

ANALISIS KELAYAKAN BISNIS USAHA KULINER ES KACANG MERAH BENTO : APAKAH LAYAK DIJADIKAN USAHA JANGKA PANJANG DI TENGAH TREN KULINER TRADISIONAL?

Zackya Wardhani¹, Eni Sugiantari², Aufa Shella Nazhifah³

zckawardhani@gmail.com¹, enisugiantari72@gmail.com², aufashella12@gmail.com³

Universitas Islam Raden Fatah Palembang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah usaha kuliner es kacang merah bento layak dijalankan sebagai bisnis jangka panjang. Analisis dilakukan dari berbagai aspek, seperti pasar, teknis, pengelolaan, hukum, dan keuangan. Data diperoleh melalui survei konsumen, observasi langsung, dan perhitungan sederhana seperti estimasi modal, keuntungan, dan waktu balik modal. Hasilnya menunjukkan bahwa es kacang merah bento memiliki peluang pasar yang cukup baik, terutama di kalangan anak muda dan pecinta makanan penutup. Proses produksinya juga tidak rumit dan bisa dijalankan dengan modal yang relatif terjangkau. Dari segi keuangan, usaha ini menunjukkan potensi untuk menghasilkan keuntungan yang stabil. Berdasarkan hasil tersebut, usaha es kacang merah bento dinilai layak dijalankan dan memiliki peluang untuk bertahan dalam jangka panjang.

Kata kunci: Usaha Kuliner, Es Kacang Merah, Kelayakan Bisnis, Jangka Panjang.

ABSTRACT

This study aims to determine whether the red bean bento dessert business is feasible to run as a long-term culinary venture. The analysis covers various aspects, including market potential, technical operations, management, legal considerations, and financial viability. Data were collected through consumer surveys, direct observation, and simple calculations such as estimated capital, profit, and payback period. The results show that red bean bento has good market potential, especially among young people and dessert enthusiasts. The production process is also relatively simple and can be managed with affordable capital. From a financial perspective, this business has the potential to generate stable profits. Based on these findings, the red bean bento dessert business is considered feasible and promising for long-term development.

Keywords: Culinary Business, Red Bean Dessert, Business Feasibility, Long-Term Venture.

PENDAHULUAN

Usaha kuliner merupakan salah satu sektor yang paling dinamis dan menjanjikan di Indonesia. Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk dan perubahan gaya hidup masyarakat, kebutuhan akan variasi makanan dan minuman pun semakin beragam. Saat ini, konsumen tidak hanya mencari makanan yang enak, tetapi juga yang unik, sehat, dan memiliki tampilan menarik. Fenomena ini banyak dimanfaatkan pelaku usaha, terutama anak muda, untuk menciptakan bisnis kuliner dengan sentuhan kreatif. Salah satu jenis makanan penutup yang mulai dilirik adalah es kacang merah.

Es kacang merah dikenal sebagai salah satu dessert tradisional yang berasal dari budaya Asia Timur, seperti Jepang dan Korea. Di negara asalnya, makanan ini biasa disajikan dalam berbagai bentuk dari sup kacang merah hangat hingga sajian dingin dengan es serut dan susu kental manis. Di Indonesia sendiri, olahan kacang merah cukup dikenal, tetapi belum banyak dikemas dalam bentuk menarik seperti bento-style dessert. Padahal, menurut Suparyanto (2015), kacang merah memiliki nilai gizi tinggi karena mengandung protein nabati, serat, zat besi, dan vitamin B yang baik untuk kesehatan. Hal ini menjadikan es kacang merah sebagai makanan penutup yang tidak hanya enak tetapi

juga memiliki nilai tambah dari sisi kesehatan. UMKM yang berbasis kuliner tradisional seperti penjual es kacang merah ini, sering kali dipandang sebelah mata karena dianggap sebagai usaha kecil-kecilan yang tidak berdampak besar. Padahal, jika dilihat lebih dalam, usaha seperti ini memiliki potensi yang sangat besar terutama dalam mendukung inklusivitas ekonomi.

Inklusivitas ekonomi adalah kondisi ketika semua kelompok masyarakat, tanpa memandang latar belakang sosial, ekonomi, atau geografis, memiliki kesempatan yang sama untuk terlibat dalam kegiatan ekonomi dan merasakan manfaatnya. Dalam konteks ini, UMKM es kacang merah dapat menjadi contoh nyata dari usaha yang tidak hanya menghidupkan ekonomi lokal, tetapi juga memberikan ruang bagi kelompok-kelompok yang selama ini kurang terwakili dalam sistem ekonomi formal. Misalnya, banyak usaha es kacang merah dijalankan oleh ibu rumah tangga, pelaku usaha informal, hingga pemuda di daerah pinggiran yang belum memiliki akses ke pekerjaan formal.

Dengan berkembangnya teknologi dan pemasaran digital, usaha es kacang merah juga memiliki peluang untuk tumbuh lebih besar. Kini, banyak pelaku UMKM mulai memanfaatkan media sosial, aplikasi pesan antar makanan, dan platform e-commerce untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Hal ini menunjukkan bahwa usaha sederhana pun bisa naik kelas dan menjadi bagian dari arus utama ekonomi digital nasional, asalkan mendapat dukungan dan pembinaan yang tepat. Melalui pendekatan yang inklusif dan pemberdayaan yang berkelanjutan, UMKM es kacang merah bisa menjadi lebih dari sekadar usaha kuliner. Ia bisa menjadi motor penggerak ekonomi lokal, penjaga budaya kuliner tradisional, dan contoh bagaimana ekonomi bisa tumbuh dengan melibatkan semua lapisan masyarakat secara adil. Oleh karena itu, penting bagi kita untuk memahami dan mendukung peran UMKM seperti ini dalam mewujudkan ekonomi nasional yang lebih merata, adil, dan berkelanjutan.

Melihat tren makanan kekinian dan budaya visual di media sosial yang menuntut tampilan makanan agar menarik secara estetika, muncul ide untuk mengembangkan es kacang merah dalam kemasan bento. Konsep ini bertujuan untuk menarik perhatian segmen pasar muda yang senang mengunggah makanan mereka ke platform seperti Instagram dan TikTok. Menurut Kotler dan Keller (2016), inovasi dalam produk sangat penting untuk menciptakan nilai tambah dan membedakan diri dari pesaing. Inovasi tidak hanya dalam rasa atau bahan, tetapi juga dalam cara penyajian dan pemasaran. Dengan tampilan unik ala bento dan rasa yang familiar bagi lidah lokal, es kacang merah bento berpotensi menjadi daya tarik baru dalam dunia dessert di Indonesia.

Namun, ide kreatif saja tidak cukup. Sebuah usaha perlu melalui proses perencanaan dan analisis yang matang agar tidak hanya sekadar mengikuti tren sesaat. Di sinilah pentingnya dilakukan analisis kelayakan usaha. Menurut Umar (2003), studi kelayakan bisnis bertujuan untuk menilai apakah sebuah rencana bisnis layak dijalankan berdasarkan aspek pasar, teknis, manajerial, hukum, dan keuangan. Analisis ini sangat penting agar pelaku usaha tidak hanya berfokus pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga mempertimbangkan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Usaha kuliner es kacang merah Bento adalah bentuk bisnis makanan penutup yang mengandalkan cita rasa khas kacang merah sebagai bahan utama, disajikan secara menarik dan kekinian. Nama "Bento" dalam usaha ini bukan merujuk pada konsep bento box ala Jepang, melainkan diambil dari nama anak pemilik usaha, yang menjadi identitas dan ciri khas tersendiri dari brand ini. Hal ini memberikan sentuhan personal dan nilai emosional pada produk yang ditawarkan. Secara keseluruhan, usaha ini termasuk dalam kategori kuliner modern yang memadukan nilai tradisional (dari bahan dasar kacang merah yang umum digunakan dalam makanan Asia) dengan konsep visual yang estetik dan mudah

diterima oleh pasar masa kini, khususnya generasi muda. Es kacang merah Bento tidak hanya mengandalkan rasa, tetapi juga cerita di balik nama dan kemasan, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih dari sekadar menikmati makanan. Selain itu, usaha es kacang merah bento telah berdiri selama kurang lebih 20 tahun dan memiliki banyak pelanggan. Menurut penelitian sebelumnya Putresya et al., (2023); Ramadhan & Budiarti (2021) kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan mulai mempertimbangkan harga sebagai faktor penting dalam membuat keputusan beli mereka. Pelanggan akan lebih cenderung untuk membeli kembali produk jika harganya terjangkau dan sesuai dengan kualitasnya. Namun, alasan utama konsumen untuk membeli sesuatu adalah harga. Menurut penelitian (Irawati & Setiawan, 2023) konsumen sering membeli sesuatu karena referensi atau dorongan dari orang lain yang mereka anggap dapat dipercaya. Pelanggan juga lebih suka membeli kembali produk karena kualitasnya. Pelanggan yang mendapatkan produk berkualitas tinggi akan puas dan akan membeli kembali (Falizah et al., 2013).

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan utama: apakah usaha kuliner es kacang merah bento layak dijalankan dan dikembangkan sebagai usaha jangka panjang? Dengan menganalisis dari berbagai aspek, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran yang jelas dan realistis bagi siapa pun yang ingin memulai usaha di bidang kuliner, khususnya makanan penutup yang inovatif dan sehat. Selain itu, studi ini juga dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM yang ingin menggabungkan konsep tradisional dengan sentuhan modern agar dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan pada pelaku warung “es kacang merah bento” yang beralamat di Jl. May Zen, Sei Selincah, Kec. Kalidoni, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Penentuan lokasi sudah cukup strategis karena terdapat berbagai umkm lain sehingga daerah sekitar warung terkesan ramai yang membuat es kacang merah bento laris di masyarakat kalidoni. Kecamatan kalidoni juga merupakan salah satu kecamatan di kota Palembang yang cukup luas, sehingga memungkinkan memiliki peluang ekonomi yang relatif besar dan laku di pasaran. Objek penelitiannya ialah “warung es kacang merah bento”.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi lapangan (field study). Metode ini kami pilih karena secara langsung kami mengunjungi dan mengamati kegiatan usaha kuliner es kacang merah Bento untuk memperoleh data yang bersifat faktual dan mendalam mengenai kondisi aktual usaha. Data utama dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik usaha, observasi kegiatan produksi dan penjualan di tempat, serta mencatat suasana usaha dan respon konsumen. Kami juga melihat bagaimana produk disajikan, bagaimana alur kerja di dapur, serta bagaimana interaksi penjual dan pembeli berlangsung, kami juga mencatat suasana tempat, kenyamanan pengunjung, serta mengamati siapa saja yang menjadi target konsumen usaha ini, kami juga mengamati respon konsumen yang datang ke Lokasi baik dari segi minat, Kesan terhadap produk, hingga apakah melakukan pembelian ulang atau tidak, dan kami juga mengamati harga serta banyaknya es yang erjual dalam satu hari. Selain data primer, kami juga mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber seperti buku tentang studi kelayakan usaha, artikel tentang tren kuliner, serta informasi pendukung lainnya yang relevan dengan topik.

Teknik Pengumpulan Data yaitu Wawancara semi-terstruktur, wawancara ini dilakukan agar peneliti tetap memiliki panduan pertanyaan namun fleksibel dalam menggali informasi tambahan. Selain itu Observasi partisipatif juga dibutuhkan karena

kami disini terlibat langsung sebagai pengunjung untuk merasakan kualitas produk dan layanan. Beberapa dokumentasi juga kami ambil seperti foto kegiatan usaha, menu, dan catatan penjualan jika tersedia. Proses analisis dilakukan dengan menyusun dan menyaring informasi yang didapat dari lapangan, lalu dikelompokkan ke dalam lima aspek utama kelayakan usaha: aspek pasar, teknis/operasional, manajerial, hukum, dan keuangan. Dengan cara ini, kami bisa menilai secara objektif apakah usaha es kacang merah Bento memiliki potensi untuk berkembang dan bertahan dalam jangka panjang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang telah kami lakukan secara langsung dengan mengamati aktivitas usaha es kacang merah bento di lokasi. Pengamatan kami lakukan dengan mengamati aktivitas sehari-hari usaha es kacang merah bento mulai dari cara penyajian produk, suasana sekitar, hingga respon penjual dan juga pembeli. Kami juga mewawancarai pemilik usaha untuk mengetahui latar belakang berdirinya usaha sampai pemberian nama usaha, proses produksi, hingga strategi pemasaran yang digunakan. Awalnya kami ngira “bento” adalah konsep dari jepang seperti yang biasa dipahami oleh banyak orang ternyata perkiraan kami selama ini salah kata “bento” ternyata berasal dari nama anak pemilik usaha yaitu anak kedua dari pemilik usaha yang ternyata bernama bento. Pemilihan nama usaha yang unik ini menjadi daya tarik sendiri bagi kami dan mudah untuk selalu diingat.

Untuk mengetahui apakah usaha ini layak untuk di jalankan dalam jangka Panjang dan apakah mampu bersaing di Tengah tren makanan tradisional sekarang, kami menganalisis beberapa aspek kelayakan bisnisnya, diantara aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasional, aspek manajemen dan SDM, aspek hukum, dan aspek keuangan. Pembahasan akan kami mulai dari aspek pasar dan pemasaran karena aspek ini merupakan pondasi utama dari setiap usaha agar dapat menilai prospek usaha ke depan.

1. Aspek Pasar Dan Pemasaran

Dari hasil pengamatan yang telah kami lakukan ke lokasi usaha es kacang merah bento usaha ini sendiri bertemat di Jl. May Zen, Sei.Selincih, Kec. kalidoni, Kota Palembang, Sumatera Selatan, kami melihat bahwa usaha ini punya peluang pasar yang cukup menjanjikan, letaknya berada di daerah yang strategis yaitu berhadapan langsung dengan SMA pusri meskipun tidak berada didekat kampus, mall, ataupun pasar, usaha ini tetap memiliki peluang pasar yang baik karena berada di Tengah lingkungan warga yang lumayan padat penduduk konsumen Sebagian besar berasal dari warga sekitar, termasuk anak-anak, remaja, dan ibu rumah tangga yang biasa membeli minuman ringan di sore hari untuk menyegarkan tenggorokan. Toko Es kacang merah menyediakan tempat menunggu dengan area duduk didepan toko dan dibawah atap, yang membuat pelanggan nyaman saat menunggu pesanan dibuat. Produk yang di tawarkan adalah es kacang merah yang menjadi best seller di usaha ini, Rasa manis yang pas saat dicampurkan dengan sirup dan susu kental manis menjadi khas dan keautentikan rasa es kacang merah. Adanya berbagai menu minuman lain yang ditawarkan seperti, berbagai macam jus buah buahan dan ice krim yang menjadi menu yang dicari pelanggan lain khususnya anak kecil. Selain rasanya yg enak penyajian yang cepat dan kebersihan tempat menjadi bagian dari kualitas produk yang ditawarkan. Usaha es kacang merah ini menerima pembayaran tunai maupun Qris.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh pemilik usaha cukup sederhana namun efektif. Promosi utamanya bersal dari mulut ke para pelanggan yang telah mencoba produk es kacang merah bento banyak pelanggan yang datang karena mendapatkan rekomendasi dari teman dan keluarga. Selain itu promosi juga dilakukan melalui media sosial seperti WhatsApp story, Instagram, dan gofood. Banyak juga pelanggan baru datang kerena di ajak oleh teman atau melihat unggahan dari oerang yang pernah membeli (pelanggan tetap). Ini membuktikan bahwa kualitas rasa dan pelayanan memberi Kesan yang baik, sehingga pelanggan tidak segan merekomendasikan kepada orang lain. Es Kacang Merah warung Bento menerapkan strategi harga yang terjangkau, yaitu dalam rentang Rp5.000– Rp10.000 per cup, Harga yang kompetitif membuat toko ini bisa menjangkau berbagai kalangan, terutama, Dibandingkan dengan toko es kacang lain, es kacang merah bento memiliki harga yang lebih murah menjadi keunggulan

tersendiri. anak sekolah, pekerja, dan keluarga. Tetapi dibalik usaha yang sukses ini ada beberapa tantangan yang dihadapi usaha es kacang merah bento seperti Persaingan dengan Toko es kacang merah lain yang menawarkan harga dan rasa yang kompetitif dan Ketergantungan pada pelanggan setempat, sehingga perlu strategi untuk menarik pelanggan dari luar area.

Jadi dari hasil analisis kami di atas kami menyimpulkan bahwa Es Kacang Merah warung Bento memiliki strategi pemasaran yang kuat dari segi produk, harga, dan lokasi. Warung es kacang merah menggunakan peluang digital untuk meningkatkan promosi, terutama melalui media sosial dan layanan pesan antar. Dengan strategi pemasaran yang lebih agresif, toko es kacang merah ini bisa menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan keuntungan.

2. Aspek Teknis Dan Operasional

Dari hasil observasi langsung Usaha es kacang merah Bento dijalankan di sebuah tempat usaha tetap, bukan di rumah pribadi. Tempatnya cukup terlihat karena berada di pinggir jalan, jadi orang yang lewat bisa langsung sadar ada penjual es kacang merah di situ. Meski ukurannya tidak terlalu besar, tapi tempatnya bersih dan cukup nyaman untuk melayani pembeli. Kegiatan produksi dilakukan langsung di lokasi. Setiap pagi, pemilik usaha mulai menyiapkan bahan-bahan seperti kacang merah, susu, dan es batu. Kacang merah direbus sampai empuk, lalu dicampur bahan lainnya sesuai takaran resep yang sudah mereka pakai sejak awal buka. Semua dilakukan manual, tapi tetap terjaga kebersihan dan kualitasnya. Cara penyajiannya juga di perhatikan oleh pemilik usaha seperti saat ada pesanan, Kacang merah yang sudah di wadah cup lalu dicampurkan sirup serta susu kental manis dan ditambahkan es batu. Cup yang sudah tersajikan Es kacang merah lalu di Press menggunakan mesin khusus press agar tidak bocor. Es kacang yang masih sangat fresh langsung diberikan kepada pelanggan dengan menggunakan kantong plastik agar mudah dibawa pelanggan.

Alat-alat yang digunakan juga masih sederhana, seperti panci besar untuk merebus kacang, lemari pendingin untuk menyimpan bahan, serta blender dan alat saji lainnya. Karena skalanya masih mikro, peralatan ini sudah cukup menunjang operasional harian. Usaha ini biasanya buka dari siang sampai malam, menyesuaikan waktu orang-orang mulai cari jajanan segar. Dalam satu hari, bisa terjual sekitar 300 sampai 400 porsi tergantung cuaca dan hari. Kalau sedang panas atau akhir pekan, biasanya pembeli lebih ramai. Penjualan dilakukan langsung di tempat, tapi juga melayani pesanan lewat WhatsApp. Untuk operasional sehari-hari, pemilik dibantu satu orang karyawan. Mereka bekerja sama menyiapkan pesanan dan melayani pembeli. Semua pencatatan keuangan dan stok masih dilakukan manual di buku tulis, tapi tetap teratur. Selain itu terdapat juga tantangan yang harus dihadapi seperti Fluktuasi harga bahan baku, terutama Kacang merah, yang dapat memengaruhi biaya produksi. Lonjakan pelanggan pada jam sibuk, yang dapat menyebabkan waktu tunggu lebih lama. Keterbatasan tenaga kerja, terutama dalam pengelolaan dapur dan pelayanan pelanggan. Kendala teknis, seperti kekurangan stok sirup atau kehabisan cup kacang merah disaat jumlah pelanggan meningkat.

Jadi dari hasil pengamatan kami Aspek operasional Es kacang Merah warung bento berjalan dengan sistem sederhana namun cukup efektif. Untuk meningkatkan efisiensi, toko ini dapat mempertimbangkan penerapan sistem pemesanan yang lebih cepat, menambah metode pembayaran digital, serta mengoptimalkan manajemen stok bahan baku agar lebih efisien dan mengurangi pemborosan.

3. Aspek Manajemen dan SDM

Usaha es kacang merah Bento dijalankan langsung oleh pemiliknya dengan sistem manajemen yang sederhana namun cukup terorganisir. Pemilik bertanggung jawab penuh terhadap jalannya usaha, mulai dari belanja bahan baku, kontrol kualitas produk, hingga pengelolaan keuangan dan operasional harian. Dalam menjalankan usahanya, pemilik dibantu oleh tiga orang karyawan yang memiliki peran masing-masing. Ada yang bertugas di bagian dapur untuk menyiapkan bahan dan memasak kacang merah, ada yang fokus pada bagian penyajian dan topping, serta satu orang lagi yang melayani pembeli dan menangani pesanan. Meskipun tidak ada struktur organisasi formal, pembagian tugas dilakukan secara jelas dan masing-masing karyawan sudah memahami tanggung jawabnya. Koordinasi dilakukan secara langsung setiap hari antara pemilik dan karyawan, dan karena timnya kecil, komunikasi pun berjalan lancar dan kekeluargaan.

Sistem penggajian untuk ketiga karyawan dilakukan secara bulanan, bisa juga harian. Besaran gaji disesuaikan dengan tanggung jawab dan jam kerja masing-masing, serta dibayar rutin setiap akhir bulan. Karyawan yang dipekerjakan yaitu 2 karyawan dengan menggunakan sistem kerja shift dan membagi menjadi 2 shift yaitu shift pagi dari mulai pukul 07.00 - 13.00 dan shift malam mulai 13.30- 22.00 malam. Karyawan mendapatkan gaji sesuai shift yang mereka kerjakan. Pada umumnya gaji karyawan es kacang merah bento Rp 1.200.000 perbulan dan bisa dibayar perhari sesuai kehendak karyawan ingin kapan di gaji. Walau belum ada sistem absensi digital, catatan kehadiran dan jam kerja tetap dicatat secara manual oleh pemilik. Karyawan tidak melalui pelatihan formal, tapi mereka diberi arahan langsung di awal kerja. Selama proses berjalan, pemilik tetap memantau kualitas pelayanan dan produk agar sesuai dengan standar usaha yang sudah ditetapkan. Secara umum, meskipun manajemennya masih sederhana, aspek SDM di usaha es kacang merah Bento sudah berjalan cukup baik dan profesional. Kalau suatu saat usaha berkembang lebih besar, pengelolaan SDM ini bisa ditingkatkan dengan sistem kerja dan pencatatan yang lebih tertata.

4. Aspek Hukum

Dari sudut pandang hukum, usaha es kacang merah warung bento ini telah memperoleh sertifikasi halal yang merupakan bentuk nyata dari kepatuhan terhadap regulasi nasional yang mengatur jaminan produk halal di Indonesia. Sertifikasi ini bukan hanya menjadi simbol administratif semata, melainkan sebuah legitimasi hukum yang menegaskan bahwa seluruh proses produksi, mulai dari pemilihan bahan baku, pengolahan, penyimpanan, hingga penyajian produk, telah memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) serta diawasi dan disahkan oleh Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Dengan adanya sertifikasi halal, usaha es kacang merah warung bento telah menjalankan prinsip kehati-hatian dan tanggung jawab dalam menyajikan produk yang aman, higienis, dan sesuai dengan syariat Islam bagi konsumen Muslim. Hal ini juga mencerminkan bahwa pelaku usaha memiliki kesadaran hukum dan etika bisnis untuk melindungi hak-hak konsumen, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, dan diperkuat melalui Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021. Kepemilikan sertifikat halal menjadikan produk mereka tidak hanya memenuhi aspek religiusitas, tetapi juga aspek legalitas dan kualitas, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan publik serta daya saing usaha di pasar.

Selain itu, sertifikasi halal ini juga memberikan perlindungan hukum bagi pelaku usaha dari potensi sanksi atau tuntutan hukum di masa depan, khususnya jika terjadi pengawasan atau inspeksi dari lembaga pemerintah. Dengan demikian, keberadaan sertifikat halal pada warung es kacang merah tidak hanya bermanfaat dari sisi konsumen, tetapi juga menjadi nilai tambah strategis dari sisi hukum, bisnis, dan keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa sertifikasi halal bagi warung es kacang merah adalah bentuk integrasi yang harmonis antara kepatuhan hukum, komitmen moral, dan strategi usaha yang berorientasi pada kepercayaan publik dan keberlanjutan jangka panjang.

5. Aspek Keuangan

Aspek keuangan sangat penting dalam menentukan keberlanjutan dan profitabilitas usaha Es Kacang Merah warung bento. Analisis ini mencakup biaya investasi awal, biaya operasional, pendapatan, laba/rugi, serta titik impas (Break Even Point/ BEP).

1. Biaya Investasi Awal

Biaya awal yang dibutuhkan untuk membuka dan menjalankan warung bakso meliputi:

Komponen	Perkiraan Biaya (Rp)
Peralatan memasak (panci, kompor alat press cup)	Rp 4.000.000- Rp 8.000.000
Etalase buah, meja, kursi untuk penempatan produk	Rp 2.000.000- Rp 5.000.000

Peralatan minum(cup beda ukuran, sendok plastik, sedotan, kantong plastik,seal/tutup cup)	RP 2.000.000- Rp 3.000.000
Modal bahan baku(Kacang merah, SKM, sirup,gula,daun pandan)	Rp 3.000.000- Rp 5.000.000
Foto produk dan dekorasi toko es	Rp 1.500.000- Rp 3.000.000
Total estimasi biaya investasi	Rp 12.500.000- Rp 24.000.000

2. Biaya Operasional Bulanan

Biaya yang dikeluarkan setiap bulan untuk menjaga kelangsungan usaha meliputi:

Komponen	Perkiraan Biaya (Rp/bulanan)
Pembelian bahan baku (Kacang merah, SKM, dan lain-lain)	Rp 6.000.000- Rp 12.000.000
Gaji karyawan (2 orang)	Rp 1.000.000- Rp1.500.000
Listrik, air, gas	Rp 1.500.000- Rp 3.000.000
Biaya promosi dan pemasaran	Rp 1.000.000- Rp 2.000.000
Biaya lain-lain (perawatan, kebersihan, dan lain-lain)	Rp 500.000- Rp 1.500.000
Total biaya operasional	Rp 10.000.000- Rp 20.000.000

3. Estimasi Pendapatan Bulanan

Misalkan warung beroperasi 30 hari dalam sebulan, dan rata-rata pelanggan per hari sekitar 200 orang, dengan harga jual rata-rata Rp10.000 per porsi. Maka, perhitungannya:

Pendapatan per hari = 200 pelanggan × Rp10.000 = Rp 2.000.000

Pendapatan per bulan = Rp2.000.000 × 30 hari = Rp 60.000.000

Jika ada tambahan dari penjualan menu minuman lain, pendapatan bisa lebih tinggi.

4. Perhitungan Laba/Rugi

Untuk mengetahui apakah usaha menguntungkan atau merugi, dilakukan perhitungan laba bersih:

Pendapatan Bulanan = Rp60.000.000

Total Biaya Operasional = Rp10.000.000 - Rp20.000.000

Laba Bersih = Rp60.000.000 - Rp20.000.000 = Rp 40.000.000 per bulan (perkiraan laba maksimal)

Jika omzet lebih rendah atau biaya operasional lebih tinggi, laba bisa menurun.

5. Titik Impas (Break Even Point / BEP)

BEP adalah saat total pendapatan sama dengan total biaya investasi dan operasional.

Total investasi awal: Rp12.500.000 - Rp24.000.000

Laba bersih per bulan: Rp40.000.000 (perkiraan maksimal)

Perkiraan waktu balik modal (BEP) = Total investasi ÷ Laba bersih

BEP cepat: Rp12.500.000 ÷ Rp40.000.000 ≈ 1 bulan

BEP lama: Rp24.000.000 ÷ Rp40.000.000 ≈ 2 bulan

Jadi, jika penjualan stabil, modal bisa kembali dalam 1-2 bulan.

6. Tantangan Keuangan

- Fluktuasi harga bahan baku (terutama Kacang merah) bisa memengaruhi keuntungan.
- Persaingan dengan warung es kacang lain yang bisa menurunkan jumlah pelanggan.
- Kondisi cuaca yang tak menentu.

Dari analisis keuangan, Es Kacang merah bento memiliki potensi keuntungan yang cukup besar. Dengan strategi pemasaran yang baik dan pengelolaan biaya yang efisien, usaha ini bisa berkembang dan mempercepat pengembalian modal

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui observasi langsung, wawancara, serta studi literatur terkait, dapat disimpulkan bahwa usaha kuliner Es Kacang Merah Bento layak untuk dijalankan sebagai bisnis jangka panjang. Usaha ini memiliki banyak keunggulan yang mendukung kelayakannya, baik dari sisi pasar, operasional, manajemen, legalitas, hingga keuangan.

Pertama, dari aspek pasar dan pemasaran, usaha ini menunjukkan potensi yang besar karena lokasinya strategis, berada di lingkungan padat penduduk dan berdekatan dengan sekolah. Segmentasi pasarnya cukup jelas, yaitu anak-anak, remaja, dan ibu rumah tangga. Promosi dari mulut ke mulut serta melalui media sosial juga cukup efektif dalam menarik pelanggan baru. Usaha ini telah memanfaatkan platform digital seperti WhatsApp, Instagram, dan layanan pesan antar untuk memperluas pasar. Kedua, proses produksi dilakukan langsung di lokasi usaha, menggunakan alat-alat yang mudah diperoleh, dan tetap memperhatikan standar kebersihan. Kapasitas produksi dapat mencapai ratusan porsi per hari, tergantung pada cuaca dan hari (hari libur biasanya lebih ramai). Meski masih menggunakan pencatatan manual, operasional harian berjalan lancar. Ketiga, dari aspek manajemen dan SDM, usaha ini dikelola langsung oleh pemilik dengan bantuan beberapa karyawan. Gaji diberikan sesuai jam kerja dan sistem shift, yang fleksibel dan disesuaikan dengan kondisi usaha. Ini menunjukkan bahwa manajemen sumber daya manusianya sudah cukup tertata untuk usaha skala mikro. Keempat, dari aspek hukum, usaha ini telah memiliki sertifikat halal dari BPJPH dan MUI. Ini menunjukkan bahwa produk yang dijual aman dan sesuai dengan syariat Islam, yang tentunya meningkatkan kepercayaan konsumen, terutama umat Muslim. Kelima, dari aspek keuangan, usaha ini tergolong sangat menjanjikan. Dengan investasi awal yang tergolong rendah (sekitar 12–24 juta rupiah), usaha ini dapat memperoleh laba bersih yang cukup tinggi setiap bulan (sekitar 30–40 juta rupiah, tergantung jumlah pelanggan dan biaya operasional).

Dengan mempertimbangkan seluruh aspek tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa usaha Es Kacang Merah Bento sangat layak dijalankan dan berpeluang besar untuk terus berkembang sebagai usaha jangka panjang, terutama di tengah tren makanan tradisional yang kini kembali diminati masyarakat. Usaha ini tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga turut melestarikan budaya kuliner lokal dan mendukung inklusi ekonomi masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Kasmir & Jakfar. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Sunyoto, Danang. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Jakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Umar, Husein. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Gramedia PustakaUtama.
- Rochmat Aldy. (2017). *Pengantar Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nitisemito, Alex S., & Burhan. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Ibrahim, H.M. Yacob. (2006). *Manajemen Usaha Kecil dan Menengah*. Jakarta: LPFE-UI.
- Subagyo, Ahmad. (2007). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Suparyanto. (2015). *Gizi dan Kesehatan: Bahan Pangan dan Nilai Gizi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Putresya, R., Subrata, N., & Rahmi, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 10(1), 45–55.
- Ramadhan, A. & Budiarti, D. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada UMKM Makanan Tradisional. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 9(2), 78–88.
- Irawati, N. & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 32–40.
- Falizah, N., Andini, R., & Pramudyo, A. (2013). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 10(1), 25–34.
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
- Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal.