

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Aspek Produk

1. Deskripsi Produk

GreenbiTE merupakan produk olahan pangan berupa dimsum berbahan dasar ikan patin yang dikembangkan dengan komposisi utama ikan patin, tepung tempe, dan daun kelor, serta dilengkapi bahan tambahan seperti telur, tepung sagu, gula, merica, saus tiram, minyak wijen, wortel, garam, dan bawang putih. Produk ini dirancang khusus untuk mendukung pemenuhan kebutuhan energi dan zat gizi baik makro maupun mikro seperti protein, lemak, karbohidrat, zat besi, dan seng terutama untuk anak usia sekolah (6-12 tahun).



Gambar 1 Produk "GreenBITE Gyoza"

Setelah melalui proses pengukusan, warna "GreenBITE Gyoza" memiliki tampilan yang pucat. Tekstur kulit dimsum cenderung kenyal sedangkan isian

dimsum yang terbuat dari ikan patin, tepung tempe, dan daun kelor memiliki kenyal khas dimsum. Warna isian dimsum ini berwarna coklat muda dengan variasi hijau yang berasal dari rajangan daun kelor yang telah dikukus. Meskipun produk ini ditambahkan oleh daun kelor, rasa pahit dan langu yang berasal dari daun kelor tidak merusak cita rasa secara keseluruhan. Penambahan daun kelor semakin memperkaya cita rasa dari dimsum ini. Perpaduan antara saus tiram, minyak wijen, dan bawang putih menghasilkan perpaduan rasa gurih dan umami yang seiras dengan rasa ikan, tempe, dan sedikit unsur pahit dari daun kelor.

GreenBte Gyoza dikemas dalam kemasan mika plastic dengan alas kemasan berwarna coklat tua serta pentutup transparan. Satu porsi “GreenBITe Gyoza” berisikan 10 pcs Gyoza di dalamnya dengan berat 100 gram dalam satu bungkusnya. Alasan penggunaan mika plastik ini adalah karena bentuk kemasan yang praktis dengan desain minimalis namun tetap memiliki ampilan yang menarik. Ukuran yang tidak terlalu besar maupun terlalu kecil dan tentunya pas dengan 10 pcs gyoza menjadi salah satu alasan dipilihnya kemasan ini.

Pemilihan kemasan mika plastik dikarenakan beberapa alasan dan pertimbangan di antaranya adalah bentuknya yang praktis, desain minimalis serta bidang yang datar untuk memudahkan dalam pemasangan label kemasan yang memuat informasi produk berupa kandungan nilai gizi, dan komposisi bahan yang digunakan secara jelas dan informatif.

Produk “GreenBITe Gyoza” memiliki manfaat yang fungsional bagi anak usia sekolah (6 – 12 tahun), khususnya untuk menunjang pemenuhan kebutuhan gizi yang

didapatkan dari makanan selingan. Produk ini dirancang untuk memenuhi sekitar 10% dari total kebutuhan gizi harian anak sekolah terutama sebagai sumber energi dan Fe tambahan. Selain itu “GreenBITe Gyoza” merupakan sumber protein yang baik serta kaya akan yang berperan penting untuk mencegah anemia gizi besi serta untuk mendukung fungsi metabolisme serta meningkatkan pertumbuhan anak secara optimal. Satu porsi “GreenBITe Gyoza” yang berisi 10 pcs dengan berat 100 gram mengandung nilai gizi energi sebesar 301 kkal, protein sebesar 18,5 gram, lemak sebesar 12 gram, karbohidrat sebesar 31,8 gram, zat besi sebesar 6,3 mg, dan vitamin C sebesar 3 mg.

2. Proses Penjualan

Proses produksi produk “GreenBITe Gyoza” sebanyak 30 porsi dilakukan dalam dua batch. Pelaksanaan produksi dalam satu *batch* memiliki tujuan untuk efisiensi biaya dan tenaga kerja. Produk disimpan dalam kondisi beku untuk menjaga kualitas produk dan memperpanjang masa simpan sehingga dapat menghemat waktu serta biaya tenaga kerja. “GreenBITe Gyoza” dipasarkan dalam bentuk matang siap makan (sudah dikukus sebelum dipasarkan) karena dikhawatirkan gyoza akan mencari saat pemasaran apabila dijual dalam bentuk beku. Kegiatan pemasaran dan penjualan produk “GreenBITe Gyoza” dilaksanakan selama 14 hari dimulai dari pada saat Car Free Day dan dan promosi melalui grup whatsapp perumahan.

3. Analisis Keseuaian Label dan Kemasan

a. Kesesuaian Kemasan

Produk “GreenBITe Gyoza” dikemas menggunakan wadah mika plastik dengan penutup transparan, sesuai dengan gambar. Pemilihan gambar ini verdasar pada kriteria kemasan yang sesuai engan pendapat yang dikemukakan oleh Astiti et al. (2023), yang menyatakan bahwa kemasan berperan sangat penting untuk melindungi produk dari berbagai factor eksternal seperti papacaran cahaya matahari, cuaca, tumpukan dengan produk lain, debu, kotoran, serangga, dan mikroorganisme seperti bakteri.

Kemasan yang baik dan sesuai juga ditandai dengan mudahnya kemasan tersebut untuk dibuka dan ditutup tanpa merusak produk serta praktis untuk dibawa. Jenis kemasan yang digunakan pada penelitian ini adalah kemasan berbahan PET (*Polythylene Terephthalate*). Berdasarkan peraturan BPOM Nomor 20 tahun 2019 tentang Kemasan Pangan, plastic jenis PET memiliki karakteristik jernih, kuat, tahan terhadap pelarut, kedap terhadap gas dan air serta memiliki titik lunak pada suhu sekitar 80 derajat C. dengan beberapa sifat yang telah disebutkan, PET termasuk ke dalam jenis plastic yang relatif aman digunakan sebagai bahan kemasan pangan.

Pemilihan kemasan mika untuk produk “GreenBITe Gyoza” didasarkan oleh pertimbangan dari berbagai macam aspek, salah satunya adalah aspek ekonomi. Harga kemasan mika cenderung lebih murah dibandingkan dengan kemasan lain dengan ukuran sejenis, yakni sekitar RP. 10.000 per 20 pcs. Lebih terjangkau jika dibandingkan dengan kemasan makanan berbahan lain seperti karton/paper box,

aluminium foil, dan *thinwall*. Selain itu, bagian penutup kemasan yang datar juga menjadi salah satu alasan dipilihnya kemasan ini untuk memudahkan dalam menempel label kemasan pada bagian atas produk.

b. Kesesuaian Label

Label “GreenBITe Gyoza” sebagaimana ditunjukkan pada gambar 3 memiliki dimensi dan ditempatkan pada bagian atas kemasan. Label memuat berbagai informasi penting seperti nama produk, informasi nilai gizi, daftar bahan makanan yang digunakan, berat bersih produk serta sosial media dari produk gyoza. Label menggunakan kertas dengan finish glossy untuk meminimalisir kerusakan pada label apabila terkena air ataupun cahaya matahari. Pemilihan kertas dengan *finish glossy* juga dikarenakan sifat kertas yang tidak mudah rusak, memiliki daya rekat yang tinggi, serta mudah dilihat dan dibaca. Informasi yang disajikan pada label berupa teks dan gambar, sehingga telah memenuhi ketentuan pelabelan yang diatur pada Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan.

B. Analisis Tahap Pemasaran

a. Produk

“GreenBITe Gyoza” merupakan produk dimsum yang terbuat dari ikan patin sebagai bahan utama dengan menambahkan tepung tempe dan daun kelor untuk meningkatkan nilai gizi serta variasi dari dimsum yang sudah beredar di pasaran selama ini. Produk ini dirancang khusus untuk mendukung pemenuhan kebutuhan

energi dan zat gizi khususnya untuk anak usia sekolah yakni 6 – 12 tahun. Produk ini tidak mengandung bahan penyedap rasa seperti MSG sehingga aman untuk dikonsumsi oleh berbagai kalangan. Menurut Widjayatri (2024), penggunaan MSG yang berlebihan pada makanan dapat merusak sel otak anak, mengurangi fungsi otak, dan akan berdampak negatif pada perkembangan kognitif dan keseimbangan gizi anak.

b. Harga

Harga jual produk “GreenBITe Gyoza” per satu sajian dengan jumlah 10 ditetapkan harga sebesar Rp. 17.500, dengan persentase margin sebesar 45%. Penetapan ini telah mempertimbangkan berbagai faktor, mulai dari harga pokok produksi, besaran margin, serta harga produk sejenis yang telah terlebih dahulu beredar di pasaran.

c. Promosi

Promosi produk greenbite dimulai dengan membuat *story WhatsApp* sehingga promosi akan menjangkau *audience* yang lebih luas. Lalu memberikan *tester* saat di *Car Free Day* untuk menarik minat serta memperkenalkan produk kepada calon konsumen.

d. Tempat atau Distribusi

Pemasaran produk “GreenBITe Gyoza” dilakukan melalui metode pemasaran langsung, yaitu dengan menawarkan dan menjelaskan produk kepada calon konsumen. Kegiatan ini dilakukan di Perumahan Sengkaling Residence, *Car Free Day* (Jl. Besar Ijen), serta

C. Analisis Aspek Finansial

1. Perhitungan Biaya Usaha Produksi Green Bite Gyoza

Perhitungan biaya produksi Green Bite Gyoza sebanyak 30 porsi sebagaimana disajikan dalam tabel 14.

Tabel 1 Perhitungan Biaya Usaha Produksi “GreenBITe Gyoza”

Jenis Biaya	Jumlah (Rp)
Biaya Tetap (Fixed Cost)	77.041
Biaya Tidak Tetap (Variable Cost)	280.625
Biaya Penyusutan Alat Produksi	784
Biaya Total Produksi	357.666
Harga Jual	17.500
Total Pendapatan/Penerimaan	525.000
Keuntungan/Laba	167.334

2. Analisis Kelayakan Usaha

Perhitungan untuk menganalisis kelayakan usaha dalam produksi “GreenBITe Gyoza” dengan penjualan 30 porsi disajikan pada tabel berikut.

Tabel 2 Analisis Kelayakan Usaha “GreenBITe Gyoza”

Jenis Biaya	Jumlah (Rp)
R/C (Revenue Cost Ratio)	1,46
BEP (Break Even Point) perharga	11.922
BEP (Break Even Poin) perporsi	21

D. Analisis SWOT

1. Kekuatan (*Strength*) Usaha “GreenBITe Gyoza”

a. Bahan baku mudah ditemukan

Bahan dasar dari “GreenBITe Gyoza” sendiri adalah ikan patin, tepung tempe, dan daun kelor yang sangat mudah ditemukan. Ikan patin dan daun kelor merupakan bahan pangan yang sering dijumpai baik di pasar maupun pedagang sayur skala kecil sehingga dapat memperlancar proses produksi tanpa khawatir risiko kekurangan bahan baku. Sedangkan tepung tempe banyak dijumpai di *e-commerce* seperti Shopee atau Tokopedia. Perkembangan teknologi yang kian pesat membuat pencarian bahan baku juga lebih mudah. Pemesanan melalui *e-commerce* membutuhkan waktu 1-2 hari tergantung darimana produk akan dikirimkan.

b. Penggunaan bahan baku yang aman dan berkualitas

Menggunakan bahan baku yang aman serta berkualitas dan juga tidak menggunakan penyedap rasa buatan yakni MSG sehingga baik untuk dikonsumsi oleh anak usia sekolah maupun semua kalangan. Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan “GreenBITe Gyoza” memiliki kualitas yang baik sehingga dihasilkan produk yang memiliki kualitas baik pula.

c. Kaya akan zat gizi

“GreenBITe Gyoza” mengandung zat gizi yang lengkap yaitu energi 301 kkal, protein 18,5 gram, lemak 12 gram, karbohidrat 31,8 gram, zat besi 6,3

mg, dan vitamin c 3 mg yang baik untuk pemenuhan gizi anak usia sekolah. Zat gizi tersebut berperan sebagai penunjang untuk meningkatkan kinerja otak serta pertumbuhan fisik anak. Pada usia sekolah, banyak dijumpai anak yang tidak menyukai sayur karena berbagai alasan. Adanya produk ini menjadi alternatif agar anak tetap makan sayur dengan balutan makanan modern kekinian yang disukai oleh semua kalangan.

d. Dapat dikonsumsi oleh semua kalangan

Produk “GreenBITe Gyoza” dapat dikonsumsi oleh semua kalangan. Dimsum umumnya disukai oleh semua kalangan, belakangan ini banyak bermunculan UMKM yang menjual dimsum sebagai produk utama dan mendapatkan sambutan yang baik dari masyarakat. Rasa yang gurih serta harga yang terjangkau membuat dimsum menjadi jajanan populer yang digemari oleh semua kalangan mulai dari anak-anak hingga orang dewasa.

2. Kelemahan Usaha “GreenBITe Gyoza”

a. Kurang nikmat disajikan dalam keadaan dingin

“GreenBITe Gyoza” dipasarkan dalam keadaan siap makan, yang artinya besar risiko produk sampai ke tangan konsumen dalam keadaan dingin. Dimsum yang sudah beredar di pasaran umumnya dipasarkan dalam keadaan hangat atau dalam bentuk frozen yang nantinya konsumen akan menghangatkan kembali produk tersebut. Karena keterbatasan alat, pemasaran produk dalam keadaan siap makan dinilai lebih efektif meskipun produk yang sampai ke tangan konsumen sudah dalam keadaan dingin.

b. After taste pahit yang dihasilkan oleh tepung tempe dan daun kelor

Rasa pahit yang tertinggal yang dihasilkan oleh tepung tempe dan daun kelor menjadi pembeda “GreenBITe Gyoza” dengan produk gyoza pada umumnya. Meskipun rasa pahit tidak mengganggu cita rasa gyoza secara keseluruhan, dikhawatirkan ada beberapa konsumen yang mengeluhkan hal ini.

3. Peluang Usaha “GreenBITe Gyoza”

a. Produk sejenis yang menjadi tren di berbagai kalangan

Belakangan ini berbagai jenis dimsum tengah digandrungi oleh masyarakat khususnya anak muda. Variasi dimsum yang beragam juga rasa gurih yang dihasilkan oleh daging ayam giling membuat dimsum mudah diterima karena bahan yang sudah familiar di lidah masyarakat Indonesia.

b. Harga yang bersaing dengan kandungan zat gizi yang lebih lengkap

“GreenBITe Gyoza” memiliki harga yang tak jauh beda dari gyoza yang beredar di pasaran. Satu porsi gyoza berisi 10 buah biasanya dihargai sekitar Rp. 18.000-25.000. kandungan gizi yang terdapat pada ikan patin, tepung tempe, dan daun kelor tentunya menjadi nilai tambah dari produk ini yang membedakan “GreenBITe Gyoza” dari Gyoza yang lain.

4. Ancaman Usaha “GreenBITe Gyoza”

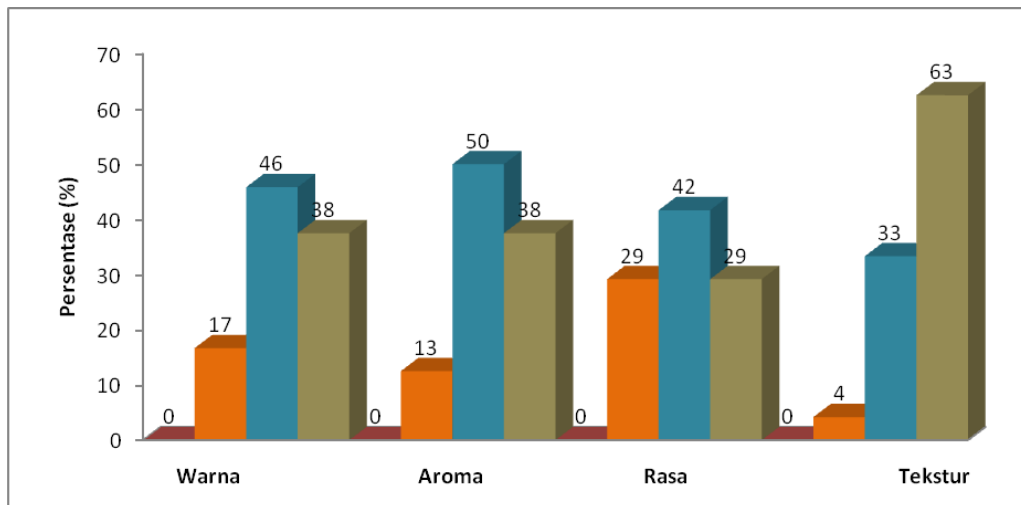
a. Perubahan selera konsumen

Selera konsumen dapat berubah sewaktu-waktu mengalami tren makana yang terus berkembang. Rasa “GreenBITe Gyoza” yang belum umum di

kalangan masyarakat menjadi tugas dari produsen untuk memperkenalkan produk lebih lanjut agar masyarakat mau menerima produk baru ini.

E. Analisis Kepuasan Konsumen

Analisis respon kepuasan konsumen diperoleh dari data ulasan konsumen sebanyak 30 responden yang telah memberikan penilaiannya terhadap produk “GreenBITe Gyoza” menggunakan form yang telah diberikan. Form tersebut berisikan penilaian seputar rasa, warna, aroma, dan tekstur serta kritik dan saran untuk pengembangan produk “GreenBITe Gyoza” lebih lanjut. Pengolahan data respon konsumen disajikan pada gambar berikut.



Gambar 2 Grafik Tingkat Kepuasan konsumen “GreenBITe Gyoza”

Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepuasan konsumen terhadap warna dari produk “GreenBITe Gyoza” diperoleh 38% (sangat baik), 46% (baik), 17% (kurang). Aspek warna mencakup bagian dalam dan luar gyoza. Beberapa konsumen

mengomentari tentang warna pucat dari gyoza yang membuat tampilan gyoza kurang menarik. Warna bagian luar gyoza yang cenderung pucat dikarenakan warna alami dari kulit dimsum yang digunakan pada produk “GreenBITe Gyoza”. Sedangkan warna hijau berasal dari rajangan daun kelor yang sebelumnya telah dikukus.

Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepuasan konsumen terhadap aroma dari produk “GreenBITe Gyoza” diperoleh 38% (sangat baik), 50% (baik), 13% (kurang). Aroma produk ini sendiri didominasi oleh ikan pating dan tepung tempe yang menghasilkan aroma khas ikan. Beberapa konsumen menilai bahwa aroma ikan patin kurang tercium, hal ini dikarenakan patin yang digunakan adalah patin fillet untuk meminimalisir aroma amis yang dihasilkan oleh ikan.

Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepuasan konsumen terhadap rasa dari produk “GreenBITe Gyoza” diperoleh 29% (sangat baik), 42% (baik), 29% (kurang). Produk ini memiliki perpaduan rasa gurih yang dihasilkan dari ikan patin dan beberapa bumbu dapur seperti saus tiram, garam, dan minyak wijen serta aftertaste pahit yang berasal dari tepung temped an daun kelor. Meskipun ada after taste pahit, sensasi ini tidak mengganggu citarasa gyoza secara keseluruhan karena daun kelor sebelumnya telah diolah dengan cara dikukus untuk menghilangkan rasa langu serta meminimalisir rasa pahit yang dihasilkan.

Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepuasan konsumen terhadap aroma dari produk “GreenBITe Gyoza” diperoleh 63% (sangat baik), 33% (baik), 4% (kurang). Gyoza ini memiliki tekstur lembut dan sedikit crunchy layaknya dimsum pada umumnya. Yang membedakan tekstur gyoza ini dengan gyoza isian ayam adalah

teksturnya yang halus hampir mirip seperti bakso. Mayoritas konsumen menyukai tekstur lembut dan crunchy yang telah disajikan, namun ke depannya akan dilakukan pengembangan lebih lanjut untuk menghasilkan tekstur isian yang lebih mirip dengan dimsum yang telah beredar di pasaran.

Selanjutnya pengolahan data peilaian tingkat kepuasan konsumen menggunakan metode Skala Likert yang disajikan pada tabel 16 berikut.

Tabel 3 Penilaian Tingkat Kepuasan Konsumen menggunakan metode Skala Likert

Variabel	Sangat Suka (4)	Suka (3)	Tidak Suka (2)	Sangat Tidak Suka (1)	Total Nilai	Indeks (%)	Interpretasi
Warna	48	39	8	0	95	79	Baik
Aroma	36	51	6	0	93	81	Baik
Rasa	32	42	14	0	88	73	Baik
Tekstur	68	35	2	0	105	87	Sangat baik

Tabel di atas mneunjukkan hasil perhitungan skala likert mengenai kepuasan konsumen meliputi warna, aroma, rasa, dan tekstur “GreenBITE Gyoza” yaitu keseluruhan mendapatkan rata-rata penilaian baik sedaangkan pada aspek tekstur mendapatkan penilaian sangat baik. Hal ini dikarenakan masih banyak konsumen yang belum terbiasa dengan rasa dimsum ikan patin, daun kelor, dan tepung tempe namun menyukai tekstur yang ditawarkan oleh produk ini. Secara keseluruhan, tingkat kepuasan konsumen terhadap “GreenBITE Gyoza” mendapatkan respon positif sehingga produk ini bisa dikembangkan lebih lanjut untuk mendapatkan kualitas yang lebih baik dari produk yang sudah ada.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis aspek produk, kandungan gizi dalam makanan selingan “GreenBITe Gyoza” mampu memenuhi sekitar 10% dari kebutuhan gizi harian anak usia sekolah (6-12 tahun) dengan energi 301 kkal, protein 18,5 gram, lemak 12 gram, karbohidrat 31,8 gram, zat besi 6,3 mg, dan vitamin C 3 mg.
2. Berdasarkan analisis aspek finansial terhadap produk “GreenBITe Gyoza”, harga jual satu sajian ditetapkan sebesar Rp. 17.500 dengan margin keuntungan sebesar 45% sehingga diperoleh laba sebesar Rp. 167.334 hasil analisis kelayakan usaha menggunakan metode R/C ratio menunjukkan nilai sebesar 1,46 ($R/C > 1$) yang mengindikasikan bahwa usaha tersebut menguntungkan dan layak unyuk dikembangkan.
3. Berdasarkan analisis SWOT terhadap produk “GreenBITe Gyoza”, kekuatan produk (*strengths*) yaitu bahan baku yang mudah ditemukan, bahan baku yang aman dan berkualitas, kaya akan zat gizi, dan dapat dikonsumsi oleh semua kalangan. Sedangkan kelemahan (*weakness*) dari produk ini adalah penyajian yang sudah dingin, after taste pahit yang dihasilkan oleh tepung temped an daun kelor. Peluang (*opportunity*) dari produk ini adalah harga yang bersaing dengan kandungan gizi yang lebih lengkap

4. Berdasarkan hasil analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk “GreenBITe Gyoza”, diperoleh respon positif dari konsumen terhadap aspek warna, aroma, rasa, dan tekstur. Hal ini ditunjukkan melalui penilaian menggunakan skala likert yang berada pada kategori baik dan sangat baik.

B. Saran

1. Untuk meningkatkan penjualan produk “GreenBITe Gyoza”, diperlukan adanya pemasaran untuk memperkenalkan produk seperti memberikan tester kepada calon konsumen, menegaskan bahwa kandungan gizi produk lebih lengkap serta, menerima saran dan kritik dari konsumen yang telah mencoba produk “GreenBITe Gyoza”.

