

=====

ANALISIS KELAYAKAN IDE BISNIS “HEALTHY DISH” (BISNIS MENU MAKANAN SEHAT DAN CEPAT SAJI BERKEMASAN RAMAH LINGKUNGAN UNTUK MASYARAKAT DI WILAYAH JABODETABEK)

Oleh:

Ngadi Permana

Fitri Ayu Kusuma Wijayanti

ABSTRACT

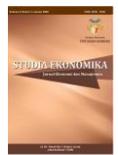
This study aims to determine the feasibility of a business model from the Healthy Dish business idea which offers healthy food menu products, and fast food in environmentally friendly packaging made from organic fruits and vegetables obtained directly from domestic farmers using classical assumption test analysis, t hypothesis testing and feasibility studies. business approach to financial aspects and non-financial aspects. The sample in this study amounted to 117 respondents who live in the Greater Jakarta area (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, and Bekasi). The research data were collected by incidental sampling technique. Research data processing using EViews 11 SV software and Microsoft Excel Professional Plus 2019 for windows. The results show that the data tested are unbiased and can be said to be BLUE (Best Linear Unbiased Estimate), the results of the t -test state that the hypothesis H_1 and H_2 are obtained, H_0 is rejected and H_a is accepted, with a t_{table} value of 1.98099 which is smaller than the t_{count} of 3.975626 hypothesis H_1 and from t_{count} 3.585729 hypothesis H_2 , which means: (1) Healthy food and fast food in environmentally friendly packaging are needed by the community to live healthy in the Greater Jakarta area; (2) The business model of the Healthy Dish business idea can be a solution to meet the needs. And the results of the business feasibility study, namely the analysis of the financial aspect with the acquisition of a Net Present Value (NPV) of Rp. 21,195,342.00 which is greater than 0, as well as the analysis of non-financial aspects obtained by the results of potential market opportunities with a value of 1: 35,578 from the ratio comparison between competitors with customers, which means: (3) The business model of the Healthy Dish business idea is feasible and is established as a start-up company.

Keywords: Business Feasibility Study, Business Model, Startup, Entrepreneurship, Farmers, Organic Products, Healthy, Sustainability.

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui kelayakan model bisnis dari ide bisnis *Healthy Dish* yang menawarkan produk menu makanan sehat, dan cepat saji berkemasan ramah lingkungan berbahan baku buah dan sayur organik yang diperoleh langsung dari petani dalam negeri menggunakan analisis uji asumsi klasik, uji hipotesis t dan studi kelayakan bisnis pendekatan aspek finansial dan aspek non finansial. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 117 responden yang berdomisili di wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi). Data penelitian dikumpulkan dengan teknik *sampling incidental*. Pengolahan data penelitian menggunakan software EViews 11 SV dan Microsoft Excel Professional Plus 2019 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa data yang diuji tidak bias dan dapat dikatakan BLUE (*Best Linier Unbiased Estimate*), hasil uji t menyatakan bahwa hipotesis H_1 dan H_2 diperoleh H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan nilai t_{tabel} 1,98099 lebih kecil dari nilai t_{hitung} 3,975626 hipotesis H_1 dan dari nilai t_{hitung} 3,585729 hipotesis H_2 yang artinya yaitu: (1) Menu makanan sehat, dan cepat saji berkemasan ramah lingkungan dibutuhkan masyarakat untuk hidup sehat di wilayah Jabodetabek; (2) Model bisnis dari ide bisnis *Healthy Dish* dapat menjadi solusi memenuhi kebutuhan. Dan hasil studi kelayakan bisnis yaitu analisis aspek finansial dengan perolehan nilai *Net Present Value* (NPV) sebesar Rp21.195.342,00 yang lebih besar dari 0, serta analisis aspek non finansial yang diperoleh hasil peluang pasar potensial dengan nilai 1 : 35.578 dari perbandingan rasio antara kompetitor dengan pelanggan, yang artinya yaitu: (3) Model bisnis dari ide bisnis *Healthy Dish* layak dijalankan dan didirikan menjadi perusahaan rintisan (*startup*).

Kata Kunci: Studi Kelayakan Bisnis, Model Bisnis, Startup, Kewirausahaan, Petani Produk Organik, Kesehatan, Berkelanjutan.



=====

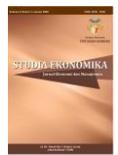
1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu negara dari 193 negara anggota PBB (Perserikatan Bangsa-bangsa) yang menyepakati tujuan pembangunan berkelanjutan dalam suatu rencana aksi global dengan tema “Mengubah Dunia Kita: Agenda 2030 untuk Pembangunan Berkelanjutan” di markas besar PBB pada tanggal 25 September 2015 yang dikenal dengan istilah SDGs 2030 (*Sustainable Development Goals*). SDGs 2030 berisikan 17 tujuan untuk dicapai ditahun 2030. Pemerintah Indonesia menerbitkan regulasi sebagai dasar pelaksanaan pencapaian SDGs Indonesia yaitu Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 59 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. Pada tahun 2015, SDSN (*Sustainable Development Solutions Network*) mengeluarkan SDGs *Dashboard* yang menyatakan bahwa Indonesia memiliki skor 54,4 (0-100), sedikit lebih rendah dari rata-rata Asia dengan skor sebesar 54,6. Indonesia memiliki 9 *goals* dengan skor yang lebih rendah dari rata-rata negara ASEAN di antaranya adalah *goal* ke-3 yaitu “Kehidupan Sehat dan Sejahtera” di mana hal ini semakin di perparah dengan hadirnya pandemi COVID-19. Hal ini berarti peringkat kehidupan sehat dan sejahtera masyarakat Indonesia lebih rendah bila dibandingkan dengan kehidupan masyarakat di negara-negara ASEAN.

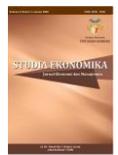
Menurut Desa dan Hilir (2020: 100–105), permasalahan kesehatan yang timbul saat ini merupakan akibat dari perilaku hidup yang tidak sehat. Pemerintah meluncurkan Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS) yang merupakan program untuk mengajak masyarakat hidup sehat dengan fokus pada tiga kegiatan utama yaitu melakukan aktivitas fisik, makan buah sayur dan cek kesehatan secara rutin minimal enam bulan sekali. Rachman *et al.* (2017: 13) mengatakan bahwa ketersediaan makanan sehat berbanding lurus dengan peningkatan Konsumsi buah dan sayur, karena ketersediaan mempengaruhi pola konsumsi seseorang dalam memilih makanan. Buah dan sayur berkualitas yang dapat memberikan manfaat bagi kesehatan serta menjaga berat badan tetap ideal adalah buah dan sayur organik bebas pestisida yang diproduksi petani. Dalam pertanian organik, pestisida dibatasi penggunaannya, tidak seperti buah dan sayur konvensional. Organic Institute *et al.* (2019: 7) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa luas lahan pertanian organik tahun 2016-2017 mengalami peningkatan dari 126.014,39 (Ha) ditahun 2016 menjadi 208.042,06 (Ha) pada ditahun 2017, yang menunjukkan tingkat pertumbuhan tahunan yang pesat sekitar 39,4%. Oleh karena itu, peluang tersebut harus dimanfaatkan seoptimal mungkin dengan terus menjaga keseimbangan antara permintaan dan penawaran hasil pertanian organik di Indonesia.

Pada tahun 2019, OTA (*Organic Trade Association*) mengeluarkan Dasbor Organik dari Paspor (*Organics Dashboard from Passport*) yang menyatakan bahwa adanya tren kesehatan dan kebugaran umum di kota besar seperti kota Jakarta, kota Medan, kota Semarang dan



=====

Surabaya, menyebabkan makanan dan minuman organik kemasan di Indonesia terus berkembang, meningkat sebanyak 6,9% pada tahun 2019 dan mencapai nilai sekitar US \$ 14 juta. Gadhive *et al.* (2018: 21) mengatakan bahwa, dalam penyajian makanan dan minuman organik kemasan, pengemasan memiliki peran mendasar dalam memastikan pengiriman barang yang aman di seluruh rantai pasokan ke konsumen akhir dalam kondisi baik. Ini juga memiliki potensi besar untuk berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan. Artinya dengan menyajikan produk menggunakan kemasan ramah lingkungan (*sustainable packaging*) dapat membantu masyarakat untuk menjaga kelestarian lingkungannya dan berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan. Pamela (2018: 147) mengatakan bahwa cepat dan praktis menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku masyarakat yang sibuk karena keterbatasan waktu, karena mereka akan lebih memilih mengonsumsi makanan cepat saji (*fast food*) karena selain praktis juga dapat disajikan dengan cepat sehingga dapat menghemat waktu. Dengan semakin banyaknya konsumen yang tertarik pada produk organik dan ekonomi yang sedang berkembang di Indonesia, potensi produk organik tampak positif dalam jangka panjang, sehingga nilai prakiraan Laju Pertumbuhan Majemuk Tahunan (*Compound Annual Growth Rate/CAGR*) adalah sebesar 3,5% untuk periode 2019-2024. Selain potensi juga terdapat peluang bagi para generasi milenial yang memiliki jiwa dan semangat *entrepreneurship* untuk menciptakan *startup* di bidang pangan hasil pertanian/hortikultura. Dalam menciptakan *startup* tahapan untuk memulainya adalah membutuhkan perencanaan dan strategi yang matang di mana sebelum mengeksekusi rencana harus dilakukan studi kelayakan terhadap bisnis (*feasibility study*) terlebih dahulu. Sobana (2018: 24) mengatakan bahwa, studi kelayakan merupakan langkah awal dan menjadi acuan untuk memutuskan apakah akan melaksanakan atau menunda pendirian suatu usaha. Karena salah satu tujuan dilakukannya studi kelayakan bisnis adalah untuk menilai profitabilitas suatu proyek investasi pada bisnis tertentu, dalam rangka pengambilan keputusan investasi menggunakan data *net cash flow* yang dapat diperoleh dari aspek keuangan studi kelayakan bisnis. Ide bisnis dianalisis menggunakan studi kelayakan guna mendorong masyarakat untuk hidup sehat dan sejahtera dengan memperhatikan faktor lingkungan untuk mendukung dan mewujudkan pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*). Ide bisnis peneliti diberi nama *Healthy Dish* yaitu bisnis menu makanan sehat berkualitas, cepat saji dengan berbagai variasi menu rendah kalori dan kaya serat berbahan baku dari buah dan sayur organik yang segar dan masih mentah hasil produksi petani dalam negeri serta menggunakan kemasan ramah lingkungan (*sustainable packaging*).



=====

Rumusan Masalah

- 1) Apakah masyarakat di wilayah Jabodetabek membutuhkan makanan sehat dan cepat saji berkemasan ramah lingkungan?
- 2) Apakah model bisnis *Healthy Dish* dapat memenuhi kebutuhan hidup sehat masyarakat di wilayah Jabodetabek?
- 3) Apakah model bisnis *Healthy Dish* layak dijalankan sebagai perusahaan rintisan (*startup*) di wilayah Jabodetabek?

2. TINJAUAN PUSTAKA

Studi Kelayakan Bisnis

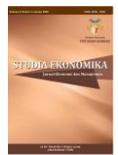
Menurut Sobana (2018: 27), studi kelayakan (*feasibility study*) adalah mengevaluasi proyek atau ide bisnis yang diusulkan yang memungkinkan bisnis yang telah selesai berfungsi dan tumbuh sesuai tujuan yang diinginkan. Tujuan dari studi kelayakan adalah elemen komersial yang diusulkan. Proyek/ide bisnis yang diusulkan ditinjau, diselidiki, disurvei dari berbagai perspektif, terutama jika memenuhi persyaratan pengembangan.

Studi kelayakan bisnis dilakukan dengan menganalisis aspek finansial dan non finansial dengan metode pendukungnya. Menurut Sobana (2018: 245-247) secara umum, metode analisis keuangan atau keuangan berikut ini biasa digunakan untuk menentukan kelangsungan hidup suatu bisnis atau investasi yaitu metode *Break Event Point* (BEP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Profitability Index*, dan *Payback Periods*. Sedangkan Aspek non finansial menggunakan metode yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek hukum, aspek manajemen dan sumber daya manusia, dan aspek lingkungan.

Model Bisnis

Model bisnis menurut Martins *et al.* (2015: 99) adalah contoh skema, yang didefinisikan sebagai struktur kognitif berisi konsep dan hubungan yang mengatur pemahaman manajerial tentang desain kegiatan dan pertukaran yang mencerminkan saling ketergantungan kritis dan hubungan penciptaan nilai dalam jaringan pertukaran perusahaan mereka.

Menurut Geissdoerfer *et al.* (2018: 407) Inovasi model bisnis menggambarkan proses transformasi dari satu model bisnis ke model bisnis lainnya di dalam perusahaan yang sedang menjabat atau setelah merger dan akuisisi, atau pembuatan model bisnis yang sama sekali baru dalam *startup*. Dalam menentukan tipe inovasi model bisnis, pengusaha dihadapkan pada tiga opsi utama yaitu: (i) bertahan dengan model bisnis yang mereka usulkan - jika hipotesis terbukti benar; (ii) memodifikasi atau mengubah model bisnis yang direvisi, di mana parameter model bisnis yang dikonfirmasi oleh pengujian dipertahankan dan yang lainnya ditingkatkan; (iii) atau binasa, yaitu, hilangkan ide bisnis dan, pada gilirannya, *startup* yang



=====

akan diluncurkan di sekitarnya. Proses ini diulang sampai semua hipotesis utama dikonfirmasi atau divalidasi. Ketika kondisi ini tercapai, *startup* telah mencapai “*product-market fit*”, yang berarti proposisi nilai yang dirancang dan direvisi secara berulang oleh *startup* benar-benar memenuhi kebutuhan pelanggan targetnya (Ghezzi dan Cavallo, 2020: 3).

Startup

Menurut Saura *et al.* (2019: 2), *startup* adalah perusahaan berbasis teknologi yang menawarkan produk atau layanan baru dengan menggunakan nilai tambah dari teknologi yang digabungkan. Ini didefinisikan sebagai inovasi melalui teknologi. Menurut Skala (2016: 2), konsep *startup* tidak diragukan lagi terkait dengan menjalankan bisnis pada tahap awal dan dengan menerapkan inovasi. Dalam perkembangannya, *startup* memiliki tiga tahapan siklus hidup dalam untuk mengetahui kriteria penting yang mengidentifikasi *startup* berbeda yaitu tahap awal, tahap perluasan atau ekspansi dan tahap kematangan. Selain itu juga *startup* membutuhkan konstruksi andal yang bergantung pada ekosistem inovasi yang dinamis dan lengkap.

Entrepreneurship

Entrepreneurship (Kewirausahaan) menurut Margahana (2020: 181) merupakan suatu inovasi serta kreativitas untuk menggunakan kesempatan dalam melahirkan perubahan yang menimbulkan nilai positif bagi dirinya maupun orang sekitarnya.

Menurut Daryanto dan Cahyono (2013: 3), Kata *entrepreneurship* berasal dari *entrepreneur* yang mengacu pada kemampuan berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk dijadikan dasar, sumber daya dan motivasi untuk mencapai tujuan, taktik, kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup. Sedangkan *entrepreneur* menurut Margahana (2020: 178) adalah seseorang yang menjalankan kegiatan *entrepreneurship* dan mempunyai bakat dalam mengelola suatu usaha yang dijalankan.

Organic Food

Menurut National Organic Program (NOP) USDA (2018: 2), *organic food* atau pangan organik merupakan makanan yang diproduksi oleh petani berfokus pada penggunaan sumber daya terbarukan untuk melestarikan tanah dan air dan meningkatkan kualitas lingkungan untuk generasi mendatang. Makanan organik diproduksi tanpa menggunakan sebagian besar pestisida yang ada. Pupuk berdasarkan bahan sintetis atau lumpur limbah; bioteknologi; atau radiasi pengion. Persetujuan pemerintah dan pemberi sertifikasi harus memverifikasi pertanian tempat makanan ditanam dan mematuhi aturan apa pun yang diperlukan bagi petani untuk memenuhi persyaratan sebelum produk diberi label "organik".

Menurut Ditlevsen *et al.* (2019: 46), *organic food* merupakan makanan sehat (*healthy food*) yang bergizi, karena pada dasarnya mereka bahan makanan alami yang ditambah bebas dari



=====
bahan kimia dan pestisida. Kesehatan (*Health*) dipahami sebagai tidak adanya racun (kimiawi) dan residu obat dan terkait dengan produksi dan konsumsi organik. Produk makanan organik dianggap tidak terkontaminasi. Jika menyangkut makanan lain, kontaminasi dianggap sebagai risiko kesehatan oleh banyak peserta.

Menurut Ditlevsen *et al.* (2019: 51-53), dalam penilaian makanan sehat (*healthy food*) terdapat tiga konsep pendekatan, yaitu:

- a. Kesehatan sebagai nilai gizi, suatu makanan dikatakan sehat ditentukan oleh nilai gizinya.
- b. Kesehatan sebagai kenikmatan, kesehatan makanan ditentukan oleh kenikmatan indra pada saat memakannya.
- c. Kesehatan sebagai kemurnian, kemurnian makanan merupakan faktor penting dalam menilai kesehatan.

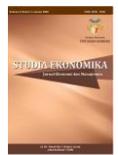
Makanan Cepat Saji

Menurut Devi dan Aksari (2020: 133), sementara makanan cepat saji dapat menghemat waktu makan, itu juga memiliki dampak besar pada kesehatan. Efek ini bisa positif atau negatif, tergantung pada kualitas makanan cepat saji yang ditawarkan. Dari sisi kesehatan, kualitas makanan cepat saji dapat dipertahankan dengan menjaga bahan-bahan yang digunakan tetap segar, bersih dan sehat serta bebas dari zat-zat yang berpotensi berbahaya dalam proses pembuatannya. Dengan keputusan ini, harga restoran cepat saji berbanding lurus dengan keuntungan yang dirasakan konsumen.

Sustainable Packaging

Menurut Surya *et al.* (2021: 2) *sustainable packaging* (kemasan ramah lingkungan) yaitu kemasannya terbuat dari bahan yang *biodegradable* dan dapat didaur ulang, sehingga tidak membahayakan lingkungan atau manusia. Menurut Indriati dan Ferryanto (2020: 85) dalam mengidentifikasi *sustainable packaging* dapat dikategorikan menjadi empat prinsip, yaitu sebagai berikut.

1. Menjadi efektif (*effective*), karena dalam sistem pengemasan akan menambah nilai nyata bagi masyarakat dengan mendukung konsumsi yang bertanggung jawab dan terinformasi.
2. Menjadi efisien (*efficient*), karena sistem pengemasan dirancang untuk menggunakan bahan dan energi seefisien mungkin sepanjang siklus hidup produk, interaksi dengan dukungan terkait sistem mencakup efisiensi bahan dan energi.
3. Siklus (*cyclic*), yaitu meminimalkan degradasi material pada material kemasan yang digunakan dalam sistem daur ulang berkelanjutan melalui sistem alami atau industri.
4. Jelas (*clean*), berarti bahwa komponen pengemasan yang digunakan dalam sistem, seperti bahan, pelapis, tinta, pewarna, dan aditif lainnya, tidak menimbulkan risiko bagi manusia atau ekosistem. Dalam kasus keraguan, prinsip kehati-hatian berlaku.



=====

3. METODOLOGI PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penulis menyebarkan kuesioner dari Desember 2020 hingga Februari 2021. Perangkat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau survei (sesuai dengan kriteria pencarian) yang biasanya didistribusikan kepada responden di wilayah Jabodetabek. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *random sampling*, artinya siapa saja yang kebetulan (secara tidak sengaja) bertemu dengan peneliti dijadikan sampel dan yang diwawancarai dianggap tepat. Sebagai sumber data (Sugiyono, 2017: 85).

Metode Penelitian

Untuk melaksanakan penelitian ini, penulis menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian. Menurut Sugiyono (2017: 6), Sementara metode penelitian digunakan untuk memperoleh data dari lokasi alam tertentu, peneliti mengumpulkan data dengan mengumpulkan survei, tes, dan wawancara terstruktur. Dengan menggunakan metode penelitian ini, penulis dapat mengambil data tentang fenomena baru dan mengambil informasi faktual.

Populasi

Menurut Sugiyono (2017: 80) Populasi adalah bidang yang digeneralisasikan yang mencakup objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang dipelajari oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi) yang merupakan cakupan provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Banten dengan jumlah 24.904.354 jiwa (BPS, 2020).

Jumlah penduduk yang menjadi populasi merupakan penduduk sesuai kriteria yaitu penduduk ditingkat usia produktif (usia 20 tahun hingga lebih dari 65 tahun). Ketiga provinsi tersebut dipilih karena merupakan wilayah perkotaan yang relatif besar dalam hal luas wilayah, jumlah penduduk, dan skala kegiatan ekonomi dan sosial.

Sampel

Menurut Sugiyono (2017: 81) Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik suatu populasi. Metode pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel secara kebetulan, yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan kebetulan. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di wilayah Jabodetabek dan dapat merepresentasikan masyarakat yang membutuhkan hidup sehat sesuai kriteria responden dalam penelitian. Banyaknya sampel yang diambil dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus *Lemeshow* (1997) dikarenakan banyaknya masyarakat yang membutuhkan hidup sehat di provinsi DKI seperti Jakarta, Jawa

Barat dan Banten. Jumlah minimum sampel yang harus dikumpulkan dengan rumus *Lemeshow* adalah bahwa penulis perlu mengumpulkan lebih dari 100 spesimen yang membutuhkan gaya hidup sehat.

Operasional Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah apa yang peneliti definisikan dalam bentuk yang dipelajari untuk memperoleh informasi tentangnya dan menarik kesimpulan tentangnya (Sugiyono, 2017: 38). Dalam penelitian ini, variabel aktif dibagi menjadi dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel Bebas

Menurut Sugiyono (2017: 39) Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang biasa disebut dengan stimuli, prediktor, dan anteseden. Dalam penelitian ini, ada dua variabel independen yang diukur pada skala Likert 5 poin, yaitu menu makanan sehat (X_1) dan makanan sehat cepat saji berkemasan ramah lingkungan (X_2). Skor yang diperoleh untuk setiap responden dari hasil survei, dianalisis, dan kemudian diklasifikasikan ke dalam lima kategori kecenderungan yang ditunjukkan tabel di bawah ini.

Tabel 1 Kategori Kecenderungan

Rentang Skor	%	Kategori
5 – <9	< 25%	Sangat Tidak Setuju
9 – <13	25% < 45%	Tidak Setuju
13 – <17	45% < 65%	Netral
17 – <21	65% < 85%	Setuju
21 – 25	> 85%	Sangat Setuju

2. Variabel Terikat

Menurut Sugiyono (2017: 39), Variabel dependen sering disebut sebagai variabel *output*, *baseline*, dan *outcome*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Variabel terikat adalah hasil dari variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kebutuhan hidup sehat masyarakat (Y).

Jenis dan Sumber data

Data yang dikumpulkan dalam survei ini adalah data primer dan sekunder, yaitu:

1. Data yang mendasari diambil langsung dari responden melalui observasi, wawancara dan distribusi survei, menggunakan teknik pengumpulan data survei.
2. Data tambahan berkaitan dengan pertanyaan yang sedang diselidiki dan tidak dikumpulkan langsung dari responden yang disurvei. Data sekunder dikumpulkan dari studi pustaka yang berhubungan dengan penelitian, misalnya data yang bersumber dari BPS (Badan Pusat

Statistik), UNSTAT (*United Nations Statistics Division*), dan SDSN (*Sustainable Development Solutions Network*).

Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017: 137) teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan untuk penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Investigasi (penelitian lapangan).
2. Penelitian kepustakaan.
3. Riset Internet.

Metode Analisa Data

1. Uji Kualitas Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Untuk memvalidasi alat, dapat menggunakan rumus korelasi. Persamaan korelasi *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Sumber: Sugiyono (2017: 183)

Keterangan:

R	= Koefisien korelasi	$\sum x^2$	= Jumlah pangkat dua nilai variabel x
$\sum xy$	= Jumlah perkalian variabel x dan y	$\sum y^2$	= Jumlah pangkat dua nilai variabel y
$\sum x$	= Jumlah nilai variabel x	n	= Banyaknya sampel
$\sum y$	= Jumlah nilai variabel y		

Dengan kriteria :

- Jika hitung $r > r_{tabel}$, maka data item tersebut valid
- Jika hitung $r \leq r_{tabel}$, maka data item tersebut tidak valid
- Pada tabel *r product moment* menggunakan taraf signifikan (α) 5% dan data (n) sebanyak 117.

b. Uji Reliabilitas

Dalam menguji reliabilitas instrumen penelitian ini penguji menggunakan Koefisien *Alpha Cronbach* ($C\alpha$). Menurut Sugiyono (2017: 131) Koefisien *cronback alpha* sebesar 0,60 atau lebih besar menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang memadai. Rumus untuk mengukur keandalan adalah:

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2} \right)$$

=====

Keterangan:

α = Koefisien reliabilitas Alfa Cronbach

k = Jumlah item pernyataan

$\sum_{i=1}^k S_i^2$ = Jumlah varians skor tiap item

S_t^2 = Varians total

2. Uji Asumsi Klasik

Menurut Basuki dan Prawoto (2016: 297) uji asumsi klasik merupakan prasyarat untuk analisis regresi data panel. Pengujian yang harus dilakukan sebelum menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas dan Uji Autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Normalitas data dapat ditemukan dengan membandingkan nilai-nilai di *Jarque Bera* (JB) dengan yang ada di tabel chi-kuadrat. Pedoman yang digunakan untuk menarik kesimpulan adalah:

- 1) Jika nilai *probability* > 0,05 maka distribusi adalah normal
- 2) Jika nilai *probability* < 0,05 maka distribusi adalah tidak normal

b. Uji Linieritas

Untuk menguji linieritas, dalam penelitian ini menggunakan uji *Ramsey RESET Test*, uji ini dikembangkan oleh Ramsey tahun 1969 yang menyarankan suatu uji yang disebut *general test of specification* (RESET).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan *Breusch-Pagan-Godfrey* dengan meregresikan jumlah sisa kuadrat ke kuadrat dari variabel dependen dan independen dan variabel dependen, mengalikan dan menambahkan dua variabel independen. Prosedur tes adalah probabilitas. Nilai *Ch-iSquare* (2) > 0,05 dilakukan pada hipotesis yang tidak menunjukkan tanda-tanda perubahan varians atau menunjukkan kesamaan (homoskedastisitas).

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis menggunakan uji t. Uji t dilakukan dengan kriteria berbasis probabilitas (ρ) dengan membandingkan nilai t-statistik (*thitung*) dan nilai t_{tabel} untuk masing-masing koefisien variabel independen. Kriteria untuk menerima atau menolak hipotesis nol (H_0) adalah:

- H_0 diterima apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig \geq \alpha$
- H_0 ditolak apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig \leq \alpha$

=====

Jika H_0 diperbolehkan maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, begitu pula sebaliknya. Artinya, jika H_0 ditolak maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

4. Uji Kelayakan Bisnis

a. Aspek Finansial

1) Metode *Break Even Point* (BEP)

Menurut Salman dan Farid (2017:159), dalam mencari titik impas (*break event point*) dapat menggunakan alat analisis sebagai berikut.

Atas dasar Rupiah:

$$BEP (Rp.) = \frac{Biaya\ Tetap}{1 - \frac{Biaya\ Variabel}{Penjualan}}$$

Atas dasar Unit:

$$BEP (Unit) = \frac{Biaya\ Tetap}{Harga\ per\ unit - Biaya\ variabel\ per\ unit}$$

2) Metode *Net Present Value* (NPV)

Rumus yang digunakan untuk menghitung *Net Present Value* (NPV) yaitu sebagai berikut (Handayani, 2017: 58).

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{A_t}{(1+k)^t} - Initial\ Investment$$

Keterangan:

k = *Discount rate* yang digunakan

A_t = *Cash Flow* pada periode t

n = Periode yang terakhir di mana *cash flow* diharapkan

Pedoman yang akan digunakan dalam pengambilan kesimpulan adalah (1) Jika nilai $NPV > 0$; NPV positif maka Project dapat diterima; (2) Jika nilai $NPV < 0$; NPV negatif maka Project tidak dapat diterima; (3) Jika nilai $NPV = 0$; maka Project dapat diterima dengan pertimbangan keuntungan lainnya.

3) Metode *Internal Rate of Return* (IRR)

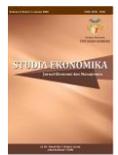
Rumus yang digunakan untuk menghitung *Internal Rate of Return* (IRR) yaitu sebagai berikut (Yasuha dan Saifi, 2017: 116).

$$IRR = \sum_{t=0}^n \left[\frac{A_t}{(1+r)^i} - Initial\ Investment \right]$$

Keterangan:

i = Tingkat bunga yang akan menjadikan PV dari *proceeds* sama dengan PV dari *capital outlays*

A_t = *Cash flow* untuk periode t



n = Periode terakhir di mana *cash flow* diharapkan

Pedoman yang akan digunakan dalam pengambilan kesimpulan adalah sebagai berikut:

- Jika nilai $IRR > Discount\ rate$; maka Project dapat diterima.
- Jika nilai $IRR < Discount\ rate$; maka Project tidak dapat diterima.
- Jika nilai $IRR = Discount\ rate$; maka Project dapat diterima dengan pertimbangan keuntungan lainnya.

4) Metode *Profitability Index* (PI)

Rumus yang digunakan untuk menghitung *Profitability Index* (PI) yaitu sebagai berikut (Handayani, 2017: 58).

$$Profitability\ Index\ (PI) = \frac{Proceeds}{Outlays}$$

Keterangan:

Proceeds = Nilai sekarang penerimaan kas bersih di masa mendatang

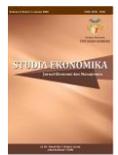
Outlays = Nilai sekarang investasi

Pedoman yang akan digunakan dalam pengambilan kesimpulan adalah (1) Jika nilai $PI > 1$; maka Project dapat diterima; (2) Jika nilai $PI < 1$; maka Project tidak dapat diterima.

5) Metode *Payback Period* (PP)

Rumus yang digunakan untuk menghitung *Payback Period* (PP) yaitu sebagai berikut (Handayani, 2017: 57).

$$Payback\ Period\ (PP) = \frac{Investasi\ Kas\ Bersih}{Aliran\ Kas\ Masuk\ Bersih\ Tahunan}$$



=====

b. Aspek Non Finansial

1) Aspek Pasar dan Pemasaran

Menurut Sobana (2018: 36), Untuk menganalisis aspek pemasaran, pengusaha menggunakan sistem informasi pemasaran yang tepat untuk melakukan riset pemasaran menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*). Dalam penelitian ini, untuk menganalisis aspek pasar dan pemasaran dilakukan menggunakan 7P bauran pemasaran yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), proses (*process*), orang (*people*), tampilan fisik (*physical evidence*). Selain itu juga dilakukan analisis strategi pemasaran, analisis pesaing, dan analisis peluang pasar.

2) Aspek Teknis dan Teknologi

Menurut Sobana (2018:225), aspek teknis dan teknologi merupakan aspek yang berkenaan dengan proses pembangunan proyek setelah proyek selesai. Dalam penelitian ini, untuk menganalisis aspek teknis dan teknologi dilakukan analisis yang meliputi pemilihan lokasi usaha, *layout* pabrik, serta pemilihan jenis teknologi dan perlengkapan.

3) Aspek Hukum

Menurut Sulastri (2016: 35), evaluasi aspek ini penting agar tidak dianggap ilegal atau proyek dihentikan oleh pihak berwenang karena menghadapi tentangan publik yang percaya bahwa proyek/perusahaan yang dibangun melanggar peraturan, norma-norma sosial.

4) Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Menurut Sobana (2018:34), perencanaan dan pelaksanaan pengembangan perusahaan yang berhasil sebagian besar bergantung pada bakat SDM yang kuat. Dalam penelitian ini, dilakukan analisis perencanaan struktur organisasi apabila bisnis akan dijalankan. Dengan begitu pada saat ide bisnis *Healthy Dish* akan dijalankan sesuai dengan talenta yang tersedia dan siap memimpin bisnis.

5) Aspek Lingkungan

Menurut Sobana (2018:38), Aspek lingkungan membahas berbagai masalah lingkungan dan dampak pencemaran dan degradasi lingkungan yang disebabkan oleh keberadaan bisnis. Dalam penelitian ini, analisis aspek lingkungan dilakukan berfokus pada kemasan produk yang *sustainability* karena menggunakan kemasan ramah lingkungan (*eco-friendly packaging*).

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisa Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Kebutuhan Hidup Sehat Masyarakat

Variabel	No. Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Nilai Sig.	Kesimpulan
Kebutuhan Hidup Sehat Masyarakat [Y]	1	0,757748	0,1816	0,0000	VALID
	2	0,762486	0,1816	0,0000	VALID
	3	0,769992	0,1816	0,0000	VALID
	4	0,786467	0,1816	0,0000	VALID
	5	0,687664	0,1816	0,0000	VALID

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Menu Makanan Sehat

Variabel	No. Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Nilai Sig.	Kesimpulan
Menu Makanan Sehat [X ₁]	1	0,691741	0,1816	0,0000	VALID
	2	0,742222	0,1816	0,0000	VALID
	3	0,694397	0,1816	0,0000	VALID
	4	0,786420	0,1816	0,0000	VALID
	5	0,609099	0,1816	0,0000	VALID

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Makanan Sehat Cepat Saji Berkemasan Ramah Lingkungan

Variabel	No. Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Nilai Sig.	Kesimpulan
Makanan Sehat Cepat Saji Berkemasan Ramah Lingkungan [X ₂]	1	0,745277	0,1816	0,0000	VALID
	2	0,780276	0,1816	0,0000	VALID
	3	0,685075	0,1816	0,0000	VALID
	4	0,690142	0,1816	0,0000	VALID
	5	0,604226	0,1816	0,0000	VALID

Hasil uji validitas yang dapat kita lihat pada Tabel di atas, diketahui bahwa semua hasil dari koefisien determinasi variabel dependen dan independen dalam penelitian dari setiap item pernyataan pada kuesioner menunjukkan r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$) atau di atas titik kritis 0,1816 dan nilai Sig. $< 0,05$. Dengan begitu hasil uji validitas terhadap semua item pernyataan yang berjumlah lima di setiap variabel dikatakan valid.

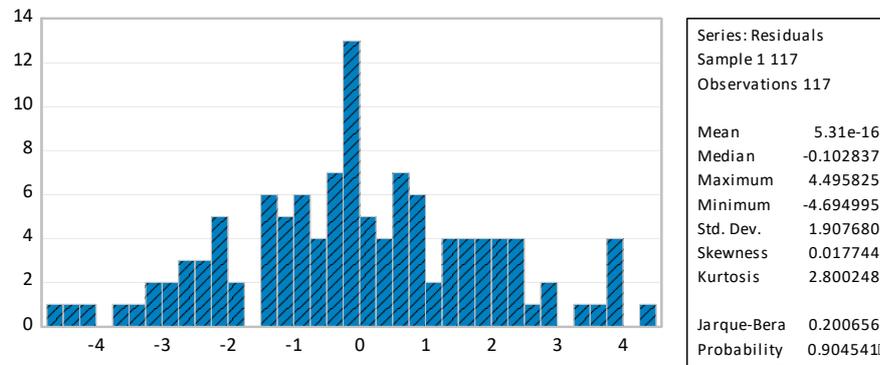
2. Uji Reliabilitas

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Kebutuhan Hidup Sehat Masyarakat [Y]	0,807	0,700	Reliabel
Menu Makanan Sehat [X ₁]	0,733	0,700	Reliabel
Makanan Sehat Cepat Saji Berkemasan Ramah Lingkungan [X ₂]	0,744	0,700	Reliabel

Hasil uji reliabilitas yang dapat kita lihat pada Tabel di atas, menunjukkan bahwa semua koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* pada setiap variabel dependen maupun independen yaitu di atas nilai kritis 0,70. Variabel dependen yaitu Y sebesar 0,807. Sedangkan variabel independen yaitu X_1 sebesar 0,733 dan X_2 sebesar 0,744. Dengan begitu hasil uji reliabilitas dari ketiga variabel adalah reliabel yang artinya hasil konsisten dan dapat diandalkan untuk penelitian selanjutnya.

3. Uji Normalitas



Grafik 1 Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas, berdasarkan Grafik di atas dapat diketahui bahwa nilai *probability* yang diperoleh menggunakan *Jarque-Bera* (JB) adalah sebesar 0,9045 di mana nilai tersebut berada di atas 0,05 yang menunjukkan bahwa nilai residual dalam data terdistribusi secara normal.

4. Uji Linieritas

Tabel 6 Hasil Uji Linieritas

RAMSEY RESET TEST			
Specification	: TOTAL_Y C TOTAL_X1 TOTAL_X2		
Keterangan :	[Y] Kebutuhan Hidup Sehat Masyarakat		
	[X ₁] Menu Makanan Sehat		
	[X ₂] Makanan Sehat Cepat Saji Berkemasan Ramah Lingkungan		
	<i>Value</i>	<i>df</i>	<i>Probability</i>
<i>t-statistic</i>	1,582545	113	0,1163
<i>F-statistic</i>	2,504448	(1, 113)	0,1163
<i>Likelihood ratio</i>	2,564783	1	0,1093

Hasil uji linieritas, berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *probability* pada *t-statistic* dan *F-statistic* yang diperoleh menggunakan *Ramsey Reset Test* adalah sebesar 0,1163 di mana nilai tersebut > 0,05 yang menunjukkan bahwa variabel memiliki hubungan yang linear secara signifikan dan model yang digunakan sudah relevan.

5. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

BREUSCH-PAGAN-GODFREY TEST			
<i>Null hypothesis : Homoskedasticity</i>			
<i>F-statistic</i>	2,564182	Prob. F(2,114)	0,0814
<i>Obs*R-squared</i>	5,036741	Prob. Chi-Square(2)	0,0806

Hasil uji heteroskedastisitas, berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *probability chi-square (2)* yang diperoleh menggunakan *Breusch-Pagan-Godfrey* adalah sebesar 0,0806 di mana nilai tersebut berada di atas 0,05 yang menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dan dapat disimpulkan bahwa terdapat kesamaan (homoskedastisitas) dalam model penelitian.

6. Uji parsial (Uji T)

Tabel 8 Hasil Uji T

Variabel	t-Statistic	Sig.
Konstanta [C]	4,271718	0,0000
Menu Makanan Sehat [X ₁]	3,975626	0,0001
Makanan Sehat Cepat Saji Berkemasan Ramah Lingkungan [X ₂]	3,585729	0,0005

Hasil uji T dalam penelitian ini untuk mengetahui hasil pengujian hipotesis pertama dan hipotesis kedua yaitu sebagai berikut.

1. Pengujian Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama penelitian ini yaitu,

H₁: Menu makanan sehat (X₁) dibutuhkan untuk hidup sehat masyarakat di wilayah Jabodetabek (Y).

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($3,975626 > 1,98099$) dengan nilai signifikan ($0,0001 < 0,05$). Dengan begitu **H₀ ditolak dan H_a diterima**, di mana makanan sehat (X₁) berpengaruh signifikan terhadap kebutuhan hidup sehat masyarakat (Y).

2. Pengujian Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua penelitian yaitu,

H₂: Makanan sehat cepat saji berkemasan ramah lingkungan (X₂) dari *Healthy Dish* dapat memenuhi kebutuhan hidup sehat masyarakat di wilayah Jabodetabek (Y).

Berdasarkan hasil uji t yang disajikan pada Tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($3,585729 > 1,98099$) dengan nilai signifikan ($0,0005 < 0,05$). Dengan begitu **H₀ ditolak dan H_a diterima**, di mana makanan sehat cepat saji

berkemasan ramah lingkungan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kebutuhan hidup sehat masyarakat (Y).

7. Aspek Finansial

a. Metode *Break Event Point* (BEP)

Tabel 9 *Break Event Point* (BEP)

Keterangan	Tahun ke-1	Tahun ke-2	Tahun ke-3	Tahun ke-4	Tahun ke-5
<i>Contribution Margin Ratio</i>	0,27	0,27	0,27	0,27	0,27
BEP-Sales	1.442.771.030	1.803.717.646	2.163.580.914	2.522.339.168	2.879.970.307
BEP-Unit	10.033	12.543	15.046	17.541	20.028

Dari Tabel di atas, dapat diketahui titik impas dalam penjualan produk ide bisnis ini. Dengan begitu perusahaan dapat menentukan luas produksi minimal sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan (*profit*), yaitu pada tahun ke-1 perusahaan harus menjual sebanyak 10.033 unit dan mendapatkan hasil penjualan sebanyak Rp1.442.771.030,00 yang artinya perusahaan akan profit setelah melakukan penjualan lebih dari 10.033 unit melebihi titik impasnya di tahun pertama. Begitu pun seterusnya untuk tahun berikutnya dalam mencapai titik impas.

b. Metode *Net Present Value* (NPV)

Dari Tabel 10 di bawah dapat diketahui bahwa NPV model bisnis *Healthy Dish* dalam penelitian ini adalah Rp31.169.594,00 yang diperoleh dari selisih nilai sekarang penerimaan kas bersih pada masa yang akan datang Rp231.169.594,00 dengan nilai investasi awal Rp200.000.000,00. Sedangkan *discount rate* (suku bunga) diasumsikan sebesar 8%. Dengan begitu penerimaan lebih besar dibandingkan dengan nilai yang diinvestasikan ($NPV > 0$). Artinya investasi yang akan dijalankan, diproyeksikan akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Maka proyek atau ide bisnis *Healthy Dish* direkomendasikan untuk dijalankan.

c. Metode *Internal Rate of Return* (IRR)

Dari Tabel 10 di bawah dapat diketahui bahwa IRR model bisnis *Healthy Dish* dalam penelitian ini adalah sebesar 13% dan lebih besar dari tingkat bunga yang diterapkan yaitu 8% ($13\% > 8\%$). Artinya investasi yang akan dijalankan, dikatakan layak.

d. Metode *Profitability Index* (PI)

Dari Tabel 10 di bawah dapat diketahui bahwa PI model bisnis *Healthy Dish* dalam penelitian ini sebesar 1,16 dan lebih besar dari 1 ($1,16 > 1$). Artinya setiap tambahan biaya sebesar Rp1,00 dapat menghasilkan tambahan manfaat bersih sebesar Rp1,16. Nilai PI ini lebih besar dari satu sehingga usaha ini layak untuk dilaksanakan.

e. Metode *Payback Period* (PP)

Dari Tabel 10 di bawah dapat diketahui bahwa PP pada model bisnis *Healthy Dish* yaitu selama empat tahun. Artinya seluruh biaya investasi dapat dikembalikan dalam jangka waktu empat (4) tahun.

Tabel 10 NPV, IRR, PI, dan PP

Diketahui:			
Investasi Awal = Rp 200.000.000,00			
Discount rate = 8%			
Keterangan	Manfaat/Arus Kas	Present Value per Tahun	Payback Periode
Tahun ke - 1	40.000.000	37.037.037	40.000.000
Tahun ke - 2	48.000.000	41.152.263	88.000.000
Tahun ke - 3	57.600.000	45.724.737	145.600.000
Tahun ke - 4	69.120.000	50.805.263	214.720.000
Tahun ke - 5	82.944.000	56.450.293	297.664.000
Total	297.664.000	231.169.594	
<p>NPV = Rp 231.169.594,00 <u>Rp 200.000.000,00</u> – <u>Rp 31.169.594,00</u></p> <p>IRR = <u>13%</u> PI = <u>1,16</u></p>			

8. Aspek Non Finansial

a. Aspek Pasar dan Pemasaran

Berikut di bawah ini merupakan ringkasan hasil aspek pasar dan pemasaran yang dikategorikan dalam potensi rendah (PR), potensi Sedang (PS), dan potensi tinggi (PT).

Tabel 11 Ringkasan Hasil Kelayakan Aspek Pasar dan Pemasaran

Keterangan	PR	PS	PT	Alasan
Bauran Pemasaran:				
1. Produk			√	Berbahan organik, bervariasi menu, dan berkemasan ramah lingkungan
2. Harga		√		Masuk kategori produk berkualitas dengan harga standar
3. Tempat/Distribusi			√	Memiliki saluran pemasaran dan target tempat pemasaran yang jelas.

Keterangan	PR	PS	PT	Alasan
4. Promosi			√	Fokus pada <i>digital marketing</i> dan promosi agen yang berbekal media promosi
Strategi Pemasaran:				
1. Segmentasi Pasar		√		Menggunakan segmentasi demografi
2. Pasar Sasaran			√	Pasar sasaran jelas dan tepat
3. Posisi Pasar			√	Memiliki posisi yang baik dari segi kualitas dan harga dibanding kompetitor
Jumlah Pesaing			√	Memiliki sedikit pesaing serupa
Peluang Pasar			√	Perhitungan potensi pasar

b. Aspek Teknis dan Teknologi

Berikut di bawah ini merupakan ringkasan hasil analisis teknis dan teknologi yang dikategorikan dalam potensi rendah (PR), potensi Sedang (PS), dan potensi tinggi (PT).

Tabel 12 Ringkasan Hasil Kelayakan Aspek Teknis dan Teknologi

Keterangan	PR	PS	PT	Alasan
Pemilihan Lokasi Usaha			√	Pertimbangan yang dilakukan dalam pemilihan jelas dan tepat
<i>Layout</i>		√		<i>Layout</i> yang direncanakan jelas, namun karena belum dilaksanakan sehingga belum dipastikan akan sesuai dan tepat.
Pemilihan Teknologi dan Perlengkapan			√	Teknologi dan perlengkapan serta peralatan yang direncanakan akan digunakan jelas dan tepat sesuai kebutuhan.

c. Aspek Hukum

Berikut di bawah ini merupakan ringkasan hasil analisis hukum yang dikategorikan dalam potensi rendah (PR), potensi Sedang (PS), dan potensi tinggi (PT).

Tabel 13 Ringkasan Hasil Kelayakan Aspek Hukum

Keterangan	PR	PS	PT	Alasan
Landasan Hukum Bentuk Badan Usaha			√	Landasan hukum bentuk badan usaha yang direncanakan yaitu Perseroan Terbatas (PT) jelas dan tepat.
Sertifikasi Halal Produk Pangan			√	Sertifikasi halal produk pangan dapat diperoleh dengan melaksanakan sesuai regulasi dari LPPOM MUI yang sudah jelas dan tepat untuk produk ini karena sesuai dengan masyarakat Indonesia terutama di wilayah Jabodetabek yang di dominasi beragama Islam.

d. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Berikut di bawah ini merupakan ringkasan hasil analisis kecakapan manajemen dan SDM yang dikategorikan dalam potensi rendah (PR), potensi Sedang (PS), dan potensi tinggi (PT).

Tabel 14 Ringkasan Hasil Analisa Kecakapan Manajemen dan SDM

Keterangan	PR	PS	PT	Alasan
Lulusan universitas			√	Karena dinilai sebagai SDM berkualitas karena telah menempuh suatu pendidikan di perguruan tinggi
Pengalaman kerja di Industri yang relevan		√		Tidak semua harus relevan, namun bila relevan lebih baik
Pengalaman dan keahlian dalam manajemen arus kas			√	Pengalaman ini dasar penting bagi manajemen dibidang keuangan
Profesional dan memiliki jejaring sosial luas			√	Pengalaman ini dasar penting bagi manajemen dibidang pemasaran
Kemampuan untuk membentuk kemitraan bisnis yang menguntungkan			√	Pengalaman ini dasar penting bagi manajemen dibidang pemasaran
Kreativitas dalam tim manajemen			√	Pengalaman ini dasar penting bagi manajemen di semua bidang

e. Aspek Lingkungan

Analisis aspek lingkungan dalam penelitian ini berfokus pada kemasan yang digunakan dalam ide bisnis *Healthy Dish* ini, karena sangat berhubungan dengan lingkungan. Kemasan yang akan digunakan merupakan kemasan ramah lingkungan (*eco-friendly packaging*) yang menggunakan bahan-bahan mudah diurai, bisa didaur ulang, serta tidak berbahaya bagi lingkungan maupun manusia. Kemasan ide bisnis ini berbentuk cup berukuran 16oz atau \pm 470 ml dengan diameter atas sepanjang 9,6 cm, tinggi sepanjang 9,5 cm, dan diameter bawah sepanjang 7,6 cm yang terbuat dari *craft paper* dengan sifat mudah diurai (*naturally bio-degradable*) dan telah ter verifikasi aman untuk makanan dan minuman (*food grade*).



Gambar 1 Kemasan Ramah Lingkungan



=====

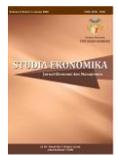
Pembahasan

1. Menu Makanan Sehat, dan Cepat Saji Berkemasan Ramah Lingkungan Dibutuhkan Masyarakat

Data analisis yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 117 responden adalah valid dan reliabel karena diketahui bahwa semua variabel dependen dan independen dalam penelitian dari setiap item pernyataan pada kuesioner konsisten dan dapat diandalkan, dengan koefisien determinasi hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel dependen yaitu kebutuhan hidup sehat masyarakat (Y) memiliki skor tertinggi dibanding variabel independen yaitu sebesar 0,807. Selanjutnya variabel independen yaitu menu makanan sehat (X_1) sebesar 0,733 dan makanan sehat cepat saji berkemasan ramah lingkungan (X_2) sebesar 0,744. Berdasarkan hasil analisis data statistik deskriptif, diperoleh sebanyak 86,58% dari 117 responden yang mewakili masyarakat di wilayah Jabodetabek sangat setuju bahwa menu makanan sehat, dan cepat saji berkemasan ramah lingkungan dibutuhkan masyarakat untuk hidup sehat. Hal tersebut dibuktikan dengan uji hipotesis H_1 yang menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($3,975626 > 1,98099$), yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, di mana menu makanan sehat (X_1) berpengaruh terhadap kebutuhan hidup sehat masyarakat (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa menu makanan sehat, dan cepat saji berkemasan ramah lingkungan dibutuhkan masyarakat di wilayah Jabodetabek.

2. Model Bisnis *Healthy Dish* Memenuhi Kebutuhan Masyarakat

Dalam pengujian asumsi klasik pada penelitian ini data yang digunakan telah lulus uji dengan nilai di atas 0,05. Uji yang dilakukan yaitu uji normalitas sebesar 0,9045 menggunakan *Jarque-Bera* (JB), uji linieritas sebesar 0,1163 menggunakan *Ramsey Reset Test* dan uji heteroskedastisitas sebesar 0,0806 menggunakan *Breusch-Pagan-Godfrey*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji tidak bias dan terbaik atau uji dapat dikatakan BLUE (*Best Linier Unbiased Estimate*). Setelah memperoleh data yang BLUE, di lakukan pengujian untuk mengetahui model bisnis yang dirancang dalam ide bisnis *Healthy Dish* mampu menjadi solusi dari kebutuhan konsumen untuk hidup sehat dengan mengonsumsi buah dan sayur organik segar langsung dari petani dalam negeri yang dikemas dan diolah oleh perusahaan menjadi makanan siap konsumsi. Hasil pengujian dalam penelitian ini dibuktikan dengan uji hipotesis H_2 yang menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($3,585729 > 1,98099$), yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, di mana makanan sehat cepat saji berkemasan ramah lingkungan (X_2) berpengaruh terhadap kebutuhan hidup sehat masyarakat (Y). Sehingga dapat disimpulkan



=====

bahwa model bisnis *Healthy Dish* dapat memenuhi kebutuhan masyarakat di wilayah Jabodetabek.

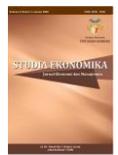
3. Kelayakan Model Bisnis *Healthy Dish* Menjadi *Startup*

Dalam menguji kelayakan ide bisnis *Healthy Dish* dilakukan analisis dengan studi kelayakan bisnis (*feasibility study*) yang terbagi ke dalam aspek finansial dan aspek non finansial. Dalam aspek finansial dilakukan proyeksi keuangan dalam jangka waktu 5 tahun sebagai data yang digunakan untuk analisis aspek finansial dengan metode *break event point* (BEP), *net present value* (NPV), *internal rate of return* (IRR), *profitability index* (PI), dan *payback period* (PP). Sedangkan aspek non finansial dilakukan analisis terhadap aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek hukum, aspek manajemen dan SDM, serta aspek lingkungan. Dari kedua analisis aspek tersebut semua aspek memenuhi kriteria dan lulus uji kelayakan. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa model bisnis dari ide bisnis *Healthy Dish* layak dijalankan dan didirikan menjadi perusahaan rintisan (*startup*) karena dibutuhkan pelanggan dan menguntungkan bagi perusahaan.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Menu makanan sehat, dan cepat saji berkemasan ramah lingkungan dibutuhkan masyarakat untuk hidup sehat di wilayah Jabodetabek. Berdasarkan hasil uji hipotesis H_1 yang diperoleh H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan nilai t_{hitung} 3,975626 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,98099. Artinya menu makanan sehat (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kebutuhan hidup sehat masyarakat (Y).
2. Model bisnis dari ide bisnis *Healthy Dish* dapat memenuhi kebutuhan hidup sehat masyarakat di wilayah Jabodetabek. Berdasarkan hasil uji hipotesis H_2 yang diperoleh H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan nilai t_{hitung} 3,585729 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,98099. Artinya makanan sehat cepat saji berkemasan ramah lingkungan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kebutuhan hidup sehat masyarakat (Y).
3. Model bisnis dari ide bisnis *Healthy Dish* layak dijalankan dan didirikan menjadi perusahaan rintisan (*startup*) karena menguntungkan bagi perusahaan dan dibutuhkan pelanggan karena produk yang ditawarkan memiliki prospek pemasaran yang sangat baik (sangat potensial). Berdasarkan hasil analisis studi kelayakan bisnis yaitu pada salah satu aspek finansial dengan nilai NPV sebesar Rp 21.195.342,00 lebih besar dari 0 dan juga salah satu aspek non finansial yaitu aspek pasar dan pemasaran yang membandingkan rasio antara kompetitor dengan pelanggan dengan hasil 1 : 35.578 yang artinya sangat potensial.

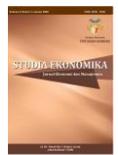


Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya agar dapat mengembangkan metode penelitian seperti wawancara langsung kepada responden untuk memperoleh data yang lebih berkualitas. Dan saran untuk *entrepreneur* yang akan mendirikan *startup* untuk melakukan penelitian studi kelayakan bisnis terlebih dulu, baik aspek finansial maupun non finansial, sehingga perusahaan dapat merencanakan dengan matang dan diterima masyarakat di pasar maka profit yang diharapkan dapat dicapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnieszka Skala, “*The Startup as a Result of Innovative Entrepreneurship, Digital Startups in Transition Economies*” (Cham: Springer International Publishing, 2019), Hal. 15.
- Antonio Ghezzi dan Angelo Cavallo, “Agile Business Model Innovation in Digital Entrepreneurship: Lean Startup Approaches,” *Journal of Business Research* 110, no. February 2017 (Maret 2020): Hal. 3.
- Bella Nadya Rachman, I Gede Mustika, dan I. G. A Wita Kusumawati, “Faktor yang berhubungan dengan perilaku konsumsi buah dan sayur siswa SMP di Denpasar,” *Jurnal Gizi Indonesia (The Indonesian Journal of Nutrition)* 6, no. 1 (2017): hal. 13.
- BKKBN, “*Generasi Millennial, Generasi Bonus Demografi*,” 2019, n. Diakses pada 05 April 2021, <https://www.bkkbn.go.id>.
- BPS, “*Hasil Sensus Penduduk 2020*”, Sensus Penduduk 2020, Hal. 1–18.
- D I Desa dan Rambah Hilir, “*GERMAS (Healthy Life Society Movement)*” 3, no. 1 (2020): 100–105.
- Dadang Husen Sobana, “*Studi Kelayakan Bisnis*” (Bandung: CV Pustaka Setia, 2018), Hal. 27-247.
- Daryanto dan Aris Dwi Cahyono. 2013. “*Kewirausahaan (Penanaman Jiwa Kewirausahaan)*”. Yogyakarta: Gava Media, Hal. 3-6.
- Dedi Purwana dan Nurdin Hidayat, “*Studi Kelayakan Bisnis*”, Cetakan 3 (Depok: Rajawali Pers, 2016), Hal. 5-56.
- Icha Pamela, “Perilaku Konsumsi Makanan Cepat Saji Pada Remaja Dan Dampaknya Bagi Kesehatan (Fast Food Consumption Behavior in Adolescent and ITS Impact for Health),” *Jurnal IKESMA* 14 (2018): hal. 144-147.
- J. Yasuha dan M. Saifi, “Analisis Kelayakan Investasi Atas Rencana Penambahan Aktiva Tetap (Studi kasus pada PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) Cabang Tanjung Perak Terminal Nilam),” *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 46, no. 1 (2017): Hal. 116.
- Jose Ramon Saura, Pedro Palos-Sanchez, dan Antonio Grilo, “Detecting Indicators for Startup Business Success: Sentiment Analysis Using Text Data Mining,” *Sustainability* 11, no. 3 (11 Februari 2019): Hal. 2.
- Kautsar Riza Salman dan Mochammad. Farid, “*Akuntansi Manajemen Alat Pengukur dan Pengambilan Keputusan Manajerial*”, (Jakarta: Indeks, 2017), Hal. 159.
- Kementerian Pertanian RI, “*Pengendalian Impor Untuk Kedaulatan Pangan*,” www.pertanian.go.id, 2017, n. Diakses pada 11 April 2021.
- Kia Ditlevsen, Peter Sandøe, dan Jesper Lassen, “Healthy food is nutritious, but organic food is healthy because it is pure: The negotiation of healthy food choices by Danish consumers of organic food,” *Food Quality and Preference* 71 (2019): Hal. 46-53.
- Lilis Sulastri, *Studi Kelayakan Bisnis Untuk Wirausaha*, LaGood’s, 2016, Hal. 7-109.



- =====
- Lisa Indriati dan Ferryanto, “Inovasi Dalam Desain Sustainable Packaging” Seed Phytonutrients dari L’Oreal, *Seminar Nasional Envisi 2020 : Industri Kreatif*, 2020, Hal. 84-85.
- Luis L. Martins, Violina P. Rindova, dan Bruce E. Greenbaum, “Unlocking the Hidden Value of Concepts: A Cognitive Approach to Business Model Innovation,” *Strategic Entrepreneurship Journal* 9, no. 1 (Maret 2015): Hal. 99.
- Margahana, “Urgensi Pendidikan Entrepreneurship Dalam Membentuk Karakter Entrepreneur Mahasiswa,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 17, no. 2 (2020): Hal. 178-181.
- Martin Geissdoerfer, Doroteya Vladimirova, dan Steve Evans, “Sustainable business model innovation: A review,” *Journal of Cleaner Production* 198 (2018): Hal. 407.
- Mary V. Gold, “Organic Production/Organic Food: Information Access Tools,” *U.S. Department of Agriculture*, 2018, Hal. 2.
- Mayura Surya et al., “Persepsi Konsumen Terhadap Bahan dan Desain Kemasan Jambu Kristal (Psidium guajava) Ramah Lingkungan,” *Jurnal BETA (Bio sistem dan Teknik Pertanian)* 9, no. 2 (2021): Hal. 2.
- Nano Prawoto dan Agus Basuki, “*Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS & EIEWS*”, Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2016, hal. 297.
- Ni Ketut Eugenia Shara Devi dan Ni Made Asti Aksari, “Pengaruh Persepsi Nilai, Persepsi Risiko Dan Sikap Terhadap Niat Membeli Kembali Pada Makanan Cepat Saji,” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 9, no. 1 (2020): Hal. 133.
- Organic Institute, Yayasan Alifa, dan Kombas, *Statistik Pertanian Organik Indonesia 2019*, *Journal of Chemical Information and Modeling*, vol. 53, 2019, hal. 7.
- Organic Trade Association (OTA). “*Organic Indonesia*”. [Globalorganictrade.com](http://globalorganictrade.com). Diakses pada 16 Desember 2020.
- PD Sugiyono, “*Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*”, (Bandung: CV. Alfabeta, 2017), Hal. 2-206.
- Pretty Handayani, “Analisis Capital Budgeting Terhadap Kelayakan Investasi Aktiva Tetap Pada J’waistewear Store (Studi Pakaian Di Bandar Lampung),” *Skripsi* (Universitas Lampung, 2017), Hal. 57-58.
- Ravindra V. Gadhawe et al., “Starch Based Bio-Plastics: The Future of Sustainable Packaging,” *Open Journal of Polymer Chemistry* 08, no. 02 (2018): hal. 21.
- Sedap Alami Resto, “Makanan Sehat Makin Dekat” www.sedapalami.com, n. Diakses pada 19 Juni 2021.
- Sekretariat LPPOM MUI, “Regulasi LPPOM MUI,” www.halalmui.org, n.d., n. Diakses pada 19 Juni 2021.
- Sekretariat Nasional SDGs, “Indikator SDGs 2030,” *SDGs Indonesia*, 2021, n. Diakses pada 16 Desember 2020, <http://sdgsindonesia.or.id/>.
- Suryana. “*Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*”, (Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2013), Hal. 23.
- Widi Astiti Lestari, “Kelayakan Perencanaan Usaha Kale di FAM Organic Kabupaten Bandung Barat,” *Skripsi*, 2017, 4–76.