

ANALISIS KELAYAKAN BISNIS WARALABA ES TELER 77 JUARA INDONESIA

Dini Vientiany^{1*}, Anggi Preety Nadya Rumapea², Tio Wirayuda³, Faqih At Thariq Harahap⁴

¹⁻⁴ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri

Sumatera Utara, Indonesia

Email: dini1100000167@uinsu.ac.id^{1*}, anggiinadyaa2006@gmail.com²,
tiowirayuda573@gmail.com³, thariqharahap0505@gmail.com⁴

Abstract

This study aims to comprehensively analyze the business feasibility of the Es Teler 77 franchise through a multi-aspect feasibility study approach. The research employs a qualitative descriptive method, utilizing secondary data obtained from scholarly literature, official documents, and relevant online sources, and is supported by limited interviews with outlet management. The analysis encompasses eight key aspects: market and marketing, legal, technical and operational, management, financial, sharia and halal compliance, economic and social, and environmental. The findings indicate that Es Teler 77 demonstrates a strong level of business feasibility, supported by brand strength, standardized operational systems, legal and halal compliance, as well as positive economic and social contributions. Although the venture requires a relatively high initial investment, its financial prospects, operational sustainability, and alignment with the characteristics of the Indonesian market render the Es Teler 77 franchise viable for sustainable development.

Keywords: *Es Teler 77, Multi-dimensional Analysis, Business Feasibility Study.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis kelayakan bisnis waralaba Es Teler 77 secara komprehensif melalui pendekatan studi kelayakan multi-aspek. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan memanfaatkan data sekunder dari literatur ilmiah, dokumen resmi, dan sumber daring yang relevan, serta didukung wawancara terbatas dengan pihak pengelola gerai. Analisis mencakup delapan aspek utama, yaitu pasar dan pemasaran, hukum, teknis dan operasional, manajemen, keuangan, syariah dan halal, ekonomi dan sosial, serta lingkungan. Hasil kajian menunjukkan bahwa Es Teler 77

Article history

Received: Januari 2026

Reviewed: Januari 2026

Published: Januari 2026

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

memiliki tingkat kelayakan usaha yang baik, ditopang oleh kekuatan merek, sistem operasional yang terstandarisasi, kepatuhan hukum dan halal, serta kontribusi ekonomi dan sosial yang positif. Meskipun memerlukan investasi awal yang relatif besar, prospek finansial, keberlanjutan operasional, dan kesesuaian dengan karakteristik pasar Indonesia menjadikan waralaba Es Teler 77 layak untuk dikembangkan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Es Teler 77, Analisis Multi-aspek, Studi Kelayakan Usaha.

PENDAHULUAN

Penelitian tentang kelayakan bisnis (business feasibility study) merupakan langkah penting sebelum pelaksanaan suatu usaha, karena dapat membantu pengambil keputusan dalam menilai apakah suatu rencana bisnis layak untuk dijalankan secara ekonomi, operasional, hukum, dan aspek lainnya. Studi kelayakan secara objektif mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dihadapi oleh suatu proyek usaha sehingga mampu memberikan informasi yang mendalam bagi investor dan pengelola usaha. Sebuah studi kelayakan yang komprehensif tidak hanya mencakup aspek finansial, tetapi juga aspek pasar, hukum, teknis, manajemen, ekonomi sosial, hingga lingkungan (environmental impact) agar keputusan investasi yang diambil bersifat rasional dan berdasarkan data empiris yang dapat dipertanggungjawabkan.

Model waralaba (franchise) merupakan salah satu bentuk strategi bisnis yang banyak dipilih pelaku usaha karena menawarkan peluang pertumbuhan yang lebih cepat melalui penggunaan merek dan sistem yang sudah teruji. Dalam konteks bisnis franchise, dilakukan evaluasi mendalam untuk memastikan bahwa model usaha tersebut layak secara komersial, memenuhi persyaratan hukum, serta mampu bertahan dan berkembang dalam jangka panjang di tengah persaingan pasar yang ketat.

Waralaba Es Teler 77 sebagai salah satu jaringan waralaba makanan dan minuman populer di Indonesia menunjukkan pertumbuhan pesat dan banyak diminati oleh calon pengusaha yang ingin berinvestasi di sektor F&B (food and beverage). Namun demikian, sebelum memutuskan untuk melakukan investasi pembukaan outlet baru atau ekspansi bisnis, perlu dilakukan analisis kelayakan multi-aspek yang komprehensif untuk memastikan bahwa bisnis tersebut tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga layak dari aspek hukum, teknis, manajemen, dampak sosial, serta aspek lingkungan yang relevan.

Sejauh ini, literatur tentang studi kelayakan bisnis waralaba telah menunjukkan bahwa pendekatan multi-aspek memberikan gambaran yang lebih menyeluruh terkait kondisi usaha yang akan dijalankan. Misalnya, analisis pasar dan pemasaran membantu memetakan permintaan konsumen dan strategi penetrasi pasar, sedangkan evaluasi aspek legal memastikan

bahwa usaha mematuhi ketentuan hukum dan peraturan yang berlaku. Aspek teknis dan operasional mencakup evaluasi proses produksi, sumber daya, dan kemampuan operasional, sementara aspek manajemen mengkaji kapabilitas tim pengelola dalam mengimplementasikan rencana bisnis. Di sisi lain, aspek ekonomi dan sosial menilai kontribusi usaha terhadap perekonomian lokal serta dampaknya terhadap masyarakat, sedangkan aspek lingkungan (AMDAL) menganalisis dampak lingkungan dari operasional usaha, termasuk mitigasi polusi dan pengelolaan limbah.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis waralaba Es Teler 77 melalui delapan aspek utama, yaitu: Aspek Pasar & Pemasaran, Aspek Hukum, Aspek Teknis & Operasional, Aspek Manajemen, Aspek Keuangan, Aspek Syariah & Halal, Aspek Ekonomi & Sosial, dan Aspek Lingkungan (AMDAL). Analisis ini diharapkan memberikan kontribusi ilmiah dalam bidang kajian bisnis dan entrepreneurship, serta memberikan rekomendasi yang berlandaskan penelitian bagi pengambil keputusan dan calon investor.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kelayakan bisnis. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif dan mendalam mengenai tingkat kelayakan bisnis waralaba Es Teler 77 melalui analisis berbagai aspek yang relevan, tanpa melakukan pengujian hipotesis secara statistik. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan menganalisis kondisi bisnis berdasarkan data dan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber yang dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data sekunder dan data primer terbatas.

Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka yang meliputi jurnal ilmiah nasional, buku teks akademik, laporan penelitian, serta dokumen resmi yang relevan dengan kajian studi kelayakan bisnis dan bisnis waralaba di sektor makanan dan minuman. Studi pustaka dilakukan untuk memperoleh landasan teoritis, konsep, serta hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan aspek pasar dan pemasaran, hukum, teknis dan operasional, manajemen, keuangan, ekonomi dan sosial, syariah dan halal, serta lingkungan.

Sementara itu, data primer diperoleh melalui wawancara terbatas dengan pihak yang terkait langsung dengan operasional gerai Es Teler 77. Wawancara ini bersifat eksploratif dan bertujuan untuk melengkapi serta mengonfirmasi data sekunder, khususnya yang berkaitan dengan gambaran umum operasional usaha, sistem pengelolaan, dan praktik bisnis yang diterapkan di tingkat gerai. Penelitian ini tidak menggunakan instrumen kuesioner dan tidak melibatkan penyebaran angket kepada konsumen atau responden lainnya.

Teknik Pengumpulan Data

1. Studi Pustaka dengan menelaah jurnal ilmiah, buku, dan dokumen akademik yang relevan untuk membangun kerangka analisis dan indikator kelayakan bisnis pada masing-masing aspek yang dikaji.
2. Studi dokumentasi dengan mengumpulkan informasi tertulis yang berkaitan dengan profil usaha, sistem waralaba, serta data pendukung lain yang relevan dengan objek penelitian.
3. Wawancara terbatas yang dilakukan secara langsung kepada pihak gerai Es Teler 77 untuk memperoleh informasi kontekstual mengenai pelaksanaan operasional usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian hasil dan pembahasan ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis waralaba Es Teler 77 secara komprehensif melalui pendekatan multi-aspek. Analisis didasarkan pada data sekunder yang diperoleh dari studi literatur berupa jurnal, buku, dan sumber daring yang relevan, serta didukung oleh wawancara terbatas dengan pihak pengelola gerai.

Pembahasan difokuskan pada delapan aspek utama studi kelayakan bisnis, yaitu aspek pasar dan pemasaran, hukum, teknis dan operasional, manajemen, keuangan, syariah dan halal, ekonomi dan sosial, serta lingkungan. Analisis pada setiap aspek dilakukan secara sistematis untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai tingkat kelayakan usaha waralaba Es Teler 77 serta potensi dan tantangan yang menyertainya.



1. Aspek Pasar & Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran memiliki peran strategis dalam menentukan keberhasilan waralaba Es Teler 77 karena berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memahami konsumen, mengelola permintaan, serta menghadapi persaingan di industri makanan dan minuman. Dalam hal ini, Es Teler 77 menerapkan strategi Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP) dengan mengelompokkan pasar berdasarkan aspek demografis, geografis, dan perilaku konsumsi. Segmen utama yang dituju adalah masyarakat perkotaan dengan gaya hidup

dinamis, seperti pelajar, pekerja, dan keluarga muda, dengan positioning sebagai merek kuliner tradisional Indonesia yang dikemas secara modern, berkualitas, dan mudah dijangkau.

Permintaan terhadap produk kuliner khas Indonesia, termasuk es teler, cenderung stabil meskipun tingkat persaingan terus meningkat. Perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan mendorong minat terhadap produk yang menawarkan cita rasa lokal namun praktis dan cepat saji. Perilaku konsumen menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, kemudahan transaksi, pengalaman merek, serta pemanfaatan media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, terutama pada kelompok konsumen muda, sehingga harga bukan menjadi satu-satunya pertimbangan utama.

Untuk merespons karakteristik pasar tersebut, Es Teler 77 menerapkan strategi pemasaran terpadu dengan mengombinasikan pendekatan konvensional dan digital. Pemilihan lokasi gerai di area strategis, seperti pusat perbelanjaan dan kawasan dengan tingkat kunjungan tinggi, menjadi langkah utama dalam meningkatkan visibilitas merek. Selain itu, optimalisasi pemasaran digital melalui media sosial, khususnya TikTok, disertai program voucher promosi, dinilai efektif dalam meningkatkan keterlibatan konsumen dan memperluas pangsa pasar, tanpa mengesampingkan konsistensi menu andalan serta penyesuaian produk dengan preferensi pasar lokal.

2. Aspek Hukum

Aspek hukum dan legalitas merupakan fondasi utama dalam penyelenggaraan usaha waralaba Es Teler 77 karena berkaitan dengan kepastian hukum, perlindungan hak usaha, serta kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku. Analisis aspek ini penting untuk menilai apakah sistem waralaba dijalankan secara sah, profesional, dan berkelanjutan, khususnya dalam konteks industri makanan dan minuman di Indonesia yang memiliki regulasi ketat.

Es Teler 77 merupakan pelopor waralaba kuliner di Indonesia yang telah menerapkan sistem franchise sejak tahun 1987, yang mencerminkan penerapan model bisnis yang terstruktur melalui pengaturan biaya awal dan royalti antara franchisor dan franchisee. Usaha ini dikelola oleh PT Top Food Indonesia sebagai badan hukum yang terdaftar di Indonesia, sehingga memiliki dasar legal dalam menjalankan operasional waralaba, pengurusan perizinan usaha, kewajiban perpajakan, serta pengelolaan kontrak kerja sama. Keberadaan badan usaha yang sah memberikan jaminan kepastian hukum bagi kelangsungan usaha waralaba.

Selain legalitas usaha, perlindungan merek dan hak kekayaan intelektual menjadi aspek penting dalam mendukung keberlanjutan bisnis waralaba Es Teler 77. Merek Es Teler 77 telah terdaftar secara resmi dalam kelas 43 yang mencakup jasa restoran dan penyediaan makanan dan minuman, dengan kepemilikan oleh PT Top Food Indonesia dan masa perlindungan hingga 20 Juni 2026. Perlindungan hukum ini memberikan kepastian bagi pemilik merek dan mitra waralaba serta meminimalkan risiko sengketa, sekaligus meningkatkan kepercayaan investor dan memperkuat kelayakan bisnis Es Teler 77 dalam jangka panjang.

3. Aspek Teknis & Operasional

Aspek teknis dan operasional merupakan elemen penting dalam menilai kelayakan Waralaba Es Teler 77 karena berkaitan langsung dengan kesiapan operasional, efektivitas pelayanan, serta konsistensi mutu produk di seluruh jaringan gerai. Analisis aspek ini mencakup pemilihan lokasi dan tata letak gerai, proses produksi dan penyajian produk, penerapan standar operasional prosedur (SOP), serta sistem pengendalian kualitas produk dan layanan sebagai upaya menjaga standar waralaba secara menyeluruh.

Gerai Es Teler 77 umumnya ditempatkan di lokasi strategis seperti pusat perbelanjaan dan kawasan dengan tingkat kunjungan tinggi, yang bertujuan meningkatkan aksesibilitas dan menjangkau segmen pasar yang luas, termasuk keluarga, pelajar, dan pekerja perkotaan. Strategi ini diterapkan secara konsisten di berbagai kota, salah satunya pada gerai Manhattan Town Square Medan yang berada di area komersial dengan lalu lintas pengunjung tinggi. Tata letak gerai dirancang secara sistematis untuk mendukung efisiensi operasional dan kenyamanan konsumen, dengan penataan area kasir, dapur, dan ruang makan yang meminimalkan waktu tunggu serta memudahkan pengelolaan operasional dan pelatihan karyawan.

Dalam proses produksi, Es Teler 77 menerapkan sistem terpusat dengan standar higienitas, keamanan pangan, dan pengendalian mutu yang ketat, termasuk pemenuhan sertifikasi halal. Proses penyajian di tingkat gerai dilakukan berdasarkan SOP yang terstandarisasi guna menjamin keseragaman cita rasa, tampilan, dan kualitas layanan. Pengendalian kualitas dilakukan melalui pemeriksaan bahan baku, evaluasi berkala, serta penerapan standar pelayanan yang mencakup kecepatan, kebersihan, dan profesionalisme karyawan. Penerapan sistem operasional yang terstruktur ini berperan penting dalam menjaga kepercayaan konsumen, konsistensi merek, serta keberlanjutan usaha waralaba Es Teler 77.

4. Aspek Manajemen

Aspek manajemen dalam Waralaba Es Teler 77 disusun secara terstruktur oleh perusahaan pemilik merek agar mitra waralaba dapat menjalankan usaha berdasarkan pedoman operasional yang jelas dan seragam. Analisis aspek ini difokuskan pada kesiapan organisasi, efektivitas pengelolaan sumber daya manusia, serta pembagian tugas dalam struktur organisasi gerai. Struktur organisasi di tingkat operasional relatif sederhana dengan peran yang jelas, di mana pengelola gerai bertanggung jawab atas keseluruhan kegiatan operasional, sementara kasir dan bagian dapur menjalankan fungsi sesuai tugas masing-masing. Pembagian tugas yang disertai pengaturan jadwal kerja secara bergiliran memudahkan koordinasi tim, terutama pada jam operasional yang padat, serta membantu meminimalkan tumpang tindih pekerjaan.

Pola kepemimpinan di gerai Es Teler 77 bersifat langsung dan komunikatif, dengan pengelola terlibat aktif dalam kegiatan operasional sehari-hari sekaligus berperan sebagai penghubung antara tenaga kerja dan manajemen pusat. Pengambilan keputusan operasional, seperti pengaturan jadwal kerja dan penanganan keluhan konsumen, dilakukan oleh pengelola gerai, sedangkan keputusan yang bersifat strategis tetap mengikuti kebijakan dan arahan dari manajemen pusat. Sistem pengawasan dan evaluasi kinerja dilaksanakan secara rutin melalui

pemantauan langsung terhadap kepatuhan prosedur kerja, kebersihan, dan kualitas pelayanan, disertai pemberian arahan serta pembinaan langsung kepada karyawan guna menjaga standar operasional dan meningkatkan kinerja sumber daya manusia.

5. Aspek Keuangan

Aspek keuangan merupakan indikator utama dalam menilai kelayakan dan keberlanjutan Waralaba Es Teler 77 karena berkaitan langsung dengan kemampuan usaha dalam menghasilkan keuntungan dan mengelola risiko finansial. Analisis aspek ini difokuskan pada kebutuhan modal awal, struktur biaya operasional, serta proyeksi kinerja keuangan sebagai dasar pertimbangan bagi calon mitra usaha dalam mengambil keputusan investasi.

Kebutuhan modal awal pendirian gerai Es Teler 77 diperkirakan sekitar Rp850 juta, yang mencakup biaya renovasi gerai, pengadaan peralatan operasional, serta penyediaan modal kerja awal, namun belum termasuk biaya sewa atau pembelian lokasi usaha. Besarnya investasi tersebut sejalan dengan penerapan sistem waralaba yang terstandarisasi dan didukung oleh Standar Operasional Prosedur (SOP) yang teruji, sehingga dapat meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, reputasi merek yang kuat, jaringan usaha yang luas hingga ratusan outlet, serta ekspansi ke pasar internasional memberikan prospek keuntungan yang menarik bagi mitra waralaba, ditambah dengan fleksibilitas pilihan tipe gerai sesuai target pasar.

Analisis kelayakan finansial Es Teler 77 dilakukan melalui proyeksi pendapatan berdasarkan volume penjualan harian dan rata-rata pengeluaran konsumen, dengan menggunakan indikator keuangan seperti Return on Investment (ROI) dan Payback Period sebagai tolok ukur utama. Perusahaan juga melakukan penilaian risiko keuangan secara berkala untuk mengantisipasi dampak inflasi dan perubahan daya beli masyarakat. Dukungan sistem pelaporan keuangan yang terintegrasi dan transparan memungkinkan penyajian informasi profitabilitas yang akurat, sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan mendukung keberlanjutan bisnis Es Teler 77 dalam jangka panjang.

6. Aspek Syariah & Halal

Aspek syariah dan halal memiliki peranan strategis dalam menilai kelayakan usaha makanan dan minuman, khususnya di Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Dalam konteks Waralaba Es Teler 77, analisis aspek ini tidak hanya menitikberatkan pada kepatuhan terhadap ketentuan kehalalan produk, tetapi juga pada kesesuaian operasional usaha dengan prinsip ekonomi syariah. Salah satu bentuk implementasi kepatuhan tersebut tercermin dari kepemilikan sertifikasi halal pada gerai Es Teler 77 yang berlokasi di Manhattan Town Square Medan atas nama PT Esteler Tujuh Tujuh, dengan masa berlaku hingga 2 Desember 2028 berdasarkan data LPPOM. Sertifikasi halal ini menunjukkan bahwa seluruh rangkaian proses, mulai dari pemilihan bahan baku, pengolahan, penyimpanan, hingga penyajian produk, telah memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan. Keberadaan sertifikat halal yang sah dan masih berlaku memberikan kepastian hukum, rasa aman bagi konsumen, serta menjamin keberlanjutan operasional usaha tanpa risiko pelanggaran terhadap regulasi kehalalan produk.

Penerapan prinsip syariah dalam sistem kemitraan dan operasional Es Teler 77 turut berimplikasi positif terhadap tingkat kepercayaan konsumen. Dalam perspektif ekonomi syariah, hubungan bisnis harus dijalankan berdasarkan prinsip keadilan, transparansi, dan keterbukaan informasi guna menghindari unsur gharar dan maysir. Es Teler 77 memastikan bahwa setiap akad kerja sama waralaba disusun secara jelas, dengan pembagian hak dan kewajiban yang tegas antara perusahaan dan mitra usaha. Praktik penggunaan bahan baku lokal yang berkualitas juga mencerminkan etika bisnis yang mendukung pemberdayaan ekonomi umat. Konsistensi dalam menjaga integritas label halal, disertai penerapan manajemen yang etis dan transparan, tidak hanya memperkuat kepercayaan konsumen, tetapi juga meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha Es Teler 77 sebagai pelopor waralaba kuliner lokal yang aman, terpercaya, dan sesuai dengan prinsip syariah.

7. Aspek Ekonomi & Sosial

Sebagai perusahaan waralaba berskala nasional, Es Teler 77 memang tidak termasuk kategori UMKM. Namun, keberadaan gerai Es Teler 77 di suatu wilayah tetap berpotensi memberikan dampak ekonomi dan sosial yang positif, terutama melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan perputaran ekonomi lokal, serta keterlibatan masyarakat sekitar dalam kegiatan operasional usaha.

Dari sisi penyerapan tenaga kerja, usaha di sektor makanan dan minuman, termasuk waralaba, dikenal sebagai sektor padat karya yang membutuhkan tenaga operasional dalam jumlah tertentu. Pembukaan gerai Es Teler 77 di suatu daerah berpotensi menyerap tenaga kerja lokal, baik sebagai karyawan tetap maupun tenaga pendukung. Kontribusi ini menjadi penting, khususnya di wilayah perkotaan dan kawasan pendidikan, di mana peluang kerja formal relatif terbatas bagi lulusan baru dan tenaga kerja dengan keterampilan menengah.

Es Teler 77 juga menunjukkan tanggung jawab sosial melalui berbagai kegiatan sosial dan lingkungan. Salah satunya adalah penyelenggaraan Lomba Anak Seni Kreasi Warna (LASKAR) di Kota Tangerang sebagai bentuk dukungan terhadap pengembangan kreativitas anak dan interaksi keluarga. Di sisi lain, komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan ditunjukkan melalui gerakan #DadahSedotanPlastik sejak tahun 2018 sebagai upaya mengurangi penggunaan plastik sekali pakai. Kegiatan ini mencerminkan penerapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sejalan dengan keberlanjutan usaha.

8. Aspek Lingkungan (AMDAL)

Sebagai usaha waralaba di bidang kuliner, operasional Es Teler 77 memiliki dampak lingkungan yang relatif terbatas dan berskala lokal. Meskipun tidak melibatkan bahan berbahaya atau aktivitas industri berat, identifikasi dan pengelolaan dampak lingkungan tetap diperlukan untuk memastikan kegiatan usaha berjalan sejalan dengan prinsip kelestarian lingkungan serta ketentuan peraturan yang berlaku.

Dampak lingkungan yang berpotensi muncul terutama berkaitan dengan limbah cair dan limbah padat hasil kegiatan operasional gerai. Pengelolaan limbah dilakukan melalui pemilahan sampah, penggunaan tempat sampah tertutup, serta pembuangan limbah cair sesuai ketentuan

lingkungan. Selain itu, Es Teler 77 menunjukkan kepatuhan terhadap regulasi lingkungan melalui kebijakan penghentian penggunaan sedotan plastik sebagai upaya mengurangi sampah plastik. Langkah ini mencerminkan komitmen perusahaan dalam meminimalkan dampak lingkungan sekaligus mendukung keberlanjutan usaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis kelayakan bisnis yang dilakukan melalui pendekatan multi-aspek, penelitian ini menyimpulkan bahwa waralaba Es Teler 77 memiliki tingkat kelayakan usaha yang tinggi untuk dijalankan dan dikembangkan. Kelayakan tersebut tidak hanya ditopang oleh kekuatan merek dan stabilitas permintaan pasar, tetapi juga oleh kesiapan sistem manajerial, operasional, serta kepatuhan terhadap aspek legal, sosial, dan lingkungan. Pendekatan komprehensif yang digunakan dalam penelitian ini memungkinkan evaluasi usaha dilakukan secara holistik, sehingga memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai keberlanjutan bisnis waralaba di sektor makanan dan minuman.

Dari perspektif strategis, Es Teler 77 menunjukkan kemampuan adaptasi yang baik terhadap dinamika pasar melalui kombinasi antara diferensiasi produk berbasis kuliner tradisional dan penerapan strategi pemasaran modern. Aspek hukum dan kelembagaan memberikan fondasi yang kuat bagi operasional usaha, ditunjukkan melalui perlindungan hak kekayaan intelektual, kepatuhan terhadap regulasi usaha, serta kejelasan hubungan kemitraan dalam sistem waralaba. Di sisi lain, penerapan standar operasional yang konsisten serta pola manajemen yang efektif di tingkat gerai menjadi faktor penting dalam menjaga kualitas produk dan layanan, sekaligus meminimalkan risiko operasional.

Dari sudut pandang ekonomi, waralaba Es Teler 77 berpotensi memberikan pengembalian investasi yang kompetitif, meskipun membutuhkan modal awal yang relatif besar. Potensi tersebut diperkuat oleh kontribusi usaha terhadap penciptaan lapangan kerja dan perputaran ekonomi lokal. Selain itu, kepemilikan sertifikasi halal yang sah serta penerapan prinsip transparansi dalam pengelolaan usaha meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen, khususnya di pasar domestik yang mayoritas berpenduduk Muslim. Hal ini menempatkan aspek syariah dan halal sebagai nilai tambah strategis, bukan sekadar pemenuhan kewajiban administratif.

Ditinjau dari aspek lingkungan dan sosial, dampak yang ditimbulkan oleh operasional gerai Es Teler 77 tergolong terbatas dan berskala lokal, namun tetap memerlukan pengelolaan yang berkelanjutan. Upaya pengendalian limbah, penerapan kebersihan lingkungan usaha, serta kepatuhan terhadap regulasi lingkungan menunjukkan adanya kesadaran perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan ekologis. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa waralaba Es Teler 77 tidak hanya layak secara finansial dan operasional, tetapi juga memiliki dasar keberlanjutan yang memadai untuk dikembangkan dalam jangka panjang sebagai model bisnis kuliner nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Andiana, B. D. L. (2023). *Corporate social responsibility as a mediator influence of company size, profitability, and leverage on company value (Corporate social responsibility sebagai pemediasi pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap nilai perusahaan)*. *Costing: Journal of Economic, Business and Accounting*, 6, 2271-2283.
- Dessy Putri, A. (2013). *Studi kelayakan usaha waralaba Warung "Pangestu" di Kabupaten Jember*. *Jurnal Ilmiah Inovasi*, 13(2), 154-164.
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. (n.d.). *Pangkalan data kekayaan intelektual: Hak kekayaan intelektual PT Es Teler 77 Juara Indonesia*. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.
- Effendi, A. (2021). *Perlindungan hukum terhadap franchisor dan franchisee pada usaha waralaba dalam perspektif hak kekayaan intelektual (Studi aspek hukum perjanjian)*. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 533-548.
- Es Teler 77. (2019, April 10). *Cintai lingkungan dimulai dari kamu*.
- Es Teler 77. (2019, December 3). *Es Teler 77 wadah bakat menggambar & mewarnai anak-anak Tangerang*.
- Es Teler 77. (n.d.). *Franchise: Peluang kemitraan Es Teler 77*.
- Es Teler 77. (n.d.). *Tentang kami: Sejarah Es Teler 77*.
- Hidayat, A. S., & Siradj, M. (2015). *Sertifikasi halal dan implikasinya bagi dunia bisnis di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi Islam (Journal of Islamic Economics)*, 6(2), 173-188.
- Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). (n.d.). *Situs pencarian sertifikasi halal [Database]*. Majelis Ulama Indonesia. Diakses 27 Desember 2025.
- MM, B. F. (2021). *Analisis studi kelayakan bisnis usaha waralaba dan citra merek terhadap keputusan pembelian di Makassar*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Emor (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, 5(1), 44-56.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2021). *Peraturan Pemerintah Nomor 22 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup*.
- Pramesti, M. C., Puspitasari, F. A., Setyawan, F., & Floranta Adorana, F. (2025). *Pengembangan hukum perjanjian dalam praktik waralaba di Indonesia*. *ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora*, 5(2), 101-112.
- Putri, A. R., & Santoso, B. (2021). *Analisis kelayakan investasi pengembangan usaha kuliner pada sistem waralaba di Indonesia*. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, 6(1), 45-56.
- Sundari, S., Riadi, E., Alexandro, R., & Oktaria, M. (2022). *Analisis SWOT dan strategi pemasaran usaha waralaba: Studi kasus pada Cokelat Klasik Palangka Raya*. *Edunomics Journal*, 3(1), 1-10.
- Waralabagram. (2024, November 18). *Franchise Es Teler 77, syarat bergabung & biaya harga investasi*.