

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Aspek Produk

1. Kemasan

Kemasan produk cookies substitusi tepung hati ayam dan tepung kedelai menggunakan plastik berbahan PP (*Polypropylene*) jenis plastik ziplock berukuran 10 x 13 cm. Alasan pemilihan kemasan menggunakan plastik berbahan PP karena memiliki keunggulan, yaitu tahan minyak dan panas, sedangkan memilih menggunakan plastik ziplock karena mudah untuk membuka dan menutup kemasan.



Gambar 4. Kemasan Bahan PP (*Polypropylene*)

a. Kelebihan Kemasan

Plastik ziplock melindungi cookies dari debu, kotoran, dan kontaminasi mikroorganisme yang dapat mempengaruhi kualitas dan keamanan produk. Ziplock memberikan segel yang rapat, membantu menjaga tekstur tetap renyah dan aroma

cookies lebih lama dengan mengurangi paparan udara dan kelembaban. Plastik ziplock memungkinkan konsumen untuk membuka dan menutup kemasan dengan mudah, sehingga cookies dapat disimpan kembali tanpa kehilangan kualitas. Plastik ziplock ringan, fleksibel, dan mudah dibawa, sehingga cocok untuk produk yang dikonsumsi secara praktis.

b. Kelemahan Kemasan

Kemasan ziplock cenderung mudah penyok atau sobek jika tertindih barang lain dalam distribusi atau penyimpanan. Bagian resleting ziplock bisa saja rusak atau tidak rapat sempurna jika kualitas tidak baik, yang bisa menyebabkan kebocoran udara dan penurunan kualitas produk. Permukaan plastik bisa mudah tergores atau kusut saat proses distribusi, yang bisa mengurangi daya tarik visual produk saat sampai ke tangan konsumen.

2. Label

Label pada produk cookies substitusi tepung hati ayam dan tepung kedelai harus sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Peraturan BPOM Nomor 31 Tahun 2018. Ketentuan tersebut mencakup beberapa informasi yang wajib tercantum, yaitu nama produk, daftar bahan yang digunakan, informasi mengenai nilai gizi, identitas produsen, berat bersih produk, dan cara penyimpanan. Label produk cookies substitusi tepung hati ayam dan tepung kedelai terbuat dari bahan kertas stiker glossy yang bersifat rekat dan tahan air karena mengikuti ketentuan label yang sebagaimana tercantum dalam Peraturan BPOM 2018 pasal 3 bahwa label produk wajib tidak mudah lepas dari kemasan pangan, tidak mudah luntur atau rusak. Keterangan kemasan disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Label Kemasan

Keterangan:

a. Nama Produk

Nama produk pangan harus memberikan keterangan mengenai identitas produk pangan yang menunjukkan sifat dan keadaan produk pangan yang sebenarnya. Pada produk cookies substitusi tepung hati ayam dan tepung kedelai diberi nama produk “Nutri Choco Bites” berasal dari kata nutri yang merujuk pada kata nutrition yang menonjolkan kandungan gizi dari hati ayam dan kedelai, choco yang mengacu pada warna coklat cookies, dan bites yang menyiratkan ukuran kecil dari produk. Secara keseluruhan, Nutri Choco Bites menggambarkan cookies kecil berwarna coklat yang kaya akan zat gizi.

b. Daftar Bahan (komposisi)

Keterangan ini dimulai dari bahan pangan dasar pembuatan kemudian pelengkap yang digunakan, yaitu tepung terigu, tepung hati ayam, tepung kedelai, gula halus, margarin, kuning telur, coklat bubuk, dan choco chip. Pada produk cookies substitusi tepung hati ayam dan tepung kedelai tidak ada bahan tambahan pangan atau pengawet yang digunakan.

c. Berat Bersih

Berat bersih atau isi bersih menerangkan jumlah produk pangan yang terdapat dalam kemasan produk tersebut. Keterangan tersebut dinyatakan dalam satuan metrik seperti gram, kilogram, liter atau mililiter. Untuk produk ini mencantumkan keterangan berat bersih sebesar 100 gram.

d. Informasi Nilai Gizi

Keterangan informasi nilai gizi memuat kandungan gizi produk. Kandungan gizi yang dicantumkan antara lain; energi 502,88 Kkal, protein 11,17 gram, lemak 26,56 gram, karbohidrat 54,79 gram, dan zat besi 6,745 mg.

e. Identitas Produsen

Nama produsen harus tercantum jelas pada label untuk memastikan konsumen tahu siapa yang bertanggung jawab atas produk tersebut. Pada produk cookies ini diproduksi oleh Mahasiswi Gizi Poltekkes Malang.

f. Penyimpanan

Keterangan tentang petunjuk penyimpanan dicantumkan pada produk cookies substitusi tepung hati ayam dan tepung kedelai dengan penyimpanan suhu ruang dan hindari paparan matahari secara langsung.

3. Pemasaran

Faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu product, place, price, dan promotion. Penjelasan maksud dari 4P tersebut yaitu:

a. Product (Produk)

Cookie substitusi tepung hati ayam dan tepung kedelai merupakan cookies yang tidak mengandung bahan pengawet dan penyedap buatan atau MSG. Cookie substitusi tepung hati ayam dan tepung kedelai aman dikonsumsi untuk seluruh kalangan sebagai snack sehat atau makanan selingan.

b. Price (Harga Jual)

Harga jual cookies substitusi tepung hati ayam dan tepung kedelai per 100 gram (20 keping) adalah Rp 10.000,00.

c. Promotion (Promosi)

Strategi promosi yang dilakukan yaitu:

- 1) Promosi daring: melalui upload konten penjualan (feed dan story) di sosial media, yaitu WhatsApp dan Instagram.
- 2) Promosi luring:
 - a) Membagikan sampel gratis di tempat strategis seperti sekolah atau kampus, acara car free day, dan acara komunitas atau bazar makanan sehat.
 - b) Menjual di pameran kuliner atau bazar UMKM untuk memperkenalkan produk secara langsung kepada konsumen dan menjelaskan manfaat kesehatannya.
 - c) Membuat desain poster dan brosur yang menarik dengan informasi komposisi cookies substitusi tepung hati ayam dan tepung kedelai, lalu ditempel atau disebar di sekolah, kampus, kantin.



Gambar 5. Brosur Nutri Choco Bites

d. Place (Tempat)

Penjualan cookies substitusi tepung hati ayam dan tepung kedelai dilakukan di PKPPS Al-Muflihun. Alasan utama pemilihan tempat ini karena PKPPS Al-Muflihun merupakan lembaga pendidikan yang mayoritas siswanya adalah remaja putri, yang menjadi target utama konsumen dari produk ini. Selain itu, penjualan di lingkungan PKPPS Al-Muflihun juga memudahkan proses distribusi karena lingkungan yang terfokus dan tidak terlalu luas, sehingga pengantaran bisa dilakukan langsung tanpa biaya tambahan, adanya jaringan relasi personal (guru, siswa, wali murid) yang bisa mendukung pemasaran dari mulut ke mulut, dan memungkinkan penyelenggaraan promosi luring seperti pembagian sampel gratis setelah jam pelajaran atau saat kegiatan ekstrakurikuler berlangsung.

B. Aspek Finansial

Biaya dalam penelitian ini mencakup semua pengeluaran yang digunakan dalam membiayai kegiatan selama produksi. Penjelasan perhitungan biaya sebagai berikut:

1. Perhitungan Biaya

Biaya usaha cookies substitusi tepung hati ayam dan tepung hati kedelai terdiri dari biaya modal, biaya penyusutan, HPP, harga jual, pendapatan, dan keuntungan. Langkah perhitungan biaya yang pertama adalah menghitung biaya tetap dan tidak tetap. Perhitungan biaya tidak tetap dan biaya tetap disajikan pada Lampiran 2.

Biaya tetap yang dikeluarkan terdiri dari biaya oven, mixer, timbangan digital, baskom, spatula, dan loyang datar. Jumlah biaya tetap yang dikeluarkan tidak

tergantungan pada besar kecilnya volume produksi. Biaya tetap tersebut pada kenyataannya tidak semua dibayarkan secara tunai, tetapi tetap diperhitungkan seperti perhitungan biaya penyusutan peralatan produksi.

Biaya variabel atau biaya tidak tetap yang dikeluarkan terdiri dari biaya bahan baku, yaitu tepung kedelai, hati ayam, tepung terigu, gula halus, telur, margarin, coklat bubuk, choco chips, saset mate ziplock, dan stiker. Jumlah biaya variabel yang dikeluarkan sangat tergantung pada besar kecilnya jumlah cookies yang dihasilkan.

Perhitungan analisis biaya produksi cookies substitusi tepung hati ayam dan tepung kedelai dengan penjualan 30 pcs disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Perhitungan biaya Usaha

Jenis Biaya	Jumlah (Rp)
Biaya tetap	132.840
Biaya tidak tetap	199.575
Total biaya	239.575
Biaya Penyusutan	68.360
HPP	8.000
Harga jual	10.000
Pendapatan	300.000
Keuntungan	60.425

Total biaya produksi dalam 2 minggu sebesar Rp 239.575 dalam tingkat besaran penjualan cookies substitusi tepung hati ayam dan tepung kedelai sebanyak 30 pcs, tingkat tersebut diperoleh dari satu kali produksi menghasilkan 600 keping dengan jadwal efektif produksi 2 - 3 kali dengan menyesuaikan pesanan yang masuk. Fungsi biaya produksi digunakan untuk menentukan total penerimaan dengan rumus jumlah produksi \times harga jual, diperoleh hasil penerimaan sebesar Rp

300.000. Dari hasil penerimaan tersebut dapat diketahui jumlah keuntungan usaha cookies substitusi tepung hati ayam dan tepung kedelai sebesar Rp 60.425.

2. Kelayakan Usaha

a. BEP Produksi

Total biaya yang dihasilkan sebesar Rp 239.575, sedangkan harga jual produk sebesar Rp 10.000. Maka perhitungan analisis BEP produksi usaha cookies substitusi tepung hati ayam dan tepung kedelai sebagai berikut:

Tabel 9. Analisis BEP Produksi

Uraian	Jumlah (Rp)
Total biaya	239.575
Harga jual	10.000
BEP Produksi	24

Produksi yang dihasilkan oleh usaha cookies substitusi tepung hati ayam dan tepung kedelai adalah minimal sebanyak 24 pcs, maka dapat diartikan bahwa usaha cookies substitusi tepung hati ayam dan tepung kedelai berada pada posisi yang menguntungkan.

b. BEP Harga

Total biaya yang dihasilkan sebesar Rp 239.575, sedangkan jumlah produk yang dijual adalah 30 pcs. Maka perhitungan analisis BEP harga usaha cookies substitusi tepung hati ayam dan tepung kedelai sebagai berikut:

Tabel 10. Analisis BEP Harga

Uraian	Jumlah
Biaya total	239.575
Jumlah produk	30
BEP Harga	7.985

Diketahui BEP harga sebesar Rp 7.985. Dapat disimpulkan bahwa jumlah tersebut lebih kecil dari harga jual produk, maka usaha cookies substitusi tepung hati ayam dan tepung kedelai berada pada posisi yang menguntungkan.

c. ROI

Analisis Return On Investment (ROI) menurut Syamsuddin (2009), adalah mengukur sejauh mana kemampuan usaha dalam menghasilkan keuntungan dari total aset yang dimiliki. Perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{ROI} &= \frac{\text{Laba Usaha}}{\text{Modal Usaha}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp } 60.425}{\text{Rp } 239.575} \times 100\% \\ &= 25\% \end{aligned}$$

Hasil perhitungan tersebut dapat dilihat bahwa nilai ROI yang diperoleh adalah 25%. Persentase tersebut menunjukkan bahwa usaha cookies substitusi tepung hati ayam dan tepung kedelai memperoleh keuntungan sebesar 25% dari besarnya modal yang dikeluarkan.

d. R/C Ratio

Analisis Revenue/Cost Ratio (R/C Ratio) menurut Soekartawi (2006), adalah perbandingan total penerimaan dengan total biaya. Perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{R/C} &= \frac{\text{Total Pendapatan}}{\text{Total Biaya}} \\ &= \frac{\text{Rp } 300.000}{\text{Rp } 239.575} \\ &= 1,25 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan R/C Ratio dapat disimpulkan bahwa usaha cookies dinyatakan menguntungkan dan layak untuk dikembangkan. Hal ini dapat dilihat

dari perbandingan total pendapatan dengan total biaya yang lebih dari satu, yaitu $1,25 > 1$.

C. Aspek SWOT

1. Analisis Matriks SWOT

Tabel 11. Matriks IFAS dan EFAS

IFAS EFAS	Kekuatan/Strengths (S) 1. Kandungan nutrisi tinggi 2. Produk inovatif harga terjangkau	Kelemahan/Weakness (W) 1. Rasa dan aroma belum familiar 2. Ketahanan produk singkat modal produksi masih terbatas
Peluang/Opportunity (O) 1. Kesadaran masyarakat terhadap gizi 2. Ketersediaan bahan baku melimpah tren makanan sehat	Strategi SO 1. Memanfaatkan kandungan nutrisi tinggi untuk mempromosikan sebagai cookies sehat yang sejalan dengan tren makanan sehat 2. Perluas pasar dengan memanfaatkan inovasi produk mengoptimalkan harga yang terjangkau untuk menarik pasar luas	Strategi WO 1. Meningkatkan inovasi rasa agar lebih sesuai dengan selera konsumen 2. Memanfaatkan tren makanan sehat untuk mengatasi rasa yang belum familiar dengan edukasi konsumen menggunakan ketersediaan bahan baku untuk efisiensi produksi
Ancaman/Threats (T) 1. Persaingan dengan produk sejenis 2. Harga bahan baku fluktuatif preferensi konsumen yang berubah-ubah	Strategi ST 1. Menawarkan harga kompetitif untuk menghadapi pesaing dengan produk serupa 2. Edukasi konsumen terkait kandungan nutrisi untuk menciptakan loyalitas meskipun selera konsumen berubah	Strategi WT 1. Memperkuat manajemen logistik agar ketahanan produk singkat tidak menjamin hambatan distribusi 2. Melakukan riset pasar untuk menghadapi perubahan preferensi menggunakan bahan alternatif jika harga bahan baku naik

Keterangan:

a. Strategi SO

Strategi ini memanfaatkan kekuatan internal untuk mengambil peluang eksternal, berikut ringkasan poin-poin dari strategi SO usaha cookies substitusi tepung hati ayam dan tepung kedelai:

- 1) Memanfaatkan kandungan nutrisi tinggi untuk mempromosikan sebagai cookies sehat, yaitu produk dengan nutrisi tinggi bisa diposisikan sebagai alternatif camilan sehat, mengikuti tren gaya hidup sehat masyarakat.
- 2) Perluas pasar dengan memanfaatkan tren makanan sehat, yaitu dengan tren makanan sehat yang terus naik, produk bisa dijual di komunitas sehat, pameran pangan organik, atau lewat kolaborasi dengan influencer gaya hidup sehat.
- 3) Menggunakan inovasi produk untuk menguatkan keunikan dan menarik minat konsumen, yaitu inovasi rasa, bentuk, atau kemasan yang unik bisa menambah daya tarik produk, khususnya bagi konsumen muda.
- 4) Mengoptimalkan harga yang terjangkau untuk menarik pasar luas, yaitu harga yang kompetitif bisa digunakan untuk menjangkau segmen pasar menengah ke bawah yang sadar gizi namun sensitif harga.

b. Strategi ST

Strategi ini menggunakan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman dari luar, berikut ringkasan poin-poin dari strategi ST usaha cookies substitusi tepung hati ayam dan tepung kedelai:

- 1) Menawarkan harga kompetitif untuk menghadapi pesaing dengan produk serupa, yaitu dengan tetap menjaga kualitas nutrisi, produk bisa bersaing lewat strategi harga agar tetap menarik dibandingkan kompetitor.

- 2) Edukasi konsumen terkait kandungan nutrisi untuk menciptakan loyalitas meskipun selera konsumen berubah, yaitu memberikan pengetahuan soal manfaat produk akan mendorong konsumen untuk tetap setia meskipun tren rasa terus berubah.

c. Strategi WO

Strategi ini bertujuan memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal, berikut ringkasan poin-poin dari strategi WO usaha cookies substitusi tepung hati ayam dan tepung kedelai:

- 1) Meningkatkan inovasi rasa agar lebih sesuai dengan selera konsumen, yaitu melakukan uji coba varian rasa dan survei konsumen untuk menentukan flavor favorit, agar rasa yang belum familiar bisa diterima lebih baik.
- 2) Memanfaatkan tren makanan sehat untuk mengenalkan produk yang belum familiar dengan edukasi konsumen, yaitu edukasi bisa dilakukan lewat kampanye digital, demo produk, atau konten edukatif di media sosial agar konsumen memahami manfaatnya.
- 3) Menggunakan ketersediaan bahan baku untuk efisiensi produksi, yaitu Pilih bahan lokal yang melimpah untuk menekan biaya dan menjamin kelangsungan produksi dalam jangka panjang.

d. Strategi WT

Strategi ini bertujuan meminimalisasi kelemahan dan menghindari ancaman, berikut ringkasan poin-poin dari strategi WO usaha cookies substitusi tepung hati ayam dan tepung kedelai:

- 1) Memperkuat manajemen logistik agar ketahanan produk singkat tidak menjadi hambatan distribusi, yaitu perlunya sistem distribusi cepat dan efisien, serta mungkin mempertimbangkan penggunaan teknologi pengawetan alami.
 - 2) Melakukan riset pasar untuk menghadapi perubahan preferensi konsumen, yaitu memonitoring tren secara berkala membantu menyesuaikan produk dengan keinginan pasar yang cepat berubah.
 - 3) Menggunakan bahan alternatif jika harga bahan baku naik, yaitu menyiapkan opsi bahan pengganti yang tetap sehat dan ekonomis untuk menjaga kestabilan biaya produksi.
2. Analisis SWOT 4 Kuadran

Tabel 12. Analisis Matriks IFAS

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<i>Strengths (Kekuatan)</i>				
1.	Kandungan nutrisi tinggi	0,18	4	0,72
2.	Produk inovatif	0,16	4	0,64
3.	Harga terjangkau	0,16	3	0,48
Jumlah Strengths				1,84
<i>Weaknesses (Kelemahan)</i>				
1.	Rasa dan aroma belum familiar	0,19	3	0,57
2.	Ketahanan produk singkat	0,17	3	0,51
3.	Modal produksi masih terbatas	0,14	2	0,28
Jumlah Weaknesses				1,36
Total IFAS				0,48

Tabel 13. Analisis Matriks EFAS

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Opportunities (Peluang)				
1.	Kesadaran masyarakat terhadap gizi	0,18	4	0,72
2.	Ketersediaan bahan baku melimpah	0,17	4	0,68
3.	Tren makanan sehat	0,16	4	0,64
Jumlah Opportunities				2,04
Threats (Ancaman)				
1.	Persaingan dengan produk sejenis	0,16	3	0,48
2.	Harga bahan baku fluktuatif	0,17	3	0,51
3.	Preferensi konsumen yang berubah-ubah	0,15	3	0,45
Jumlah Threats				1,44
Total EFAS				0,6

Analisis data menggunakan matriks IE dari tabel faktor internal dan eksternal diatas menunjukkan bahwa nilai pada skor masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut:

- 1) Faktor kekuatan (*strengths*) : 1,84
- 2) Faktor kelemahan (*weakness*) : 1,36
- 3) Faktor peluang (*opportunities*) : 2,04
- 4) Faktor ancaman (*threats*) : 1,44

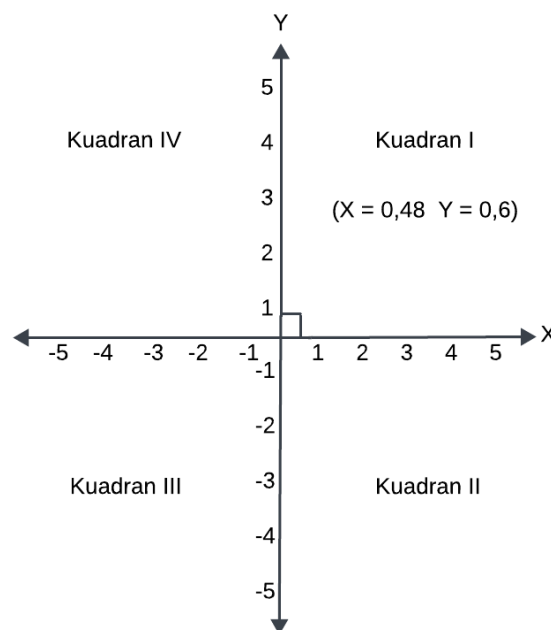
Menentukan titik koordinat diagram untuk mengetahui dimana posisi usaha saat ini agar dapat menentukan strategi dengan tepat, berikut adalah menentukan titik koordinat diagram:

- 1) Koordinat analisis internal (X)
 - = Kekuatan (S) – Kelemahan (W)
 - = 1,84 – 1,36
 - = 0,48
- 2) Koordinat analisis eksternal (Y)
 - = Peluang (O) – Ancaman (T)

$$= 2,04 - 1,44$$

$$= 0,6$$

Koordinat diagram SWOT bernilai positif dengan sumbu X (internal usaha) sebesar 0,48 sedangkan sumbu Y (eksternal usaha) bernilai positif sebesar 0,6. Koordinat tersebut dapat menentukan posisi usaha berada pada kuadran 1, 2, 3, atau 4 yang masing-masing kuadran memiliki strategi yang dapat membantu usaha. Hasil diagram kartesius analisis SWOT disajikan pada Gambar 6.

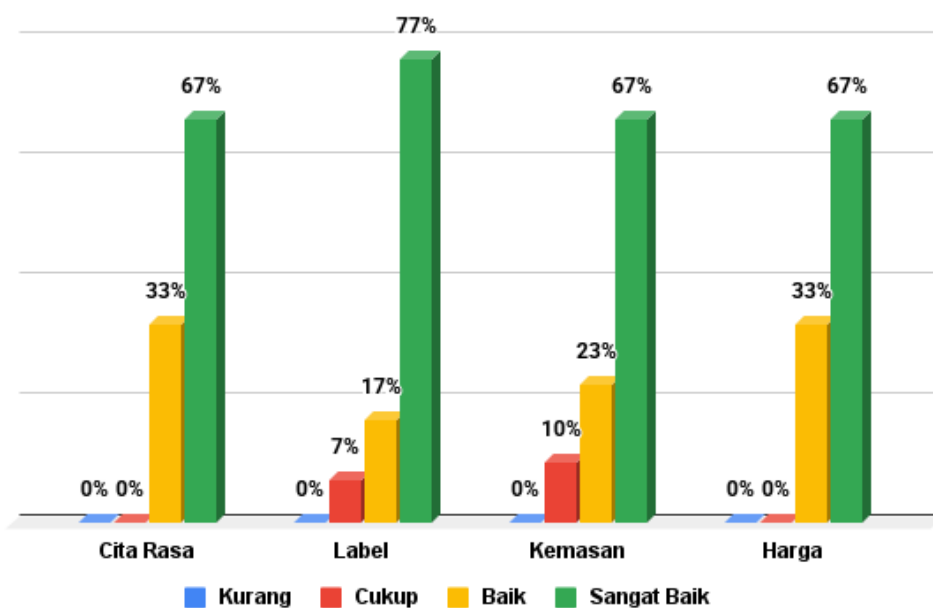


Gambar 6. Hasil Diagram Kartesius Analisis SWOT

Hasil analisis data yang diperoleh diketahui bahwa posisi nutri choco bites terletak pada kuadran I. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi usaha cookies substitusi tepung hati ayam dan tepung kedelai memiliki sebuah kekuatan dan peluang sehingga dapat dimanfaatkan untuk mendorong kemajuan usaha.

D. Analisis Kepuasan Konsumen

Hasil survei respon pembeli yang melibatkan 30 konsumen memperoleh data sebanyak 3 konsumen berasal dari penjualan online dan 28 konsumen berasal dari penjualan offline. Menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN), usia remaja adalah 10 – 24 tahun dan belum menikah. Penjualan cookies telah sesuai sasaran yaitu bertempat di PKPPS Al-Muflihun Malang dengan hasil responden sebagaimana disajikan pada Gambar 7.



Gambar 7. Tingkat Kepuasan Konsumen

Gambar 7 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian "Sangat Baik" terhadap empat aspek utama produk, yaitu cita rasa (67%), label produk (77%), kemasan (67%), dan harga (67%), dengan sisanya memberikan penilaian "Baik". Hal ini menunjukkan bahwa cita rasa produk telah berhasil memenuhi ekspektasi konsumen, label produk dianggap cukup informatif dan menarik, kemasan dinilai sudah cukup baik namun masih memiliki potensi untuk

ditingkatkan, dan harga dianggap sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Dengan mayoritas penilaian yang berada dalam kategori positif, dapat disimpulkan bahwa produk cookies telah berhasil membangun persepsi yang kuat dan memuaskan di mata konsumen, meskipun beberapa aspek seperti label dan kemasan masih dapat disempurnakan untuk meningkatkan daya saing di pasar.

Jawaban responden selanjutnya akan diperoleh satu kecenderungan atas jawaban responden tersebut. Kuesioner yang dibagikan diolah menggunakan skala likert. Penilaian kepuasan konsumen terhadap produk menggunakan skala likert disajikan pada Tabel 13.

Tabel 14. Penilaian Kepuasan Konsumen menggunakan Skala Likert

Variabel	Sangat Baik (4)	Baik (3)	Cukup (2)	Kurang (1)	Total Nilai	Indeks (%)	Interpretasi
Citarasa	80	30	0	0	110	88	Sangat Baik
Label	92	15	4	0	111	88,8	Sangat Baik
Kemasan	80	21	6	0	107	85,6	Sangat Baik
Harga	80	30	0	0	110	88	Sangat Baik

Hasil perhitungan indeks kepuasan yang diperoleh, seluruh variabel dinilai dengan kategori “Sangat Baik” oleh responden. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat kepuasan yang tinggi terhadap produk nutri choco bites. Hasil ini mencerminkan bahwa dari segi rasa, informasi dan desain label, bentuk serta kualitas kemasan, hingga aspek harga, produk tersebut telah mampu memenuhi harapan konsumen secara optimal. Kepuasan yang tinggi ini menjadi indikator penting bahwa produk telah diterima dengan baik di pasar dan memiliki potensi yang kuat untuk dipertahankan bahkan ditingkatkan kualitasnya demi menjaga loyalitas konsumen dan daya saing produk ke depan.