

Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Smoothies BATIM

Ai Alike¹, Muadzin Nur Mubarak², Rahma Khairunnisa Amalia³, Perwito⁴

^{1,2,3,4} Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bandung, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Ai Alike

E-mail : aialika@umbandung.ac.id

Abstrak

Pada saat ingin memulai bisnis, pasti ada kendala yang akan menghadang. Oleh karena itu, Studi Kelayakan Bisnis harus dilakukan untuk menghindari kemungkinan kegagalan dan risiko. Penelitian ini di latar belakang oleh perkembangan bisnis Smoothies Batam. Penelitian ini bertujuan mengevaluasi kelayakan bisnis Smoothies Batam, sebuah usaha minuman sehat berbahan dasar buah-buahan, sayuran, dan superfood lokal. Pendekatan yang digunakan mencakup analisis terhadap aspek pasar, teknis, manajemen, keuangan, serta hukum dan etika bisnis. Data penelitian diperoleh melalui survei terhadap konsumen potensial, observasi langsung, dan studi literatur mengenai tren minuman sehat. Hasil kajian menunjukkan bahwa dari sisi pasar, Smoothies Batam memiliki peluang besar mengingat tingginya minat masyarakat terhadap produk kesehatan yang alami dan berkelanjutan. Analisis teknis mengungkapkan bahwa proses produksi dapat dilakukan dengan teknologi sederhana dan bahan baku lokal yang mudah diakses. Pada aspek manajemen, usaha ini dirancang untuk beroperasi secara berkelanjutan melalui dukungan tim profesional dan pemasaran berbasis digital. Secara finansial, bisnis ini menunjukkan hasil positif dengan nilai NPV yang menguntungkan, IRR yang lebih tinggi dari tingkat bunga, serta waktu pengembalian investasi kurang dari dua tahun. Sementara itu, kajian hukum menegaskan perlunya pengurusan izin seperti sertifikasi halal dan izin edar. Dari perspektif etika bisnis, tanggung jawab sosial diwujudkan melalui penggunaan kemasan ramah lingkungan.

Kata Kunci - Kelayakan bisnis, minuman sehat, Smoothies Batam, keberlanjutan, inovasi

Abstract

When you want to start a business, there will definitely be obstacles that will come your way. Therefore, a Business Feasibility Study must be carried out to avoid possible failures and risks. This research is motivated by the development of the Batam Smoothies business. This research aims to evaluate the feasibility of the Batam Smoothies business, a healthy drink business made from local fruits, vegetables and superfoods. The approach used includes analysis of market, technical, management, financial, as well as legal and business ethical aspects. Research data was obtained through surveys of potential consumers, direct observation, and literature studies regarding healthy drink trends. The results of the study show that from a market perspective, Smoothies Batam has a big opportunity considering the high public interest in natural and sustainable health products. Technical analysis reveals that the production process can be carried out with simple technology and easily accessible local raw materials. In the management aspect, this business is designed to operate sustainably through the support of a professional team and digital-based marketing. Financially, this business shows positive results with a profitable NPV value, an IRR that is higher than the interest rate, and an investment payback period of less than two years. Meanwhile, legal studies emphasize the need to obtain permits such as halal certification and distribution permits. From a business ethics perspective, social responsibility is realized through the use of environmentally friendly packaging.

Keywords - Business feasibility, healthy drinks, Batam Smoothies, sustainability, innovation

PENDAHULUAN

Smoothies adalah minuman dari buah-buahan atau sayuran yang dapat ditambahkan dengan yogurt, susu, atau madu dengan cara diblender. Selain beberapa bahan tersebut, bahan pangan seperti sirup, coklat, dan susu kental manis juga seringkali ditambahkan dalam smoothies (Sutomo, 2010). Tingginya permintaan vitamin C dipasaran menyebabkan kelangkaan vitamin ini dan meningkat harganya dua sampai tiga kali lipat dari harga biasanya. Beberapa cara dilakukan oleh warga sebagai alternatif dalam meningkatkan imunitas tubuh seperti mengkonsumsi makanan dan minuman seperti lemon, jahe merah, buah-buahan, sayuran dan makanan sehat lainnya (Handayani, Dhasefa, Sari, Sukmawan, & Rofiah, 2020). Indonesia sebagai negara beriklim tropis memiliki permintaan yang tinggi terhadap minuman menyegarkan, terutama selama musim kemarau dengan cuaca yang panas. Selain itu, semakin tingginya kesadaran masyarakat akan pentingnya pola hidup sehat, seiring dengan peningkatan kondisi ekonomi dan maraknya kampanye gaya hidup sehat, mendorong konsumsi buah dan sayur sebagai bagian dari kebutuhan sehari-hari.

Buah, dengan berbagai rasa, warna, dan kandungan serat yang bermanfaat bagi kesehatan, menjadi komponen penting dalam pola makan sehat. Selain dikonsumsi langsung, buah dapat diolah menjadi berbagai produk, seperti jus buah. Mobilitas masyarakat perkotaan yang tinggi menciptakan kebutuhan akan solusi praktis, sehingga menjadi dasar pengembangan usaha smoothies. Produk ini menawarkan alternatif minuman sehat dan segar tanpa memerlukan proses rumit bagi konsumen. Sebagai produk olahan berbahan dasar buah, smoothies memiliki keunggulan karena bahan baku utamanya mudah diakses dan terjangkau, khususnya di wilayah Bandung Timur. Dari sisi rasa, Smoothies Times memiliki kelezatan yang tidak kalah dibandingkan produk minuman lainnya. Selain itu, penggunaan bahan alami tanpa tambahan bahan kimia berbahaya menjadikan produk ini aman dan sehat untuk dikonsumsi.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan analisis menyeluruh yang bertujuan untuk menilai apakah suatu usaha layak di jalankan dari berbagai aspek, kajian ini mencakup aspek ekonomi, teknis, dan finansial untuk meminimalkan risiko kegagalan bisnis (Sugiyanto, A. & Winarni, L., 2020).

Aspek Produksi

Aspek produksi mencakup ketersediaan bahan baku, proses pembuatan, serta efisiensi pengelolaan. Efisiensi produksi dapat di capai dengan memilih bahan berkualitas dan menerapkan teknologi yang tepat (Rahmawati, Setiawan, & Nugroho, 2021). Penggunaan bahan alami dalam industri makanan dan minuman dapat meningkatkan daya saing produk di pasar (Susanto, 2021).

Aspek Hukum

Aspek hukum mencakup regulasi yang harus di patuhi, seperti perizinan usaha dan hak paten. Bisnis makanan dan minuman harus memiliki izin edar dari BPOM dan sertifikasi halal guna meningkatkan kepercayaan konsumen (Prasetyo, 2020).

Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek ini menilai potensi pasar serta strategi pemasaran yang dapat di terapkan. Strategi pemasaran digital sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan produk makanan dan minuman (Suryani, 2018). Analisis segmentasi pasar membantu bisnis lebih fokus pada target konsumennya (Handoko, 2021).

Aspek Teknis dan operasional

Aspek teknis mencakup lokasi usaha, teknologi yang digunakan, dan kapasitas produksi. Pemilihan lokasi strategis sangat penting dalam industri makanan dan minuman untuk memperluas akses pasar (Ramadhani, 2019).

Aspek Manajemen dan Organisasi

Aspek ini melibatkan struktur organisasi bisnis dan sistem manajemen yang di terapkan. Model manajemen yang efektif dalam bisnis skala kecil dan menengah mencakup kepemimpinan yang kuat serta stretegi operasional yang fleksibel (Susanto, 2021).

Aspek Keuangan

Aspek keuangan meliputi analisis investasi, proyeksi laba rugi, serta sumber pendanaan. Analisis kelayakan keuangam harus mempertimbangkan periode pengembalian modal (payback period), nilai sekarang bersih (NPV), dan tingkat pengembalian internal (IRR) sebagai indikator utama (Wibowo, 2022).

Aspek lingkungan

Aspek lingkungan dalam bisnis makanan dan minuman menyoroti dampak produksi terhadap lingkungan. Penerapan konsep bisnis berkelanjutan, seperti pengelolaan limbah dan penggunaan bahan ramah lingkungan, dapat meningkatkan citra positif perusahaan (Lestari & Putra, 2020).

METODE

Bahan Baku

Untuk produk Smoothiess Batim ini kami membutuhkan beberapa bahan selain bahan utama yaitu:

NO	NAMA BAHAN	QTY	SATUAN	TOTAL
1.	Yougurt	1 Kemasan	Rp. 10.000	Rp. 10.000
2.	Mangga	2 Kg	Rp. 15.000	Rp. 30.000
3.	Buah Naga	2 Kg	Rp. 14.000	Rp. 28.000
4.	Strawberry	1,5 Kg	Rp. 20.500	Rp. 31.000
5.	Susu Kental Manis	2 Kaleng	Rp. 12.000	Rp. 24.000
6.	Sedotan	25 Pcs	Rp. 80,00	Rp. 2.000
7.	Cup	25 Pcs	Rp. 2.250	Rp. 56.250
8.	Whipped Cream	2 Kemasan	Rp. 27.000	Rp. 54.000
9.	Keju	2 Kotak	Rp. 13.000	Rp. 26.000
10.	Es batu	1 Bal	Rp. 10.000	Rp.10.000
TOTAL				Rp. 269.250

Peralatan dan Perlengkapan

Alat-alat yang dibutuhkan untuk membuat Smoothies Batim adalah :

PERALATAN

Blender
Pisau
Talenan
Sendok
Baskom
Mangkok
Termos es batu

Proses Produksi

Cara pembuatan Smoothies :

1. Kupas buah-buahan , bersihkan buah dengan air mengalir, kemudian potong buah menjadi ukuran kecil.
2. Masukkan es batu, buah, yougurt, dan susu kental manis ke dalam blender hingga halus.
3. Lalu tuangkan ke dalam cup, tambahkan whipped cream yang sudah di mixer sampai mengembang.
4. Layer paling atas, letakan sisa potongan buah beserta keju.

PEMBAHASAN

ASPEK – ASPEK ANALISIS KELAYAKAN BISNIS

Aspek Produksi

Dalam produksi Smoothies Batim, bahan baku yang di gunakan berasal dari buah-buahan segar berkualitas tinggi untuk memastikan cita rasa yang alami dan sehat. Proses produksi dirancang agar efisien dengan penggunaan teknologi pengolahan yang mampu mempertahankan nutrisi dalam produk. Selain itu, penerapan sistem kontrol kualitas yang ketat memastikan bahwa setiap produk yang di hasilkan memiliki standar keamanan pangan yang tinggi. Efisiensi produksi dalam industri minuman sehat dapat di tingkatkan dengan penerapan teknologi yang mengurangi limbah dan meningkatkan kapasitas produksi.

Aspek Hukum

Dalam menjalankan bisnis Smoothies Batim, pemenuhan aspek hukum menjadi prioritas utama. Produk ini telah mengurus izin edar untuk memastikan bahwa produk yang dipasarkan aman untuk dikonsumsi. Peraturan terkait kebersihan, keamanan pangan, serta hak paten merk dagang juga di terapkan sesuai dengan regulasi yang berlaku. Kepatuhan terhadap peraturan per undang-undangan di industri makanan dan minuman sangat penting untuk memastikan kelangsungan bisnis dan membangun kepercayaan konsumen.

Aspek Pasar dan Pemasaran

Analisis pasar menunjukan bahwa permintaan produk minuman sehat meningkat seiring dengan tren gaya hidup sehat. Untuk strategi pemasaran, smoothies batim menerapkan pemasaran digital melalui media sosial serta strategi pemasaran berbasis komunitas untuk menarik pelanggan setia. Program promosi seperti diskon dan kemitraan dengan pusat kebugaran juga di tetapkan untuk meningkatkan penjualan.

1) Produk(product)

Seperti yang kita ketahui bahwsanya semoothies merupakan minuman yang terbuat dari buah – buah asli tanpa adanya pengawet ,sbenarnya minuman buah -buahan sudah ada sejak bebrapa tahun yang lalu namun seiring berkembangnya zaman muncullah beberpa inovasi baru dari produk ini ,sehingga minuman ini dapat menarik Masyarakat untuk mencobanya.

Perlu kita ketahui juga bahwasanya minuman shemoothies ini berbeda dengan minuman buah – buahan pada umumnya seperti jus dan yang lainnya,shemoothies meliki kandungan lebih sperti :

1. Memiliki kandungan kalori yang lebih tinggi.
2. Memiliki kandungan yang lebih bnyak karena adanya bahan tambahn sperti susu dan yogurt.
3. Tanpa bahan pengawet.

Selain itu shemoothies juga memiliki beberapa manfaat bagi yang mengomsumsinya seperti :

1. Meningkatkan metabolisme tubuh.
2. Emperlancar pencernaan.
3. Mendapatkan nutrisi yang cukup.
4. Dapat mempengaruhi Mood(suasana hati)seseorang.

Berikut gambar smoothies yang penulis buat



Gambar 1.

Smoothies strawberry & mangga

2) Harga (Price)

Penentuan harga Smoothies Batim didasarkan pada tiga faktor utama, yaitu biaya produksi, kenaikan margin, dan persaingan pasar. Proses ini memastikan bahwa harga yang ditetapkan tidak hanya mencerminkan kualitas bahan baku yang digunakan tetapi juga dapat diterima oleh konsumen dari berbagai kalangan.

Biaya Produksi (Cost)

Penetapan harga dimulai dengan memperhitungkan seluruh biaya yang terkait dengan proses produksi, termasuk bahan baku segar seperti buah-buahan, yogurt, dan susu, serta biaya operasional lainnya seperti kemasan dan tenaga kerja. Pendekatan ini memastikan bahwa harga jual dapat menutupi semua biaya yang dikeluarkan dan memberikan keuntungan yang layak.

Kenaikan Margin

Untuk mencapai keuntungan yang optimal, dilakukan penyesuaian margin keuntungan dengan tetap memperhatikan daya beli konsumen. Margin yang ditetapkan tidak hanya mempertimbangkan kebutuhan bisnis tetapi juga memastikan harga yang wajar dan kompetitif di pasar.

Persaingan Pasar

Mengingat produk minuman sehat seperti smoothies memiliki banyak pesaing di pasar, harga Smoothies Batim ditentukan dengan mempertimbangkan harga produk sejenis. Strategi ini bertujuan untuk menjaga daya saing sekaligus menarik minat konsumen terhadap produk kami. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, harga Smoothies Batim dirancang agar tetap terjangkau tanpa mengurangi kualitas. Berikut adalah rincian harga produk kami berdasarkan ukuran dan variasi rasa.

BIAYA PRODUKSI

Tabel 1.

Biaya Bahan Baku

Komponen bahan baku	Medium (Rp)	Large (Rp)	Keterangan
Buah (Mangga, Buah Naga, Strawberry)	3.000	4.000	Untuk ukuran large menggunakan banyak bahan.
Yogurt	1.500	2.000	Tambahan yogurt untuk large karena

			menyesuaikan buahnya agar rasa yang lebih kaya.
Susu Kental Manis	1.000	1.500	Tambahan susu untuk large agar memperkuat citarasa.
Es Batu	500	500	
Whipped Cream	2.000	2.500	Untuk large memerlukan topping lebih banyak.
Subtotal Bahan Baku	8.000	10.500	

Tabel 2.
Biaya kemasan

Komponen Kemasan	Medium (Rp)	Large (Rp)	Keterangan
Cup	1.000	1.500	Menggunakan cap ukuran lebih besar untuk large.
Kresek	500	500	
Subtotal Kemasan	1.500	2.000	

Tabel 3.
Biaya tenaga kerja

Komponen Tenaga Kerja	Medium (Rp)	Large (Rp)	Keterangan
Tenaga Kerja	1.500	2.000	Untuk ukuran large memerlukan waktu yang lebih lam untuk mengupas buah yang lebih banyak.
Subtotal Tenaga Kerja	1.500	2.000	

Tabel 4.
Total Biaya Produksi

Ukuran	Subtotal Bahan Baku (Rp)	Subtotal Kemasan (Rp)	Subtotal Tenaga Kerja (Rp)	Total Biaya Produksi (Rp)
Medium	8.000	1.500	1.500	11.000
Large	10.500	2.000	2.000	14.500

- Keuntungan (margarin)**

Keuntungan = Harga Jual – Biaya Produksi = Keuntungan

Medium

Keuntungan = 15.000 – 11.000 = 4.000

Larger

Keuntungan = 18.000 – 14.500 = 3.500

- **Persentase keuntungan**

$$\text{Margin (\%)} = \left(\frac{\text{keuntungan}}{\text{Biaya produksi}} \right) \times 100$$

Medium

$$\text{Margin (\%)} = \left(\frac{4.000}{11.000} \right) \times 100 = 36,36\%$$

Larger

$$\text{Margin (\%)} = (14.500/3.500) \times 100 = 24,14\%$$

Tabel 5.
Hasil penentuan harga

Ukuran	Jenis Smoothies	Biaya Produksi (Rp)	Margin Keuntungan (%)	Harga Jual (Rp)
Medium	Smoothies Mangga	11.000	36,36%	15.000
Medium	Smoothies Buah Naga	11.000	36,36%	15.000
Medium	Smoothies Strawberry	11.000	36,36%	15.000
Large	Smoothies Mangga	14.500	24,14%	18.000
Large	Smoothies Buah Naga	14.500	24,14%	18.000
Large	Smoothies Strawberry	14.500	24,14%	18.000

Tempat (place)

Untuk memasarkan dengan cepat dan agar masyarakat lebih mengenal produk yang kami jual kami akan melakukan pemasaran di lingkungan Bumi Orange dengan menyewa stand.

Promotion(pemasaran)

Untuk memperkenalkan dan memasarkan produk Shemoothies secara efektif, sejumlah strategi promosi telah dirancang dengan mempertimbangkan jangkauan dan efektivitasnya. Berikut adalah langkah-langkah yang akan dilakukan:

1. Pembuatan Brosur sebagai Media Promosi Cetak

Sebagai langkah awal, brosur informatif akan dibuat untuk memperkenalkan produk Shemoothies. Brosur ini dirancang dengan desain menarik dan berisi informasi lengkap mengenai keunggulan produk, varian rasa, serta manfaat kesehatannya. Brosur tersebut akan dibagikan secara langsung kepada masyarakat di sekitar, mulai dari keluarga, teman, hingga tetangga, untuk meningkatkan kesadaran tentang keberadaan produk ini.

2. Media Sosial dan Konten Kreatif

Media sosial menjadi salah satu sarana utama untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Video promosi kreatif akan diproduksi dan disebarluaskan melalui berbagai platform, seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan WhatsApp. Konten tersebut dirancang agar menarik, informatif, dan relevan dengan target pasar, sehingga dapat meningkatkan minat konsumen terhadap Shemoothies. Selain itu, kampanye online seperti giveaway atau diskon spesial akan dilakukan untuk meningkatkan interaksi dengan calon pelanggan.

3. Bazar dan Acara Lokal

Untuk memperkuat kehadiran produk di masyarakat, Shemoothies akan aktif mengikuti berbagai bazar dan acara lokal, terutama di wilayah Bandung Timur. Kegiatan seperti bazar kampus dan festival menjadi momen strategis untuk memperkenalkan produk secara langsung

kepada konsumen. Di acara tersebut, kami dapat memanfaatkan kesempatan untuk berinteraksi dengan pengunjung, menawarkan sampel produk, serta mempromosikan nilai jual utama, seperti rasa segar dan manfaat kesehatannya.

Target Market(Target Pasar)

- Segmentasi geografis
Segmentasi geografis yang menjadi target dari smoothies ini adalah penduduk sekitar Lokasi usaha yang bertempat di komplek bumi oren, cinunuk, kec cileunyi, kab bandung, jawa barat. Atau hanya sekedar menempuh perjalanan yang melewati alamt ini.
- Segmentasi demografis
Segmentasi demografis dari usaha ini adalah untuk kalangan anak-anak SD hingga lansia, bisa di konsumsi oleh pria dan wanita

Produk Shemoothies dirancang untuk dapat dinikmati oleh semua kalangan, mulai dari anak-anak usia 7 tahun atau siswa/siswi kelas 1 Sekolah Dasar hingga kalangan lanjut usia. Dengan formulasi rasa yang menyegarkan, Shemoothies menjadi pilihan tepat untuk pria maupun wanita, tanpa memandang usia atau latar belakang.

Bagi anak-anak, Shemoothies dapat menjadi alternatif minuman sehat yang kaya akan kandungan buah-buahan alami, membantu mereka memenuhi kebutuhan gizi dengan cara yang menyenangkan. Remaja dan dewasa muda dapat menikmatinya sebagai pelengkap gaya hidup sehat, baik saat bersantai, bekerja, maupun setelah berolahraga.

Sementara itu, bagi kalangan dewasa dan lanjut usia, Shemoothies menawarkan manfaat kesehatan melalui kandungan vitamin dan mineral yang baik untuk menjaga kebugaran tubuh. Dengan konsep yang fleksibel dan dapat diterima oleh berbagai kelompok masyarakat, Shemoothies hadir sebagai minuman yang relevan untuk segala situasi, baik untuk konsumsi harian, acara keluarga, maupun momen-momen spesial. Produk ini memadukan cita rasa, kesehatan, dan kenyamanan dalam satu sajian, menjadikannya pilihan yang tak lekang oleh waktu bagi semua lapisan masyarakat.

Aspek Teknis dan Oprasional

Dalam aspek teknis, smoothies batim memilih lokasi usaha yang dekat dengan pusat perbelanjaan dan tempat yang sangat strategis untuk menarik pealnggan yang memiliki kesadaran akan pola hidup sehat. Teknologi pengolahan yang di gunaakan memungkinkan produksi dalam jumlah besar tanpa mengurangi kualitas produk. Selain itu, sistem distribusi yang efisien diterapkan agar produk tetap segar saat sampai ke tangan konsumen.

Pemilihan Mesin dan Peralatan

Dalam proses pembuatan Shemoothies, diperlukan beberapa alat dan mesin pendukung untuk memastikan setiap produk diolah dengan standar kualitas yang tinggi dan efisiensi yang optimal. Penggunaan peralatan ini bertujuan untuk menjaga konsistensi rasa, kebersihan, serta kecepatan produksi agar dapat memenuhi kebutuhan pasar. Beberapa alat yang di butuhkan yaitu:

1. Blender 1
2. Pisau 2
3. Talenan 2
4. Sendok 2
5. Baskom 1
6. Termos es batu 1

Bahan – bahan

1. Buah mangga
2. Buah naga
3. Strawberry
4. Es batu
5. Susu kental manis
6. Wipe cream

7. Keju
8. Yogurt

Jam Oprasional

Usaha *Shemoothies* beroperasi setiap hari, mulai Senin hingga Minggu, dengan jam operasional dari pukul 11.00 WIB hingga 22.00 WIB. Pemilihan jam operasional ini telah disesuaikan dengan kebiasaan dan kebutuhan masyarakat sekitar untuk memaksimalkan peluang mendapatkan pelanggan. Jam mulai operasi pukul 11.00 WIB dipilih karena pada waktu tersebut aktivitas masyarakat mulai meningkat, terutama para karyawan, pelajar, dan penduduk sekitar yang sering keluar untuk mencari makanan dan minuman. Selain itu, di siang hari cuaca yang cenderung panas membuat minuman segar seperti *Shemoothies* menjadi pilihan favorit untuk melepas dahaga dan memberikan rasa segar di tengah aktivitas.

Pada hari Sabtu dan Minggu, atau akhir pekan, *Shemoothies* tetap beroperasi dengan jadwal yang sama. Pemilihan ini didasarkan pada kebiasaan masyarakat yang memanfaatkan akhir pekan untuk bersantai, keluar rumah mencari udara segar, atau bermain bersama keluarga dan teman. Situasi ini menciptakan peluang besar untuk menarik pelanggan yang sedang menikmati waktu luang mereka. Jam penutupan pada pukul 22.00 WIB dipilih karena malam hari cenderung digunakan masyarakat untuk beristirahat. Selain itu, suasana malam yang dingin, terutama di Bandung yang dikenal dengan cuaca sejuknya, membuat masyarakat lebih jarang mencari minuman dingin. Dengan demikian, waktu operasional dirancang untuk melayani pelanggan secara optimal pada jam-jam yang memiliki potensi tertinggi.

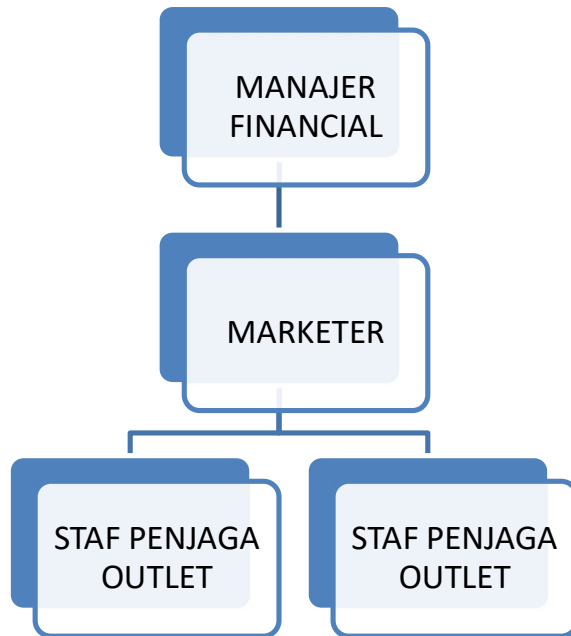
Aspek Manajmen dan Organisasi

Tenaga kerja SDM

Usaha smoothies ini akan dimulai dengan merekrut 4 karyawan yang masing-masing memiliki tugas sesuai kebutuhan operasional. Berikut adalah pembagian tugas dan kualifikasi yang diharapkan:

1. Manajer Keuangan Bertanggung jawab atas pencatatan penjualan dan pembelian, serta perhitungan laba rugi. Untuk posisi ini, dibutuhkan sumber daya manusia (SDM) yang memiliki keterampilan di bidang akuntansi, pengelolaan keuangan, dan analisis data. Kejujuran, kedisiplinan, serta kemampuan bekerja secara teliti adalah kriteria utama untuk mendukung pengelolaan keuangan yang efektif. Selain itu, manajer keuangan juga akan menangani tugas sebagai pengelola stok (stok keeper) untuk memastikan pengelolaan stok barang tetap terorganisir dan efisien.
2. Marketer Berfokus pada pemasaran produk, baik melalui media sosial maupun dengan pendekatan langsung kepada calon pelanggan. Untuk posisi ini, dibutuhkan individu yang memiliki keahlian dalam public speaking, fotografi, pengeditan foto/video, serta pengelolaan waktu yang baik untuk membuat jadwal posting konten secara konsisten. Kreativitas dan kemampuan membangun hubungan baik dengan pelanggan menjadi nilai tambah.
3. Staff Outlet (2 orang) Dua staff akan bertugas menjaga outlet agar operasional berjalan lancar. Hal ini bertujuan untuk mengantisipasi lonjakan pembeli dan memastikan toko tetap beroperasi meskipun ada salah satu karyawan yang tidak dapat masuk kerja. Kriteria yang dibutuhkan untuk posisi ini adalah kedisiplinan, kejujuran, kerajinan, serta sikap ramah dalam melayani pelanggan. Kemampuan bekerja sama dalam tim juga sangat penting untuk mendukung kelancaran operasional. Jika usaha ini berkembang, penambahan karyawan akan dipertimbangkan sesuai dengan kebutuhan. Dengan tim yang solid dan SDM yang tepat, diharapkan usaha ini dapat berjalan dengan sukses dan terus berkembang.

Struktur Organisasi



Gambar 2.
Struktur organisasi

ASPEK KEUANGAN

Tabel 6.
Estimasi Biaya Investasi Awal

Komponen	Banyak	Harga satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
Blender	2	200.000	400.000
Pisau	2	25.000	50.000
Talenan	2	15.000	30.000
Baskom	2	30.000	60.000
Termos es	1	70.000	70.000
Mangkok	5	10.000	50.000
Total invest awal			660.000

Tabel 7.
Estimasi Biaya Operasional Bulanan

Komponen	Banyak Perbulan	Harga Satuan (RP)	Jumlah (RP)
Yogurt	30 kemasan	10.000	300.000
Mangga	60kg	15.000	900.000
Buah Naga	60kg	14.000	840.000
Strawberry	45kg	20.500	922.500
Susu Kental Manis	60 kaleng	12.000	720.000
Cream	60 kemasan	27.000	1.620.000

Sedotan (pcs)	750	80	60.000
Cap (pcs)	750	2.250	1.687.500
Es Batu (bal)	30	10.000	300.000
Total Oprasional			7.350.000

Tabel 8.

Estimasi Pendapatan Bulanan

Parameter	Nilai (Rp)
Harga Jual Per Cap(Rp)	15.000
Target Penjualan Per Hari	50 cap
Penjumlahan Per Bulan (30 hari)	1.500 cap
Total Pendapatan	22.500.000

Pendapatan penjualan smoothies dapat di hitung dengan :

= 1.500 cup x Rp. 15.000 x 30 hari

= Rp. 22.500.000.00

Tabel 9.

Laba Rugi Bulanan

Komponen	Nilai (Rp)
Pendapatan	22.500.000
Total Oprasional	7.350.000
Laba Kotor	15.150.000

Aspek lingkungan

Sebagai bagian dari komitmen terhadap keberlanjutan, smoothies batim menerapkan startegi ramah lingkungan, seperti penggunaan kemasan dan pengelolaan limbah produksi yang efisien. Selain itu, bahan baku diperoleh dari petani lokal yang menerapkan pertanian berkelanjutan guna mendukung keseimbangan ekosistem. Sebagai bisnis yang bergerak dalam produksi minuman sehat, kegiatan usaha ini tetap memiliki potensi dampak terhadap tanah, air, dan udara. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah mitigasi untuk menjaga kelestarian lingkungan dan memastikan keberlanjutan usaha.

Dampak Pada Air dan Upaya Penanganannya

Proses produksi dalam bisnis Smoothies Batim, seperti pencucian buah, pengolahan bahan baku, dan limbah cair dari kegiatan operasional, berpotensi memberikan dampak negatif terhadap lingkungan, khususnya pada kualitas air. Limbah cair yang tidak dikelola dengan baik dapat mencemari sumber air, menyebabkan perubahan warna, bau, dan rasa air, serta mengganggu ekosistem perairan di sekitarnya. Untuk menangani potensi dampak tersebut, kami menerapkan langkah-langkah pengelolaan limbah cair secara terencana. Limbah cair hasil produksi dimanfaatkan kembali untuk menyiram tanaman di sekitar area usaha, sehingga tidak hanya mengurangi potensi pencemaran tetapi juga memberikan manfaat bagi lingkungan. Selain itu, kami memastikan bahwa setiap limbah cair dikelola melalui prosedur yang sesuai standar, sehingga air yang dibuang kembali ke lingkungan telah memenuhi ketentuan yang berlaku. Dengan langkah ini, kami berkomitmen untuk menjalankan operasional bisnis yang tidak hanya menghasilkan produk berkualitas tetapi juga bertanggung jawab terhadap kelestarian lingkungan, khususnya sumber daya air.

Dampak Pada Tanah dan Penanganannya

Penumpukan limbah organik dari sisa bahan baku, seperti kulit buah dan buah yang tidak layak produksi, dapat berdampak negatif terhadap kualitas tanah jika tidak dikelola dengan baik. Limbah organik yang dibuang sembarangan dapat mencemari tanah, mengurangi kesuburan, dan

mengganggu ekosistem di sekitarnya. Selain itu, limbah plastik seperti cap, kantong kresek, dan kemasan plastik lainnya yang tidak dikelola dengan baik memerlukan waktu yang sangat lama untuk terurai secara alami. Limbah plastik ini tidak hanya menurunkan kualitas tanah tetapi juga dapat menghambat proses drainase alami, yang pada akhirnya berdampak pada lingkungan yang lebih luas. Untuk menangani dampak tersebut, kami telah menerapkan beberapa langkah penanganan sebagai berikut:

1. Pengelolaan Limbah Organik
 - a) Limbah organik dari sisa bahan baku diolah menjadi pupuk kompos yang dapat digunakan untuk tanaman di sekitar area usaha.
 - b) Apabila tidak memungkinkan untuk diolah, limbah organik dibuang ke tempat pembuangan yang telah disediakan dan sesuai dengan standar lingkungan.
2. Pengelolaan Limbah Plastik
 - a) Mengurangi penggunaan plastik konvensional dengan beralih ke kemasan ramah lingkungan, seperti bioplastic yang terbuat dari bahan biodegradable.
 - b) Meningkatkan kesadaran pelanggan melalui edukasi langsung dan penggunaan tulisan pada kemasan, seperti pada cap minuman yang bertuliskan: "Buang sampah pada tempatnya" atau "Mari jaga lingkungan bersama."
 - c) Menyediakan tempat sampah khusus untuk limbah plastik di area usaha, sehingga pelanggan dapat dengan mudah membuang sampah pada tempat yang benar.

Dengan langkah-langkah ini, kami tidak hanya berupaya menjaga keberlanjutan lingkungan tetapi juga memberikan edukasi kepada masyarakat untuk bersama-sama menjaga lingkungan. Komitmen ini menjadi bagian dari tanggung jawab kami sebagai pelaku usaha yang peduli terhadap kelestarian lingkungan.

Dampak Pada Udara dan Upaya Penanganannya

Limbah organik dari sisa bahan baku yang dibiarkan terlalu lama tanpa pengelolaan dapat mengalami proses fermentasi yang menghasilkan bau tidak sedap. Bau ini tidak hanya mencemari udara di sekitar area produksi tetapi juga mengurangi kenyamanan bagi pekerja dan masyarakat sekitar. Udara yang tercemar akibat limbah organik dapat menjadi salah satu bentuk pencemaran lingkungan yang harus ditangani dengan serius.

Untuk menangani masalah ini, kami menerapkan beberapa langkah penanganan sebagai berikut:

1. Pengelolaan Limbah Organik secara Cepat

Limbah organik, seperti sisa buah dan bahan baku lainnya, langsung dibuang ke tempat pembuangan yang sesuai atau diolah menjadi produk lain, seperti pupuk kompos. Hal ini dilakukan untuk mencegah limbah menumpuk dan mengurangi potensi pembusukan yang dapat menghasilkan bau tidak sedap.
2. Pengecekan dan Pemeliharaan Kebersihan Area Produksi

Area produksi selalu dijaga kebersihannya dengan rutin melakukan pengecekan dan pembersihan. Sampah yang dihasilkan selama proses produksi dikelola secara berkala untuk memastikan tidak ada limbah yang tertinggal terlalu lama di area kerja.
3. Edukasi dan Kepatuhan Karyawan

Karyawan dilatih untuk segera membuang limbah organik ke tempat yang telah ditentukan dan menjaga kebersihan di lingkungan kerja. Dengan menciptakan budaya kerja yang peduli terhadap kebersihan, masalah pencemaran udara dapat diminimalkan.

Melalui langkah-langkah ini, kami memastikan bahwa operasional bisnis tidak hanya berorientasi pada kualitas produk tetapi juga pada tanggung jawab terhadap lingkungan. Dengan pengelolaan limbah yang baik, kami berkomitmen untuk menciptakan lingkungan kerja yang bersih dan udara yang tetap segar di sekitar area usaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis kami terhadap aspek studi kelayakan bisnis Smoothies Batim, dapat disimpulkan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan. Dari aspek produksi, penggunaan bahan baku berkualitas dan teknologi pengolahan modern memastikan produk memiliki nilai dan daya saing yang tinggi. Aspek hukum telah dipenuhi dengan adanya izin edar. Dari segi pasar dan pemasaran, tren gaya hidup sehat memberikan peluang besar bagi bisnis ini untuk berkembang, didukung oleh strategi pemasaran digital yang efektif. Secara teknis dan operasional, pemilihan lokasi strategis serta penerapan sistem produksi efisien menjamin kelancaran operasional bisnis. Struktur manajemen yang jelas dan penerapan sistem manajemen berbasis teknologi meningkatkan efisiensi dan aktivitas bisnis. Dari aspek keuangan, analisis menunjukkan bahwa bisnis ini memiliki prospek keuntungan yang baik dalam jangka waktu dekat setelah beroperasi penuh. Sementara itu, dari segi lingkungan, bisnis ini menerapkan strategi ramah lingkungan dengan penggunaan kemasan yang ramah lingkungan dan sistem pengolahan limbah yang efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Handayani, Dhasefa, Sari, Sukmawan, & Rofiah. (2020). PEMBUATAN SMOOTHIES MANGGA SEBAGAI IMUN BOOSTER BAGI. *Apekmas Jurnal Pengabdian, III*, 59-63.
- Handoko, R. (2021). Strategi digital marketing dalam meningkatkan penjualan makanan dan minuman . *manajemen pemasaran* , 45-60.
- Lestari, D., & Putra, A. (2020). Dampak industri makanan dan minuman terhadap lingkungan dan solusi berkelanjutan . *Ilmu lingkungan*, 25-40.
- Prasetyo, B. (2020). Aspek hukum dalam bisnis makanan dan minuman di Indonesia. *Hukum bisnis*, 70-85.
- Rahmawati, & Aulawi. (2020). Dampak penerapan segmentation, targeting, positioning, PT kimika farma pada pasar nasional. *Jurnal administrasi kantor*, 209-222.
- Rahmawati, S., Setiawan, D., & Nugroho, T. (2021). Efisiensi produksi dalam industri miuman sehat. *jurnal teknologi pangan*, 112-130.
- Ramadhani, P. e. (2019). Strategi pemilihan lokasi dalam industri makanan dan minuman . *Teknik industri*, 55-72.
- Sugiyanto, A., & Winarni, L. (2020). analisis studi kelayakan bisnis: konsep dan implementasi. *jurnal ekonomi dan bisnis*, 33-48.
- Suryani, T. (2018). Analisis segmentasi pasar dalam bisnis makanan dan minuman. *pemasaran dan konsumen*, 20-37.
- Susanto, D. (2021). Model manajemen efektif dalam bisnis kecil dan menengah. *manajemen UMKM*, 78-94.
- Sutomo. (2010, Januari 28). *Mengenal Jus, Smoothie*,. Retrieved from sahabat nestle: <http://www.sahabatnestle.co.id/content/>
- Wibowo, A. (2022). Evaluasi kelayakan keuangan dalam usaha mikro dan menengah. *Keuangan bisnis*, 88-102.