

**ANALISIS USAHA STICK DAUN SALAM DI DESA  
PANCAKARYA KECAMATAN AJUNG  
KABUPATEN JEMBER**

**LAPORAN AKHIR**



oleh

**Siti Latifah  
NIM D31171954**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN AGRIBISNIS  
JURUSAN MANAJEMEN AGRIBISNIS  
POLITEKNIK NEGERI JEMBER  
2020**

**ANALISIS USAHA STICK DAUN SALAM DI DESA  
PANCAKARYA KECAMATAN AJUNG  
KABUPATEN JEMBER**

**LAPORAN AKHIR**



sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.)  
di Program Studi Manajemen Agribisnis  
Jurusan Manajemen Agribisnis

oleh

**Siti Latifah**

**NIM D3171954**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN AGRIBISNIS  
JURUSAN MANAJEMEN AGRIBISNIS  
POLITEKNIK NEGERI JEMBER  
2020**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
POLITEKNIK NEGERI JEMBER**

---

**ANALISIS USAHA STICK DAUN SALAM DI DESA  
PANCAKARYA KECAMATAN AJUNG  
KABUPATEN JEMBER**

**Siti Latifah (D31171954)**

Diuji pada Tanggal : 15 September 2020  
Telah Dinyatakan Memenuhi Syarat

**Ketua Penguji**

Guntur Pribadi, SE, MM  
NIP. 195610301993031001

**Sekretaris Penguji**

Uyun Erma Malika, S.TP, MP  
NIP. 198801082015042004

**Anggota Penguji**

Taufik Hidayat, SE, M.Si  
NIP. 197409022005011001

Menyetujui  
**Ketua Jurusan Manajemen Agribisnis**

Taufik Hidayat, SE, M.Si  
NIP. 197409022005011001

## **SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Siti Latifah  
NIM : D31171954  
Program Studi : Manajemen Agribisnis  
Jurusan : Manajemen Agribisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam laporan tugas akhir saya yang berjudul Analisis Usaha Stick Daun Salam di Desa Pancakarya Kecamatan Ajung Kabupaten Jember, merupakan gagasan dan hasil karya saya sendiri dengan arahan komisi pembimbing dan belum pernah di ajukan dalam bentuk apapun pada perguruan tinggi manapun.

Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam naskah dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir laporan tugas akhir ini.

Jember, 15 September 2020

Siti Latifah  
NIM D31171954



**PERNYATAAN  
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertandatangan di bawah ini, saya :

Nama : Siti Latifah  
NIM : D31171954  
Program Studi : Manajemen Agribisnis  
Jurusan : Manajemen Agribisnis

Demi Pengembangan Ilmu Pengetahuan, Saya menyetujui untuk memberikan kepada UPT. Perpustakaan Politeknik Negeri Jember, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas Karya Ilmiah **berupa Laporan Tugas Akhir Saya yang berjudul :**

**ANALISIS USAHA STICK DAUN SALAM DI DESA PANCAKARYA  
KECAMATAN AJUNG KABUPATEN JEMBER**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT. Perpustakaan Politeknik Negeri Jember berhak menyimpan, mengalih media atau format, mengelola dalam bentuk Pangkalan Data (Database), mendistribusikan karya dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Politeknik Negeri Jember, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas Pelanggaran Hak Cipta Karya Ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jember  
Pada Tanggal : 15 September 2020  
Yang menyatakan,

Nama : Siti Latifah  
NIM : D31171954

## **MOTTO**

Pendidikan memang tidak menjamin sukses,  
tapi tanpa pendidikan kehidupan ini menjadi lebih sulit.

**“Mario Teguh”**

Dua musuh sukses adalah penundaan dan alasan

**“Jaya Setiabudi”**

## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya tugas akhir ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam tidak lupa dihaturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang. Tidak lupa saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Tugas akhir ini saya persembahkan kepada :

1. Bapak Muktasim dan Ibu Satini yang saya cintai dan saya sayangi. Terima kasih atas do'a, dukungan dan pengorbanannya terhadap saya.
2. Rommi Saifullah, yang selalu ada untuk saya, meluangkan waktu dan memberikan semangat dan dukungan untuk saya.
3. Uyun Erma Malika, S.TP, M.P selaku Dosen Pembimbing yang selalu membimbing dan memberikan motivasi untuk menyelesaikan laporan akhir ini.
4. Guntur Pribadi, SE, MM dan Taufik Hidayat, SE, M.Si selaku dosen penguji saya ucapkan terima kasih karena sudah membantu membimbing saya dalam penulisan tugas akhir ini.
5. Terima kasih kepada seluruh dosen Politeknik Negeri Jember, khususnya Jurusan Manajemen Agribisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta menjadi ibu dan bapak selama saya menempuh perkuliahan.
6. Terima kasih kepada teman-teman Manajemen Agribisnis angkatan 2017 dan "MNA GOLONGAN D" atas dukungan, semangat, dan kebersamaan kalian selama ini.
7. Terima kasih kepada Almamaterku Politeknik Negeri Jember tercinta.

# **ANALISIS USAHA STICK DAUN SALAM DI DESA PANCAKARYA KECAMATAN AJUNG KABUPATEN JEMBER**

**Siti Latifah**

Program Studi Manajemen Agribisnis  
Jurusan Manajemen Agribisnis

## **ABSTRAK**

*Stick* daun salam merupakan produk makanan ringan atau cemilan yang terbuat dari bahan baku tepung terigu, daun salam, margarin, bawang putih, penyedap rasa, garam dan air. Produksi *stick* daun salam adalah sebuah inovasi untuk menambah nilai jual dari daun salam. Tujuan dari kegiatan ini antara lain untuk mengetahui proses pembuatan, analisis usaha dan pemasaran *stick* daun salam. Metode analisis yang digunakan yaitu BEP, ROI dan R/C Ratio. Hasil analisis yang diperoleh yaitu BEP (unit) 34 bungkus dari total produksi 60 bungkus, sedangkan BEP (harga) Rp. 3.360 per bungkus dari harga jual Rp. 6.000 per bungkus, untuk R/C Ratio pada usaha *stick* daun salam adalah sebesar 1,8 atau usaha *stick* daun salam ini layak untuk dilanjutkan karena R/C Ratio > 1 dan ROI untuk usaha *stick* daun salam ini adalah sebesar 28%, maka usaha ini layak untuk dilanjutkan. Strategi pemasaran yaitu saluran saluran pemasaran langsung ke konsumen (*direct selling*) dan saluran pemasaran tidak langsung yaitu dengan menitipkan produk ke toko-toko dan kemudian disalurkan kepada konsumen.

Kata kunci : analisis usaha, *stick* daun salam, pemasaran.

## RINGKASAN

**Analisis Usaha Stick Daun Salam di Desa Pancakarya Kecamatan Ajung Kabupaten Jember**, Siti Latifah, Nim D31171954, Tahun 2020, 37 halaman, Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, dibawah bimbingan Uyun Erma Malika, S.TP, MP.

*Stick* daun salam merupakan produk makanan ringan atau cemilan yang terbuat dari bahan baku tepung terigu, daun salam, margarin, bawang putih, penyedap rasa, garam dan air. *Stick* daun salam memiliki bentuk panjang yang menyerupai tongkat. Produksi *stick* daun salam adalah sebuah inovasi untuk menambah nilai jual dari daun salam. Penambahan daun salam akan menambah aroma khas daun salam sehingga dapat menarik konsumen.

Berdasarkan analisis usaha didapatkan hasil analisis BEP (harga), BEP (unit), R/C Ratio dan ROI didapatkan hasil sebagai berikut : analisis BEP usaha *stick* daun salam diperoleh BEP (unit) 34 bungkus dan BEP (harga) Rp. 3.360 per bungkus, R/C Ratio sebesar 1,8 ( $>1$ , layak dilanjutkan) dan ROI sebesar 28% (layak dilanjutkan) dengan total investasi Rp. 560.000,00 dengan laba satu kali produksi Rp. 158.375,68. Hal ini membutuhkan 4 kali produksi untuk pengembalian investasi. Strategi pemasaran *stick* daun salam menggunakan strategi pemasaran langsung (*direct selling*) dan strategi pemasaran tidak langsung (dititipkan di toko-toko dan melalui media sosial). Berdasarkan analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa usaha *stick* daun salam di Desa Pancakarya Kecamatan Ajung Kabupaten Jember layak untuk dilanjutkan.

## **PRAKATA**

Puji syukur kehadirat Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat terselesaikannya laporan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Usaha Stick Daun Salam di Desa Pancakarya Kecamatan Ajung Kabupaten Jember” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Politeknik Negeri Jember, Jurusan Manajemen Agribisnis, Program Studi Manajemen Agribisnis.

Terselesaikannya laporan ini tidak lepas dari bantuan beberapa pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Saiful Anwar, S.TP, MP selaku Direktur Politeknik Negeri Jember.
2. Taufik Hidayat, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Agribisnis.
3. Linda Ekadewi Widyatami, SP, MP selaku Ketua Program Studi Manajemen Agribisnis.
4. Uyun Erma Malika, S.TP, MP selaku Dosen Pembimbing.
5. Guntur Pribadi, SE, MM dan Taufik Hidayat, SE, M.Si selaku Dosen Penguji Tugas Akhir.
6. Staff pengajar, teman-teman dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Terima kasih kepada Almamater tercinta Politeknik Negeri Jember.

Atas bantuan fasilitas, proses pembimbingan hingga ujian tugas akhir, sehingga semua rangkaian pelaksanaan tugas akhir mulai dari kegiatan seminar hingga ujian tugas akhir ini dapat terlaksana. Laporan tugas akhir ini sangat disadari masih jauh dari kesempurnaan, namun semoga laporan ini bermanfaat.

Jember, 10 Juli 2020

Penulis,

Siti Latifah  
NIM D31171954

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI</b> .....	v
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vi
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>RINGKASAN</b> .....	ix
<b>PRAKATA</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	2
<b>1.3 Tujuan</b> .....	2
<b>1.4 Manfaat</b> .....	2
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	3
<b>2.1 Kajian Terdahulu</b> .....	3
<b>2.2 Landasan Teori</b> .....	4
2.2.1 Kewirausahaan .....	4
2.2.2 <i>Stick</i> .....	4
2.2.3 Daun Salam .....	5
<b>2.3 Analisis Usaha</b> .....	5
<b>2.4 Pemasaran</b> .....	6
2.4.1 Bauran Pemasaran .....	7

<b>BAB 3. METODE PELAKSANAAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>9</b>
3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan .....	9
3.2 Alat dan Bahan.....	9
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	11
3.4 Metode Analisis .....	11
3.4.1 Analisis BEP .....	11
3.4.2 Analisis R/C Ratio .....	12
3.4.3 Analisis ROI .....	12
3.5 Proses Produksi .....	13
3.6 Pemasaran .....	15
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>16</b>
<b>4.1 Hasil .....</b>	<b>16</b>
4.1.1 Gambaran Produk .....	16
4.1.2 Analisis Usaha Stick Daun Salam .....	17
4.1.3 Hasil Pemasaran Produk Stick Daun Salam .....	17
<b>4.2 Pembahasan .....</b>	<b>18</b>
4.2.1 Proses Produksi .....	18
4.2.2 Analisis Usaha .....	22
a. Break Event Point (BEP) .....	22
b. R/C Ratio .....	22
c. ROI .....	23
4.2.3 Bauran Pemasaran .....	23
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>26</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>26</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>26</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>27</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>28</b>

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Bagan Alur Proses Produksi .....	14
Gambar 4.1 Produk Stick Daun Salam .....	16
Gambar 4.2 Alat dan Bahan .....	18
Gambar 4.3 Pencucian Daun Salam.....	19
Gambar 4.4 Pemotongan Daun Salam .....	19
Gambar 4.5 Pencampuran Bahan .....	20
Gambar 4.6 Penggilingan Adonan .....	20
Gambar 4.7 Penggorengan .....	21
Gambar 4.8 Pemasangan Label .....	21
Gambar 4.9 Pengemasan <i>Stick</i> .....	22

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Alat Produksi Stick Daun Salam.....	9
Tabel 3.2 Bahan Produksi Stick Daun Salam .....	10
Tabel 3.3 Bahan Penunjang Stick Daun Salam .....	10
Tabel 4.1 Perhitungan Pendapatan dan Biaya Produksi Stick Daun Salam .....	17
Tabel 4.2 Perhitungan BEP, R/C Ratio dan ROI .....	17
Tabel 4.3 Hasil Penjualan Stick Daun Salam .....	18
Tabel 4.4 Perbandingan Harga Produk Sejenis .....	24

## **DAFTAR LAMPIRAN**

	Halaman
Lampiran 1. Perhitungan Depresiasi .....	28
Lampiran 2. Perhitungan Biaya Tetap .....	29
Lampiran 3. Perhitungan Biaya Variabel .....	30
Lampiran 4. Perhitungan Analisis Usaha .....	32
Lampiran 5. Perhitungan Total Assets .....	33
Lampiran 6. Dokumentasi Pemasaran.....	34

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Daun salam merupakan tumbuhan yang mudah hidup di dataran rendah maupun tinggi. Hermanto (2007) menyatakan bahwa daun salam tingginya mencapai 25 m. Daunnya yang rimbun, berbentuk lonjong/bulat telur, berujung runcing bila diremas mengeluarkan bau harum. Daun salam mengandung zat-zat bahan warna, zat samak dan minyak atsiri yang bersifat anti bakteri.

Daun salam biasanya dimanfaatkan sebagai salah satu bumbu dapur atau rempah yaitu penyedap karena memiliki aroma khas yang bisa menambah kelezatan masakan. Tanaman salam merupakan salah satu tanaman yang sering dimanfaatkan masyarakat untuk pengobatan alternatif (Harismah dan Chusniatun, 2016). Saat ini di Desa Pancakarya Kecamatan Ajung Kabupaten Jember potensi tanaman salam banyak ditemukan dipekarangan rumah, sehingga masyarakat banyak memanfaatkan tanaman salam dengan menjual daunnya dengan harga yang relatif murah. Melihat murahness harga daun salam, maka ada peluang untuk meningkatkan nilai ekonomis daun salam yaitu dengan memanfaatkan usaha makanan ringan.

Melihat potensi daun salam di Desa Pancakarya Kecamatan Ajung Kabupaten Jember, maka penulis tertarik untuk memanfaatkan daun salam untuk dijadikan sebuah usaha agar potensi daun salam di masyarakat menjadi lebih baik, oleh karena itu penulis tertarik melakukan pengolahan daun salam menjadi *stick* daun salam untuk meningkatkan nilai ekonomis dari daun salam. Dengan adanya produk ini dapat menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat sebagai produk camilan yang renyah dan gurih. Pada saat ini *stick* daun salam termasuk produk baru di pasaran, karena itu untuk mengetahui seberapa jauh usaha ini dapat bermanfaat dan menjadi peluang bisnis serta prospek yang bagus, maka diperlukan analisis usaha seperti BEP, R/C Ratio dan ROI agar dapat diketahui apakah usaha tersebut layak atau tidak untuk diusahakan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagairmana proses pembuatan *stick* daun salam di Desa Pancakarya Kecamatan Ajung Kabupaten Jember?
2. Bagairmana analisis usaha *stick* daun salam di Desa Pancakarya Kecamatan Ajung Kabupaten Jember?
3. Bagairmana proses pemasaran *stick* daun salam di Desa Pancakarya Kecamatan Ajung Kabupaten Jember?

## 1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan tugas akhir ini yaitu :

1. Melakukan proses pembuatan *stick* daun salam di Desa Pancakarya Kecamatan Ajung Kabupaten Jember.
2. Menganalisis usaha *stick* daun salam berdasarkan *Break Event Point* (BEP), *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio), dan *Return On Investment* (ROI).
3. Menerapkan bauran pemasaran dalam usaha *stick* daun salam di Desa Pancakarya Kecamatan Ajung Kabupaten Jember.

## 1.4 Manfaat

Berdasarkan tujuan yang telah diuraikan, maka manfaat dilaksanakannya tugas akhir ini yaitu :

1. Memberi wawasan bagi mahasiswa untuk berwirausaha dan menciptakan lapangan kerja baru.
2. Meningkatkan kreativitas mahasiswa untuk meraih peluang usaha.
3. Mengetahui proses pembuatan *stick* daun salam.
4. Mengetahui proses pemasaran *stick* daun salam.

## **BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Kajian Terdahulu**

Rizal, (2019) dalam tugas akhirnya yang berjudul “Analisis Usaha Stick Pisang Keju Di Desa Kalisemut Kecamatan Padang Kabupaten Lumajang” didapatkan BEP (unit) sebanyak 11 bungkus dari kapasitas produksi 15 bungkus, sedangkan BEP (harga) sebesar Rp. 7.600 / bungkus dengan harga jual Rp. 10.000/ bungkus. Hasil yang diperoleh dalam perhitungan R/C Ratio sebesar 1,32 yang artinya setiap Rp. 100.000 biaya yang dikeluarkan maka penerimaan yang diperoleh sebesar Rp. 132.000 dan ROI sebesar 5,83% yang artinya setiap Rp. 100.000 modal yang dikeluarkan maka akan memperoleh keuntungan bersih sebesar Rp. 5.830. Berdasarkan analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa usaha tersebut menguntungkan dan layak untuk dilanjutkan.

Lela, (2017) dalam tugas akhir yang berjudul “Analisis Usaha Stick Labu Kuning Wijen Aroma Pandan Di Desa Sumbersari Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember” didapatkan BEP (unit) sebanyak 38 bungkus dari jumlah produksi sebanyak 60 bungkus dan BEP (harga) sebesar Rp. 3.200 / bungkus dengan harga jual Rp. 5.000/ bungkus. R/C Ratio sebesar 1,61 yang artinya setiap Rp. 100.000 biaya yang dikeluarkan maka penerimaan yang diperoleh sebesar Rp. 161.000 dan ROI sebesar 20% yang artinya setiap Rp. 100.000 modal yang dikeluarkan maka akan diperoleh keuntungan sebesar Rp. 20.000. Berdasarkan ketiga analisis yang digunakan, dapat disimpulkan bahwa usaha ini menguntungkan dan layak diusahakan.

Utami, (2016) dalam tugas akhirnya yang berjudul “Analisis Usaha Stick Labu Kuning Di Desa Andongsari Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember” didapatkan BEP (unit), BEP (harga), R/C Ratio dan ROI yang bertujuan untuk menentukan titik impas unit dan harga, jumlah pendapatan yang diterima, dan tingkat kembalinya. Hasil yang diperoleh BEP (unit) sebesar 39 bungkus dari hasil produksi yang diperoleh 65 bungkus, sedangkan BEP (harga) sebesar Rp. 2.950/bungkus, dengan harga jual Rp. 5.000/bungkus. Hasil yan diperoleh dari

perhitungan R/C Ratio sebesar 1,69 yang artinya setiap Rp. 1.000 biaya yang dikeluarkan maka penerimaan yang diperoleh sebesar Rp. 1.690 dan ROI sebesar 18% yang artinya setiap Rp. 1.000 modal yang dikeluarkan maka akan diperoleh keuntungan bersih sebesar Rp. 180. Berdasarkan ketiga analisis yang tersebut, dapat disimpulkan bahwa usaha tersebut menguntungkan dan layak untuk dilanjutkan.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Kewirausahaan**

Wirausahawan (*entrepreneur*) adalah orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Artinya bermental mandiri dan memulai usaha, tanpa dilipat rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti. Kegiatan wirausaha dapat dilakukan seorang diri atau berkelompok. Seorang wirausahawan dalam pikirannya selalu mencari, memanfaatkan serta menciptakan peluang usaha yang dapat memberikan keuntungan.

Kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam hal menciptakan kegiatan usaha. Kemampuan menciptakan memerlukan adanya kreativitas dan inovasi yang terus menerus untuk menemukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya. Kreativitas dan inovasi pada akhirnya mampu memberikan kontribusi bagi masyarakat banyak (Kasmir, 2014).

### **2.2.2 *Stick***

*Stick* adalah suatu jenis makanan ringan yang bentuknya panjang dan terbuat dari adonan tepung yang dicampur bahan lainnya yang digoreng dan memiliki citarasa yang gurih. *Stick* pada umumnya tersedia dalam berbagai macam rasa seperti keju, balado dan lain-lain. *Stick* banyak disukai oleh semua kalangan baik itu anak kecil maupun orang dewasa. *Stick* ini sangat cocok untuk camilan.

*Stick* merupakan makanan ringan yang memiliki rasa manis, asin dan gurih yang cukup diminati oleh masyarakat, selain itu *stick* juga tersedia dalam berbagai macam bahan baku seperti : kentang, singkong, ubi jalar. Bentuk dari *stick* seperti korek api. *Stick* merupakan olahan makanan ringgan berbentuk pipih yang dipotong

memanjang sesuai ukuran lalu digoreng dan mempunyai tekstur renyah (Siswanti, 2017).

### 2.2.3 Daun Salam

Tanaman salam memiliki nama latin *Eugenia polyantha Wight* dan nama ilmiah *Syzygium polyantha Wight* (Tersono,2006). Menurut falsafah jawa tanaman salam mempunyai makna yang tersirat, filosofi yang dapat diambil dari pohon salam berarti keselamatan. Ciri-ciri biologi pohon salam yaitu pohon salam tumbuh tegak lurus >25 meter, daun salam berwarna hijau dengan ujung tajam, memiliki bunga berwarna putih dan wangi yang tumbuh di dahan yang tidak berdaun, buah pohon salam berukuran kecil dan berwarna kehitaman. Tanaman salam mudah dibudidayakan diberbagai jenis tanah (Mardiana, 2013).

Pohon salam memiliki banyak manfaat bagi masyarakat mulai dari batang, kulit batang, daun salam dan buah salam. Daun salam merupakan bagian yang paling banyak dimanfaatkan masyarakat. Daun salam dikenal masyarakat untuk penyedap masakan. Masyarakat menggunakan daun salam untuk memasak dengan memasukkan beberapa lembar daun salam segar maupun kering kedalam masakan agar masakan lebih beraroma harum. Selain sebagai penyedap masakan daun salam juga dapat digunakan sebagai terapi non farmakologi untuk berbagai penyakit berbahaya contohnya stroke, kolesterol, lambung, kencing manis dan asam urat (Agoes, 2010).

## 2.3 Analisis Usaha

Analisis usaha merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, apakah usaha yang dilakukan layak atau tidak. Pengertian layak dalam hal ini adalah kemungkinan dari gagasan usaha yang akan dilaksanakan apakah memberi manfaat baik dari finansil maupun non finansial (Kasmir, 2009).

Berikut ini merupakan beberapa analisis yang digunakan dalam menjalankan usaha, yaitu :

1. Analisis *Brek Event Poit* (BEP)

Menurut Rukmana dan Yudirachman (2015), Analisis *Break Event Point* (BEP) merupakan titik impas dari suatu usaha atau peluang modal atau titik temu antara total biaya dengan total *output* (penerimaan). Perhitungan BEP terdiri atas BEP produksi dan BEP harga jual produk.

2. Analisis *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio)

Analisis *Revenue Cost Ratio* merupakan perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan. Apabila nilai R/C Ratio lebih dari 1, maka usaha tersebut menguntungkan, jika nilai R/C Ratio sama dengan 1, maka usaha tersebut tidak untung juga tidak rugi yaitu impas dan jika R/C Ratio kurang dari 1, maka usaha akan mengalami kerugian (Rukmana dan Yudirachman, 2016).

3. Analisis *Return On Invstment* (ROI)

*Return On Investment(ROI)* merupakan rasio yang menunjukkn hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan atau suatu ukuran tentang efisiensi manajemen. Rasio ini menunjukkan hasil dari seluruh aktiva yang dikendalikannya dengan mengabaikan sumber pendanaan dan biasanya rasio ini diukur dengan persentase. (Kasmir, 2014).

## 2.4 Pemasaran

Pasar dan pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Pasar dan pemasaran merupakan tingkat keterkaitan yang tinggi dan saling mempengaruhi satu sama lainnya. Pasar tanpa pemasaran tidak ada artinya, demikian sebaliknya. Setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh kegiatan pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar. Pemasaran adalah usaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen melalui penciptaan suatu produk, baik barang ataupun jasa yang kemudian dibeli oleh mereka yang memiliki kebutuhan melalui suatu pertukaran.

Sesuai dengan definisi pemasaran, yaitu kegiatan meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen, menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen (*Product*), menentukan tingkat harga (*Price*), mempromosikan agar produk dikenal konsumen (*Promotion*), dan mendistribusikan produk ketempat (*Place*), maka tujuan pemasaran adalah bagaimana agar barang dan jasa yang dihasilkan dibutuhkan, disukai, dan dibeli oleh konsumen (Kasmir, 2009).

#### **2.4.1 Bauran Pemasaran**

Bauran pemasaran atau lebih dikenal dengan *Marketing Mix* adalah kegiatan pemasaran yang terpadu dan saling menunjang satu sama lain. Keberhasilan suatu perusahaan dibidang pemasaran didukung oleh keberhasilan dalam memilih produk, harga, saluran distribusi, dan promosi (Fuad, 2006).

a. Produk

Produk adalah barang dan jasa yang ditawarkan dipasar untuk mendapat perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.

b. Harga

Harga adalah sejumlah kompensasi yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Unsur harga menjadi salah satu penentu dalam keputusan pembelian masyarakat sehingga penentu harga merupakan salah satu keputusan penting bagi manajemen perusahaan. Harga yang ditetapkan harus dapat menutupi semua biaya yang telah dikeluarkan untuk produksi dan tambahan laba.

c. Saluran distribusi

Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk sampai ke konsumen atau berbagi aktivitas perusahaan yang mengupayakan agar produk sampai ke tangan konsumen.

d. Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang secara aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Promosi dipandang

sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi agar melakukan pertukaran dalam pemasaran. Kegiatan dalam promosi pada umumnya adalah periklanan, personal selling, promosi penjualan, pemasaran langsung.

## BAB 3. METODE PELAKSANAAN TUGAS AKHIR

### 3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Tugas Akhir

Tugas akhir ini dilaksanakan selama 5 (lima) bulan yaitu mulai tanggal 1 Februari 2020 sampai dengan tanggal 31 Juni 2020 di Desa Pancakarya Kecamatan Ajung Kabupaten Jember.

### 3.2 Alat dan Bahan

Alat dan bahan yang digunakan dalam pembuatan *stick* daun salam dapat dilihat pada Tabel 3.1, Tabel 3.2, dan Tabel 3.3.

Tabel 3.1 Alat yang Digunakan dalam Proses Produksi *Stick* Daun Salam

No	Alat	Spesifikasi	Fungsi
1	Baskom	Berbentuk lingkaran cekung dan terbuat dari plastik	Sebagai tempat adonan
2	Gilingan	Terbuat dari stainless	Untuk memipihkan dan memotong adonan
3	Nampan	Terbuat dari plastik berbentuk persegi panjang	Tempat adonan yang sudah dipotong
4	Wajan	Aluminium berbentuk lingkaran	Sebagai tempat menggoreng <i>stick</i>
5	Spatula	Terbuat dari stainless yang ada pegangannya isolator	Sebagai penggoreng <i>stick</i>
6	Tabung LPG	Berbentuk tabung berwarna hijau berkapasitas 3 kg	Untuk tempat bahan bakar kompor
7	Kompor	Terbuat dari bahan stainless dengan 2 lubang api	Untuk memanaskan saat penggorengan
8	Timbangan	Berbentuk kecil dari plastik	Untuk menimbang
9	Ulekan	Berbentuk bulat panjang dan terbuat dari batu	Untuk menumbuk bawang putih
10	Cobek	Berbentuk bulat dan terbuat dari batu	Sebagai tempat untuk menumbuk bawang putih
11	Serok	Terbuat dari aluminium yang berbentuk lingkaran serta memiliki lubang-lubang kecil dan bergagang	Untuk meniriskan <i>stick</i> yang sudah digoreng
12	Gunting	Terbuat dari <i>stainless steel</i> dan mempunyai dua gagang	Untuk memotong daun salam dan adonan
13	Pisau	Terbuat dari logam pipih yang tepinya tajam	Digunakan untuk memotong
14	Talenan	Berbentuk kotak terbuat dari kayu	Digunakan sebagai tatakan ketika memotong

Sumber: Data Primer (2020)

Tabel 3.2 Bahan yang Digunakan dalam Proses Produksi *Stick* Daun Salam

No.	Bahan	Spesifikasi	Fungsi
1	Daun salam	Berbentuk lembaran berwarna hijau	Sebagai bahan utama
2	Tepung terigu	Berbentuk bubuk dan berwarna putih	Sebagai bahan utama
3	Penyedap rasa	Bumbu instant berupa bubuk	Penyedap <i>stick</i>
4	Air	Berbentuk cairan bening	Pencampur adonan
5	Bawang putih	Berbentuk umbi berwarna putih	Sebagai bumbu untuk bahan penunjang <i>stick</i>
6	Garam	Berbentuk serbuk berwarna putih	Sebagai bahan tambahan
7	Margarin	Berbentuk padat dan berwarna kuning	Sebagai bahan tambahan
8	Minyak goreng	Bahan cair berwarna kuning bening	Sebagai bahan penggoreng <i>stick</i>

Sumber : Data Primer (2020)

Tabel 3.3 Bahan penunjang yang Digunakan dalam Proses Produksi *Stick* Daun Salam

No.	Bahan	Spesifikasi	Fungsi
1	Gas LPG	Gas yang berada didalam tabung LPG	Bahan bakar untuk menyalakan kompor
2	Kemasan	Terbuat dari plastik	Pengemas <i>stick</i>
3	Label	Berbentuk stiker	Memberi informasi tentang <i>stick</i>

Sumber : Data Primer (2020)

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam proses produksi usaha stick daun salam yaitu :

#### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara atau dengan melakukan proses produksi hingga pemasaran dan melakukan pencatatan sehubungan dengan biaya dan pendapatan yang diperoleh dalam kegiatan produksi.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dengan cara mencari informasi dari literatur buku, *browsing* internet dan jurnal yang berhubungan dengan tugas akhir ini.

### 3.4 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar keuntungan yang diperoleh dalam usaha *stick* daun salam yaitu dengan cara sebagai berikut :

#### 3.4.1 Analisis *Break Event Point* (BEP)

Menurut Rukmana dan Yudirachman (2015), Analisis *Break Event Point* (BEP) merupakan titik impas dari suatu usaha atau peluang modal atau titik temu antara total biaya dengan total *output* (penerimaan). Perhitungan BEP terdiri atas BEP produksi dan BEP harga jual produk.

Rumus yang digunakan untuk mencari nilai BEP yaitu sebagai berikut :

##### a. *Break Event Point* (BEP) Produksi

$$\text{BEP (produksi)} = \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Harga Jual}} \dots\dots\dots 3.1$$

Analisis ini digunakan untuk mengetahui berapa jumlah barang yang harus diproduksi untuk memperoleh titik impas.

b. *Break Event Point* (BEP) Harga

$$\text{BEP (harga)} = \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Total Produksi}} \dots\dots\dots 3.2$$

Analisis ini digunakan untuk mengetahui berapa harga yang harus ditentukan untuk memperoleh titik impas.

3.4.2 *Analisis Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio)

*Analisis Revenue Cost Ratio* merupakan perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan. Analisis ini digunakan untuk mengetahui imbalan pendapatan dengan biaya yang dilakukan (Rukmana dan Yudirachman, 2016).

Rumus yang digunakan untuk mencari R/C Ratio yaitu sebagai berikut :

$$\text{R/C Ratio} = \frac{\text{Total Penerimaan}}{\text{Total Biaya Produksi}} \dots\dots\dots 3.3$$

Kriteria analisis usaha R/C Ratio yaitu :

1. R/C Ratio > 1, maka usahanya layak dan menguntungkan
2. R/C Ratio < 1, maka usahanya tidak menguntungkan
3. R/C Ratio = 1, maka usahanya berada pada titik impas (BEP)

3.4.3 *Analisis Return On Investment* (ROI).

*Analisis ROI* merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan, dan ROI juga merupakan suatu ukuran tentang efektifitas manajemen dalam mengelolah investasi yang dimiliki. Rasio ini digunakan untuk mengukur efektifitas dari keseluruhan operasi suatu perusahaan (Kasmir, 2014).

Rumus yang digunakan untuk mencari ROI yaitu sebagai berikut :

$$\text{ROI} = \frac{\text{Net Profit After Tax}}{\text{Total Assets}} \times 100\% \dots\dots\dots 3.4$$

Kriteria analisis usaha ROI yaitu :

1. Jika  $ROI > 0$ , maka usahanya menguntungkan
2. Jika  $ROI < 0$ , maka usahanya tidak menguntungkan

### 3.5 Proses Produksi

Proses produksi merupakan kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan faktor-faktor penunjang seperti tenaga kerja, alat, bahan baku, dan dana agar lebih bermanfaat bagi kebutuhan manusia. Proses produksi usaha *Stick* Daun Salam yaitu sebagai berikut:

1. Persiapan alat dan bahan

Menyiapkan alat dan bahan yang dibutuhkan dalam proses produksi *stick* daun salam. Bahan yang dibutuhkan diantaranya : daun salam, tepung terigu, penyedap rasa, air, bawang putih, garam, margarin, dan minyak. Alat yang dibutuhkan diantaranya : baskom, gilingan, nampan, wajan, spatula, tabung LPG, kompor gas, timbangan, ulekan, cobek, serok, gunting, pisau dan talenan.

2. Pencucian dan Pemotongan Daun Salam

Daun salam yang telah disiapkan kemudian dicuci bersih menggunakan air mengalir. Setelah itu potong-potong daun salam sekecil mungkin dengan menggunakan pisau.

3. Pencampuran semua bahan

Tahap selanjutnya yaitu campurkan semua bahan kedalam baskom lalu tambahkan air sedikit demi sedikit. Aduk semua bahan sampai tercampur merata dan tidak lengket ditangan. Adonan tidak boleh terlalu lembek ataupun terlalu kaku.

4. Proses Penggilingan

Adonan yang sudah tercampur kemudian di bentuk tipis dengan menggunakan alat penggilingan, penggunaan alat ini bertujuan agar ketebalan dari adonan tersebut merata. Penipisan adonan juga dilakukan sebanyak dua

kali supaya hasilnya lebih bagus. Kemudian adonan yang sudah tipis dipotong hingga berbentuk *stick*.

5. Penggorengan

Adonan yang sudah terbentuk kemudian dilakukan proses penggorengan. Penggorengan dilakukan pada minyak panas dengan api sedang sampai *stick* daun salam matang atau berwarna kekuningan. *Stick* yang sudah matang kemudian ditiriskan menggunakan serok supaya minyak yang ada pada *stick* berkurang.

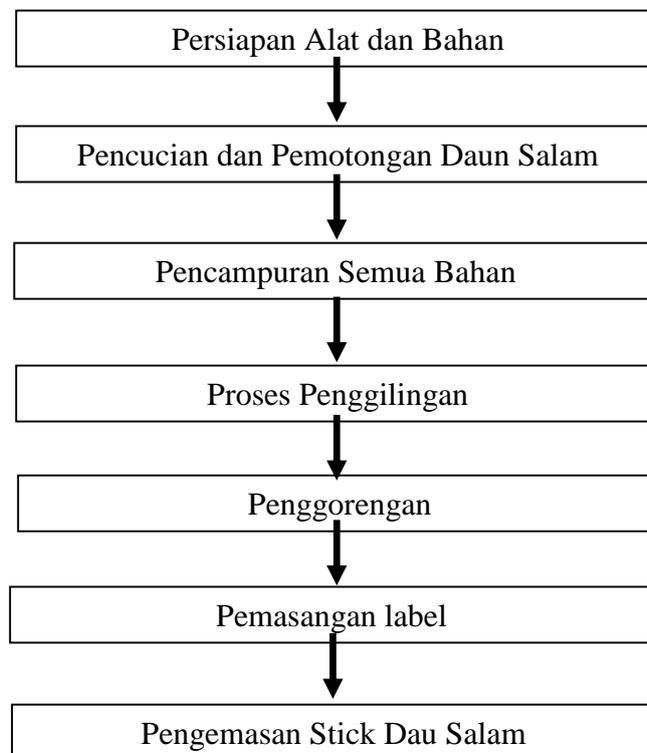
6. Pemasangan Label

Proses selanjutnya yaitu pemasangan label pada plastik kemasan. Hal ini bertujuan untuk mempermudah pemasangan label supaya lebih rapi.

7. Pengemasan *Stick* Daun Salam

*Stick* yang sudah jadi kemudian dikemas dengan plastik *standing pouch* dan ditimbang sesuai dengan netto yang tertera pada label.

Bagan alur pembuatan *Stick* Daun Salam yang disajikan dalam gambar 3.1.



Gambar 3.1 Bagan Alur Proses Produksi

### 3.6 Pemasaran

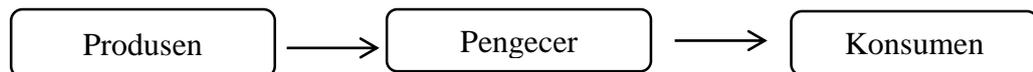
Pemasaran adalah upaya untuk menciptakan dan menjual produk kepada berbagai pihak dengan maksud tertentu. Pemasaran berusaha menciptakan dan mempertukarkan produk baik barang maupun jasa kepada konsumen di pasar. Penciptaan produk tersebut didasarkan pada kebutuhan dan keinginan pasar (Kasmir,2014).

Sistem pemasaran usaha *stick* daun salam menggunakan dua metode saluran distribusi pemasaran secara langsung dan tidak langsung.

a. Saluran Distribusi Secara Langsung



b. Saluran Distribusi secara tidak langsung



Usaha *stick* daun salam menggunakan dua saluran distribusi pemasaran yaitu secara langsung dan tidak langsung. Secara langsung produk didistribusikan ke konsumen tanpa melalui perantara, sedangkan untuk saluran distribusi secara tidak langsung produk melalui perantara pengecer baru ke konsumen dan secara tidak langsung produk *stick* daun salam dititipkan ke toko-toko.

## BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil

#### 4.1.1 Gambaran Produk

*Stick* merupakan makanan ringan atau camilan yang terbuat dari tepung terigu dan biasanya diberi tambahan daun seladri agar menambah cita rasa dan aroma pada *stick*. Produk *stick* daun salam merupakan inovasi baru dimana bahan utama seladri diganti dengan daun salam pada produk tersebut. *Stick* ini memiliki rasa yang gurih dan renyah.

Produk *stick* daun salam di produksi di Desa Pancakarya Kecamatan Ajung Kabupaten Jember dengan digunakan 5 kg tepung terigu dan 200 gram daun salam setiap satu kali proses produksi. Dari produksi tersebut dapat menghasilkan 60 bungkus *stick* daun salam dengan berat 100 gram per bungkus. Produk *stick* daun salam dikemas dengan menggunakan plastik *standing pouch* dengan ukuran 14 x 22 cm dan dijual dengan harga Rp. 6.000 per bungkus. Produk *stick* daun salam mampu bertahan selama 1 bulan jika tertutup rapat dan berada di suhu ruang.



Gambar 4.1 Produk *Stick* Daun Salam

Sumber : Data Primer (2020)

#### 4.1.2 Analisis Usaha *Stick* Daun Salam

Perhitungan keuntungan dan analisis usaha *stick* daun salam di Desa Pancakarya Kecamatan Ajung Kabupaten Jember dalam satu kali proses produksi disajikan pada Tabel 4.1 dan Tabel 4.2.

Tabel 4.1 Perhitungan Pendapatan dan Biaya pada Usaha *Stick* Daun Salam

No.	Keterangan	Biaya	Jumlah
1	Penerimaan 60 bungkus x Rp. 6.000,00		Rp. 360.000,00
2	Total Biaya Variabel	Rp. 199.550,00	
3	Total Biaya Tetap	<u>Rp. 2.074,32</u>	
4	Total Biaya Produksi		<u>Rp. 201.624,32</u>
5	Laba Bersih		<u>Rp. 158.375,68</u>

Sumber : Lampiran 1-3

Berdasarkan perhitungan pada Tabel 4.1 pendapatan yang diperoleh dalam satu kali produksi *stick* daun salam sebesar Rp. 360.000,00 dengan total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 201.624,32. Sehingga laba yang diperoleh sebesar Rp. 158.375,68 dari penjualan sebanyak 60 bungkus *stick* daun salam.

Tabel 4.2 Perhitungan BEP, R/C Ratio dan ROI pada Usaha *Stick* Daun Salam

No.	Kriteria Perhitungan	Hasil Perhitungan
1	BEP (unit) BEP (harga)	34 bungkus Rp. 3.360,00
2	R/C Ratio	1,8
3	ROI	28 %

Sumber : Lampiran 4

#### 4.1.3 Hasil Pemasaran Produk *Stick* Daun Salam

Proses pemasaran yang dilakukan menggunakan dua metode pemasaran, yaitu pemasaran secara langsung dari produsen ke konsumen dan pemasaran tidak langsung dari produsen ke pengecer kemudian ke konsumen. Target pemasaran produk yaitu semua kalangan. Daftar hasil penjualan dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3 Hasil Penjualan *Stick* Daun Salam

No	Tanggal Produksi	Pemasaran		Tempat
		Langsung	Tidak Langsung	
1	9 Februari 2020	40	20	Jember
2	16 Februari 2020	45	15	Jember
3	23 Februari 2020	40	20	Jember
4	1 Maret 2020	35	25	Jember
5	8 Maret 2020	50	10	Jember

Sumber : Data Primer (2020)

## 4.2 Pembahasan

### 4.2.1 Proses Produksi

#### 1. Persiapan alat dan bahan

Menyiapkan alat dan bahan yang dibutuhkan dalam proses produksi *stick* daun salam. Alat yang dibutuhkan diantaranya : baskom, gilingan, nampan, wajan, spatula, tabung LPG, kompor gas, timbangan, ulekan, cobek, serok, gunting, pisau dan talenan. Bahan yang dibutuhkan diantaranya : daun salam, tepung terigu, penyedap rasa, air, bawang putih, garam, margarin, dan minyak.



Gambar 4.2 Alat dan Bahan

Sumber : Data Primer (2020)

## 2. Pencucian dan Pematongan Daun Salam

Daun salam yang telah disiapkan kemudian dicuci bersih menggunakan air mengalir. Setelah itu potong-potong daun salam sekecil mungkin dengan menggunakan pisau.



Gambar 4.3 Pencucian Daun Salam

Sumber : Data Primer (2020)



Gambar 4.4 Pematongan Daun Salam

Sumber : Data Primer (2020)

## 3. Pencampuran semua bahan

Tahap selanjutnya yaitu campurkan semua bahan kedalam baskom lalu tambahkan air sedikit demi sedikit. Aduk semua bahan sampai tercampur merata dan tidak lengket ditangan. Adonan tidak boleh terlalu lembek ataupun terlalu kaku.



Gambar 4.5 Pencampuran Bahan

Sumber : Data Primer (2020)

#### 4. Proses Penggilingan

Adonan yang sudah tercampur kemudian di bentuk tipis dengan menggunakan alat penggilingan, penggunaan alat ini bertujuan agar ketebalan dari adonan tersebut merata. Penipisan adonan juga dilakukan sebanyak dua kali supaya hasilnya lebih bagus. Kemudian adonan yang sudah tipis dipotong hingga berbentuk *stick*.



Gambar 4.6 Penggilingan Adonan

Sumber : Data Primer (2020)

#### 5. Penggorengan

Adonan yang sudah terbentuk kemudian dilakukan proses penggorengan. Penggorengan dilakukan pada minyak panas dengan api sedang sampai *stick* daun salam matang atau berwarna kekuningan. *Stick* yang sudah matang

kemudian ditiriskan menggunakan serok supaya minyak yang ada pada *stick* berkurang.



Gambar 4.7 Penggorengan

Sumber : Data Primer (2020)

#### 6. Pemasangan Label

Proses selanjutnya yaitu pemasangan label pada plastik kemasan. Hal ini bertujuan untuk mempermudah pemasangan label supaya lebih rapi.



Gambar 4.8 Pemasangan Label

Sumber : Data Primer (2020)

#### 7. Pengemasan *Stick* Daun Salam

*Stick* yang sudah jadi kemudian dikemas dengan plastik *standing pouch* dan ditimbang sesuai dengan netto yang tertera pada label.



Gambar 4.9 Pengemasan *Stick*

Sumber : Data Primer (2020)

#### 4.2.2 Analisis Usaha

##### a. *Break Event Point* (BEP)

Berdasarkan hasil perhitungan BEP (unit) yang telah dilakukan diperoleh nilai sebanyak 34 bungkus, sedangkan dalam satu kali produksi dapat menghasilkan sebanyak 60 bungkus. Maka dapat disimpulkan bahwa usaha *stick* daun salam menguntungkan dan layak untuk dilanjutkan.

Berdasarkan hasil perhitungan BEP (harga) yang telah dilakukan diperoleh nilai sebesar Rp. 3.360, sedangkan harga jual yang ditetapkan sebesar Rp. 6000. Maka dapat disimpulkan bahwa usaha *stick* daun salam menguntungkan dan layak untuk dilanjutkan.

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

Berdasarkan dari hasil perhitungan R/C Ratio yang telah dilakukan didapatkan nilai R/C Ratio  $> 1$  yaitu sebesar 1,8. Artinya setiap Rp. 100.000 biaya yang dikeluarkan menghasilkan penerimaan total sebesar Rp. 180.000 atau laba Rp. 80.000. Pada tingkat penerimaan penjualan sebesar Rp. 360.000, usaha *stick* daun salam mampu menutupi biaya produksi sebesar Rp. 201.624,32. Hal ini menunjukkan bahwa usaha *stick* daun salam mampu menghasilkan penerimaan penjualan lebih besar dibandingkan dengan biaya

produksi, maka usaha *stick* daun salam menguntungkan dan layak untuk dilanjutkan.

c. *Return On Investment* (ROI)

Berdasarkan dari perhitungan ROI yang telah dilakukan, didapatkan nilai sebesar 28%. Berdasarkan kriteria penilaian  $ROI > 0\%$  usaha dapat dikatakan menguntungkan. Dari hasil perhitungan diketahui bahwa nilai ROI sebesar 28% lebih besar dari 0% dapat dikatakan bahwa usaha menguntungkan. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap satu kali produksi mampu mengembalikan investasi sebesar 28%. Investasi dapat dikembalikan apabila telah melakukan 4 kali proses produksi.

#### 4.2.3 Bauran Pemasaran

Strategi pemasaran yang digunakan pada usaha *stick* daun salam yaitu bauran pemasaran yang terdiri dari 4P, yaitu :

a. Strategi Produk (*Product*)

Produk *stick* daun salam merupakan sebuah makanan ringan yang berbahan dasar tepung terigu dengan penambahan daun salam sebagai penambah aroma. *Stick* daun salam dikemas dengan menggunakan plastik *standing pouch* yang kemudian diberi label untuk memberi informasi mengenai *stick* daun salam. *Stick* daun salam ini dapat bertahan kurang lebih satu bulan setelah tanggal produksi dengan ketentuan tertutup rapat dan berada pada suhu ruang.

b. Strategi Harga (*Price*)

Harga yang ditetapkan untuk produk *stick* daun salam ini yaitu Rp. 6.000. penetapan harga tersebut berdasarkan analisa pasar produk sejenis. Harga tersebut berlaku untuk pemasaran secara langsung maupun tidak langsung. Perbandingan harga produk sejenis dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3 Perbandingan Harga Produk Sejenis

No.	Nama dan Gambar Produk Sejenis	Berat	Harga
	<i>Stick keju</i>		
1		250 gram	Rp. 12.500
	<i>Stick Dower Jember</i>		
2		100 gram	Rp. 7.000
	<i>Stick Alpok</i>		
3		100 gram	Rp. 6.000

Sumber : Data Primer (2020)

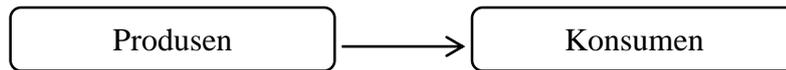
c. Strategi Distribusi (*Place*)

Strategi distribusi produk *stick* daun salam menggunakan dua saluran pemasaran yaitu pemasaran langsung dan pemasaran tidak langsung. Pemasaran langsung dilakukan dengan cara produsen menjual produk *stick* daun salam secara langsung kepada konsumen. Sedangkan pemasaran tidak

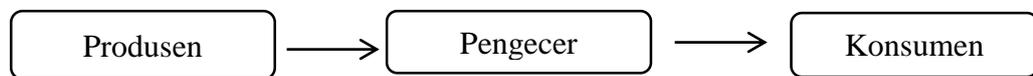
langsung dilakukan dengan cara menitipkan produk *stick* daun salam ke toko-toko terdekat (pengecer) hingga produk ini sampai kepada konsumen.

Berikut bagan saluran distribusi usaha *stick* daun salam :

1. Saluran Distribusi Secara Langsung



2. Saluran Distribusi secara tidak langsung



d. Strategi Promosi (*Promotion*)

Promosi *stick* daun salam dilakukan dengan cara langsung kepada konsumen. Supaya produk ini lebih dikenal oleh masyarakat luas dan lebih efisien, maka promosi juga dilakukan dengan menggunakan media social seperti *whatsapp* dan *Instagram*.

## **BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan usaha *stick* daun salam di Desa Pancakarya Kecamatan Ajung Kabupaten Jember dapat disimpulkan bahwa :

1. Proses produksi *stick* daun salam relative mudah dan bahan utama pembuatan *stick* daun salam mudah ditemukan di Desa Pancakarya Kecamatan Ajung Kabupaten Jember.
2. Berdasarkan perhitungan analisis *Break Event Point* (BEP), *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio) dan *Return On Investment* (ROI), usaha ini menguntungkan dan dapat dilanjutkan.
3. Pemasaran *stick* daun salam dilakukan secara langsung dari produsen ke konsumen dan pemasaran tidak langsung dilakukan dengan menitipkan produk ke toko-toko. Promosi juga dilakukan dengan menggunakan media social seperti *whatsapp* dan *instagram*.

### **5.2 Saran**

1. Lebih meningkatkan jumlah produksi sehingga keuntungan yang didapatkan juga lebih banyak.
2. Meningkatkan promosi agar produk *stick* daun salam lebih dikenal oleh masyarakat.
3. Membuat inovasi baru dengan menambah varian rasa terhadap *stick* daun salam.
4. Menambah saluran pemasaran sehingga dapat memperluas dan mempermudah pemasaran *stick* daun salam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agoes, A. 2006. *Tanaman Obat & Jus Untuk Asam Urat & Reumatik*. Jakarta: Agro Media Pustaka.
- Fuad, Christine. 2006. *Pengantar Bisnis*. <http://books.google.co.id> [23 Januari 2020].
- Harismah dan Chusniatun. 2016. *Pemanfaatan Daun Salam Sebagai Obat Herbal dan Rempah Penyedap Makanan*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hermanto, N. 2007. *Jus Herbal Segar dan Menyehatkan*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo
- Kasmir. 2009. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2014. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Lela. 2017. *Analisis Usaha Stick Labu Kuning Wijen Aroma Pandan Di Desa Sumbersari Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember*. Tugas Akhir. Jember: Politeknik Negeri Jember.
- Mardiana, L. 2013. *Daun Ajaib Tumpas Penyakit*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Rizal. 2019. *Analisis Usaha Stick Pisang Keju Di Desa Kalisemut Kecamatan Padang Kabupaten Lumajang*. Tugas Akhir. Jember: Politeknik Negeri Jember.
- Rukmana dan Yudirachman. 2016. *Untung Selangit dari Agribisnis Cengkeh*. Yogyakarta : Lily Publisher.
- Siswanti, Agnesia PY, Anandito RBK. 2017. *Pemanfaatan Daging Dan Tulang Ikan Kembung (Rastrelliger Kanagurta) Dalam Pembuatan Camilan Stick*. Jurnal Teknologi Hasil Pertanian. 10(1): 41-49.
- Tersono, A.L. 2006. *Tanaman Obat Dan Jus Untuk Asam Urat Dan Rematik*. Cetakan Pertama. Jakarta : Agromedia Pustaka. Halaman 92.
- Utami. 2016. *Analisis Usaha Stick Labu Kuning Di Desa Andongsari Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember*. Tugas Akhir. Jember: Politeknik Negeri Jember.

