

ANALISIS KELAYAKAN BISNIS KUE KERING SKALA RUMAH TANGGA: STUDI KASUS DAZ *COOKIES* LAMONGAN SEBAGAI MODEL USAHA BERKELANJUTAN

Oleh:

Rikhe Dwi Nurdiyah¹

Dr. Abdur Rahman. S.Ag., M.E.I²

Universitas Trunojoyo Madura

Alamat: Jl. Raya Telang, Perumahan Telang Inda, Telang, Kec. Kamal, Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur (69162).

Korespondensi Penulis: 230721100098@student.trunojoyo.ac.id,

Abdur.Rahman@Trunojoyo.ac.id.

Abstract. *The demand for cookies increases rapidly around Ramadan and Eid, creating a temporary business opportunity that can be turned into a sustainable business. This study aims to assess the business potential of Daz Cookies in Lamongan Regency by applying a sustainable business model that includes market, technical, financial, legal, and socio-environmental aspects. The results of the analysis show that Daz Cookies has a promising business opportunity, with a profit margin of 48% during the production period and a differentiation strategy that increases competitiveness in the midst of the Lebaran cake market competition. In addition, the business also contributes to the local community by engaging local labor and reducing packaging waste. By applying the triple bottom line approach (profit, people, planet), Daz Cookies showed that they have the potential to transform from a seasonal business into a sustainable business that has a positive impact on economic, social and environmental aspects. This study recommends improving digital marketing strategies and diversifying products as the next step of business development.*

Keywords: *Sustainable Business, Feasibility Study, Eid Cookies, Household Business, Triple Bottom Line.*

ANALISIS KELAYAKAN BISNIS KUE KERING SKALA RUMAH TANGGA: STUDI KASUS DAZ *COOKIES* LAMONGAN SEBAGAI MODEL USAHA BERKELANJUTAN

Abstrak. Permintaan kue kering meningkat pesat menjelang bulan Ramadan dan Idulfitri, menciptakan kesempatan bisnis sementara yang bisa diubah menjadi usaha yang berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menilai potensi usaha Daz *Cookies* di Kabupaten Lamongan dengan menerapkan model bisnis berkelanjutan yang meliputi aspek pasar, teknis, finansial, hukum, dan sosial-lingkungan. Hasil dari analisis menunjukkan bahwa Daz *Cookies* memiliki peluang usaha yang menjanjikan, dengan margin keuntungan mencapai 48% selama masa produksi dan strategi diferensiasi yang meningkatkan daya saing di tengah persaingan pasar kue Lebaran. Selain itu, usaha ini juga berkontribusi kepada masyarakat lokal dengan melibatkan tenaga kerja setempat dan mengurangi limbah kemasan. Dengan menerapkan pendekatan *triple bottom line* (*profit, people, planet*), Daz *Cookies* menunjukkan bahwa mereka memiliki potensi untuk bertransformasi dari usaha musiman menjadi bisnis yang berkelanjutan dan memberikan dampak positif pada aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Penelitian ini merekomendasikan untuk meningkatkan strategi pemasaran digital dan melakukan diversifikasi produk sebagai langkah pengembangan usaha berikutnya.

Kata Kunci: Bisnis Berkelanjutan, Studi Kelayakan, Kue Lebaran, Usaha Rumah Tangga, Triple Bottom Line.

LATAR BELAKANG

Kue kering adalah jenis makanan ringan yang sering dijadikan pilihan atau camilan oleh masyarakat kapan saja dan di mana saja. Dengan paket dan masa simpan yang cukup panjang, membuat kue kering sangat populer di kalangan berbagai kalangan, termasuk anak-anak, orang dewasa, dan lanjut usia. Tingginya minat dan kebutuhan masyarakat menjadikan produk rumah tangga seperti kue kering sebagai peluang usaha rumahan yang menjanjikan. Peluang bisnis ini memiliki keunggulan dan kekurangan yang perlu dipertimbangkan. Selain mudah untuk dilakukan sebagai usaha sampingan di rumah, bisnis ini juga bisa mendatangkan keuntungan saat perayaan besar datang (Fauziah, 2023).

Menjelang bulan puasa dan perayaan Idul Fitri, permintaan untuk kue kering di Indonesia menunjukkan peningkatan yang pesat sebagai bagian dari tradisi kuliner yang telah menjadi bagian dari masyarakat. Fenomena ini menciptakan kesempatan bisnis

musiman yang dapat dikembangkan menjadi usaha yang berkelanjutan dengan pengelolaan yang tepat. *Daz Cookies* muncul sebagai salah satu inisiatif kewirausahaan berbasis rumah tangga di Kabupaten Lamongan yang berusaha memanfaatkan peluang pasar ini dengan sebaik-baiknya. Kabupaten Lamongan, yang memiliki jumlah penduduk sekitar 1,4 juta jiwa, menawarkan potensi pasar yang menjanjikan untuk produk kue lebaran. Sebagian besar penduduknya adalah Muslim, dan tradisi bertamu membawa oleh-oleh berupa kue kering saat lebaran menjadi faktor utama yang mendukung keberlangsungan usaha ini (BPS Kabupaten Lamongan, 2023). Selain itu, pertumbuhan ekonomi daerah dan peningkatan daya beli masyarakat menciptakan peluang bagi usaha kuliner lokal untuk bertumbuh. (Hartati et al., 2023).

Studi kelayakan ini bertujuan untuk menganalisis prospek bisnis *Daz Cookies* sebagai produk kue lebaran skala rumah tangga di Kabupaten Lamongan. Dengan menggunakan pendekatan model bisnis berkelanjutan sebagaimana dikemukakan oleh (Licastro, 1999) Penelitian ini akan menganalisis aspek pasar, teknik produksi, Finansial, dan pengaruh sosial serta lingkungan guna menilai kelayakan usaha dan strategi pengembangan yang terbaik. Analisis ini tidak hanya menitikberatkan pada keuntungan sementara selama musim lebaran, tetapi juga memperhatikan kemungkinan diversifikasi produk dan pasar untuk menghasilkan aliran pendapatan yang konsisten sepanjang tahun. (Saragih, 2017). Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha mikro dan kecil di sektor kuliner, khususnya di Kabupaten Lamongan, dalam merancang model bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara finansial tetapi juga berkelanjutan dari segi sosial dan lingkungan. (Krisnadi, n.d.) Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan formula yang tepat untuk mentransformasi usaha musiman menjadi bisnis yang mampu bertahan dan berkembang dalam berbagai kondisi pasar.

KAJIAN TEORITIS

Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan sebuah aktivitas yang menganalisis secara rinci mengenai suatu usaha atau bisnis yang akan dilakukan, dengan tujuan untuk menentukan apakah usaha tersebut dapat dilaksanakan atau tidak. Mempelajari dengan seksama berarti melakukan penelitian secara serius terhadap data dan informasi yang tersedia,

ANALISIS KELAYAKAN BISNIS KUE KERING SKALA RUMAH TANGGA: STUDI KASUS DAZ *COOKIES* LAMONGAN SEBAGAI MODEL USAHA BERKELANJUTAN

setelah itu dilakukan pengukuran, perhitungan, dan analisis hasil penelitian tersebut dengan menggunakan metode tertentu.(Artiningsih, 2019).

Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan. Studi kelayakan biasanya digolongkan menjadi dua bagian yang berdasarkan pada orientasi yang diharapkan oleh satu perusahaan yaitu berdasarkan orientasi laba dan orientasi tidak pada laba (sosial) (Arifudin et al., 2020).

Tujuan utama dari pelaksanaan studi kelayakan bisnis adalah untuk menemukan solusi dan strategi yang dapat mengurangi kendala serta meminimalkan kemungkinan risiko di masa depan. Dalam hal ini, studi kelayakan bisnis berperan sebagai alat analisis yang bersifat proaktif yang membantu dalam mengidentifikasi masalah yang mungkin timbul di kemudian hari. Dengan pendekatan ini, para pelaku bisnis dapat melakukan tindakan pencegahan yang sesuai, sehingga dapat mengurangi risiko dan meningkatkan peluang keberhasilan investasi.(lala ratu, 2023).

Aspek-Aspek Studi Kelayakan Bisnis

Ada beberapa aspek yang perlu dilakukan untuk menentukan kelayakan suatu usaha. Masing-masing aspek tidak berdiri sendiri, akan tetapi saling berkaitan. Artinya, jika salah satu aspek tidak dipenuhi, maka perlu dilakukan perbaikan atau tambahan yang diperlukan.

Aspek Pasar dan Pemasaran

Untuk menilai apakah perusahaan yang akan melakukan bisnis ditinjau dari segi pasar dan pemasaran memiliki peluang pasar yang diinginkan atau tidak. Kemudian bagaimana strategi pemasaran yang akan dijalankan, untuk menangkap peluang pasar yang ada. Dalam hal ini, untuk menentukan besarnya pasar nyata dan potensi pasar yang ada, maka perlu dilakukan riset pasar, baik dengan terjun langsung ke lapangan maupun dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber. Kemudian, setelah diketahui pasar nyata dan potensi pasar yang ada barulah disusun strategi pemasarannya (Kasmir, 2013).

Aspek Produksi

Aspek produksi merupakan aspek penting dalam analisis kelayakan usaha. Sebuah produk dianggap layak secara teknis jika dapat dibuat dengan baik, diproduksi dalam jumlah besar dan dijual secara sentral. Memilih teknologi yang tepat juga dapat mempersingkat waktu produksi, menghasilkan hasil yang lebih baik, meningkatkan keuntungan pemasaran yang lebih tinggi (Ananda et al., 2024)

Aspek Sumber Manajemen dan Daya Manusia

suatu ide bisnis disebut layak berdasarkan aspek sumber daya manusia jika memiliki kesiapan tenaga kerja untuk menjalankan bisnis dan bisnis tersebut dapat dibangun sesuai waktu yang telah diprediksi. Analisis aspek manajemen dan sumber daya manusia memiliki beberapa tujuan yaitu, Menganalisis jenis pekerjaan yang diperlukan untuk pembangunan bisnis dan Menganalisis biaya yang diperlukan untuk melaksanakan setiap jenis pekerjaan yang diperlukan untuk pembangunan bisnis (Kristian & Indrawan, 2019).

Aspek Finansial

Suatu bisnis dikatakan baik jika dapat memberikan keuntungan yang layak dan mampu memenuhi kewajiban keuangannya. Aktivitas pada finansial ini meliputi penghitungan jumlah modal yang dibutuhkan untuk keperluan modal kerja awal. Dianalisis juga mengenai pilihan pembiayaan yang paling menguntungkan dengan menentukan berapa modal yang harus dipersiapkan yang berasal dari pinjaman pihak luar dan berapa dana dari modal sendiri. Perolehan hasil analisis finansial akan digunakan sebagai gambaran keadaan rencana keuangan dengan pihak-pihak berkepentingan (Purwanda et al., 2022).

Aspek Hukum

Aspek hukum merupakan ketentuan hukum yang harus dipenuhi sebelum akan menjalankan sebuah usaha. Tujuannya agar bisnis tersebut dapat sesuai dengan ketentuan hukum dan mampu memenuhi persyaratan perizinan di wilayah tersebut (Suliyanto, 2010).

ANALISIS KELAYAKAN BISNIS KUE KERING SKALA RUMAH TANGGA: STUDI KASUS DAZ *COOKIES* LAMONGAN SEBAGAI MODEL USAHA BERKELANJUTAN

Definisi dan Konsep Model Bisnis Berkelanjutan

Bisnis berkelanjutan adalah metode dalam berbisnis yang menggabungkan tujuan ekonomi, lingkungan, dan sosial dalam kegiatan perusahaan untuk menghasilkan nilai yang berkelanjutan dalam jangka panjang. Konsep ini muncul sebagai respons terhadap tekanan internasional yang berkaitan dengan kerusakan lingkungan, ketidakadilan sosial, dan kebutuhan akan pertumbuhan ekonomi yang bersifat inklusif. Usaha yang berkelanjutan berdasar pada tiga pilar utama yang dikenal sebagai triple bottom line: keuntungan finansial (profit), kesejahteraan masyarakat (people), dan kelestarian lingkungan (planet). Pendekatan ini mengharuskan perusahaan untuk tidak hanya mengutamakan keuntungan finansial, tetapi juga mempertimbangkan dampak yang ditimbulkan terhadap masyarakat dan lingkungan. Dalam perspektif ekonomi, bisnis yang berkelanjutan bertujuan untuk memastikan bahwa perusahaan tetap memperoleh keuntungan sembari mengurangi dampak negatif yang dihasilkan dari kegiatan ekonomi. Strategi ini biasanya melibatkan pemanfaatan sumber daya yang efektif, pengembangan berbagai produk, serta inovasi yang terus-menerus untuk menghadapi perubahan di pasar. (Diantoro & Arianto, 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan studi kasus pada usaha kue kering Daz *Cookies* di Lamongan. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis dilakukan terhadap aspek pasar, produksi, manajemen, finansial, hukum, serta sosial-lingkungan menggunakan indikator kelayakan bisnis seperti *Revenue Cost Ratio* (R/C), *Net Present Value* (NPV), *Net B/C*, *Payback Period* (PP), dan *Break Even Point* (BEP). Selain itu, dilakukan analisis sensitivitas untuk menguji ketahanan usaha terhadap perubahan variabel utama, serta penerapan model bisnis berkelanjutan dengan pendekatan *triple bottom line* (*profit, people, planet*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Daz *Cookies*

Daz *Cookies* adalah merek kue kering yang khusus diproduksi saat menjelang Hari Raya Idul Fitri. Usaha ini berdiri sejak tahun 2021 dengan tujuan menyediakan aneka kue kering berkualitas yang menjadi bagian dari tradisi Lebaran khususnya di kabupaten

lamongan dan sekitarnya. Produk ini menawarkan berbagai jenis kue kering seperti nastar, kastengel, putri salju, dan kue cokelat yang dibuat dari bahan-bahan pilihan. Rasa yang lezat, tekstur yang pas, serta tampilan yang menarik menjadi keunggulan utama dari *Daz Cookies*.

Gambar 1.1 produk *Daz Cookies*



Sumber : Produk Data Primer diolah(2025)

Salah satu ciri unik dari *Daz Cookies* adalah bahwa produksinya dilakukan secara musiman, hanya dapat ditemukan pada bulan Ramadan hingga Hari Raya Idul Fitri. Keadaan ini membuat produk ini menjadi lebih istimewa dan selalu ditunggu-tunggu oleh pembeli setiap tahunnya. Dengan metode produksi yang terbatas, *Daz Cookies* tetap menjaga kualitasnya agar konsisten dari tahun ke tahun. Sebagai bagian dari tradisi Lebaran, *Daz Cookies* lebih dari sekadar kue kering, melainkan juga menjadi lambang persatuan dan kehangatan dalam perayaan Hari Raya.

Analisis Aspek Kelayakan

1. Aspek Finansial

Analisis kelayakan usaha dari aspek finansial dilakukan berdasarkan asumsi produksi *Daz Cookies* yang hanya beroperasi selama bulan Ramadan dan menjelang Idulfitri (10 kali produksi per musim). Arus pengeluaran (*outflow*) terdiri dari biaya investasi awal dan biaya operasional produksi musiman.

- a) Biaya investasi *Daz Cookies* mencakup pembelian alat produksi dan perlengkapan penunjang. Total biaya investasi mencapai Rp 3.500.000, dengan komponen terbesar adalah oven listrik dan mixer.

Tabel 1.1 Biaya Investasi

No	Komponen	Harga (Rp)
----	----------	------------

ANALISIS KELAYAKAN BISNIS KUE KERING SKALA RUMAH TANGGA: STUDI KASUS DAZ *COOKIES* LAMONGAN SEBAGAI MODEL USAHA BERKELANJUTAN

1	Oven Listrik	1.500.000
2	Mixer	600.000
3	Loyang Cetakan Kue	300.000
4	Toples (50 pcs)	500.000
5	Timbangan Digital	200.000
6	Plastik Klip & Stiker	200.000
7	Listrik & Gas Awal	200.000
Total Investasi		3.500.000

b) Biaya Produksi (*Cost*)

Biaya produksi selama musim produksi (10 kali produksi) terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel, dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1.2 Pembiayaan Bahan Baku

No	Bahan Baku	Jumlah	Harga(Rp)
1	Tepung Terigu	5kg	50.0000
2	Mentega	3kg	25.000
3	Gula Halus	3kg	32.0000
4	Telur	30 butir	56.000
6	Keju	1pack	25.000
7	Coklat	2pack	45.000
8	Kacang	500gr	20.000
9	Selai	500gr	50.000
10	Susu	2pack	40.000
11	Vanili	1pack	20.000
Total			363.000

Tabel 1.3 Pembiayaan Bahan Baku Musiman

No	Bahan Baku	Jumlah	Harga(Rp)
1	Tepung Terigu	50kg	500.000
2	Mentega	30kg	250.000
3	Gula Halus	30kg	320.000
4	Telur	300 butir	560.000

6	Keju	10pack	250.000
7	Coklat	20pack	450.000
8	Kacang	5kg	200.000
9	Selai	5kg	500.000
10	Susu	20pack	400.000
11	Vanili	10pack	200.000
Total			3.630.000

Tabel 1.4 Biaya Overhead Bulanan

No	Keterangan	Biaya/Bulan (Rp)
1	Listrik	50.000
2	Gas	72.000
3	Air	20.000
4	Packing (Toples, Plastik, Stiker)	300.000
5	Transportasi	100.000
Total		540.000

Tabel 1.5 Biaya Tenaga Kerja

No	Posisi	Upah/Harian	Jumlah	Total/Bulan(10 kali produksi)
1	Owner	-	1	-
2	Tenaga Produksi	50.000	2	1.000.000

Tabel 1.6 Biaya Produksi

Komponen	Jumlah (Rp)
Biaya Bahan Baku Musiman	3.630.000
Biaya Overhead Produksi	540.000
Biaya Tenaga Kerja Harian (2 orang)	1.000.000
Total Biaya Produksi (TC)	5.170.000
Produksi Total (Toples)	250 toples

ANALISIS KELAYAKAN BISNIS KUE KERING SKALA RUMAH TANGGA: STUDI KASUS DAZ *COOKIES* LAMONGAN SEBAGAI MODEL USAHA BERKELANJUTAN

Biaya per Unit Produksi (Toples) 20.680

c) Biaya Pendapatan

Tabel 1.7 Biaya Pendapatan

Keterangan	Nilai
Jumlah Produksi (Toples)	250 toples
Harga Jual per Toples	Rp 40.000
Total Pendapatan	Rp 10.000.000

d) Perhitungan Laba Rugi

Perhitungan laba rugi adalah tahap pencatatan dan penghitungan semua pendapatan serta biaya dalam periode tertentu untuk menentukan apakah suatu usaha memperoleh keuntungan atau mengalami kerugian.

Tabel 1.8 Perhitungan Laba Rugi

Keterangan	Jumlah (Rp)
Pendapatan Bulanan	10.000.000
Biaya Operasional Bulanan	5.170.000
Laba Kotor	4.830.000
Pajak UMKM 1% (PP 23/2018)	100.000
Laba Bersih	4.730.000
Profit Margin	48%

e) Indikator Kelayakan Finansial

Indikator Kelayakan Finansial adalah alat atau ukuran yang digunakan untuk mengevaluasi apakah suatu usaha atau proyek memiliki daya tarik dari segi keuangan. Beberapa indikator yang digunakan adalah *Revenue Cost Ratio* (R/C), Rentabilitas (R), *Net Present Value* (NPV), Net B/C Ratio, *Payback Period* (PP), dan *Break Even Point* (BEP).

Tabel 1.9 Indikator Kelayakan Finansial

Indikator	Rumus	Hasil	Keterangan
Revenue Cost Ratio(R/C)	Total Pendapatan/Total Biaya Produksi	1,93	Layal (>1)

Rentabilitas (R)	(Laba Bersih/Modal Investasi) X 100%	135%	Efisien
Net Present Value (Npv)	NPV (diskonto 12% setahun)	Rp.5.211.237	Layak (NPV>0)
Net B/C Ratio	(NPV Pendapatan) / NPV Pengeluaran)	1,49	Layak (>1)
Payback Period (PP)	Modal Investasi / Laba Bersih per tahun	< 1 tahun	Modal kembali dalam satu musim produksi
Break Even Point (BEP)	Total Biaya Tetap / (Harga Jual- Biaya per unit produksi)	129	Produksi 250 toples, aman dari BEP

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, nilai *Revenue Cost Ratio* (R/C) yang mencapai 1,93 menunjukkan bahwa untuk setiap Rp 1 yang dikeluarkan sebagai biaya, diperoleh pendapatan sebesar Rp 1,93. Nilai R/C yang lebih dari 1 menunjukkan bahwa usaha ini menguntungkan dan patut untuk dijalankan. Tingkat rentabilitas sebesar 135% mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih yang tinggi dibandingkan dengan modal awal yang diinvestasikan. Nilai Kini Bersih (NPV) yang positif sebesar Rp 5. 211. 237 dengan asumsi tingkat diskonto 12% dalam jangka waktu satu tahun menunjukkan bahwa usaha ini dapat menghasilkan nilai tambah ekonomi setelah mempertimbangkan nilai waktu dari uang. Dengan cara yang sama, rasio Net B/C sebesar 1,49 (>1) mengindikasikan bahwa keuntungan bersih yang diperoleh melebihi biaya yang dikeluarkan. Periode Pengembalian kurang dari 1 tahun menunjukkan bahwa modal investasi dapat kembali dalam waktu satu musim produksi, yang berarti risiko investasi relatif rendah. Titik Impas yang dicapai sebanyak 129 toples menunjukkan bahwa bisnis dapat mencapai keadaan seimbang setelah menjual 129 toples produk. Dengan kemampuan produksi mencapai 250 toples setiap musim, usaha ini

ANALISIS KELAYAKAN BISNIS KUE KERING SKALA RUMAH TANGGA: STUDI KASUS DAZ *COOKIES* LAMONGAN SEBAGAI MODEL USAHA BERKELANJUTAN

berfungsi jauh melewati titik impas, sehingga memberikan tingkat keamanan yang tinggi.

f) Analisis Sentivitas

Analisis sensitivitas dilakukan untuk memahami seberapa besar variasi pada variabel-variabel utama (seperti penurunan pendapatan atau kenaikan biaya bahan baku) dapat memengaruhi kelayakan keuangan usaha Daz *Cookies*. Analisis ini sangat penting untuk mengidentifikasi risiko usaha dan memastikan bahwa bisnis tetap dapat berlangsung meskipun terjadi perubahan di pasar.

1) Simulai Penurunan Penjualan 20%

Jika penjualan turun sebesar 20% dari target awal (250 toples menjadi 200 toples), berikut hasil analisis sensitivitasnya:

Tabel 1.10 Analisis Sentivitas

Komponen	Kondisi Aktual (250)	Penurunan 20% (200)
Pendapatan (Rp)	8.750.0000	7.0000.000
Biaya Produksi (Rp)	3.800.000	3.200.000
Laba Bersih (Rp)	4.750.000	3.800.000
<i>Reveune Cost Ratio</i> (R/C)	11,93	1,75
Rentabilitas (R)	135%	108%
<i>Net Present Value</i> (NPV)	5.211.237	4.000.000
Net B/C Ratio	1,49	1,25
<i>Paybact Period</i> (Tahun)	<1	<1,2
<i>Break Event Point</i> (BEP) (toples)	129	129
Setatus Kelayakan	Layak	Tetap Layak

2) Kenaikan Bahan Baku 15%

Analisis ini dilakukan misal jika terjadi kenaikan bahan baku sebesar 15% berikut adalah analisis simulasi dampaknya:

Tabel 1.11 Kenaikan Bahan Baku

Komponen	Kondisi Aktual (Rp)	Kenaikan 15% (Rp)
Biaya Bahan Baku	2.0000.000	2.300.000
Total Biaya Produksi	3.800.000	4.100.000
Laba Bersih	4.750.000	4.450.000
<i>Revenue Cost Ratio</i> (R/C)	1,93	1,80
Rentabilitas (%)	135%	127%
Net B/C Ratio	1.49	1,35
Statuus Kelayakan	Layak	Tetap Layak

Berdasarkan hasil analisis sensitivitas, bisnis ini masih tetap dapat dijalankan meskipun mengalami penurunan penjualan sebesar 20% atau peningkatan harga bahan baku hingga 15%. Setiap indikator keuangan, termasuk *Revenue Cost Ratio* (R/C), *Net Present Value* (NPV), *Net Benefit Cost Ratio* (Net B/C), dan *Payback Period*, tetap menunjukkan hasil yang menguntungkan dan melebihi batas minimum untuk kelayakan suatu usaha. Di samping itu, titik impas (*Break Even Point*/BEP) tetap dapat dicapai karena penjualan minimal sebanyak 200 toples masih melebihi angka BEP yang sebesar 129 toples. Oleh karena itu, usaha ini memiliki daya tahan terhadap perubahan pasar yang wajar. Risiko kerugian dapat dikurangi melalui penghematan biaya produksi dan variasi dalam strategi pemasaran untuk menarik lebih banyak pelanggan.

2. Aspek Pasar dan Pemasaran

Permintaan kue kering di Kabupaten Lamongan menunjukkan peningkatan yang signifikan menjelang bulan Ramadan dan Hari Raya Idulfitri. Hal ini mencerminkan kebiasaan masyarakat yang menjadikan kue kering sebagai elemen penting dalam menyambut tamu dan memberikan bingkisan saat Lebaran. Melalui observasi dan wawancara, diketahui bahwa konsumen utama *Daz Cookies* adalah ibu-ibu rumah tangga dari golongan menengah. Untuk memenuhi aspek kelayakan dalam suatu usaha bisnis *Daz Cookies* menggunakan beberapa strategi pemasaran, adapun strategi pemasaran yang dilakukan yaitu dengan

ANALISIS KELAYAKAN BISNIS KUE KERING SKALA RUMAH TANGGA: STUDI KASUS DAZ *COOKIES* LAMONGAN SEBAGAI MODEL USAHA BERKELANJUTAN

menggunakan pendekatan analisis 4P guna mendukung pencapaian tujuan bisnis secara efektif.

a) Produk(*Product*)

Daz *Cookies* menyediakan produk berupa kue kering khas Lebaran dengan cita rasa rumahan yang dikemas secara menarik, khususnya dalam bentuk hampers yang memiliki nilai estetika dan fungsional sebagai bingkisan hari raya. Produk dipasarkan secara terbatas melalui sistem *pre-order* untuk memastikan kualitas tetap terjaga dan produk diterima dalam kondisi segar. Strategi ini juga mendukung efisiensi dalam proses produksi dan pengendalian stok.

b) Harga(*Price*)

Strategi penetapan harga dilakukan dengan pendekatan kompetitif, menyesuaikan dengan daya beli customer kelas menengah serta mempertimbangkan kualitas bahan baku dan kemasan yang digunakan. Dalam penjualannya Daz *Cookies* menggunakan Sistem *pre-order* system ini digunakan untuk menekan biaya produksi yang tidak perlu dan mengurangi potensi kerugian akibat kelebihan stok. Harga yang ditawarkan mencerminkan nilai produk yang eksklusif namun tetap terjangkau.

c) Distribusi(*Place*)

Distribusi produk dilakukan melalui sistem *delivery order*, di mana pengiriman ditangani oleh pegawai internal untuk memastikan ketepatan waktu dan kualitas produk saat diterima oleh customer. Model distribusi ini dinilai efektif untuk usaha berskala rumah tangga karena memberikan fleksibilitas serta kemudahan bagi Customer tanpa harus melakukan pengambilan langsung.

d) Promosi(*Promotion*)

Kegiatan pemasaran dilakukan secara online dengan memanfaatkan platform media sosial, seperti Instagram dan WhatsApp, sebagai alat utama untuk berkomunikasi dan menyebarkan informasi mengenai produk. Metode komunikasi yang diterapkan adalah *storytelling*, yang bertujuan untuk menciptakan hubungan emosional antara merek dan

pelanggan. Sebagai bagian dari strategi promosi yang tidak langsung, paket hampers dikirimkan kepada keluarga dan teman dekat untuk menyebarkan informasi melalui *word of mouth*. Di samping itu, testimoni dari pelanggan dikumpulkan dan dibagikan kembali di media sosial untuk memperkuat kepercayaan dan menarik minat calon pelanggan.

3. Aspek Produksi

Proses pembuatan *Daz Cookies* berlangsung secara musiman, yaitu menjelang bulan Ramadan hingga Hari Raya Idulfitri, menggunakan peralatan rumah tangga seperti oven listrik, mixer, dan cetakan kue. Setiap tahap dilaksanakan secara manual agar kualitas dan cita rasa rumahan yang merupakan ciri khas produk tetap terjaga. Partisipasi ibu rumah tangga di daerah setempat juga memberikan kontribusi terhadap aspek sosial dalam kegiatan usaha. Walaupun cara ini mempertahankan ciri khas produk, kekurangan alat dan tenaga kerja membuat peningkatan kapasitas produksi menjadi sulit, terutama ketika permintaan tinggi menjelang Idul Fitri. Untuk menjawab permasalahan ini, *Daz Cookies* menerapkan sistem pemesanan terlebih dahulu agar dapat mengatur bahan baku dan beban kerja dengan lebih efisien. Namun, sistem ini juga mengurangi kemampuan untuk merespons permintaan tiba-tiba dan kemungkinan pertumbuhan pasar yang tidak terduga.

4. Aspek Manajemen dan SDM

Manajemen *Daz Cookies* saat ini dikelola langsung oleh pemilik (*Owner*), yang juga mengatur aspek produksi, pemasaran, dan keuangan. Dalam prosesnya, *Owner* didukung oleh dua pekerja lokal yang dipekerjakan secara Fleksibel selama masa produksi bulan puasa hingga Idulfitri. Struktur organisasi yang sederhana ini dianggap efisien untuk usaha skala rumahan, karena memfasilitasi koordinasi dan pengambilan keputusan bisa dilakukan dengan cepat. Selain itu, pendekatan ini menunjukkan model usaha berbasis komunitas yang menekankan nilai kebersamaan dan solidaritas sosial.

Pemberdayaan masyarakat di sekitar menjadi hal positif dalam manajemen usaha ini, karena tidak hanya menghasilkan lapangan kerja musiman, tetapi juga memperkuat rasa kepemilikan terhadap usaha dalam komunitas tersebut.

5. Aspek Hukum

ANALISIS KELAYAKAN BISNIS KUE KERING SKALA RUMAH TANGGA: STUDI KASUS DAZ *COOKIES* LAMONGAN SEBAGAI MODEL USAHA BERKELANJUTAN

Daz *Cookies* telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), dan izin dari RT setempat. Hal ini menunjukkan bahwa Daz *Cookies* telah memenuhi syarat hukum dasar yang diperlukan untuk beroperasi secara resmi di Indonesia. Legalitas ini meliputi pendaftaran usaha, izin distribusi untuk produk makanan rumahan, serta persetujuan administratif dari lingkungan setempat.

Model Usaha Berkelanjutan (*Triple Bottom Line*)

Triple bottom line merupakan sebuah konsep yang digunakan untuk mengukur kinerja suatu perusahaan secara menyeluruh. Konsep ini mempertimbangkan tiga aspek utama, yaitu kinerja ekonomi yang berhubungan dengan keuntungan yang dihasilkan, perhatian terhadap sosial, serta upaya dalam melindungi lingkungan. (Basar et al., 2023) Konsep *Triple Bottom Line* (TBL) jika diterapkan dalam suatu usaha akan memiliki pengaruh terhadap pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*), mampu mengangkat citra umkm, kinerja yang terukur, mengangkat reputasi kemampuan finansial umkm, kualitas produk, dan pelayanan yang baik.

1. Aspek Keuntungan (Profit)

Daz *Cookies* memfokuskan pada peningkatan keuntungan finansial dengan memanfaatkan lonjakan permintaan yang terjadi selama Ramadan dan Idulfitri. Strategi produksi yang ditujukan pada periode ini memungkinkan pemanfaatan sumber daya yang lebih efisien dan pencapaian margin keuntungan yang tinggi.

Hasil kajian kelayakan finansial menunjukkan bahwa Daz *Cookies* memiliki performa yang sangat positif. Margin keuntungan usaha mencapai 48% selama periode produksi, dengan rasio *Revenue Cost* (R/C) sebesar 1,93. Ini menunjukkan bahwa setiap satu rupiah yang dihabiskan dapat menghasilkan hampir dua kali lipat dalam pendapatan. Selain itu, nilai *Net Present Value* (NPV) yang positif menunjukkan bahwa bisnis ini memberikan nilai yang bermanfaat dan layak dijalankan untuk waktu yang lama. Untuk meningkatkan daya saing di pasar kue Lebaran yang sangat padat, Daz *Cookies* menerapkan strategi diferensiasi produk dengan mengembangkan berbagai varian rasa yang unik dan menarik serta desain

kemasan yang menarik. Selain itu, pemasaran digital dimanfaatkan secara maksimal untuk memperluas jangkauan pasar melalui media sosial dan platform online, menghubungkan produk langsung dengan konsumen secara lebih efektif dan efisien.

Sebagai langkah untuk pengembangan yang berkelanjutan, *Daz Cookies* juga merencanakan diversifikasi produk di luar musim Lebaran. Tujuan dari langkah ini adalah untuk menciptakan aliran pendapatan yang lebih stabil sepanjang tahun, sambil mengurangi ketergantungan pada satu musim penjualan saja. Dengan begitu, *Daz Cookies* mampu bertransisi dari bisnis musiman menjadi usaha rumahan yang berkelanjutan dan tangguh dalam menghadapi perubahan pasar.

2. Aspek Sosial (*People*)

Memberdayakan masyarakat setempat dengan mengambil pekerja dari area sekitar bisnis, sehingga membuka peluang kerja baru. Serta menawarkan pelatihan dasar tentang pembuatan kue dan pengelolaan usaha kepada staf, yang dapat meningkatkan kemampuan serta potensi sumber daya manusia lokal. Menjalin hubungan yang baik dengan Customer dengan memberikan pelayanan yang sopan dan memastikan kualitas produk, serta berkontribusi pada tradisi dan budaya lokal dengan menyediakan kue khas Lebaran yang menjadi elemen penting dalam perayaan masyarakat Lamongan.

3. Aspek Lingkungan (*Planet*)

Sebagai bisnis rumahan, *Daz Cookies* mulai mengambil langkah-langkah sederhana untuk menjadi lebih ramah lingkungan. Salah satu caranya adalah dengan memilih kemasan yang dapat didaur ulang atau lebih cepat terurai, sehingga limbah yang dihasilkan tidak terus menumpuk dan mencemari alam. Selain itu, mereka berusaha untuk membeli bahan baku dari pasar atau pemasok lokal sebisa mungkin, guna menghemat biaya pengiriman serta mengurangi jejak karbon yang dihasilkan dari proses transportasi.

Dalam tahap produksi, limbah mulai dikelola dengan cara memisahkan antara sampah organik dan anorganik. Jika ada sisa bahan organik, seperti telur yang pecah atau remahan adonan, akan dikumpulkan dan dimanfaatkan sebagai kompos. Untuk meningkatkan kesadaran konsumen, *Daz Cookies*

ANALISIS KELAYAKAN BISNIS KUE KERING SKALA RUMAH TANGGA: STUDI KASUS DAZ COOKIES LAMONGAN SEBAGAI MODEL USAHA BERKELANJUTAN

juga menyertakan pesan singkat mengenai pengelolaan limbah di label kemasan, serta kadang-kadang membagikan informasi ringan mengenai hal ini di media sosial. Meskipun langkah-langkah tersebut kecil, namun merupakan bagian dari usaha yang lebih bertanggung jawab.pencapaian keuntungan finansial, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian lingkungan serta pembangunan sosial yang lebih inklusif.

ANALISIS SWOT

Analisis SWOT adalah alat strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman) yang dihadapi oleh perusahaan dalam lingkungan bisnis(Apriadi et al., 2024). Analisis SWOT ini berfungsi untuk menganalisa kekuatan dan kelemahan yang ada pada perusahaan melalui pengkajian terhadap kondisi internal perusahaan maupun kondisi eksternal perusahaan untuk menganalisa ancaman dan peluang yang akan dihadapi perusahaan(Wulandari, 2020).

Tabel 1.12 Analisis SWOT

ASPEK	ANALISIS
<i>Strengths</i> (Kekuatan)	<ol style="list-style-type: none">1. Produk khas rumahan dengan rasa otentik dan kemasan menarik2. Strategi pre-order yang efisien dan minim risiko stok Margin keuntungan tinggi (48%) dengan sistem produksi terbatas3. Hubungan erat dengan pelanggan lokal dan loyalitas yang sudah terbentuk4. Legalitas usaha lengkap (NIB, PIRT, izin lingkungan)
<i>Weaknesses</i> (Kelemahan)	<ol style="list-style-type: none">1. Produksi bersifat musiman, terbatas hanya saat Ramadan– Idulfitri2. Kapasitas produksi kecil karena alat masih manual3. Ketergantungan pada owner untuk seluruh proses manajemen4. Belum memiliki SOP tertulis dan sistem kerja yang terdokumentasi

	5. Sistem pemasaran digital belum konsisten dan belum maksimal
<i>Opportunities</i> (Peluang)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan setiap tahun untuk kue Lebaran selalu bertambah. 2. Kemungkinan untuk berkembang ke pasar digital melalui Instagram dan WhatsApp 3. Menguatkan masyarakat setempat melalui pelatihan dan produksi secara bersama-sama. 4. Meningkatnya minat konsumen terhadap produk dari UMKM dan paket hampers yang bersifat personal.
<i>Threats</i> (Ancaman)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Munculnya banyak pesaing musiman menjelang Lebaran 2. Persaingan ketat dengan produsen besar dan UMKM lain yang memiliki kapasitas lebih besar 3. Sulit melakukan diferensiasi karena jenis produk yang seragam 4. Risiko keterlambatan produksi akibat lonjakan permintaan mendadak 5. Ketergantungan pada satu periode penjualan dalam setahun

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, usaha *Daz Cookies* dinyatakan layak dari berbagai aspek. Secara finansial, usaha ini menunjukkan kinerja kuat dengan margin keuntungan tinggi dan indikator keuangan (*Payback Period*, NPV, dan *Profitability Index*) yang positif. Dari sisi pasar, strategi diferensiasi dan pemasaran digital efektif dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Secara teknis, produksi manual menjaga kualitas meski kapasitas terbatas, dengan sistem pre-order yang mendukung efisiensi.

Saran

Keterlibatan ibu rumah tangga sebagai tenaga kerja meningkatkan produktivitas dan dampak sosial. Legalitas usaha telah dipenuhi, dan perhatian terhadap lingkungan tercermin dari pengurangan limbah serta penggunaan bahan ramah lingkungan. Dengan demikian, *Daz Cookies* layak dikembangkan sebagai usaha rumah tangga berkelanjutan di Kabupaten Lamongan. Ke depan, disarankan untuk meningkatkan pemasaran digital,

ANALISIS KELAYAKAN BISNIS KUE KERING SKALA RUMAH TANGGA: STUDI KASUS DAZ COOKIES LAMONGAN SEBAGAI MODEL USAHA BERKELANJUTAN

diversifikasi produk, dan bertahap memperluas kapasitas produksi tanpa mengurangi kualitas. Untuk pengembangan usaha berkelanjutan peneliti menyarankan agar Daz Cookies meningkatkan pemasaran digital dan melakukan diversifikasi produk guna memperluas pangsa pasar serta meningkatkan kapasitas produksi secara bertahap tanpa mengorbankan kualitas.

DAFTAR REFERENSI

- Ananda, R. Y., Sari, N., Saputri, N. E., Ngadiono, A. F., Zaqlul, M., Ferdiansyah, A., & Estiasih, S. P. (2024). *Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Aspek Produksi Dan Pemasaran Dalam Mengembangkan UMKM Usaha Tahu Bohar Di Pasar Wage Sidoarjo*. 30(2).
- Apriadi, D., Nova, S. M., Hidayat, D., Fitri, E. R., Aswin, M., Sos, S., & Zain, D. (2024). *Strategi Pemasaran*. cv. Gita Lentera.
- Arifudin, O., Sofyan, Y., & Tanjung, R. (2020). Studi Kelayakan Bisnis Telur Asin H-Organik. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 341–352. <https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.8199>
- Artiningsih, D. W. (2019). Studi Kelayakan Bisnis-Tujuan Studi Kelayakan Bisnis. In CV. *Manhaji* (Issue March). [https://eprints.uniska-bjm.ac.id/16719/1/Dwi Wahyu A - buku SKB.pdf](https://eprints.uniska-bjm.ac.id/16719/1/Dwi%20Wahyu%20A%20-%20buku%20SKB.pdf)
- Basar, N. U. R. F., Hamzah, F., & Aisyah, N. U. R. (2023). *Penerapan Konsep Triple Bottom Line Pada Usaha Ayam Potong UD. Firman di Maros Sulawesi Selatan*. 51.
- Diantoro, E., & Arianto, B. (2024). *Jurnal Mantra*. 1(02), 127–144.
- Fauziah, N. A. (2023). UPAYA PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM KUE KERING MELALUI BRANDING KEMASAN DAN PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 60–64.
- Hartati, T., Sucipto, I., & Sutrisno, B. (2023). Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Vegetables al-Muhajirin Farm. *JAMMIAH (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah)*, 3(1), 1–27. <https://doi.org/10.37726/jammiah.v3i1.488>
- Kasmir, D. (2013). *studi kelayakan bisnis edisi revisi* (edisi 13). kencana prenada media group.

- Krisnadi. (n.d.). *Membangun Indonesia Yang Bermartabat*.
- Kristian, W., & Indrawan, F. (2019). *Studi Kelayakan Bisnis dalam Rangka Pendirian XX Cafe*. 11(November), 379–400.
- lala ratu, muhammad taufiq. (2023). Analisis Kelayakan Bisnis pada Toserba Saudi Pemalang Cabang Ulujami Ditinjau Dari Aspek Pasar dan Pemasaran. *Business and Management Journal*, 1, 59–64.
- Licastro, E. (1999). Pirandello e jung: Il risveglio dell'autocoscienza nelle novelle pirandelliane. *Forum Italicum*, 33(1), 131–146.
<https://doi.org/10.1177/001458589903300111>
- Purwanda, E., Permatasari, R. W., Magister, P., & Inovasi, M. (2022). *Business Feasibility Study Analysis on MSME Development of Tempe Pak Iwan Bandung Business in terms of Production Aspects , Marketing Aspects and Financial*. 2(4), 2029–2042.
- Saragih, R. (2017). Membangun Usaha Kreatif , inovatif. *Jurnal Kewirausahaan*, 3, 27.
- Suliyanto. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis*. Andi Offset.
- Wulandari, D. (2020). *ANALISIS SWOT PADA PRODUK IB MULTIGUNA BANK*.