

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Bisnis



Gambar 4.1 Logo Ke.Susu
Sumber: Data Peneliti (2022)

Ke.susu adalah bisnis susu murni yang dirintis dan dikembangkan oleh pemilik. Bisnis Ke.susu telah berjalan sejak Agustus 2020 dan berlokasi di Kabupaten Cirebon, Jawa Barat. Ke.susu menawarkan produk susu murni yang diambil langsung dari petani dan diolah tanpa bahan aditif. Ke.susu mengambil susu mentah dari KSU Karya Nugraha Jaya yang berlokasi di Kabupaten Kuningan, di mana para petani mengumpulkan hasil perahan yang kemudian didinginkan pada suhu 1-2 derajat menggunakan *master cooling unit* sebelum didistribusi sehingga tidak cepat basi, lalu susu yang sudah didinginkan akan dibawa ketempat pengolahan Ke.susu, diolah dengan proses masak pasteurisasi sehingga dapat menghasilkan produk susu murni Ke.susu yang siap dijual.

Ke.susu menjual berbagai varian rasa susu murni seperti varian original, vanilla, coklat, melon, jeruk, stroberi, mocca, dan leci. Selain produk susu, Ke.susu juga menjual produk *yogurt* dalam berbagai varian rasa yang diolah secara alami. Tujuan bisnis Ke.susu yaitu menghadirkan inovasi bagi masyarakat agar dapat mengonsumsi produk susu murni yang menyehatkan dengan rasa yang enak. Kesusu memiliki potensi pasar yang besar karena meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan dengan mengonsumsi susu murni serta tingginya minat masyarakat terhadap produk minuman kekinian yang enak dan bergizi. Berikut adalah menu yang ditawarkan oleh Ke.susu:

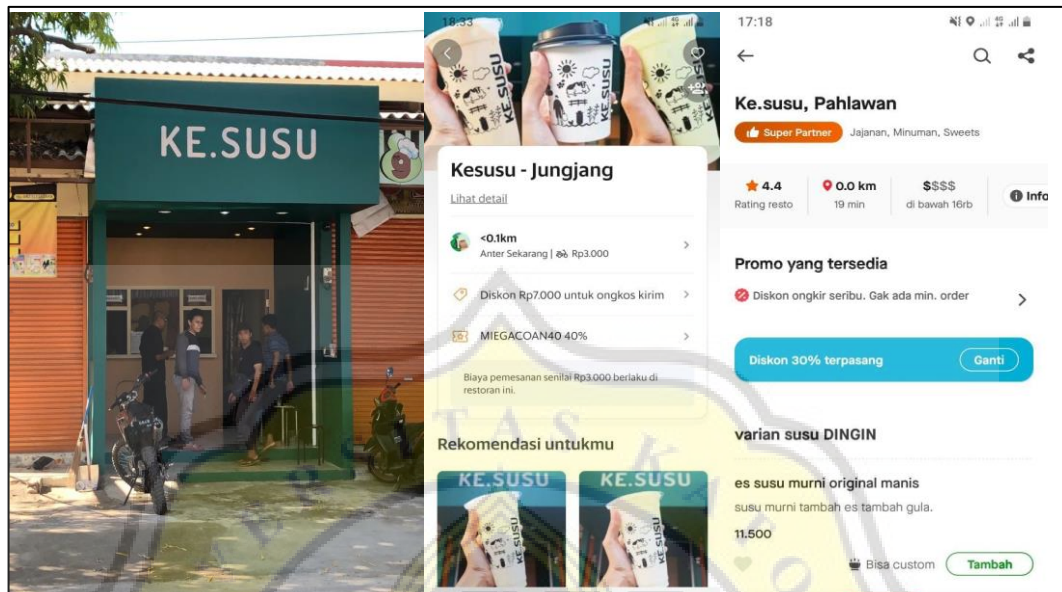
The image shows a menu for 'KE.SUSU' with the following items and prices:

kemana? KE.SUSU	
VARIAN SUSU	
• Original Manis	9
• Vanilla	10
• Melon	10
• Strawberry	10
• Jeruk	10
• Mocca	10
• Leci	10
• Mangga	10
• Anggur	10
VARIAN MIX	
• Matcha	12 10
• TiraMitsu	12 10
• Red Velvet	12 10
• Taro	12 10
• Ovaltine	12 10
• Coklat	12 10
VARIAN YAKULT	
• Leci Yakult	12 10
• Mangga Yakult	12 10
• Anggur Yakult	12 10
VARIAN YOGHURT	
• Original	12
• Melon	12
• Strawberry	12
• Jeruk	12
• Leci	12
• Mangga	12
• Anggur	12
TOPPING	
• Boba	+2
• Jelly	+2
• Oreo Crumb	+2
• Popping Boba	+3

Gambar 4.2 Menu Ke.susu
Sumber: Data Peneliti (2022)

Ke.susu memiliki gerai *offline* yang beralamat di Jalan Pahlawan Jungjang (samping kiri BRI) Arjawinangun, Cirebon, Jawa Barat, Indonesia, 45162. Jam operasional Ke.susu adalah pukul 10.00 hingga 22.00 WIB setiap hari Senin hingga Minggu. Konsumen bisa langsung memesan di gerai maupun melakukan pesanan *online* via layanan Go-Food atau Grab-Food pada aplikasi Gojek dan Grab. Berikut

adalah gerai Ke.susu beserta layanan *online* yang dapat digunakan konsumen:



Gambar 4.3 Gerai *Offline* dan Layanan *Online* Ke.susu
Sumber: Data Peneliti (2022)

4.2 Karakteristik Responden

Kuesioner pada penelitian diisi oleh 70 responden. Sebanyak 6 orang responden tidak pernah membeli produk Ke.susu dan 14 orang membeli susu murni kurang dari satu kali dalam satu minggu sehingga 20 responden tersebut tidak dapat melanjutkan pengisian kuesioner. Dari 70 responden, 50 orang di antaranya memenuhi kriteria sampel. Berikut adalah karakteristik dari 50 responden yang menjadi sampel penelitian ini:

Tabel 4.1 Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
17-25tahun	37	74%
25-35tahun	7	14%
35-45tahun	6	12%
Total	50	100%

Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Berdasarkan di atas didapatkan 74% responden berusia 17-25 tahun, 14% responden berusia 25-35 tahun, dan 12% responden berusia 35-45 tahun. Kelompok usia yang paling mendominasi pengisian kuesioner ini adalah kelompok usia 17 hingga 25 tahun.

Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	29	58%
Wanita	21	42%
Total	50	100%

Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Berdasarkan di atas didapatkan 58% responden yang mengisi kuesioner adalah pria dan 42% responden lainnya adalah wanita. Dengan demikian diketahui bahwa kombinasi responden penelitian berdasarkan jenis kelamin cukup seimbang.

Tabel 4.3 Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Siswa/Mahasiswa	24	48%
Pengusaha	20	40%
PNS	2	4%
Tenaga pendidik	1	2%
Karyawan swasta	1	2%
<i>Freelancer</i>	1	2%
Ibu rumah tangga	1	2%
Total	50	100%

Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Berdasarkan di atas didapatkan 48% responden yang mengisi kuesioner adalah siswa atau mahasiswa, 40% responden adalah pengusaha, dan 12% responden memiliki pekerjaan lain yaitu 2 responden merupakan PNS, 1 responden tenaga pendidik, 1 responden karyawan swasta, 1 responden *freelancer*, dan 1 responden ibu rumah tangga. Kelompok pekerjaan yang paling mendominasi pengisian kuesioner ini adalah kelompok siswa atau mahasiswa dan pengusaha.

Tabel 4.4 Penghasilan Responden

Penghasilan/bulan	Jumlah	Persentase
<Rp 5.000.000	29	58%
Rp 5.000.000-Rp 10.000.000	12	24%
>Rp 10.000.000	9	18%
Total	50	100%

Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Berdasarkan di atas didapatkan 58% responden memiliki penghasilan per bulan kurang dari Rp 5.000.000, 24% responden memiliki penghasilan perbulan sebesar Rp 5.000.000 hingga Rp 10.000.000, dan 18% responden memiliki penghasilan per bulan lebih dari Rp 10.000.000.

4.3 Analisis Data

4.3.1 Aspek Produksi

Aspek produksi meliputi lokasi produksi, proses produksi, kapasitas produksi, fasilitas produksi, dan bahan baku yang diperlukan untuk produksi susu murni Ke.susu.

a. Lokasi Produksi

Lokasi produksi Ke.susu terletak di Jalan Pahlawan Jungjang Arjawinangun, Cirebon, Jawa Barat, Indonesia. Tempat ini terbagi menjadi dua bagian yaitu lokasi produksi untuk produksi susu murni dan lokasi penjualan yang dapat dikunjungi konsumen untuk membeli produk jadi yang sudah siap dijual. Lokasi produksi terletak di bagian belakang dan berfungsi untuk proses pasteurisasi dan pengolahan.

b. Proses Produksi

Proses produksi dimulai dari penyimpanan susu matang yang dikirim oleh pemasok. Kegiatan produksi membutuhkan dua orang tenaga kerja. Berikut adalah proses produksi susu murni yang dilakukan:

1. Menerima bahan susu matang dari pemasok.
2. Susu dari pemasok kemudian dimasak dengan cara pasteurisasi sederhana menggunakan alat masak, dipanaskan selama 5-10 menit hingga muncul gelembung-gelembung kecil di permukaan.
3. Mendinginkan susu yang sudah dipasteurisasi pada suhu ruangan sekitar 23-26°C sekitar 30 menit.
4. Memberi perasa pada susu murni yang sudah dingin.
5. Menyimpan susu di dalam lemari pendingin.
6. Mengemas atau menyajikan susu kepada konsumen.

Selain susu murni, Ke.susu juga menyediakan produk *yogurt* aneka rasa dan minuman yakult. Proses produksi *yogurt* dan minuman yakult lebih sederhana karena Ke.susu membeli bahan *yogurt* dan yakult yang sudah jadi, sehingga tidak perlu dimasak maupun difermentasi. Bahan *yogurt* dan yakult akan diracik sesuai varian rasa yang dipesan konsumen.

c. Kapasitas Produksi

Kapasitas produksi susu murni Ke.susu adalah sekitar 100 gelas susu dalam satu hari. Kapasitas ini adalah kapasitas keseluruhan untuk satu kali proses pasteurisasi dengan kapasitas 20 liter. Pada praktiknya, Ke.susu hanya menggunakan sekitar 75% dari kapasitas maksimal untuk menjaga kesegaran

produk setiap harinya. Ke.susu juga dapat meningkatkan kapasitas sebesar 50-100% dengan melakukan dua kali proses produksi pada *event-event* tertentu.

d. Fasilitas Produksi

Fasilitas yang diperlukan untuk proses produksi adalah tempat produksi, peralatan untuk mengolah susu seperti panci dan peralatan dapur lainnya, wadah penyimpanan susu, kulkas bahan, mesin *cup sealer*, serta kulkas untuk produk jadi.

Berikut adalah daftar fasilitas produksi yang sudah dimiliki Ke.susu:

Tabel 4.5 Fasilitas Produksi Ke.susu

No	Fasilitas	Harga	Jumlah	Total Biaya
1	Kompor	Rp 600.000	1	Rp 600.000
2	Set alat masak	Rp 500.000	1	Rp 500.000
3	Rak dapur	Rp 250.000	1	Rp 250.000
4	Lemari pendingin	Rp 2.000.000	2	Rp 4.000.000
5	Dispenser	Rp 300.000	1	Rp 300.000
6	Botol + <i>pump</i>	Rp 30.000	10	Rp 300.000
7	Toples bahan	Rp 25.000	5	Rp 125.000
8	<i>Cup sealer</i>	Rp 800.000	1	Rp 800.000
9	Blender	Rp 400.000	2	Rp 800.000
10	<i>Ice box</i> produk	Rp 400.000	1	Rp 400.000
Total				Rp 8.075.000

Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa total aset tetap berupa peralatan yang dimiliki oleh Ke.susu adalah senilai Rp 8.075.000. Hingga saat ini belum ada kebutuhan penambahan fasilitas karena permintaan yang masih dapat dipenuhi dengan fasilitas yang ada. Peralatan-peralatan tersebut diasumsikan memiliki umur ekonomis 5 tahun dan tidak memiliki nilai residu sehingga beban depresiasi peralatan sebesar 20% setiap tahun, yaitu senilai Rp 1.615.000 per tahun.

e. Bahan Baku

Ke.susu mengambil susu mentah dari KSU Karya Nugraha Jaya yang berlokasi di Kabupaten Kuningan, di mana para petani mengumpulkan hasil perahan yang kemudian didinginkan pada suhu 1-2 derajat menggunakan *master cooling unit* sebelum didistribusi sehingga tidak cepat basi, lalu susu yang sudah didinginkan akan dibawa ketempat pengolahan Ke.susu. Selain susu matang, bahan baku yang dibutuhkan Ke.susu adalah ekstrak alami untuk memberi rasa pada susu.

4.3.2 Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran meliputi *segmenting, targeting, positioning*, dan **bauran pemasaran 4P** yang diterapkan oleh bisnis susu murni Ke.susu.

a. *Segmenting*

Tabel 4.6 Jawaban Responden pada Aspek *Segmenting*

No	Aspek	Pernyataan Kuesioner	Mean	Kategori
1	Geografis	Ke.susu memasarkan produk pada wilayah yang tepat	4,22	Sangat Tinggi
2	Demografis	Ke.susu memiliki target segmen pasar yang tepat	4,24	Sangat Tinggi
3	Psikografis	Ke.susu dapat memenuhi kebutuhan gaya hidup konsumen	4,28	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Keterangan: Interval kategori = $(n.max - n.min) / \text{jumlah interval} = 4/5 = 0,8$

1,00 – 1,80 = Sangat Rendah

1,81 – 2,60 = Rendah

2,61 – 3,40 = Sedang

3,41 – 4,20 = Tinggi

4,21 – 5,00 = Sangat Tinggi

1. Geografis

Ke.susu berfokus kepada konsumen perkotaan yang mencari dan membutuhkan produk susu murni yang lezat, *modern*, dan bergizi. Segmen pasar Ke.susu adalah konsumen di Kota Cirebon, Jawa Barat. Berdasarkan data kuesioner, responden memberikan jawaban dengan kategori sangat tinggi pada aspek geografis yang artinya segmen pasar Ke.susu secara geografis sudah tepat menurut responden. Menurut peneliti, segmen pasar di Kota Cirebon sudah tepat karena susu murni merupakan produk segar yang harus disajikan dengan cepat sehingga segmen pasar pada kota yang sama adalah segmen yang paling sesuai.

2. Demografis

Pada faktor demografis, segmentasi pasar Ke.susu ditentukan melalui empat aspek yaitu usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan tingkat pendapatan. Berdasarkan usia, konsumen Ke.susu adalah konsumen berusia 15 hingga 45 tahun. Ke.susu tidak membatasi segmen pasar berdasarkan jenis kelamin karena produk susu murni dapat dinikmati oleh laki-laki maupun perempuan. Berdasarkan pekerjaan, konsumen Ke.susu mayoritas adalah pelajar, mahasiswa, karyawan, wiraswasta, dan ibu rumah tangga. Berdasarkan tingkat pendapatan, Ke.susu menetapkan segmentasi untuk konsumen pada tingkat pendapatan menengah. Berdasarkan data kuesioner, responden memberikan jawaban dengan kategori sangat tinggi pada aspek demografis yang artinya segmen pasar Ke.susu secara demografis sudah tepat menurut responden. Menurut peneliti, segmen pasar yang dimiliki

Ke.susu yaitu konsumen berusia 15-45 tahun pada tingkat perekonomian menengah dan berprofesi sebagai pelajar, karyawan, wiraswasta serta ibu rumah tangga sudah tepat karena konsep produk Ke.susu adalah susu murni yang kekinian, sehat, dan terjangkau harganya sehingga secara demografis segmen ini sudah sesuai.

3. Psikografis

Ke.susu menyediakan produk susu murni bagi konsumen yang menyukai minuman segar yang menyehatkan, baik sekedar untuk dinikmati maupun untuk menjaga kesehatan. Berdasarkan data kuesioner, responden memberikan jawaban dengan kategori sangat tinggi pada pernyataan “Ke.susu dapat memenuhi kebutuhan gaya hidup konsumen” yang artinya segmen pasar Ke.susu secara psikografis sudah tepat menurut responden. Menurut peneliti, Ke.susu dapat memenuhi kebutuhan gaya hidup konsumen yang mencari produk susu murni segar yang enak, kekinian, dan murah sehingga segmen pasar yang dimiliki Ke.susu secara psikografis sudah sesuai.

b. Targeting

Tabel 4.7 Jawaban Responden pada Aspek Targeting

No	Aspek	Pernyataan Kuesioner	Mean	Kategori
1	Potensi pertumbuhan segmen	Produk susu murni semakin banyak diminati	4,30	Sangat Tinggi
2	Karakteristik segmen	Ke.susu disukai oleh pasar	4,12	Tinggi
3	Kesesuaian produk dan pasar	Produk Ke.susu sudah sesuai dengan permintaan konsumen	4,28	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Keterangan: Interval kategori = $(n.max - n.min) / \text{jumlah interval} = 4/5 = 0,8$

1,00 – 1,80 = Sangat Rendah

1,81 – 2,60 = Rendah

2,61 – 3,40 = Sedang

3,41 – 4,20 = Tinggi

4,21 – 5,00 = Sangat Tinggi

Target pasar Ke.susu adalah konsumen berusia 15 hingga 45 tahun, baik laki-laki maupun perempuan, tinggal di Kota Cirebon, berprofesi sebagai pelajar, mahasiswa, karyawan, wiraswasta, maupun ibu rumah tangga, serta memiliki penghasilan pada kelas menengah. Ke.susu menargetkan konsumen yang menyukai minuman susu segar dengan rasa yang lezat dan gizi yang baik. Responden memberikan jawaban dengan kategori sangat tinggi pada aspek potensi pertumbuhan pasar dan kesesuaian produk serta kategori tinggi pada aspek karakteristik segmen yang artinya target pasar Ke.susu memiliki potensi yang tinggi karena semakin banyak permintaan susu murni, Ke.susu disukai oleh target pasar, dan Ke.susu sudah sesuai dengan permintaan target pasar yang dituju. Menurut peneliti, target pasar Ke.susu berpotensi untuk terus berkembang karena susu murni menjadi *trend* yang sehat dan semakin digemari konsumen. Ke.susu menawarkan produk yang berkualitas dan terjangkau sebagaimana diinginkan target pasar. Dengan demikian maka target pasar yang dimiliki Ke.susu sudah sesuai.

c. *Positioning*

Tabel 4.8 Jawaban Responden pada Aspek *Positioning*

No	Aspek	Pernyataan Kuesioner	Mean	Kategori
1	Posisi menurut desain	Produk Ke.susu memiliki desain yang menarik	4,52	Sangat Tinggi
2	Posisi menurut manfaat	Produk Ke.susu sesuai dengan kebutuhan konsumen	4,34	Sangat Tinggi
3	Posisi menurut pesaing	Produk Ke.susu memiliki keunggulan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis	4,42	Sangat Tinggi
4	Posisi menurut harga	Harga produk Ke.susu sudah sesuai dengan kualitas yang ditawarkan	4,48	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Positioning dilakukan dengan memosisikan produk agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan target pasar serta menyampaikan keunggulan dan daya saing produk kepada target pasar yang dituju. Berdasarkan data kuesioner, responden memberikan jawaban dengan kategori sangat tinggi pada semua aspek *positioning* yang artinya menurut responden Ke.susu sudah memiliki posisi yang baik terkait desain produk, manfaat produk, daya saing, dan harga produk.

Salah satu cara yang dapat digunakan untuk menentukan posisi bisnis yang tepat adalah dengan mengidentifikasi keunggulan yang dimiliki bisnis pesaing. Pesaing Ke.susu di Cirebon adalah susu murni MooCow Fresh Milk yang berlokasi di Jalan Garuda nomor 3 Arya Kemuning, Kota Cirebon. MooCow Fresh Milk merupakan bisnis susu murni yang menjual berbagai macam varian rasa susu murni di Cirebon. Hingga saat ini MooCow Fresh Milk telah memiliki dua outlet *offline* dan empat *food truck* di area Cirebon. Berikut adalah perbandingan keunggulan antara Ke.susu dan MooCow Fresh Milk:

Tabel 4.9 Keunggulan Ke.susu dan MooCow Fresh Milk

No	Ke.susu	MooCow Fresh Milk
1	Harga lebih terjangkau	Memiliki lebih banyak <i>outlet</i>
2	Memiliki varian susu hangat	Memiliki <i>food truck</i>
3	Memiliki varian <i>topping</i>	Memiliki varian menu lebih banyak

Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Dari segi harga, produk Ke.susu lebih terjangkau dibandingkan pesaing MooCow Fresh Milk. Ke.susu juga menawarkan varian susu hangat dengan kemasan menarik yang mudah dibawa serta berbagai pilihan *topping* yang dapat ditambahkan ke minuman susu murni. MooCow Fresh Milk unggul pada varian menu yang lebih beragam, outlet yang lebih banyak, serta *food truck* yang lebih mudah ditemukan konsumen. Pada aspek *positioning*, Ke.susu telah memiliki posisi

yang unggul bagi konsumen yang menginginkan harga lebih terjangkau, produk susu hangat yang mudah dibawa, dan konsumen yang menginginkan *topping* untuk menambah kelezatan susu murni.

d. Bauran Pemasaran 4P

1. *Product* (Produk)

Produk yang dijual Ke.susu adalah susu murni baik dingin maupun hangat serta *yogurt* dengan berbagai macam varian rasa. Terdapat 14 varian rasa untuk produk susu murni, yaitu original manis, vanilla, melon, strawberry, mocha, leci, mangga, anggur, matcha, tiramisu, red velvet, taro, ovaltine, dan coklat. Terdapat 6 varian rasa untuk produk *yogurt*, yaitu original, melon, strawberry, leci, mangga, dan anggur, sedangkan varian rasa untuk susu yakult adalah susu yakult anggur, susu yakult mangga, dan susu yakult leci. Ke.susu menyediakan varian *topping* antara lain boba, *brown sugar jelly*, *oreo crumb*, dan *popping* boba.

Tabel 4.10 Jawaban Responden pada Aspek *Product*

No	Pernyataan Kuesioner	Mean	Kategori
1	Produk Ke.susu menggunakan bahan baku yang segar dan berkualitas	4,64	Sangat Tinggi
2	Produk Ke.susu memiliki kualitas yang memuaskan	4,68	Sangat Tinggi
3	Ke.susu memiliki varian rasa produk yang lengkap	4,18	Tinggi
4	Produk Ke.susu dikemas dengan baik dan menarik	4,60	Sangat Tinggi
5	Saya memilih produk Ke.susu dibandingkan produk susu murni lain	4,28	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Berdasarkan data kuesioner, responden memberikan jawaban dengan kategori sangat tinggi pada pernyataan terkait bahan baku, kualitas produk, dan kemasan produk. Aspek dengan kategori respon terendah adalah pada kelengkapan varian produk dengan skor rata-rata 4,18 yang masih termasuk kategori tinggi. Dapat dikatakan bahwa aspek produk Ke.susu telah mendapatkan respon yang

sangat memuaskan dari responden. Pengembangan yang dapat dilakukan pada aspek produk adalah menambah varian baru. Menurut peneliti, varian yang dapat diperbanyak adalah varian rasa minuman susu yakult karena hingga saat ini hanya tersedia tiga varian rasa yaitu anggur, mangga, dan leci. Ke.susu menjual sekitar 70 gelas produk setiap harinya. Dengan penambahan varian dan pengembangan pemasaran, target produksi ditingkatkan sebesar 40% menjadi 100 gelas per hari.

2. Price (Harga)

Harga *offline* terbaru untuk produk minuman Ke.susu berkisar antara Rp 9.000 hingga Rp 12.000, sedangkan harga untuk tambahan *topping* adalah Rp 2.000 hingga Rp 3.000 per porsi. Harga masing-masing produk adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7 Daftar Harga Produk Ke.susu

No	Nama Produk	Harga
1	Susu murni original manis	Rp 9.000
2	Susu murni vanilla	Rp 10.000
3	Susu murni melon	Rp 10.000
4	Susu murni strawberry	Rp 10.000
5	Susu murni mocha	Rp 10.000
6	Susu murni leci	Rp 10.000
7	Susu murni mangga	Rp 10.000
8	Susu murni anggur	Rp 10.000
9	Susu murni matcha	Rp 12.000
10	Susu murni tiramisu	Rp 12.000
11	Susu murni red velvet	Rp 12.000
12	Susu murni taro	Rp 12.000
13	Susu murni ovaltine	Rp 10.000
14	Susu murni coklat	Rp 12.000
15	Yogurt original	Rp 12.000
16	Yogurt melon	Rp 12.000
17	Yogurt strawberry	Rp 12.000
18	Yogurt leci	Rp 12.000
19	Yogurt mangga	Rp 12.000
20	Yogurt anggur	Rp 12.000
21	Leci yakult	Rp 10.000
22	Mangga yakult	Rp 10.000
23	Anggur yakult	Rp 10.000

24	<i>Topping boba</i>	Rp 2.000
25	<i>Topping brown sugar jelly</i>	Rp 2.000
26	<i>Topping oreo crumb</i>	Rp 2.000
27	<i>Topping popping boba</i>	Rp 3.000

Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Berikut adalah data rekap jawaban responden terkait aspek harga untuk produk Ke.susu:

Tabel 4.11 Jawaban Responden pada Aspek *Price*

No	Pernyataan Kuesioner	Mean	Kategori
1	Harga produk Ke.susu terjangkau	4,52	Sangat Tinggi
2	Harga produk Ke.susu sesuai dengan kualitas produk	4,58	Sangat Tinggi
3	Harga produk Ke.susu dapat bersaing di pasaran	4,44	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Berdasarkan data kuesioner, responden memberikan jawaban dengan kategori sangat tinggi pada setiap pernyataan terkait harga produk Ke.susu sehingga harga yang ditawarkan saat ini sudah sesuai dan tidak diperlukan penurunan maupun peningkatan harga.

3. *Place* (Tempat)

Berikut adalah jawaban responden terkait aspek *Place*:

Tabel 4.12 Jawaban Responden pada Aspek *Place*

No	Pernyataan Kuesioner	Mean	Kategori
1	Produk Ke.susu mudah didapatkan	4,08	Tinggi
2	Ke.susu memiliki lokasi penjualan yang strategis	4,22	Sangat Tinggi
3	Lokasi outlet Ke.susu mudah dijangkau	4,16	Tinggi

Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Berdasarkan data kuesioner, responden memberikan jawaban dengan kategori sangat tinggi pada pernyataan terkait lokasi yang strategis dan jawaban

dengan kategori tinggi pada pernyataan terkait kemudahan mendapatkan produk dan keterjangkauan lokasi *outlet*. Ke.susu memiliki gerai *offline* yang beralamat di Jalan Pahlawan Jungjang (samping kiri BRI) Arjawinangun, Cirebon, Jawa Barat, Indonesia, 45162. Ke.susu juga menjual produk secara *online* melalui aplikasi Gojek dan Grab. Untuk pengembangan terkait *Place* dalam waktu dekat, Ke.susu perlu meningkatkan kemudahan konsumen dalam mendapatkan produk Ke.susu dengan cara mengoptimalkan penjualan melalui aplikasi *online* sehingga konsumen tidak perlu membeli secara langsung di *outlet*. Strategi yang dapat dilakukan adalah mengaktifkan promosi ongkos kirim pada *platform* Grab Food dan Go-Food.

4. *Promotion* (Promosi)

Ke.susu melakukan kegiatan promosi melalui media *online* seperti Instagram dan aplikasi ojek *online*. Berikut adalah jawaban responden terkait aspek *Promotion*:

Tabel 4.13 Jawaban Responden pada Aspek *Promotion*

No	Pernyataan Kuesioner	Mean	Kategori
1	Ke.susu mengadakan promosi yang menarik	3,98	Tinggi
2	Media promosi yang digunakan oleh Ke.susu sudah efektif	3,86	Tinggi
3	Ke.susu memiliki konten iklan yang menarik	3,82	Tinggi

Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Berdasarkan data kuesioner, responden memberikan jawaban dengan kategori tinggi pada setiap pernyataan terkait promosi Ke.susu. Meskipun demikian, aspek promosi mendapatkan nilai rata-rata jawaban yang paling rendah dibandingkan aspek 4P lainnya. Hal ini dapat terjadi karena Ke.susu mulai lebih jarang mengunggah konten promosi di media sosial dan tidak mengikuti program

promosi yang disediakan di aplikasi Gojek maupun Grab. Strategi yang dapat dilakukan adalah mengaktifkan kembali aktivitas promosi di media sosial Instagram serta mengikuti program promosi seperti potongan harga dan *cashback* yang disediakan aplikasi ojek *online*. Melalui media *online* Instagram, Ke.susu dapat memberikan berbagai informasi mengenai potongan harga, paket hemat, dan kode promo yang dapat digunakan konsumen saat membeli produk Ke.susu. Konten yang menarik juga dapat dijadikan media promosi untuk meningkatkan *engagement* dengan konsumen, seperti konten edukatif seputar susu murni, kuis, *meme*, dan lain sebagainya.

4.3.3 Aspek Operasional

a. Lokasi Usaha

Lokasi Ke.susu adalah di Jalan Pahlawan Jungjang (samping kiri BRI) Arjawinangun, Cirebon, Jawa Barat, Indonesia, 45162. Lokasi Ke.susu cukup strategis karena berada di salah satu pusat keramaian kota Cirebon. Outlet Ke.susu mudah ditemukan dan terlihat dari jalan karena memiliki papan nama yang besar di depan *outlet*.

b. Jam Operasional

Jam operasional Ke.susu adalah pukul 10.00 hingga 22.00 WIB setiap hari Senin hingga Minggu. Jam operasional ini berlaku untuk penjualan *offline* maupun *online* pada aplikasi Gojek dan Grab.

c. Penjualan *Online*

Penjualan *online* Ke.susu dilakukan melalui aplikasi Grab dan Gojek yaitu pada program Grab Food dan Go Food. Penjualan *online* sangat membantu pendapatan harian bisnis Ke.susu karena dapat menjangkau konsumen dengan lebih luas dan mempermudah konsumen untuk memesan produk Ke.susu. Penjualan *online* pada umumnya menyumbang sekitar 30% pendapatan Ke.susu.

d. Fasilitas

Fasilitas yang dimiliki Ke.susu terbagi menjadi fasilitas produksi dan fasilitas untuk menjual produk. Fasilitas yang diperlukan untuk proses produksi adalah tempat produksi, alat masak, peralatan pengolahan, wadah penyimpanan susu, kulkas bahan, mesin *cup sealer*, serta kulkas untuk produk jadi. Fasilitas lain yang dimiliki Ke.susu adalah kamera CCTV, tablet android, printer struk, etalase penjualan, meja dan kursi untuk pengunjung, dan ice box untuk menyimpan produk yang sudah dikemas. Ke.susu juga menyediakan fasilitas tempat parkir bagi pengunjung yang datang ke *outlet*. Berikut adalah daftar fasilitas nonproduksi yang dimiliki Ke.susu:

Tabel 4.14 Fasilitas Non-Produksi Ke.susu

No	Fasilitas	Harga	Jumlah	Total Biaya
1	Etalase penjualan	Rp 5.000.000	1	Rp 5.000.000
2	Tablet Android	Rp 2.000.000	1	Rp 2.000.000
3	Printer Struk	Rp 350.000	1	Rp 350.000
4	Meja	Rp 300.000	2	Rp 600.000
5	Kursi	Rp 90.000	5	Rp 450.000
6	Kamera CCTV	Rp 375.000	1	Rp 375.000
Total				Rp 8.775.000

Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Berdasarkan Tabel 4.17 di atas diketahui bahwa fasilitas untuk kegiatan Ke.susu di luar kegiatan produksi membutuhkan biaya sebesar Rp 8.775.000.

Hingga saat ini hanya tersedia 2 buah meja, 4 buah kursi untuk konsumen dan 1 kursi untuk tenaga kerja yang berada di dalam *outlet*. Untuk selanjutnya Ke.susu mempertimbangkan penambahan fasilitas berupa satu set meja dan kursi untuk konsumen karena jumlah yang tersedia saat ini tidak cukup untuk konsumen yang ingin *nongkrong* bersama dan minum di tempat. Apabila hendak membuka cabang *outlet*, biaya fasilitas lain yang perlu dipertimbangkan adalah biaya sewa tempat dan renovasi.

e. Kemasan

Ke.susu memiliki dua jenis kemasan yaitu gelas plastik tebal berbahan PET untuk produk minuman dingin seperti susu murni dingin, minuman yakult, dan *yogurt*, serta kemasan gelas kertas sablon untuk minuman susu hangat yang lebih ramping dan mudah dibawa dalam keadaan panas. Kemasan ini digunakan baik untuk penjualan *offline* maupun *online*. Berikut adalah gambar kemasan produk Ke.susu:



Gambar 4.4 Kemasan Ke.susu
Sumber: Data Peneliti (2022)

4.3.4 Aspek Sumber Daya Manusia

a. Perencanaan Tenaga Kerja

Saat ini Ke.susu mempekerjakan dua orang karyawan dengan sistem kerja *shift* untuk membantu pekerjaan pemilik terutama dalam proses produksi. Hingga saat ini belum ada *job desc* yang spesifik untuk karyawan karena hanya berjumlah dua orang. Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap aktivitas bisnis Ke.susu, berikut merupakan rincian *job desc* yang diperlukan:

1. Melakukan kegiatan produksi: menyiapkan peralatan produksi, memasak susu murni, meracik susu sesuai pesanan, menyimpan produk jadi, cek stok bahan, membersihkan dan merapikan peralatan.
2. Menerima pesanan: mencatat pesanan, memasukkan pesanan ke sistem Qasir, menerima pembayaran, melayani konsumen.
3. Membersihkan peralatan produksi serta area kerja.
4. *Purchasing*: melakukan *stock opname*, mencatat stok, membeli bahan baku.
5. Menyusun laporan keuangan.

Pada uraian *job desc* di atas, kegiatan produksi, menerima pesanan, dan kebersihan (nomor 1-3) dilakukan oleh karyawan, sedangkan kegiatan *purchasing* dan menyusun laporan keuangan dilakukan oleh pemilik untuk mempermudah kontrol. Meskipun telah ditentukan sebagai *job desc* karyawan, pemilik tetap berada di *outlet* setiap hari untuk mengawasi proses produksi dan operasional bisnis.

b. Desain Pekerjaan

Jam kerja untuk karyawan *shift* adalah pukul 10.00-18.00 WIB untuk shift pertama dan pukul 14.00-22.00 WIB setiap hari dengan standar upah Rp 55.000 per

shift yaitu 8 jam kerja. Upah karyawan dibayarkan setiap satu minggu yaitu setiap hari Jumat. Hingga saat ini, pemilik dan dua orang karyawan *shift* dirasa masih cukup untuk mengatasi aktivitas-aktivitas bisnis. Di masa depan, Ke.susu akan menambah jumlah karyawan apabila sudah lebih berkembang dan mendapat respon lebih baik dari pasar.

c. Standar Tenaga Kerja

Standar perekrutan untuk karyawan Ke.susu adalah memiliki tanggung jawab, kerajinan, cepat belajar, dan ramah. Karyawan diberi pelatihan sederhana mengenai proses produksi susu murni, yogurt dan minuman yakult, serta keahlian dasar untuk menerima pesanan dan melayani konsumen. Terdapat beberapa peraturan kerja yang harus ditaati yaitu datang 15 menit sebelum jadwal *shift*, berpakaian rapi dengan celana panjang dan sepatu, tidak makan di *outlet* Ke.susu (hanya diizinkan makan di dapur atau di luar *outlet*), dan tidak bermain ponsel pribadi pada jam kerja.

4.3.5 Aspek Keuangan

a. Harga Pokok Produksi (HPP)

Tabel 4.15 HPP Produk Ke.susu

No	Bahan	Jumlah	Harga
1	Susu Murni	250 ml	Rp 2.500
2	Gula	20 gram	Rp 300
3	Es Batu	secukupnya	Rp 200
4	Gas	-	Rp 300
5	Listrik	-	Rp 200
6	Kemasan	gelas, sedotan	Rp 1.000
Total			Rp 4.500

Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Tabel 4.15 di atas merupakan perhitungan HPP untuk produk susu murni original manis yaitu Rp 4.500, yang mana kemudian dijual seharga Rp 9.000. Persentase profit untuk produk ini adalah sekitar 50% dari harga jual atau 100% dari HPP. Total varian produk minuman Ke.susu sejumlah 23 produk yang terdiri dari 14 varian produk susu murni, 6 varian produk minuman yogurt, dan 3 varian produk minuman yakult. *Range* HPP untuk tiap produk yang dijual Ke.susu adalah Rp 4.500 hingga Rp 6.000 dengan harga jual Rp 9.000 hingga Rp 12.000. Rincian HPP untuk masing-masing varian dilampirkan pada Lampiran 3.

b. Analisis Kelayakan

Pada analisis kelayakan dihitung proyeksi NPV Ke.susu untuk 5 tahun ke depan beserta perhitungan IRR, *Payback Period*, dan *Profitability Index*. Berikut adalah perkiraan proyeksi keuangan beserta hasil perhitungan yang didapatkan:

Tabel 4.16 Proyeksi Keuangan Ke.susu untuk 5 Tahun Ke Depan

	2021	2022	2023	2024	2025
Penjualan	Rp 216.406.500	Rp 238.047.150	Rp 261.851.865	Rp 288.037.052	Rp 316.840.757
HPP	Rp 106.952.398	Rp 117.647.638	Rp 129.412.402	Rp 142.353.642	Rp 156.589.006
Laba Kotor	Rp 109.454.102	Rp 120.399.512	Rp 132.439.463	Rp 145.683.410	Rp 160.251.751
Beban Operasioanal					
- Beban sewa ruko	Rp 18.000.000	Rp 18.000.000	Rp 18.000.000	Rp 18.000.000	Rp 18.000.000
- Beban gaji karyawan	Rp 39.600.000	Rp 43.560.000	Rp 47.916.000	Rp 52.707.600	Rp 57.978.360
- Beban gaji pemilik	Rp 12.000.000	Rp 13.200.000	Rp 14.520.000	Rp 15.972.000	Rp 17.569.200
- Beban Utilitas	Rp 4.200.000	Rp 4.620.000	Rp 5.082.000	Rp 5.590.200	Rp 6.149.220
Beban Depresiasi	Rp 1.615.000	Rp 1.615.000	Rp 1.615.000	Rp 1.615.000	Rp 1.615.000
Total Biaya Operasional	Rp 75.415.000	Rp 80.995.000	Rp 87.133.000	Rp 93.884.800	Rp 101.311.780
Total Laba	Rp 34.039.102	Rp 39.404.512	Rp 45.306.463	Rp 51.798.610	Rp 58.939.971

Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Pada Tabel 4.16 di atas, angka penjualan pada tahun 2021 diperoleh dari laporan penjualan pada aplikasi Qasir (Lampiran 2), sedangkan angka penjualan untuk tahun 2022 hingga 2025 diproyeksikan dengan peningkatan sebesar 10% setiap tahunnya. **Beban gaji karyawan, gaji pemilik, dan utilitas diasumsikan**

meningkat sebesar 10% per tahun, sebanding dengan peningkatan penjualan. Beban sewa ruko dan depresiasi peralatan bernilai tetap karena kontrak sewa ruko berlangsung selama lima tahun dan depresiasi dibagi rata dalam waktu lima tahun.

1. *Net Present Value* (NPV)

Tabel 4.17 Proyeksi NPV Ke.susu untuk 5 Tahun Ke Depan

NPV			
Year (n)	Cash Flow	Discounted Rate (i) $(1+10\%)^{-n}$	Discounted Cash Flow (CF x i)
0	-Rp 46.850.000	1,000	-Rp 46.850.000
1	Rp 34.039.102	0,909	Rp 30.944.638
2	Rp 39.404.512	0,826	Rp 32.565.712
3	Rp 45.306.463	0,751	Rp 34.039.416
4	Rp 51.798.610	0,683	Rp 35.379.148
5	Rp 58.939.971	0,621	Rp 36.597.085
NPV			Rp 122.675.999

Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Tabel di atas merupakan proyeksi NPV (*Net Present Value*) bisnis Ke.susu untuk lima tahun ke depan dengan modal investasi awal Rp 46.850.000 dan *discount rate* sebesar 10%. *Cash flow* diperoleh dari proyeksi laba bersih per tahun, yaitu dengan proyeksi kenaikan sebesar 10% setiap tahunnya. Pada tahun ke 0 diperoleh *cash flow* sebesar negatif Rp 46.850.000 dari perhitungan modal awal yang disetorkan dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 4.18 Modal Awal Ke.susu

Rincian Modal Awal		
No	Keterangan	Jumlah
1	Fasilitas Produksi	Rp 8.075.000
2	Fasilitas Outlet	Rp 8.775.000
3	Renovasi	Rp 30.000.000
Total		Rp 46.850.000

Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Discounted Rate (*i*) merupakan parameter yang menjelaskan laju bunga yang dialami akibat modal yang diinvestasikan dan menggambarkan nilai uang sesuai dengan waktu yang digunakan. *Discounted Rate* yang digunakan pada perhitungan ini adalah 10%. Seluruh modal yang diinvestasikan ke bisnis Ke.susu merupakan modal pribadi sehingga angka *discounted rate* ditentukan dari bunga deposito bank digital sebesar 6% ditambahkan dengan resiko investasi sebesar 4%. *Discounted rate* untuk setiap tahunnya dihitung dengan rumus $(1+10\%)^{-n}$, di mana 10% adalah *discounted rate* dan *n* adalah tahun.

Discounted cash flow diperoleh dari perkalian *cash flow* dengan *discounted rate*. NPV untuk 5 tahun ke depan diproyeksikan bernilai positif sebesar Rp 122.675.999 dan dengan demikian investasi bisnis Ke.susu dinyatakan layak.

2. *Internal Rate of Return* (IRR)

IRR Ke.susu dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{(NPV_1 - NPV_2)} \times (i_2 - i_1)$$

Keterangan =

i_1 = *Discounted rate* (10%)

NPV1 = NPV bernilai positif

NPV2 = NPV bernilai negatif

i_2 = *Discounted rate* yang menghasilkan NPV bernilai negatif

Untuk mendapatkan NPV bernilai negatif (NPV2) maka ditentukan *discounted rate* (i_2) sebesar 85% dengan perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4.19 Perhitungan NPV untuk nilai IRR Ke.susu

IRR			
Year	Cash Flow	Discounted Rate (i) (1+10%) ⁻ⁿ	Discounted Cash Flow (CF x i)
0	-Rp 46.850.000	1,000	-Rp 46.850.000
1	Rp 34.039.102	0,909	Rp 30.944.638
2	Rp 39.404.512	0,826	Rp 32.565.712
3	Rp 45.306.463	0,751	Rp 34.039.416
4	Rp 51.798.610	0,683	Rp 35.379.148
5	Rp 58.939.971	0,621	Rp 36.597.085
NPV			Rp 122.675.999
Year	Cash Flow	Discounted Rate (i) (1+85%) ⁻ⁿ	Discounted Cash Flow (CF x i)
0	-Rp 46.850.000	1,000	-Rp 46.850.000
1	Rp 34.039.102	0,541	Rp 18.399.515
2	Rp 39.404.512	0,292	Rp 11.513.371
3	Rp 45.306.463	0,158	Rp 7.155.582
4	Rp 51.798.610	0,085	Rp 4.422.127
5	Rp 58.939.971	0,046	Rp 2.719.890
NPV			-Rp 2.639.516

Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Berdasarkan tabel di atas maka nilai i_1 adalah sebesar 10%, i_2 sebesar 85%, NPV1 sebesar Rp 122.675.999, dan NPV2 sebesar -Rp 2.639.516. Angka-angka tersebut dimasukkan ke dalam rumus IRR sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{IRR} &= i_1 + \text{NPV}_1 / (\text{NPV}_1 - \text{NPV}_2) \times (i_2 - i_1) \\ \text{IRR} &= 10\% + 122.675.999 / (122.675.999 - (-2.639.516)) \times (85\% - 10\%) \\ \text{IRR} &= 83,420\% \end{aligned}$$

Nilai IRR sebesar 83,420% masih menghasilkan NPV bernilai negatif.

Untuk memperoleh nilai NPV 0 ditemukan nilai IRR sebagai berikut:

Tabel 4.20 Perhitungan Nilai IRR Ke.susu

Year	Cash Flow	IRR (80,079%)	Discounted Cash Flow
0	-Rp 46.850.000	1,000	-Rp 46.850.000
1	Rp 34.039.102	0,555	Rp 18.902.320
2	Rp 39.404.512	0,308	Rp 12.151.222
3	Rp 45.306.463	0,171	Rp 7.758.382
4	Rp 51.798.610	0,095	Rp 4.925.679
5	Rp 58.939.971	0,053	Rp 3.112.397
NPV			Rp 0,0

Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Berdasarkan tabel di atas nilai IRR Ke.susu adalah sebesar **80,079%** yang mana artinya adalah setiap satu rupiah dari modal yang diinvestasikan dapat menambahkan pengembangan sebesar **80,079%** yaitu sebesar **0,80 rupiah**. IRR Ke.susu lebih besar dari *discount rate* sebesar 10% sehingga investasi dapat dinyatakan layak.

3. *Payback Period* (PP)

Tabel 4.21 Perhitungan *Payback Period* Ke.susu

Payback Period		
Year	Cash Flow	Accumulated Cash Flow
0	-Rp 46.850.000	-Rp 46.850.000
1	Rp 34.039.102	-Rp 12.810.898
2	Rp 39.404.512	Rp 26.593.614
3	Rp 45.306.463	Rp 71.900.077
4	Rp 51.798.610	Rp 123.698.687
5	Rp 58.939.971	Rp 182.638.658

Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa *payback period* Ke.susu melewati tahun pertama sehingga perhitungan dilakukan sebagai berikut:

$$\mathbf{1 \text{ tahun} + (Rp 12.810.898 / Rp 39.404.512 \times 12 \text{ bulan} = 1 \text{ tahun 4 bulan})}$$

Hasil perhitungan ini dapat diartikan bahwa Ke.susu dapat memperoleh pengembalian investasi dalam jangka waktu **1 tahun 4 bulan**. Jangka waktu ini terhitung singkat dan menguntungkan karena kurang dari 5 tahun sehingga investasi untuk bisnis Ke.susu dinyatakan layak.

4. Profitability Index (PI)

Tabel 4.22 Perhitungan *Profitability Index* Ke.susu

Profitability Index	
Total PV	Rp 169.525.999
Investasi Awal	Rp 46.850.000
Profitability Index	3,62

Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa perhitungan *profitability index* untuk Ke.susu adalah sebesar 3,62 yang artinya setiap Rp 1 investasi dapat menghasilkan profit sebesar Rp 3,62. Nilai *profitability index* Ke.susu lebih besar dari 1 sehingga investasi untuk bisnis Ke.susu dinyatakan layak.

Berdasarkan analisis kelayakan, nilai NPV adalah positif sebesar Rp 122.675.999 dan nilai IRR adalah 80,079% yang mana lebih besar dari *discount rate* 10%. *Payback period* untuk investasi bisnis Ke.susu adalah 1 tahun 4 bulan dan *profitability index* yang didapatkan adalah sebesar 3,62 yang mana lebih besar dari 1. Dengan demikian maka investasi untuk bisnis Ke.susu dinyatakan layak.

4.4 Target Pengembangan

Pada bagian sebelumnya diproyeksikan peningkatan penjualan Ke.susu sebesar 10% pertahun. Hingga saat ini rata-rata penjualan Ke.susu adalah sekitar 70 gelas, yaitu senilai Rp 650.000 hingga Rp 700.000. Target penjualan akan ditingkatkan sebesar 40% menjadi 100 gelas perhari pada tahun pertama. Berikut adalah pengembangan pada setiap aspek untuk mencapai target penjualan:

a. Aspek Produksi

Pada aspek produksi akan dilakukan peningkatan kapasitas produksi sebesar 40%, yaitu untuk 100 gelas perhari. Peningkatan kapasitas ini tidak memerlukan

fasilitas tambahan karena sejak awal fasilitas yang tersedia sudah mampu memproduksi 100 gelas susu, sementara selama ini Ke.susu hanya memproduksi sekitar 70% dari batas kapasitas. Belum diperlukan perluasan tempat produksi karena masih tersisa banyak ruang untuk peningkatan produksi sebesar 40%. Pengembangan yang perlu diperhatikan adalah memperbarui daftar kebutuhan stok bahan dan kemasan. Ke.susu juga akan menambah varian rasa produk minuman susu yakult yaitu rasa original, stroberi, dan melon.

b. Aspek Pemasaran

Pada aspek pemasaran, pengembangan yang akan dilakukan adalah mengoptimalkan penjualan via GrabFood dan GoFood dengan mengikuti program potongan ongkir dan diskon harga produk yang disediakan aplikasi. Pengembangan ini diperlukan karena beberapa konsumen merasa produk Ke.susu kurang mudah didapatkan dan lokasi *outlet* Ke.susu kurang terjangkau. Selain itu, Ke.susu akan meningkatkan aktivitas di Instagram dengan mengunggah konten-konten secara berkala yang dapat meningkatkan *engagement* dengan konsumen. Beberapa jenis konten yang direncanakan adalah konten edukatif terkait informasi unik dan menarik seputar susu murni, kuis seputar susu murni, konten promosi produk, dan tips meminum susu murni yang kekinian.

c. Aspek Operasional

Pada aspek operasional, pengembangan yang akan dilakukan adalah menambah fasilitas satu set meja dan kursi untuk konsumen. Biaya yang diperlukan untuk membeli satu buah meja dan dua buah kursi adalah sekitar Rp 480.000. Pengembangan lain yang dapat dipertimbangkan adalah menambah jam

operasional untuk *shift* pagi, yaitu pada pukul 06.00 hingga pukul 10.00 WIB. Penambahan jam operasional ini bertujuan untuk mendapatkan pembeli yang membutuhkan susu murni untuk sarapan di pagi hari, namun hal ini masih perlu dipertimbangkan lebih lanjut karena berkaitan dengan sumber daya manusia serta persiapan produksi yang lebih banyak. Ke.susu perlu melakukan survei pendahuluan untuk memastikan apakah *shift* pagi dapat menambah pemasukan yang signifikan.

d. Aspek Sumber Daya Manusia

Pada aspek sumber daya manusia, Ke.susu belum membutuhkan pengembangan yang spesifik karena Ke.susu telah memiliki dua orang tenaga kerja yang masih sanggup memenuhi target peningkatan penjualan. Apabila Ke.susu memutuskan untuk menambah *shift* pagi, maka pengembangan yang diperlukan adalah menambah satu orang tenaga kerja dengan upah Rp 30.000 perhari untuk 4 jam kerja.

4.5 Potensi Pasar Ke.Susu

Perhitungan potensi pasar ditentukan dengan melihat penjualan yang dicapai oleh bisnis pesaing. Data diperoleh secara langsung dengan bertanya pada karyawan yang melayani penjualan. Berikut adalah penjualan pesaing per hari:

Tabel 4.23 Perhitungan Potensi Pasar

No.	Pesaing	Rata-Rata Penjualan Per Hari (pcs)
1	Moo Cow Fresh Milk	250
2	Susu Murni Lawanggada	150
3	Raja Susu Murni	180

Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Berdasarkan Tabel 4.23 di atas diketahui bahwa bisnis susu murni mempunyai potensi pasar yang cukup besar. Pesaing bisnis susu murni memiliki rata-rata penjualan 150 hingga 250 gelas per hari. Pada bagian sebelumnya tentang target pengembangan telah dijelaskan bahwa target penjualan Ke.susu untuk satu tahun ke depan adalah 100 gelas perhari. Peningkatan penjualan Ke.susu diproyeksikan sebesar 10% pertahun. Hingga saat ini rata-rata penjualan Ke.susu adalah sekitar 70 gelas, yaitu senilai Rp 650.000 hingga Rp 700.000. Target penjualan akan ditingkatkan sebesar 40% menjadi 100 gelas perhari pada tahun pertama.

