

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Prevalensi Anemia Remaja Putri**

Data Riskesdas 2018, prevalensi anemia di Indonesia tercatat sebesar 23,7%. Angka ini mengalami penurunan menjadi 16,2% berdasarkan data SKI 2023. Anemia lebih sering ditemukan pada perempuan dibandingkan laki-laki, baik dikalangan remaja maupun dewasa, dengan proporsi mencapai 18% pada perempuan dan 14,5% pada laki-laki (SKI, 2023). Survei Kesehatan Nasional juga mengungkapkan bahwa prevalensi anemia di daerah pinggiran kota lebih tinggi dibandingkan di wilayah perkotaan, menurut hasil SKI 2023 prevalensi anemia di pedesaan mencapai 16,9% sedangkan di perkotaan mencapai 15,6%.

Anemia merupakan kondisi dimana jumlah eritrosit dalam tubuh berkurang, yang ditandai dengan rendahnya kadar hemoglobin, hematokrit, serta jumlah eritrosit. Normalnya, kadar hemoglobin pada perempuan berkisar antara 12 - 16 g/dl. Zat besi sendiri merupakan komponen penting dalam pembentukan hemoglobin, sehingga jika kekurangan asupan zat besi dapat menyebabkan penurunan kadar hemoglobin dalam tubuh. Proses pembentukan hemoglobin juga memerlukan kecukupan zat besi dan protein dalam tubuh. Asupan makanan sehari-hari yang rendah kandungan zat besinya menjadi salah satu faktor utama penyebab anemia. Secara umum, pola konsumsi makanan sangat berhubungan dengan status gizi seseorang. Jika makanan yang dikonsumsi bernutrisi baik, status gizi pun akan baik. Sebaliknya, jika nilai gizi makanan rendah, hal tersebut dapat menyebabkan kekurangan gizi yang berpotensi menimbulkan anemia (Nasrudin dkk, 2021).

Anemia gizi besi pada remaja putri memiliki risiko lebih tinggi karena dapat menurunkan daya tahan tubuh, sehingga mereka jadi lebih rentan terhadap berbagai masalah kesehatan. Hal ini disebabkan oleh menstruasi bulanan serta masa pertumbuhan yang meningkatkan kebutuhan akan asupan zat besi. Selain itu, ketidakseimbangan asupan nutrisi juga ikut berkontribusi terhadap tingginya resiko anemia di kalangan remaja putri (Minarfah dkk, 2021).

### **B. Formulasi Cookies Tepung Hati Ayam dan Tepung Kedelai**

Cookies adalah jenis makanan ringan yang populer di kalangan masyarakat. Makanan ini dapat dinikmati kapan saja, mudah dibawa ke mana saja, dan memiliki umur simpan sekitar satu tahun. Cookies sering kali dijadikan camilan di samping makanan utama. Selain itu, cookies juga termasuk dalam kategori kue kering yang banyak disukai oleh remaja putri sebagai camilan (Annisa dkk, 2023). Secara umum, cookies terbuat dari bahan dasar, yaitu tepung terigu, gula, telur, baking powder, dan susu. Kualitas cookies dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah pemilihan dan penimbangan bahan, alat yang digunakan dalam proses pembuatan, teknik pencampuran bahan, hingga metode pengemasan produk akhir (Rahmawati dkk, 2021).

Cookies dapat diperkaya dengan berbagai bahan makanan lain untuk meningkatkan nilai gizinya. Menambahkan hati ayam yang kaya zat besi (7,16 mg per 100 g), magnesium, vitamin C, vitamin B12, dan asam folat kedalam resep cookies dapat membantu mencegah anemia (Malichati *et all*, 2018). Hati ayam berperan sebagai sumber penambah darah. Kandungan zat besi dalam hati ayam

sangat penting untuk meningkatkan kadar hemoglobin, yang berfungsi membawa oksigen ke seluruh tubuh, sehingga dapat mencegah terjadinya anemia (Rohmalia dkk, 2023). Selain hati ayam, kedelai juga bermanfaat untuk mengatasi anemia dan kaya akan zat besi. Kandungan protein dan zat besi pada kedelai dapat merangsang produksi sel darah merah, sehingga dapat membantu proses pengobatan anemia dengan kandungan zat besi pada kacang kedelai mencapai 8 mg per 100 gram (Ariani dkk, 2022).

Seiring dengan perkembangan zaman, muncul berbagai variasi cookies, seperti modifikasi resep, bahan, bentuk, warna, dan rasa. Salah satu variasi yang paling umum dilakukan adalah pada penggunaan bahan. Pemilihan bahan dalam pembuatan cookies dapat mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan. Pembahasan mengenai bahan pangan formulasi cookies dari tepung hati ayam dan tepung kedelai sebagai berikut:

#### 1. Tepung Kedelai

Tepung kedelai dipilih karena memiliki keunggulan, yakni kandungan protein yang lebih tinggi sekitar 50% dibandingkan dengan produk kedelai segar, dapat menghilangkan rasa langu, dan membantu meningkatkan daya simpan. Kacang kedelai mengandung zat anti gizi berupa asam fitat, yang dapat dihilangkan dengan mengolah kacang kedelai menjadi tepung. Oleh karena itu, pengolahan kedelai menjadi tepung menjadi alternatif yang efektif untuk memperpanjang masa simpan dan meningkatkan manfaat dari tepung kedelai (Astawan dkk, 2016).

Tepung kedelai memiliki kemampuan sebagai bahan pengikat yang efektif karena kandungan pati dan protein di dalamnya dapat mengikat air. Protein pada

kedelai mengandung asam amino esensial dalam jumlah yang seimbang dan cukup banyak, yang dapat menutupi kekurangan lisin yang umumnya ada pada beras dan jagung. Selain itu, kemampuan tepung kedelai dalam mengikat air juga dapat membantu menghambat pertumbuhan mikroorganisme dan mengurangi aktivitas bakteri (Laurentzy, 2021).

## 2. Tepung Hati Ayam

Hati ayam berfungsi sebagai tempat penyimpanan zat besi di dalam tubuh, sehingga hati ayam memiliki kandungan zat besi yang tinggi. Kandungan ini menjadikannya sumber nutrisi yang efektif untuk membantu mencegah dan mengatasi anemia, karena zat besi berperan penting dalam pembentukan hemoglobin yang berfungsi mengangkut oksigen ke seluruh tubuh. Selain itu, mineral yang terkandung dalam hati ayam lebih mudah diserap tubuh karena mengandung sedikit bahan pengikat mineral. Kandungan zat besi dalam hati ayam sangat tinggi, yaitu sekitar 15,8 mg per 100 gram, sementara daging ayam hanya mengandung 1,5 mg zat besi per 100 gram (Murni, 2019).

Hati ayam merupakan salah satu bahan pangan yang populer dan banyak dikonsumsi oleh masyarakat sebagai sumber nutrisi, terutama diolah menjadi berbagai hidangan sehari-hari. Namun, tidak sedikit orang yang kurang menyukai hati ayam karena dianggap memiliki rasa yang kurang enak dan sedikit pahit. Padahal, hati ayam merupakan sumber zat besi alami yang efektif, mudah diperoleh, dan terjangkau, sehingga sangat baik dikonsumsi sebagai upaya untuk mencegah dan mengatasi anemia (Aryanty, 2024).

### 3. Tepung Terigu

Tepung terigu adalah bahan makanan yang berasal dari endosperma biji gandum *Triticum aestivum* L. (club wheat) dan *Triticum compactum* Host, atau campuran keduanya. Tepung ini difortifikasi dengan zat besi (Fe), seng (Zn), vitamin B1, vitamin B2, dan asam folat (SNI,2009). Tepung terigu merupakan hasil dari penggilingan biji gandum yang banyak digunakan sebagai bahan dasar dalam berbagai produk pangan. Tepung ini mengandung gluten, yaitu campuran protein yang terdiri dari gliadin dan glutenin, yang terdapat bersama pati di bagian endosperm gandum. Kandungan gluten dalam tepung terigu dapat mencapai 80% dari total protein yang ada. Gluten berperan penting dalam memberikan elastisitas dan kekenyalan pada adonan, serta memungkinkan adonan untuk mengembang karena sifatnya yang kedap udara. Hal ini membuat tepung terigu ideal untuk digunakan dalam pembuatan roti, kue, dan produk pangangan lainnya (Yuwono, 2019).

Proses pengolahan tepung terigu memerlukan perhatian khusus yang diberikan pada kadar protein dan abu karena kedua komponen ini sangat mempengaruhi kualitas tepung terigu serta penggunaannya dalam industri pangan. Tepung terigu dihasilkan melalui proses penggilingan biji gandum, di mana bagian bran (kulit luar) dan germ (lembaga biji) dipisahkan terlebih dahulu. Proses ini kemudian dilanjutkan dengan penumbukan endosperma untuk menghasilkan tepung dengan tekstur yang halus. Kadar protein mempengaruhi elastisitas dan daya ikat adonan, sedangkan kadar abu mencerminkan kemurnian tepung dan kandungan mineral di dalamnya (Salim, 2024).

#### 4. Gula Halus

Gula merupakan salah satu komponen struktural penting dalam sel hidup dan berperan sebagai sumber energi utama bagi banyak organisme. Dalam konteks kebutuhan manusia, gula tidak hanya berfungsi sebagai pemberi rasa manis yang membuat makanan lebih enak, tetapi juga sebagai sumber energi yang cepat diserap tubuh. Bahkan, setelah sereal dan minyak nabati, gula dari tebu dan bit menjadi sumber yang memberikan rata-rata kilo kalori tertinggi per kapita per hari dibandingkan dengan kelompok makanan lainnya. Hal ini menjadikan gula salah satu bahan pokok penting dalam pola konsumsi masyarakat (Ditha, 2022).

Gula halus adalah gula pasir yang telah digiling hingga memiliki tekstur yang sangat halus, bahkan hampir menyerupai bubuk. Biasanya, gula halus diberi sedikit tambahan pati, seperti tepung maizena, untuk mencegah penggumpalan saat disimpan. Ciri khas utama dari gula halus adalah teksturnya yang sangat halus, yang memungkinkan gula ini mudah larut dalam adonan atau cairan. Sifat ini menjadikannya pilihan yang ideal untuk berbagai kebutuhan dalam pembuatan kue, roti, pastry, serta dekorasi makanan (Ire, 2024).

#### 5. Kuning Telur

Kuning telur merupakan salah satu komponen telur yang mengandung nutrisi terbanyak. Sekitar 48% dari kuning telur terdiri dari air, sedangkan sekitar 33% adalah lemak. Selain itu, kuning telur juga kaya akan vitamin, mineral, pigmen, dan kolesterol. Beberapa vitamin yang terkandung di dalamnya termasuk vitamin A, D, E, dan B12, serta mineral seperti fosfor dan selenium. Pigmen karotenoid, yang memberi warna kuning pada kuning telur, juga memiliki manfaat sebagai

antioksidan. Kuning telur termasuk pengemulsi yang lebih efektif dibandingkan putih telur karena kandungan lesitin pada kuning telur terdapat dalam bentuk kompleks bersama protein. Selain itu, menambahkan kuning telur juga berfungsi untuk memperbaiki tekstur biskuit dan menjadikannya lebih empuk (Widyastuti dkk, 2015).

Kuning telur terdiri dari sekitar 50% uap basah (moisture) dan 50% kuning padat (yolk solid). Seiring dengan bertambahnya umur telur, kuning telur cenderung menyerap uap basah dari putih telur. Proses ini menyebabkan kuning telur menjadi lebih tipis dan cenderung rata ketika telur dipecahkan di atas permukaan yang datar. Perubahan ini dapat mempengaruhi kualitas atau grade telur, karena telur segar umumnya memiliki kuning telur yang lebih bulat dan padat, sedangkan telur yang lebih tua menunjukkan penurunan kualitas visual dan tekstur (Amertaningtyas dkk, 2011).

## 6. Margarin

Margarin adalah produk lemak setengah padat yang merupakan emulsi tipe water in oil (w/o), di mana fase air terperangkap di dalam fase minyak. Margarin memiliki persyaratan untuk mengandung tidak kurang dari 80% lemak, sementara sisanya terdiri dari air, yang mengandung edible protein, serta bahan aditif, yaitu pengemulsi, pengawet, pewangi, pewarna, antioksidan, dan vitamin. Bahan-bahan ini ditambahkan untuk meningkatkan kestabilan, rasa, dan nilai gizi margarin (Andarwulan dkk, 2014).

Margarin digunakan sebagai pengganti mentega karena memiliki rasa, bau, konsistensi, dan nilai gizi yang hampir serupa dengan mentega. Dalam industri

pangan, penggunaan margarin telah dikenal luas, terutama dalam proses baking dan cooking, di mana margarin berfungsi untuk menambah citarasa pada berbagai jenis bahan pangan. Selain itu, margarin juga lebih stabil pada suhu tinggi, menjadikannya pilihan populer untuk berbagai olahan makanan (Putra dkk, 2021).

## 7. Coklat Bubuk

Coklat bubuk adalah produk turunan dari kakao yang banyak digunakan dalam industri pangan, seperti pada produk minuman coklat, konfeksioneri, produk bakery, dan lain-lain. Aroma dan cita rasa coklat bubuk sangat dipengaruhi oleh rangkaian proses pengolahan kakao, terutama pada tahap penyangraian. Selama proses penyangraian, terjadi reaksi maillard yang menghasilkan senyawa-senyawa yang membentuk aroma dan cita rasa khas pada coklat bubuk (Wijanarti dkk, 2018).

Parameter kualitas bubuk coklat yang paling penting menurut SNI 3747: 2009 meliputi bau, rasa, dan warna. Aroma khas coklat terbentuk melalui reaksi kompleks yang terjadi selama proses pengolahan biji kakao. Proses fermentasi biji kakao menghasilkan prekursor-prekursor aroma, yang kemudian bereaksi melalui reaksi pencoklatan non-enzimatis Maillard. Reaksi ini menghasilkan aroma coklat yang muncul ketika biji kakao disangrai. Proses penyangraian memiliki peran yang sangat krusial dalam pengolahan kakao karena tidak hanya mengembangkan aroma, tetapi juga menentukan rasa, warna, dan kadar air biji kakao. Faktor yang mempengaruhi kualitas penyangraian antara lain adalah waktu dan suhu sangrai, yang keduanya perlu dikontrol dengan hati-hati untuk menghasilkan bubuk coklat berkualitas tinggi (Safrida dkk, 2024).

## 8. Chocochip

Choco chip adalah potongan kecil atau tetesan coklat yang digunakan sebagai bahan tambahan dalam berbagai produk pangan, terutama dalam pembuatan kue dan kue kering. Biasanya, choco chip berbentuk bulat kecil atau pecahan-pecahan coklat yang dapat mencair saat dipanggang, menciptakan tekstur yang lembut dan cita rasa coklat yang khas dalam adonan. Choco chip dapat terbuat dari berbagai jenis coklat, seperti coklat susu, coklat hitam, atau coklat putih, tergantung pada preferensi rasa yang diinginkan (Sukriandi dkk, 2021).

Chocochip tidak akan meleleh saat dipanggang dalam oven. Biasanya, chocochip digunakan untuk menghias cake, cookies, es krim, dan berbagai jenis dessert lainnya. Penggunaan choco chip populer dalam industri bakery, karena kepraktisannya dan kemampuannya untuk meningkatkan cita rasa produk kue. Dalam pengolahan kue, choco chip juga berperan sebagai elemen dekoratif selain menambah kelezatan (Astuti dkk, 2014).

### **C. Aspek Produk**

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan oleh produsen untuk menarik perhatian, memenuhi permintaan, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi oleh pasar sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka. Sebuah produk harus memiliki kelebihan dibandingkan produk lain, baik dalam hal kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, layanan, garansi, maupun cita rasa, agar dapat menarik minat konsumen untuk mencobanya dan melakukan pembelian. Produk mencakup segala hal yang ditawarkan ke pasar untuk membantu organisasi

mencapai tujuannya, dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini mencakup elemen-elemen seperti kemasan, warna, harga, kualitas, merek, serta layanan dan reputasi penjualnya. Produk juga merupakan hasil kreativitas individu, tim pemasaran, atau perusahaan yang diperjualbelikan dengan tujuan memperoleh keuntungan (Hendrik, 2022).

Aspek produk adalah bagian yang berhubungan dengan proses pembuatan produk. Sebelum memulai usaha, pengusaha perlu mempertimbangkan aspek produksi melalui studi kelayakan bisnis (Wahyuni dkk, 2022). Studi kelayakan bisnis merupakan proses evaluasi untuk menilai apakah sebuah ide bisnis dapat dijalankan dengan baik. Proses ini mencakup analisis terkait label, kemasan, dan strategi pemasaran.

#### 1. Label

Label pangan, sesuai dengan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 31 Tahun 2018, adalah informasi yang mencakup keterangan tentang pangan olahan dalam bentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang terdapat pada produk pangan olahan. Label ini berfungsi untuk mengenalkan produk atau merek sekaligus memberikan gambaran mengenai produk tersebut. Ketentuan mengenai label pangan dalam peraturan tersebut mencakup nama produk, daftar bahan yang digunakan, berat bersih, informasi nilai gizi, identitas produsen, serta saran penyimpanan.

#### 2. Kemasan

Kemasan pangan, sesuai dengan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 20 Tahun 2019, adalah bahan yang digunakan untuk

mewadahi atau membungkus pangan, baik yang bersentuhan langsung dengan pangan maupun tidak. Fungsi utama kemasan adalah menyimpan dan melindungi produk. Kemasan yang dirancang dengan buruk dapat membuat konsumen enggan membeli produk, sehingga perusahaan kehilangan penjualan. Sebaliknya, kemasan yang inovatif dapat memberikan keunggulan bagi perusahaan dibandingkan pesaing dan meningkatkan penjualan.

Peraturan BPOM Nomor 20 Tahun 2019 juga mengatur bahwa kemasan pangan dilarang menggunakan bahan yang mengandung zat kontak pangan yang berbahaya. Mengingat setiap bahan makanan memiliki daya tahan terbatas sebelum mengalami pembusukan, pengemasan menjadi salah satu cara untuk memperpanjang umur simpan bahan makanan. Penggunaan material kemasan yang sesuai dapat membantu mempertahankan usia pakai makanan, sedangkan material yang tidak tepat dapat mempercepat kerusakan makanan atau bahkan membahayakan kesehatan konsumen. Menurut Indraswati (2017), ada beberapa golongan bahan kemasan makanan, antara lain plastik, kaleng, gelas, kertas, dan styrofoam.

Plastik merupakan bahan pengemas yang mudah ditemukan dan sangat fleksibel dalam penggunaannya. Selain digunakan untuk mengemas bahan makanan secara langsung, plastik juga sering digunakan sebagai pelapis kertas. Jenis plastik yang umum dikenal meliputi Polyethylene, Polypropylene, Polyvinyl Chloride (PVC), dan Vinylidene Chloride Resin. Dari berbagai jenis plastik yang disebutkan, Polyethylene dan Polypropylene merupakan pilihan yang relatif lebih aman untuk digunakan dalam pengemasan makanan. Polyethylene memiliki

tampilan bening, sedangkan Polypropylene cenderung lebih lembut dan agak tebal. Sebaliknya, Vinylidene Chloride Resin dan Polyvinyl Chloride (PVC) tidak direkomendasikan untuk mengemas bahan makanan panas. Ketika terkena suhu tinggi, kedua jenis plastik ini dapat mencemari makanan dengan dioksin, yaitu zat beracun yang sangat berbahaya bagi kesehatan manusia.

### 3. Pemasaran

Pemasaran merupakan proses atau aktivitas yang bertujuan menyalurkan produk berupa barang atau jasa kepada konsumen. Kegiatan ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak (Ariyanto dkk, 2023). Menurut Tjiptono (2012), bauran pemasaran merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasaran untuk membentuk karakteristik produk yang ditawarkan kepada pelanggan. Bauran pemasaran penyedia produk mencakup 4P, yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*.

#### a. *Product* (Produk)

Produk merupakan barang atau jasa yang dapat diperjual belikan kepada konsumen guna memenuhi kepuasan sebuah keinginan atau kebutuhan. Menurut Kotler dan Amstrong (2010), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

#### b. *Price* (Harga)

Harga adalah salah satu faktor penting dari sisi penyedia produk untuk memenangkan suatu persaingan dalam memasarkan produknya, dengan kata lain

harga merupakan kesepakatan nilai yang menjadi persyaratan pertukaran dalam sebuah transaksi pembelian. Menurut Kotler (2009) harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, dan elemen-elemen lainnya yang menimbulkan biaya.

c. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah salah satu kegiatan menawarkan produk cookies substitusi tepung hati ayam dan tepung kedelai untuk menarik konsumen agar membeli dengan beberapa cara seperti melalui periklanan suatu usaha mengarahkan komunikasi persuasif pada pembeli sasaran dan tabloid melalui media-media yang disebut dengan media massa seperti koran, majalah, tabloid, radio, televisi, dan media sosial. Secara lebih spesifik, promosi adalah salah satu elemen bauran pemasaran sebuah usaha (McDaniel, 2001)

d. *Place* (Tempat)

Tempat merupakan lokasi suatu wadah yang digunakan untuk memasarkan produk cookies substitusi tepung hati ayam dan tepung kedelai terhadap konsumen, hal tersebut sangatlah penting untuk memikirkan secara matang dimana tempat atau lokasi yang akan menjadi pilihan karena lokasi merupakan hal yang menjadi pertimbangan bagi konsumen atau pelanggan untuk memutuskan dimana tempat yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan. Menurut Kotler (2016), tempat adalah berbagai kegiatan yang dilakukan usaha untuk membuat produknya mudah diperoleh dan tersedia untuk konsumen sasaran.

## **D. Aspek Finansial**

### **1. Perhitungan Biaya**

Analisis biaya atau finansial bertujuan untuk menghitung jumlah dana yang diperlukan dalam membangun, mengoperasikan, serta menjalankan kegiatan bisnis. Proses ini melibatkan evaluasi berbagai aspek keuangan yang digunakan, terutama oleh industri berskala kecil seperti rumah tangga, untuk menilai kelayakan usaha setelah mempertimbangkan sejumlah faktor. Analisis keuangan memiliki berbagai metode yang masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangannya. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan meliputi perhitungan biaya tetap, biaya variabel, biaya modal, biaya penyusutan, harga pokok produksi, harga jual, biaya produksi, pendapatan, dan keuntungan. Penjelasan detail terkait metode perhitungan tersebut disajikan sebagai berikut.

#### **a. Modal Awal**

Modal awal mencakup semua biaya, baik biaya produksi maupun non-produksi. Berdasarkan konsep biaya total, harga jual ditentukan dari total biaya, yaitu penjumlahan antara biaya produksi, biaya pemasaran, dan biaya administrasi serta umum, ditambah dengan laba yang diinginkan. Menurut Suratiyah (2015), biaya total dihitung dengan menjumlahkan biaya tetap dan biaya variabel. Sementara itu, Hamidah dkk, (2020) mendefinisikan biaya total sebagai total dana yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan persediaan dalam proses produksi. Untuk menghitung besarnya biaya total yang digunakan selama proses produksi, dapat menggunakan rumus berikut.

$$TC = FC + VC$$

Keterangan:

TC = Total biaya

FC = Biaya tetap

VC = Biaya Variabel

b. Biaya Tetap (Fixed Cost)

Biaya tetap adalah jenis biaya yang jumlahnya tidak berubah, terlepas dari seberapa banyak produksi yang dilakukan (Sudarman dkk, 2022). Sedangkan menurut Mulyadi (2009), biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tidak berubah meskipun ada perubahan dalam volume kegiatan tertentu.

c. Biaya Variabel (Variable Cost)

Biaya variabel, atau yang sering disebut variabel cost, adalah biaya yang berubah-ubah sesuai dengan volume aktivitas bisnis. Semakin tinggi volume penjualan, semakin besar pula biaya yang perlu dikeluarkan. Contoh sederhana dari biaya variabel adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja yang diperlukan untuk memproduksi suatu barang (Sudarman dkk, 2022).

d. Biaya Penyusutan

Nilai penyusutan merupakan pengurangan nilai aset tetap selama masa penggunaannya. Penurunan ini terjadi akibat faktor seperti depresiasi, keausan, dan penyusutan alami seiring waktu. Untuk menghitung nilai penyusutan aset tetap dengan metode garis lurus, dapat digunakan rumus berikut.

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

e. Harga Pokok Produksi (HPP)

Harga Pokok Produksi (HPP) adalah total biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang, yang menjadi dasar dalam menetapkan harga jual. Kesalahan dalam perhitungan HPP dapat mengakibatkan penetapan harga yang tidak tepat, sehingga mempengaruhi volume penjualan dan daya saing di pasar. HPP dihitung dengan menjumlahkan seluruh biaya operasional dan biaya produksi, lalu membaginya dengan jumlah barang yang dihasilkan.

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

Keterangan:

FC = Biaya tetap produksi

VC = Biaya tidak tetap produksi

TS = Total produksi

f. Harga Jual

Harga jual adalah nilai yang dihitung dari total biaya produksi sebuah barang ditambah dengan margin keuntungan yang diinginkan. Umumnya, harga jual ditentukan per unit setelah barang selesai diproduksi (Sudarman dkk, 2022).

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

2. Perhitungan Kelayakan Usaha

Kelayakan bisnis atau usaha adalah proses evaluasi untuk menentukan apakah suatu usaha layak dijalankan (Siregar, 2012). Penilaian ini tidak hanya diterapkan pada bisnis besar, tetapi juga pada usaha sederhana. Kelayakan mengacu pada analisis untuk memastikan bahwa usaha yang direncanakan dapat menghasilkan penerimaan yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan.

a. Total Pendapatan

Pendapatan adalah penghasilan yang diperoleh dari total penjualan produk. Nilainya dihitung dengan mengalikan harga jual per unit dengan jumlah produk yang terjual. Pendapatan ini digunakan sebagai dasar untuk memproyeksikan penghasilan di periode berikutnya dengan mempertimbangkan margin, jumlah unit, atau harga yang berbeda (Sudarman dkk, 2022). Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung pendapatan adalah sebagai berikut (Mulyadi, 2007)

$$\text{Pendapatan} = \text{Harga Jual per Unit} \times \text{Jumlah Unit yang Terjual}$$

b. Keuntungan/Laba

Keuntungan usaha adalah selisih antara pendapatan total dengan biaya total yang dikeluarkan dalam menjalankan usaha. Secara matematis, hal ini dapat dirumuskan sebagai berikut (Rahim dan Hastuti, 2007)

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan:

$\pi$  = Keuntungan dari usaha cookies (Rp)

TR = Total pendapatan dari usaha cookies (Rp)

TC = Total biaya dari usaha cookies (Rp)

c. BEP

Break Even Point (BEP) adalah kondisi dimana pendapatan yang diperoleh sama dengan biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi, sehingga laba yang dihasilkan bernilai nol (Sudarman dkk, 2022). Berikut rumus untuk menghitung BEP (Mulyadi, 2007).

$$1) \text{ BEP Produksi} = \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Harga Jual}}$$

$$2) \text{ BEP Harga} = \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Jumlah Produksi}}$$

Keterangan :

- 1) Kriteria BEP Produksi sebagai berikut
  - a. Jika BEP Produksi < Jumlah Produksi, maka usaha berada pada posisi menguntungkan
  - b. Jika BEP Produksi = Jumlah Produksi, maka usaha berada pada posisi titik impas atau tidak laba/tidak rugi
  - c. Jika BEP Produksi > Jumlah Produksi, maka usaha berada pada posisi tidak menguntungkan
- 2) Kriteria BEP Harga sebagai berikut
  - a. Jika BEP Harga < Harga Jual, maka usaha berada pada posisi menguntungkan
  - b. Jika BEP = Harga Jual, maka usaha berada pada posisi titik impas atau tidak laba/tidak rugi
  - c. Jika BEP > Harga Jual, maka usaha berada pada posisi tidak menguntungkan
  - d. Return On Investment (ROI)

Analisis Return On Investment (ROI) memiliki peran penting dalam analisis keuangan sebagai salah satu teknik evaluasi yang bersifat menyeluruh atau komprehensif. ROI adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari total aset yang dimiliki (Syamsuddin, 2009).

$$\text{Return On Investment} = \frac{\text{Laba Usaha}}{\text{Modal Usaha}} \times 100\%$$

e. Revenue Cost Ratio (R/C)

Revenue/Cost Ratio (R/C Ratio) adalah rasio yang membandingkan total penerimaan dengan total biaya. Rumus yang digunakan untuk menghitung R/C Ratio adalah sebagai berikut (Soekartawi, 2006).

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

Interpretasi hasil R/C Ratio:

- 1) R/C Ratio > 1: Usaha menghasilkan keuntungan dan layak dikembangkan.
- 2) R/C Ratio < 1: Usaha mengalami kerugian dan tidak layak untuk dilanjutkan.
- 3) R/C Ratio = 1: Usaha berada pada titik impas (tidak untung dan tidak rugi).

#### E. Aspek SWOT

Analisis SWOT adalah metode yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pencapaian tujuan suatu usaha. Analisis ini bertujuan untuk memastikan bahwa target usaha dapat dicapai secara optimal.

Proses analisis ini melibatkan evaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) yang mempengaruhi keberlangsungan usaha. Hasil analisis kemudian digunakan untuk menentukan posisi usaha dalam salah satu dari empat kuadran: kuadran I, kuadran II, kuadran III, atau kuadran IV. Menurut Fatimah (2016) ada 4 faktor strategis yang dapat digunakan untuk analisis SWOT, yaitu sebagai berikut:

1. Strengths (Kekuatan)

Strengths adalah kondisi yang menjadi kekuatan dalam suatu organisasi. Faktor-faktor kekuatan ini mencakup kompetensi khusus atau keunggulan yang

dimiliki organisasi, yang memberikan nilai tambah atau keunggulan komparatif. Kekuatan ini terlihat jelas jika organisasi memiliki sesuatu yang lebih unggul dibandingkan pesaingnya dan mampu memberikan kepuasan kepada stakeholders serta pelanggan.

## 2. Weaknesses (Kelemahan)

Weaknesses adalah kondisi atau aspek yang menjadi kelemahan atau kekurangan dalam suatu organisasi. Keberadaan kelemahan ini pada dasarnya wajar, namun yang terpenting adalah bagaimana organisasi merumuskan kebijakan untuk meminimalkan kelemahan tersebut, atau bahkan menghilangkannya. Dalam beberapa kasus, kelemahan juga dapat diubah menjadi kelebihan unik yang tidak dimiliki oleh organisasi lain.

## 3. Opportunities (Peluang)

Weaknesses adalah kondisi atau aspek yang menjadi kelemahan atau kekurangan dalam suatu organisasi. Keberadaan kelemahan ini pada dasarnya wajar, namun yang terpenting adalah bagaimana organisasi merumuskan kebijakan untuk meminimalkan kelemahan tersebut, atau bahkan menghilangkannya. Dalam beberapa kasus, kelemahan juga dapat diubah menjadi kelebihan unik yang tidak dimiliki oleh organisasi lain.

## 4. Threats (Ancaman)

Threats atau ancaman adalah kebalikan dari peluang (opportunities). Ancaman mengacu pada kondisi eksternal yang berpotensi mengganggu kelancaran operasional suatu organisasi atau perusahaan. Ancaman ini biasanya berasal dari faktor lingkungan yang tidak mendukung keberlangsungan organisasi. Jika

ancaman tidak segera ditangani, dampaknya bisa berlangsung lama dan menjadi hambatan dalam pencapaian visi dan misi organisasi. Ancaman dapat dianalisis berdasarkan tingkat keparahannya (seriousness) dan kemungkinan terjadinya (probability of occurrence).

Matriks SWOT dibedakan menjadi *Matriks Internal Strategic Factors Analysis Summary* (IFAS) dan *Matriks External Strategic Factors Analysis Summary* (EFAS).

1. IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary) adalah ringkasan atau perumusan faktor strategis internal yang mencakup kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) dalam suatu organisasi.
2. EFAS (External Strategic Factors Analysis Summary) adalah ringkasan atau perumusan faktor strategis eksternal yang mencakup kesempatan (opportunities) dan ancaman (threats) yang mempengaruhi organisasi

Matriks SWOT adalah alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks ini memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat diselaraskan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki. Sehingga dari matriks SWOT tersebut akan memperoleh empat kelompok alternatif strategi yang disebut strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT. Masing-masing alternatif strategi tersebut adalah:

1. Strategi SO (*Strength - Opportunity*)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran usaha, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2. Strategi ST (*Strength - Threat*)

Strategi ini dibuat berdasarkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki usaha untuk mengantisipasi ancaman-ancaman yang ada.

3. Strategi WO (*Weakness - Opportunity*)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

4. Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif, berusaha meminimalkan kelemahan-kelemahan usaha serta sekaligus menghindari ancaman-ancaman.

## **F. Kepuasan Konsumen**

Respon pembeli adalah reaksi atau tanggapan konsumen terhadap suatu produk, yang mencerminkan tingkat kepuasan mereka. Tingkat kepuasan ini menggambarkan sejauh mana produk dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen. Pada produk cookies, tingkat kepuasan yang diukur meliputi aspek label, kemasan, dan harga. Untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen, salah satu metode yang bisa digunakan adalah survei dengan menggunakan Google Form. Dalam survei tersebut, dapat diterapkan skala kesukaan untuk mendapatkan

gambaran yang lebih jelas mengenai preferensi konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Skala kesukaan tersebut meliputi:

1 = Sangat Kurang Baik

2 = Kurang Baik

3 = Baik

4 = Sangat baik

Dengan menggunakan skala ini, konsumen dapat memberikan penilaian yang lebih objektif mengenai kualitas produk, dan hasilnya dapat digunakan untuk memperbaiki atau pengembangan produk kedepannya