

Studi Kelayakan Bisnis Rumah Juice Buah Kamelana Untuk Keberlanjutan Bisnis

Eka Wahyu Ningrum¹, Hana Ayunda Tasya², Meli Hariyanti³

Program Studi S1 Sistem Informasi, Fakultas Ilmu dan Komputer,

Universitas Duta Bangsa Surakarta

Jl. Bhayangkara No. 55, Tipes, Kec. Serengan, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57154

HP 083194026310

E-mail: 190101132@fikom.udb.ac.id

Abstrak

Rumah Juice Buah Kamelana merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang kuliner khususnya minuman. Produk yang ditawarkan Rumah Juice Buah Kamelana adalah berbagai jus buah segar. Ide bisnis Rumah Juice Buah Kamelana hadir karena pola konsumsi buah bagi sebagian masyarakat Indonesia khususnya Kota Surakarta yang kurang seimbang sehingga menjadi masalah utama yang membuat Penulis berencana membuka usaha jus buah segar untuk mengajak masyarakat menerapkan pola hidup sehat. Berdasarkan analisis kelayakan usaha telah diketahui bahwa hasil penjualan (S) = 3.120.000 dan hasil BEP = 1.554.782, sehingga hasil dari penjualan (S) lebih besar dari hasil BEP. Maka dapat dikatakan Usaha Rumah Juice Buah Kamelana layak untuk dijalankan.

Kata Kunci: Juice Buah, Kuliner, Pola Hidup Sehat.

Abstract

Kamelana Fruit Juice House is one of the businesses engaged in the culinary field, especially drinks. The product offered by Kamelana Fruit Juice House is a variety of fresh fruit juices. The business idea for the Kamelana Fruit Juice House came about because the fruit consumption pattern for some Indonesian people, especially Surakarta City, is unbalanced, so it is the main problem that makes the author plan to open a fresh fruit juice business to encourage people to adopt a healthy lifestyle. Based on the business feasibility analysis, it is known that the sales proceeds (S) = 3,120,000 and the BEP results = 1,554,782, so the proceeds from sales (S) are greater than the BEP results. So it can be said that the Kamelana Fruit Juice Home Business is feasible to run.

Keywords: Fruit Juice, Culinary, Healthy Lifestyle.

1. Pendahuluan

Latar Belakang

Beberapa orang tidak dapat membedakan antara buah dan sayuran. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Buah adalah bagian tumbuhan yang berasal dari bunga dan biasanya berbiji, sedangkan sayur merupakan daun-daunan, tumbuh-tumbuhan, polong atau bijian, dan sebagainya yang dapat dimasak. Dengan kata lain, Buah merupakan bagian dari tanaman yang strukturnya mengelilingi biji dimana struktur tersebut berasal dari indung telur atau sebagai bagian dari bunga itu sendiri. Di Indonesia banyak ditemukan 6 dari 10 orang tidak mengonsumsi asupan buah dalam setiap harinya. (Yusuf & Qomariyah, 2021) Rumah Juice Buah Kamelana adalah kedai yang menyediakan jus buah dengan menyajikan macam-macam buah segar. Kedai ini merupakan sebuah usaha yang berpotensi pada UKM sederhana. Rumah Juice Buah Kamelana diperuntukkan bagi semua kalangan, sasaran promosi mulai dari anak-anak, remaja, ataupun dewasa. Dalam

ide bisnis ini menyediakan menu sesuai dengan kebutuhan customer dengan harga yang terjangkau. Target penjualan dipusat keramaian seperti taman, sekitar kampus, alun-alun, pasar. Dengan adanya perbedaan dari bisnis *Juice* yang lain diharapkan mampu menarik customer. Hal ini yang menjadi dasar Penulis untuk membuka usaha jus buah dengan nama Rumah *Juice* Buah Kamelana. (Siregar et al., 2021)

Tujuan Penelitian

Mengajak masyarakat Indonesia khususnya Kota Surakarta untuk menerapkan pola hidup sehat salah satunya dengan mengkonsumsi jus buah.

Perumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang di atas maka disusun rumusan masalah yang akan dibahas yaitu Perencanaan Bisnis serta Analisis Nilai Kelayakan Usaha pada Rumah Juice Buah Kamelana.

2. Metodologi

2.1 Rancangan Kegiatan

- a. Kegiatan dalam memasarkan produk
Dalam meningkatkan daya saing dalam memasarkan produk salah satunya dengan promosi. Promosi masih berkaitan erat dengan pemasaran karena di dalam pemasaran tersebut ada sebuah kegiatan yang digunakan untuk mengenalkan serta memikat hati konsumen. Kegiatan promosi akan dilakukan secara langsung (mulut ke mulut), media sosial, iklan di media cetak, serta iklan di radio. Untuk promosi melalui media sosial yang akan digunakan adalah facebook, Instagram serta blog. Untuk iklan, usaha akan membuat pamflet untuk diiklankan melalui media cetak dengan memberikan paparan produk berupa nama produk dan gambar produk agar lebih memikat konsumen dan konsumen percaya. (Winanti Puspa Arum, Sudarma Widjaya, 2017)
- b. Kegiatan dalam pengembangan produk
Untuk mengembangkan produk dilakukan dengan bahan (buah) yang berkualitas, segar dan mudah untuk didapat. Selain itu untuk menarik daya konsumen ditambah dengan adanya toping dan memiliki berbagai ukuran kemasan. (Studi et al., 2018)
- c. Kegiatan dalam pengelolaan SDM
Pengelolaan SDM adalah hal yang harus dilakukan suatu usaha untuk produktivitas semakin berkembang dan kualitas karyawan pun semakin baik dan menjaga kinerja yang memumpuni.

2.2 Ruang Lingkup Objek

- a. Lokasi
Rumah Juice Kamelana akan menyewa sebuah kios. Lokasinya merupakan lokasi yang cukup strategis untuk membuka usaha ini karena jalan utama, dekat dengan kampus.
- b. Sarana dan prasarana
Sarana yang tersedia dalam penempatan usaha adalah adanya air bersih untuk melakukan produksi dan adanya listrik yang memadai.
- c. Pangsa Pasar
Pangsa pasar dari usaha ini adalah para penggemar jus dari segala kalangan usia dan kelas, juga para remaja muda-dewasa yang umumnya kebanyakan dari mereka senang untuk berkumpul bersama teman dan kerabat baik yang memiliki tujuan untuk berdiskusi, berbagi cerita, maupun sekedar melepas kejenuhan dengan bersantai. Dan jenis konsumen seperti ini merupakan pangsa pasar yang sangat potensial.

2.3 Ruang Lingkup Bahan

- a. Bahan Produksi
Dalam menggapai konsumen yang banyak, perlu bahan produksi yang memadai dan berkualitas. Dalam usaha ini memakai bahan (buah-buahan) yang berkualitas, segar, dan mudah didapat. Selain itu, menimbang akan kandungan manfaat buah yang nantinya akan dibuat juice.
- b. Bahan kebutuhan peralatan dan perlengkapan
Usaha yang berjalan perlunya kebutuhan peralatan dan perlengkapan yang memadai. Kebutuhan peralatan dapat digunakan dalam jangka menengah, sedangkan kebutuhan perlengkapan dapat digunakan jangka panjang.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian dilakukan penelitian melalui pengamatan langsung dan studi pustaka. Data-data yang dikumpulkan merupakan data-data yang diperlukan dalam melakukan kelayakan usaha.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Aspek Pemasaran

3.1.1 Segmen Pasar

Rumah Juice Buah Kamelana membuka usaha di wilayah yang memang menjadi pusat keramaian yaitu belakan kampus UNS, yang bertempat dikota Surakarta. (Sartika et al., 2022) Juice Buah cocok untuk kalangan anak muda maupun seluruh lapisan masyarakat karena juice mengandung banyak manfaat dan vitamin yang baik bagi tubuh.

3.1.2 Target Pasar

Konsumen yang menjadi target dari rumah jice buah kamelana mulai usia 5-45 Tahun, dan berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan, teutama ibu muda, remaja putri.

3.1.3 Positioning

Positioning yang ingin dicapai dalam bisnis Rumah juice buah kamelana adalah sebagai pelopor minuman juice yang dapat dinikmati pada waktu kapanpun. Selain itu, bisnis juice diharapkan dapat menarik perhatian konsumen karena mempunyai rasa dan topping yang berbeda dari pesaing lainnya.

3.2 Strategi Pemasaran Usaha Terhadap Pesaing

3.2.1 Product (Produk)

Selain bahan baku yang fresh dan berkualitas, dan menawarkan produk yang berbeda dari pesaing yang lain, memiliki kemasan dengan logo untuk menjadi penguat masyarakat akan produk.(Arifudin et al., 2020) Rumah Juice Buah Kamelana menciptakan logo (Gambar 1) yang sederhana dan mudah diingat oleh masyarakat.



Gambar 1 Logo Bisnis

3.2.2 Price (Harga)

Harga yang ditetapkan Rumah Juice Buah Kamlenana beragam, juice buah dijual mulai dari 5.000 hingga 17.000, harga tersebut tergantung jenis buahnya. Untuk menu juice buah original harga 5000 jika ingin ada varian topping harga ditambah 2000.

3.2.3 Promotion (Promosi)

Kegiatan usaha yang dilakukan untuk menarik konsumen melalui berbagai media. Dalam kegiatan promosi melakukan beberapa cara dengan iklan melalui media sosial (Instagram, Facebook, Web), brosur.

3.2.4 Placement (Saluran Distribusi) Penyaluran distribusi yang dimiliki merupakan bentuk penyaluran langsung. Yaitu dengan penyampaian produk dari titik produksi hingga ke konsumen dilakukan di satu tempat yang sama, yaitu Rumah Juice Buah Kamelana.

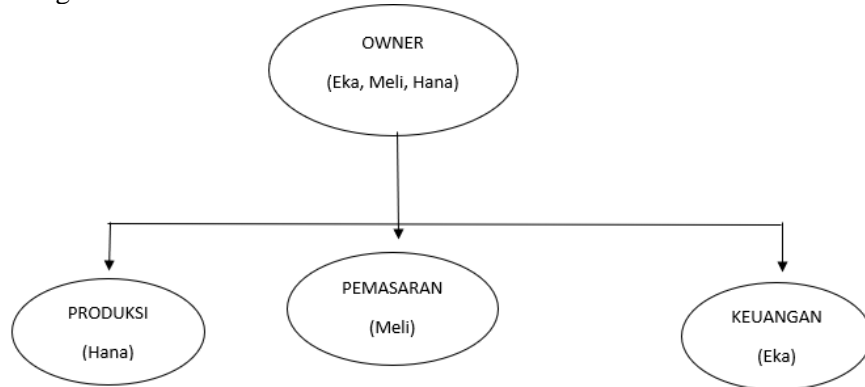
3.3 Aspek Organisasi dan Manajemen

Nama Usaha : Rumah Juice Buah Kamelana

Alamat tempat Usaha : Belakang kampus Universitas Negeri Surakarta (UNS)

Bentuk Badan Hukum : Usaha bersama

Struktur Organisasi :



Gambar 2 Struktur Organisasi

3.3.1 Kegiatan Pra Operasional dan Jadwal Pelaksanaan

Untuk tempat usaha, melakukan beberapa survey di sekitar lokasi yang sekitarnya memiliki lokasi usaha yang tidak sama, dan mudah diterima oleh lingkungan sekitar dan mendapat perizinan. (Handjojo et al., 2017) Lokasi yang dipilih cukup strategis merupakan jalan utama.

3.4 Aspek Produksi

3.4.1 Pemilihan Denah Lokasi

Lokasi bisnis adalah tempat untuk kegiatan bisnis tersebut dilaksanakan dalam sehari-hari. Pemilihan tempat untuk berbisnis ini merupakan hal yang berpengaruh terhadap usaha kedepannya, karena jika berada di lingkungan yang ramai maka besar kemungkinan bisnis kita akan banyak pengunjung datang. Target lokasi kita berada area belakang kampus. Yang dimana area kampus pasti banyak mahasiswa dan besar kemungkinan suka dengan juice. (Kakerissa, 2018)

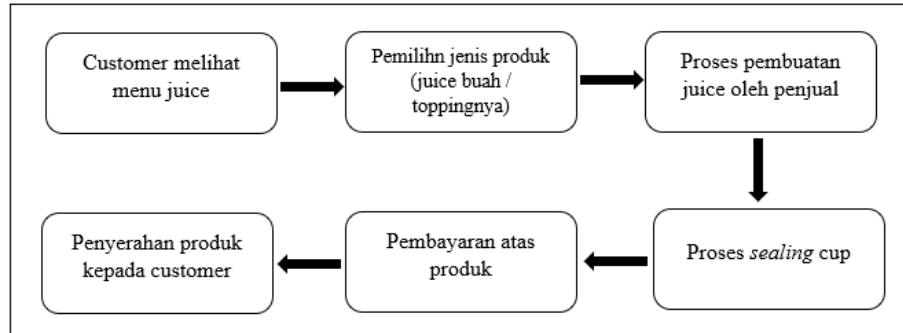
3.4.2 Rencana Tata Letak

Tata letak pada sebuah ruangan dengan display buah – buah segar tertata pada etalase kaca. Dengan wallpaper dinding tulisan macam – macam buah

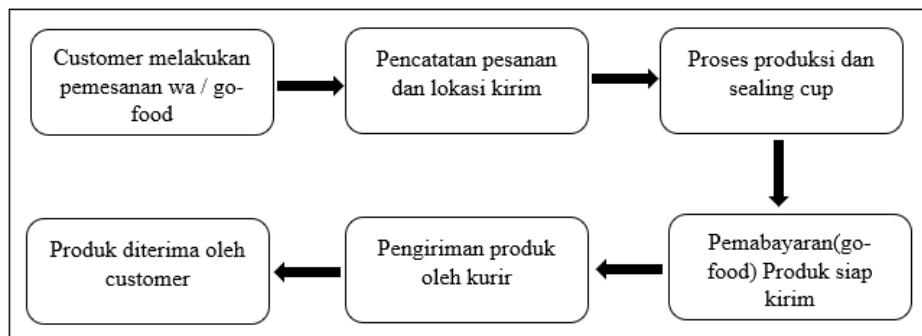
serta manfaatnya. Terdapat kursi dan meja yang kekinian agar terlihat lebih menarik. (Masnita et al., 2021)

3.4.3 Proses Produksi

Proses produksi dilakukan dilokasi tempat yang disewa terbesar. Dengan memanfaatkan alat dan bahan yang telat disiapkan. Selalu berusaha semaksimal mungkin dalam proses produksi agar dapat menghasilkan produk yang baik pula.



Gambar 3 Siklus Proses Produksi Rumah Juice Buah Kamelana Secara onsite



Gambar 4 Siklus Produksi Rumah Juice Buah Kamelana Secara online

3.4.4 Bahan Baku dan Bahan Pembantu

Bahan baku adalah hal pertama yang diperlukan untuk proses produksi dalam sebuah bisnis yang dijalankan, sehingga proses produksi berjalan dengan lancar dan baik. Rumah Juice Buah Kamelana merupakan pebisnis yang selalu mengutamakan kualitas produknya, jadi pemilihan bahan bakun ataupun bahan pembantu sudah pasti terjamin fresh buahnya dan menjain kebersihan dari produk, sehingga menghasilkan produk yang berkualitas dan bergizi. (Bandung et al., 2020)

3.4.5 Mesin dan Peralatannya

Rumah Juice Buah Kamelana menyiapkan peralatan yang diperkirakan bisa bertahan kurang lebih hingga 5 tahun kedepan. Peralatan yang dibutuhkan yaitu frezer buah, blender, mesin cup sealer, termos es batu, pisau, ice scoop dll.

3.5 Nilai Kelayakan Usaha

3.5.1 Modal Investasi (MI)

Tabel 1 Modal Investasi

No	Nama	Jumlah	Harga per Unit Rp	Total Harga Rp	Umur Ekonomis (bulan)	Penyusutan per Bulan
1	Peralatan produksi			762.000	36	20.000
	a. Pisau	2	7.000			
	b. Blender	2	150.000			
	c. Mesin cup sealer	1	350.000			
	d. Toples	4	5.000			
	e. Sendok	4	2.000			
	f. Termos Es Batu	1	60.000			
	g. Ice Scoop	1	10.000			
2	Alat kebersihan			58.000	36	3.000
	a. Sapu	2	14.000			
	b. Pel	1	20.000			
	c. Tempat sampah	2	20.000			
	d. Kain	2	4.000			
3	Mebel dan perlengkapan			1.840.000	36	50.000
	a. Meja	2	30.000			
	b. Kursi	2	20.000			
	c. Kipas angin	1	150.000			
	d. Freezer buah	1	1.300.000			
	e. Galon air	2	25.000			
	f. Porong	2	15.000			
	g. Etalase buah	1	300.000			
Jumlah				2.660.000		73.000

3.5.2 Modal Kerja (MK)

1. Biaya Tidak Tetap (BTT) perbulan

a. Biaya pembelian buah – buahan	765.000
b. Biaya pembelian cup	157.000
c. Biaya bahan tambahan	105.000

Total BTT 1.027.000

2. Biaya Tetap (BT) perbulan

a. Pembayaran gaji	150.000
b. Sewa tempat	800.000
c. Biaya penyusutan (perbulan)	73.000
d. Lain-lain	20.000

Total BT 1.043.000

Jumlah (MK) 2.070.000

3.5.3 Modal Usaha (MU)

$$MU = MI + MK$$

$$MU = 2.660.000 + 2.070.000$$

$$MU = 4.730.000$$

3.5.4 Asumsi Penjualan Barang (S)

$$13 \text{ cup/hari} \times 30 \text{ hari} = 390 \text{ cup} \times \text{Rp.8000} = 3.120.000$$

3.5.5 Laba Usaha

$$S - MK$$

$$3.120.000 - 2.070.000 = 1.050.000$$

$$\text{Presentase (X\%)} = \frac{1.050.000}{4.730.000} \times 100\% = 22.1\%$$

4.730.000

3.5.6 Break Event Point (BEP)

$$\text{BEP} = \frac{\text{BT} \times \text{S}}{\text{S} - \text{BTT}} = \frac{1.043.000 \times 3.120.000}{3.120.000 - 1.027.000} = 1.554.782$$

$$\text{S} - \text{BTT} \quad 3.120.000 - 1.027.000$$

Jadi untuk mencapai titik BEP, Rumah Juice Buah Kamelana harus mencapai penjualan dengan total 1.554.782

3.5.7 Kelayakan Usaha

Hasil penjualan (S) > dari nilai BEP

$$\text{S} = 3.120.000$$

$$\text{BEP} = 1.554.782$$

Maka hasilnya LAYAK untuk dijalankan

3.5.8 Return Of Investment (ROI)

$$\text{ROI} = \frac{1.050.000 + 73.000}{2.660.000} \times 100\% = 42,2\%$$

$$\text{Balik modal} = 1/42,2 = 2,36 \text{ Tahun}$$

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis kelayakan usaha yang dilakukan dengan Metode BEP (Break Event Point) diperoleh hasil perhitungan Usaha Rumah *Juice* Buah Kamelana dengan Modal Usaha 4.730.000 yang diperoleh dari Modal Investasi ditambah dengan Modal Kerja. Asumsi Penjualan Produk dalam satu bulan 3.120.000, memperoleh Laba Usaha sebesar 22,1% sehingga untuk mencapai Titik BEP Rumah *Juice* Buah Kamelana harus mencapai penjualan dengan total 1.554.782. Perhitungan Nilai Kelayakan Usaha menunjukkan hasil penjualan lebih besar dari nilai BEP maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa Rumah *Juice* Buah Kamelana LAYAK untuk dijalankan. Serta hasil dari perhitungan ROI menunjukkan tingkat seberapa efektif usaha mempertaruhkan dana dalam tanam modal berupa investasi balik modal dalam kurun waktu 2,36 Tahun.

Daftar Pustaka

- Arifudin, O., Sofyan, Y., & Tanjung, R. (2020). Studi Kelayakan Bisnis Telur Asin H-Organik. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 341–352. <https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.8199>
- Bandung, K., Dari, D., Pasar, A., Teknis, A., Aspek, D. A. N., Leosiswo, P. S., Chumaidiyah, E., & Tripiawan, W. (2020). *Keuangan Feasibility Analysis of Xyz Juice Business Development in Terms of Market , Technical and Financial Aspect*. 7(2), 5159–5164.
- Handjojo, E. S., Syarief, R., & Sugiyono, D. (2017). Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Teh Papua (Vernonia amygdalina) Feasibility Study of Papua Tea (Vernonia amygdalina). *Jurnal MPI*, 12(2), 145–150. <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/>
- Kakerissa, A. L. (2018). Studi Kelayakan Bisnis Jus Pala Di Negeri Booi-Saparua. *Profisiensi*, 6(2), 48–47. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnalprofisiensi/article/view/1616/1177>
- Masnita, Y., Nurhaida, D., & Pohan, H. T. (2021). Penyusunan Rencana Bisnis Umkm. *JUARA: Jurnal Wahana Abdimas Sejahtera*, 33–42. <https://doi.org/10.25105/juara.v2i1.8535>
- Sartika, S., Lubis, M. M., & Saleh, K. (2022). Analisis Nilai Tambah dan Kelayakan Usaha Pengolahan Ikan Asin (Studi kasus: Desa Percut, Kec. Percut Sei Tuan, Kab. Deli Serdang). *AGRISAINS: Jurnal Ilmiah Magister Agribisnis*, 4(1), 24–33. <https://doi.org/10.31289/agrisains.v4i1.1198>
- Siregar, S., Siregar, G., & Irmala, E. (2021). Nilai Tambah Dan Kelayakan Usaha Keripik Pisang Gosong Skala Industri Rumah Tangga Di Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar Kecamatan Sei Balai *Prosiding Seminar Nasional ...*, 2(1), 1127–1137. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/8447%0Ahttp://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/viewFile/8447/6227>
- Studi, P., Manajemen, D., Digital, P., & Ekonomika, F. (2018). *DIGITAL BAGI JUS IBU TUTIK I Made Endra Puniawan , Jatmiko Wahyu Nugroho Joshua ,. November*, 185–188.
- Winanti Puspa Arum, Sudarma Widjaya, L. M. (2017). Kelayakan Usaha Dan Nilai Tambah Agroindustri Tempe. *Agribisnis*, 5(2), 171–178.
- Yusuf, D. N., & Qomariyah, S. N. (2021). Kelayakan Usaha UMKM dengan Pendekatan Finansial (Studi Kasus di Brother Farming Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang). *Jurnal SIMAGRI*, 1(02), 112–120.