


Dampak Fenomena Es Krim Viral : Analisis Kelayakan Bisnis Mixue Blahbatuh dan Refleksi Gaya Hidup Hedonis Gen-Z di Gianyar

Kadek Ayu Ariyani^{1*}, Ni Luh Indiani², Ni Putu Andini Desiyanti Laksmi³

^{1,2,3}Universitas Mahendradatta

E-mail: pphanisa147@gmail.com

*Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1925>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 04 July 2025

Revised: 10 July 2025

Accepted: 23 July 2025

Kata Kunci

Studi Kelayakan Bisnis, Franchise Mixue, Hedonisme, Generasi Z, Blahbatuh.

Keywords

Business Feasibility Study, Mixue Franchise, Hedonism, Generation Z, Blahbatuh



ABSTRACT

Popularitas Mixue, terutama di kalangan Generasi Z, mencerminkan tren konsumsi dan berpotensi memengaruhi gaya hidup hedonisme. Minat pasar tinggi serta variasi minuman yang digemari mendukung ekspansi Mixue, mengindikasikan peluang bisnis signifikan. Studi ini bertujuan menganalisis kelayakan dan merumuskan strategi tepat untuk pengembangan usaha franchise Mixue di Blahbatuh, Gianyar. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan data dikumpulkan melalui wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Analisis kelayakan bisnis mencakup metode SWOT dan tinjauan komprehensif pada aspek non-finansial (pasar, pemasaran, manajemen, SDM, teknis, teknologi, sosial, ekonomi, hukum) serta aspek finansial. Evaluasi finansial melibatkan uji kelayakan investasi. Hasil analisis non-finansial menunjukkan usaha Mixue Blahbatuh Gianyar sangat layak untuk dijalankan. Secara finansial, proyek ini sangat layak dengan nilai *Net Present Value* (NPV) Rp 151.017.018 dan *Internal Rate of Return* (IRR) 42,97%. Temuan ini menegaskan potensi Mixue sebagai bisnis prospektif, meskipun implikasinya terhadap pola konsumsi Gen-Z perlu dicermati lebih lanjut.

Mixue's pervasive popularity, particularly among Generation Z, reflects current consumption trends and potentially influences hedonistic lifestyles. High market interest and diverse offerings drive Mixue's rapid expansion, indicating substantial business opportunity. This study assessed the business feasibility and appropriate strategies for a Mixue franchise in Blahbatuh, Gianyar. Utilizing a qualitative descriptive approach, data was gathered via interviews, documentation, and literature review. Feasibility analysis included SWOT, comprehensive non-financial aspects (market, management, technical, social-economic, legal), and financial evaluation via investment tests. Non-financial analysis found the Mixue Blahbatuh business highly feasible for operation. Financially, the project demonstrates strong viability (NPV Rp 151,017,018; IRR 42.97%). These findings affirm Mixue's potential as a prospective business, though its implications for Gen Z's consumption patterns warrant further scrutiny.



access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: Kadek Ayu Ariyani, et al (2025). Dampak Fenomena Es Krim Viral : Analisis Kelayakan Bisnis Mixue Blahbatuh dan Refleksi Gaya Hidup Hedonis Gen-Z di Gianyar, 4(1), 2057- 2061
<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1925>

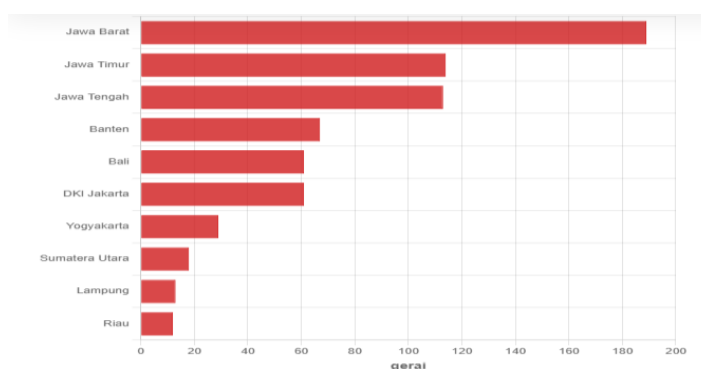
PENDAHULUAN

Kondisi lingkungan yang sangat dinamis dan persaingan yang sangat ketat membuat seseorang terpacu untuk membuat bisnis dan tidak cukup hanya mengandalkan pengalaman dan intuisi saja dalam memulai usahanya. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sangatlah cepat sehingga berdampak pada munculnya berbagai macam model bisnis. Salah satu model bisnis yang banyak diminati adalah franchise atau waralaba (Najila *et al.*,2022) Sistem franchise memberikan berbagai keuntungan bagi orang yang membeli sistem tersebut, dengan menggunakan sistem franchise maka

dapat memberikan keuntungan seperti merek bisnis, logo, pemasaran, cara produksi, brand name, serta sistem bisnis juga telah terbangun dari awal (Nugroho & Kusumasari, 2022).

Bisnis *franchise* juga dapat menciptakan peluang bagi pengusaha kecil untuk dapat berusaha membuka lapangan pekerjaan dan menjadi salah satu jalan dalam meningkatkan perekonomian (Badriyah, 2019). Perkembangan bisnis di industri minuman saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Bisa dilihat sekarang ini ada banyak bermunculan perusahaan baru dengan produk utamanya adalah minuman (Prihandono *et al*, 2021). Mixue merupakan perusahaan yang menjual es krim, teh dan minuman boba asal China yang telah berdiri pada tahun 1997 (Tiara Kasih *et al*, 2023). Saat ini perusahaan Mixue sudah mempunyai lebih dari 10.000 outlet yang tersebar luas di Indonesia.

Indonesia menjadi target pasar minuman boba atau minuman yang sedang tren di Asia tenggara. Pada tahun 2021 diperkirakan omset tahunan menembus angka 1,6 miliar dolar AS setara dengan 23,74 triliun. Salah satu bisnis yang mengalami pertumbuhan gerai yang sangat besar adalah Gerai Mixue, berikut adalah 10 Provinsi dengan pertumbuhan gerai Mixue terbanyak



Gambar 2.
10 Provinsi Gerai Mixue Terbanyak di Indonesia
Sumber: Jatimnetwork.com

Di sisi lain, gaya hidup hedonisme tengah menjadi tren di kalangan Generasi Z. Hedonisme, sebagai orientasi hidup yang mengedepankan kesenangan dan kepuasan instan, tercermin dalam perilaku konsumtif Gen Z, seperti kecenderungan untuk belanja atau menikmati gaya hidup mewah (Trivani, 2023; Nurmalia *et al*, 2024). Pemilihan Mixue Blahbatuh Gianyar sebagai lokasi penelitian didasari oleh tingginya tingkat konsumsi Mixue oleh Gen Z di area tersebut, yang diyakini memengaruhi gaya hidup hedonisme mereka. Lokasi ini strategis, berada dekat area pendidikan dan pusat aktivitas anak muda, menjanjikan potensi pasar Gen Z yang besar. Oleh karena itu, studi kelayakan ini penting untuk mengevaluasi potensi pengembangan *franchise* Mixue di lokasi ini (Anggraeni & Indayani, 2023).

Dalam konteks industri kuliner yang sangat kompetitif dan dinamis, seperti fenomena Mixue, pemahaman mendalam tentang posisi strategis bisnis menjadi krusial. Oleh karena itu, penelitian ini menekankan penggunaan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) sebagai alat fundamental (Selvi *et al*, 2022). SWOT memungkinkan identifikasi komprehensif terhadap faktor internal (kekuatan dan kelemahan usaha Mixue di Blahbatuh) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman pasar, termasuk dinamika persaingan dan perilaku konsumen Gen-Z di Gianyar). Dengan memetakan elemen-elemen ini secara sistematis, analisis SWOT memberikan gambaran jelas tentang kondisi strategis Mixue, membantu merumuskan strategi adaptif yang mampu memanfaatkan kekuatan dan peluang, sekaligus memitigasi kelemahan dan ancaman di tengah lanskap bisnis yang terus berubah (Putri *et al*, 2023)

METODE

Penelitian ini mengadopsi metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis kelayakan penjualan produk Mixue di Blahbatuh, Gianyar. Tujuan utamanya adalah menentukan kelayakan bisnis Mixue melalui pendekatan komprehensif yang mencakup aspek non-finansial dan finansial.

Aspek non-finansial yang ditinjau meliputi: analisis pasar dan pemasaran; analisis manajemen dan sumber daya manusia; analisis teknis dan teknologi; analisis sosial dan ekonomi; serta analisis

Dampak Fenomena Es Krim Viral: Analisis Kelayakan Bisnis Mixue Blahbatuh dan Refleksi Gaya Hidup Hedonis Gen-Z di Gianyar, Kadek Ayu Ariyani, Ni Luh Indiani, Ni Putu Andini Desiyanti Laksmi

2059

hukum. Pada aspek finansial, penelitian fokus pada analisis keuangan usaha dengan melakukan uji kelayakan investasi.

Data penelitian dikumpulkan melalui kombinasi data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data primer melibatkan wawancara dan dokumentasi, sementara data sekunder diperoleh melalui studi pustaka

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis yang mendalam ini penting untuk memahami tidak hanya potensi finansial sebuah bisnis yang digemari kalangan muda, tetapi juga dinamika sosial di baliknya. Dari sinilah, kita bisa melihat bagaimana popularitas sebuah merek memengaruhi pola konsumsi dan perilaku, sekaligus mengukur seberapa besar peluang bisnis ini dalam pasar yang terus berubah. Pembahasan akan dimulai dengan menyajikan analisis SWOT untuk memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha, dilanjutkan dengan evaluasi komprehensif dari berbagai aspek kelayakan bisnis non-finansial dan finansial (Kyana *et al.*, 2023).

SWOT Analisis

Analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman) mengidentifikasi beberapa poin kunci untuk usaha Mixue:

Kekuatan: Mixue unggul dalam penggunaan bahan baku berkualitas, inovasi produk untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, serta variasi ice cream dan menu dengan beragam topping.

Kelemahan: Mixue tidak menyediakan makanan ringan pendamping, menu minuman yang disajikan mudah ditiru pesaing, dan gerai yang relatif sempit dapat mengurangi kenyamanan pelanggan yang makan di tempat.

Peluang: Perkembangan teknologi dan pemasaran produk yang pesat dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan promosi dan penjualan. Selain itu, Mixue membuka lapangan pekerjaan dan memudahkan pembukaan cabang atau franchise baru.

Ancaman: Persaingan harga dari produk serupa yang lebih murah, pesaing dengan produk lebih menarik dan bervariasi, serta kenaikan harga bahan baku menjadi ancaman signifikan.

Analisis Kelayakan Bisnis

Pentingnya kelayakan bisnis tidak hanya terletak pada identifikasi potensi keuntungan finansial, melainkan juga dalam memetakan risiko, mengoptimalkan strategi, serta memahami dampaknya sosialnya khususnya terkait fenomena gaya hidup hedonisme di kalangan Gen Z (Anggreni, 2023). Studi ini vital untuk memastikan bahwa investasi di Blahbatuh, Gianyar, tidak hanya menjanjikan secara ekonomi, tetapi juga berkelanjutan dan relevan dengan dinamika perilaku konsumen saat ini.

Aspek Pasar dan Pemasaran

Hasil analisis menunjukkan bahwa untuk aspek pasar dan pemasaran, Mixue Blahbatuh Gianyar perlu menerapkan manajemen usaha yang profesional dan kompeten. Hal ini penting untuk memastikan kualitas produk dan layanan memenuhi atau melampaui ekspektasi pelanggan, sehingga meningkatkan keberhasilan dan keberlanjutan bisnis.

Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Dari sisi manajemen dan SDM, usaha Mixue harus fokus pada penyediaan produk berkualitas dengan harga terjangkau. Strategi harga yang kompetitif dan kualitas produk yang baik akan membantu Mixue bersaing efektif di pasar yang sangat kompetitif.

Aspek Teknis dan Teknologi

Analisis aspek teknis dan teknologi menekankan pentingnya menyediakan metode transaksi pembayaran yang mudah bagi pelanggan, disesuaikan dengan media pemesanan dan pembelian (tunai, Debit, ShopeePay, OVO, GoPay). Metode pembayaran yang beragam dan mudah digunakan dapat menarik lebih banyak pelanggan dan mempercepat proses transaksi.

Aspek Sosial dan Ekonomi

Hasil analisis aspek sosial dan ekonomi menunjukkan bahwa Mixue Blahbatuh memberikan peluang bagi pengusaha lokal untuk berbisnis franchise. Ini tidak hanya memperluas cakupan bisnis Mixue tetapi juga berkontribusi pada pembangunan ekosistem kewirausahaan yang berkelanjutan di Denpasar.

Aspek Hukum

Dari aspek hukum, usaha Mixue Blahbatuh telah memenuhi legalitas yang dipersyaratkan, termasuk Nomor Induk Berusaha (NIB), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), dan akta pendirian perusahaan.

Aspek Keuangan

Kelayakan usaha Mixue Blahbatuh dari aspek keuangan sangatlah layak untuk dijalankan. Ini didasarkan pada hasil perhitungan NPV positif sebesar Rp 151.017.018 dan nilai IRR sebesar 42,97%, yang jauh lebih besar dari tingkat suku bunga yang dipersyaratkan yaitu 42%

Tabel 2. Hasil Analisis Kelayakan

Metode Analisis	Hasil Analisis	Kriteria Kelayakan	Keterangan
NPV	151.017.018	NPV >0 Dan Bernilai Positif	Layak
IRR	42,97%	IRR > Tingkat Suku Bunga	Layak

Dampak Fonomena Es Krim Viral terhadap Hedonis Gen Z di Gianyar

Fenomena es krim viral seperti Mixue memiliki dampak signifikan terhadap gaya hidup hedonisme Generasi Z di Gianyar, yang juga tercermin dari hasil analisis kelayakan bisnis dan matrix scoring. Popularitas Mixue yang meluas, terutama di kalangan Gen Z, tidak hanya menunjukkan tren konsumsi tetapi juga berpotensi memengaruhi pola hidup yang lebih mengutamakan kesenangan dan kepuasan instan. Di Gianyar, khususnya Blahbatuh, lokasi Mixue yang strategis dekat area pendidikan dan pusat kegiatan anak muda membuatnya sangat relevan dengan target pasar Gen Z yang memiliki kecenderungan konsumtif dan hedonis. Ketersediaan variasi minuman yang sesuai selera konsumen menjadi faktor pendukung perkembangan usaha Mixue.

Peluang ini sangat terkait dengan tingginya minat dan daya beli Gen Z yang dipengaruhi gaya hidup hedonisme. Strategi yang ditetapkan, seperti pertumbuhan persaingan bisnis dan pemanfaatan peluang tinggi, secara implisit mengakui dan berupaya memaksimalkan potensi dari pola konsumsi ini.

Dengan demikian, kelayakan bisnis Mixue di Gianyar, yang dibuktikan melalui analisis non-finansial dan finansial yang positif (NPV Rp 151.017.018 dan IRR 42,97%), menunjukkan bahwa fenomena es krim viral ini berhasil mengkapitalisasi tren hedonisme di kalangan Gen Z. Bisnis tersebut tidak hanya tumbuh pesat karena produknya, tetapi juga karena kemampuannya memenuhi keinginan Gen Z akan gratifikasi instan dan gaya hidup yang dinamis

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa usaha franchise Mixue di Blahbatuh, Gianyar, secara keseluruhan dinyatakan layak untuk dijalankan. Kelayakan ini didukung oleh analisis positif dari seluruh aspek non-finansial (pasar dan pemasaran, manajemen dan sumber daya manusia, teknis dan teknologi, sosial dan ekonomi, hukum). Secara finansial, kelayakan usaha ini sangat kuat, ditunjukkan oleh nilai NPV positif sebesar Rp 151.017.018 dan IRR sebesar 42,97%, yang melampaui tingkat bunga yang dipersyaratkan. Implikasi temuan ini menunjukkan potensi bisnis Mixue yang menjanjikan, meskipun pengamatan lebih lanjut terhadap pengaruhnya pada gaya hidup Gen Z tetap relevan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Ni Luh Indiani, S.E.,M.M, Ni Putu Andini Desiyanti Laksmi, S.S., M. Hum, atas atas bimbingan ahli dan dedikasi beliau dalam membimbing penyelesaian skripsi ini, yang kemudian dikembangkan menjadi artikel jurnal ini bimbingan, arahan, dan dukungan yang tak ternilai selama proses penelitian skripsi ini, yang menjadi dasar dari artikel ini. Terima kasih juga disampaikan kepada Dr. Anak Agung Elik Astari, S.E.,M.M selaku Ketua Program Studi dan kepada Yayasan Mahendradatta atas fasilitas dan kesempatan yang diberikan atas lingkungan akademik yang kondusif. Apresiasi khusus diberikan kepada Mixue Blahbatuh atas kerjasama dan kontribusinya memberikan data-data untuk mendukung penelitian ini, Tidak lupa kepada keluarga tercinta, teman, dan rekan sejawat atas dukungannya yang tulus

REFERENSI

- Adnyana, I. M. (2020). Buku: *Studi Kelayakan Bisnis*.
- Anggreni, N. P. M. (2023). Feasibility Studi Harga Dan Promosi Penjualan Motor Listrik Di Denpasar (Studi Pada Pt. Sentrik Persada Nusantara Denpasar). *Media Bina Ilmiah*, 18(2), 435-446.
- Anggreini, F. A., & Indayani, L. Analysis of Viral Marketing, Servicescape and Product Quality Towards Purchase Decisions at Mixue Outlets: Analisis Viral Marketing, Servicescape dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Outlet Mixue.
- Baihaqi, A. P. R. (2023). Waralaba Pilihan Indonesia: Teh Poci, Mafia Gedang, Mixue dan SPBU Pertamina (No. 3yfra). *Center for Open Science*
- Kyana, N. L. G. S. M., Tirtamara, A. A., & Yasa, N. N. K. (2023). Perumusan Strategi Pemasaran Produk Minuman Boba “Mixue” dengan Menggunakan Matriks Internal Eksternal. *Jurnal Pijar*, 1(3), 578-587.
- Najla, N., Dewanthi, Y., & Permana, E. (2022). Strategi Mempertahankan Usaha Franchise Pada Minuman Mixue di Indonesia. *Journal Of Business, Finance, and Economics (JBFE)*, 3(2), 189-198.
- Nugroho, R. H., & Kusumasari, I. R. (2022). Perkembangan Franchise Di Indonesia. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 13(2).
- Nurmalia, G., Wulan, M. N., & Utamie, Z. R. (2024). Gaya Hidup Berbasis Digital Dan Perilaku Konsumtif Pada Gen Z Di Bandar Lampung: Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee. *Jurnal Rekoginisi Ekonomi Islam*, 3(01), 22-32.
- Prihandono, D., Wijayanto, A., & Cahyaningdyah, D. (2021). Franchise business sustainability model: Role of conflict risk management in Indonesian franchise businesses. *Problems and Perspectives in Management*, 19(3), 383.
- Puspita, D., Ervina, N., & Matwar, H. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis terhadap Usaha Kerupuk Sari Rasa di Desa Deli Serdang Ditinjau Dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 2(3), 218–230.
- Putri, N. P. Y., Astari, A. A. E., & Laksmi, N. P. A. D. (2023). Integrasi Matrix Scoring pada Kelayakan Penjualan Produk Makanan Green Food Balini Organic di E-Commerce. *Strategic: Journal of Management Sciences*, 3(3), 153-169.
- Qanita, A. (2020). Analisis strategi dengan metode swot dan qspm (quantitative strategic planning matrix): studi kasus pada d’gruz coffe di Kecamatan Bluto Sumenep. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(2), 11-24.
- Ratniati, N. K., Astari, A. A. E., & Laksmi, N. P. A. D. (2023). Analysis of IFAS, EFAS Strategies and Feasibility of Mangot Cultivation Business to Reduce Household Waste: ANALYSIS OF IFAS, EFAS STRATEGY AND FEASIBILITY OF MANGGOT CULTIVATION BUSINESS TO REDUCE HOUSEHOLD WASTE. David, F. R. (2011). *Manajemen Strategis: Konsep*, Buku 1, Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- Selviani, P., Astari, A. A. E., & Indiani, N. L. (2022). Studi Bisnis Model Canvas dalam Pengembangan Usaha dan Wirausaha Muda di Denpasar. *Nusantara Hasana Journal*, 2(4), 76-80.
- Trivani, G. (2023). The Effect of Financial Literacy, Income and Self Control on Financial Behavior Generation Z (Study on Generation Z Financial Behavior in Bekasi Regency). *Economic Education Analysis Journal*, 12(1), 69–79.