

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS DALAM PEMBENTUKAN USAHA *JHILTY FOOD*

Dian Nadiva Safitri¹, Devi Dwi Setya Syah Fitri², Abdul Alam³, Tomy Rizky Izzalqurny^{4*}
^{1,2,3,4}Universitas Negeri Malang

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

Abstrak

Kurangnya kepedulian terhadap kebiasaan dalam konsumsi suatu makanan dan minuman dapat memberikan faktor yang negatif bagi tubuh manusia dan dapat menimbulkan penyakit. Di masa pandemi ini, telah dituntut untuk memiliki pola hidup sehat. Usaha *Jhilty Food* dengan ini menyediakan usaha *catering* yang mewadahi makanan dan minuman sehat untuk mendukung pola hidup sehat. Dalam penelitian ini, akan dibahas mengenai analisis kelayakan bisnis dari usaha *Jhilty Food*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif untuk mendapatkan hasil penelitian yang maksimal. Hasil dari penelitian ini adalah usaha *Jhilty Food* layak untuk dijalankan.

Kata Kunci: *catering, studi kelayakan bisnis, usaha*

Abstract

Lack of attention to habits in the consumption of a food and drink can provide a negative factor for the human body and can cause disease. In this time of pandemic, it has been suffering to have a healthy lifestyle. Jhilty Food's business hereby provides a catering business that accommodates healthy food and beverages to support a healthy lifestyle. In this research, Jhilty Food business analysis will be discussed. This study uses an approach and a quantitative approach to obtain maximum research results. The result of this research is that Jhilty Food's business is feasible to run.

Keywords: *catering, analysis business, business*

PENDAHULUAN

Kebiasaan makan yang buruk merupakan salah satu faktor yang memberikan dampak negatif pada kesehatan tubuh manusia. Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kebiasaan makan, yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal meliputi lingkungan alam, sosial, budaya, ekonomi dan agama. Faktor internal meliputi motivasi, persepsi, sikap dan preferensi untuk masuk ke dalam faktor psikologis. Faktor psikologis terkait dengan pemrosesan internal informasi yang terkait dengan pilihan makanan.

Pilihan mengosumsi makanan yang tidak sehat dapat menyebabkan timbulnya penyakit pada tubuh baik dalam jangka pendek maupun jangka Panjang. Maka dari itu manusia haruslah mengosumsi makanan dengan gizi seimbang 4 sehat 5 sempurna. Yang dimaksud dengan makanan 4 sehat 5 sempurna adalah makanan yang mengandung karbohidrat, protein, lemak, mineral, vitamin, dan zat-zat lain yang dibutuhkan tubuh manusia, serta tidak mengandung formalin, virus ternak, dan kuman terlarang lainnya, zat berbahaya, polutan, dan bahan tambahan makanan. Tetapi dalam kenyataanya masyarakat khususnya remaja masih banyak yang tidak terlalu peduli tentang kandungan yang terdapat dalam makanan yang dikosumsi.

Dalam penelitian Paulus 2001, sekitar 50% remaja memiliki kebiasaan tidak makan buah dan sayur setiap hari, dan sering memakan makanan yang memiliki kadar gula dan karbohidrat simpleks tinggi. Asupan asam lemak jenuh lebih besar dari 35% dari total asupan energi, dan asupan karbohidrat kompleks kurang dari setengah dari total asupan, yang juga mendukung hal ini. Jika pola komsumsi makan yang buruk ini terus berlanjut, maka banyak masyarakat

khususnya remaja yang akan mengalami kelebihan berat badan. Selain itu, kebiasaan makan yang tidak sehat pada seseorang meningkatkan risiko penyakit atau gangguan kesehatan di masa dewasa dan usia lanjut.

Berdasarkan penelitian menyatakan bahwa pola makan sangat mempengaruhi kesehatan dan berat badan. Dimasa pandemi ini seluruh orang dituntut untuk hidup sehat walaupun hanya dirumah saja. Pada saat dirumah saja banyak orang yang pada akhirnya memiliki aktivitas gerak yang sedikit namun tingkat nafsu makannya bertambah. Oleh karena itu, adanya catering makanan sehat kami lihat sebagai peluang untuk memulai bisnis untuk tetap menjaga pola makan yang baik dan benar walaupun di rumah saja.

KAJIAN PUSTAKA

Gambaran Usaha Jhilty Food

Usaha Cause Milk merupakan usaha yang bergerak dibidang *food and beverage*. Usaha catering sehat ini dilakukan dengan memproduksi kotak makan atau bekal dengan bahan pangan organik. Teknik pengolahan makanan juga akan mempengaruhi kandungan dari makanan, sehingga kami akan memilih teknik pengolahan yang tidak akan membuat gizi dari bahan pangan organik kami menghilang. Kami juga menyediakan jasa antar makanan pada pembeli sampai kerumah sehingga pembeli tidak perlu keluar rumah dan tetap menjaga diri dari paparan virus corona.

Visi, Misi, dan Tujuan Usaha Jhilty Food

Visi dari Jhilty Food adalah menjadi salah satu usaha makanan sehat yang enak dan digemari kalangan remaja. Dengan visi tersebut Jhilty Food memiliki misi

1. Menjadi penyedia makanan sehat dengan tetap menjaga cita rasanya
2. Menyediakan jasa pengantaran yang selalu siap sedia
3. Selalu sigap dalam menghadapi permintaan pelanggan
4. Melakukan pemasaran yang difokuskan bagi seluruh target market berdasarkan hasil riset dan analisis
5. Memanfaatkan berbagai media sosial yang ada untuk meningkatkan citra brand bisnis

Dari usaha yang akan dijalankan, Jhilty Food memiliki tujuan untuk tetap menjaga makanan yang dikonsumsi terlebih di masa pandemi saat ini karena dengan mengonsumsi makanan yang sehat kita akan mendapatkan keuntungan lainnya yaitu berat badan ideal yang menjadi impian bagi banyak orang. Jadi mindset pertama yang perlu ditanamkan adalah mengonsumsi makanan yang sehat

Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan suatu analisis yang bertujuan untuk mengetahui apakah ide bisnis tersebut layak dijalankan atau tidak (Indrawan & Kristian, 2019). Kelayakan bisnis tersebut dapat diukur dengan menentukan analisis pemasaran, manajemen, keuangan, dan juga dalam aspek produksi (Wahyuni *et all*, 2022). Dalam penelitian ini, akan dibahas mengenai analisis studi kelayakan bisnis dari usaha Jhilty Food dari beberapa aspek. Aspek yang dibahas yaitu aspek pemasaran, teknologi, keuangan, manajemen sumber daya manusia, dan juga dari aspek hukum dan lingkungan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan dua metode penelitian, yaitu metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif dilakukan dengan cara peninjauan studi literatur untuk menentukan bagaimana membentuk aspek pemasaran, manajemen, dan hal lainnya yang tidak dapat diukur dengan satuan

angka. Sedangkan metode kuantitatif dilakukan untuk menentukan aspek keuangan dan perhitungan lainnya yang dapat diukur dengan satuan angka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

I. ASPEK PEMASARAN

A. SEGMENTASI PASAR

1. Geografis

Tempat usaha yang sudah dipertimbangkan adalah di rumah salah satu milik salah satu anggota kelompok usaha kami. Rumah ini berada di daerah pintu masuk kota dan dekat dengan tempat pemukiman penduduk, serta dekat dengan pasar di pusat kota. Oleh karena itu, lokasi tempat usaha ini menjadi strategis untuk berjualan minuman. Tempat usaha tersebut berlokasi di Kota Malang sehingga akan fokus penyebaran produk ke daerah Malang Raya.

2. Demografis

Usaha penjualan minuman susu kacang mete ditujukan kepada anak-anak hingga dewasa. Namun, konsumen utama yang kita tuju adalah anak-anak atau orang dewasa yang memiliki alergi dengan susu sapi dan orang yang sedang menjalani diet.

3. Income Segementasi

Produk ini berbentuk botol ukuran 250 ml akan dijual dengan harga sebesar Rp16.000.

B. TARGETING

Target yang akan kami pilih adalah target product specialization di mana usaha kita berfokus untuk memproduksi berbagai produk yang berbahan dasar kacang mete ke berbagai segmen pasar. Akan tetapi, untuk permulaan kami masih memproduksi satu produk. Jika produk susu mete ini sudah berkembang, maka kami akan berinovasi lagi dengan produk baru berbahan dasar susu mete. Selain itu, target utama usaha kami adalah orang dewasa yang melakukan diet dan anak-anak yang memiliki alergi dengan susu sapi.

C. POSITIONING

Produksi susu kacang mete akan memberikan banyak varian rasa. Rasa paling dasar adalah rasa stroberi, original, cokelat, dan vanilla. Selain itu, terdapat varian yang lain, seperti madu, matcha, blueberry, mix berry, choco mint, dan mangga. Varian rasa tersebut menjadi pembeda dengan susu yang diproduksi oleh produsen lain. Hal tersebut merupakan inovasi dari produk kami.

Selanjutnya, produk ini diproduksi dengan baik sehingga memiliki kualitas yang baik. Dan terdapat banyak varian rasa yang bisa diterima oleh semua kalangan masyarakat. Sehingga, keunggulan yang dimiliki produk ini merupakan produk yang berkualitas tinggi dan diminati oleh target konsumen.

Selain itu, kacang mete memiliki banyak manfaat berikut ini:

1. Menambah kesehatan jantung

Kacang mete memiliki kandungan yang dapat menurunkan kadar kolesterol jahat (LDL) dan trigliserida dalam darah, yaitu asam lemak tak jenuh tunggal dan ganda. Rendahnya kedua kadar tersebut dapat mengurangi risiko penyakit serangan jantung, stroke, dan kardiovaskuler. Selain itu, kandungan lain yang terdapat di dalamnya (Vitamin dan

mineral) dapat membantu melawan penyakit jantung. Dengan mengkonsumsi kacang mete selama empat kali dalam seminggu akan menurunkan risiko jantung coroner sebesar 37% daripada seseorang yang tidak mengkonsumsi kacang-kacangan.

2. Membantu dalam peningkatan kepadatan tulang
Kandungan kacang mete yang kaya akan mineral tambang yang jumlahnya sebesar 4.700 mikrogram mineral tembaga dalam 100 gram kacang mete yang fungsinya untuk menggantikan jaringan ikat dan kolagen yang rusak. Kekurangan mineral tembaga ini akan membuat tulang menjadi tidak padat sehingga memunculkan sebuah penyakit, yaitu osteoporosis. Sementara itu, kandungan lainnya adalah magnesium yang berperan dalam pembentukan tulang dan membantu menyerap kalsium ke dalam tulang sehingga tulang menjadi kuat.
3. Membantu dalam penurunan berat badan
Kacang-kacangan yang termasuk kacang mete tidak akan menyebabkan kenaikan berat badan. Tetapi, mengkonsumsi kacang mete dengan rutin akan menjaga berat badan tetap ideal. Hal tersebut dikarenakan kacang mete mengandung lemak tak jenuh tunggal yang dapat membantu mengurangi penumpukkan lemak. Selanjutnya, kacang mete juga dapat meningkatkan rasa kenyang yang membuat orang yang mengkonsumsinya tidak makan banyak.
4. Baik untuk kesehatan mata
Kandungan kacang mete, yaitu antioksidan lutein dan zeaxanthin dapat melindungi mata dari kerusakan yang menimbulkan kebutaan.
5. Mencegah batu empedu
Seseorang yang mengkonsumsi 143 gram kacang mete akan menurunkan risiko penyakit batu empedu dibandingkan dengan seseorang yang hanya mengkonsumsi 28,6 gram kacang per minggunya.
6. Membantu metabolisme tubuh
Kacang mete dapat membantu metabolisme kolesterol, lemak, dan protein dalam tubuh. Proses tersebut akan digunakan untuk membuat protein yang berguna dalam penyembuhan luka.
7. Mengandung banyak zat besi
Kandungan zat besi pada kacang mete sangat banyak. Zat besi sendiri berfungsi untuk membantu produksi heme di sel darah merah yang termasuk dalam senyawa pembentuk hemoglobin. Hemoglobin berfungsi untuk alat transportasi oksigen dalam tubuh. Sementara itu, zat besi berfungsi untuk mendukung sistem imun tubuh dengan membantu sel darah putih melawan organisme-organisme yang menginfeksi tubuh.

D. MERAMALKAN PERMINTAAN & PENAWARAN

Peramalan permintaan dalam bisnis ini masih bersifat perkiraan dikarenakan bisnis ini belum direalisasikan sehingga belum ada produk yang ditawarkan ke masyarakat. Kami memperkirakan bahwa permintaan akan meningkat sebesar 10% setiap tahunnya.

Tabel 1. Estimasi Permintaan

Permintaan	Estimasi Permintaan per Hari	Estimasi Permintaan per Bulan	Estimasi Permintaan per Tahun
Baik	22	660	7.920
Normal	20	600	7.200
Buruk	18	540	6.480

Berdasarkan tabel 1, pada tahun 2021, kami menargetkan penjualan sebesar 7.200 box dalam setahun dengan harga jual Rp15.000 dan meningkat sebesar 10% setiap tahunnya menjadi 7.920 box di tahun 2022 dengan harga jual Rp15.000, 8.712 box di tahun 2023 dengan harga jual Rp15.000. Harga akan naik tergantung dengan keadaan lingkungan dan kami memprediksi untuk tiga tahun yang akan datang belum ada pengaruh dari lingkungan sehingga harga penjualan tidak akan naik.

Sedangkan, untuk penawaran yang akan berikan kepada pelanggan adalah dengan memproduksi susu 7.200 botol setiap tahun untuk buka pertama kali. Apabila bisnis sudah berkembang kami akan menaikkan penawaran kami menjadi 10% setiap tahun akan kami penuhi.

E. ANALISIS PERSAINGAN

Analisis persaingan produk ini menggunakan analisis SWOT, yaitu:

a. *Strength*

- Memiliki pekerja yang sangat kompeten dan terampil
- Teknologi yang teruji dengan baik secara kuantitas dan kualitas
- Lokasi usaha yang strategis
- Pelayanan yang ramah dan memadai

b. *Weak*

- Karena produk ini mudah untuk dibuat sehingga akan banyak pengusaha yang mulai memproduksi produk yang sama

c. *Opportunity*

- Potensi produk ini sangat besar dikarenakan produk ini jarang diproduksi dan hal yang baru sebab hanya sedikit masyarakat yang pernah mengetahuinya, tetapi tidak pernah mencobanya.

d. *Threat*

- Menurunnya daya beli masyarakat
- Muncul pesaing modal yang lebih kuat
- Muncul pesaing yang memproduksi produk lebih baik dan sesuai dengan permintaan pasar

F. BAURAN PEMASARAN

a. Faktor Harga

Produk susu mete akan dijual dengan harga pokok penjualannya sebesar Rp16.000 dengan kualitas yang baik pada setiap produk dan harganya terjangkau. Di awal penjualan akan terdapat berbagai potongan diskon untuk menarik minat konsumen. Serta cara membayar untuk usaha ini bisa dilakukan dengan kas, kartu kredit, ataupun transfer.

b. Faktor produk

Target utama adalah orang dewasa yang melakukan diet dan anak-anak yang memiliki alergi terhadap susu sapi. Oleh karena itu, desain dan bentuk produk akan disesuaikan dengan tingkat konsumen serta dapat mengikuti selera konsumen. Target yang lain adalah anak-anak hingga orang yang sudah tua. Produk akan dikemas dengan menggunakan botol berukuran 250 ml yang nantinya akan dipasang label dari merek susu ini.

c. Faktor promosi

Upaya yang akan dilakukan oleh usaha ini untuk memperluas dan mengenalkan produk kepada masyarakat dengan membuat brosur dan pamflet yang akan disebar di tempat umum, seperti pasar, tempat pembelanjaan, alun-alun kota, taman kota, dan lainnya. Selain itu, penggunaan media sosial dapat digunakan untuk menambahkan bentuk promosi, khususnya Instagram, Facebook, Whatsapp, dan yang lainnya. Selanjutnya, penggunaan website juga dilakukan dengan diberikan informasi lebih lanjut tentang perusahaan dan produk yang dijual. Berikut ini merupakan rencana promosi usaha ini:

1. Di tahun pertama, usaha ini akan fokus promosi untuk mengenalkan produknya ke kalangan masyarakat, seperti menyebarkan brosur dan pamflet. Dan menggunakan media internet untuk menunjangnya.
2. Saat grand opening perusahaan, perusahaan akan menjual produk dengan harga promosi untuk menarik pelanggan agar berlangganan dengan produk tersebut.
3. Periode berikutnya akan dilakukan promosi seperti di tahun pertama, tetapi kuantitasnya akan berbeda dari sebelumnya.
4. Promosi produk juga dilakukan di situs jual beli online, seperti Shopee dan Tokopedia. Situs-situs ini akan mempromosikan produk ke luar daerah Kota Malang. Promo ini akan dilakukan jika produksi sudah mencapai lima tahun.

d. Faktor distribusi

Susu mete akan didistribusikan melalui:

1. Penjual eceran di beberapa daerah dengan sistem konsinyasi
Untuk daerah di luar Malang Raya kami akan bekerjasama dengan penduduk di daerah lain sebagai distributor. Sementara itu, jika pesanan dari luar daerah berasal dari situs online, maka kami akan mengirimkannya melalui jasa pengiriman.
2. Dijual langsung di tempat produksi
Kami akan menjual dan mengantarkan sendiri jika pesanan yang ada berada di area Malang Raya.

II. ASPEK TEKNIK DAN TEKNOLOGI

A. PEMILIHAN DAN PERENCANAAN PRODUK

Kami memilih produk susu mete yang cara pembuatannya tidak sulit. Untuk menghasilkan susu mete yang berkualitas baik hal yang perlu diperhatikan, yaitu pemilihan bahan baku yang akan digunakan dalam proses produksi susu kacang mete.

Terdapat beberapa tahap dalam proses produksi susu kacang mete. Pertama, bersihkan kacang mete dengan air. Kedua, haluskan kacang mete dengan air di dalam

blender berkecepatan tinggi hingga halus. Kemudian, tambahkan madu dan garam secukupnya dan blender lagi hingga halus. Selanjutnya, saring menggunakan saringan atau kain kasa. Setelah disaring rebus susu kacang sambil diaduk hingga mendidih. Berikutnya, angkat susu dan dinginkan. Jika sudah dingin susu dapat ditambahkan dengan perisa sesuai selera dan aduk susu hingga perisa tercampur merata. Lalu susu tersebut akan dimasukkan kedalam botol yang sudah disiapkan. Setelah itu, masukan susu kedalam botol dan tutup botol tersebut menggunakan mesin penutup botol agar tertutup rapat. Terakhir susu akan dikemas dan dimasukkan ke lemari pendingin untuk diawetkan.

B. PEMILIHAN TEKNOLOGI

Teknologi yang digunakan untuk membuat susu dan ini bersifat konvensional. Kami hanya menggunakan teknologi seperti blender, lemari pendingin dan kompor gas untuk digunakan dalam proses produksi dan penyimpanan produk. Selain itu, kami juga menggunakan mesin penutup botol untuk digunakan dalam proses pengemasan. Kami memilih menggunakan teknologi tersebut dikarenakan teknologi tersebut sudah cukup digunakan dalam proses produksi kami pada tahap awal ini dan kami juga tidak memiliki modal yang banyak untuk membeli alat yang lebih modern.

C. PERENCANAAN JUMLAH PRODUKSI

a. Analisis jumlah permintaan pasar

Tabel 2. Persentase Pengeluaran Perkapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas di Kota Malang

Kelompok Komoditas Makanan	Persentase Pengeluaran Perkapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas Makanan di Kota Malang (Persen (%))		
	2018	2019	2020
Telur dan Susu	7.28	6.53	7.00

Tabel 3. Persentase Pengeluaran Perkapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas di Kota Batu

Kelompok Komoditas Makanan	Persentase Pengeluaran Perkapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas Makanan di Kota Batu (Persen (%))	
	2018	2019
Telur dan Susu	2.66	2.89

Tabel 4. Persentase Pengeluaran Perkapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas di Kabupaten Malang

Kelompok Komoditas Makanan	Persentase Pengeluaran Perkapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas Makanan di Kabupaten Malang (Persen (%))		
	2018	2019	2020
Telur dan Susu	6.07	6.08	5.92

Dari data di atas terlihat bahwa pengeluaran masyarakat untuk konsumsi susu di daerah Malang Raya sedikit menurun sehingga untuk meningkatkan hal tersebut kami berinovasi dengan produk susu yang lain. Inovasi ini bertujuan untuk

mendongkrak konsumsi susu masyarakat daerah Malang Raya semakin meningkat. Oleh karena itu, kami memperkirakan bahwa produk susu kami dapat terjual di daerah Malang Raya dan diterima masyarakat. Kami memperkirakan bahwa kami dapat menjual sebanyak 20 botol susu mete yang berisi 250 ml per botol dalam sehari.

b. Kapasitas Produksi

Dengan menggunakan beberapa blender dan panci yang besar serta alat penutup botol, jumlah produksi dari produk kami dapat mencapai hingga 5 liter susu mete dalam sehari. Walaupun kami dapat memproduksi sebanyak 5 liter dalam sehari, kami hanya akan memproduksi dalam dua hari sekali sehingga jumlah produksi yang kita lakukan adalah sebesar 10 liter susu mete. Tetapi, jika terdapat pesanan dalam jumlah besar kami dapat melayani hingga 200 botol susu mete dalam satu hari produksi.

III. ASPEK MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

A. PERENCANAAN

Terdapat berbagai pekerjaan yang dibutuhkan supaya aktivitas usaha dapat berjalan dengan efektif. Oleh karena itu, pekerjaan yang ada terbagi menjadi berbagai bagian sebagai berikut:

- a. Bagian Produksi : 4 pekerja
- b. Bagian Pemasaran : 1 pekerja
- c. Bagian Pengiriman : 2 pekerja
- d. Bagian Keuangan : 1 pekerja

Namun, karena modal yang ada untuk usaha hanya sedikit, maka semua pekerjaan setiap bagian akan dilakukan oleh pemilik. Hal ini dilakukan untuk mengurangi pengeluaran yang berlebihan dan mengefektifkan kegiatan usaha. Sehingga perencanaan tersebut diperkirakan dapat direalisasikan dalam lima tahun yang akan datang.

B. SPESIFIKASI PEKERJAAN

Meskipun pekerjaan akan dilakukan oleh pemilik, deksripsi pekerjaan akan diberikan sebagai berikut:

- a. Bagian Produksi
 - Belanja bahan baku
 - Mengelola bahan baku hingga menjadi barang jadi
 - Pengemasan produk
- b. Bagian Pemasaran
 - Memasarkan produk
 - Menawarkan produk ke toko terdekat atau warung
 - Memasarkan produk di situs online
 - Mencari peluang pasar
- c. Bagian Pengiriman
 - Mengantarkan pesanan
 - Menjamin keselamatan produk saat dikirimkan
- d. Bagian Keuangan
 - Melakukan pembayaran yang dilakukan demi keberlangsungan usaha
 - Melakukan penagihan pembayaran atau utang
 - Mencatat pemasukan dan pengeluaran

- Mengelola dan membuat laporan penjualan sehari-hari
- Mengelola laporan transaksi
- Membuat laporan laba rugi

IV. ASPEK HUKUM DAN LINGKUNGAN

A. ASPEK HUKUM

Agar usaha yang kami dirikan ini memiliki nilai kekuatan hukum sebagai badan usaha, kami akan mendapatkan ijin usaha menengah kecil (IUMK). IUMK adalah tanda legalitas kepada seseorang atau pelaku usaha/kegiatan tertentu dalam bentuk izin usaha mikro dan kecil dalam bentuk naskah satu lembar. IUMK diharapkan dapat memberikan kepastian hukum dan menjadi sarana pemberdayaan bagi pelaku usaha mikro dan kecil dalam mengembangkan usaha kami.

Dasar Hukum

- UU No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- PP No.98 Tahun 2014 tentang Perizinan Untuk Usaha Mikro dan Kecil.
- Permendagri No.83 Tahun 2014 tentang Pedoman Pemberian Izin Usaha Mikro dan Kecil.

B. ASPEK LINGKUNGAN (ANALISIS AMDAL)

Pendirian usaha produksi susu kacang mete kami merupakan usaha yang ramah lingkungan dan tidak menimbulkan dampak yang buruk bagi lingkungan sekitar jadi kami tidak perlu mengolah limbah dari proses produksi kami. Setelah melakukan produksi, kami mengumpulkan limbah dan sampah yang dikeluarkan dari proses produksi produk kami dan setelahnya kami dan membuang sampah tersebut pada tempatnya.

a. Analisis Lingkungan Operasional

Lingkungan operasional adalah jenis lingkungan yang terdekat dengan aktivitas perusahaan. Lingkungan operasional meliputi pegawai, pelanggan, kreditor, dan pesaing.

1. Lingkungan Pesaing

Pesaing adalah perusahaan atau unit bisnis yang menghasilkan atau menjual produk serupa, baik barang ataupun jasa. Dalam usaha bisnis susu kacang mete ini tentu terdapat pesaing yang banyak di industry minuman khususnya susu. Produk kami memiliki keunggulan bahwa produk kami cocok dikonsumsi bagi yang sedang diet dan memiliki alergi terhadap susu sapi jadi produk kami bias bersaing dengan produk susu lainnya, selain itu masih belum banyak orang yang memproduksi susu kacang mete jadi produk kami memiliki lebih banyak peluang untuk mendapat pelanggan.

2. Lingkungan Pelanggan

Pelanggan bisa dijadikan tolak ukur apakah konsumen menyukai produk yang dihasilkan, agar konsumen membeli terus menerus produk yang dihasilkan. Pelanggan adalah faktor terpenting yang akan memajukan usaha bisnis. Sasaran pelanggan susu kacang mete adalah segala usia baik itu dari anak-anak sampai orang dewasa, tapi produk kami lebih mengkhususkan orang yang sedang diet, vegan dan orang yang mempunyai alergi terhadap susu sapi.

3. Lingkungan Pemasok

Pemasok adalah pihak yang menyediakan bahan baku yang dibutuhkan perusahaan lain. Pemasok yang digunakan susu kacang mete adalah pemasok yang menjual kacang di daerah Malang atau bisa dari penjual online. Pemasok ini digunakan untuk memberi kepastian terkait ketersediaan bahan baku utama yang digunakan dalam proses bisnis.

4. Lingkungan Kreditor

Pihak kreditor yang meminjamkan modalnya untuk usaha bisnis susu kacang mete ini adalah dosen kami. Pihak kreditor menginginkan untuk mendapat pembagian hasil pendapatan dari usaha ini.

5. Lingkungan Pegawai

Pegawai untuk usaha bisnis ini membutuhkan 2 orang pegawai pada tahap awal. Pegawai dari usaha ini sekarang masih kami sendiri tapi dimasa depan kami berencana untuk menambah pegawai. Bagian produksi dan keuangan dilakukan kami berdua, bagian pemasaran dilakukan Farhah, bagian pengiriman dilakukan oleh Bagas. Pegawai sangat dibutuhkan untuk proses tercapainya tujuan usaha bisnis.

b. Analisis Lingkungan Dekat

1. Ancaman Pendetang Baru

Pada pasar persaingan sempurna, terdapat sedikit hambatan untuk masuk dan keluar pasar sehingga memudahkan hadirnya pendatang baru. Akibatnya, persaingan dalam menjual produk lebih ketat. Kondisi ini mengharuskan perusahaan untuk menyusun strategi dan memunculkan inovasi. Dengan adanya susu kacang mete, bisa saja pendatang baru menjual produk dengan bahan baku yang sama atau minuman sejenis dengan bahan baku lainnya. Kami akan mengatasi ancaman pendatang baru ini dengan terus menjaga kualitas produk dan melakukan inovasi terhadap produk kami.

2. Kekuatan Pemasok

Pemasok yang digunakan oleh usaha bisnis harus mempunyai sumber yang kuat dan tidak terputus rantai pasokannya. Pemasok bahan baku kami memiliki sumber daya yang kuat, selain itu kami juga masih bisa mengambil alternative untuk membeli bahan baku di pemasok lain karena bahan baku yang kami gunakan mudah untuk dicari.

3. Ancaman Produk Pengganti

Produk kami memiliki cukup banyak produk pengganti yang beredar di daerah sekitar. Produk pengganti dari produk kami diantaranya ialah berbagai macam susu yang dijual ditoko toko dan berbagai macam minuman lainnya. Mengetahui hal ini kami akan terus berusaha untuk menjaga kualitas produk kami dan mencoba membuat produk yang dapat diterima masyarakat dengan baik.

4. Kekuatan Pembeli

Pembeli akan membantu keberhasilan usaha bisnis yang dijalankan. Jika pembeli menyukai susu terutama susu nabati, maka usaha akan terus berjalan dan meningkatkan profit yang akan diperoleh. Harga dari produk kami tidak terlalu mahal jadi masyarakat dengan penghasilan yang tidak besar juga dapat membeli produk kami.

V. ASPEK KEUANGAN

A. SUMBER PENDANAAN

Sumber pendanaan didapatkan dari modal yang diberikan oleh dosen sebesar Rp15.000.000. Dengan demikian modal yang dimiliki oleh usaha ini adalah Rp15.000.000.

B. KEBUTUHAN INVESTASI

1. Biaya Operasional per Bulan

Tabel 5. Biaya Operasional per Bulan

Jenis Pengeluaran	Satuan	Harga Satuan	Total Harga
Kacang Mente	16 Kg	Rp130.000	Rp2.080.000
Botol	600 Pcs	Rp550	Rp330.000
Madu	4 Kg	Rp115.000	Rp500.000
Garam	2 Kg	Rp29.000	Rp58.000
Bubuk Kayu Manis	1 Kg	Rp145.000	Rp145.000
Perisa Madu	1 Botol (750 ml/botol)	Rp100.000	Rp100.000
Perisa Cokelat	1 Botol (750 ml/botol)	Rp100.000	Rp100.000
Perisa Vanila	1 Botol (750 ml/botol)	Rp100.000	Rp100.000
Perisa Stroberi	1 Botol (750 ml/botol)	Rp100.000	Rp100.000
Perisa Matcha	1 Botol (750 ml/botol)	Rp100.000	Rp100.000
Perisa Blueberry	1 Botol (750 ml/botol)	Rp100.000	Rp100.000
Perisa Mix Berry	1 Botol (750 ml/botol)	Rp100.000	Rp100.000
Perisa Choco Mint	1 Botol (750 ml/botol)	Rp100.000	Rp100.000
Perisa Mangga	1 Botol (750 ml/botol)	Rp100.000	Rp100.000
Stiker Usaha	2 Lembar A3	Rp25.000	Rp50.000
Total Biaya Variabel			Rp4.063.000

2. Biaya Peralatan Penunjang

Tabel 6. Biaya Peralatan Penunjang

Jenis Pengeluaran	Satuan	Harga Satuan	Total Harga
Bak Plastik Besar	3 Buah	Rp35.000	Rp105.000
Lemari Pendingin	1 Buah	Rp2.000.000	Rp2.000.000
Kabel Roll	1 Buah	Rp150.000	Rp150.000
Sendok	5 Buah	Rp4.000	Rp20.000
Saringan	3 Buah	Rp20.000	Rp60.000
Panci Pembuat Susu	1 Buah	Rp527.500	Rp527.500
Mesin Penutup Botol	1 Buah	Rp1.900.000	Rp1.900.000
Total Biaya Peralatan Penunjang			Rp4.762.500

3. Biaya Pemasaran

Tabel 7. Biaya Pemasaran

Jenis Pengeluaran	Satuan	Harga Satuan	Total Harga
Baner	1 Buah	Rp250.000	Rp250.000
Kartu Nama	50 Buah	Rp2.000	Rp100.000
Cetak Pamflet	50 Lembar	Rp5.000	Rp250.000
Total Biaya Pemasaran			Rp600.000

4. Biaya Lain-lain

Tabel 8. Biaya Lain-Lain

Jenis Pengeluaran	Satuan	Harga Satuan	Total Harga
Alat Tulis	1 Paket	Rp75.000	Rp75.000
Stempel	1 Buah	Rp60.000	Rp60.000
Nota	2 Buah	Rp20.000	Rp40.000
Kantong Plastik	3 Bungkus	Rp25.000	Rp75.000
Listrik	-	Rp150.000	Rp150.000
Air	-	Rp250.000	Rp250.000
Internet	1 Perangkat	Rp175.000	Rp175.000
Total Biaya Tetap			Rp825.000

5. Biaya Gaji Karyawan

Tabel 9. Gaji Karyawan

Biaya Gaji	Jumlah per Bulan	Jumlah per Tahun
2 Karyawan	Rp1.500.000	Rp18.000.000

Jumlah Modal Awal

1.) Biaya Operasional	Rp4.063.000
2.) Biaya Peralatan Penunjang	Rp4.762.500
3.) Biaya Publikasi	Rp600.000
4.) Biaya Lain-Lain	Rp825.000
5.) Biaya Gaji Karyawan perbulan	Rp1.500.000
Total Modal awal yang dibutuhkan	Rp11.750.500

6. Harga Pokok Penjualan

$$\begin{aligned}
 \text{HPP} &= \frac{\text{Biaya yang diperlukan untuk Membuat Minuman}}{\text{Jumlah Produksi}} \\
 &= \frac{\text{Rp6.988.000}}{600} \\
 &= \text{Rp11.646}
 \end{aligned}$$

7. Harga Jual

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Jual} &= \text{Harga Pokok} + [\text{Laba} (\%) \times \text{Harga Pokok}] \\
 &= \text{Rp11.646} + (35\% \times \text{Rp11.646}) \\
 &= \text{Rp11.646} + \text{Rp4.076} \\
 &= \text{Rp15.722} \\
 &= \text{Rp16.000}
 \end{aligned}$$

SIMPULAN

Jhilty Food merupakan sebuah bisnis yang dirintis oleh mahasiswa Universitas Negeri Malang yang bergerak di bidang kuliner yang memproduksi produk makanan 4 sehat 5 sempurna yang sehat, bergizi, rendah kalori, namun kaya akan vitamin dan serat, seperti kotak bekal makan dalam bentuk yang praktis yang dapat dibawa kemana saja dan harga yang terjangkau sehingga cocok untuk kalangan remaja maupun dewasa seperti mahasiswa dan pegawai kantor. Masyarakat dapat mendapatkannya melalui media sosial seperti instagram, facebook, tiktok, e-commerce, dan lainnya. Berdasarkan Analisa kelayakan bisnis yang telah kami buat, dapat disimpulkan bahwa usaha jhilty food ini layak untuk dijalankan

DAFTAR PUSTAKA

- Faradiba, B., & Musmulyadi, M. (2020). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Usaha Waralaba Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian “Alpokatkocok_Doubig” Di Makassar. *PAY Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 2(2), 52-61.
- Gunawan, K. (2019). Peran Studi Kelayakan Bisnis Dalam Peningkatan UMKM (Studi Kasus UMKM di Kabupaten Kudus). *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 6(2), 101-115.
- Kristian, W., & Indrawan, F. (2019). Studi Kelayakan Bisnis dalam Rangka Pendirian XX Cafe. *Jurnal Akuntansi*, 11(2), 379-400. <https://doi.org/10.28932/jam.v11i2.1932>
- Wahyuni, W., Fatih, M., Syahrani Hsb, R., Sakina, S., & Suhairi, S. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Aspek Produksi. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 2(2), 126-134. <https://doi.org/10.47467/visa.v2i2.960>