

## ANALISIS KELAYAKAN BISNIS PADA USAHA SEBLAK GARDEN

Oleh:

**Neng Titin Rodiah<sup>1</sup>**

**Santi Nuraeni<sup>2</sup>**

**Linda Agustin<sup>3</sup>**

**Perwito<sup>4</sup>**

Universitas Muhammadiyah Bandung

Alamat: JL. Soekarno-Hatta No.752, Cipadung Kidul, Kec. Panyileukan, Kota  
Bandung, Jawa Barat (40614).

Korespondensi Penulis: [nengtitin@umbandung.ac.id](mailto:nengtitin@umbandung.ac.id)

***Abstract.** Seblak Garden is a local culinary business located in Ibum, Majalaya, West Java, which offers a main seblak menu with various spicy food innovations such as basreng balado, macaroni balado, cipuk balado, and dry seblak. This research aims to analyze the feasibility of the Seblak Garden business from four main aspects: marketing, human resources, operations and finance. This research uses a qualitative method with a case study approach through in-depth interviews, observation and secondary data analysis. The research results show that from a marketing aspect, the Seblak Garden business has advantages in implementing a WhatsApp and Cash on Delivery (COD) based ordering system, although it still requires strengthening promotions to expand market reach. In terms of human resources, independently managed businesses face the challenge of limited workforce and the risk of stopping operations due to external factors. In the operational aspect, the production process still uses manual methods, with capacity adjusted based on demand. And from a financial perspective, this business is considered feasible with a net profit of IDR 3,092,500.00 and a profit to cost ratio of 1.36. The research results also show that Seblak Garden has good prospects for continuing to grow, with recommendations for increasing operational efficiency, recruiting additional workers, developing digital promotions, and diversifying products. These steps are*

---

Received Januari 08, 2025; Revised January 15, 2025; January 20, 2025

\*Corresponding author: [nengtitin@umbandung.ac.id](mailto:nengtitin@umbandung.ac.id)

# ANALISIS KELAYAKAN BISNIS PADA USAHA SEBLAK GARDEN

*expected to strengthen the competitiveness and desirability of businesses in the local market.*

**Keywords:** *Seblak Garden; Business Feasibility; Culinary Innovation.*

**Abstrak.** Seblak Garden adalah usaha kuliner lokal yang berlokasi di Ibum, Majalaya, Jawa Barat, yang menawarkan menu utama seblak dengan berbagai inovasi makanan pedas seperti basreng balado, makaroni balado, cipuk balado, dan seblak kering. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis Seblak Garden dari empat aspek utama: pemasaran, sumber daya manusia, operasional, dan keuangan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari aspek pemasaran, usaha Seblak Garden mempunyai keunggulan dalam penerapan sistem pemesanan berbasis WhatsApp dan *Cash on Delivery* (COD), meskipun masih memerlukan penguatan promosi untuk memperluas jangkauan pasar. Dari sisi sumber daya manusia, usaha yang dikelola secara mandiri menghadapi tantangan keterbatasan tenaga kerja dan risiko penghentian operasi akibat faktor eksternal. Pada aspek operasional, proses produksi masih menggunakan metode manual, dengan kapasitas yang disesuaikan berdasarkan permintaan. Dan dari perspektif keuangan, usaha ini dinilai layak dijalankan dengan laba bersih sebesar Rp3.092.500,00 dan rasio keuntungan terhadap biaya sebesar 1,36. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Seblak Garden memiliki prospek yang baik untuk terus berkembang, dengan rekomendasi untuk meningkatkan efisiensi operasional, merekrut tenaga kerja tambahan, mengembangkan promosi digital, dan melakukan diversifikasi produk. Langkah-langkah ini diharapkan mampu memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha di pasar lokal.

**Kata Kunci:** Seblak Garden, Kelayakan Bisnis, Inovasi Kuliner.

## LATAR BELAKANG

Industri kuliner merupakan salah satu sektor ekonomi yang terus berkembang dan memiliki potensi besar untuk menciptakan lapangan kerja serta mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Seblak, sebagai salah satu makanan tradisional khas Bandung, terkenal dengan cita rasa pedas, gurih, dan aroma kencur yang khas. Kombinasi rasa ini membuat seblak menjadi makanan yang unik dan diminati oleh berbagai kalangan. Pada awalnya,

seblak adalah makanan sederhana yang terbuat dari bahan seperti kerupuk, bakso, tahu, dan sayuran yang dimasak dengan bumbu pedas. Keunikan ini tidak hanya membuat seblak bertahan sebagai kuliner tradisional, tetapi juga berkembang menjadi salah satu tren makanan modern yang mampu beradaptasi dengan selera masyarakat saat ini.

Dalam perkembangannya, seblak telah menjadi bagian penting dari makanan Indonesia yang banyak digemari, terutama oleh pekerja dan anak muda. Di tengah tren makanan pedas yang terus meningkat, inovasi dalam menu dan strategi pemasaran menjadi kunci utama bagi pelaku usaha untuk mempertahankan daya saing. Salah satu usaha kuliner yang mengusung konsep inovatif adalah Seblak Garden, yang berlokasi di daerah Ibum, Majalaya, Jawa Barat.

Seblak Garden menawarkan seblak sebagai menu utama, dilengkapi dengan tambahan inovasi berupa menu makanan pedas lainnya, seperti basreng balado, makaroni balado, cipuk balado, dan seblak kering. Inovasi ini bertujuan untuk menarik perhatian konsumen dengan preferensi terhadap kuliner pedas yang beragam. Selain itu, Seblak Garden menerapkan pendekatan modern dalam operasional bisnisnya melalui sistem pemesanan berbasis WhatsApp dan metode pembayaran *Cash on Delivery* (COD). Strategi ini dirancang untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada pelanggan, terutama di wilayah sekitar Ibum yang memiliki potensi pasar lokal yang besar.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Aspek pemasaran**

Aspek pemasaran berperan penting dalam menghubungkan produk atau jasa yang ditawarkan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Penelitian oleh Kotler dan Keller (2016) menunjukkan bahwa pemasaran yang efektif dapat menciptakan keunggulan kompetitif dan mendorong pertumbuhan bisnis. Aspek pemasaran merupakan salah satu aspek yang sangat krusial dalam keberhasilan suatu bisnis. Dalam studi kelayakan bisnis, analisis pemasaran bertujuan untuk menilai potensi pasar, mengidentifikasi target pasar, dan merancang strategi pemasaran yang efektif untuk mencapai tujuan bisnis.

Untuk memahami lebih dalam mengenai pemasaran, kita dapat mengacu pada konsep 4P dan STP. 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) merupakan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi. Produk tidak hanya sebatas barang fisik, tetapi juga mencakup jasa, pengalaman, dan ide. Harga bukan hanya sekadar biaya

# ANALISIS KELAYAKAN BISNIS PADA USAHA SEBLAK GARDEN

produksi, tetapi juga mencerminkan nilai yang dirasakan konsumen. Tempat berkaitan dengan distribusi produk, bagaimana produk sampai ke tangan konsumen. Sedangkan promosi mencakup berbagai aktivitas untuk mengkomunikasikan nilai produk kepada konsumen.

Sementara itu, STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*) merupakan pendekatan strategis dalam pemasaran. Segmentasi adalah proses membagi pasar yang heterogen menjadi kelompok-kelompok konsumen yang lebih homogen berdasarkan karakteristik tertentu. *Targeting* adalah proses memilih segmen pasar yang paling sesuai dengan tujuan bisnis. *Positioning* adalah upaya untuk menciptakan citra yang unik dan berbeda di benak konsumen terhadap merek atau produk perusahaan.

Konsep 4P dan STP saling berkaitan. Melalui segmentasi, perusahaan dapat mengidentifikasi kebutuhan spesifik dari masing-masing segmen pasar. Selanjutnya, perusahaan dapat mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan segmen tersebut (*product*), menentukan harga yang kompetitif (*price*), memilih saluran distribusi yang efektif (*place*), dan merancang program promosi yang menarik (*promotion*). Dengan demikian, perusahaan dapat memposisikan produknya secara unik di benak konsumen.

## **Sumber Daya Manusia (SDM)**

Sumber daya manusia (SDM) merupakan aset yang tak ternilai bagi setiap organisasi, termasuk bisnis. Dalam konteks studi kelayakan bisnis, analisis terhadap SDM menjadi krusial untuk mengukur kesiapan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan bisnisnya. Sejumlah penelitian menekankan bahwa SDM merupakan faktor penentu keberhasilan bisnis yang tidak dapat diabaikan (Smith, 2018). Menurut Jones (2017), karyawan yang kompeten dan termotivasi dapat memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan produktivitas, inovasi, dan kualitas produk atau jasa. Analisis ini mencakup berbagai aspek, mulai dari kualifikasi dan keahlian karyawan, jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan, hingga sistem kompensasi dan pengembangan karyawan.

## **Aspek Operasional**

Aspek operasional memiliki pengaruh langsung terhadap biaya produksi, kualitas produk atau jasa, dan tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Slack, Chambers, dan Johnston (2007) menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif suatu perusahaan seringkali

berasal dari keunggulan operasional. Aspek operasional merupakan salah satu pilar penting dalam keberhasilan suatu bisnis. Analisis operasional dalam studi kelayakan bisnis bertujuan untuk menilai efisiensi dan efektivitas proses produksi atau penyediaan jasa, serta memastikan bahwa semua aktivitas bisnis berjalan sesuai dengan rencana.

Dalam konteks analisis operasional, dua konsep yang sangat penting adalah layout dan desain produk. Layout merujuk pada pengaturan fisik dari fasilitas produksi atau layanan. Tata letak yang baik akan memaksimalkan efisiensi produksi, meminimalkan jarak tempuh material dan pekerja, serta menciptakan lingkungan kerja yang aman dan nyaman. Teori layout menekankan pentingnya perencanaan yang matang dalam menentukan lokasi mesin, peralatan, dan area kerja. Tujuan utama dari perencanaan layout adalah untuk menciptakan aliran kerja yang lancar dan meminimalkan waktu siklus produksi.

Desain produk berkaitan dengan pengembangan produk atau jasa yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Desain produk yang baik tidak hanya memperhatikan aspek fungsionalitas, tetapi juga estetika dan ergonomi. Teori desain produk menekankan pentingnya integrasi antara aspek teknis, estetika, dan fungsional dalam proses pengembangan produk. Desain produk yang baik dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen, memperkuat citra merek, dan memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

Hubungan antara layout dan desain produk sangat erat. Desain produk yang baik akan mempengaruhi layout fasilitas produksi. Misalnya, produk yang memiliki banyak komponen kecil akan membutuhkan layout yang berbeda dengan produk yang memiliki komponen besar. Sebaliknya, layout yang efisien akan memudahkan proses produksi dan meningkatkan kualitas produk.

### **Aspek Keuangan**

Aspek keuangan merupakan jantung dari setiap bisnis. Dalam konteks studi kelayakan bisnis, analisis keuangan berperan krusial dalam menentukan apakah sebuah ide bisnis layak untuk dijalankan atau tidak. Analisis ini melibatkan berbagai perhitungan dan proyeksi keuangan untuk menilai viabilitas finansial suatu usaha. Aspek keuangan memberikan gambaran yang jelas tentang kesehatan finansial suatu bisnis. Penelitian oleh Brigham dan Houston (2017) menunjukkan bahwa keputusan investasi yang baik

# ANALISIS KELAYAKAN BISNIS PADA USAHA SEBLAK GARDEN

didasarkan pada analisis keuangan yang cermat. Selain itu, aspek keuangan juga menjadi dasar dalam menarik investor dan memperoleh pendanaan.

Salah satu alat analisis yang sering digunakan dalam evaluasi proyek investasi adalah rasio benefit-cost (B/C ratio). Rasio B/C adalah alat analisis yang sangat berguna dalam evaluasi proyek investasi. Dengan memahami konsep dan penerapan B/C ratio, perusahaan dapat membuat keputusan investasi yang lebih baik dan meningkatkan peluang keberhasilan bisnis.

Rasio B/C juga merupakan perbandingan antara total manfaat (*benefit*) yang dihasilkan oleh suatu proyek dengan total biaya (*cost*) yang dikeluarkan. Dalam konteks ini, manfaat umumnya diukur dalam bentuk pendapatan atau keuntungan finansial yang dihasilkan oleh proyek tersebut, sedangkan biaya mencakup semua pengeluaran yang terkait dengan proyek, mulai dari biaya investasi awal hingga biaya operasional.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan pemilik usaha seblak garden, observasi lapangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi keberhasilan usaha Seblak Garden dengan mempertimbangkan berbagai aspek penting, yaitu sumber daya manusia, keuangan, operasional, dan pemasaran. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kelayakan bisnis Seblak Garden dan memberikan rekomendasi strategi bisnis yang tepat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Kelayakan Terhadap Aspek Pasar dan Pemasaran

#### 1) Permintaan Pasar

Permintaan terhadap produk Seblak Garden dengan produk utama nya seblak itu sendiri dan produk lainnya yaitu makanan pedas yang terdiri dari basreng balado, makaroni balado, cipuk balado, dan aneka seblak kering mengalami peningkatan permintaan setiap bulan nya mulai dari usaha Seblak Garden tersebut berdiri. Proyeksi permintaan pasar terhadap produk Seblak Garden dihitung dengan menggunakan metode *trend linier*. Maka diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 1. Proyeksi Permintaan Seblak Garden**

Bulan	Permintaan (Porsi)				
	Seblak Biasa	Basreng Balado	Makaroni Balado	Cipuk Balado	Seblak Kering
April	120	150	150	100	110
Mei	130	200	200	120	130
Juni	150	220	250	150	150

## 2) Pesaing

Terdapat beberapa pesaing Seblak Garden di daerah Ibum yang memiliki produk yang sama dengan Seblak Garden. Kemunculan pesaing tersebut disebabkan oleh *trend* seblak yang semakin populer. Tetapi Seblak Garden memiliki keunggulan dibandingkan pesaingnya di daerah tersebut. Yaitu, Seblak Garden mempunyai inovasi dengan menerapkan sistem *COD (Cash On Delivery)* dan pemesana *via WhatsApp*. Karena pesaing dari Seblak Garden di daerah tersebut belum ada yang menerapkan sistem tersebut.

## 3) Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran dengan menggunakan 4P (*Product, Price, Place, and Promotion*), dengan penjabaran sebagai berikut:

### a. Produk

Seblak Garden mengeluarkan beberapa macam produk selain produk utamanya yaitu seblak. Produk-produk inovasi tersebut diantaranya adalah basreng balado, makaroni balado, cipuk balado, dan aneka seblak kering lainnya. Bumbu untuk produk-produk tersebut bisa disesuaikan dengan selera konsumen. Tetapi bumbu yang umumnya dipakai yaitu bumbu kencur dan bawang putih halus yang telah dicampur, cabe yang telah diblender (dengan menggunakan cabe rawit dan cabe kering) yang digunakan untuk membumbui seblak biasa, basreng balado, makaroni balado, dan juga cipuk balado. Selain bumbu utama tersebut, tersedia juga bumbu kering yang terdiri dari bumbu asin, cabe bubuk, dan bumbu balado kering yang digunakan untuk membumbui aneka seblak kering. Tetapi untuk yang paling diminati

## ANALISIS KELAYAKAN BISNIS PADA USAHA SEBLAK GARDEN

konsumen yaitu bumbu basah (kencur, bawang putih, dan cabe yang telah diblender).

### b. *Price*

**Tabel 2. Daftar Harga Produk Seblak Garden**

Menu	Qty	Harga
Seblak Jadul	125gr	Rp 5.000,00
Basreng Balado	125gr	Rp 5.000,00
Makaroni Balado	125gr	Rp 5.000,00
Cipuk Balado	125gr	Rp 5.000,00
Seblak Kering	125gr	Rp 5.000,00

Penetapan harga untuk setiap produk di Seblak Garden menggunakan metode *Cost Plus Pricing* yaitu ditentukan dengan perhitungan tertentu berdasarkan pada setiap pengeluaran dalam membeli bahan baku dan proses pengerjaan atau produksi. Harga produk di Seblak Garden terbilang terjangkau. Harga yang ditetapkan juga menjadi keunggulan dari usaha Seblak Garden dibandingkan dengan usaha sejenis lainnya di daerah tersebut.

### c. *Place/Distribution*

Distribusi produk Seblak Garden mudah dan sederhana. Sehingga untuk distribusi, Seblak Garden tidak mengalami banyak kendala. Rantai distribusi hasil produksi Seblak Garden dari produsen ke konsumen relatif pendek. Pemilik usaha menjual langsung produk nya ke konsumen akhir. Sehingga tidak melibatkan banyak rantai distribusi.

### d. *Promotion*

Seblak Garden melakukan promosi untuk memperluas jangkauan pasarnya. Promosi yang dilakukannya antara lain menggunakan media sosial atau media *online*, jaringan, dan promosi manual. Promosi tersebut cukup efektif untuk menjangkau pasar Seblak Garden yang ada di daerah Ibum.

Selain metode 4P diatas, aspek pemasaran juga diukur dengan menggunakan metode STP (*Segmenting, Targeting, and Positioning*), dengan penjelasan sebagai berikut:

#### a. **Segmenting**

##### 1) Demografis

Semua kalangan baik pria ataupun wanita, mulai dari anak-anak usia 7 tahun – orang dewasa berusia 35 tahun. Dengan status pelajar, mahasiswa, buruh, dan lain sebagainya.

2) Geografis

Berbagai wilayah sekitar Kabupaten Bandung, diantaranya yaitu Kecamatan Ibum, Paseh, Majalaya, dan lain sebagainya.

3) Psikografis

Orang-orang yang mempunyai preferensi terhadap makanan pedas dan juga preferensi terhadap makanan ringan.

**b. Targeting**

Memiliki target yang berfokus pada generasi Milenial dan *Gen-z* yang memiliki preferensi terhadap makanan pedas dan makanan ringan. Yang dimana fokus geografis nya yaitu di daerah Kecamatan Ibum dan sekitarnya. Dengan hal tersebut, pelanggan lebih tertarget dengan baik.

**c. Positioning**

Dengan sistem pemasaran yang lebih modern dibandingkan dengan pesaing lainnya di daerah tersebut merupakan salah satu keunggulan dari usaha Seblak Garden ini. Selain itu, keunggulan dari harga dan kualitas juga menjadi faktor keunggulan lainnya.

Analisis pasar dan pemasaran pada usaha Seblak Garden ini menunjukkan bahwa prospek Seblak Garden cukup baik untuk taraf usaha daerah perkampungan. Hal ini dilihat dari permintaan pasar yang naik setiap bulan nya, harga produk yang terjangkau dengan kualitas produk yang terjamin, dan juga bauran pemasaran yang efektif dan stabil membuat Seblak Garden dapat bersaing dan mempunyai keunggulan dengan pesaing yang memiliki produk yang sama di daerah Ibum.

**1. Analisis Kelayakan Terhadap Aspek Sumber Daya Manusia**

Dalam usaha ini, seluruh pengelolaan usaha mulai dari proses produksi, pemasaran, hingga pendistribusian produk dilakukan langsung oleh pelaku usaha. Sebagai usaha yang dikelola secara mandiri, keberlangsungan usaha Seblak Garden ini sangat bergantung pada kemampuan pelaku usaha untuk mengelola usaha nya.

## **ANALISIS KELAYAKAN BISNIS PADA USAHA SEBLAK GARDEN**

Karena mengandalkan satu orang untuk menjalankan seluruh pengelolaan dan operasional usaha, tentunya akan membawa risiko yang cukup signifikan. Salah satu risiko yang dikategorikan dalam *high risk* yaitu usaha Seblak Garden yang sempat berhenti beroperasi dikarenakan pelaku usaha yang disibukkan dengan perkuliahan.

Hal tersebut menimbulkan dampak yang signifikan bagi pelaku usaha, antara lain pelaku usaha kehilangan konsumen dan tentunya kehilangan pendapatan karena usaha yang terhenti. Kemudian dampak lainnya yaitu pelaku usaha kehilangan peluang berkembangnya usaha tersebut.

Tetapi dibalik itu pelaku usaha tentunya mendapat dampak yang positif. Diantaranya yaitu bisa fokus pada pendidikan dan tentunya mendapatkan pengetahuan yang baru, yang mana pengetahuan tersebut bisa pelaku usaha aplikasikan pada usaha Seblak Garden yang sempat terhenti operasional nya tersebut. Pelaku usaha dapat mengembangkan Seblak Garden dengan ilmu dan pengetahuan yang telah didapatkan. Sehingga Seblak Garden bisa kembali beroperasi dengan pengelolaan yang lebih baik.

### **2. Analisis Kelayakan Terhadap Aspek Teknis dan Produksi**

#### **1) Lokasi Produksi**

Karena usaha Seblak Garden merupakan usaha kecil, maka dari itu untuk tempat produksi Seblak Garden masih di rumah kediaman orang tua dari pelaku usaha Seblak Garden tersebut. Lokasi produksi beralamat di Kampung Ciseke RT 01 RW 05 Desa Sudi Kecamatan Ibum, Kabupaten Bandung.

#### **2) Bahan Baku, Bahan Tambahan, dan Bahan Lainnya**

Berikut merupakan daftar bahan baku dan bahan tambahan yang digunakan selama proses produksi produk Seblak Garden:

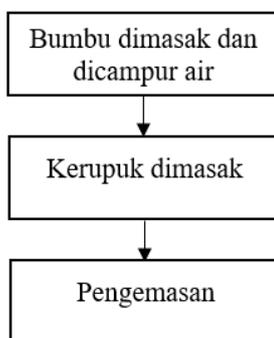
**Tabel 3. Daftar Bahan-Bahan**

Daftar Bahan	
No	Nama Bahan
1	Kerupuk
2	Basreng
3	Makaroni
4	Cipuk
5	Minyak
6	Bawang Putih
7	Kencur
8	Cabai Kering
9	Cabai Rawit
10	Penyedap
11	Micin
12	Bumbu Asin, Cabe Bubuk, dan Bumbu Balado
13	Plastik Packing
14	Styrofoam
15	Sendok Plastik
16	Tusukan

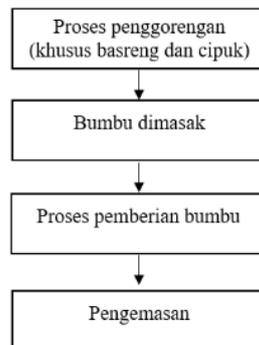
### 3) Peralatan Produksi

Peralatan produksi yang digunakan untuk operasional Seblak Garden berupa kompor, gas, wajan, cutil, blender, baskom, timbangan, dan plastik, sendok plastik, *styrofoam*, plastik *ziplock* untuk pengemasan produk. Semua peralatan yang digunakan selama proses operasional merupakan peralatan dalam keadaan bagus dan juga bersih. Karena pelaku usaha sangat memperhatikan peralatan yang digunakan.

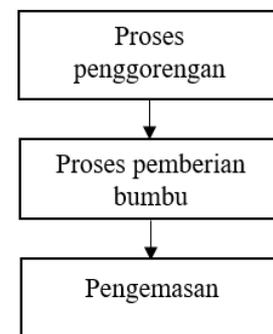
### 4) Proses Produksi



**Gambar 1 Proses Produksi Seblak Jadul**



**Gambar 2 Proses Produksi Makaroni dan Cipuk Balado**



**Gambar 3 Proses Produksi Seblak Kering**

# ANALISIS KELAYAKAN BISNIS PADA USAHA SEBLAK GARDEN

Proses produksi yang dilakukan masih manual dan sederhana, karena mengingat usaha Seblak Garden ini belum mempunyai mesin atau peralatan yang berteknologi modern untuk mendukung proses produksinya sehingga hanya mengandalkan tenaga manusia. Rata-rata kapasitas produk yang diproduksi perhari yaitu untuk kerupuk menghabiskan 1kg per hari, kemudian basreng sebanyak 1 bungkus per hari, makaroni 1kg per hari, dan cipuk 1 bungkus per hari. Kapasitas produksi untuk semua jenis produk Seblak Garden tergantung permintaan pasar karena usaha tersebut masih dalam tahap perintisan. Tahapan proses produksi pada Seblak Garden digambarkan sebagai berikut:

## 5) Desain Produk



**Gambar 5.** Desain Produk 1



**Gambar 6.** Desain Produk 2

## 3. Analisis Kelayakan Terhadap Aspek Keuangan atau Finansial

### 1) Sumber Dana dan Modal Kerja

**Tabel 4. Sumber Dana dan Penggunaannya**

Sumber Dana		Penggunaan Dana	
Modal Sendiri	Rp 300.000	Pembelian bahan-bahan	Rp 228.500,00
		Lain-lain	Rp 71.500,00
<b>Jumlah</b>	<b>Rp300.000</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Rp 300.000,00</b>

**Tabel 5. Aktiva Tetap dan Aktiva Lancar**

<b>Aktiva Tetap</b>			
<b>Nama Barang</b>	<b>Qty</b>	<b>Harga</b>	<b>Jumlah</b>
Kompor Gas	1	Rp 280.000,00	Rp 280.000,00
Tabung Gas	1	Rp 150.000,00	Rp 150.000,00
Wajan	2	Rp 30.000,00	Rp 60.000,00
Spatula	3	Rp 10.000,00	Rp 30.000,00
Serokan	1	Rp 15.000,00	Rp 15.000,00
Baskom	1	Rp 10.000,00	Rp 10.000,00
Corong Plastik	1	Rp 5.000,00	Rp 5.000,00
Total			Rp 550.000,00
<b>Aktiva Lancar</b>			
Kerupuk	1 kg	Rp 20.000,00	Rp 20.000,00
Basreng	1 bungkus	Rp 5.000,00	Rp 5.000,00
Makaroni	1 kg	Rp 17.000,00	Rp 17.000,00
Cipuk	1 bungkus	Rp 4.000,00	Rp 4.000,00
Minyak	1 liter	Rp 17.000,00	Rp 17.000,00
Bawang Putih	1/2 kg	Rp 20.000,00	Rp 20.000,00
Kencur	1/4 kg	Rp 12.000,00	Rp 12.000,00
Cabai Kering	1/4 kg	Rp 20.000,00	Rp 20.000,00
Cabai Rawit	1/4 kg	Rp 7.500,00	Rp 7.500,00
Penyedap	220gr	Rp 10.000,00	Rp 10.000,00
Micin	240gr	Rp 14.000,00	Rp 14.000,00
Bumbu Asin, Cabe Bubuk, dan Bumbu Balado	1 pak	Rp 17.000,00	Rp 17.000,00
Plastik Packing	1pak	Rp 11.000,00	Rp 11.000,00
Styrofoam	1 toros	Rp 36.000,00	Rp 36.000,00
Sendok Plastik	1 pak	Rp 5.000,00	Rp 5.000,00
Tusukan	1 pak	Rp 13.000,00	Rp 13.000,00
Total			Rp 228.500,00
<b>TOTAL AKTIVA TETAP DAN AKTIVA LANCAR</b>			<b>Rp778.500,00</b>

## 2) Proyeksi Pendapatan

Proyeksi pendapatan Seblak Garden untuk bulan April - Juni disajikan dalam tabel berikut:

## ANALISIS KELAYAKAN BISNIS PADA USAHA SEBLAK GARDEN

**Tabel 6. Proyeksi Pendapatan Seblak Garden**

Bulan	Keterangan	Qty	Harga	Pendapatan
April	Seblak Biasa	120	Rp5.000,00	Rp 600.000,00
	Basreng Balado	150	Rp5.000,00	Rp 750.000,00
	Makaroni Balado	150	Rp5.000,00	Rp 750.000,00
	Cipuk Balado	100	Rp5.000,00	Rp 500.000,00
	Seblak Kering	110	Rp5.000,00	Rp 550.000,00
Mei	Seblak Biasa	130	Rp5.000,00	Rp 650.000,00
	Basreng Balado	200	Rp5.000,00	Rp 1.000.000,00
	Makaroni Balado	200	Rp5.000,00	Rp 1.000.000,00
	Cipuk Balado	120	Rp5.000,00	Rp 600.000,00
	Seblak Kering	130	Rp5.000,00	Rp 650.000,00
Juni	Seblak Biasa	150	Rp5.000,00	Rp 750.000,00
	Basreng Balado	220	Rp5.000,00	Rp 1.100.000,00
	Makaroni Balado	250	Rp5.000,00	Rp 1.250.000,00
	Cipuk Balado	150	Rp5.000,00	Rp 750.000,00
	Seblak Kering	150	Rp5.000,00	Rp 750.000,00
<b>TOTAL PENDAPATAN</b>				<b>Rp11.650.000,00</b>

### 3) Proyeksi Biaya Operasional

Biaya-biaya yang dikeluarkan Seblak Garden adalah biaya yang digunakan untuk operasional produksi yang meliputi biaya bahan baku, bahan tambahan, dan bahan lainnya. Proyeksi biaya operasional untuk produksi Seblak Garden untuk bulan April – Juni disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 7. Proyeksi Biaya Operasional Seblak Garden**

Bulan	Keterangan	Harga	Qty	Jumlah
April - Juni	Kerupuk	Rp 20.000,00	60	Rp 1.200.000,00
	Basreng	Rp 5.000,00	162	Rp 810.000,00
	Makaroni	Rp 17.000,00	153	Rp 2.601.000,00
	Cipuk	Rp 4.000,00	102	Rp 408.000,00
	Minyak	Rp 17.000,00	28	Rp 476.000,00
	Bawang Putih	Rp 20.000,00	23	Rp 460.000,00
	Kencur	Rp 12.000,00	20	Rp 240.000,00
	Cabai Rawit	Rp 20.000,00	23	Rp 460.000,00
	Cabai Kering	Rp 7.500,00	23	Rp 172.500,00
	Penyedap	Rp 10.000,00	18	Rp 180.000,00
	Micin	Rp 14.000,00	15	Rp 210.000,00
	Bumbu Asin, Cabe Bubuk, Bumbu Balado	Rp 17.000,00	19	Rp 323.000,00
	Plastik Packing	Rp 11.000,00	37	Rp 407.000,00
	Styrofoam	Rp 36.000,00	4	Rp 144.000,00
	Sendok Plastik	Rp 5.000,00	16	Rp 80.000,00
	Tusukan	Rp 13.000,00	2	Rp 26.000,00
	Gas	Rp 20.000,00	18	Rp 360.000,00
	<b>TOTAL PENGELUARAN</b>			

#### 4) Laba Bersih

**Tabel 8 Proyeksi Laba Bersih Seblak Garden**

<b>Proyeksi Laba Bersih Bulan April-Juni</b>		
<b>Pendapatan</b>	<b>Pengeluaran</b>	<b>Laba Bersih</b>
Rp 11.650.000,00	Rp 8.557.500,00	Rp 3.092.500,00

#### 5) B/C Ratio

**Tabel 9 Analisis B/C Ratio**

<b>Benefit Cost Ratio (B/C Ratio) Seblak Garden</b>		
<b>Pendapatan</b>	<b>Pengeluaran</b>	<b>Benefit Cost Ratio (B/C Ratio)</b>
Rp 11.650.000,00	Rp 8.557.500,00	1,361378907

Berdasarkan hasil perhitungan aspek keuangan atau finansial, usaha Seblak Garden ini **layak** untuk dijalankan. Karena manfaat yang diperoleh lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan, dengan laba bersih atau keuntungan yang didapat yaitu sebesar Rp 3.092.500,00 dan juga setiap rupiah yang dikeluarkan menghasilkan pendapatan sebesar 1,36.

#### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Usaha Seblak Garden layak untuk dijalankan dan memiliki prospek yang baik berdasarkan analisis berbagai aspek. Dari sisi pasar dan pemasaran, permintaan terhadap produk Seblak Garden terus meningkat setiap bulan, didukung oleh strategi pemasaran yang efektif melalui metode 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) dan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*). Keunggulan sistem COD (*Cash On Delivery*) dan pemesanan melalui WhatsApp membuat usaha ini mampu bersaing dengan pesaing lokal di daerah Ibum. Pada aspek teknis dan produksi, usaha ini masih menggunakan peralatan sederhana dan proses manual, dengan kapasitas produksi yang disesuaikan dengan permintaan pasar. Dari sisi sumber daya manusia, usaha ini sepenuhnya dikelola oleh pelaku usaha, yang membawa risiko operasional saat menghadapi hambatan seperti fokus pada pendidikan, tetapi pengalaman tersebut memberikan pelajaran untuk meningkatkan kualitas pengelolaan di masa depan. Secara finansial, usaha ini layak dijalankan karena menghasilkan laba bersih sebesar Rp 3.092.500,00 dengan B/C Ratio sebesar 1,36, menunjukkan bahwa setiap rupiah biaya memberikan keuntungan lebih besar.

## ANALISIS KELAYAKAN BISNIS PADA USAHA SEBLAK GARDEN

Untuk pengembangan usaha, Seblak Garden disarankan untuk melakukan diversifikasi produk dan inovasi dengan menambah varian produk baru serta mempertimbangkan penggunaan teknologi sederhana guna meningkatkan kapasitas produksi. Manajemen sumber daya juga perlu diperbaiki dengan merekrut tenaga kerja tambahan untuk mengurangi ketergantungan pada satu orang dan mengikuti pelatihan pengelolaan bisnis untuk mengembangkan keterampilan manajerial. Selain itu, promosi perlu ditingkatkan dengan memaksimalkan penggunaan media sosial dan memberikan promo menarik secara berkala untuk menarik pelanggan baru. Dari sisi keuangan, penting untuk menyusun anggaran yang lebih rinci dan melakukan evaluasi keuangan secara rutin untuk memantau pertumbuhan usaha. Dengan langkah-langkah ini, Seblak Garden diharapkan dapat berkembang menjadi usaha yang lebih besar dan berkelanjutan.

### DAFTAR REFERENSI

- Cancedda, C., Cotton, P., Shema, J., Rulisa, S., Riviello, R., Adams, L. V., Farmer, P. E., Kagwiza, J. N., Kyamanywa, P., Mukamana, D., Mumena, C., Tumusiime, D. K., Mukashyaka, L., Ndenga, E., Twagirumugabe, T., Mukara, K. B., Dusabejambo, V., Walker, T. D., Nkusi, E., ... Binagwaho, A. (2018). Health professional training and capacity strengthening through international academic partnerships: The first five years of the human resources for health program in rwanda. *International Journal of Health Policy and Management*, 7(11), 1024–1039. <https://doi.org/10.15171/ijhpm.2018.61>
- Espinosa, F. M. (2018). *FINANCIAL MANAGEMENT PRACTICES OF SCHOOL HEADS: TEACHERS' PERSPECTIVES Abstract*. XIII(1), 33–44.
- Hendrawati. (2017). pengaruh pelatihan kerja dan motivasi terhadap kinerja karyawan pada koperasi simpan pinjam dana amanah karan. *Jurnal Akuntansi*, 11.
- Nigel slack, Stuart Chambers, R. J. (2007). *Operation manajemen* (Berilustra). Prentice Hall/Financial Times.
- WANDARI, D. L. (2018). Analisis keunggulan bersaing UMKM ditinjau dari aspek modern marketing mix 4PS pada UMKM di kota Pematangsiantar. *Ilmu Manajemen*, 14(1), 15–30. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/22652/9466>

- Abdil Basit, J. P. (2024). Analisis Kelayakan Usaha Keripik Pisang di Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo. *MUSYTARI (Neraca Manajemen, Akuntansi dan Ekonomi)*, 1-12.
- H. panggabean, J. p. (2024). Analisis Kelayakan Usaha Seblak Di Pasar Kbd Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik. *Musytari: Neraca Manajemen* .
- Kusuma, P. T. (2012). Analisis Kelayakan Finansial Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Nata De Coco Di Sumedang, Jawa Barat. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 113-120.
- Trisna, N. M. (2022). Analisis Kelayakan Suatu Produksi Usaha Ud. Pelita Kita Dengan Metode Benefit Cost Ratio. *Journal of Science and Social Research*, 297.
- Honainah. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Seblak Mama Zaki Lingkar Utara Sumenep Pada Aspek Pemasaran. *Jurnal media Akademik (JMA)*, 3031-5220.