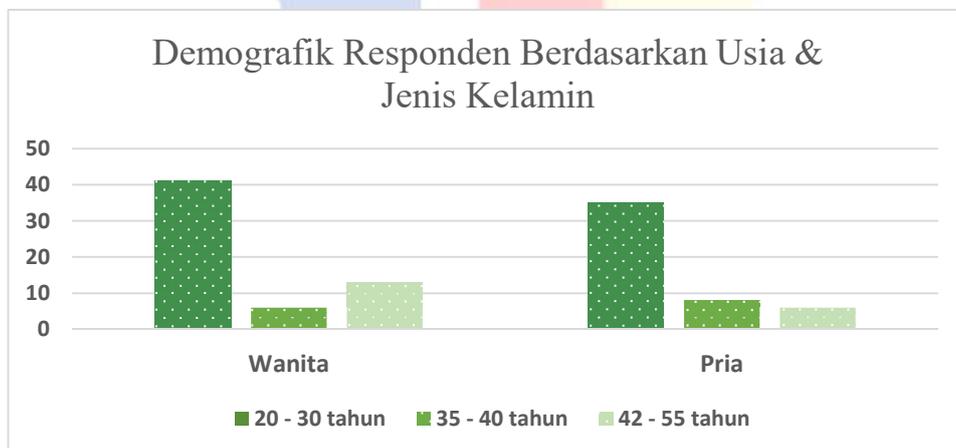


III. STUDI KELAYAKAN

Dari 110 responden yang mengisi survey *House of Edamame*, terdapat sebanyak 50 orang responden pria dan 60 orang responden wanita yang didominasi oleh usia 20 – 30 tahun. Sebagian besar responden berdomisili di daerah Jakarta Barat dan sebanyak 68 responden juga menyatakan bahwa mereka belum pernah mencoba susu olahan kacang edamame sebelumnya dan sebanyak 42 responden pernah mencoba susu edamame. Sebanyak 32 responden dari yang sudah pernah mencoba susu edamame menyatakan bahwa brand susu edamame yang mereka konsumsi sebelumnya adalah brand Su-Nut dimana brand tersebut merupakan brand susu edamame yang saya buat terlebih dahulu sebelum *House of Edamame* ini, dan 10 responden lainnya pernah mencoba susu edamame dari brand Aeon, Carefour dan Yeo's.

Sebanyak 32 responden dari 110 responden yang telah mencoba produk dari House of Edamame menyatakan bahwa rasa, tekstur kekentalan, tingkat kemanisan dari produk ini sudah sesuai dan harga yang *House of Edamame* berikan yaitu susu edamame original seharga Rp.19.500 dan susu edamame *barley* seharga Rp.22.000 juga sudah sesuai.



Berdasarkan hasil survey ini menyatakan bahwa produk susu edamame ini memiliki peluang yang cukup besar karena masih banyak konsumen diluar sana yang belum pernah mencoba susu olahan kacang edamame dan sebagian besar target pasar sudah cukup mengenal karakteristik susu edamame produk *House of Edamame* dari brand sebelumnya yaitu Su-Nut.

IV. SOLUSI

IV.1. Konsep Bisnis & Spesifikasi Produk/Jasa

IV.1.1. *Value* Produk

House of Edamame memutuskan untuk membuat produk ini karena melihat kendala yang seringkali dialami oleh seseorang saat mulai memasuki usia lanjut yaitu masalah yang berhubungan dengan kekuatan tulang mereka tetapi tetap ingin memenuhi kebutuhan kalsium harian mereka dengan cara yang sederhana namun berkhasiat pada kesehatan mereka. Beberapa solusi utama yang akan *House of Edamame* berikan :

- 01 **Memenuhi kebutuhan kalsium, protein & isoflavon untuk membantu menjaga kekuatan tulang**
- 02 **Memudahkan setiap orang untuk mendapatkan khasiat dari edamame tanpa perlu mengolahnya lagi.**
- 03 **Semua produk dipastikan segar karena merupakan olahan sendiri**
- 04 **Hanya melayani *pre-order*, karena tidak melakukan stok pada produk**

IV.1.2. Key Activities

Sebelum mulai menjalani Bisnis ini ada beberapa hal penting yang harus di persiapkan untuk menjalankan bisnis ini dengan baik yang pertama adalah desain dari produk itu sendiri baik design logo, penampilan produk, termasuk tema konsep utama dari produk ini, karena penampilan dari sebuah *packaging* produk sangatlah membantu meningkatkan daya jual dan ketertarikan konsumen terhadap produk tersebut. Kemudian pengembangan dari produk tersebut dimulai dari kandungan bahan-bahan, proses pengolahannya, rasa yang dihasilkan dari hasil penggabungan bahan-bahan tersebut. Tidak hanya fokus pada pemaksimalan kualitas produk, tetapi juga proses pendistribusian dan pemasaran produk yang tidak kalah penting untuk diperhatikan.

IV.2. Proses Produksi/Jasa

Susu kacang Edamame ini terdiri beberapa bahan dasar utama yakni sari kacang Edamame itu sendiri, sari buah kurma sebagai pemanis alami dan juga *barley* beserta dengan air rebusan dari *barley* tersebut. Ketiga bahan utama ini akan diolah secara terpisah sebelum pada akhirnya dicampurkan sesuai dengan takaran yang sudah dipersiapkan.

IV.2.1. Susu Edamame

Ada beberapa hal penting yang harus diperhatikan dengan detail dalam proses pembuatan susu edamame ini agar hasil yang didapatkan bisa maksimal. Beberapa tahapan penting yang harus dilalui untuk mendapatkan susu edamame yang terbaik seperti perendaman, ekstraksi, penyaringan, penambahan bahan dan pematangan. Setiap tahapannya memiliki peranan penting, maka tidak boleh ada satu pun tahapan yang terlewatkan saat produksi.



Gambar IV.1 Alur Proses Pembuatan Susu Edamame

Sumber ; Olahan sendiri (2020)

IV.2.2. Sari Kurma

Pembuatan sari kurma memerlukan ketelitian karena seperti pembuatan susu edamame, proses pembuatan sari kurma ini juga perlu melewati beberapa tahap penting yang tidak boleh di lewatkan seperti sortasi, pematangan, ekstraksi dan penyaringan. Semua proses harus diikuti dengan baik karena proses ini dapat mempengaruhi rasa, kualitas sari kurma maupun tekstur akhir yang dihasilkannya.



Gambar IV.2 Alur Proses Pembuatan Sari Kurma

Sumber : Olahan sendiri (2020)

IV.2.3. Air Barley

Begitu juga dengan pengolahan *barley*, terdapat beberapa tahapan penting dalam proses pengolahannya seperti perendaman, pencucian, pematangan, dan pendinginan. Dalam hal ini kebersihan dan pendinginanlah yang menjadi sorotan utama pada saat mengolah biji *barley* ini, supaya waktu penyimpanan produk ini bisa bertahan lebih lama.



Gambar IV.3 Alur Proses Pengolahan Barley

Sumber : Olahan sendiri (2020)

IV.3. Harga Pokok Penjualan

Tabel IV.1 HPP Susu Edamame Original

HPP Susu Edamame <i>Original</i>				
Barang	Jumlah	Harga		Catatan
Kacang Edamame	1 kg	Rp	14.000	
Buah kurma	100 gr	Rp	14.000	
Daun pandan	2 pcs	Rp	200	
Garam	1 sdt	Rp	500	
Air Aqua	1,6 ltr	Rp	2.500	
packaging	7 pcs	Rp	1.400	
Botol	7 pcs	Rp	8.400	
TOTAL		Rp	41.000	Untuk 7 botol
Harga / botol		Rp	5.857	Untuk 1 botol
		Rp	5.900	Pembulatan

Sumber : Olahan sendiri (2020)

Tabel IV.2 HPP Susu Edamame Barley

HPP Susu Edamame <i>Barley</i>				
Barang	Jumlah	Harga		Catatan
Kacang Edamame	1 kg	Rp	14.000	
Buah kurma	100 gr	Rp	14.000	
Biji barley	200 gr	Rp	11.900	
Daun pandan	2 pcs	Rp	200	
Garam	1 sdt	Rp	500	
Air Aqua	1,6 ltr	Rp	2.500	
Packaging	9 pcs	Rp	1.800	
Botol	9 pcs	Rp	10.800	
TOTAL		Rp	55.700	
Harga / botol		Rp	6.189	Untuk 1 botol
		Rp	6.200	Pembulatan

Sumber : Olahan sendiri (2020)

IV.3.1. Margin dan Harga Jual

Tabel IV.3 Rencana Harga Jual Produk

Rencana Harga Jual				
Produk	Modal	Margin	Harga jual	Pembulatan
Susu Edamame <i>Original</i>	Rp 5,900.00	330%	Rp 19,470	Rp 19,500
Susu Edamame <i>Barley</i>	Rp 6,200.00	355%	Rp 22,010	Rp 22,000

Sumber : Olahan sendiri (2020)

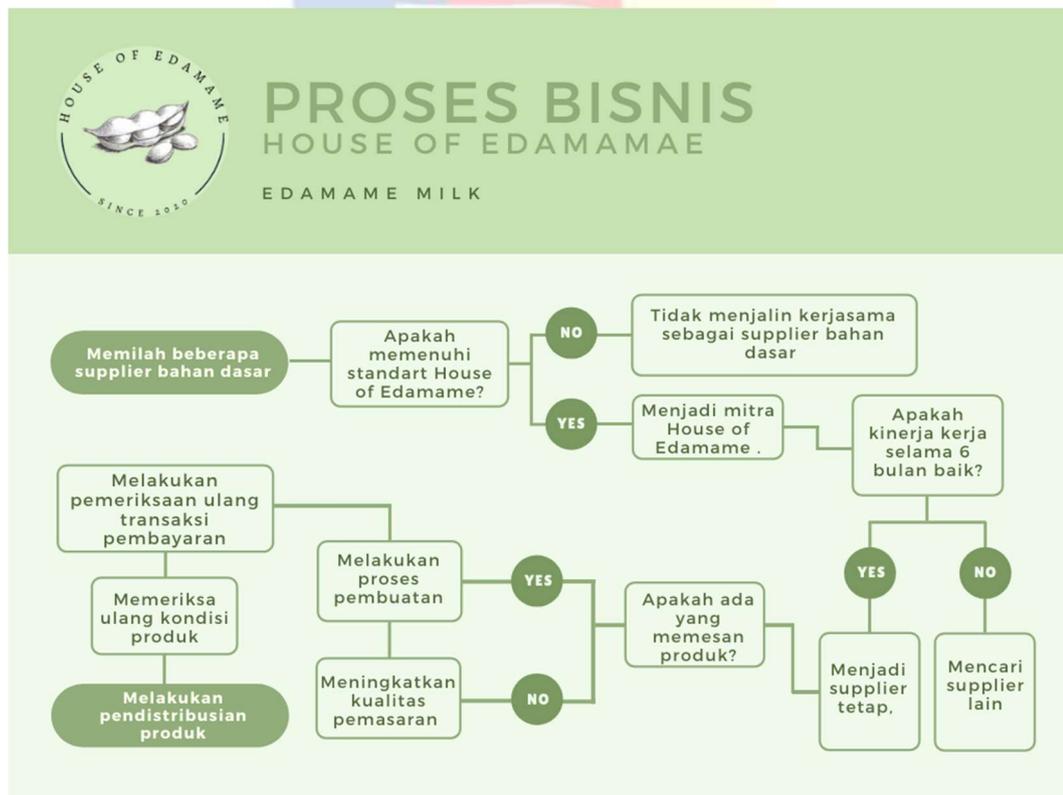
IV.4. Pihak Terkait Lainnya: Mitra / *Supplier*

House of Edamame akan bekerja sama dengan beberapa perusahaan seperti Gojek, Grab, dan *Help*, terutama untuk membantu dalam hal menghubungkan produk *House of Edamame* dengan konsumen dan dalam hal pendistribusian produk hingga sampai ke tangan konsumen agar tetap dalam kondisi yang baik.

Kemudian *House of Edamame* juga akan bekerja sama dengan PT. Agrapana Food dan PT. Total Harvest Cemerlang sebagai mitra untuk supplier kacang edamame segar di setiap bulannya kemudian PT. Grain Millers sebagai supplier *barley* dan juga dengan PT. Al Bayan sebagai supplier buah kurma yang menjadi bahan dasar utama dari produk minuman ini.

IV.5. Alur Proses Bisnis

Sebelum bisnis ini berjalan, *House of Edamame* sudah memilah beberapa target supplier untuk keperluan bahan dasar berupa kacang edamame, kurma, dan *barley*. Namun perlu dipastikan bahwa setiap supplier tersebut dapat memenuhi seluruh kebutuhan *House of Edamame* dengan baik dan membuat perjanjian kerjasama sebelum akhirnya ditetapkan menjadi supplier tetap yang akan terus dipantau kualitas bahan dan kinerja kerjanya setiap 6 bulan sekali.



Gambar IV.4 Alur Proses Bisnis House of Edamame

Sumber :Olahan sendiri (2020)

Setelah seluruh proses yang berhubungan dengan bahan untuk membuat produk ini, dilanjutkan dengan kegiatan pemasaran produk hingga dapat menarik perhatian dari para konsumen melalui beberapa cara sesuai dengan yang tercantum dalam bagian

strategi pemasaran. Pemesanan dapat dilakukan melalui aplikasi Grab & Gojek melalui fitur “*Go-food*” dan “*Grab-food*”.

Tidak hanya menggunakan aplikasi “*Go-food*” dan “*Grab-food*”, tetapi juga menerima pesanan melalui Instagram dengan teknik pemesanan yang sama seperti pemesanan melalui fitur “*Go-food*” dan “*Grab-food*”. Produk akan dikirim 2 – 3 hari setelah konsumen sudah melakukan pembayaran yang akan di kontrol oleh admin *House of Edamame* untuk pemesanannya beserta pembayarannya dan juga bekerja sama dengan aplikasi *help* dalam hal pendistribusiannya hingga akhirnya produk tersebut sampai ke tangan konsumen dengan baik.

