan dengan paket yang dipilih. Sehingga para konsumen merasa puas dengan produk kami dari segi rasa maupun harga. Berikut ini daftar harga :

No	Nama Produk	Harga
1.	Small	Rp. 7,499
2.	Medium	Rp. 37.000
3.	Large	Rp. 50.000

No	Nama Topping	Harga Penambahan
1	Coklat Chaca	Rp. 3.000
2	Taro	Rp. 2.000
3	Oreo	Rp. 3.000
4	Keju	Rp. 4.000
5	Kacang Mente	Rp. 7.000
6	Lotus	Rp. 4.000
7	Chocochips	Rp. 3.000
8	Selai Kacang	Rp. 3.000
9	Selai Coklat	Rp. 2.000

Promosi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk memberikan informasi mengenai suatu produk dan menarik para konsumen yang menjadi target pasar. Promosi yang dilakukan oleh Chokolava diupayakan sehingga menjadi semenarik mungkin sehingga dapat meningkatkan angka penjualan Chokolava mempromosikan produknya dengan beberapa cara dan media :

1. Media Sosial. Pada media sosial bagian pemasaran akan membuat konten video maupun foto yang menjadi media pengenalan produk sebagai bentuk promosi. Media sosial yang digunakan beragam, seperti instagram, Facebook, Twitter, dan Tiktok. Kami memilih mempromosikan produk Chokolava pada media sosial karena target pasar yang kita tentukan memiliki kecenderungan tinggi untuk mengikuti trend dan bersosialisasi pada media sosial.
2. Brosur. Bagian pemasaran mencetak brosur dan dibagikan di sekitar tempat usaha, universitas, dan sekolah-sekolah.
3. Promo. Chokolava akan melakukan promo pembukaan yaitu berupa pemberian diskon kepada para konsumen sampai dengan batas waktu 1 minggu sejak

pembukaan usaha dilakukan. Kegiatan ini akan menarik target pasar untuk mencoba dan membeli produk Chocolava

Daerah yang dipilih untuk membuka usaha yaitu daerah Jl. Veteran, Penanggungan, Kec. Klojen, Kota Malang. Karena daerah tersebut memiliki kriteria yang tepat. Dekat dengan berbagai Universitas Besar di Malang. Distribusi produk Chocolava dapat menggunakan kurir untuk konsumen yang tidak dapat datang langsung ke toko. Keamanan dan kondisi produk akan tetap terjaga dengan diberi tas tambahan untuk dibawa oleh kurir. Pesaing bisnis Chocolava di kota Malang ataupun pada penjualan online adalah penjual makanan manis lainnya yang sudah ada sejak lama.

SWOT

Strength (Kekuatan)

1. Harga makanan termasuk terjangkau oleh semua kalangan
2. Kualitas produk terjamin
3. Tidak menggunakan pemanis buatan
4. Desain pengemasan yang unik

Weakness (kelemahan)

1. Harga bahan baku yang tidak menentu
2. Mudah retak dan hancur
3. Merek yang belum banyak dikenal oleh masyarakat

Opportunity (Peluang)

1. Daya beli masyarakat terhadap makanan relatif tinggi
2. Makanan manis yang selalu ada disetiap acara masyarakat luas

Threat (Ancaman)

1. Persaingan yang ketat
2. Banyaknya penjual brownies dan cookies yang telah lebih dulu berjualan

Aspek Teknik dan Teknologi

Lokasi utama pada usaha yang kami pilih secara offline adalah berada di Malang kota berdekatan dengan Kampus Universitas Negeri Malang yaitu di daerah Jl. Veteran, Penanggungan, Kec. Klojen, Kota Malang. karena tujuan dari tempat kami ini untuk dapat berdekatan dengan anak kampus di daerah Malang kota sehingga tempat ini sangat strategis, dengan layout pada gambar 1.



Gambar 1 Layout Usaha

Dengan menggunakan pemilihan teknologi yang canggih seperti menggunakan mesin-mesin dengan tenaga listrik, maka kapasitas dapat dihasilkan 2 kali lipat dari pada menggunakan mesin yang manual sekitar 100 kapasitas per box. Tenaga produksi yang berperan penting untuk

membantu pengerjaan dan pemasaran dalam proses penjualan produk Chocolova hingga ketangan para pembeli. Usaha Chocolova kami membutuhkan tenaga kerja sebanyak 4 orang yaitu 1 orang untuk editing foto dan video, 1 orang sebagai admin keuangan yang membantu kami sebagai pemilik usaha dan 2 orang yang membantu kami sebagai pemilik membuat produk dan melakukan pengemasan.

Pada aspek kualitas teknologi yang kami butuhkan dalam usaha chocolova yaitu teknologi pada mixer, kulkas, oven, kamera dari keempat teknologi yang kami gunakan yaitu dapat dikerjakan oleh tenaga kerja kami karena barangnya yang canggih dan mudah untuk digunakan, dan untuk kamera kami perlukan untuk pemasaran produk kami. Kekurangan pada aspek kualitas teknologi kami yaitu pada listrik watt yang ada karena tidak semua tempat usaha mempunyai listrik watt tinggi dengan harga murah yang apabila jika digabung secara bersamaan dengan teknologi kulkas dan oven, maka dari itu kami mencari tempat untuk usaha kami adalah mempunyai listrik watt yang kuat untuk menampung teknologi kami.

Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Kami melakukan perencanaan dari atas ke bawah, yaitu perencanaan yang akan dilakukan oleh pemilik bisnis Chocolava. Para karyawan akan melakukan kegiatan yang telah direncanakan oleh pihak perusahaan.

Bisnis Chocolava menggunakan bentuk organisasi baris. agar aktivitas dapat berjalan dengan optimal dan jelas antar bagiannya. maka dibuatlah struktur organisasi. Struktur organisasi bisnis Chocolava terdiri dari pemilik, bagian keuangan, bagian Produksi, dan bagian pemasaran. Berikut ini merupakan bagan struktur organisasi :



Gambar 2 Struktur organisasi

Gaji Pada bisnis Chocolava kami menentukan kebutuhan karyawan sesuai dengan keperluan dan memiliki tugasnya masing-masing. Pembentukan dan pengembangan Chocolava pada awal setidaknya membutuhkan sekitar 7 karyawan. Berikut ini rincian setiap karyawan :

No	Pekerjaan	Jumlah	Gaji/karyawan
1.	Pemilik	2	Rp. 2.000.000
2.	Bagian Keuangan	1	Rp. 1.500.000
3.	Bagian Produksi	1	Rp. 1.500.000

4. Bagian Pemasaran 2 Rp.1.500.000

Tenaga kerja yang baik dapat menunjang kualitas dari bisnis Chocolava. Diperlukannya pelatihan dan pengembangan terhadap sumber daya manusia sehingga proses operasional perusahaan dapat berjalan dengan baik. Sebagai bentuk pelatihan, calon karyawan akan diajak praktek langsung di tempat kerja sesuai dengan bagiannya. Pelatihan akan dilakukan selama 1 minggu sebelum sebelum mereka benar-benar sudah siap dan mengerti SOP yang telah dibuat oleh perusahaan.

Kompensasi merupakan uang tambahan diluar dari gaji atau upah yang akan diberikan oleh perusahaan. Kompensasi akan diberikan kepada karyawan apabila perusahaan mengalami peningkatan penjualan pada beberapa waktu. Kompensasi yang akan diberikan kepada masing-masing karyawan sebesar 5% dari perolehan keuntungan. Dengan adanya kompensasi akan memberi motivasi bagi para karyawan untuk bekerja dengan lebih baik.

Program keselamatan kerja sangatlah penting bagi perusahaan. Karena dengan program tersebut para karyawan dapat bekerja dengan efektif sehingga dapat membawa keuntungan bagi perusahaan. Contohnya dengan memberi waktu istirahat selama 1 hari dalam seminggu kepada para karyawan.

Perizinan yang dilakukan oleh Chocolava belum terlalu sulit. Karena usaha ini masih merupakan usaha dengan produksi yang kecil. Maka hanya memerlukan izin lingkungan dan sosial, seperti izin kepada kepala daerah setempat dan masyarakat disana. Apabila bisnis Chocolava semakin maju dan berkembang, maka kami akan mempersiapkan hal-hal yang diperlukan untuk mendapatkan izin usaha. Supaya produk Chocolava dapat tersebar ke banyak daerah di luar kota malang. Para konsumen pun merasa aman dengan adanya perizinan yang jelas.

Aspek Keuangan

Modal kerja yang dibutuan adalah 15 juta rupiah. Modal ini digunakan untuk beberapa kebutuhan yang ditunjukkan pada gambar 3.

Nama Barang	Banyak	Harga/unit	Jumlah
Biaya Investasi			
Kulkas	1 Unit	Rp 1.200.000	Rp 1.200.000
Oven	2 Unit	Rp 550.000	Rp 1.100.000
Timbangan	3 Unit	Rp 100.000	Rp 300.000
Mixer	3 Unit	Rp 120.000	Rp 360.000
Laptop bekas	1 unit	Rp 1.250.000	Rp 1.250.000
Printer canon	1 unit	Rp 600.000	Rp 600.000
Kamera	1 unit	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000
Kipas	1 Unit	Rp 100.000	Rp 100.000
Total Biaya Aktiva Tetap			Rp 6.410.000
Biaya Perlengkapan			
Meja	2 pcs	Rp 430.000	Rp 860.000
Kursi	6 pcs	Rp 25.000	Rp 150.000
Mangkuk stainless besar	6 pcs	Rp 17.000	Rp 102.000
Nampan Kue	3 pcs	Rp 35.000	Rp 105.000
Pisau Kue	4 pcs	Rp 7.000	Rp 28.000
Sarung Ukuran 14 cm	4 pcs	Rp 10.000	Rp 40.000
kain lap	3 pcs	Rp 5.000	Rp 15.000
Gelas Pengukur	4 pcs	Rp 4.000	Rp 16.000
Sendok	1 Lusin	Rp 990	Rp 11.880
Sarung tangan oven	5 pasang	Rp 5.000	Rp 25.000
Perlengkapan foto produk	1 paket	Rp 200.000	Rp 200.000
Total Biaya Perlengkapan			Rp 1.552.880

Bahan Baku Cookies		
1 Resep		
Keterangan	Banyak	Harga
Room Butter (Cold)	227 gr	Rp 7.000
Brown Sugar	200 gr	Rp 8.000
Gula Pasir	100 gr	Rp 2.000
Soda Kue	3/4 sdt	Rp 3.000
Past Vanila	1 sdt	Rp 1.000
Garam	3/4 sdt	Rp 500
Telur	2 Pcs	Rp 3.600
Terigi Protein Sedang	225 gr	Rp 3.000
Terigi Protein Rendah	145 gr	Rp 3.000
Maizena	1 sdm	Rp 2.000
Dark Cooking Chocolate	150 gr	Rp 6.000

Chocochips	150 gr	Rp 8.000
Total		Rp 47.100
Bahan Baku Brownies		
1 Resep		
Keterangan	Banyak	Harga
Dark Cooking Chocolate	200 gr	Rp 5.500
Gula Pasir	1 cup	Rp 2.000
Brown Sugar	1/2 cup	Rp 5.000
Telur	3 pcs	Rp 6.000
Garam	1/4 sdt	Rp 500
Vanila Essence	1 sdt	Rp 2.000
Tepung Terigu	1/2 cup	Rp 3.000
Coklat Bubuk	1/4 cup	Rp 4.000
Mentega	1/2 cup	Rp 3.000
Total		Rp 31.000
Total Semua		Rp 78.100

Gambar 3 Kebutuhan bisnis

Berdasarkan beragam pengeluaran yang ditunjukkan pada gambar 3 maka membuat usaha ini memiliki proyeksi pendapatan dan juga proyeksi arus kas yang ditunjukkan pada tabel 1 yaitu:

Tabel 1 Proyeksi Pendapatan dan Proyeksi Arus Kas

Proyeksi	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3
Pendapatan	Rp 164.428.260	Rp 216.780.460	Rp 217.089.592
Arus Kas	Rp 101.426.777	Rp 93.559.859	

Payback periode merupakan suatu teknik dalam melakukan penilaian pada jangka waktu pengembalian investasi suatu proyek. *Payback periode* pada usaha ini adalah 5 bulan. NPV digunakan untuk menganalisis manfaat finansial untuk mengukur kelayakan bisnis suatu usaha. NPV digunakan untuk menilai untung atau tidaknya sebuah investasi. NPV bernilai positif yaitu Rp 104.511.820, sehingga layak untuk dilakukan. Profitabilities Index adalah metode yang digunakan untuk menghitung perbandingan nilai arus kas bersih akan datang dengan nilai investasi sekarang. Semakin besar nilai Profitabilities Index (PI) maka semakin layak pula usaha yang dijalankan. Berdasarkan perhitungan tersebut bahwa PI Chokolava adalah 14, sehingga usaha Chokolava dapat diterima. BEP merupakan harga yang ditentukan berdasar titik balik/impas Jadi pada perhitungan BEP diatas Chokolava pada tahun 2019 harus menjual sebanyak 4.402 unit . Dengan demikian secara aspek keuanga layak untuk diterima.

Aspek Lingkungan

Aspek lingkungan industri yang sering dialami yaitu sebagai berikut:

1. Ancaman masuk pendatang baru. Karena kami merupakan salah satu yang merintis usaha baru dengan menjual produk cookies dan brownies dalam satu kemasan box dengan menyediakan ukuran box yang berbeda-beda dan hal ini hampir sama dengan pengusaha lain yang sudah mulai merintis usaha yang lebih lama dari usaha kami maka tindakan yang kami lakukan untuk dapat mencari konsumen agar mempercayai produk kita adalah dilihat dari pelayanan, rasa hingga bentuk pada kemasan yang menarik dan inovatif. kami yakin usaha yang kami buat dapat menarik perhatian para konsumen baik pelayanan secara offline dan pelayanan secara online sehingga hal ini dapat memberikan kesan yang baik untuk para konsumen.
2. Persaingan sesama perusahaan, persaingan usaha yang sama sangat berpengaruh besar pada usaha yang kami miliki karena resiko yang kami dapat untuk memperoleh pelanggan sedikit dikarenakan banyaknya usaha yang menjual produk sama dengan harga yang murah. Di Indonesia sendiri masyarakat lebih menyukai harga murah dengan isi produk yang banyak sehingga hal yang kami lakukan untuk dapat menarik minat masyarakat adalah rasa dengan varian topping yang banyak , kemasan produk yang unik dengan tambahan paper bag coklat hingga pelayanan yang diberikan dapat berkesan untuk konsumen.
3. Ancaman dari produk pengganti, Ancaman produk pengganti kami disebabkan oleh ketidakcocokan pemberian harga atau minat yang disukai pelanggan. apabila pelanggan lebih suka dengan kue brownies saja atau sebaliknya maka kami dapat mengubah inovasi lagi agar menarik perhatian lagi dari konsumen. apabila produk pengganti kami tetap kami buat dan kembangkan meskipun produk lama mulai menyusut peminatnya maka kami tidak akan menghilangkan produk yang lama namun kami hanya mengubah isi dari variasi tersebut dengan meminta kesan dan pesan para pelanggan yang sudah kami sediakan dan kertas tersebut dapat dimasukkan dibox.
4. Kekuatan tawar-menawar pembeli, selama kami meningkatkan promosi yang menarik minat para pelanggan kami juga siap untuk memberikan harga lebih murah dari harga yang kami tentukan dengan syarat setiap orang yang membuat story di instagram yang menarik dan unik maka kami akan memberikan harga dibawah harga aslinya.
5. Kekuatan tawar-menawar pemasok, kami melakukan sistem kerjasama dengan para pemasok dengan membeli bahan baku yang banyak atau grosir dengan memesan

keperluan yang akan kami butuhkan untuk hari ke 5 sebelum stok kami habis. sehingga harga yang kami keluarkan adalah harga grosir yang mana harga tersebut lebih murah dibandingkan membeli harga normal. dengan sistem grosir kami mendapatkan keuntungan lebih.

6. Pengaruh kekuatan stakeholder lainnya. Pengaruh kekuatan pada stakeholder antara lain pemerintah, serikat pekerja, lingkungan masyarakat, pemasok, pemberi pinjaman hingga pemberi saham. dari pengaruh kekuatan ini kami sebagai pemilik usaha chocolova perlu memahami bagaimana kita dapat mengatasi tantangan yang akan terjadi untuk dapat menarik minat masyarakat maupun pemerintah dengan mempunyai perizinan resmi dari pemerintah.

Peraturan dan perundang-undangan AMDAL dapat kita lakukan yaitu tetap mematuhi peraturan yang ada dalam isi undang-undang AMDAL dan tetap menjalankan bisnis dengan mengurangi plastik yang banyak pada pengemasan sehingga menghindari adanya kerusakan pada lingkungan di Indonesia. undang-undang pada pedoman penting mengenai keputusan Badan Pengendalian Dampak Lingkungan ada pada Nomor 56 Tahun 1994.

AMDAL adalah Analisis Mengenai Dampak Lingkungan yang mana sangat diperlukan untuk melindungi lingkungan dari campur tangan manusia, salah satunya ialah usaha, karena saat ini banyak pengusaha yang berjualan menggunakan kemasan yang murah namun dapat merusak alam sekitar seperti halnya plastik, styrofoam dst. maka dari itu usaha yang kami dirikan ini yaitu mengurangi limbah plastik dengan menggantikan kemasan plastik dengan kemasan paper bag dan box yang terbuat dari kardus.

Aspek Yuridis

Bentuk badan usaha kami yaitu badan usaha firma karena kami membuat usaha chocolova ada dua orang pemilik yang keuntungannya dibagi dua orang dengan tambahan dari jasa tenaga kerja berupa 4 orang dengan gaji yang berbeda-beda sesuai tugasnya masing-masing. Kami juga membentuk badan usaha ini dengan persetujuan pemerintah sehingga usaha chocolova yang kami dirikan ini dapat berkembang hingga sampai ke cabang kota lain.

Sebelum melakukan pelaksanaan bisnis yang kami dirikan ini yaitu perlunya identitas akan persetujuan dari pemerintah bahwa usaha yang kami buat resmi menjadi bagian dari UMKM (Usaha Mikro kecil dan Menengah), bagian dari kewarganegaraan Indonesia, serta masuk dan terlibat dari bagian proyek pembayaran bank sehingga bank yang kami gunakan adalah Bank Mandiri, Bank BRI dan Bank BNI.

Waktu pelaksanaan bisnis sudah siap kami buka yaitu dimulai pada tanggal 1 oktober 2018 dengan mengadakan promosi untuk pembukaan awal usaha ini. jadwal buka usaha chocolova kami adalah setiap hari dimulai dari pukul 08.00 – 21.00 WIB. Namun untuk penjualan melalui online shop kami jadwalkan setiap hari mulai dari pukul 07.00 – 19.00 WIB.

Cara pelaksanaan untuk bisnis kami yaitu :

Pada bidang usaha chocolova kami sesuaikan anggaran yang diperlukan dan kami mengambil keuntungan sebesar 35% dari harga omzet penjualan per box nya. Untuk bidang usaha ini kami menyesuaikan harga dimulai dari harga sebesar Rp 10.000 – Rp 100.000 sesuai ukuran box yang diinginkan. Untuk tambahan topping kami sendiri yaitu sekitar harga Rp 1000 – Rp 5.500 dengan menyesuaikan ukuran box yang diinginkan.

Fasilitas yang kami sediakan adalah tempat yang nyaman yang berdekatan dengan kampus, dan adanya tempat duduk yang nyaman untuk para pembeli untuk menunggu pesanan yang kami siapkan, selain itu kami juga menyediakan tempat parkir agar tidak menyulitkan pembeli dan kurir untuk memarkirkan kendaraan mereka.

Lokasi usaha yang kami tempati saat ini berdekatan dengan kampus dan berdekatan dengan warga sekitar namun karena dimalang kota penduduknya padat sehingga resiko yang akan terjadi ialah tempat cuaca dan penjahat seperti polusi kendaraan, pencopet

Tenaga kerja yang kami butuhkan adalah 4 orang maka kami perlu memberikan upah atau gaji sesuai tugas yang mereka kerjakan.

❖	Pemilik	: Rp 2.000.000
❖	Tenaga Kerja 1(Bagian Editing foto dan Video)	: Rp 1.500.000
❖	Tenaga kerja 2 (Bagian Admin Keuangan)	: Rp 1.500.000
❖	Tenaga kerja 3 (Bagian Memasak dan mengemas)	: Rp 1.500.000
❖	Tenaga kerja 4 (Bagian Memasak dan mengemas)	: Rp 1.500.000

Peraturan perundang-undangan untuk usaha kami yaitu kami akan melakukan perizinan secara resmi kepada menteri kesehatan dengan tetap patuh memberikan bahan yang berkualitas dan melihat jangka waktu kadaluarsa pada setiap bahan yang kami gunakan. usaha kami ini juga tetap melihat kondisi suhu ruangan yang tepat dan benar. kami juga tetap menjaga kebersihan pada tempat usaha kami agar dapat memberi kenyamanan para konsumen. dan dengan mengikuti peraturan dan perundang-undangan maka kami usaha kami merasa aman dengan usaha yang akan kami jalani nantinya.

SIMPULAN

Setelah melakukan perhitungan sesuai prosedur pada studi kelayakan bisnis, kami dapat kesimpulan bahwa bisnis ini yang kami dirikan pada tahun 2019 hingga ditahun 2021 memiliki keuntungan meskipun diakhir tahun ke 2021 terdapat kemerosotan pada penjualan yang kami jalankan tetapi untuk prosedur yang sudah ditentukan produk kami sangat siap atau layak untuk dijual dengan harga yang pas dikantong anak sekolah hingga dikalangan orang bekerja. usaha chocolava ini sangat diminati banyak pelanggan karena rasa, kualitas hingga kecepatan pelayanan dalam menjual cookies dan brownies. dalam hal ini kami yakin untuk dikedepannya kami akan melakukan pengembangan bisnis makanan dengan tambahan minuman yang cocok dan unik. dalam asepek hukum kami sudah melakukan perizinan kepada menteri pangan dan perizinan nama bisnis kami chocolava agar tidak di salah gunakan atau ditiru dengan usaha lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ichsan, R. N., SE, M., Lukman Nasution, S. E. I., & Sarman Sinaga, S. E. (2019). *Studi kelayakan bisnis= Business feasibility study*. CV. Sentosa Deli Mandiri.
- Subagyo, A. (2007). *Studi Kelayakan Bisnis Teori dan Aplikasi*. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Dept Store Cabang BSD Tangerang. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 7-13.
- Lestari, C., & Sari, R. P. (2021). Optimalisasi Waktu Produksi, Jumlah Produksi, Dan Jalur Distribusi Pada Outlet Lazatto di Karawang. *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 23(1), 69-81.
- Wahyuni, W., Fatih, M. L., Hsb, R. M. S., Sakina, S., & Suhairi, S. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Aspek Produksi. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 2(2), 126-134.