

ANALISIS PENGEMBANGAN BUSSINES PLAN PRODUK MAKANAN STIK DAKLOR (DAUN KELOR) PENCEGAH RADIKAL BEBAS

Salma Putri Tsaniyah¹, Putri Dwi Agustiningrum², Syela Lailaturohmah³, Diah Susanti⁴

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

salmapt9801@gmail.com¹

Keywords

Stik Daklor, Product, Food, Innovation, Strategy

Abstract

"Daklor Stick" is an innovative snack product that combines the health benefits of moringa leaves with the crispy taste of snacks. Moringa leaves, known as one of the most nutritious plants globally, are rich in nutrients such as vitamins, minerals, proteins, fibers, and antioxidants. The moringa stick is designed as a healthy snack alternative that enhances antioxidant intake and combats free radicals while offering culinary pleasure. This research aims to ensure that the developed business plan supports the sustainability of the product and provides comprehensive insights into the market, finances, and health benefits desired by consumers. The research methodology employed is research and development. This product supports local agriculture, utilizes eco-friendly packaging, and targets various community groups, including children who are less inclined to consume vegetables. The development of this food product aims to encourage entrepreneurship, fostering creativity and innovation among entrepreneurs while enhancing entrepreneurial skills effectively.

Kata Kunci

Stik Daklor, Produk, Makanan, Inovasi Strategi

Abstrak

"Stik Daklor" adalah produk inovasi makanan ringan yang memadukan manfaat kesehatan daun kelor dengan cita rasa camilan renyah. Daun kelor, yang dikenal sebagai salah satu tumbuhan paling bergizi di dunia, kaya akan nutrisi seperti vitamin, mineral, protein, serat, dan antioksidan. Stik daun kelor dirancang sebagai alternatif camilan sehat yang dapat meningkatkan asupan antioksidan dan menangkal radikal bebas, sembari menawarkan kenikmatan kuliner. Penelitian ini bertujuan memastikan bahwa business plan yang dikembangkan dapat mendukung keberlanjutan produk, dan dapat memberikan pemahaman menyeluruh terkait pasar, keuangan, serta manfaat kesehatan yang diinginkan oleh konsumen. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian research and development. Produk ini mendukung pertanian lokal, menggunakan kemasan ramah lingkungan, dan menargetkan berbagai kelompok masyarakat, termasuk anak-anak yang kurang suka makan sayur. Pengembangan produk makanan ini memiliki tujuan bagi pelaku usaha salah satunya yaitu menjadikan masyarakat lebih kreatif dan berinovatif dalam berwirausaha dan melatih kemampuan berwirausaha dengan baik.

Corresponding Author: Salma Putri Tsaniyah
salmapt9801@gmail.com



PENDAHULUAN

Berawal dari melimpahnya tanaman kelor di sekitar daerah Ponorogo yang belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh warga, muncul inspirasi untuk menjadikan keberlimpahan tersebut sebagai dasar pengembangan produk inovatif. Motivasi ini muncul karena disadari potensi besar yang terkandung dalam tanaman kelor belum tersentuh sepenuhnya (Sakti & Prasetyo, 2018). Melihat kurangnya pemanfaatan, pemilik produk inovasi merasa tertantang untuk menciptakan suatu produk yang tidak hanya memberikan nilai tambah, tetapi juga dapat memberdayakan potensi lokal (Zulkifli, Daud Hasim, & Karim Abubakar, 2022). Dukungan yang diberikan oleh masyarakat sekitar menjadi pendorong utama dalam proses pengembangan ini, membuktikan bahwa kolaborasi antara pemilik produk inovasi dan komunitas lokal dapat menjadi kekuatan utama dalam mewujudkan ide menjadi sebuah bisnis yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, dukungan tersebut tidak hanya menjadi modal awal, tetapi juga

fondasi yang kuat untuk menciptakan, mengembangkan, dan memasarkan produk inovasi dari tanaman kelor ini ke tingkat yang lebih luas.

Tak hanya itu, jika melihat sektor perekonomian di Indonesia saat ini nampak pelaku usaha yang mulai merintis bisnisnya mulai dari 0. Sebabnya, di Indonesia saat ini dalam hal lapangan pekerjaan masih sangat minim dan kurang memadai. Angka pengangguran lebih banyak daripada angka dibukanya lapangan pekerjaan. Hal ini membuat orang-orang banyak beralih untuk membuka bisnis dan menjadi wirausahawan, meskipun dalam ruang lingkup kecil.

Melihat inovasi produk yang akan dijadikan sebuah bisnis memberikan peluang bagi wirausahawan yang sedang merintis pekerjaan. Apalagi bisnis yang dikembangkan pada sektor makanan, tentunya sangat digemari oleh masyarakat dan konsumen lainnya. Bagi wirausahawan hendaknya melihat berbagai peluang yang ada di sekitar, seperti mencari ide kreatif dalam menciptakan dan mengembangkan suatu usaha dalam sektor makanan. Di zaman sekarang, seseorang dalam berusaha juga dapat dilihat dari segi kekreatifannya dalam produk nya yang membuat usaha tersebut semakin di lirik konsumen untuk mencoba produk (Sancoko. Aldo Hardi, 2015).

Stik pangsit merupakan salah satu camilan ringan yang sangat disukai oleh banyak kalangan, mulai dari anak-anak sampai orang dewasa. Stik pangsit tentunya sudah tidak asing lagi bagi masyarakat sekitar, terkenal dengan cita rasanya yang gurih dan kriuk di setiap gigitannya. Namun, pada adonan stik pangsit hanya terdapat kandungan dalam tepungnya saja sehingga jika dikonsumsi oleh masyarakat masih kurang terdapat kandungan yang menyehatkan bagi tubuh.

Oleh karena itu, membuka peluang bagi pengusaha untuk menciptakan dan mengembangkan produk makanan berupa “Stik Daklor” atau dapat disebut “Stik Daun Kelor”. Tentunya dalam melakukan pengembangan inovasi makanan ini supaya konsumen lebih tertarik pada produk makanan yang dibuat, sebab produk ini memiliki kandungan yang baik bagi kesehatan, kandungan tersebut berasal dari daun kelor. Jadi, pada Stik Daklor adonan yang dibuat akan ditambahkan sari daun kelor untuk menambah cita rasa yang berbeda, warna hijau yang membaluti stik secara alami dan tentunya memiliki manfaat bagi kesehatan tubuh kita. Dari segi pembuatannya Stik Daklor cukup sederhana, higienis dan akan dipasarkan dengan harga yang terjangkau serta memberikan daya tarik tersendiri pada masyarakat sehingga mereka memiliki keinginan untuk mencoba dan membelinya.

Produk makanan ini dalam pengembangannya tentu memiliki visi misi untuk menyongsong kualitas dari produk, adapun visinya yaitu “Menciptakan dan mengembangkan produk makanan yang sederhana, berkualitas dan dapat diterima oleh masyarakat dengan baik serta mengedepankan produk makanan yang unik, menarik dan memberikan kebermanfaatn bagi kesehatan tubuh” dan misinya yaitu selalu melakukan inovasi-inovasi dari segi manapun untuk menarik minat beli dan konsumsi masyarakat, menjaga kualitas produk, memberikan kesan yang terbaik kepada setiap pembeli, menyediakan layanan bagi konsumen yang ingin memberikan kritik dan saran.

Stik Daun Kelor atau “Stik Daklor” merupakan camilan ringan yang baru memulai produksi pemasaran. Stik Daklor ini memiliki keunikan tersendiri dari stik pangsit pada umumnya. Dimana Stik Daklor ini dibuat dengan menambahkan adonan berupa sari daun kelor yang didalamnya memiliki kandungan antioksidan dan dapat mencegah radikal bebas, hal ini merupakan suatu kelebihan dan keunikan yang dipasarkan dari produk ini. Selain itu, Stik Daklor memiliki tampilan yang berbeda dari stik pangsit pada umumnya, yaitu Stik Daklor berwarna hijau kecoklatan setelah melalui proses penggorengan. Ini dikarenakan, daun kelor dapat dijadikan sebagai warna alami pada makanan. Sehingga, dalam produksi Stik Daklor terjamin dari bahan makanan sintetis dan tentu terjangkau (Fitri Lestari & Puspita Sari, 2018).

Lokasi dari produksi Stik Daklor ini masih dilakukan terbatas di rumah owner. Meskipun pengelolaannya dilakukan di rumah pribadi tentu lokasinya dapat dijangkau oleh pelanggan karena letak rumah yang strategis dan dapat dilalui motor maupun mobil. Selain Stik Daklor yang memiliki keunikan tersendiri dan terinspirasi dari pemanfaatan daun kelor, Stik Daklor ini tentu dapat disantap oleh semua kalangan masyarakat dan produk olahan makanan ringan ini disarankan dapat dikonsumsi oleh anak-anak yang kurang suka makan sayur. Dari camilan ini anak-anak dapat terpenuhi nutrisinya dari kandungan yang terdapat dalam daun kelor yang telah diinovasikan dalam bentuk stik daun kelor. Dari adanya proses pengembangan produk berbasis pemanfaatan Sumber Daya Alam tentu memberikan dampak yang bermanfaat bagi seluruh masyarakat, terutama bagi pelaku usaha. Seperti halnya menjadikan masyarakat lebih kreatif dan berinovatif dalam berwirausaha, melatih kemampuan berwirausaha dengan baik, menambah pengalaman dan pengetahuan tentang berwirausaha, dapat

dijadikan sebagai pengisi waktu luang dengan kegiatan yang bermanfaat dan berorientasi pada masa depan, menciptakan sebuah inovasi yang dapat digunakan untuk memanfaatkan SDA yang ada di lingkungan sekitar yaitu tanaman kelor, membuka peluang usaha untuk membantu masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan.

Usaha makanan Stik Daklor ini merupakan bagian dari usaha kecil yang dijalankan dari awal dengan membuka outlet yang berlokasi di rumah pemilik usaha. Pemilik akan memperbesar usaha ini dengan membuka outlet-outlet cabang apabila usaha ini berhasil atau mampu mencapai tujuan yang diharapkan. Tentu dalam pengembangan produk makanan ini yang dipasarkan merupakan stik pangsit dengan bahan utama daun kelor yang kaya akan antioksidan dan baik untuk menghalau radikal bebas. Produk ini memiliki satu variasi rasa, yaitu original dengan tampilan berwarna hijau. Produk makanan Stik Daklor ini dapat dinikmati oleh berbagai kalangan, mulai dari anak-anak, dewasa, hingga lansia karena terbuat dari bahan-bahan alami dan berkualitas.

Saat ini, kami memiliki beberapa pesaing, seperti berbagai macam keripik (keripik kentang, keripik tempe, keripik pisang, dan lain-lain) yang tersebar di toserba terdekat. Meski begitu, produk Stik Daklor memiliki ciri khas tersendiri yang terletak di komposisi daun kelor yang tidak ada di produk-produk kripik lainnya. Selain itu, lokasi penjualan produk terletak di jalan padat aktivitas sehingga banyak masyarakat yang berminat membeli produk Stik Daklor. Dalam sebuah usaha apalagi jual beli, pasti kita menemukan suatu target pasar dan pesaing pasar. Oleh karena itu, pelaku usaha selalu menginovasi untuk produk yang dikembangkannya sesuai dengan target yang ditentukan (Supriyanto, 2021). Melihat hal tersebut sasaran pembeli Stik Daklor ini adalah para penikmat cemilan sehat, khususnya anak-anak karena produk ini tidak mengandung bahan tambahan (micin) dan menggunakan pewarna hijau alami dari daun kelor yang tentunya aman dikonsumsi dan menyehatkan. Seperti yang kita ketahui bahwa anak-anak sering mengonsumsi jajan tidak sehat di pinggir jalan, sehingga diharapkan Stik Daklor ini menjadi alternatif cemilan anak-anak juga orang dewasa bahkan lansia. Tak lupa strategi diferensiasi terhadap produk makanan Stik Daklor terletak pada variasi rasa, yaitu original, balado, dan sapi panggang. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai simbol dari pemanfaatan sumber daya lokal, pemberdayaan wirausaha, dan potensi untuk menciptakan bisnis yang berkelanjutan. Penelitian dan pengembangan yang dilakukan untuk produk ini tidak hanya menghasilkan camilan yang unik dan sadar kesehatan tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan kreativitas masyarakat.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Research and Depeloment*. Penelitian R&D ini adalah upaya sistematis untuk mengembangkan dan menganalisis business plan produk makanan Stik Daklor, yang terbuat dari daun kelor, dengan fokus pada pencegahan radikal bebas. Tujuan utamanya adalah merancang dan menguji strategi pengembangan bisnis untuk produk inovatif ini. Penelitian melibatkan analisis mendalam terhadap aspek pemasaran, keuangan, dan operasional business plan, dengan penekanan khusus pada potensi kesehatan dan antioksidan yang dihadirkan oleh daun kelor. Selain itu, penelitian ini bertujuan memastikan bahwa business plan yang dikembangkan dapat mendukung keberlanjutan produk, dan dapat memberikan pemahaman menyeluruh terkait pasar, keuangan, serta manfaat kesehatan yang diinginkan oleh konsumen.

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan utama untuk mengembangkan dan menguji metode pembuatan Stik Daun Kelor, yang lebih dikenal sebagai "Stik Daklor." Fokus utama dalam pengembangan produk ini adalah sebagai makanan ringan sehat yang mengandung antioksidan tinggi, bertujuan untuk melawan radikal bebas. Stik Daklor merupakan produk inovatif yang terbuat dari daun kelor, sebuah tumbuhan yang dikenal kaya akan vitamin A, C, dan K, mineral seperti kalsium, kalium, zat besi, protein, antioksidan, dan serat. Dengan mempertimbangkan aspek kelezatan camilan tradisional, produk ini didesain dengan tekstur yang renyah, menggabungkan manfaat kesehatan daun kelor untuk menciptakan camilan yang tidak hanya lezat tetapi juga bergizi.

Produk ini hadir dalam bentuk stik pangsit kecil yang sangat praktis dikonsumsi sebagai camilan sehat. Dikemas dalam wadah dengan berat bersih 100 gram, stik daun kelor memiliki warna kuning kehijauan dan dapat dihadirkan dalam berbagai bentuk, seperti stik panjang atau kumpulan stik

kecil dalam satu kemasan. Inovasi pangan Stik Daklor menonjolkan kualitas nutrisinya yang tinggi, memastikan bahwa manfaat kesehatan esensial dari daun kelor tetap terjaga. Hal ini mencakup kandungan vitamin, mineral, protein, dan antioksidan yang terdapat dalam produk. Dengan tekstur yang renyah dan kemudahan konsumsi, Stik Daklor dirancang untuk memastikan nutrisi penting dari daun kelor tetap terjaga dalam setiap stik.

Komposisi stik daun kelor melibatkan bahan-bahan seperti daun kelor, garam, bawang merah, tepung terigu, tepung maizena, margarin, dan air. Tahap pembuatan mencakup proses penghalusan daun kelor, pencampuran bahan, penyejajaran adonan, dan penggorengan stik, diikuti dengan tahap pengemasan setelah stik dingin. Lokasi dari produksi Stik Daklor ini masih dilakukan terbatas di rumah owner, yaitu di Karanglo Kidul, Jambon, Ponorogo. Meskipun pengelolaannya dilakukan di rumah pribadi tentu lokasinya dapat dijangkau oleh pelanggan karena letak rumah yang strategis dan dapat dilalui motor maupun mobil. Dalam proses pengemasan, Stik Daun Kelor diberikan perhatian khusus terhadap keberlanjutan dan kenyamanan. Penggunaan kemasan ramah lingkungan berwarna hijau bertujuan untuk mencerminkan kekayaan nutrisi daun kelor. Informasi mengenai nutrisi, cara konsumsi, dan manfaat kesehatan produk secara rinci dicantumkan pada kemasan, sementara desain kemasan ini dirancang untuk kemudahan pembukaan dan tingkat ketahanan yang optimal guna menjaga kualitas produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kebutuhan Modal Awal

Modal awal yang dibutuhkan dalam memulai usaha Stik Daklor sebesar Rp. 2.950.000. Dana tersebut dialokasikan untuk kebutuhan pengeluaran awal produksi yang dialokasikan untuk tiga aspek, meliputi investasi, bahan baku produksi, dan biaya operasional. Perincian kebutuhan awal pada aspek investasi dapat dilihat dalam tabel 1.

Tabel 1. Investasi

No	Komponen	Jumlah	Satuan	Harga per Unit (Rp)	Total Biaya (Rp)	Umur Ekonomis (tahun)	Penyusutan/Tahun (Rp)
1	Kompore Gas	1	Unit	150.000	150.000	3	50.000
2	Tabung Gas 3kg	1	Unit	120.000	120.000	3	40.000
3	Blender	1	Unit	200.000	200.000	2	100.000
4	Baskom/mangkuk	2	Unit	12.000	24.000	3	8.000
5	Panci	1	Unit	60.000	60.000	3	20.000
6	Pisau	2	Unit	50.000	100.000	2	50.000
7	Sendok	1	Unit	25.000	25.000	2	12.500
8	Talenan	2	Unit	5.000	10.000	1	10.000
Total Biaya					634.000		290.500

Tabel 2. Bahan Baku Produksi

No	Bahan	Jumlah	Total Harga Per Produksi	Total Harga Per Tahunan
1.	Tepung Terigu	10 kg	120.000	39.600.000
2.	Bawang Merah	¼ kg	10.000	3.300.000
3.	Bawang Putih	¼ kg	8.000	2.640.000
4.	Garam	100 gram	1.500	495.000
5.	Tepung Maizena	5 kg	50.000	16.500.000
6.	Margarin	1 kg	8.000	2.640.000
7.	Air	500 ml	3.000	990.000
8.	Jumlah		200.500	66.165.000

*1 Tahun Kerja = 330 hari

Tabel 3. Biaya Operasional

No.	Komponen	Biaya per bulan	Biaya per tahun
1	Listrik & Air	50.000	600.000
2	Gas	20.000	240.000
3	Komunikasi & Informasi Promosi	50.000	600.000
4	Tenaga Kerja 1 orang	1.000.000	12.000.000
5	Pemeliharaan alat	40.000	480.000
6	Sewa	1.500.000	18.000.000
	Jumlah	266.000	31.920.000

Kebutuhan modal awal untuk memulai usaha Stik Daklor adalah sebesar Biaya Bahan Baku + Biaya Operasional

$$= 200.500 + 2.660.000$$

$$= \text{Rp. } 2.860.500$$

Total Biaya

Biaya Investasi Rp. 634.000/tahun

Biaya Produksi Rp. 66.165.000/tahun

Biaya Operasional Rp. 18.000.000/tahun

Biaya Penyusutan Rp. 290.500/tahun

Harga Pokok Produksi (HPP)

$$\begin{aligned} \cdot \quad \text{Biaya Tetap} &= \text{Biaya Penyusutan} + \text{Biaya Operasional} \\ &= \text{Rp.290.500 / tahun} + \text{Rp. 18.00.000 / tahun} \\ &= \text{Rp. 18.290.500 / tahun} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \cdot \quad \text{HPP} &= \text{Biaya Tetap} + \text{Biaya Produksi} / \text{Jumlah Produksi} \\ &= \text{Rp. 18.290.000} + \text{Rp. 66.165.000} / (50 \times 330) \\ &= \text{Rp. 18.290.000} + \text{Rp. 66.165.000} / (16.500) \\ &= \text{Rp. 84.455.000} / 16.500 \\ &= \text{Rp. 5.118,48at au Rp. 5.500} \end{aligned}$$

Harga Jual Per Unit

$$\text{Rp 5.500} \times 25\% = \text{Rp. 1.375}$$

$$\text{Jadi Rp. 5.500} + \text{Rp. 1.375} = \text{Rp. 6.875}$$

Atau Harga Jual Rp. 7.000

Analisis R/C

$$\begin{aligned} \cdot \quad \text{Total Biaya Produksi} &= \text{Biaya Produksi} + \text{Biaya Operasional} \\ &= \text{Rp. 66.165.000 / tahun} + \text{Rp. 18.000.000 / tahun} \\ &= \text{Rp. 84.165.000 / tahun} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \cdot \quad \text{Total Pendapatan} &= \text{HPP} \times \text{Jumlah Produksi} \\ &= \text{Rp. 5.500} \times 16.500 / \text{tahun} \\ &= \text{Rp. 90.750.000 / tahun} \\ &= \text{Rp. 7.562.500 / bulan} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \cdot \quad \text{Keuntungan} &= \text{Total Pendapatan} - \text{Total Biaya Produksi} \\ &= \text{Rp.90.750.000/ tahun} - \text{Rp. 84.165.000 / tahun} \\ &= \text{Rp. 6.585.000 / tahun} \\ &= \text{Rp. 548.750 / bulan} \end{aligned}$$

$$\text{R/C} = \text{Total Pendapatan} : \text{Total Biaya Produksi}$$

$$\begin{aligned} &= \text{Rp.90.750.000/ tahun} : \text{Rp. 84.165.000 / tahun} \\ &= 1,07 \end{aligned}$$

Maka usaha Stik Daklor menguntungkan jika nilai R/C > 1

$$\begin{aligned} \text{ROI} &= \text{Keuntungan} : \text{Total Biaya Produksi} \times 100\% \\ &= \text{Rp.6.585.000 / tahun} : \text{Rp. 84.165.000/ tahun} \times 100\% \\ &= 0,07\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Jangka Waktu Pengembalian Modal} &= \text{Biaya Investasi} \\ &\times \text{Masa Produksi} / \text{Keuntungan} \\ &= \text{Rp. 634.000 / tahun} \times 1 \text{ tahun} / \text{Rp. 84.165.000/} \\ &\text{tahun} : \text{Rp. 6.585.000/ tahun} \\ &= 1,143 \text{ tahun} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil analisis finansial di atas, maka modal usaha atau biaya investasi yang dikeluarkan untuk mendirikan bisnis ini akan kembali dalam jangka waktu 1,143 tahun, dengan jumlah produksi 16.500 bungkus per tahunnya dari 330 hari kerja per tahun.

Disamping dilakukan analisis finansial pada awal usaha, juga dilakukan proyeksi laba/rugi. proyeksi laba/rugi sebagai laporan keuangan yang memuat informasi utama seputar neraca keuangan, arus kas, perubahan dalam modal, juga laba

rugi itu sendiri. Proyeksi laba dalam usaha Stik Daklor sebesar 31.335.000 dengan total biaya usaha sebesar 84.165.000 dan total pendapatan sebesar 115.500.000. Laba diperoleh dari total pendapatan dikurangi total biaya produksi. Proyeksi laba/rugi usaha Stik Daklor dapat dilihat dalam tabel 4.

Tabel 4. Proyeksi Laba/Rugi

PENDAPATAN		TOTAL
1	Penjualan (Rp. 7.000,00 x 50 packs x 330 hari)	Rp. 115.500.000,00
Total Pendapatan		Rp. 115.500.000,00
BIAYA PRODUKSI		TOTAL
1	Biaya Variabel (variable cost)	
	Biaya Bahan Baku	Rp. 66.165.000,00
	Biaya Tetap (fixed cost)	
	Total Biaya Tetap	Rp.18.290.500,00
	Total Biaya Produksi	Rp. 84.165.000,00
	Laba (Pendapatan - Biaya Produksi)	Rp. 31.335.000,00

Selanjutnya, dilakukan penghitungan BEP atau *Break Even Point*. BEP sebagai parameter atau patokan dalam menentukan suatu bisnis/atau usaha mengalami rugi atau keuntungan. BEP ini juga sebagai titik impas dimana posisi jumlah pendapatan seimbang dengan biaya produksi sehingga tidak terdapat keuntungan atau kerugian dalam suatu usaha. Menurut Syarifuddin Alwi (1990: 239), Break Even Point (BEP) merupakan suatu keadaan perusahaan di mana dengan keadaan tersebut perusahaan tidak mengalami kerugian namun juga perusahaan tidak mendapatkan laba sehingga terjadi keseimbangan atau impas. Proyeksi BEP pada usaha Stik Daklor dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Proyeksi BEP

PENJUALAN		TOTAL
1	Penjualan (Rp. 7.000,00 x 50 packs x 330 hari)	Rp. 115.500.000,00
Total Penjualan		Rp. 115.500.000,00
BIAYA VARIABEL		TOTAL
1	Biaya Bahan Baku	Rp. 66.165.000,00
Total Biaya Variabel		Rp. 66.165.000,00
BIAYA TETAP		TOTAL
Total Biaya Tetap		Rp.18.290.500,00
BEP = FC / 1-(VC/Pendapatan)		Rp.

Aspek Organisasi dan Manajemen

1) Risiko/hambatan

Selain memiliki peluang usaha, kami juga memiliki resiko yang harus dihadapi dan dicari solusinya. Beberapa resiko yang mungkin akan kami hadapi diantaranya adalah:

- a. Persaingan. Dengan meningkatnya kesadaran akan kesehatan dan nutrisi, banyak produk makanan sehat bermunculan di pasaran, termasuk camilan yang mengandung bahan alami seperti daun kelor. Oleh karena itu, Stik Daklor mungkin menghadapi persaingan ketat dari produk serupa yang menawarkan manfaat kesehatan. Selain itu, dengan popularitas dan keunikan Stik Daklor, ada kemungkinan pesaing akan mencoba meniru atau mengadaptasi ide produk ini ke dalam kreasi mereka, menambahkan variasi atau modifikasi untuk menarik perhatian konsumen (Jaya, 2023).
- b. Daya Tahan Produk. Stik Daun Kelor atau "Stik Daklor" dirancang untuk menjamin kualitas nutrisi yang tinggi, yang mengandalkan keaslian bahan daun kelor tanpa tambahan bahan pengawet. Dengan demikian, produk ini mungkin tidak memiliki daya tahan yang sangat panjang. Produk berbasis daun alami seperti ini umumnya harus disimpan dengan benar untuk mempertahankan kesegarannya. Pengemasannya yang ramah lingkungan juga dirancang untuk menjaga kualitas produk, tetapi konsumen harus memperhatikan cara penyimpanannya agar produk tetap dalam kondisi terbaik.

2.) Tindakan alternatif

Tindakan yang akan kami lakukan untuk mengatasi resiko dan hambatan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Persaingan. Untuk menanggulangi potensi persaingan dan menjaga keunikan "Stik Daklor", kami berencana untuk terus berinovasi dengan menawarkan variasi rasa dan tekstur yang berbeda, sesuai dengan tren dan preferensi konsumen saat ini (Handhini & S, 2023). Kami juga akan aktif dalam melakukan promosi dan edukasi tentang manfaat kesehatan daun kelor, sehingga konsumen lebih memahami nilai tambah dari produk kami. Selain itu, kami sedang mempertimbangkan untuk mendaftarkan hak cipta dan paten untuk produk ini, guna melindungi formula dan konsep unik dari Stik Daklor dari kemungkinan peniruan oleh pesaing.
- b. Daya Tahan Produk (Feriyansyah & Venanza, 2021). Mengingat kualitas nutrisi yang tinggi dan tidak adanya pengawet pada "Stik Daklor", salah satu langkah strategis yang kami rencanakan untuk mengatasi tantangan daya tahan produk adalah dengan melakukan analisis permintaan pasar secara rutin. Dengan demikian, kami dapat memproduksi dalam jumlah yang tepat sesuai dengan estimasi penjualan harian, sehingga meminimalisir sisa produk dan memastikan konsumen selalu mendapatkan Stik Daklor dalam kondisi segar setiap harinya.

3) Strategi STP (Segmentation, targeting, dan positioning)

Pertama, segmentation. segmentasi dibagi menjadi tiga, yaitu semografis, *targeting*, dan *position*. Demografis merupakan salah satu segmentasi yang dilakukan dengan membagi pasar ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan variabel demografis, seperti usia, jenis kelamin, besarnya, pendapatan, pendidikan, dan pekerjaan (Kusumawardhany, Iswadi, Dewi, & Widjaja, 2019). Produk Stik Daklor ini dapat dikonsumsi oleh berbagai kalangan, mulai dari anak-anak, orang dewasa, hingga lanjut usia. Segmentasi demografis multi variasi, produk Stik Daklor ini diarahkan pada segmentasi umur, jenis kelamin dan pendapatan sehingga produk dapat secara maksimal diterima oleh konsumen dan memberikan suatu kepuasan konsumen. *Targeting*, Setelah

tahap pemetakan pasar, tahap selanjutnya adalah targetting. Targetting adalah membidik kelompok konsumen yang akan disasar (strategi target market) (Faroque, Morrish, & Rahman Faroque, 2015). Setiap perusahaan, khususnya yang bergerak di bidang pangan pasti memiliki target penjualan produksinya, dalam hal ini produk Stik Daklor memiliki target pasar yang meliputi anak-anak, dewasa, dan lansia. Hal ini disebabkan karena produk ini memiliki tampilan yang menarik, rasa renyah dan gurih serta kaya antioksidan yang baik dikonsumsi oleh berbagai kalangan. *Position*, Pada posisi pasar Stik Daklor merupakan makanan yang bergizi tanpa penambahan micin dan bahan kimia berbahaya lainnya. Inovasi pangan terletak pada penggunaan daun kelor yang berperan sebagai penambah kandungan nutrisi. Selain itu, tampilan berwarna hijau dari daun kelor juga memberikan kesan menarik kepada konsumen (Handhini & S, 2023).

4) Pemasaran

Aspek pemasaran produk Stik Daklor meliputi promosi, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Promosi produk Stik Daklor dilakukan dengan promosi dari mulut ke mulut, dilanjutkan promosi di platform online, seperti Instagram, WhatsApp, Twitter, dan lainnya. Pada bulan pertama, kami akan memberikan diskon atau potongan harga kepada konsumen juga tester agar dapat menarik para calon konsumen. Selanjutnya, pengembangan pasar, yakni setelah usaha mencapai tujuan dan sudah dapat dikatakan sukses, langkah selanjutnya dilakukan pembukaan cabang “Stik Daklor” di dalam kota juga di luar kota untuk lebih memperluas pasar, dan yang terakhir adalah pengembangan produk, dilakukan perbanyak variasi rasa juga distribusi yang lebih memadai, seperti menggunakan jasa kirim dan pendaftaran pada platform online (Shopee, Lazada, Tokopedia, dan lain-lain).

5) Analisis SWOT

Analisis SWOT meliputi, kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). *Pertama*, kekuatan pada produk Stik Daklor, diantaranya memiliki tampilan berwarna hijau yang dapat menarik minat para konsumen; memiliki cita rasa yang renyah dan gurih tanpa bahan pengawet buatan dan bahan kimia lainnya; terbuat dari bahan alami dan berkualitas; harga terjangkau sehingga cocok untuk kalangan menengah kebawah dan menengah keatas; lokasi outlet yang strategis, yaitu tempat padat aktivitas yang mudah ditemukan oleh konsumen; dan terdapat layanan sistem pemesanan online sehingga konsumen dari berbagai daerah, khususnya di Ponorogo. *Kedua*, kelemahan pada produk ini, diantaranya produk yang ditawarkan hanya satu jenis dari kebanyakan stik atau keripik lainnya, apabila selera konsumen terus berubah, maka produk ini akan ditinggalkan dan beralih ke produk lain; variasi rasa produk yang terbatas; pendistribusian masih terbatas di daerah Ponorogo dan sekitarnya saja; serta daya tahan yang tidak terlalu lama karena tidak ada penambahan bahan pengawet. Produk hendaknya disimpan ditempat yang tidak terkena matahari langsung, diletakkan di suhu ruang dan kering (akan lebih awet jika diletakkan di dalam kulkas). *Ketiga*, peluang produk ini meliputi Cita rasa produk Stik daklor yang renyah dan gurih menjadi selera favorit berbagai kalangan di masyarakat (Winarti & Nurdjanah, 2005), terbukti telah banyak beredar berbagai jenis makanan yang memiliki cita rasa yang sama. Namun, pembeda Stik Daklor dari produk lainnya terletak pada kandungan antioksidan dan warna hijau dari daun kelor. Selain itu, banyaknya bermunculan produk makanan yang mengandung bahan alami dan klaim nutrisi di pasaran. Stik Daklor mungkin menghadapi persaingan ketat dari produk serupa yang menawarkan manfaat kesehatan. *Keempat*, ancaman bagi produk ini terletak pada popularitas dan keunikan Stik Daklor yang dapat ditiru atau diadaptasi oleh pesaing kedalam kreasi mereka, menambahkan variasi atau modifikasi untuk menarik perhatian

konsumen. Selain itu, adanya pedagang-pedagang keripik pinggir jalan atau kiloan yang menjual produk stik dengan harga yang lebih murah (Bali et al., 2022).

6) Analisis 4P

Analisis 4P (*Product, price, promotion, and place*) pada usaha Stik Daklor sebagai berikut. *Pertama* produk, yaitu Stik Daun Kelor, yang dikenal dengan nama "Stik Daklor", merupakan makanan ringan sehat yang terbuat dari daun kelor, tumbuhan yang dikenal sebagai salah satu sumber nutrisi terbaik di dunia (Ekafitri & Faradilla, 2011). Daun kelor, yang menjadi bahan utama dalam produk ini, kaya akan vitamin, protein, antioksidan, dan serat. Produk ini dirancang dengan tekstur yang renyah, memadukan manfaat kesehatan daun kelor dengan kelezatan camilan tradisional. Dengan adanya stik daun kelor, konsumen dapat menikmati camilan yang tidak hanya lezat, tetapi juga kaya nutrisi dan bermanfaat bagi kesehatan. *Kedua* Harga jual, yaitu produk Stik Daklor dijual dengan harga Rp. 7000 per kemasan. Produk ini dikemas dengan menggunakan warna hijau yang mencerminkan keberlanjutan dan kekayaan nutrisi daun kelor. Informasi tentang nutrisi, cara konsumsi, dan manfaat kesehatan dari produk akan dicantumkan di kemasan. *Ketiga* promosi, yakni Promosi yang akan kami lakukan dengan menyebarkan pamflet lewat platform sosial media, seperti instagram, whatsapp, twitter, dan lainnya (Rozinah & Meiriki, 2020). Pada bulan pertama, kami akan memberikan diskon atau potongan harga kepada konsumen juga tester agar dapat menarik para calon konsumen. *Keempat* sistem pemasaran dan distribusi, yaitu outlet Stik Daklor terletak di jalan Raya Solo RT 01/RW 01 No.69 Karanglo-lor, Sukorejo, Ponorogo, tepatnya di depan rumah pemilik usaha yang mana padat oleh aktivitas masyarakat dan mudah diakses menggunakan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum.

7) Distribusi

Selain membuka outlet di depan rumah pemilik, kami juga menjalin kemitraan dengan toko-toko bahan pangan disekitar guna menipkan produk untuk menambah peluang pemasaran (Sriyati & Magdalena, 2021). Sehingga diharapkan calon konsumen yang mulanya belum tahu keberadaan Produk Stik Daklor serta keunikan yang dimiliki dengan lebih cepat diketahui (Rosari & Christiani, 2022).

KESIMPULAN

"Stik Daklor" diciptakan sebagai solusi efektif untuk memenuhi kebutuhan pasar akan camilan sehat dan inovatif di era di mana kesadaran akan nutrisi semakin meningkat. Daun kelor dipilih sebagai bahan dasar utama karena kandungan nutrisi luar biasa. Keinovasian tidak hanya terbatas pada bahan dasar, melainkan juga melibatkan pengemasan ramah lingkungan dan strategi promosi yang menekankan manfaat kesehatan. Harapannya, "Stik Daklor" dapat menjadi pionir tren dalam camilan sehat dengan menyajikan alternatif lezat dan bergizi, tetapi tetap terjangkau. Dalam pengembangan bisnis, fokusnya adalah agar usaha ini tumbuh pesat, diterima oleh masyarakat, dan menjadi pilihan utama di kategori camilan sehat. Kunci keberhasilan terletak pada inovasi yang berkelanjutan, dengan mempertimbangkan masukan konsumen untuk penyempurnaan produk dan menjaga harga tetap terjangkau tanpa mengorbankan kualitas. Kecerdikan dalam melihat peluang, keunikannya, dan pelayanan yang unggul di tengah persaingan yang ketat adalah kunci untuk memenangkan hati konsumen dan memastikan kesuksesan jangka panjang.

BIBLIOGRAFI

Bali, Muhammad Mushfi El Iq, Hayati, Nur, Mukarromah, Nadifatul, Awliya', Indah Zahrotul, Halisah, St. Nur, Miladiana, & Dewi, Agustina. (2022). Analisis Strategi Marketing Brambang Chips Berbasis Media Sosial sebagai Potensi Utama Masyarakat. *KEADABAN: Jurnal Sosial &*

- Humaniora*, 4(1), 66–74.
- Ekafitri, Riyanti, & Faradilla, R. H. Firi. (2011). Pemanfaatan komoditas lokal sebagai bahan baku pangan darurat. *Jurnal Pangan*, 20(2), 153–162.
- Faroque, Anisur, Morrish, Sussie C., & Rahman Faroque, Anisur. (2015). Incorporating International Entrepreneurship Into Firm Internationalization: an Integrative Research Model. *Journal of International Marketing Strategy*, 3(1), 19–35.
- Feriyansyah, Ahmad, & Venanza, Sella. (2021). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone oppo di kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 44–53.
- Fitri Lestari, Ayu, & Puspita Sari, Intan. (2018). KELOR (Kelas Entrepreneurship Pemanfaatan Daun Kelor) Sebagai Upaya Pemberdayaan Untuk Meningkatkan Produktivitas Ibu Rumah Tangga (KELOR (Moringa Leaf Utilization Entrepreneurship Class) as an Empowerment to Improve Productivity of Housewives). *Public Health Journal*, 9(2), 3–9.
- Handhini, Ulfah Nur Fajrima, & S, Yelli Eka. (2023). Perencanaan Usaha Makanan Chick Me Up. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 67–74. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i1.196>
- Jaya, Jaka Darma. (2023). Analisis Risiko dan Kelayakan Usaha Produk Wirausaha Kembang Goyang dari Daun Kelor. *Jurnal Teknologi Agro-Industri*, 10(02), 50–62. <https://doi.org/10.34128/jtai.v10i02.188>
- Kusumawardhany, Prita Ayu, Iswadi, Hazrul, Dewi, ArdhiaDeasy Rosita, & Widjaja, M. E. Lanny Kusuma. (2019). Strategi Technopreneurship: Peningkatan Daya Saing Produk Unggulan Daerah Trawas, Mojokerto. *Prosiding Semnas Abdimas 2019: Pemberdayaan Masyarakat Yang Berkelanjutan Menyongsong Revolusi Industri 4.0*, 51–60.
- Rosari, R., & Christiani, Y. N. (2022). Program Kemitraan Masyarakat Pelatihan Perencanaan Bisnis Makanan Home Industry bagi Pemuda-Pemudi Jemaat Elim Lasiana. *Jurnal Pengabdian Kepada*, 2(2).
- Rozinah, Siti, & Meiriki, Andri. (2020). Pemanfaatan digital marketing pada usaha mikro kecil dan menengah (umkm) di kota tangerang selatan. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 3(2), 134.
- Sakti, Arif Barata, & Prasetyo, Andjar. (2018). Potensi Peningkatan Produktivitas Kewirausahaan Berbasis Model Penguatan Teknopreneur Pada Hasil Inovasi Di Kota Magelang. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 3(1), 60–73. <https://doi.org/10.31002/rep.v3i1.793>
- Sancoko. Aldo Hardi. (2015). Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Makanan dan Minuman pada Depot Time To Eat Surabaya. *Agora*, 3(1), 185–194.
- Sriyati, Tuti, & Magdalena, Lin. (2021). UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN MELALUI KERJA SAMA BISNIS. *FOKUS: Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang*, 19(2).
- Supriyanto, Agus. (2021). Pertumbuhan Bisnis Online Mahasiswa Melalui Sosial Media pada Masa Pandemi Covid-19. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 3(2).
- Winarti, Christina, & Nurdjanah, Nanan. (2005). Peluang tanaman rempah dan obat sebagai sumber pangan fungsional. *Jurnal Litbang Pertanian*, 24(2), 47–55.
- Zulkifli, Daud Hasim, & Karim Abubakar. (2022). Pemetaan Potensi Ekonomi Unggulan Berbasis Sumberdaya Lokal Untuk Pengembangan Unit Usaha Di Desa Bobawa Kecamatan Makian Barat Kabupaten Halmahera Selatan. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(8), 1681–1686. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v1i8.958>