

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Masalah Gizi Remaja

Kesehatan bagi remaja merupakan bagian utama dengan memperhatikan keadaan fisik, mental, dan sosial. Remaja adalah individu baik laki-laki maupun perempuan, yang berada di antara anak-anak dan orang dewasa. Remaja pada usia yang sama sering kali tumbuh secara berbeda dalam hal tinggi badan. Asupan energi ternyata mempengaruhi pertumbuhan tubuh. Asupan energi yang tidak mencukupi dapat mengakibatkan terganggunya seluruh fungsi pada remaja. Masalah gizi yang umum menimpa remaja antara lain obesitas dan kekurangan gizi. Masalah makan berlebihan terutama pada remaja berhubungan dengan seringnya konsumsi makanan olahan atau cepat saji yang rendah nilai gizinya namun tinggi kalori, yang dapat berkontribusi terhadap obesitas (Indrasari & Sutikno, 2020).

Obesitas pada remaja juga dipengaruhi frekuensi aktivitas fisik, semakin rendahnya aktivitas fisik namun konsumsi makanan seperti fast food semakin meningkat sehingga mengalami kenaikan berat badan. Olahraga merupakan salah satu dari aktivitas fisik yang menghabiskan 20-50% pengeluaran energi namun jarang dilakukan oleh remaja. Olahraga yang baik mengacu pada aktivitas olahraga yang dilakukan secara teratur dan terus menerus dengan intensitas yang tepat (Maslakhah & Prameswari, 2022).

Berdasarkan Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2018 proporsi konsumsi buah dan sayur kurang dari 5 porsi per hari pada penduduk umur ≥ 5 tahun pada tahun 2018 yaitu di Indonesia mencapai 95,5%. Persentase kurang konsumsi buah dan sayur meningkat dari tahun 2013 hingga 2018 yaitu 93,5% menjadi 95,5%. Rendahnya asupan sayur dan buah di kalangan penduduk Indonesia khususnya remaja disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan sikap remaja terhadap pentingnya manfaat buah dan sayur. Kurangnya sikap dan pengetahuan di kalangan remaja ternyata disebabkan oleh sedikitnya informasi yang diperoleh remaja tentang pentingnya manfaat buah dan sayur bagi kesehatan (Mandagie et al., 2023). Konsumsi sayur dan buah sangat penting dalam kehidupan sehari-hari sebagai zat pengatur yang mengandung

vitamin dan mineral, memiliki kandungan air yang tinggi dan sebagai antioksidan (Hardi et al., 2019).

Antioksidan memiliki efek positif terhadap stres oksidatif yang berkaitan erat dengan obesitas, perubahan kardiovaskular seperti penyakit jantung koroner, dan penyakit degeneratif lainnya. Antioksidan alami terdapat pada makanan yang mengandung vitamin dan mineral, termasuk buah-buahan, sayuran, kacang-kacangan, dan umbi-umbian. Bahan pangan kaya akan zat bioaktif seperti antosianin, betakaroten, dan flavonoid (fitokimia seperti fenol dan tanin yang sangat penting untuk menjaga dan meningkatkan kesehatan) (Siahaan et al., 2023).

B. Karakteristik Produk Puding

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, digunakan, dimiliki, atau dikonsumsi untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Definisi produk bahwa hampir segala sesuatu, termasuk hasil produksi, merupakan suatu benda nyata yang dapat dilihat, diraba, dan dirasakan (M. Anang, 2019).

Puding merupakan salah satu selingan yang dapat dikonsumsi oleh seluruh lapisan masyarakat yang mempunyai cita rasa manis. Puding terbuat dari agar-agar, susu gula dan air dengan pengolahan direbus. Jenis puding ada yang menggunakan tambahan dari telur atau tepung pati (Rosyda Dianah & Rayhan, 2021).

Pengembangan produk dan mutu puding sangat perlu diperhatikan agar diterima oleh masyarakat terutama remaja. Pengembangan produk harus dilakukan dengan mendefinisikan manfaat yang ditawarkan dan dikomunikasikan melalui atribut produk seperti kualitas, fungsionalitas, gaya, dan desain (M. Anang, 2019). Produk puding dengan menggunakan susu kedelai sebagai bahan utama dengan penambahan ekstrak buah bit dan perpaduan buah pepaya dan nanas diharapkan dapat menambah nilai gizi khususnya sebagai sumber antioksidan yang terkandung dalam puding.

C. Komposisi Puding SOBIT (Soya Puding dengan Ekstrak Buah Bit)

1. Susu kedelai

Susu merupakan salah satu produk pangan yang dianjurkan dikonsumsi baik dari anak-anak, remaja hingga orang dewasa. Pemenuhan kebutuhan protein tidak hanya berasal dari susu sapi. Kebutuhan protein dapat dipenuhi dengan konsumsi olahan kedelai yaitu susu kedelai. Protein pada susu kedelai memiliki susunan asam amino yang hampir serupa dengan susu sapi (Mawarni et al., 2018).

Menurut SNI 01-3830-1995 susu kedelai merupakan produk yang berasal dari ekstrak biji kacang kedelai dengan air atau larutan tepung kedelai dalam air atau tanpa penambahan bahan makanan lain yang diizinkan. Susu kedelai merupakan minuman yang bergizi tinggi terutama pada protein. Kandungan zat gizi lain berupa lemak, karbohidrat, kalsium, fosfor, zat besi, provitamin A, vitamin B kompleks (kecuali vitamin B12) (Purwanti, 2018).

Konsumsi susu kedelai memberikan beberapa manfaat meliputi memelihara kesehatan jantung, mengontrol tekanan darah tinggi, memberi nutrisi yang diperlukan oleh remaja. Kelemahan dari susu kedelai adalah umur simpannya tidak lama dan nilai gizi serta rasanya dapat berubah. Kondisi susu yang rusak ditandai dengan perubahan bau, warna, atau rasa, atau dengan pengentalan cairan dan selanjutnya pemisahan air dari endapan susu kedelai (Mawarni et al., 2018).

2. Ekstrak buah bit

Buah bit (*Beta vulgaris L.*) merupakan tanaman umbi berwarna ungu yang mempunyai rasa manis dan belum banyak dikenal masyarakat. Buah bit pada awalnya dikenal dan banyak digunakan sebagai obat, namun seiring berjalannya waktu mulai digunakan sebagai bahan makanan. Buah bit kaya akan asam folat, vitamin B, vitamin C, dan zat besi. Kandungan vitamin C, vitamin B yang banyak pada buah bit sehingga dianjurkan untuk dikonsumsi bagi penderita anemia. Buah bit juga mengandung metabolit sekunder berupa pigmen betalain (betasianin/betanins dan betasantin), nitrat, flavonoid, polifenol, saponin, alkaloid, tanin dan asam organik. Kandungan gizi pada buah bit yang beragam bermanfaat sebagai antioksidan, antikanker, menjaga system pencernaan dan jantung (Utami & Farida, 2022).

3. Buah pepaya

Buah pepaya (*Carica papaya L*) merupakan tanaman buah dari family *Caricaceae* yang berasal dari Amerika tropis. Sebagai negara tropis, Indonesia mempunyai buah pepaya yang ditanam hampir di setiap wilayah. Buah pepaya tergolong tanaman non musiman, sehingga buahnya selalu tersedia dan harganya yang elatif murah dan terjangkau. Kandungan vitamin A per 100 g porsi makan adalah 450 mg dan vitamin C adalah 74 mg (Febjisлами et al., 2018). Buah pepaya disukai banyak orang karena rasanya yang manis. Tidak hanya kandungan vitamin C, buah pepaya sangat kaya akan serat, mineral, β -karoten, dan enzim papain (Putri et al., 2023).

4. Buah nanas

Buah nanas (*Ananas comosus L*) merupakan salah satu jenis buah tropis yang banyak dikonsumsi dan dikenal oleh masyarakat Indonesia. Buah nanas termasuk ke dalam famili *Bromeliaceae* termasuk buah yang dapat melakukan peningkatan penyerapan zat besi dalam usus. Kandungan gizi dari nanas meliputi vitamin C 79%, vitamin B6 5%, vitamin A 1%, besi 1%, magnesium 3%, folat dan zat gizi lain. Kandungan zat gizi lain pada nanas yaitu flavonoid sebagai sumber antioksidan. Peran nanas dalam tubuh dapat mencegah penggumpalan darah dan memproduksi hemoglobin di dalam tubuh (Mugiati & Rosmadewi, 2020).

5. Bubuk agar-agar plain

Agar-agar merupakan bentuk koloid dari suatu polisakarida yang telah diekstrak dari jenis rumput laut merah. Agar-agar termasuk fikokoloid pertama yang digunakan untuk bahan tambahan makanan sebagai pengental dan pembentuk gel pada makanan. Rumput laut merah yang digunakan berasal dari kelas *Rhodophyta* dengan dua jenis yaitu *Gracilaria gigas Harv.* dan *Gracilaria verrucosa Huds.* Kedua jenis rumput laut tersebut dapat menghasilkan agar-agar yang banyak dimanfaatkan pada bidang pangan (Wicaksono et al., 2019).

6. Gula pasir

Gula merupakan bahan pemanis dalam pembuatan suatu produk makanan. Gula pasir berasal dari batang tebu dengan melalui proses tertentu sehingga diperoleh gula dengan bentuk kristal padat. Gula pasir salah satu karbohidrat sederhana yang sering digunakan dalam kebutuhan sehari-hari. Penambahan gula pada pudding dapat memberikan rasa dan aroma manis pada saat proses pemasakan hingga konsumsi.

7. Bahan pelengkap

Bahan pelengkap dalam pembuatan soya puding dengan ekstrak bit meliputi vanili dan tepung maizena. Buah vanili memiliki aroma yang khas sehingga membuat produk vanili banyak disukai konsumen. Pengolahan vanili yang berupa bubuk mudah digunakan bagi konsumen. Penggunaan vanili pada pangan sebagai penambah aroma makanan. Manfaat vanili pada bidang pangan berfungsi sebagai antioksidan. Bahan pelengkap lain yang ditambahkan pada pembuatan pudding yaitu tepung maizena. Tepung maizena atau pati jagung merupakan tepung yang berasal dari proses mengekstrak biji jagung (Duma & Rosniati, 2010). Penggunaan tepung maizena pada pudding membuat tekstur puding lebih lembut dan kenyal.

D. Kesesuaian Kemasan dan Label Produk

1. Kemasan

Kemasan plastik mempunyai beberapa keunggulan bentuknya yang fleksibel membuatnya mudah menyesuaikan dengan bentuk makanan yang dikemas, ringan, tidak mudah pecah, bersifat transparan/tembus pandang, mudah diberi label, tersedia dalam berbagai macam warna, dapat diproduksi masal, harganya relatif murah, dan memiliki bahan dasar plastik yang beragam. Banyaknya kelebihan dalam plastik namun juga memiliki kelemahan jika digunakan sebagai kemasan makanan seperti tidak tahan panas dan dapat melepaskan sisa polimer monomer serta bahan kimia berbahaya yang berasal dari polimer tersebut dapat mencemari lingkungan karena plastik merupakan bahan yang sulit terurai.

Bahan kemasan plastik yang digunakan dikombinasikan dengan bahan pengemas lain. Pengemas primer atau kotak yang bersentuhan langsung

dengan makanan terbuat dari plastik berbahan dasar. Pengemasan lain berupa kardus yang digunakan sebagai tempat untuk konsumen membawa produk yang dibeli.

Bahan kemasan atau kotak yang digunakan memiliki ukuran 120 ml dengan diameter 7,5 x 7,5 x 3,5 cm. Pemilihan ukuran dan bentuk dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu penyesuaian kandungan gizi pada produk, nilai estetika, dan kebutuhan lainnya. Pengemasan yang diterapkan juga memperhatikan kerapihan karena akan berpengaruh pada respon pembelian konsumen atau ketertarikan konsumen untuk membeli produk sehingga penjualan bisa semakin meningkat.

2. Label

Label pada produk memiliki peran yang sangat penting. Menurut UU No. 18 Tahun 2012 Pasal 96 ayat 1 tentang Pangan menyatakan bahwa label berfungsi untuk memberikan informasi yang benar dan jelas kepada masyarakat tentang setiap produk pangan yang dikemas sebelum membeli dan/atau mengonsumsi pangan. Pelabelan dapat dijadikan konsumen dalam pemilihan produk dan membawa informasi verbal pada produk soya puding dengan ekstrak buah bit. Tujuan pelabelan diantaranya sebagai berikut:

- a. Memberikan informasi tentang isi produk tanpa harus membuka kemasan.
- b. Sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk tersebut, terutama hal-hal yang kasat mata atau tak diketahui secara fisik.
- c. Petunjuk yang tepat untuk konsumen sehingga memperoleh fungsi produk yang optimal.
- d. Sarana yang digunakan sebagai periklanan bagi produsen.
- e. Memberi rasa aman bagi konsumen.

Adapun fungsi label adalah sebagai berikut:

- a. Label mengidentifikasi produk atau merek.
- b. Label menentukan kelas produk.
- c. Label menggambarkan beberapa hal mengenai produk (siapa pembuat, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana menggunakan secara aman)
- d. Label mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik.

Seseorang yang mampu menghasilkan suatu produk untuk di jual perlu menambahkan label pada kemasan makanan atau minuman tersebut. Label yang harus dicantumkan sebagai berikut:

- a. Nama produk pangan
- b. Komposisi yang digunakan
- c. Berat bersih atau isi bersih pangan
- d. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor
- e. Halal yang disyaratkan
- f. Tanggal, bulan dan tahun kadaluarsa
- g. Nomor pendaftaran pangan
- h. Tanggal dan kode produksi pangan

E. Pemasaran Produk

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan utama bagi produsen untuk berkembang dan memperoleh keuntungan. Pemasaran mencakup beberapa kegiatan yang dapat berfungsi untuk menciptakan, mengembangkan, dan mendistribusikan barang dalam memenuhi permintaan konsumen berdasarkan kemampuan memproduksi barang tersebut. Keputusan mendasar mengenai biaya yang dikeluarkan, kegiatan pemasaran, bauran pemasaran dan alokasi pemasaran berkaitan erat dengan strategi pemasaran (Mohamad & Rahim, 2022). Strategi pemasaran terdiri dari 4P yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*.

1. Produk (*Product*)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, dapat dibeli, digunakan, atau dikonsumsi oleh konsumen. Produk adalah konsep keseluruhan dari suatu objek atau proses yang memberikan nilai tertentu kepada konsumen. Konsumen tidak hanya membeli produk fisik, tetapi juga manfaat dan nilai produk, yang disebut “penawaran” artinya, manfaat yang diberikan produk tersebut.

2. Harga (*Price*)

Harga merupakan faktor penting dalam pembelian dan merupakan salah satu faktor penentu pangsa pasar dan tingkat keuntungan suatu perusahaan. Penentuan strategi penetapan harga juga mempertimbangkan tujuan dari penjualan. Peranan penting harga bagi produsen karena mempunyai tempat

khusus dalam bauran pemasaran dan berkaitan erat dengan unsur lainnya. Produsen dapat menerapkan strategi penetapan harga dalam kaitannya dengan pasar.

3. Lokasi (*Place*)

Lokasi merupakan satu unsur yang tidak hanya mencakup lokasi tempat usaha itu dilakukan, tetapi lebih luas berupa lokasi berupa barang dan jasa dari produsennya tempat yang memuat segala kegiatan pendistribusian barang konsumen. Penentuan lokasi sebaiknya memprioritaskan lokasi yang sesuai dengan target pasarnya agar efektif dan efisien. Oleh karena itu, keputusan bauran pemasaran pada dasarnya harus didasarkan pada prinsip keadilan dan integritas

4. Periklanan (*Promotion*)

Periklanan merupakan sarana penyampaian informasi antara penjual dan pembeli, mengubah sikap dan perilaku pembeli yang sebelumnya tidak menyadarinya, serta menjadikan mereka menjadi pembeli dan mengingat produk yang dimaksud. Periklanan adalah salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang sering digunakan. Pemasaran dalam produk dari masing-masing produsen biasanya dapat melalui sosial media.

Produk SOBIT merupakan sebuah inovasi baru dalam produk makanan ringan ataupun penutup. Puding yang menggunakan susu kedelai dengan ekstrak bit dapat menjadi salah satu alternatif pilihan snack bagi remaja. Pembuatan puding dapat diterima pada semua kalangan dengan tekstur yang lembut, kenyal, dan manis. Perbedaan produk puding SOBIT dengan puding lain yaitu menggunakan susu kedelai atau biasa disebut soya dengan penambahan ekstrak bit dengan kandungan vitamin C yang tinggi sehingga cocok dikonsumsi bagi remaja.

F. Aspek Finansial

1. Perhitungan biaya

Analisis finansial merupakan bagian dari perencanaan bisnis. Tujuan dari analisis kelayakan finansial adalah untuk melihat apakah bisnis tersebut layak dijalankan. Perencanaan bisnis memerlukan pengumpulan data terkini, yang mutlak diperlukan untuk memastikan kelayakan finansial. Ketidakkuratan dalam menentukan asumsi teknologi produksi, ketersediaan dan fluktuasi

harga bahan baku, sensitivitas biaya operasional, perkiraan biaya tenaga kerja akan menyebabkan analisis yang tidak akurat dan kemungkinan kerugian pada pelaksanaan. Aspek finansial ini salah satunya berhubungan dengan biaya yang merupakan salah satu konsep terpenting dalam penjualan. Tujuan memperoleh informasi biaya digunakan untuk proses perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan. Biaya didefinisikan sebagai nilai yang dikorbankan untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat. Metode perhitungan yang digunakan adalah menentukan biaya tetap, biaya tidak tetap, biaya total, biaya penyusutan, total pendapatan, harga pokok produksi dan harga jual.

a. Biaya tetap (*Fixed cost*)

Biaya tetap merupakan biaya yang jumlah dibutuhkan tetap konstan tidak dapat dipengaruhi oleh kegiatan atau aktivitas ketika usaha mengalami peningkatan maupun penurunan. Biaya tetap memiliki nilai biaya yang relatif sama dari waktu ke waktu tidak berpengaruh terhadap bahan baku dan berapa banyak hasil produksi yang dihasilkan. Unsur biaya tetap meliputi penyusutan alat, sewa lahan, pajak, operasional dan upah tenaga kerja tetap.

b. Biaya tidak tetap (*Variable cost*)

Biaya tidak tetap merupakan biaya yang dapat berubah mengikuti perubahan pada kegiatan. Biaya tidak tetap mempunyai konsep apabila skala produksi meningkat maka biaya tidak tetap meningkat dan sebaliknya yang akan berhubungan langsung dengan perubahan output. Biaya tidak tetap ini meliputi biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

c. Biaya total

Biaya total mencakup seluruh biaya, baik biaya produksi maupun biaya non produksi. Berdasarkan konsep total biaya, harga jual ditentukan dari total biaya produksi, pemasaran, administrasi, dan biaya lain-lain ditambah tingkat keuntungan yang diinginkan perusahaan. Biaya total adalah besarnya biaya baik biaya tetap maupun biaya tidak tetap yang dikeluarkan selama proses produksi untuk menentukan besarnya total biaya yang digunakan selama proses produksi.

$$TC = FC + VC$$

Keterangan:

TC = *Total Cost* (biaya total)

FC = *Fixed Cost* (biaya tetap)

$VC = \text{Variable Cost}$ (biaya variabel)

d. Biaya penyusutan

Biaya penyusutan yang dapat diatribusikan pada produksi timbul dari penggunaan aktiva tetap dalam proses produksi. Penyusutan adalah proses penyusutan sistematis yang mengurangi nilai suatu aset selama masa manfaatnya. Aktiva tetap berfungsi untuk menunjang kegiatan operasional. Secara umum penerapan penyusutan atau penurunan nilai aset berpengaruh terhadap keuangan. Perhitungan penyusutan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Penyusutan} = \frac{HP}{\pi}$$

Keterangan:

HP = Harga perolehan aktiva tetap (Rp)

π = Taksiran umur kegunaan

e. Keuntungan / laba

Keuntungan merupakan perbedaan atau selisih yang didapatkan pada harga jual lebih besar daripada biaya produksi. Pendapatan dan biaya adalah unsur yang menjadi pembentuk laba. Laba atau keuntungan yang diterima suatu produsen sebagai hasil dari kegiatan usahanya. Keuntungan atau profitabilitas adalah salah satu tujuan utama bisnis dengan keuntungan yang diperoleh perusahaan digunakan untuk berbagai keperluan. Perhitungan laba dengan rumus sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan:

π = Keuntungan (Profit)

TR = Total pendapatan dari usaha

TC = Biaya total usaha

f. Harga pokok produksi

Harga pokok produksi merupakan biaya yang dibutuhkan dalam suatu proses pembuatan barang atau jasa yang akan dijual. Harga pokok produksi diterapkan dalam penentuan harga jual produk, realisasi biaya produksi, laba rugi, dan menentukan harga pokok pada produk jadi (Manein et al., 2020). Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$HPP = \frac{\text{Biaya tetap} + \text{Biaya variabel}}{\text{Jumlah produk}}$$

g. Harga jual

Harga jual merupakan sejumlah uang yang dibebankan kepada pembeli untuk menerima barang atau jasa. Penentuan harga jual dipengaruhi oleh harga pokok produksi yang telah ditetapkan. Harga jual yang akan digunakan memiliki peranan penting dalam mempengaruhi keuntungan yang didapatkan (Indrawasi & Siswanti, 2022). Cara penentuan harga jual dengan metode *cost-plus pricing* yaitu penentuan harga jual yang menambahkan kisaran harga pada biaya produksi sebagai faktor penghasil keuntungan (Ibrahim & Silalahi, 2022). Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$\% \text{ markup} = \frac{\text{Biaya tidak tetap} + \text{Laba yang Diharapkan}}{\text{Biaya tetap}} \times 100\%$$

$$\text{Harga jual} = \text{HPP} \times \% \text{ markup} + \text{HPP}$$

h. Biaya produksi

Biaya produksi dapat dikatakan efisien apabila terjamin kualitas serta kuantitasnya. Selama kegiatan produksi produk, produsen perlu mengukur biaya-biaya yang dikeluarkan sebagai dasar penentuan harga pokok produk, apabila terdapat keterlambatan dalam pengendalian dapat meningkatkan biaya dan mengurangi profitabilitas. Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan oleh produsen sehubungan dengan fungsi atau kegiatannya dalam mengolah bahan mentah menjadi produk jadi. Perhitungan biaya produksi menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Biaya produksi} = \text{HPP} \times \text{Jumlah produksi}$$

i. Penerimaan

Pendapatan atau penerimaan adalah jumlah pendapatan yang diterima produsen dari layanan atau produk yang diberikan. Hal ini dapat mencakup penjualan produk selama menjalankan kegiatan operasional kepada pelanggan guna meningkatkan nilai mutu dari penjualan (Refki Aditya Yudawara, 2018). Perhitungan pendapatan atau penerimaan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Pendapatan} = P \times Q$$

Keterangan:

P = Harga jual

Q = Jumlah produksi

j. *Revenue Cost Ratio (R/C)*

Revenue Cost Ratio (R/C) merupakan adanya perbandingan antara total pendapatan dengan biaya total. Kriteria R/C terdapat dalam 3 kategori dalam perhitungannya yaitu apabila $R/C > 1$, maka usaha yang dijalankan menguntungkan. Jika $R/C = 1$, maka usaha tersebut impas dan jika $R/C < 1$, maka usaha mengalami kerugian. Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$R/C = \frac{TR}{TC}$$

Keterangan:

TR = Total pendapatan yang diperoleh

TC = Total biaya yang dikeluarkan

2. Perhitungan kelayakan usaha

Kelayakan usaha merupakan suatu kegiatan yang dirancang untuk menilai tingkat manfaat yang dapat diperoleh dari pelaksanaan suatu kegiatan usaha. Perhitungan pada analisis usaha bersifat kuantitatif terutama digunakan terkait evaluasi, interpretasi, dan prediksi berbagai peluang dan tantangan dunia usaha yang mungkin muncul di masa depan (Putri Wahyuni Arnold et al., 2020).

Berkecimpung dalam dunia bisnis memberikan berbagai kesempatan dan peluang, khususnya bagi masyarakat yang bekerja di dunia bisnis. Kegiatan usaha dituntut dalam penilaian dengan seberapa besar manfaat yang akan diperoleh dari suatu kegiatan atau peluang jika dilaksanakan. Analisis usaha dibutuhkan untuk mengetahui perkembangan dan keunggulan produk (Putri Wahyuni Arnold et al., 2020).

k. BEP

Break Even Point adalah keadaan dimana suatu perusahaan tidak memperoleh keuntungan dan tidak mengalami kerugian. BEP atau titik impas sangat penting bagi manajemen untuk mengambil keputusan seperti menarik atau mengembangkan suatu produk atau menutup anak perusahaan yang tidak menguntungkan. Analisis BEP dimaksudkan untuk mendukung perencanaan pengelolaan dan pengambilan keputusan (Maruta, 2018).

Tujuan analisis titik impas adalah untuk menentukan tingkat aktivitas di mana pendapatan sama dengan jumlah seluruh biaya variabel dan biaya tetap. Jika suatu perusahaan hanya mempunyai biaya variabel maka tidak

akan terjadi masalah titik impas. Masalah titik impas terjadi ketika suatu perusahaan mempunyai biaya variabel dan biaya tetap (Manuho et al., 2021).

Tingkat total biaya variabel berubah tergantung perubahan volume produksi, namun tingkat total biaya tetap tidak berubah meskipun volume produksi berubah. BEP sebagai analisis dalam penentuan jumlah barang atau jasa yang harus dijual dengan harga tertentu sehingga manfaat analisis BEP dapat dirasakan apabila bertahan selama periode yang ditentukan (Manuho et al., 2021). *Break Even Point* (BEP) akan tercapai jika jumlah pendapatan sama dengan jumlah biaya produksi (Refki Aditya Yudaswara, 2018). Rumus yang digunakan untuk mengetahui BEP sebagai berikut:

1. Titik impas harga

$$\text{BEP Harga} = \frac{\text{TC}}{\text{TP}}$$

2. Titik impas produksi

$$\text{BEP Produksi} = \frac{\text{TC}}{\text{P}}$$

Keterangan:

TC = Total biaya (Rp)

TP = Total produksi

P = Harga jual persatuan (Rp)

Menurut (Sholihin et al., 2022), bahwa kriteria BEP Harga adalah sebagai berikut:

1. Jika BEP Harga < Harga Jual, maka usaha akan di posisi menguntungkan.
2. Jika BEP Harga = Harga Jual, maka usaha berada di titik impas (tidak ada laba/rugi)
3. Jika BEP Harga > Harga Jual, maka usaha akan mengalami kerugian.

Kriteria BEP Produksi adalah sebagai berikut:

1. Jika BEP Produksi < Jumlah Produksi, maka usaha akan di posisi menguntungkan.
2. Jika BEP Produksi = Jumlah Produksi, maka usaha berada di titik impas (tidak ada laba/rugi).
3. Jika BEP Produksi > Jumlah Produksi, maka usaha akan mengalami kerugian.

G. Analisis SWOT

Analisis SWOT salah satu proses mengidentifikasi peluang yang ada pada lingkungan eksternal dan internal. Analisis ini menekankan pada perencanaan hingga penilaian sehingga berpengaruh terhadap pencapaian suatu tujuan. Berikut merupakan uraian analisis SWOT:

1. Kekuatan (*strengths*) adalah kegiatan organisasi yang berhasil atau sumber daya yang dapat dikendalikan (Istiqomah & Andriyanto, 2018). Kekuatan juga merupakan keunggulan besar dalam hal penawaran produk maupun menjadi kunci perbedaan antara satu produk dengan produk lainnya (Suriono, 2022).
2. Kelemahan (*weaknesses*) mencakup kegiatan yang tidak berjalan sesuai rencana atau kurangnya sumber daya (Suriono, 2022). Penting untuk menetapkan kebijakan ketika sebelum dan sesudah pada sebuah produk sebagai upaya meminimalkan kelemahan agar tidak menjadi hambatan di kemudian hari.
3. Peluang (*opportunitiy*) adalah suatu keadaan eksternal yang berpotensi memberikan manfaat atau dampak positif. Misal, besarnya peluang pasar yang karena hadirnya produk baru dan inovasi baru di pasaran.
4. Ancaman (*threat*) adalah situasi eksternal yang dapat menimbulkan kesulitan atau akibat negatif. Misalnya, hal ini dapat disebabkan oleh ketatnya persaingan dalam industri atau perubahan permintaan pasar.

H. Analisis Respon Kepuasan Konsumen

Kepuasan atau respon konsumen merupakan hasil dari penilaian konsumen bahwa produk yang telah diberikan memenuhi tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Produk yang terlalu rendah dari harapan konsumen, maka konsumen merasa tidak puas dan berujung kecewa, jika produk sesuai harapan maka konsumen akan merasa puas, namun jika kinerja produk melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa sangat puas (Tampanguma et al., 2022). Kepuasan konsumen di ukur dari sebaik apa harapan konsumen atau pelanggan terpenuhi dengan indikator kepuasan konsumen, yaitu :

1. Terpenuhi harapan konsumen. Konsumen merasa puas karena keinginan dan kebutuhannya terpenuhi oleh suatu produk.

2. Konsumen merekomendasikan hasil pengalamannya kepada orang lain berdasarkan kualitas produk yang diberikan.
3. Kualitas pelayanan terhadap konsumen dengan menyeimbangkan harapan konsumen berupa memenuhi permintaan konsumen.

Pengolahan data kepuasan konsumen dianalisis menggunakan metode skala likert. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, atau pendapat individu atau kelompok tentang suatu peristiwa atau fenomena sosial, berdasarkan definisi operasional yang ditetapkan oleh peneliti. Skala tersebut paling umum digunakan dalam studi penelitian, termasuk studi survei deskriptif (Febtriko & Puspitasari, 2018). Penerapan skala likert untuk kepuasan konsumen menggunakan pengukuran skala positif dengan skor 4, 3, 2, dan 1. Format jawaban pada skala likert sebagai berikut:

4 = Sangat suka

3 = Suka

2 = Tidak suka

1 = Sangat tidak suka

Jawaban responden selanjutnya akan diperoleh satu kecenderungan atas jawaban responden tersebut. Kuesioner yang dibagikan dilakukan menggunakan skala Likert. Rumus indeks jawaban responden sebagai berikut:

$$\text{Nilai Indeks} = ((F4 \times 4) + (F3 \times 3) + (F2 \times 2) + (F1 \times 1)) / 4$$

Keterangan:

F4 = frekuensi responden yang menjawab 4 (Sangat suka)

F3 = frekuensi responden yang menjawab 3 (Suka)

F2 = frekuensi responden yang menjawab 2 (Tidak suka)

F1 = frekuensi responden yang menjawab 1 (Sangat tidak suka)

Kriteria interval (rentang jarak) dan interpretasi persen sebagai berikut:

1. Sangat suka = 75% - 100%
2. Suka = 50% - 74,99%
3. Tidak suka = 25% - 49,99%
4. Sangat tidak suka = 0% - 24,99%

Interpretasi skor perhitungan terdiri dari pencarian skor ideal tertinggi, skor Ideal terendah, panjang interval kelas, dan penyelesaian akhir dengan

tinjauan kontinum. Jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara:

$Y = \text{Skor tertinggi likert} \times \text{jumlah responden}$

$X = \text{Skor terendah likert} \times \text{jumlah responden}$

Jarak Interval (Nilai Maksimal - Nilai Minimum): 4

Persentase skor = (Total Skor/Nilai Maksimal) x 100

Berikut kriteria interpretasi skor:

1. Sangat suka = 75% - 100%
2. Suka = 50% - 74,99%
3. Tidak suka = 25% - 49,99%
4. Sangat tidak suka = 0% - 24,99%