

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA SAY CHEESE!

Hasna Najwa Sabrina¹, Riezka Putri Imanda², Fiqri Alief Fahrijal³, Perwito⁴
Universitas Muhammadiyah Bandung, Jawab Barat, Indonesia^{1,2,3,4}
Email: hasnanajwas164@gmail.com¹, riezkaptr@gmail.com², fiqrialief0@gmail.com³,
perwito@umbandung.ac.id⁴

Keywords

Abstrak

Business Feasibility Study, Say Cheese, The Aspects

The business feasibility study on the Say Cheese! business contains an analysis of the study of whether or not this business is feasible by examining in terms of market and marketing aspects, financial aspects, technical and operational aspects, and management aspects. The method used is by direct observation or observation related to the business to be run, as well as a literature study of related journals to serve as additional references. The results of the analysis show that the Say Cheese! business is feasible or recommended to run, because the aspects of the business feasibility study show positive results to run.

Studi Kelayakan Bisnis, Say Cheese, Aspek-Aspek

Studi kelayakan bisnis pada usaha Say Cheese! berisikan analisis studi tentang layak atau tidaknya usaha ini dengan mengkaji dari segi aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis dan operasional, serta aspek manajemen. Metode yang digunakan ialah dengan mengamati secara langsung atau observasi terkait usaha yang akan dijalankan, serta studi literatur jurnal terkait untuk dijadikan referensi tambahan. Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha Say Cheese! layak atau direkomendasikan untuk berjalan, karena dari aspek-aspek studi kelayakan bisnis menunjukkan hasil yang positif untuk dijalankan.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan usaha dalam bidang kuliner semakin meningkat seiring berjalannya waktu, munculnya berbagai inovasi, kreasi, dan perkembangan zaman menjadi salah satu faktor utamanya. Pada bidang kuliner penutup terdapat salah satu inovasi usaha yaitu dessert box, yang terkenal belakangan ini karena ciri khasnya yang manis namun praktis untuk dikonsumsi.

Dessert box ini juga mempunyai berbagai variasi dan rasa yang digemari oleh banyak kalangan masyarakat, terutama masyarakat usia muda. Hal ini membuka peluang bisnis yang sangat menjanjikan bagi para pebisnis, begitu pula dengan usaha yang akan dijalankan yaitu "Say Cheese!". Say Cheese! merupakan salah satu inovasi usaha kuliner dessert box dengan menggunakan kombinasi biskuit dan keju yang gurih.

Usaha Say Cheese! ini juga memberikan peluang yang besar, namun terdapat juga beberapa risiko yang mungkin akan terjadi.

Dalam mengurangi risiko yang akan terjadi, dilakukan analisis terkait studi kelayakan bisnis Say Cheese!, analisis ini meliputi: aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek teknik dan operasional, aspek manajemen, aspek hukum, aspek sosial dan ekonomi, serta aspek AMDAL. Diharapkan dengan adanya analisis ini, usaha Say Cheese! bisa direkomendasikan untuk beroperasi, dan mengurangi risiko yang terjadi pada saat pelaksanaannya. Berdasarkan paparan tersebut, penelitian ini berjudul **“Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Say Cheese!”**

KAJIAN TEORITIS

Studi Kelayakan Bisnis merupakan penelitian yang bertujuan untuk memutuskan apakah sebuah ide bisnis layak untuk dilaksanakan atau tidak. Sebuah Ide bisnis layak dilaksanakan jika ide tersebut dapat mendatangkan manfaat yang lebih besar bagi semua pihak dibandingkan dengan dampak negatif yang ditimbulkan (Suliyanto, 2010). Dalam studi kelayakan bisnis terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan untuk meninjau sebuah bisnis, yaitu:

Aspek Pasar dan Pemasaran

Dalam aspek pasar diperlukan beberapa strategi marketing agar produk sampai kepada pelanggan yang tepat. Salah satu strategi marketing yang dapat di gunakan ialah strategi STP atau Segmenting Targeting dan Positioning.

- 1) Segmenting atau segmentasi pasar adalah strategi yang digunakan untuk mengklasifikasikan pelanggan berdasarkan kriteria, diantaranya: Demografis, Geografis, Psikografis, dan Perilaku.
- 2) Targeting adalah tahap untuk menilai dan memilih segmentasi pasar yang akan menjadi target pada bisnis.
- 3) Positioning adalah strategi komunikasi untuk mempengaruhi konsumen terhadap suatu brand atau produk.

Pemasaran merupakan suatu aktivitas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang ada melalui penciptaan pertukaran yang saling menguntungkan. Konsep dasar pemasaran adalah startegi pemasaran yang terdiri dari berbagai unsur di dalamnya. Unsur-unsur yang terdapat dalam Marketing mix 4P:

- 1) Product (Produk/Jasa): Meliputi jenis-jenis produk, kualitas, desain, merek, kegunaan, kemasan, dan ukuran.

- 2) Price (Harga): Meliputi daftar harga, potongan atau bonus. Biasanya digunakan oleh konsumen sebagai indikator kualitas.
- 3) Promotion (Promosi): Meliputi promosi penjualan, periklanan, hubungan masyarakat, dan penjualan langsung.
- 4) Place (Tempat): Meliputi lokasi, pergudangan, transportasi, cakupan ataupun saluran distribusi.

Aspek Keuangan

Aspek keuangan merupakan aspek yang digunakan untuk menilai biaya-biaya apa saja yang akan dikeluarkan dan seberapa besar biaya-biaya yang akan dikeluarkan. Kemudian juga meneliti seberapa besar pendapatan yang akan diterima jika usaha jadi dijalankan. Aspek keuangan meliputi:

- 1) Pay Back Period

Pay Back Period adalah jangka waktu untuk mengembalikan jumlah investasi yang direncanakan.

$$PP = \text{Modal awal} / \text{Laba Bersih Bulanan}$$

- 2) Return Of Investment (ROI)

ROI adalah rasio yang menunjukkan hasil atas jumlah aktiva yang digunakan.

$$ROI = (\text{Laba Bersih Tahunan} / \text{Modal awal}) \times 100\%$$

- 3) Net Present Value (NPV)

NPV adalah perbandingan antara PV kas bersih dengan PV investasi selama umur investasi.

$$NPV = \sum (\text{Arus kas tahun ke-}t / (1+r)^t) - \text{Investasi Awal}$$

- 4) Internal Rate of Return (IRR)

IRR adalah tingkat bunga yang menyamakan antara present value dari semua aliran kas masuk dengan aliran kas keluar dari suatu investasi proyek.

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{(NPV_1 - NPV_2)} (i_2 - i_1)$$

Aspek Teknis dan Operasional

Aspek teknis dan operasional meliputi perencanaan produk, rencana kualitas, rencana kapasitas produksi, perencanaan lokasi, perencanaan tata letak, perencanaan jumlah produksi, manajemen persediaan bahan baku, pengawasan kualitas produk, serta metode dan jenis teknologi yang digunakan.

Aspek Manajemen dan Organisasi

Aspek manajemen dan organisasi merupakan pencapaian organisasi dengan cara yang efektif dan efisien melalui fungsi manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan. Serta fungsi yang bersifat operatif seperti rekrutmen, kompensasi, dan lain-lain.

Aspek AMDAL

AMDAL (Analisis Dampak Lingkungan), aspek ini meliputi perubahan pada lingkungan baik bersifat positif atau negatif yang diakibatkan oleh suatu usaha atau kegiatan. AMDAL merupakan salah satu alat pengelolaan lingkungan hidup yang digunakan secara efektif.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis studi kelayakan bisnis dessert box Say Cheese! adalah metode kualitatif. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang berasal dari jurnal, e-book, dan internet.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Say Cheese! merupakan usaha yang bergerak di bidang makanan terutama makanan penutup atau *dessert*. Makanan penutup ini tidak disajikan di piring, melainkan di wadah berbentuk kotak yang praktis sehingga bisa dibawa kemana pun. Dessert ini dapat dijadikan sebagai pilihan yang tepat untuk menemani momen bersama teman dan keluarga.

A. Analisis Aspek Pasar dan Pemasaran

Dalam aspek pasar kami mengklasifikasikan berdasarkan segmenting, targeting dan positioning:

- 1) Segmenting : Say Cheese ini penyasar usia remaja sampai dewasa sekitar usia 15-35 tahun yang masih penasaran akan makanan baru dan aktif di media sosial, dengan pendapatan menengah kebawah. Say Cheese! ini juga terletak pada lokasi yang sangat strategis dekat dengan jalanan besar, toko toko, dan area perkantoran.
- 2) Targeting : Usaha kami menargetkan pelajar, mahasiswa, ibu rumah tangga, dan konsumen yang menyukai makanan penutup yang manis dan bercita rasa keju.
- 3) Positioning : Say Cheese memosisikan sebagai alternatif makanan penutup trendi yang manis dan praktis untuk dikonsumsi.

Selain strategi segmentasi pasar, kami juga menentukan strategi pemasaran menggunakan *Marketing mix 4P*:

1) Product (Produk)

Produk yang kami jual adalah dessert box, pada umumnya dessert merupakan makanan penutup yang memiliki rasa manis. Seperti namanya, Produk yang kami sajikan berupa susunan crackers yang dilumuri cream cheese/keju hingga berlapis-lapis kemudian ditambah berbagai pilihan topping sesuai selera konsumen seperti crumble, glaze, dan buah-buahan. Untuk pengemasan, kami menggunakan box thinwall berukuran 200ml yang diberi stiker/label usaha kami serta sendok plastik berukuran kecil.

2) Price (Harga)

Harga yang kami tetapkan sebesar Rp10.000 untuk ukuran 200ml. Harga tersebut kami dapatkan dari harga pokok produksi yang telah diperhitungkan dengan mark up keuntungan dari Say Cheese! yang akan diperjelas di dalam aspek keuangan.

3) Promotion (Promosi)

Strategi promosi yang kami lakukan guna memperkenalkan produk kepada konsumen ialah promosi di sosial media seperti instagram, whatsapp, tiktok, dsb. Dan memberikan promo spesial untuk soft opening.

4) Place (Tempat)

Lokasi Say Cheese! sangat strategis yakni di Jalan Terusan Buah Batu No. 175, alasan pemilihan lokasi ini dikarenakan berada di sisi jalan raya sehingga banyak orang lewat yang melihat usaha kami.



B. Analisis Aspek Keuangan

1) Modal Investasi Awal

Nama	Jumlah Satuan	Harga
Modal Investasi Awal		
Mixer	1	Rp 150.000

Wadah besar	1	Rp 10.000
Cooler box	1	Rp 250.000
Piring plastic kecil	2	Rp 10.000

Piping bag	1pack	Rp 16.000
Spatula plastik	2	Rp 5.000
Meja Lipat	1	Rp 228.000
Payung Jumbo	1	Rp 78.000
Thinwall square 200 ml	1pack	Rp 20.000
Sendok plastik	1pack	Rp 5.000
Stiker	1lembar	Rp 5.000
Kresek bening	1pack	Rp 5.000
Plastik	1pack	Rp 5.000
TOTAL		Rp 787.000

2) Biaya Bahan Baku

Biaya Bahan Baku Langsung		
Cream creakers	3bks	Rp 60.000
Whip cream	200gr	Rp 20.000
Susu kental manis	2bks	Rp 3.000
Cheese spread	160gr	Rp 15.000
Susu UHT	250gr	Rp 5.000
Crumble	250gr	Rp 9.000
Air dingin	200ml	-
TOTAL		Rp 112.000
		Rp 2.800.000 /bulan

3) Biaya Tenaga Kerja

Biaya Tenaga Kerja		
Tenaga Kerja	3 Orang	Rp 200.000

TOTAL	Rp 600.000
--------------	-------------------

4) Biaya Transportasi

Biaya Transportasi	
Biaya Transportasi	Rp 100.000
Total Modal Usaha	Rp 4.287.000

5) Harga Pokok Produksi (HPP)

Biaya Produksi	Jumlah
Bahan Baku Langsung	Rp 2.800.000
Biaya Tenaga Kerja	Rp 600.000
Transportasi	Rp 100.000
Penyusutan Peralatan 10%	Rp 78.700
Total Biaya	Rp 3.578.700
Jumlah Produk Dihasilkan	500
HPP per Unit	Rp 7.157
Mark Up 35%	Rp 2.505
Harga Jual	Rp 9.662 atau Rp 10.000

6) Laporan Laba Rugi

Nama	Jumlah
Pendapatan Penjualan	Rp 5.000.000
Beban Peralatan	Rp 787.000
Beban Tenaga Kerja	Rp 600.000

Transportasi	Rp 100.000
Penyusutan Peralatan 10%	Rp 78.700
Total Beban	Rp

	1.565.700
Laba Bersih	Rp 3.434.300

7) Menghitung ROI, PP, NPV dan IRR

a) Return On Investment

$$ROI = \frac{\text{Laba Bersih Tahunan}}{\text{Modal Awal}} \times 100\%$$

$$ROI = \frac{41.211.600}{4.287.000} \times 100\% \quad ROI = 9,61\%$$

b) Payback Period

$$PP = \frac{\text{Modal Awal}}{\text{Laba Bersih Bulanan}}$$

$$PP = \frac{4.287.000}{3.434.300}$$

$$PP = 1.24 \text{ bulan (37 hari)}$$

c) Net Present Value

Bulan	Benefit	DF 10%	Present Value
Ke-1 Desember	Rp 3.434.300	0,9091	Rp 3.122.122
Ke-2 Januari	Rp 3.434.300	0,8264	Rp 3.838.105
Ke-3 Februari	Rp 3.434.300	0,7513	Rp 2.580.189
Ke-4 Maret	Rp 3.434.300	0,6830	Rp 2.345.626
Ke-5 April	Rp 3.434.300	0,6209	Rp 2.132.356
Ke-6 Mei	Rp 3.434.300	0,5644	Rp 1.938.318
JUMLAH			Rp 15.956.716

$$NPV = \text{Kas Bersih} - \text{Investasi} = 15.956.716 - 4.287.000 = 11.669.716$$

Berdasarkan hasil perhitungan NPV usaha Say Cheese mendapatkan hasil **Rp 11.669.716** Hal ini menunjukkan angka yang positif sehingga usaha Say Cheese! Layak untuk dijalankan.

d) Internal Rate of Return (IRR)

Bulan	Benefit	DF 10%	PV	DF 13 %	PV
Ke-1	Rp 3.434.300	0,9091	Rp 3.122.122	0,8849	2.762.765
Ke-2	Rp 3.434.300	0,8264	Rp 3.838.105	0,7831	2.444.933
Ke-3	Rp 3.434.300	0,7513	Rp 2.580.189	0,6930	2.163.630
Ke-4	Rp 3.434.300	0,6830	Rp 2.345.626	0,6133	1.914.797
Ke-5	Rp 3.434.300	0,6209	Rp 2.132.356	0,5427	1.694.375
Ke-6	Rp 3.434.300	0,5644	Rp 1.938.318	0,4803	1.499.555
JUMLAH			Rp 15.956.716		Rp 12.480.055

$$NPV_2 = \text{Kas Bersih}_2 - \text{Investasi} = 12.480.055 - 4.287.000 = \mathbf{8.195.055}$$

Dari tabel diatas, dihasilkan nilai NPV_1 adalah **11.669.716** dan NPV_2 adalah **8.195.055**.

Maka untuk menghitung IRR adalah sebagai berikut:

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{(NPV_1 - NPV_2)} (i_2 - i_1)$$

$$IRR = 10\% + \frac{11.669.716}{11.669.716 - 8.195.055} (13\% - 10\%)$$

$$IRR = 10\% + 3,35(3\%)$$

$$IRR = 20,05\%$$

Berdasarkan perhitungan IRR usaha Say Cheese! mendapatkan hasil 20,05% yang lebih besar dari tingkat bunga yaitu 10%, hal ini menunjukkan bahwa dari segi perhitungan IRR usaha Say Cheese! Layak untuk dijalankan.

8) Analisis Aspek Teknis dan Operasional

1) Peralatan dan Perlengkapan

Nama	Gambar
Mixer	
Cooler box	
Wadah besar	
Piring kecil	
Spatula plastik	
Meja Lipat	

Payung Jumbo	
Box thinwall 200ml	
Sendok plastik	
Stiker/label	

2) Jam Operasional

Jam operasional yang diberlakukan untuk penjualan dessert box mulai pukul 11.00 s/d 15.00, agar lebih efektif karena tidak terlalu pagi dan tidak terlalu sore.

c) Proses Produksi

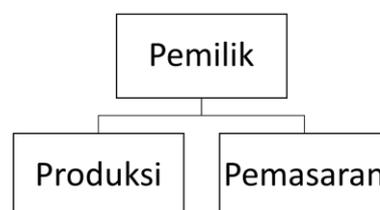
Untuk proses produksi dilakukan secara sederhana dan menggunakan tenaga manusia yang masih seadanya dikarenakan masih proses perkembangan usaha. Kapasitas produksi pun terbatas hanya menghasilkan 20pcs perhari.

- a) Rendam sebentar crackers di dalam wadah yang berisi susu
- b) Masukkan bubuk whip cream kedalam wadah dan tambahkan air dingin, lalu mixer sampai tekstur yang pas
- c) Tambahkan susu kental manis dan spread cheese kedalam whip cream agar menjadi whip cream cheese
- d) Susun crackers yang sudah direndam ke dalam wadah thinwall dan beri layer dengan whip cream cheese, lakukan secara berulang sampai 3 layer
- e) Beri topping sesuai selera
- f) Dessert box siap disajikan kepada konsumen.

3) **Analisis Aspek Manajemen dan Organisasi**

a) Struktur Organisasi

Struktur organisasi disusun secara sederhana. Meskipun hanya terdiri dari 3 orang, setiap bagian melakukan tugasnya masing-masing namun tetap saling membantu karena jumlah tenaga kerja yang terbatas dan tingkat kemampuan belum cukup tinggi.



Gambar 1. Struktur Organisasi

b) Deskripsi Jabatan (*Job Description*)

Jabatan	Tugas
Pemilik	<ol style="list-style-type: none">1. Mengelola dan memastikan operasional usaha berjalan dengan baik2. Mengawasi anggota tim3. Memberikan pengarahan kerja agar sesuai dengan rencana4. Mengawasi pengeluaran dan pemasukan keuangan usaha
Produksi	<ol style="list-style-type: none">1. Menyiapkan bahan baku yang akan digunakan dalam proses pembuatan dessert box.2. Memastikan bahan baku yang digunakan berkualitas baik.3. Membuat dessert box sesuai standar yang telah ditentukan.4. Menjaga kebersihan peralatan dan area produksi.
Pemasaran	<ol style="list-style-type: none">1. Memantau tren pasar2. Menyusun strategi penjualan3. Menawarkan produk4. Membuat konten promosi5. Mengelola sosial media

4) **Analisis Aspek AMDAL**

Wadah pengemasan yang digunakan untuk dessert box ini dapat dicuci dan disimpan setelah digunakan, sehingga dapat mengurangi limbah sampah. Kami juga mengimbau kepada pelanggan untuk tidak langsung membuang wadah bekasnya melainkan menyimpannya agar mereka gunakan untuk hal lain misalnya menyimpan benda-benda kecil atau menjadikannya kreasi/kerajinan tangan. Kesadaran dan kepedulian terhadap sekitar sangat berpengaruh, kami berharap dapat memanfaatkan wadah bekasnya dengan baik.

4. KESIMPULAN

Usaha kami masih dalam proses bertahap dan kami menyimpulkan bahwa usaha Dessert box ini terbilang cukup layak dijalankan untuk kategori usaha kecil. Dari aspek pemasaran, kami berusaha memperkenalkan produk melalui sosial media. Dari aspek keuangan, rencana keuangan kami cukup terperinci. Dalam aspek teknis, rencana operasional kami cukup baik dan peralatan produksi yang memadai. Dalam aspek manajemen, usaha kami memiliki struktur organisasi yang sederhana. Dalam aspek

AMDAL, kami mempertimbangkan dampak sosial dan ekonomi dengan mengimbau para pelanggan untuk memanfaatkan wadah bekasnya dengan baik.

5. DAFTAR REFERENSI

- Alifia, I. A., Haya, J. F., & Solikhah, M. (2023). Analisis Kelayakan Bisnis Fortune Cake. *Jurnal NSAFE*.
- Angelia, S., & Wowor, W. (2024). Studi Kelayakan Bisnis Jeonju Cooking Class di Kota Bandung. *Jurnal Sains dan Teknologi*.
- Ermawati, N., & Hidayanti, A. N. (2022). Studi Kelayakan Bisnis.
- Harahap, S. (2018). Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Integratif.
- Kirana, N., Yunus, S., Tallesang, M., Tuty, F. M., & Yunus, R. (2024). Analisis Pendapatan dan Kelayakan Usaha Salad Buah pada MF Dessert. *Jurnal ManBiz*.
- Mahardika, A. (2021). Studi Kelayakan Bisnis Restaurant Dessert. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi*.
- Ningrum, A. R., Astuti, N., & Maharani, Y. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis UMKM Cake Kota Pangkalpinang. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*.
- Sari. (2020). Evaluasi Kelayakan Implementasi Bisnis Pada Usaha Cafe Bukit Delight.
- Septadianto, H. D., Nur, I. N., Karista, S. D., Andika, S., & Widodasih, W. K. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Dapur Bilqis Cake & Cookies Ditinjau Dari Aspek Pemasaran, Hukum dan Produksi. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*.
- Siahaan, N. C., Suryana, N., & Aryani, S. (2022). Perancangan Bisnis dan Kelayakan Ekspansi Area Penjualan Dessert pada One Eighty Coffee and Music di Kota Bandung. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*.
- Sudirman, A., Syahrani, Nurdiana, Rijal, S., Mustari, Bora, M. A., . . . Marhawati. (2022). Studi Kelayakan Bisnis.
- Suliyanto D. (2010). Studi Kelayakan Bisnis.
- Yani, V. I., Pratama, R. M., Islami, I., & Supriadi, I. (2021). Analisa Kelayakan Bisnis Pada Usaha Sweetin. *Jurnal Inovasi Manajemen dan Kebijakan Publik*.