

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Anemia

1. Pengertian Anemia

Anemia adalah suatu kondisi medis di mana jumlah sel darah merah atau hemoglobin kurang dari nilai normal. Anemia didefinisikan sebagai kondisi penurunan jumlah sel darah merah yang dapat dilihat dari penurunan kadar hemoglobin, hematokrit, dan jumlah sel darah merah. Untuk menghasilkan hemoglobin yang cukup, tubuh memerlukan asupan yang memadai dari zat besi dan protein. Kadar hemoglobin normal berbeda pada laki-laki dan perempuan. Untuk pria, anemia didefinisikan sebagai kadar hemoglobin kurang dari 13 g/dl dan pada wanita hemoglobin kurang dari 12 g/dl (Nasruddin dkk, 2021).

Penentuan batas ambang prevalensi anemia sebagai masalah kesehatan masyarakat berdasarkan klasifikasi WHO 2011, disajikan pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1 Kategori Masalah Kesehatan Masyarakat Berdasarkan Prevalensi Anemia

Kategori Masalah	Prevalensi (%)
Berat	≥ 40
Sedang	20.0 – 39.9
Ringan	5.0 – 19.9
Normal	≤ 4.9

Sumber: WHO, 2011.

2. Etiologi Anemia

Anemia disebabkan dimana kadar hemoglobin darah dibawah normal di akibatkan kekurangan satu atau lebih zat gizi yang diperlukan serta produksi sel-sel darah merah karena jumlah sel darah merah dalam tubuh kurang dari jumlah normal. Anemia dapat disebabkan oleh banyak faktor diantaranya faktor mikronutrient yang berperan paling penting adalah zat besi, vitamin A, asam folat, vitamin C dan vitamin B12. Sedangkan faktor makronutrient diantaranya adalah karena kekurangan asupan protein (Hasyim, 2018). Anemia juga disebabkan adanya kelainan sel darah merah yang diturunkan kondisi tersebut seperti thalasemia akibat kelainan sintesis hemoglobin dan kelainan sel darah tersebut. Anemia akibat infeksi merupakan penyebab paling penting secara global hal tersebut berhubungan langsung dengan geografis infeksi. Infeksi dapat mengganggu penyerapan nutrisi dan metabolisme atau dapat menyebabkan kehilangan nutrisi. Peradangan dan penyakit kronis juga dapat menyebabkan anemia dikenal dengan anemia peradangan yang dipicu oleh kekebalan tubuh. Berbagai kondisi lainnya misalnya penyakit saluran cerna, ginjal kronik

menyebabkan kehilangan darah, penurunan darah tropoiesis atau penghancuran eritrosit, ada beberapa penyakit termasuk leukemia dan kanker lainnya, fungsi limpa yang tidak normal, gangguan kekebalan dan hipertensi berat pendarahan akibat trauma, tindakan bedah medis, kondisi medis penyakit tertentu, obat-obatan juga dapat menyebabkan terjadinya anemia (Budiarti, 2020).

Remaja putri salah satu kelompok usia yang rentan mengalami anemia faktor yang mempengaruhi yaitu remaja putri mengalami menstruasi yang menyebabkan kehilangan banyak darah pada saat mengalami menstruasi. Selain itu diperburuk oleh kurangnya asupan zat besi, dimana zat besi pada remaja putri sangat dibutuhkan tubuh untuk percepatan pertumbuhan dan perkembangan. Rendahnya asupan zat gizi baik hewani dan nabati yang merupakan pangan sumber zat besi yang berperan penting untuk pembentukan hemoglobin sebagai komponen dari sel darah merah. Zat gizi lain yang berperan penting dalam pembentukan hemoglobin antara lain asam folat dan vitamin B12. Anemia defisiensi zat besi biasanya muncul selama kehamilan dan menstruasi pada wanita usia subur atau sebelum menopause. Biasanya, siklus menstruasi wanita berlangsung antara 21 hingga 35 hari. Banyak faktor, termasuk usia, berat badan, tingkat aktivitas fisik, tingkat stres, genetik, dan asupan nutrisi, dapat mempengaruhi durasi siklus menstruasi Wanita (Kemenkes RI, 2018).

3. Klasifikasi Anemia

Anemia adalah suatu keadaan kadar hemoglobin (Hb) dalam darah kurang dari normal yang berbeda menurut kelompok usia, jenis kelamin dan kondisi fisiologis. Berikut adalah klasifikasi anemia berdasarkan kadar konsentrasi hemoglobin darah menurut usia dan jenis kelamin:

Tabel 2.2 Klasifikasi Anemia berdasarkan Kadar Konsentrasi Hemoglobin Darah menurut Usia dan Jenis Kelamin

Populasi	Tidak Anemia	Anemia		
		Ringan	Sedang	Berat
Anak 6 – 59 bulan	11	10.0 – 10.9	7.0 – 9.0	< 7.0
Anak 5 – 11 tahun	11.5	11.0 – 11.4	9.0 – 10.9	< 8.0
Anak 12 – 14 tahun	12	11.0 – 11.9	9.0 – 10.9	< 8.0
WUS tidak hamil	12	11.0 – 11.9	8.0 – 10.9	< 8.0
Ibu hamil	11	10.0 – 10.9	7.0 – 9.9	< 7.0
Laki-laki \geq 15 tahun	13	11.0 – 12.9	8.9 – 10.9	< 8.0

Sumber: WHO, 2011.

B. Analisis Produk

Produk adalah fokus utama dalam kegiatan pemasaran karena produk adalah hasil dari aktivitas perusahaan yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk dibeli,

digunakan, atau dikonsumsi dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Bagi perusahaan, produk adalah sebuah alat untuk mencapai tujuan perusahaan. Sebuah produk harus memiliki keunggulan dibandingkan dengan produk lainnya dalam hal kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi, dan rasa yang baik untuk menarik minat konsumen. Pelanggan yang ingin memperoleh barang tersebut. Produk terdiri dari berbagai aspek yang bisa berbentuk fisik atau non-fisik, seperti warna, harga, reputasi pabrik, reputasi toko, dan kualitas layanan dari pabrik dan toko. Semua hal ini dianggap untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli. (Alma, 2015).

Menurut Firmmansyah (2019) Produk didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Sedangkan atribut produk sendiri merupakan unsur-unsur yang menjadi pembeda pada suatu produk, sehingga memberikan nilai tambah, manfaat serta menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian. Atribut-atribut produk meliputi beberapa hal, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas produk

Kualitas produk merupakan salah satu sarana positioning utama untuk pemasar. Ini memiliki dampak langsung pada kinerja produk. Untuk itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.

2. Fitur produk

Fitur produk adalah suatu produk bisa ditawarkan dalam beragam fitur, model dasar, model tanpa tambahan apapun, ini merupakan titik awal. Fitur yaitu sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan produk pesaing.

3. Gaya dan Desain Produk

Desain memiliki konsep yang lebih luas dibanding daya (style). Selain mempertimbangkan faktor penampilan, desain juga bertujuan untuk memperbaiki kinerja produk, mengurangi biaya produksi dan menambah keunggulan bersaing.

4. Merek

Merek (brand) adalah nama, istilah, tanda, lambang atau desain atau kombinasi semuanya, yang menunjukkan identitas pembuat atau penjual produk jasa. Konsumen akan memandang sebagai bagian penting dari produk dan penetapan merek bisa menambah nilai bagi suatu produk.

5. Kemasan

Kemasan (packaing) yang baik memainkan peran penting dalam kesuksesan sebuah produk. Kemasan yang didesain dengan baik tidak hanya melindungi P5 roduk selama pengiriman dan penyimpanan, tetapi juga dapat meningkatkan daya

tarik produk. Kemasan pangan menurut Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 20 tahun 2019 adalah bahan yang digunakan untuk mewadahi atau membungkus Pangan baik yang bersentuhan langsung dengan pangan maupun tidak. Fungsi utama kemasan yaitu menyimpan dan melindungi produk. Kemasan yang didesain buruk dapat menyebabkan konsumen enggan membeli dan perusahaan akan kehilangan penjualan. Kemasan inovatif akan memberikan manfaat pada perusahaan melebihi pesaing dan mendorong penjualan. Menurut Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 20 tahun 2019 ketentuan kemasan pangan yaitu dilarang menggunakan kemasan pangan yang mengandung zat kontak pangan.

6. Label

Label bisa berupa penanda sederhana yang ditempelkan pada produk hingga rangkaian huruf rumit yang menjadi bagian kemasan. Label ini memiliki beberapa fungsi diantaranya menunjukkan produk atau merek dan menggambarkan beberapa hal tentang produk. Label pangan Menurut Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 31 tahun 2018 merupakan keterangan mengenai pangan olahan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan olahan. Label memiliki beberapa fungsi, di antaranya menunjukkan produk atau merek dan menggambarkan beberapa hal tentang produk. Menurut Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 31 tahun 2018 ketentuan label pangan meliputi

a. Nama Produk

Nama produk terdiri dari nama jenis dan nama dagang, sesuai dengan BPOM No. 31 tahun 2018. Identitas pangan dicantumkan atau dijelaskan dalam nama jenis pangan. Sedangkan nama dagang dapat berupa kata, simbol, karakter, angka, kombinasi warna, atau bentuk lain yang memiliki daya tarik

b. Daftar Bahan yang Digunakan

Daftar bahan yang digunakan adalah daftar bahan yang digunakan dalam kegiatan atau proses produksi pangan, berdasarkan BPOM No. 31/2018. Keamanan konsumen yang mengonsumsi makanan kemasan dapat dipengaruhi oleh komposisi komponen (Pratiwi, 2019). Seseorang dapat menulis "daftar bahan" dan bukan "bahan yang digunakan" atau "bahan" atau "komposisi" ketika mencantumkan bahan yang digunakan.

c. Berat Bersih

Kuantitas pangan olahan dalam suatu kemasan atau wadah ditunjukkan dengan berat bersih atau isi bersih, yang dinyatakan dalam satuan metrik (BPOM, 2018). Penulisan satuan berat bersih atau isi bersih untuk makanan padat

dinyatakan dalam ukuran berat (miligram (mg), gram (g), kilogram (kg)), untuk makanan cair dengan ukuran volume/isi (mililiter (ml atau mL), liter (1 atau L)).

d. Informasi Nilai Gizi

Label informasi nilai gizi, terkadang disebut juga sebagai label nutrisi, informasi nutrisi, atau fakta nutrisi, mencakup daftar nutrisi yang ada dalam makanan dalam format standar. Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 22 Tahun 2019 tentang Informasi Nilai Gizi pada Label Pangan Olahan mengatur pencantuman zat gizi tertentu dalam tabel informasi nilai gizi. Label informasi nilai gizi biasanya terletak di bagian belakang atau samping kemasan makanan. Informasi yang tertera pada label dapat membantu konsumen dalam memilih makanan yang sehat dan sesuai dengan kebutuhan zat gizi.

e. Nama Produsen

Memberikan informasi yang jelas kepada konsumen mengenai asal produk dan pihak yang terlibat dalam proses produksi, impor, atau distribusi produk tersebut. Dengan demikian, konsumen dapat lebih mudah memantau dan memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi masing-masing. Selain itu, ketentuan ini juga berguna untuk memperkuat transparansi dan akuntabilitas dalam industri pangan olahan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk-produk yang dikonsumsi.

f. Logo Halal

Salah satu hal yang dapat mempengaruhi pilihan pelanggan untuk membeli suatu produk adalah label halal. Karena dapat memberikan keyakinan kepada pelanggan saat mengambil keputusan, label halal dianggap signifikan (Syahputra & Hamoraon, 2013). Keterangan halal bagi yang dipersyaratkan terdapat pada Pasal 32:

- 1) Pelaku Usaha yang memproduksi atau mengimpor Pangan Olahan yang dikemas eceran untuk diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib mencantumkan keterangan halal setelah mendapatkan sertifikat halal.
- 2) Sertifikat halal sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diterbitkan oleh lembaga yang ditunjuk sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 3) Dalam hal sudah terdapat kesepakatan saling pengakuan antara Indonesia dengan negara asal, keterangan halal negara asal dapat dicantumkan sepanjang telah mendapatkan sertifikat halal dari negara asal.
- 4) Ketentuan lebih lanjut tentang pencantuman keterangan halal dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

g. Keterangan kedaluwarsa.

Pemberitahuan kedaluwarsa adalah titik terakhir di mana kualitas makanan terjamin. Hari, bulan, dan tahun dicantumkan dalam pernyataan kedaluwarsa (BPOM, 2018).

C. Produk Smoothies Cava

1. Bahan

Beberapa bahan yang digunakan untuk membantu meningkatkan kadar hemoglobin dan indeks eritrosit pada Smoothies Cava sebagai berikut:

a. Pisang Cavendish

Pisang merupakan buah yang umum ditemukan di Asia. Pisang Cavendish adalah salah satu variasi pisang yang paling populer. Pisang ini memiliki kulit yang tebal, warna kuning cerah saat matang, dan rasa manis. Selain rasa yang enak, pisang Cavendish kaya akan karbohidrat, terutama dalam bentuk gula alami seperti glukosa, fruktosa, dan sukrosa. Karbohidrat ini memberikan energi yang cepat dan mudah dicerna oleh tubuh, menjadikannya pilihan yang baik untuk camilan sebelum atau sesudah berolahraga. Mengandung serat yang baik untuk kesehatan pencernaan. Serat dapat membantu melancarkan sistem pencernaan dan mencegah sembelit. Mengonsumsi serat juga dapat membantu mengontrol kadar gula darah dan menurunkan risiko penyakit jantung.

Pisang Cavendish juga mengandung berbagai vitamin dan mineral penting seperti Vitamin C yang dapat meningkatkan sistem kekebalan tubuh, membantu penyerapan zat besi, dan berfungsi sebagai antioksidan. Zat besi dan vitamin C dapat membantu meningkatkan kadar hemoglobin dan indeks eritrosit. Vitamin B6 berperan penting untuk fungsi otak dan produksi hormon serotonin yang dapat membantu mengatur suasana hati. Kalium merupakan salah satu mineral penting yang membantu menjaga tekanan darah normal dan fungsi jantung yang sehat. Magnesium yang mendukung fungsi otot dan saraf serta membantu dalam pembentukan tulang.

b. Alpukat Mentega

Hampir seluruh bagian dari tumbuhan alpukat seperti batang, daun dan buah termasuk biji serta daging buah memiliki banyak manfaat dan fungsi dalam menunjang kehidupan manusia. Batang pohon alpukat dapat dimanfaatkan sebagai bahan bakar. Biji pohon alpukat dapat digunakan untuk meningkatkan imunitas, menurunkan tekanan darah, mencegah kanker, menyehatkan pencernaan, menurunkan kolesterol, mengurangi peradangan, mengobati maag dan gigi berlubang (Nasution, 2020). Konsumsi buah alpukat yang memiliki banyak

kandungan senyawa zat besi diketahui sangat baik dalam proses peningkatan jumlah sel darah merah dalam tubuh sehingga mampu membantu dalam mencegah penyakit anemia dan mengatasi komplikasi anemia. Menurut Bawazir, F (2019) kandungan zat besi pada buah alpukat mampu disintesis membentuk heme yang dapat meningkatkan konsentrasi hemoglobin.

c. Madu

Madu adalah cairan alami yang dihasilkan oleh lebah dari nektar bunga. Madu menjadi salah satu makanan yang mengandung besi (Fe), vitamin C, vitamin B kompleks, dan asam folat yang berperan penting dalam pembentukan sel darah merah. Konsumsi madu pada remaja yang menderita anemia dapat membantu meningkatkan produksi sel darah merah dan mencegah terjadinya anemia (Wahyuni, S., & Pramestiyani, M., 2022).

Madu dikenal karena berbagai manfaat kesehatan seperti madu kaya akan gula alami seperti glukosa dan fruktosa, yang memberikan energi instan dan mudah dicerna membuat madu menjadi sumber energi yang baik untuk meningkatkan stamina. Madu mengandung flavonoid dan fenol, antioksidan yang membantu melindungi tubuh dari kerusakan akibat radikal bebas, yang dapat mengurangi risiko penyakit kronis seperti penyakit jantung dan kanker. Madu memiliki sifat antibakteri dan antijamur yang dapat membantu mencegah dan mengobati infeksi. Enzim tertentu dalam madu menghasilkan hidrogen peroksida yang bersifat antibakteri. Madu dapat melapisi tenggorokan dan meredakan iritasi menjadikan madu sebagai obat alami yang efektif untuk meredakan batuk dan sakit tenggorokan. Sifat Antiseptik dan Anti-inflamasi pada madu dapat digunakan sebagai obat topikal untuk menyembuhkan luka dan luka bakar, membantu mengurangi infeksi dan mempercepat proses penyembuhan. Madu juga mengandung nutrisi dan probiotik yang dapat membantu meningkatkan sistem kekebalan tubuh, menjaga kesehatan pencernaan, dan melawan penyakit.

d. Kurma

Kurma adalah buah yang berasal dari pohon kurma (*Phoenix dactylifera*) dan sangat populer di berbagai belahan dunia, terutama di Timur Tengah. Dalam 100 gram kurma mengandung 10,4 mg zat besi dan 1,71 mg vitamin C yang membantu meringankan anemia pada remaja. Selain itu terdapat kandungan 2 g protein, 3,6 g lemak, dan 82,6 g karbohidrat. Buah kurma juga memiliki banyak manfaat seperti menjaga Kesehatan jantung dan tulang.

Program intervensi dalam upaya mengatasi dan menyelesaikan masalah kekurangan zat besi terdiri atas diet tinggi zat besi, fortifikasi makanan (penambahan zat besi pada makanan dengan kasar yang lebih tinggi), suplementasi

dan perbaikan status kesehatan masyarakat serta global. Buah yang dapat membantu mengatasi penyakit anemia adalah kurma, hal ini didorong dengan adanya kandungan zat besi yang tinggi dalam buah kurma (Aryani, V. D. K., 2023). Dalam penelitiannya juga menyebutkan bahwa apabila mengkonsumsi 10 butir kurma setiap harinya dapat memenuhi 10% kebutuhan zat besi (1 mg) dalam tubuh.

e. Yogurt

Yogurt adalah produk susu yang dibuat melalui fermentasi bakteri dari susu. Bakteri yang digunakan dalam proses ini, seperti *Lactobacillus bulgaricus* dan *Streptococcus thermophilus*, membantu mengubah laktosa, gula dalam susu, menjadi asam laktat, yang memberikan yogurt rasa dan tekstur khasnya. Yogurt mengandung 0,5 mg vit C, 10 g protein, dan 0,8 karbohidrat. Protein pada yogurt mengandung probiotik yang bermanfaat untuk kesehatan pencernaan. Probiotik membantu menjaga keseimbangan bakteri baik dan jahat di usus. Yogurt juga mengandung semua asam amino esensial yang dibutuhkan tubuh untuk pertumbuhan dan perbaikan jaringan. Protein dalam yogurt juga membantu meningkatkan rasa kenyang dan mendukung penurunan berat badan.

D. Zat Besi (Fe)

Zat besi (Fe) adalah komponen penting dalam berbagai enzim yang mempengaruhi banyak reaksi kimia vital dalam tubuh, meskipun penyerapannya cukup sulit (10-15%). Sekitar 75% zat besi dalam tubuh merupakan bagian dari hemoglobin, yang memungkinkan sel darah merah membawa oksigen dan mengantarkannya ke jaringan tubuh. Mineral besi (Fe) sangat diperlukan untuk pembentukan hemoglobin dan bisa ditemukan dalam buah-buahan, sayuran, serta suplemen makanan (Zamilatul, A. S., & Rahimah, H., 2022). Besi adalah komponen integral dari molekul hemoglobin. Kekurangan besi mengakibatkan penurunan dalam sintesis hemoglobin, yang pada gilirannya menyebabkan penurunan kadar hemoglobin dalam darah, sebuah kondisi yang sering terkait dengan anemia (Wahyuni, S., & Pramestiyani, M., 2022).

Kekurangan zat besi umumnya menyebabkan gejala seperti kulit pucat, rasa lemah, kelelahan, pusing, kurang nafsu makan, penurunan kebugaran tubuh, penurunan kemampuan kerja, penurunan kekebalan tubuh, dan gangguan dalam penyembuhan luka. Sementara itu, kelebihan zat besi jarang terjadi akibat makanan, namun bisa disebabkan oleh konsumsi suplemen zat besi. Gejala kelebihan zat besi meliputi muntah, diare, peningkatan denyut jantung, sakit kepala, dan pingsan (Sacher, R. A., & McPherson, R. A., 2004).

E. Vitamin C

Vitamin C mudah diserap dengan cepat oleh tubuh dan umumnya dibutuhkan dalam jumlah kecil. Kelebihan vitamin C dalam tubuh akan dikeluarkan melalui urin. Konsentrasi optimal vitamin C dalam plasma darah berkisar antara 0,4 hingga 1,0 mg per 100 ml. Konsumsi harian yang disarankan untuk anak-anak dan orang dewasa adalah sekitar 20-30 mg, sedangkan ibu hamil dan menyusui memerlukan tambahan sekitar 20 mg (Winarno, 2008 dalam Zamilatul, A. S., & Rahimah, H., 2022). Proses penyerapan zat besi membutuhkan bantuan vitamin C untuk meningkatkan absorpsi zat besi dan membantu membebaskan besi dari tempat penyimpanannya dalam tubuh (Rianti, P. T., Utami, I. T., & Febriyanti, H., 2022).

Menurut Lewa, A. F. (2016) vitamin C memiliki kemampuan untuk meningkatkan penyerapan zat besi dalam bentuk nonheme hingga empat kali lipat dengan cara mengubah ferri menjadi ferro di dalam usus halus, sehingga mempermudah proses absorpsi. Selain itu, vitamin C juga menghambat pembentukan hemosiderin, suatu bentuk penyimpanan besi yang sulit untuk dilepaskan kembali ke dalam sirkulasi jika diperlukan. Secara singkat, vitamin C meningkatkan penyerapan zat besi non heme menjadi empat kali lipat dengan membentuk kompleks senyawa askorbat besi yang larut dan mudah diabsorpsi. Vitamin C juga berperan dalam mengubah besi ferri menjadi ferro di usus halus, mempermudah proses absorpsi. Selain itu, vitamin C menghambat pembentukan hemosiderin, yang sulit untuk dilepaskan kembali ke dalam tubuh saat diperlukan (Astuti, dkk., 2018).

F. Analisis Finansial

1. Perhitungan Biaya

Analisis biaya atau finansial digunakan untuk memperhitungkan berapa jumlah dana yang dibutuhkan untuk membangun kemudian mengoperasikan dan melakukan kegiatan bisnis. Dengan menganalisis berbagai aspek keuangan yang digunakan oleh industri khususnya skala rumah tangga untuk menentukan layak atau tidanya bisnis tersebut dijalankan setelah menelaah beberapa faktor. Analisis keuangan memiliki beberapa metode yang masing- masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah menentukan biaya tetap, biaya variabel, biaya modal, biaya penyusutan, harga pokok produksi, harga jual, biaya produksi, penerimaan dan keuntungan. Penjelasan mengenai metode perhitungan sebagai berikut.

a. Modal Awal

Modal awal adalah seluruh biaya baik biaya produksi maupun non produksi. Berdasarkan konsep biaya total ini, harga jual ditentukan dari biaya total : biaya

produksi + biaya pemasaran + biaya administrasi dan umum, ditambah dengan jumlah laba yang diinginkan oleh usaha. Suratiyah (2015) menyatakan bahwa biaya total ditentukan dengan menjumlahkan biaya tetap dan biaya variabel. Sedangkan Hamidah (2020), mendefinisikan biaya total sebagai jumlah uang yang dikeluarkan untuk membeli persediaan yang dibutuhkan untuk produksi. Untuk mengetahui besarnya biaya total yang digunakan selama produksi, dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$TC = FC + VC$$

Keterangan:

TC = Total biaya

FC = Biaya tetap

VC = Biaya variabel

b. Biaya Tetap Produksi (Fixed Cost)

Biaya tetap produksi adalah biaya yang tidak berubah meskipun volume produksi berubah. Biaya tetap produksi tidak tergantung pada jumlah produk yang dihasilkan, sehingga biaya per unit produk akan semakin rendah seiring dengan meningkatnya volume produksi (Kartika, 2005).

c. Biaya Variabel (Variable Cost)

Biaya yang berubah seiring dengan tingkat produksi disebut biaya tidak tetap produksi. Contoh biaya produksi variabel termasuk bahan langsung, tenaga kerja langsung, dan overhead variabel. Biaya ini tidak tetap dan dapat berubah sesuai dengan jumlah bahan baku yang dibutuhkan, biaya tenaga kerja, dan biaya energi (Wahyuni, 2011).

d. Biaya Penyusutan

Nilai penyusutan adalah pengurangan nilai aset tetap selama masa penggunaannya. Ketika sebuah aset tetap digunakan, nilainya akan menurun seiring waktu karena faktor seperti depresiasi, keausan, dan penyusutan. Cara menghitung nilai penyusutan aset tetap menggunakan metode garis lurus adalah sebagai berikut.

$$\text{Nilai Penyusutan} = \frac{\text{Harga beli} - \text{Nilai Residu}}{\text{Nilai Guna}}$$

e. Harga Pokok Produksi

Harga Pokok Produksi (HPP) adalah biaya produksi suatu produk, yang digunakan sebagai dasar untuk menentukan harga penjualan produk. Perhitungan HPP yang salah dapat menyebabkan harga yang salah, yang dapat mempengaruhi volume penjualan dan kemampuan untuk bersaing di pasar. HPP dihitung dengan

menjumlahkan biaya operasional dan biaya produksi yang kemudian dibagi jumlah barang produksi.

$$HPP = \frac{FC+VC}{TS}$$

Keterangan:

FC = Biaya tetap produksi

VC = Biaya tidak tetap produksi

TS = Total produksi

f. Harga Jual

Harga jual adalah harga yang ditetapkan oleh penjual untuk suatu barang atau jasa yang akan dijual kepada pembeli (Kotler dan Keller, 2009). Harga jual dapat ditentukan oleh pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Dalam jual beli, harga jual merupakan harga yang harus dibayar oleh pembeli kepada penjual sebagai ganti dari barang atau jasa yang diperoleh. Harga jual dapat ditentukan dengan berbagai cara, seperti dengan menetapkan harga yang sama untuk semua pembeli atau dengan menetapkan harga yang berbeda-beda tergantung pada pembeli atau kondisi tertentu.

$$\text{Harga Jual} = HPP + \text{Keuntungan yang diinginkan}$$

2. Perhitungan Kelayakan Usaha

Menurut Siregar (2012) bahwa kelayakan bisnis atau usaha adalah suatu kegiatan dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut untuk dijalankan, objek yang diteliti tidak hanya pada bisnis yang besar saja, tetapi pada bisnis atau usaha yang sederhana juga dapat diterapkan. Kelayakan artinya penelitian untuk menentukan apakah usaha-usaha yang akan dijalankan akan memberikan suatu penerimaan yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan.

a. Total Pendapatan

Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh penjual. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung pendapatan adalah sebagai berikut (Soekartawi, 2006).

$$TR = P \times Q$$

Keterangan:

TR = Total pendapatan dari usaha Smoothies Cava (Rp)

P = Harga produk dari usaha Smoothies Cava (Rp)

Q = Total penjualan dari usaha Smoothies Cava (Rp)

b. Keuntungan/Laba

Keuntungan usaha merupakan pengurangan pendapatan total dengan biaya total dari usaha. Secara matematis dapat ditulis sebagai berikut (Rahim dan Hastuti, 2007).

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan:

π = Keuntungan dari usaha Smoothies Cava (Rp)

TR = Total pendapatan dari usaha Smoothies Cava (Rp)

TC = Total biaya dari usaha Smoothies Cava (Rp)

c. BEP

Break Even point atau BEP adalah suatu analisis untuk menentukan dan mencari jumlah barang atau jasa yang harus dijual kepada konsumen pada harga tertentu untuk menutupi biaya-biaya yang timbul serta mendapatkan keuntungan / profit. Berikut rumus untuk menghitung BEP (Soekartawi, 2006).

$$1) \text{ BEP Produksi} = \frac{\text{Total biaya}}{\text{Harga jual}}$$

$$2) \text{ BEP Harga} = \frac{\text{Total biaya}}{\text{jumlah produksi}}$$

Kriteria BEP Produksi sebagai berikut:

- 1) Jika BEP Produksi < Jumlah Produksi, maka usaha berada pada posisi menguntungkan.
- 2) Jika BEP Produksi = Jumlah Produksi, maka usaha berada pada posisi titik impas atau tidak laba/tidak rugi.
- 3) Jika BEP Produksi > Jumlah Produksi maka usaha berada pada posisi yang tidak menguntungkan.

Sementara untuk BEP Harga dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika BEP Harga < Harga Jual, maka usaha berada pada posisi yang menguntungkan.
- 2) Jika BEP Harga = Harga Jual, maka usaha berada pada posisi titik impas atau tidak laba/tidak rugi.
- 3) Jika BEP Harga > Harga Jual, maka usaha berada pada posisi yang tidak menguntungkan.

d. Return On Investment (ROI)

Analisis Return On Investment (ROI) dalam analisa keuangan mempunyai arti yang sangat penting sebagai salah satu Teknik analisa keuangan yang bersifat menyeluruh/ komprehensif. Return On Investment (ROI) merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan didalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktivas yang tersedia didalam perusahaan (Syamsuddin, 2009).

$$\text{Return On Investment} = \frac{\text{Laba usaha}}{\text{MODal usaha}} \times 100\%$$

e. Revenue Cost Ratio (R/C)

Revenue/ Cost Ratio adalah merupakan perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya dengan rumusan sebagai berikut (Soekartawi, 2006).

$$\text{Revenue Cost Ratio (R/C)} = \frac{\text{Penedapatan}}{\text{Total biaya}}$$

Jika R/C Ratio > 1, maka usaha yang dijalankan mengalami keuntungan atau layak untuk dikembangkan. Jika R/C Ratio < 1, maka usaha tersebut mengalami kerugian atau tidak layak untuk dikembangkan. Selanjutnya jika R/C Ratio = 1, maka usaha berada pada titik impas.

G. Analisis SWOT

1. Pengertian

Menurut Shafira, N. P., & Muadzah, M. (2023), analisis SWOT diartikan sebagai metode untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis guna merumuskan strategi perusahaan. Wiswasta, I. G. N. A., Agung, I. G. A. A., & Tamba, I. M. (2018) dalam bukunya tentang analisis SWOT menjelaskan bahwa SWOT adalah metode perencanaan strategis dan pengembangan bisnis yang digunakan untuk menilai kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau spekulasi bisnis. Akronim SWOT terbentuk dari keempat faktor ini. Metode SWOT akan lebih efektif jika dibahas menggunakan tabel yang dibuat di kertas besar, sehingga hubungan antara setiap aspek dapat dianalisis dengan lebih baik. Dengan mengidentifikasi keempat aspek tersebut, perusahaan dapat mengenali kompetensi inti yang dimilikinya dalam pengambilan keputusan, perencanaan, dan pengembangan strategi (Phadermrod et al., 2019).

Analisis SWOT adalah teknik yang umum digunakan oleh organisasi, bisnis, dan lembaga pemerintah. Keberhasilan popularitas analisis SWOT dapat dilihat dari sifatnya yang relatif sederhana, membuatnya efektif dalam mengidentifikasi solusi terbaik untuk potensi masalah yang mungkin dihadapi oleh suatu entitas (Putri, Z. A., & Yunita, T., 2024). Analisis SWOT telah terbukti menjadi alat yang berharga dalam menghadapi tantangan persaingan global, baik di tingkat nasional maupun internasional. Selain itu, pendekatan ini juga dapat berfungsi sebagai alat bantu keputusan yang membantu dalam mengidentifikasi dan meningkatkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Novia et al., 2021).

Analisis SWOT digunakan dalam sebuah perusahaan atau usaha dengan tujuan untuk menentukan peluang, ancaman, kelemahan, dan kekuatan yang

berdampak pada kesuksesan perusahaan. Mengidentifikasi peluang dan risiko eksternal dari berbagai sumber termasuk pemasok, pelanggan, dan pesaing usaha (Nisak 2013). Berdasarkan penelitian David (2008), setiap perusahaan memiliki kelebihan dan kekurangan dalam setiap aspek bisnis, tidak ada perusahaan yang memiliki tingkat kekuatan atau kelemahan yang sama di semua bidang bisnis. Dengan menggunakan analisis SWOT, perusahaan harus memaksimalkan kekuatannya untuk mengatasi kelemahan serta memanfaatkan peluang yang ada guna mengurangi ancaman dari luar (Luntungan & Tawas, 2019).

Menurut Jogiyanto (2005) analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi kelebihan dan kekurangan suatu usaha, serta hambatan yang dihadapi. Berikut merupakan gambaran umum analisis swot:

1. *Strengths* (kekuatan) adalah sumber daya, kemampuan, atau keunggulan lain yang berhubungan dengan saingan usaha dan kebutuhan pasar yang ingin dipenuhi. Kompetensi khusus yang menawarkan keunggulan kompetitif bagi usaha di pasar.
2. *Weakness* (kelemahan) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam kapasitas, kompetensi dan sumber daya usaha yang pada dasarnya mengganggu atau menghambat suatu usaha. Pembatasan ini dapat berkaitan dengan fasilitas, sumber daya keuangan, atau kecakapan pemasaran.
3. *Opportunities* (peluang) adalah keadaan menguntungkan yang signifikan. Tren utama seperti kemajuan dalam teknologi dapat memberikan peluang bagi usaha, seperti hubungan yang berkembang antara pemilik usaha dan pemasok atau pelanggan.
4. *Threats* (ancaman) adalah keadaan merugikan yang signifikan yang ada di dalam suatu usaha. Ancaman merupakan gangguan serius terhadap keadaan usaha yang diinginkan atau yang sudah ada. Adanya peraturan pemerintah yang baru atau yang telah diubah dapat mengancam kelangsungan suatu usaha.

2. Perhitungan penentuan Pembobotan Skor SWOT

Menurut Maskupah, M. (2019) dijelaskan acuan bobot dan rating dalam menilai isian kuesioner sebagai berikut:

Tabel 2.3 Penentuan Bobot

Bobot	Keterangan
0,20	Sangat Kuat
0,15	Diatas rata-rata
0,10	Rata-rata
0,05	Dibawah rata-rata

Tabel 2.4 Penentuan Rating

Rating	Keterangan
4	<i>Major Strength</i>
3	<i>Minor Strength</i>
2	<i>Major Weakness</i>
1	<i>Minor Weakness</i>

Menurut Rahmadhani, K. W. (2023) tahapan-tahapan untuk menentukan nilai faktor internal dan eksternal suatu usaha adalah sebagai berikut:

- a Perhitungan Bobot SWOT dimulai dengan mengumpulkan hasil kuesioner, di mana untuk setiap faktor (baik internal maupun eksternal), kemudian menjumlahkan produk dari rating skala 1-4 dengan jumlah responden yang memberikan rating tersebut. Misalnya, jika faktor S-1 memiliki 5 responden dengan rating 3 dan 4 responden dengan rating 4, perhitungannya adalah $(5 \times 3) + (4 \times 4) = 31$.
- b Setelah itu, nilai bobot tiap faktor dihitung dengan membagi jumlah hasil kuesioner pada faktor tersebut dengan jumlah keseluruhan hasil kuesioner dari semua faktor. Nilai bobot akan berada dalam rentang 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Misalnya, jika jumlah keseluruhan hasil kuesioner untuk faktor kekuatan adalah 164 dan hasil kuesioner untuk faktor S-1 adalah 31, maka bobotnya adalah $31/164 = 0,189$.
- c Untuk menentukan Skor SWOT, langkah awalnya adalah menghitung rating. Rating dihitung dengan membagi jumlah hasil kuesioner pada langkah (a) dengan jumlah responden, yaitu 9. Misalnya, rating untuk faktor S-1 dengan hasil kuesioner 31 adalah $31/9 = 3,44$.
- d Selanjutnya, rating yang telah dihitung dikalikan dengan bobot yang telah dihitung pada langkah (b), dan hasilnya dijumlahkan untuk masing-masing faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.
- e Langkah terakhir adalah menentukan sumbu x dan sumbu y pada analisis SWOT. Sumbu x diperoleh dari hasil pengurangan jumlah skor faktor kekuatan dengan jumlah skor faktor kelemahan. Sumbu y diperoleh dari hasil pengurangan jumlah skor faktor peluang dengan jumlah skor faktor ancaman.

3. Matrik IFAS dan EFAS

Menurut Fahli, M. A. (2024) matriks IFAS dan EFAS merupakan komponen dari analisis SWOT yang berfungsi untuk membandingkan elemen internal dan eksternal suatu perusahaan. Matriks IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*) sendiri digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor internal seperti kekuatan dan kelemahan perusahaan. Sementara itu, Matriks EFAS (*External*

Strategic Factor Analysis Summary) digunakan untuk mengevaluasi faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman. Kedua matriks ini membantu perusahaan dalam menyusun strategi yang lebih komprehensif dengan mempertimbangkan berbagai faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja dan daya saing.

Matriks IFAS dengan kata lain dipahami sebagai alat analisis yang digunakan untuk menilai kondisi internal sebuah perusahaan. Melalui matriks ini, perusahaan dapat mengidentifikasi dan menentukan berbagai faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan. Dengan pemahaman ini, perusahaan dapat merencanakan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kinerja dan daya saing. Disisi lain, matriks EFAS merupakan sebuah alat analisis yang digunakan untuk mengevaluasi kondisi eksternal sebuah perusahaan. Dengan menggunakan matriks ini, perusahaan dapat mengidentifikasi dan menilai berbagai faktor yang menjadi peluang dan ancaman bagi perusahaan. Informasi ini membantu perusahaan dalam merumuskan strategi yang tepat untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman yang ada di lingkungan eksternal (Maula, N., 2024).

Data analisis SWOT didapatkan dengan menganalisis faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal berupa peluang. Berikut merupakan faktor strategi yang digunakan dalam usaha Smoothies Cava:

a. Faktor Internal

1) *Strength* (Kekuatan)

- a) Usaha ini memiliki jaringan distribusi yang luas dengan menjalin kemitraan bersama toko-toko kecil
- b) Kualitas produk yang ditawarkan sangat baik karena bahan yang digunakan sangat terjamin kandungan gizi dan kebersihannya
- c) Smoothies Cava selalu mengadakan riset pasar dan uji coba sehingga menghasilkan cita rasa produk yang disukai konsumen.

2) *Weakness* (Kelemahan)

- a) Belum memiliki investor atau mitra strategis untuk memperoleh modal usaha
- b) Belum memiliki tempat usaha (dine-in) yang baik untuk proses produksi dan penjualan produk
- c) Keterbatasan bahan produk yang musiman

b. Faktor Eksternal

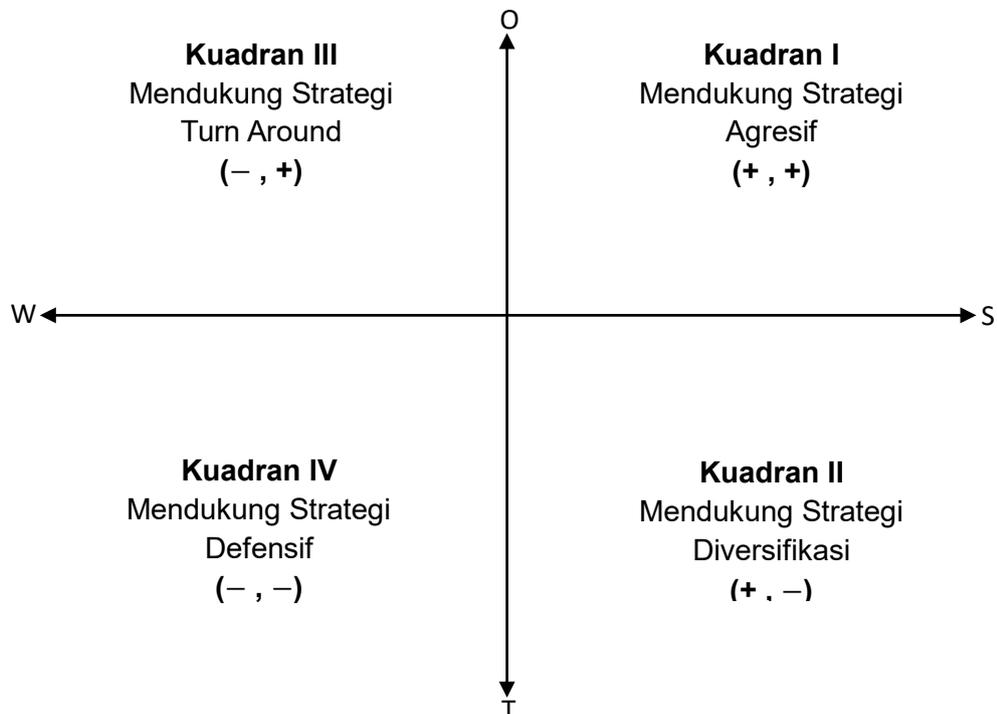
1) *Opportunity* (Peluang)

- a) Adanya inovasi pengembangan produk
- b) Prospek minuman kesehatan yang sedang digemari masyarakat

- c) Peranan media sosial seperti instagram, facebook dan tiktok dalam meningkatkan penjualan produk
- 2) *Threats* (Ancaman)
 - a) Perubahan selera konsumen
 - b) Muncul banyaknya pesaing usaha dengan produk yang sejenis
 - c) Ketidakstabilan ekonomi mempengaruhi harga bahan baku yang akan berdampak pada harga jual produk

Tabel 2.5 Matriks Analisis SWOT

IFAS	Strength/Kekuatan (S) Faktor kekuatan internal	Weakness/Kelemahan (W) Faktor kelemahan eksternal
EFAS		
Opporturnity/Peluang (O) Faktor peluang eksternal	Strategi SO Mengembangkan strategi dengan memanfaatkan kekuatan untuk mengambil peluang	Strategi WO Mengembangkan strategi dengan memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan
Threats/Ancaman (T) Faktor ancaman internal	Strategi ST Mengembangkan strategi dengan memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Mengembangkan strategi dalam mengurangi kelemahan dan ancaman



Gambar 1. Posisi Matriks SWOT

H. Respon Pembeli

Respon adalah reaksi yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap rangsangan, baik yang berasal dari faktor internal maupun faktor eksternal (Pramita, O. C., & Waluyo, M., 2021). Respon juga diartikan sebagai hasil dari aktivitas individu sebagai reaksi terhadap suatu stimulus. Stimulus dapat berupa bentuk fisik, visual, atau komunikasi verbal yang mampu mempengaruhi tanggapan seseorang. Respon memiliki peran penting dalam pembentukan perilaku, dimana tanggapan terhadap merek sering kali menentukan apakah konsumen akan melakukan pembelian atau tidak (Albab, 2018). Respon positif terhadap suatu merek cenderung mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut, sementara respon negatif dapat menghalangi mereka dari melakukan pembelian. Respon pembeli biasanya disampaikan melalui berbagai media seperti ulasan online menggunakan gform, feedback langsung, email, atau media sosial. Respon pembeli sangat penting bagi penjual atau perusahaan karena dapat memberikan wawasan tentang kepuasan dan kesukaan pelanggan.

Metode pengumpulan data yang digunakan selama penelitian yaitu kuisisioner. Kuisisioner yang disebarakan kepada pembeli produk dengan tujuan untuk melihat aspek produk dan respon pembeli terkait produk smoothies cava. Pada penelitian ini detail pertanyaan yang ingin diperoleh jawabannya dibagi menjadi aspek kepuasan meliputi produk, harga, kemasan, dan label serta aspek kesukaan meliputi warna, rasa, aroma, dan tekstur. Kedua aspek tersebut sama-sama diukur menggunakan skala likert yang dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 2.6 Skala Likert Kuisisioner Aspek Kepuasan

Skala Likert	Keterangan
4	Sangat Baik
3	Baik
2	Cukup
1	Kurang

Tabel 2.7 Skala Likert Kuisisioner Aspek Kesukaan

Skala Likert	Keterangan
4	Sangat Suka
3	Suka
2	Tidak Suka
1	Sangat Tidak Suka

Penggunaan skala Likert dengan empat pilihan ini bertujuan untuk menghindari jawaban netral dari responden, sehingga respons lebih terfokus pada tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan terhadap pertanyaan yang diajukan.