

## ANALISIS KELAYAKAN USAHA MINUMAN BEST MANGO THAI DI PALANGKA RAYA

Jonathan Basewut<sup>1</sup>, Febri Wananda<sup>2</sup>, Arif Yaqin Hidayatullah<sup>3</sup>, Javier Nukat<sup>4</sup>,  
Muhammad Farras Nasrida<sup>5</sup>

[jonathanbasewut@gmail.com](mailto:jonathanbasewut@gmail.com)<sup>1</sup>, [febrizwan27@gmail.com](mailto:febrizwan27@gmail.com)<sup>2</sup>, [arifyaqinhidayatullah@gmail.com](mailto:arifyaqinhidayatullah@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[javiernukat12@gmail.com](mailto:javiernukat12@gmail.com)<sup>4</sup>

Universitas Palangkaraya

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the business feasibility of “Best Mango Thai”, a mango-based beverage business that adopts the concept of Thai fresh drinks. The feasibility analysis was conducted through five main aspects: technical, human resource management, marketing, financial, and environmental impact analysis (EIA). The study used a descriptive analysis method to evaluate the feasibility of the business. On the technical aspect, the analysis covered business location, inventory management, and facility design. The human resource management aspect showed simple but effective management with two employees who had been trained directly by the owner. The marketing aspect shows clear market segmentation with target consumers from various circles, supported by a comprehensive 4P (Product, Price, Place, Promotion) strategy. The conclusion of the research shows that the “Best Mango Thai” business is feasible to run, both from non-financial and financial aspects. All indicators of financial viability show values above the minimum standard, while non-financial aspects show good potential for business sustainability.*

**Keywords:** Feasibility Study, Thai Beverage, Financial Analysis, Business Management, EIA.

### PENDAHULUAN

Sebagai negara tropis, Indonesia kaya akan berbagai buah-buahan, salah satunya mangga mempunyai pasar yang potensial baik di dalam maupun luar negeri. Hal ini memberikan peluang bagi inovasi bisnis berbasis produk minuman mangga, seperti yang ditawarkan oleh “Best Mango Thai”. Produk ini menganut konsep minuman segar khas Thailand dengan bahan baku utama mangga. Tak hanya rasanya yang nikmat, namun juga memiliki citra yang menyehatkan dan menyegarkan, sejalan dengan tren masyarakat modern yang semakin mengejar minuman yang natural dan praktis. Dengan memanfaatkan tren ini, “Best Mango Thai” berupaya menyediakan produk menarik dengan kualitas bahan dan rasa yang unggul.

Best Mango Thai adalah usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang berfokus pada penyediaan minuman segar dan sehat dengan bahan olahan buah yang biasa disebut dengan jus (juice). Usaha ini didirikan pada tahun 2023, Best Mango Thai hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin sadar akan pentingnya gaya hidup sehat. Dengan menggunakan bahan-bahan alami yang berkualitas tanpa tambahan pengawet dan pewarna buatan. Untuk menjangkau pelanggan, Best Mango Thai menerapkan beberapa strategi pemasaran seperti menggunakan Instagram dan Tiktok untuk mempromosikan produk dengan foto menarik dan konten yang informatif.

Sebelum merealisasikan atau mengembangkan usaha tersebut, penting untuk melakukan analisis kelayakan secara menyeluruh untuk memahami berbagai aspek yang berperan dalam keberhasilan usaha tersebut. Menurut Jogiyanto (2005), analisis kelayakan ini mencakup seluruh aspek yang berhubungan langsung dengan operasi, manajemen, pemasaran, keuangan dan lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kelayakan bisnis “Mangga Thailand Terbaik” melalui lima aspek utama yaitu teknologi,

manajemen sumber daya manusia, pemasaran, keuangan dan analisis dampak lingkungan (AMDAL).

Aspek pertama yang dikaji adalah aspek teknis, yang meliputi unsur teknis atau operasional kegiatan usaha. Jogiyanto (2005) menyatakan aspek teknis menyangkut perangkat keras, perangkat lunak, prosedur dan sumber daya manusia yang mendukung proses operasi sistem. Lebih lanjut O'Brien dan Marakas (2011) menekankan pentingnya infrastruktur teknis, termasuk peralatan dan teknologi produksi, untuk menjamin kelancaran produksi. Dalam bisnis Mangga Thailand Terbaik, pemilihan alat dan teknik yang tepat sangat penting untuk efisiensi produksi dan kualitas produk akhir.

Aspek selanjutnya adalah manajemen sumber daya manusia (SDM), yang mencakup proses perekrutan, pelatihan, dan pengembangan karyawan untuk mencapai tujuan bisnis sebaik-baiknya (Dessler, 2020). Mathis dan Jackson (2019) menekankan pentingnya perencanaan sumber daya manusia untuk memastikan ketersediaan tenaga kerja sesuai permintaan. Armstrong dan Taylor (2020) menyatakan rekrutmen dan seleksi merupakan langkah penting dalam memperoleh pegawai yang kompeten, sedangkan Noe et al. (2018) menekankan pengembangan keterampilan karyawan melalui pelatihan sebagai investasi jangka panjang. Dalam bisnis ini, manajemen sumber daya manusia juga mencakup manajemen kinerja untuk memastikan setiap karyawan berkontribusi dalam mencapai tujuan bisnis.

Aspek pasar dan pemasaran merupakan faktor penting lainnya, dengan fokus menganalisis kondisi pasar dan strategi pemasaran untuk memperluas daya tarik produk. Kotler dan Keller (2021) meyakini bahwa memahami kebutuhan konsumen dan menentukan strategi pemasaran yang efektif dapat meningkatkan daya saing perusahaan. Hal ini meliputi analisis pasar, segmentasi pasar, dan penerapan bauran pemasaran (4P) yaitu produk, harga, tempat, dan promosi (McCarthy & Perreault, 2018). Strategi pemasaran yang tepat dapat membantu "Best Mango Thai" menarik perhatian konsumen khususnya generasi muda sebagai target pasar utama.

Selanjutnya, aspek finansial berperan untuk mengevaluasi kelayakan ekonomi dari usaha ini, yang mencakup perencanaan, pengelolaan, dan pengalokasian sumber daya keuangan. Brigham dan Houston (2019) menyatakan bahwa aspek finansial meliputi perolehan dana, analisis kelayakan investasi, serta manajemen modal kerja yang diperlukan untuk menjaga operasional bisnis tetap berjalan. Ross, Westerfield, dan Jordan (2018) menekankan pentingnya perencanaan keuangan untuk mencapai tujuan jangka panjang. Evaluasi ini akan mencakup perkiraan biaya, proyeksi pendapatan, dan analisis risiko finansial yang membantu dalam menentukan profitabilitas usaha.

Terakhir, aspek AMDAL (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan) sangat penting dalam menjalankan usaha yang berkelanjutan. Menurut Undang-Undang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (UU No. 32 Tahun 2009), setiap usaha yang memiliki potensi dampak lingkungan wajib mempertimbangkan aspek AMDAL dalam operasionalnya. Hal ini meliputi kajian dampak fisik-kimia, dampak biologis, serta dampak sosial-ekonomi-budaya dari kegiatan usaha. Dengan memperhatikan aspek AMDAL, "Best Mango Thai" berkomitmen untuk menjalankan bisnis yang bertanggung jawab terhadap lingkungan sekitar serta meminimalkan potensi pencemaran lingkungan akibat limbah produksi.

Dengan mengkaji lima aspek utama ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran lengkap mengenai kelayakan usaha "Best Mango Thai" dan mengidentifikasi peluang serta tantangan yang mungkin dihadapi di pasar Indonesia. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan panduan yang bermanfaat bagi pengembangan bisnis "Best Mango Thai" dan menjadi referensi bagi pelaku usaha lain di bidang serupa.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian deskriptif ini. Dimana analisis ini bertujuan untuk mengetahui tentang aspek – aspek kelayakan usaha Best Mango Thai yang meliputi aspek kelayakan teknis, aspek sumberdaya manusia, aspek pemasaran, aspek finansial, dan aspek AMDAL. Adapun kriteria atau teknik yang bisa digunakan untuk menentukan kelayakan suatu usaha atau investasi antara lain: Average Rate of Return (ARR), Payback Peroid (PP), Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), dan Probability Index (PI).

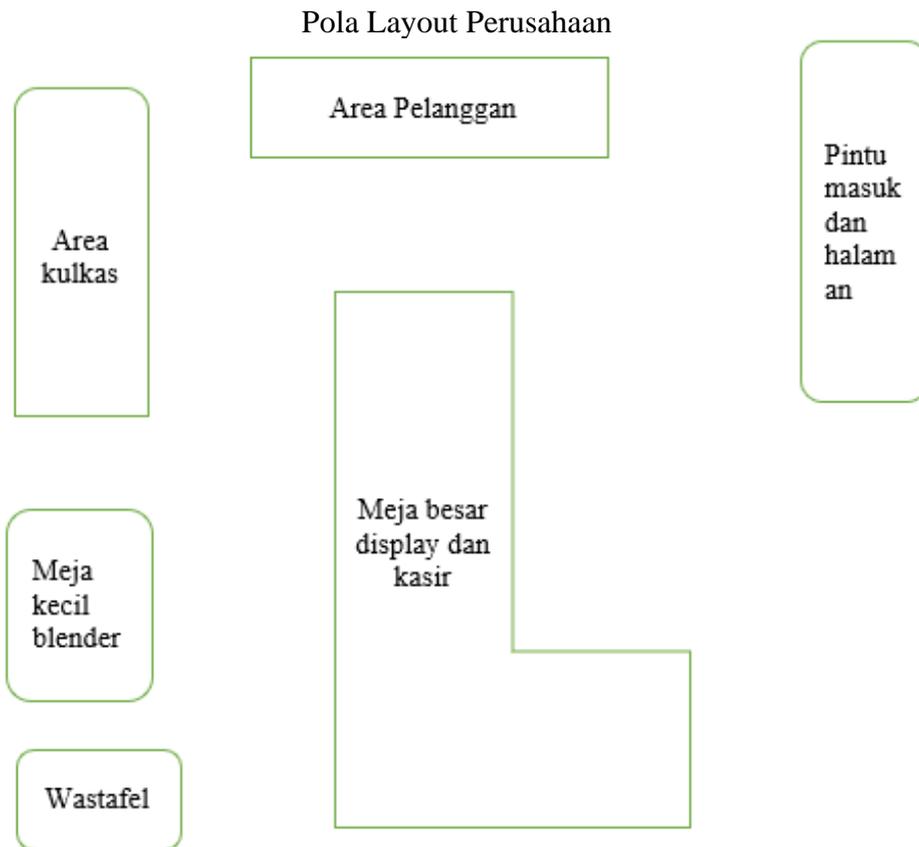
## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Aspek Teknis**

Dalam penentuan lokasi usaha Best Mango Thai terdapat beberapa hal yang menjadi aspek penting seperti, memilih lokasi dengan lalu lintas tinggi apabila semakin banyak orang yang lewat semakin besar peluang penjualan, melihat keberadaan pesaing di sekitar lokasi jika ada banyak usaha minuman smoothies maka akan mpemertimbangkan untuk mencari lokasi lain, memastikan lokasi mudah diakses oleh pelanggan seperti tempat parkir dan akses transportasi umum menyesuaikan ukuran tempat dengan anggaran dan rencana bisnis untuk memastikan biaya sewa sebanding dengan potensi pendapatan.

Dalam hal manajemen persediaan bahan baku di pasok secara segar dan disimpan di lemari pendingin sebelum diolah. Bahan baku yang didapat berasal dari toko buah yang sudah lama menjadi langganan dari Best Mango Thai. bahan baku yang digunakan merupakan bahan baku yang cukup berkualitas. Kualitas dari bahan mentah yang dijual di Best Mango Thai sudah sangat baik karena setiap hari bahan mentah yang dipakai selalu fresh dan juga dicek sebelum di olah sehingga makanan yang disajikan juga berkualitas baik. Proses pengolahan minuman dibuat saat ada konsumen yang beli.

Dalam hal desain fasilitas dan layout, Setiap langkah produksi yang dilakukan oleh saudara Febri Wananda selaku pemilik usaha Best Mango Thai. Bahan baku yang digunakan oleh UMKM Best Mango Thai sudah disortir oleh pengepul sehingga saudara Febri Wananda tidak perlu melakukan sortirasi bahan baku. Setelah memenuhi standar penerimaan dan penggunaan bahan baku maka akan dimasukkan ke dalam kulkas penyimpanan bahan baku atau langsung diolah. Bahan baku harus dicuci hingga bersih agar aman dan bagus di konsumsi oleh para pembeli. Setelah dicuci bahan baku utama berupa buah-buahan terutama buah mangga, alpukat, dan buah naga dikupas terlebih dahulu sebelum dimasukkan ke dalam blender. Buah-buahan yang sudah di kupas akan dimasukkan ke dalam blender untuk dibuat smoothies dengan beberapa tambahan seperti SKM, air gula, dan susu putih. Pada UMKM ini pemackingan dilakukan dengan gelas yang berukuran lalu dilanjutkan dengan plastik kecil disertai dengan sendok plastik sekali digunakan.



### **Aspek Manajemen SDM**

Manajemen pelaksanaan usaha Best Mango Thai saat ini masih dikelola dengan sederhana dimana pembuatan minuman masih dilakukan sendiri oleh pemilik dengan dibantu dua orang sebagai karyawan namun demikian pola pegaturan dan prosedur kerja telah diatur sedemikian rupa sehingga dapat dikatakan operasional Best Mango Thai telah memenuhi unsur dasar dari manajemen pengelolaan usaha. Sumber daya yang ada yaitu dua orang karyawan yang membantu pemilik dan telah diberikan pengetahuan secara langsung oleh pemilik yaitu bagaimana mencampur minuman bagaimana mengemas dan bagaimana menggunakan mesin kemasan minuman dengan baik dan rapi.

Prosedur dan tata cara pelaksanaan pekerjaan telah dilakukan dengan baik dan benar sehingga hal tersebut dapat dilihat jika pengelolaan sumber daya manusia secara sederhana sudah dapat dikatakan jika SDM telah dikelola dengan baik menggunakan prinsip-prinsip dasar pengelolaan SDM yang berlaku. Berdasarkan pada praktek manajemen dan pengelolaan SDM pada Best Mango Thai saat ini hal ini dapat menjadi pijakan yang kuat dalam pengembangan manajemen dan pengelolaan SDM jika Best Mango Thai dapat dikembangkan sebagai sebuah usaha yang semakin besar dan profesional kedepannya. Dilihat dari dasar-dasar yang ada tersebut maka hal ini menunjukkan jika secara manajemen dan pengelolaan SDM Best Mango Fruits layak untuk

### **Aspek Pasar**

Aktivitas membagi suatu pasar jadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang mempunyai kebutuhan, ciri, ataupun perilaku yang berbeda yang bisa jadi memerlukan produk ataupun bauran pemasaran yang berbeda. Variabel yang digunakan untuk memastikan segmentasi pasar yaitu dari geografi dan demografi, pada segmentasi geografis Best Mango Thai memiliki target pasar warga sekitar karena pemasaran smoothies ini ditujukan pada orang-orang tertentu penyuka minuman rasa buah. Segmentasi Demografis, target pasar untuk segmentasi demografis ini sangat luas mulai

anakanak hingga orang dewasa. Untuk outlet di, Jl. Seth Adji Induk Palangka Raya ini target pasar berdasarkan pekerjaan yaitu mulai pelajar hingga orang dewasa. karena lokasi yang dekat dengan jalan raya, dan sekolah dan bisa dikatakan sangat terjangkau.

Setelah segmen pasar dimana dalam perihal ini kita mengambil segmen tingkat sosial, maka berikutnya segmen tingkat social menengah dasar akan menjadi sasaran ataupun target pemasaran. Dalam hal positioning produk, Best Mango Thai ini akan kita posisikan sebagai produk minuman yang sedikit populer tetapi harga terjangkau oleh masyarakat bawah (murah). Positioning ini mengacu pada teori dimana positioning produk harus jelas, berbeda serta mempunyai nilai lebih. Bauran pemasaran (4P).

a. Product (Produk)

Produk yang terdapat pada Best Mango Thai yaitu minuman smoothies buah. Pengemasan minuman itu menggunakan gelas plastik. Produk yang dijual Best Mango Thai ini sudah terjamin rasanya karena banyaknya pelanggan yang membeli minuman tersebut.

b. Price (Harga)

Harga produk yang ada di Best Mango Thai mulai dari harga 15.000 ribu.

c. Place (Tempat)

UMKM Best Mango Thai yang berlokasi di Jl. Seth Adji Induk Palangka Raya. Lokasi Best Mango Thai ini sangat strategis karena berdekatan dengan jalan raya dan juga sekolah. Hal tersebut cukup menguntungkan pemilik usaha karena banyaknya orang yang melintas.

d. Promotion (Promosi)

Promosi adalah cara untuk mempromosikan atau mempublikasikan produk kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Produk produk Best Mango Thai menggunakan media sosial dan membuat beberapa konten video untuk produk ini di berbagai aplikasi seperti instagram, tiktok, dan whatsapp.

**Aspek Finansial**

UMKM Best Mango Thai pada proses pendirian usahanya menggunakan modal sebesar Rp.,15.0000.000 seluruh modal merupakan modal pribadi dari pemilik usaha. Setiap tahun pemilik usaha mengeluarkan pajak penghasilan sebesar 0 % dan pengembalian tingkat bunga (modal) yang diinginkan oleh perusahaan sebesar 100%.

Tabel 1. Rincian Biaya Tetap pada UMKM Best Mango Thai

NO	BARANG	VOLUME	SATUAN	HARGA	UMUR EKONOMIS	PENYUSUTAN
1	Meja besar	1	2.000.000	2.000.000	5	400.000
2	Meja Kecil	1	200.000	200.000	5	40.000
3	Meja pelanggan	2	75.000	150.000	5	30.000
4	Kulkas	1	3.000.000	3.000.000	15	200.000
5	Blender	3	200.000	600.000	7	85.714,28
6	Mixer	1	200.000	200.000	7	28.571,42
7	Kipas angin	2	400.000	800.000	5	160.000
8	Payung	1	200.000	200.000	5	40.000
9	Kursi kecil	4	50.000	200.000	5	40.000
10	Kursi sedang	5	50.000	250.000	5	50.000
11	Kompor	1	200.000	200.000	10	20.000
12	Sapu	1	30.000	30.000	5	6.000
13	Pel	1	40.000	40.000	5	8.000
	Total					1.108.285,32

Tabel 2. Biaya Variable pada UMKM Best Mango Thai per bulan

NO	Bahan baku	Volume/Kg	Harga
1	Mangga	10kg	350.000
2	Naga	5kg	75.000
3	Stroberi	10kg	180.000
4	Alpukat	5kg	250.000
5	Bubuk coklat	1	60.000
6	Bubuk redvelvet	1	65.000
7	Bubuk greentea	1	65.000
8	Sedotan	1	40.000
9	Sendok	1	65.000
10	Gelas plastik	1	180.000
11	Plastik	1	40.000
12	Sewa tempat	1/hari	41.095,89
13	Gaji	3/hari	150.000
	Total		1.561.095,89

Cash Flow UMKM Best Mango Thai

Tahun	EAT	Penyusutan	Kas Bersih	df 0%	PV Kas Bersih
2023	143.629.797	1.108.285,32	144.738.082	0	144.738.082
2024	143.629.797	1.108.285,32	144.738.082	0	144.738.082
	287.259.594		289.476.164		289.476.164

**PP (Payback Periode)**

$129.738.082 / 144.738.082 \times 12 = 10,5$  hari dari perhitungan diketahui bahwa modal atau investasi dari UMKM Best Mango Thai ini akan kembali dalam jangka waktu 10,5 hari.

**ARR (Average Rate of Return)**

$57.451.959,4 / 7.500.000 \times 100\% = 766,02$  dari hasil perhitungan ARR diperoleh sebesar 766,02 dapat diartikan bahwa usaha best mango thai ini layak, karena nilai ARR lebih tinggi dari tingkat suku bunga.

**NPV (Net Present Value)**

$NPV = \text{total PV kas bersih} - \text{total PV investasi} = 289.476.164 - 15.000.000 = 274.476.164$  berdasarkan perhitungan diperoleh nilai NPV sebesar 274.476.164 artinya usaha yang dilakukan UMKM Best Mango Thai layak untuk dilanjutkan karena nilai NPV bernilai positif.

**PI (Profitability Index)**

$PI = \text{Total PV Kas Bersih} / \text{Total Investasi} = 289.476.164 / 15.000.000 = 19,29$  berdasarkan hasil perhitungan diatas didapatkan hasil nilai PI sebesar 19,29 kali lebih besar dari 1 artinya bisnis investasi menguntungkan bagi UMKM Best Mango Thai.

**Aspek Amdal**

Aspek Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) sangat penting dalam perencanaan dan pelaksanaan suatu usaha, termasuk dalam bisnis smoothies, terutama jika bisnis tersebut berpotensi menimbulkan dampak lingkungan yang signifikan. Produksi smoothies memerlukan air untuk mencuci buah-buahan dan peralatan serta memastikan sumber air bersih tersedia dan atur penggunaan air agar tidak berlebihan. Selain itu, dengan adanya usaha ini dapat memberikan dampak positif juga bagi masyarakat sekitar berupa pendapatan karena usaha smoothies ini membutuhkan tenaga kerja dalam

melakuka kegiatan usahanya.

## **KESIMPULAN**

1. Berdasarkan hasil analisis pada aspek non keuangan, usaha Best Mango Thai dapat dikatakan layak untuk dijalankan. Hal ini dapat dilihat dari semua aspek non keuangan yang terdiri dari aspek teknis, aspek manajemen sdm, aspek pasar dan aspek amdal semua menunjukkan bahwa investasi usaha Best Mango Thai layak untuk dilaksanakan.
2. Berdasarkan hasil analisis dari aspek keuangan, aspek finansial menghasilkan data keuangan yang menunjukkan bahwa usaha Best Mango Thai layak untuk dilaksanakan. Hal ini dapat dilihat dari nilai PP sebesar 10.5, Nilai ARR sebesar 766,02, Nilai NPV sebesar 274.476.164 dan Nilai PI sebesar 19,29. Dari seluruh hasil perhitungan diatas menunjukkan nilai standar kelayakan usaha sehingga dapat disimpulkan bahwa investasi usaha Best Mango Thai layak untuk dilaksanakan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Alfajri, I., Latief, F., Widiawati, A., & Ummul, A. (2023). Malomo: Jurnal Manajemen dan Akuntansi ANALISIS KELAYAKAN USAHA MINUMAN DAENG FRUIT'S DI MAKASSAR (Vol. 1, Issue 1).

BAB II. (n.d.).

Bandung, D. K. (n.d.). Artikel Jurnal Ilmiah Analisis Kelayakan Usaha Mobile Carwash.

Feasibility Analysis of Independent Tofu Business in Kotangan Village, Galang District, Deli Serdang Regency. In JIPERTA (Vol. 2, Issue 1).

<http://jurnalmahasiswa.uma.ac.id/index.php/jiperta>

Hal. (n.d.). TKT111-Sistem Lingkungan Industri Materi #12.

Kelayakan, A., Tahu, U., Desa, M., Kecamatan, K., Kabupaten, G., Serdang, D., Aydra, M. D., Kuswardani, R. A., & Lubis, M. M. (2020).

LANDASAN TEORI. (n.d.).