

Analysis Of The Business Of Kelor Pleret Crackers In Singojuruh Village, Banyuwangi Regency

Analisis Usaha Kerupuk Pleret Kelor Di Desa Singojuruh Kabupaten Banyuwangi

Lintang Balgis Humairoh¹⁾; R. Alamsyah Sutantio²⁾; Dinu Saadillah³⁾; Aditya Nizar Al Ardhi⁴⁾; Aulia Nadhirah⁵⁾

¹⁾Department of Agribusiness Management, Jember State Polytechnic

Email: ¹⁾lintang.balgis@gmail.com; ²⁾alamsyah@polije.ac.id; ³⁾dinu.saadillah@polije.ac.id;

⁴⁾aditya.nizar@polije.ac.id; ⁵⁾aulia.nadhirah@polije.ac.id;

How to Cite :

Humairah, L.B, Alamsyah, R.S., Saadillah, D. Nizar, A., Nadhirah, A. (2023). Analysis Of The Business Of Kelor Pleret Crackers In Singojuruh Village, Banyuwangi Regency. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 4(3). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v4i3>

ARTICLE HISTORY

Received [06 Maret 2023]
Revised [16 Juni 2023]
Accepted [30 Juni 2023]

KEYWORDS

Analisis Usaha, Kelayakan, Kerupuk Kelor Pleret,

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



ABSTRAK

Kerupuk adalah suatu makanan yang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia. Salah satu jenis kerupuk yang ada adalah kerupuk pleret kelor. Kerupuk pleret kelor adalah suatu jenis makanan yang terbuat dari bahan dasar daun kelor yang diolah melalui pengukusan adonan, pencetakan, penjemuran, dan proses penggorengan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses produksi, melakukan analisis kelayakan usaha dan strategi bauran pemasaran pada produk kerupuk pleret kelor. Penelitian ini menggunakan metode analisis BEP (*Break Event Point*), R/C Ratio (*Revenue Cost Ratio*), dan ROI (*Return On Investment*). Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, ditemukan nilai BEP (produk) sebanyak 15,7 kemasan dari kapasitas produksi sebanyak 25 kemasan, sedangkan nilai BEP (harga) sebesar Rp 6.300,32 dengan harga jual yang telah ditetapkan sebesar Rp 10.000 per kemasan. Sedangkan nilai dari R/C Ratio 1,58 serta nilai ROI sebesar 9,3%. Hasil dari perhitungan yang telah dilakukan maka dapat dikatakan bahwa usaha kerupuk pleret kelor ini menguntungkan dan dapat dijalankan. Analisis strategi pemasaran yang dilakukan pada usaha kerupuk pleret kelor menggunakan analisis bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Produk yang ditawarkan adalah kerupuk pleret kelor yang dikemas dengan berat bersih 100gr per kemasan. Kegiatan pemasaran kerupuk pleret kelor dilakukan secara langsung oleh produsen kepada konsumen melalui media social seperti Instagram dan *Whatsapp*.

ABSTRACT

Crackers are a food that is very popular with the people of Indonesia. One type of crackers that exist are kelor pleret crackers. Kelor pleret crackers are a type of food made from the basic ingredients of Moringa leaves which are processed through steaming the dough, molding, drying, and frying. This study aims to determine the production process, analyze the business feasibility and marketing mix strategy for the Moringa pleret cracker product. This study uses the BEP (*Break Event Point*) analysis method, R/C Ratio (*Revenue Cost Ratio*), and ROI (*Return On Investment*). 25 packages, while the BEP value (price) is IDR 6,300.32 with a predetermined selling price of IDR 10,000 per package, while the value of the R/C ratio is 1.58 and the ROI value is 9.3%. has been done, it can be said that the kelor pleret cracker business is profitable and can be run. The marketing strategy analysis carried out

on the kelor pleret cracker business uses 4P marketing mix analysis (Product, Price, Place, Promotion). The product offered is packaged moringa pleret crackers with a net weight of 100 grams per package Marketing activities for kelor pleret crackers are carried out directly by producers to consumers through social media such as Instagram and Whatsapp.

PENDAHULUAN

Kerupuk adalah suatu makanan yang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia (Adiyanto et al., 2017). Makanan kerupuk terbuat dari berbagai macam bahan makanan yang memiliki kandungan pati yang cukup tinggi. Kerupuk terbuat dari bahan adonan tepung tapioca yang dicampur menggunakan bahan perasa ikan atau udang. Cara pembuatan kerupuk dilakukan dengan mengukus adonan terlebih dahulu, kemudian adonan tersebut dipotong tipis-tipis. Adonan yang sudah dipotong, kemudian dikeringkan atau dijemur dibawah sinar matahari. Setelah adonan tersebut kering, maka dilakukan proses penggorengan. Tanaman kelor (*Moringa Oleifera*) adalah jenis tanaman yang memiliki ketinggian mencapai 7-11 meter dan dapat tumbuh subur di dataran rendah hingga ketinggian 700 meter diatas permukaan laut (Pade & Bulotio, 2019). Tanaman kelor merupakan salah satu komoditas perkebunan yang dapat tumbuh secara alami di lahan marginal (Dinas Tanaman Pangan, 2019) Tanaman kelor memiliki peluang dan potensi pengembangan yang cukup tinggi. Tanpa adanya proses pengolahan, daun kelor merupakan salah satu produk yang memiliki nilai jual dengan harga rendah dan juga masih sangat jarang dijumpai dipasaran (Amri, 2021). Pada umumnya, masyarakat Indonesia hanya mengkonsumsi daun kelor dengan cara mengolahnya menjadi sayur bening. Hal yang sama juga terjadi di Desa Singojuruh Kabupaten Banyuwangi. Kebanyakan masyarakat disana hanya mengkonsumsi daun kelor dengan mengolah menjadi sayur bening. Maka dari itu, perlu adanya proses pengolahan menjadi kerupuk untuk menambah nilai ekonomis pada daun kelor. Salah satu pengolahan yang dapat dilakukan adalah membuat kerupuk dengan menggunakan bahan dasar daun kelor, seperti kerupuk pleret kelor. Kerupuk pleret kelor dapat dikatakan sebagai produk yang baik, karena dibuat dengan menggunakan bahan dasar yang aman dan tidak menggunakan bahan pengawet, sehingga produk ini baik bagi kesehatan. Selain itu, produk ini memiliki keunikan tersendiri yang ada pada nama produknya yaitu "Pleret", sehingga diperlukan untuk melakukan analisis usaha pada produk kerupuk pleret kelor yang ada di Desa Singojuruh Kabupaten Banyuwangi agar dapat meningkatkan nilai jual pada olahan daun kelor.

LANDASAN TEORI

Kewirausahaan

Kemampuan dalam menciptakan kegiatan usaha disebut dengan kewirausahaan. Kemampuan wirausaha perlu didukung dengan kemampuan dalam berkreaitivitas dan berinovasi secara konsisten agar mampu menemukan suatu hal yang berbeda dari yang pernah ada sebelumnya. Dengan adanya kreativitas dan inovasi, maka akan tercipta kontribusi yang nyata bagi masyarakat sekitar. Pengelolaan kegiatan wirausaha dapat dilakukan secara mandiri atau perorangan. Pengelolaan secara mandiri yaitu pemilik usaha menggunakan modal dan kemampuannya sendiri saat terjun langsung dalam mengelola usahanya. Seorang wirausahawan harus memiliki jiwa pemberani dalam mengambil risiko ketika memulai usahanya dan mampu melihat kesempatan yang ada. Keberanian dalam mengambil risiko memiliki arti berupa mental mandiri dan berani dalam memulai usaha, tanpa ada rasa takut maupun cemas dalam segala kondisi yang tidak pasti (Kasmir, 2016).

Usaha

Kegiatan usaha atau suatu perusahaan memiliki arti sebagai bentuk kegiatan yang dilakukan secara konsisten atau terus menerus dengan tujuan agar mendapatkan keuntungan dimana dalam penyelenggaraannya dapat dilakukan secara individu maupun kelompok, berbadan hukum ataupun

tidak berbadan hukum dengan kedudukannya berada di suatu daerah pada suatu negara (Rapii et al., 2023).

Berdasarkan UU No. 20 tahun 2008 *dalam* (Elsandra & Yulianto, 2013) menyatakan bahwa UMKM adalah sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro
Usaha mikro merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan dan/atau badan usaha perorangan dengan syarat mampu memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Contoh dari usaha mikro antara lain usaha sablon, usaha kue tradisional dan lain-lain.
- b. Usaha Kecil
Usaha kecil merupakan bentuk usaha ekonomi produktif yang mampu berdiri sendiri. Usaha kecil ini dapat dikerjakan secara perorangan dan bukan merupakan anak usaha atau cabang dari perusahaan tertentu.
- c. Usaha Menengah
Usaha menengah merupakan bentuk usaha ekonomi produktif yang telah mampu berdiri sendiri. Usaha jenis ini dilakukan secara perorangan dalam bentuk badan usaha kecil ataupun besar dengan jumlah kekayaan bersih dari hasil penjualan.

Bisnis

Bisnis merupakan kegiatan yang dilakukan secara menyeluruh dalam menjalankan suatu investasi dengan sumber daya yang ada. Kegiatan ini dapat dilakukan secara individu ataupun secara kelompok. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dalam meningkatkan taraf hidup pemilik bisnis dengan menawarkan jasa atau menciptakan barang sehingga mendapatkan untung yang maksimal (Hasoloan, 2018).

Kelor

Menurut Diantoro et al., (2015), menyatakan bahwa kelor (*Moringa oleifera*) merupakan tumbuhan perdu yang mampu tumbuh mencapai 7 sampai 11 meter. Di pulau jawa sendiri, kelor digunakan sebagai tanaman pagar. Selain ditanam di tegalan atau lahan terbuka kelor juga ditanam di halaman rumah, karena kelor berkhasiat untuk sebagai obat-obatan.

Daun kelor memiliki kandungan yang bermanfaat bagi tubuh, berikut kandungan yang terdapat pada daun kelor yang disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 1 Kandungan Gizi Daun Kelor Segar dalam 100 Gram

Kandungan	Jumlah	Satuan
Abu (<i>Ash</i>)	3,5	(g)
Air (<i>Water</i>)	75,5	(g)
Besi (<i>Fe</i>)	6,0	(mg)
Beta-Karoten (<i>Carotenes</i>)	3.266	(mcg)
Energi (<i>Energy</i>)	92	(kal)
Fosfor (<i>P</i>)	76	(mg)
Kalium (<i>K</i>)	298,0	(mg)
Kalsium (<i>Ca</i>)	1.077	(mg)
Karbohidrat (<i>CHO</i>)	14,3	(g)
Lemak (<i>Fat</i>)	1,6	(g)
Natrium (<i>Na</i>)	61	(mg)
Niasin (<i>Niacin</i>)	4,2	(mg)
Protein (<i>Protein</i>)	5,1	(g)
Riboflavin (<i>Vitamin B2</i>)	0,10	(mg)
Seng (<i>Zn</i>)	0,6	(mg)
Serat (<i>Fiber</i>)	8,2	(g)
Tembaga (<i>Cu</i>)	0,10	(mg)
Tiamina (<i>Vitamin B1</i>)	0,30	(mg)
Vitamin C (<i>Vitamin C</i>)	22	(mg)

Sumber: Kementerian Kesehatan Indonesia, 2019

Analisis Usaha

Layak atau tidaknya usaha untuk dijalankan dapat ditentukan dengan menggunakan analisis usaha sebagai alat untuk mempertimbangkan dalam sebuah pengambilan keputusan. Berikut ini merupakan metode analisis usaha yang dipakai dalam mengetahui apakah suatu usaha dapat dinyatakan layak atau tidak.

a. *Break Event Point* (BEP)

Break Event Point (BEP) adalah titik impas atau titik pertemuan dari suatu usaha antara biaya total dengan output total dari penerimaan. Perhitungan BEP meliputi BEP harga jual produk maupun BEP produk (Soekartawi, 2002).

b. *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio)

Revenue Cost Ratio (R/C Ratio) adalah rasio antara total pendapatan dengan total biaya yang dikeluarkan. Dari hasil perhitungan nilai R/C ratio dapat diketahui apakah suatu usaha dapat dikatakan untung atau tidak, dimana jika nilai R/C Ratio > 1 , maka usaha tersebut dapat dikatakan untung (Soekartawi, 2002).

c. *Return On Investment* (ROI)

Suatu ukuran efisiensi manajemen dapat dihitung dengan menggunakan *Return On Investment* (ROI) dimana rasio ini menggambarkan nilai hasil dari aset-aset yang dikendalikan. Namun, rasio ini mengabaikan sumber pendanaan dan diukur dalam bentuk presentase (Kasmir, 2016).

Pemasaran

Pemasaran merupakan bentuk usaha dalam pemenuhan kebutuhan maupun keinginan konsumen. Bentuk usaha yang dimaksud dapat berupa menciptakan produk barang ataupun jasa sehingga terjadi pertukaran melalui proses pembelian (Kasmir, 2016). Konsep 4P sering diterapkan dalam pemasaran. Adapun konsep 4P tersebut adalah sebagai berikut.

a. *Product* (Produk)

Adapun langkah pertama yang harus dipersiapkan dalam pemasaran yaitu produk. Produk merupakan bagian penting yang akan dijual sehingga konsumen dapat mengenali perusahaan melalui produk yang akan ditawarkan. Kualitas produk juga harus diperhatikan dengan baik, tidak hanya produk barang tetapi juga produk dalam bentuk jasa sehingga akan terpenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

b. *Price* (Harga)

Harga merupakan *value* atau nilai dalam bentuk uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen agar dapat menikmati produk yang ditawarkan dimana harga ini merupakan bagian dari aspek bauran pemasaran. Penentuan harga menjadi bagian dari aspek yang penting karena dapat menentukan laku atau tidaknya produk yang ditawarkan dengan menggunakan beberapa metode penetapan harga.

c. *Place* (Distribusi)

Place merupakan bagian dari cara perusahaan dalam mendistribusikan barangnya, mulai dari perusahaan hingga ke *end customer*. Terdapat beberapa cara dalam penentuan saluran distribusi produk ke pasar sehingga strategi distribusi merupakan bagian yang diperhitungkan oleh perusahaan dalam upaya pelayanan tepat waktu dan tepat sasaran ke konsumen.

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah salah satu metode yang tepat dalam mempertahankan pelanggan maupun menarik konsumen baru (Kasmir, 2016). Basu Swastha (2008) menyatakan bahwa bauran promosi ini merupakan kombinasi yang tepat dari berbagai komponen yang meliputi *personal selling*, iklan, dan metode promosi lainnya dimana secara keseluruhan digunakan dalam mencapai penjualan optimal.

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan metode analisis dalam mengetahui usaha apakah layak diusahakan atau tidak. Adapun metode analisisnya adalah sebagai berikut:

a. *Break Event Point* (BEP)

Break Event Point (BEP) atau dikenal dengan titik impas merupakan titik temu antara total biaya dengan total output dalam bentuk penerimaan. Perhitungan *Break Event Point* meliputi BEP produk maupun BEP harga jual dari produk tersebut (Rukmana dan Yudirachman, 2015). Adapun rumus dari BEP tersebut adalah sebagai berikut.

$$\text{BEP Harga} = \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Total Produksi}}$$

$$\text{BEP Produksi} = \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Harga Jual}}$$

b. *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio)

Revenue Cost Ratio (R/C Ratio) adalah rasio antara total pendapatan dengan total biaya yang dikeluarkan. Suatu usaha dapat dikatakan untung jika nilai R/C Ratio > 1 (Rukmana dan Yudirachman, 2015). Adapun nilai R/C Ratio didapatkan dari hasil perhitungan sebagai berikut:

$$\text{R/C Ratio} = \frac{\text{Total Penerimaan}}{\text{Total Biaya Produksi}}$$

Kriteria R/C Ratio dalam analisis usaha sebagai berikut:

- a) Apabila R/C Ratio > 1, maka usaha dinyatakan untung
- b) Apabila R/C Ratio = 1, maka usaha dinyatakan tidak untung maupun tidak rugi
- c) Apabila R/C Ratio < 1, maka terjadi kerugian pada usaha yang dilakukan

c. *Return Of Investment* (ROI)

Return On Investment (ROI) adalah rasio dari hasil (*return*) pada total asset yang digunakan oleh perusahaan sebagai tolok ukur efisiensi manajemen. Rasio tersebut merupakan hasil dari semua asset yang dikendalikan. Sumber pendanaan diabaikan dan biasanya rasio ini diukur dalam bentuk presentase sehingga dapat dikatakan bahwa ROI adalah pengembalian investasi dari laba yang diperoleh dari usaha tersebut dalam periode tertentu (Kasmir, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Produk Kerupuk Pleret Kelor

Kerupuk pleret kelor adalah jenis makanan yang dikeringkan dan terbuat dari daun kelor yang diolah melalui proses pengukusan, pencetakan, penjemuran, dan kemudian melalui proses penggorengan. Dalam melakukan 1 kali proses produksi, membutuhkan bahan baku seperti daun kelor 0,200 kg; beras 1,500 kg; tepung tapioka 0,700 kg; bawang putih 0,200 kg; garam 0,060 kg; penyedap rasa 0,016 kg. Sehingga menghasilkan berat adonan basah sebesar 4.250 gram, setelah dijemur, berat kerupuk menyusut menjadi 3.500 gram, kemudian setelah mengalami penggorengan berat kerupuk pleret kelor berubah menjadi 2.550 gram. Nama pleret menjadi keunikan tersendiri dalam olahan yang menggunakan bahan dasar daun kelor ini. Selain itu proses pembuatan kerupuk pleret dicetak manual dengan menggunakan bambu yang dibelah 2 sepanjang 30 cm. Keunikan lainnya yaitu proses pencetakan yang masih menggunakan jari jempol sehingga krupuk pleret ini akan

berbentuk seperti cangkang siput. Daya tahan produk ini yaitu selama 1 bulan setelah produksi pada saat penggorengan, jika melewati batas waktu tersebut, maka kerupuk menjadi tidak renyah.

Produk ini dikemas dalam kemasan *standing pouch* berukuran 14x22 cm yang kedap udara, untuk menjaga produk agar tetap aman hingga ditangan konsumen. Kemasan ini juga telah dilengkapi label yang berisi tentang informasi produk, seperti komposisi bahan, berat bersih produk, alamat produsen dan nomor telepon produsen. Satu kemasan kerupuk pleret kelor seberat 100 gram dan perkemasannya dijual dengan harga Rp. 10.000,-.

Proses Produksi Kerupuk Pleret Kelor

Proses produksi kerupuk pleret kelor dilakukan di rumah produsen yaitu Desa Singojuruh Kabupaten Banyuwangi, dengan proses produksi dilakukan sebanyak 5 kali produksi selama kurun waktu 4 bulan dengan waktu yang berbeda. Hasil setiap kali produksi sebanyak 25 kemasan, sehingga dalam 5 kali produksi diperoleh 125 kemasan selama kurun waktu 4 bulan. Adapun langkah-langkah dalam proses produksi kerupuk pleret kelor yaitu mempersiapkan alat dan bahan yang dibutuhkan terlebih dahulu, kemudian pengukusan tepung beras selama 15 menit, memetik daun kelor dari tangkainya serta menghaluskan daun kelor menggunakan blender, menghaluskan bawang putih menggunakan ulekan, mencampurkan bahan adonan serta menguleni hingga kalis, selanjutnya yaitu mencetak adonan dengan cara dibulatkan sebesar kelereng kemudian dipleret sehingga membentuk seperti cangkang siput, mengukus adonan yang sudah dicetak selama 25 menit, selanjutnya menjemur kerupuk hingga benar-benar kering merata, kemudian menggoreng kerupuk, setelah itu mengemas kerupuk kedalam kemasan *standing pouch* yang telah dilengkapi dengan label, kemudian langkah terakhir yaitu memasarkan produk.

Hasil Perhitungan Biaya Produksi

Perhitungan biaya dalam usaha produksi kerupuk pleret kelor dibedakan menjadi dua, yang meliputi biaya variabel (*variable cost*) dan biaya tetap (*fixed cost*). Perhitungan biaya tetap dan biaya penyusutan peralatan dalam 1 kali proses produksi kerupuk pleret kelor disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 2. Biaya Tetap pada seKali (Minggu) Proses Produksi Kerupuk Pleret Kelor

No	Keterangan	Jumlah (Unit)	Harga Satuan (Rp)	Jumlah Harga (Rp)	Depresiasi Satu Kali Produksi (Rp)
1	Bambu	1	2000	2000	19
2	Baskom	1	8000	8000	75
3	Blender	1	120.000	120.000	450
4	Centong	1	12.000	12.000	113
5	Cobek	1	27.000	27.000	72
6	Tabung gas	1	165.000	165.000	
7	Kompom gas	1	225.000	225.000	844
8	Langseng	1	112.000	112.000	420
9	Loyang	4	5.000	20.000	188
10	Panci	1	25.000	25.000	94
11	Pisau	1	4.000	4.000	25
12	Serok	1	8.000	8.000	50
13	Solet	1	3.000	3.000	28
14	Spatula	1	7.000	7.000	26
15	Tampah persegi	2	12.500	25.000	234
16	Tampah lingkaran	1	16.000	16.000	150
17	Timbangan	1	30.000	30.000	113
18	Ulekan	1	8.500	8.500	32
19	Wajan	1	26.000	26.000	98
Total				843.500	3.029

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa harga perolehan sebesar Rp. 843.500,-. Maka biaya tetap yang dikeluarkan yaitu Rp. 843.500,-. Sehingga total biaya penyusutan dalam sekali proses produksi dapat diketahui yaitu Rp. 3.029,-.

Biaya variabel yang diperlukan untuk melakukan proses produksi kerupuk pleret kelor dalam sekali proses produksi disajikan pada tabel sebagai berikut.

Tabel 3 Biaya Variabel dalam 1 Kali Proses Produksi Kerupuk Pleret Kelor

No	Keterangan	Kebutuhan	Satuan	Harga per Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
A. Biaya Bahan Baku					
1.	Beras	1,500	Kg	10.000	15.000
2.	Tepung Tapioka	0,700	Kg	10.000	7.000
3.	Daun Kelor	0,200	Kg	19.000	3.800
4.	Bawang Putih	0,200	Kg	30.000	6.000
5.	Garam Kasar Beryodium	0,060	Kg	9.500	570
6.	Penyedap Rasa (Sasa)	0,016	Kg	45.000	720
7.	Minyak Goreng	1,000	Liter	23.000	23.000
8.	Daun Pisang	1,000	Lembar	3.500	3.500
9.	Air	6,500	Liter	315	2.048
Total Biaya Bahan Baku		-	-	-	61.638
B. Biaya Tenaga Kerja					
1.	Tenaga Kerja Produksi	1	Orang	-	67.180
Total Biaya Tenaga Kerja		-	-	-	67.180
C. Biaya Penunjang					
1.	Standing Pouch	15	Pcs	440	6.600
2.	Gas LPG	0,84	Kg	6.000	5.040
3.	Kuota	1	GB	8.000	8.000
4.	Label	15	Pcs	400	6.000
5.	Biaya Listrik	0,01577	Kwh	1.352	21
Total Biaya Penunjang		-	-	-	25.661
Total Biaya Variabel		Rp. 61.638 + Rp. 67.180 + Rp. 25.661			154.479

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan perhitungan tabel di atas dapat diketahui total biaya variabel produksi kerupuk pleret kelor sebesar Rp. 154.479,-. Satu kali produksi dibutuhkan satu tenaga kerja dengan jumlah jam kerja selama 6 jam dan memperoleh hasil 25 kemasan/produksi.

Tabel 4 Hasil Usaha Kerupuk Pleret Kelor dalam 1 Kali Produksi

No	Keterangan	Biaya (Rp)	Jumlah (Rp)
1.	Pendapatan 25 bungkus x Rp. 10.000		250.000
2.	Total Biaya Variabel	154.479	
3.	Total Biaya Tetap (Depresiasi)	3.029	
4.	Total Biaya		(157.508)
5.	Laba yang diperoleh		92.493
6.	Pajak		0
Laba Bersih Setelah Pajak			92.493

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui hasil laba bersih setelah pajak usaha kerupuk pleret kelor dalam satu kali produksi sebesar Rp. 92.493,-.

Tabel 5 Total Asset Usaha Kerupuk Pleret Kelor

No	Keterangan	Jumlah (Rp)
1.	Biaya Tetap	843.500
2.	Biaya Penyusutan dalam Satu Kali Produksi	3.029
3.	Biaya Variabel	154.479
Total Asset		1.001.008

Sumber: Data Primer, 2023

Perhitungan Analisis Usaha Kerupuk Pleret Kelor

Perhitungan analisis usaha krupuk pleret kelor ini dilakukan untuk mengetahui apakah usaha dapat dikatakan layak atau tidak untuk dilanjutkan, terdiri dari 3 perhitungan sebagai berikut:

a. Perhitungan BEP (*Break Event Point*)

$$\begin{aligned} \text{BEP (Harga)} &= \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Total Produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp.157.508}}{25 \text{ kemasan}} \\ &= \text{Rp. 6.300,32} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{BEP (Produksi)} &= \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Harga Jual}} \\ &= \frac{\text{Rp.157.508}}{\text{Rp.10.000}} \\ &= 15,7 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan BEP pada usaha kerupuk pleret kelor, menghasilkan BEP harga sebesar Rp. 6.300,32-. Sedangkan BEP Produksi menurut hasil perhitungan diperoleh 15,7 kemasan. Jika usaha ini melebihi dari perhitungan BEP, maka usaha tersebut menguntungkan dan layak untuk dijalankan. Tetapi jika usaha ini kurang dari nilai BEP, maka usaha tersebut mengalami kerugian dan tidak layak untuk dijalankan.

b. Perhitungan R/C Ratio (*Revenue Cost Ratio*)

$$\begin{aligned}
 \text{R/C Ratio} &= \frac{\text{Total Penerimaan}}{\text{Total Biaya Produksi}} \\
 &= \frac{\text{Rp.250.000}}{\text{Rp.157.508}} \\
 &= 1,58
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan R/C Ratio pada usaha kerupuk pleret kelor, menghasilkan R/C Ratio sebesar 1,58. Hal tersebut menunjukkan bahwa jika nilai yang didapatkan lebih dari 1 maka usaha tersebut dapat dikatakan untung, namun jika nilai yang didapatkan kurang dari 1 maka usaha tersebut dapat dikatakan rugi atau tidak layak untuk dijalankan.

c. Perhitungan ROI (*Return On Investment*)

$$\begin{aligned}
 \text{ROI} &= \frac{\text{Net Profit After Tax}}{\text{Total Asset}} \times 100\% \\
 &= \frac{\text{Rp.92.493}}{\text{Rp.1.001.008}} \times 100\% \\
 &= 9,2\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan ROI tersebut, dapat diketahui nilai ROI sebesar 9,2%. Hal ini menunjukkan bahwa usaha kerupuk pleret kelor dianggap menguntungkan dan layak untuk dijalankan, karena ROI > 0%.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis BEP yang diperoleh dari Usaha Kerupuk Pleret Kelor memperoleh nilai BEP (produksi) dan BEP (harga). Volume penjualan yang dihasilkan dari usaha kerupuk pleret kelor yaitu sebesar 25 kemasan, hal ini menunjukkan nilai yang dihasilkan lebih besar dari nilai BEP (produksi) yaitu sebesar 15,7, maka usaha kerupuk pleret kelor ini menguntungkan dan layak untuk dijalankan. Sedangkan hasil dari analisis BEP (harga) yang diperoleh sebesar Rp. 6.300,32,- lebih kecil daripada harga jual yang sudah ditentukan yaitu sebesar Rp. 10.000,- per kemasan, maka usaha kerupuk pleret kelor ini menguntungkan dan layak untuk dijalankan karena harga yang telah ditetapkan lebih besar dari nilai BEP (harga).

Sedangkan hasil analisis hitung R/C Ratio dapat diketahui bahwa nilai yang diperoleh > 1 yaitu sebesar 1,58 artinya setiap Rp. 100,- modal yang dikeluarkan akan menghasilkan penerimaan total sebesar Rp. 158,- . Sehingga tingkat penerimaan penjualan yang sebesar Rp. 250.000,- mampu menutupi biaya produksi sebesar Rp. 157.508,-. Dapat dikatakan bahwa Usaha Kerupuk Pleret Kelor mampu mendapatkan penerimaan total yang lebih besar dari biaya produksi yang telah dikeluarkan, sehingga usaha ini layak untuk dilanjutkan dan akan mengalami keuntungan.

Hasil perhitungan ROI yang diperoleh yaitu sebesar 9,2%. Hal tersebut menunjukkan bahwa jika investasi yang dikeluarkan senilai Rp. 1.001.008,-. maka usaha kerupuk pleret kelor akan mampu mendapatkan pemasukan senilai Rp. 92.493- per produksi. Oleh karena itu, pengembalian investasi usaha kerupuk pleret kelor diperlukan produksi sebanyak 11 kali proses produksi. ROI yang didapatkan sebesar 9,2% > 0 %, maka usaha ini menguntungkan dan layak untuk dijalankan.

Rencana Pengembangan Usaha

Seiring berjalannya waktu akan muncul pesaing baru dengan produk sejenis yang beredar dipasaran. Oleh karena itu diperlukan pengembangan usaha. Rencana pengembangan usaha kerupuk pleret kelor yaitu menambahkan varian rasa seperti rasa pedas, rasa rumput laut, dan rasa daun jeruk. Selain itu melakukan penjualan kerupuk mentah, hal ini mempermudah dalam proses penjualan karena jangka waktu pemasaran bisa lebih panjang dan juga daya simpan kerupuk lebih panjang dari kerupuk yang sudah digoreng (matang). Untuk rencana pengembangan usaha yang lain yaitu dengan memperluas jangkauan pemasaran, seperti *Shopee* ataupun *tik tok*.

Pengembangan usaha kerupuk pleret kelor juga dilakukan dengan menambah waktu produksi sehingga menghasilkan total produksi yang lebih banyak. Jika proses produksi dalam 1 hari menggunakan 1 tenaga kerja memerlukan waktu 6 jam dan menghasilkan 25 kemasan, maka rencana pengembangan yang dilakukan yaitu menambah jam kerja menjadi 8 jam dengan menggunakan 1 tenaga kerja sehingga dapat menghasilkan 40 kemasan per hari serta dapat menghasilkan total produksi sebanyak 1.040 kemasan per bulan. Apabila upah tenaga kerja selama 6 jam sebesar Rp. 67.180,-, maka upah tenaga kerja dalam waktu 8 jam sebesar Rp. 90.000,-, sehingga dapat diketahui total upah tenaga kerja selama satu bulan sebesar Rp. Rp. 2.340.000,-. Kebutuhan gas LPG selama proses produksi yang sebelumnya sebesar Rp. 5.040 dengan satu tungku kompor, kemudian biaya gas LPG menjadi Rp. 4.020 per hari dengan dua tungku kompor, sehingga penggunaan gas LPG selama satu bulan sebesar Rp. 104.520,-. Biaya penggunaan listrik sebesar Rp. 21,- per hari dengan total produksi 25 kemasan, untuk mengembangkan usaha menjadi 40 kemasan, maka biaya penggunaan listrik bertambah menjadi Rp. 34,- per hari atau Rp. 884,- per bulan. Jika biaya variabel yang dikeluarkan sebesar Rp. 154.479,- per hari menghasilkan 25 kemasan, maka untuk rencana pengembangan usaha yang menghasilkan total produksi sebanyak 40 kemasan membutuhkan biaya variabel sebanyak Rp. 246.317,- per hari sedangkan untuk satu bulan membutuhkan biaya variabel sebesar Rp. 6.404.242,-. Jika biaya penyusutan peralatan per minggu sebesar Rp. 3.029,-, maka untuk biaya penyusutan peralatan per hari sebesar Rp. 433,-, sedangkan biaya penyusutan peralatan per bulan sebesar Rp. 11.258,-. Untuk total penerimaan 1 kali produksi (per hari) Rp. 400.000,- sedangkan yang diperoleh selama 1 bulan yaitu sebesar Rp. 10.400.000,-

Laba bersih yang diperoleh saat melakukan proses produksi kerupuk pleret dalam bulan produksi disajikan pada tabel berikut.

Tabel 6 Laba Bersih Kerupuk Pleret Kelor dalam 1 bulan Produksi

No	Keterangan	Biaya (Rp)	Jumlah (Rp)
1.	Pendapatan 40 bungkus x Rp. 10.000		10.400.000
2.	Total Biaya Variabel	6.404.242	
3.	Total Biaya Tetap (Depresiasi)	11.258	
4.	Total Biaya		(6.415.500)
5.	Laba yang diperoleh		3.984.500
6.	Pajak		0
Laba Bersih Setelah Pajak			3.984.500

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui hasil laba bersih usaha kerupuk pleret kelor dalam satu bulan produksi, mampu memperoleh laba bersih sebesar Rp. 3.984.500,-.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kerupuk pleret kelor merupakan makanan kering yang renyah dengan bentuk seperti cangkang siput dan memiliki rasa gurih, sehingga cocok untuk teman makan dan ngemil. Proses produksi kerupuk pleret kelor meliputi persiapan alat dan bahan, melakukan pengukusan pada tepung beras, membersihkan dan menghaluskan daun kelor, menghaluskan bawang putih, mencampurkan bahan adonan kerupuk pleret, menguleni adonan, mencetak adonan, mengukus adonan yang sudah dicetak, menjemur adonan, menggoreng kerupuk, memberikan label pada kemasan, melakukan pengemasan, dan memasarkan produk.

Hasil analisis usaha yang mengacu pada perhitungan nilai BEP (produksi) maupun BEP (harga), R/C Ratio, hingga ROI, didapatkan nilai BEP (produksi) sebesar 15,7 kemasan dari total produksi sebanyak 25 kemasan. Selain itu, nilai BEP (harga) senilai Rp. 6.300,32 dengan harga jual setiap kemasannya yaitu Rp. 10.000. Sedangkan nilai R/C Ratio dan nilai ROI masing-masing sebesar 1,58, dan 9,2%. Dapat disimpulkan bahwa usaha tersebut dapat dikatakan untung dan dapat untuk dilanjutkan.

Pemasaran produk kerupuk pleret kelor dilakukan secara langsung dari produsen kepada konsumen, serta dilakukan promosi secara tatap muka langsung dan melalui media sosial seperti *WhatsApp* dan *Instagram*.

Saran

Menambah aneka rasa sebagai bentuk untuk mengembangkan produk agar konsumen dapat memilih rasa yang berbeda dari yang biasanya, adanya perluasan pasar supaya produk lebih dikenal oleh konsumen, menjaga kualitas produk kerupuk pleret kelor untuk mempertahankan kepercayaan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanto, O., Suratmo, B., & Susanti, D. Y. (2017). Perancangan Pengereng Kerupuk Rambak dengan Menggunakan Kombinasi Energi Surya Dan Energi Biomassa. *JISI Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.24853/jisi.4.1.1-10>
- Amam, A., & Soetriono, S. (2019). Evaluasi Performa Kelembagaan Peternak Sapi Perah Berdasarkan Aspek Risiko Bisnis dan Pengembangan Usaha. *Jurnal Ilmu Dan Teknologi Peternakan Tropis*, 6(1), 8. <https://doi.org/10.33772/jitro.v6i1.5391>
- Amirrah, N.I., & Wahyuningsih. (2019). Inovasi Pembuatan Kerupuk Garut dengan Perlakuan Awal Bahan Kukus, Presto, Rebus. *Kompetensi Teknik*, 2.
- Amri, Z. (2021). *Analisis Nilai Tambah Daun Teh Kelor Di Desa Kayangan Kecamatan Balai Jaya Kota Kabupaten Rokan Hilir Riau*.
- Diantoro, A., Rohman, M., Budiarti, R., Palupi, H. T., Pertanian, F., & Yudharta, U. (2015). Pengaruh Penambahan Ekstrak Daun Kelor Terhadap Kualitas Yogurt. *Jurnal Teknologi Pangan*, 6(2), 59–66.
- Dinas Tanaman Pangan, H. dan P. K. M. (2019). *Luas Lahan Tegal/Kebun, Ladang/Huma, dan Lahan yang Sementara Tidak Diusahakan Menurut Kecamatan di Kabupaten Malang (hektar), 2015-2018*. Badan Pusat Statistik. <https://jatim.bps.go.id/statictable/2019/10/08/1586/luas-lahan-tegal-kebun-ladang-huma-dan-lahan-yang-sementara-tidak-diusahakan-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-timur-ha-2018.html>
- Elsandra, Y., & Yulianto, A. A. (2013). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Usaha Kecil Menengah Berbasis Industri Kreatif Melalui Ict. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 2(1), 31–42.
- Hasoloan, A. (2018). Peranan Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis. *Jurnal Warta*, 1(1), 1–8.
- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. PT Rajagrafindo Persada.
- Pade, S. W., & Bulotio, N. F. (2019). NUTRIFIKASI DAUN KELOR (*Moringa oleifera*) DENGAN VARIETAS UMUR DAUN BERBEDA TERHADAP KARAKTERISTIK MUTU NORI RUMPUT LAUT (*Gracilaria spp*).

Journal of Agritech Science, 3(2). <https://doi.org/10.30869/jasc.v3i2.406>

Rapii, M., Riswanto, A., & Febriani, L. (2023). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN UMKM PADA MASA PANDEMI COVID-19 PENDAHULUAN Usaha Mikro , Kecil , dan Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif milik perorangan atau badan yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro , kecil , dan mene.* 5(1), 42–50.

Soekartawi. (2002). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya.* PT Raja Grafindo Persada.