



NYENDOK

# PROPOSAL BISNIS



## Disusun Oleh:

Sisca Nabilla Felani 632301040010

Yesaya Pieter Joel P. 215040100111066

Fani Fatimah Praktika 215040100111093

Dafa Nerriza Febrian 215040100111141

Fima Arin Mahanani 215040101111102

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>iv</b>
<b>EXECUTIVE SUMMARY.....</b>	<b>v</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Gambaran Usaha .....	2
1.3 Visi dan Misi .....	3
1.4 Keunggulan .....	3
1.5 Tujuan.....	4
<b>BAB II DESKRIPSI PRODUK .....</b>	<b>5</b>
2.1 Gambaran Umum Produk.....	5
2.2 Proses Pembuatan.....	6
2.3 Keunggulan Komparatif.....	7
<b>BAB III BUSINESS MODEL CANVAS.....</b>	<b>10</b>
3.1 Layout BMC.....	10
3.2 Deskripsi BMC.....	111
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>16</b>
4.1 Kesimpulan.....	16
4.2 Saran .....	16
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>18</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. Logo Produk.....</b>	<b>3</b>
<b>Gambar 2. Mapping Produksi .....</b>	<b>6</b>
<b>Gambar 3. Business Model Canvas Nyendok.....</b>	<b>100</b>

**DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 1. Analisis SWOT .....</b>	<b>8</b>
<b>Tabel 2. Biaya Produksi Per 1 Bulan .....</b>	<b>13</b>
<b>Tabel 3. Prediksi Laba-Rugi .....</b>	<b>14</b>

## Executive Summary

Nyendok merupakan inovasi usaha berupa sendok ramah lingkungan yang berbentuk craft. Lokasi Nyendok yaitu di Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya. Nyendok berdiri sejak 22 September 2023 yang didirikan oleh mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya. Nyendok menawarkan produk yang ramah lingkungan, mudah diuraikan, serta dapat dikonsumsi karena mengandung berbagai nutrisi yang baik untuk tubuh. Target pasar produk Nyendok yaitu konsumen yang peduli terhadap kelestarian lingkungan, serta pengusaha makanan sehat dan yang mengembangkan *eco-friendly*. Hal tersebut sesuai dengan tujuan penciptaan inovasi produk Nyendok sebagai alternatif sendok ramah lingkungan sekali pakai.

Strategi pemasaran produk Nyendok dengan menekankan pada kegiatan promosi yang dilakukan melalui media sosial dan penjualan produk di beberapa *e-commerce*. Hal tersebut meninjau bahwa masyarakat saat ini lebih banyak meluangkan waktunya melalui layar gadget melalui internet. Promosi yang dilakukan secara daring akan membantu proses pemasaran yang baik untuk lebih menjangkau khalayak luas. Produk ini memiliki keunggulan komparatif dari sisi harga serta efisiensi produksinya. Berdasarkan hal itu, diharapkan Nyendok diharapkan dapat bermitra dengan perusahaan besar untuk menciptakan perubahan penggunaan sendok plastik menjadi penggunaan Nyendok.

Tahun pertama, perusahaan akan lebih berfokus terhadap riset produksi, optimalisasi formulasi produk serta pembuatan produk pada skala laboratorium. Tahun kedua, perusahaan akan berfokus pada hak paten dan segala kepengurusan terkait merek dagang. Tahun ketiga, perusahaan akan melakukan pemasaran menyeluruh di Jawa serta meningkatkan melalui HACCP dan SNI. Tahun keempat, perusahaan akan memperluas pasar serta pemasaran skala provinsi. Tahun kelima, perusahaan akan melakukan bermitra perusahaan makanan, produksi skala industri, komersialisasi secara besar, dan memulai penetrasi pasar di seluruh Indonesia. Nyendok memiliki harga Rp2.000,00 per sendok. Tidak hanya mengandalkan pada penjualan produk, Nyendok memperoleh pendapatan lain melalui biaya *special packaging* dan pelanggan (*subscription*) yang berlangganan akan menerima produk Nyendok secara teratur.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi, jual beli produk dapat mudah dilakukan secara daring. Penjualan produk secara daring semakin marak dilakukan mengingat masyarakat modern memiliki gaya hidup yang konsumtif dan serba praktis. Salah satu produk yang sering dijumpai dalam jual beli online yaitu produk makanan dan minuman. Makanan dan minuman dapat diperoleh dengan mudah dengan berbagai *e-commerce* yang menarik. Tren baru tersebut tentunya berdampak terhadap peningkatan pemakaian jumlah peralatan makan plastik sekali pakai seperti sendok (Antasari, 2020). Hal ini akan mengakibatkan peningkatan jumlah pemakaian peralatan makan plastik yang akan berdampak terhadap peningkatan volume sampah plastik. Menurut data Badan Pusat Statistik (2021), Indonesia memproduksi sampah plastik mencapai 66 juta ton pertahun. Sementara itu, Studi Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) pada tahun 2018 menyebutkan bahwa sekitar 0,26 juta-0,59 juta ton plastik disumbangkan Indonesia menuju laut.

Beberapa solusi anti sampah plastik mulai diimplementasikan di Indonesia guna mengurangi penumpukan sampah plastik. Dampak buruk yang diakibatkan oleh sampah plastik menjadikan kesadaran masyarakat semakin meningkat. Hal tersebut ditunjukkan dengan munculnya sebuah kampanye #21HariLindungiAlam pada 22 April - 12 Mei 2021 bertepatan dengan peringatan Hari Bumi sebagai upaya mengurangi penggunaan plastik serta produk turunannya selama 21 hari. Selain itu, terdapat berbagai terobosan sendok ramah lingkungan yang digunakan sebagai solusi sendok yang tidak menyebabkan kerusakan lingkungan dan penumpukan sampah plastik. Alternatif yang diterapkan sebagai pengganti sendok plastik untuk sendok ramah lingkungan yaitu sendok kayu. Namun, sendok kayu memiliki kekurangan dalam pembersihan noda karena terkadang noda menempel pada pori-pori kayu (Sutoko *et al.*, 2019). Hal tersebut tentunya akan mengakibatkan kuman yang bahaya untuk tubuh.

Oleh karena itu, perlu adanya pembaruan dan inovasi baru sendok yang ramah lingkungan, praktis, memiliki kandungan nutrisi, dan aman untuk digunakan oleh semua kalangan. Salah satu inovasi yang dapat dikembangkan adalah *edible spoon*. Pembuatan *edible spoon* dapat dengan memanfaatkan sumber daya dan komoditas lokal menjadi bahan alami untuk membuatnya. Kandungan nutrisi yang terdapat dalam komoditas alam menjadi pendukung pemenuhan gizi bagi konsumennya. Hal ini juga dapat menjadi upaya untuk menekan loss pascapanen yang sering terjadi akibat kurangnya pemanfaatan komoditas pertanian lokal di pasaran (Rohmah *et al.*, 2019).

Berdasarkan permasalahan sendok plastik dan potensi komoditas pangan lokal yang telah dipaparkan di atas, maka tercetuslah sebuah inovasi bernama Nyendok sebagai solusi dan wujud implementasi dari permasalahan sebelumnya. Nyendok merupakan inovasi sendok ramah lingkungan yang terbuat dari bahan-bahan yang aman bahkan dapat dikonsumsi (*edible*) tanpa menggunakan tambahan bahan kimia. Nyendok terbuat dari tepung gandum, tepung beras, dan tepung maizena yang kemudian ditambahkan bahan lain untuk menambah cita rasa produk ini. Komoditas pangan lokal yang digunakan sebagai bahan baku pembuatan sendok yaitu produk olahan yang berupa tepung gandum, tepung beras, dan tepung maizena. Tepung gandum kaya akan zat besi membantu pembentukan sel darah merah dan mengobati atau mencegah anemia (Indiah, 2022). Tepung beras memiliki kandungan pati yang cukup tinggi, yaitu 67,68% sehingga baik untuk tubuh (Sabilla dan Murtini, 2020). Tepung maizena juga kaya akan pati dan protein bagi tubuh (Wellyalina *et al.*, 2013). Maka dari itu, kandungan nutrisi pada Nyendok akan menjadikan keunggulan pada produk ini.

## 1.2 Gambaran Usaha

Nyendok adalah sebuah usaha yang memproduksi dan menjual *edible spoon*, yaitu sendok makan yang dapat dimakan, terbuat dari bahan-bahan berkualitas tinggi, seperti tepung terigu, tepung maizena, tepung beras, garam, gula, mentega, dan *vanilla essence*. Walaupun terbuat dari bahan – bahan yang beragam, apabila sendok digunakan untuk mengkonsumsi suatu makanan, sendok tidak mempengaruhi rasa dari makanan tersebut. Nyendok mengeluarkan 2 jenis sendok yaitu sendok es krim yang dimana memiliki ukuran lebih kecil dan sendok bebek



yang ukurannya lebih besar. Nyendok tidak hanya berfokus pada keuntungan atau profit tetapi juga berfokus pada kepedulian akan lingkungan. Produk ini muncul sebagai inovasi berkelanjutan untuk mengatasi masalah limbah plastik sekali pakai yang semakin meningkat. Walaupun produk ini tidak dikonsumsi setelah digunakan, produk akan tetap ramah lingkungan karena sifat bahan dasar pembuatan sendok yang mudah terurai.

### 1.3 Visi dan Misi



**Gambar 1. Logo Produk**

#### 1.3.1 Visi

Menjadi solusi yang inovatif untuk peralatan makan sekali pakai, yang membantu mengurangi limbah plastik, mendukung keberlanjutan lingkungan, dan memberikan pengalaman makan yang nyaman serta unik bagi konsumen.

#### 1.3.2 Misi

Adapun misi dari usaha Nyendok adalah sebagai berikut:

- Mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dengan menggantikan peralatan makan plastik sekali pakai.
- Menciptakan sendok yang ramah lingkungan, fungsional, dan nyaman digunakan.
- Memberikan inovasi yang akan inovatif dalam hal bahan, rasa, desain, dan berbagai variasi serta keunikan penyajian makanan.
- Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang dampak plastik sekali pakai dan keberlanjutan.

## 1.4 Keunggulan

Nyendok memiliki keunggulan yang membedakan dari produk alat makan lainnya yaitu:

a. Ramah Lingkungan

Produk dari Nyendok sangat ramah lingkungan karena sebagai alternatif yang berkelanjutan terhadap penggunaan sendok plastik sekali pakai. Sendok plastik merupakan salah satu kontributor utama dalam pencemaran lingkungan, terutama di tempat – tempat pembuangan sampah dan di lautan. Produk *edible spoon* oleh nyendok terbuat dari bahan bahan alami yang dapat dimakan. Hal tersebut memungkinkan pelanggan untuk menikmati makanan mereka tanpa meninggalkan jejak limbah plastik yang merusak lingkungan. *Edible spoon* akan terurai secara alami di lingkungan dan dapat mengurangi dampak negatif yang diakibatkan oleh plastik.

b. Degradable

Salah satu keunggulan utama Nyendok merupakan kemampuan produk yang bisa mengalami degradasi alami. Setelah digunakan, *edible spoon* akan terurai dengan cepat sehingga bisa mengurangi masalah pembuangan sampah yang sulit dan lama. Hal tersebut sangat berbeda dengan sendok plastik sekali pakai yang membutuhkan puluhan hingga ratusan tahun untuk terurai. *Edible spoon* oleh Nyendok memberikan solusi yang berkelanjutan untuk mengatasi masalah limbah plastik di berbagai sektor makanan.

## 1.5 Tujuan

Nyendok memiliki beberapa tujuan dalam menjalani usahanya yaitu:

1. Mengurangi limbah plastik dengan menyediakan alternatif yang lebih berkelanjutan
2. Meningkatkan kesadaran Masyarakat mengenai isu – isu lingkungan dan pentingnya keberlanjutan
3. Memberikan pengalaman unik kepada pelanggan dengan terus berinovasi dalam varian rasa, bentuk, serta desain

## BAB II

### DESKRIPSI PRODUK

#### 2.1 Gambaran Umum Produk

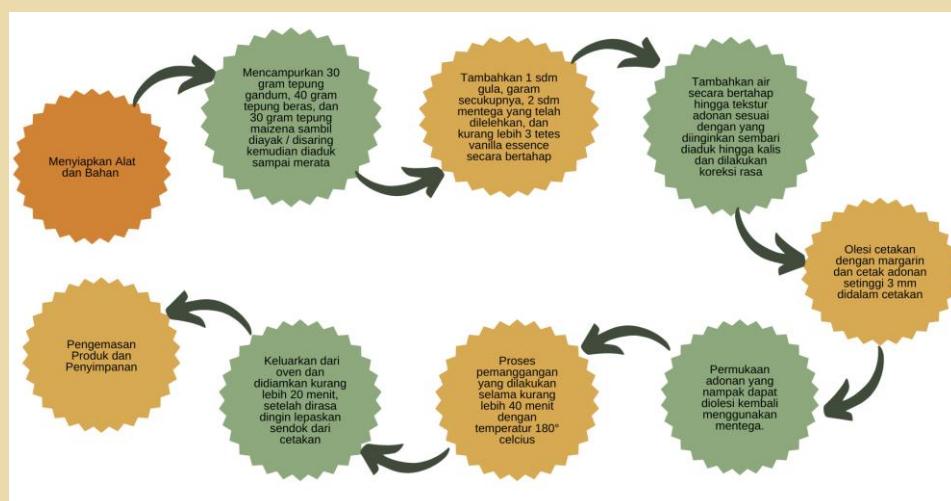
Nyendok merupakan bentuk inovasi sendok sebagai alat makan yang berbasis ramah lingkungan dan mampu memberikan nilai ekonomi guna mendorong ekonomi berkelanjutan. Nyendok yang merupakan produk sendok ramah lingkungan sejatinya menjadi sebuah alternatif yang dibuat dengan tujuan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan alam. Besarnya jumlah sampah plastik yang ada saat ini melatar belakangi inovasi produk ini sehingga produk diharapkan menjadi solusi penumpukan sampah plastik. Nyendok ini didesain dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip keberlanjutan dan pengurangan limbah plastik. Nyendok sendiri dibuat dengan bahan-bahan yang aman bahkan dapat dikonsumsi (*edible*) tanpa menggunakan tambahan bahan kimia. Nyendok terbuat dari tepung gandum, tepung beras, dan tepung maizena yang kemudian ditambahkan bahan lain untuk menambah cita rasa produk ini. Penggunaan bahan bahan organik pada pembuatan nyendok memberikan keunggulan pada produk ini, dimana produk ini akan lebih bersifat *biodegradable* dan juga pastinya dapat dikonsumsi secara aman.

Produk Nyendok dapat terurai secara alami dan cepat setelah digunakan, sehingga tidak menyebabkan penumpukan sampah yang merusak lingkungan. Nyendok juga bebas dari bahan kimia berbahaya yang dapat mencemari lingkungan dan kesehatan manusia. Konsumen dari produk Nyendok ini sendiri adalah dari kalangan masyarakat khususnya mahasiswa yang peduli terhadap lingkungan sekitar dan tertarik pada produk ramah lingkungan. Sendok ramah lingkungan ini juga menetapkan harga yang kompetitif dengan produk serupa tanpa mengorbankan aspek kualitas dari produk ini sendiri. Nyendok sendiri memiliki varian rasa yang menarik dan lezat untuk dimakan. Nyendok dapat digunakan pada makanan yang memiliki tekstur lembut dan juga makanan penutup yang manis. Selain itu, Nyendok juga dapat digunakan pada makanan yang berair atau berkuah sekalipun. Sebagai *edible spoon* dapat digunakan untuk makan makanan cepat saji seperti yogurt, es krim, atau sup. Nyendok dapat digunakan untuk makanan penutup, seperti puding, kue, dan pastry dengan memberikan sentuhan unik dan menarik.

pada penyajian hidangan penutup tersebut. Namun, produk ini sendiri tidak dapat dipakai terlalu lama jika terlalu lama direndam dalam makanan berkuah. Selain itu, karena terbuat dari bahan yang berbasis bahan makanan menyebabkan sendok ini sendiri tidak terlalu kuat untuk digunakan pada makanan yang cenderung bertekstur keras.

Produk ini akan memberikan pengalaman makan yang nyaman dan setelah digunakan, konsumen bisa langsung memakannya ataupun dapat terurai pada tanah, sehingga tidak ada limbah yang tersisa. Nyendok ideal untuk digunakan saat bepergian, seperti saat piknik, perjalanan, atau berlibur dimana produk ini tidak perlu dicuci dan tidak meninggalkan jejak sampah. Pembuatan sendok dengan bahan organik yang mudah terurai bahkan dapat dikonsumsi dapat menjadi cara pengurangan limbah dari penggunaan sendok plastik sekali pakai yang tidak ramah lingkungan. Pemasaran dari produk ini sendiri melalui media sosial Nyendok yang tersedia seperti melalui platform Instagram. Kemudian, juga memiliki tawaran bekerjasama dengan usaha *F&B* yang tertarik terhadap penggunaan alat makan ramah lingkungan yang unik. Dapat juga bekerjasama dengan instansi penggiat pecinta lingkungan dan produk ramah lingkungan. Menggunakan Nyendok adalah cara sederhana untuk mendukung keberlanjutan dan gaya hidup ramah lingkungan. Hal ini akan mendukung pengurangan penggunaan plastik sekali pakai dan menciptakan kesadaran tentang dampak lingkungan.

## 2.2 Proses Pembuatan



**Gambar 2. Mapping Produksi**

Pembuatan Nyendok sendiri meliputi beberapa tahapan proses dari mulai penyiapan alat dan bahan baku hingga pendistribusian. tahapan awal dimulai dengan pemilihan dan persiapan alat dan bahan baku yang dibutuhkan. Bahan baku yang digunakan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas dan alat yang dipakai dapat bekerja dengan baik. Bahan - bahan ditakar sesuai dengan kebutuhan pembuatan satu kali adonan. Kemudian masuk ke tahap pertama yaitu pembuatan adonan Nyendok. Tepung-tepung yang telah disiapkan 'yaitu 30 gram tepung gandum, 40 gram tepung beras, dan 30 gram tepung maizena dimasukkan ke dalam wadah untuk adonan sambil diayak / disaring sehingga tidak ada tepung yang menggumpal. Selanjutnya aduk hingga seluruh tepung tercampur rata, dan tambahkan 1 sdm gula, garam secukupnya, 2 sdm mentega yang telah dilelehkan, dan kurang lebih 3 tetes *vanilla essence* secara bertahap. Bahan seperti gula, garam, mentega, dan *vanilla essence* ditambahkan guna memberikan cita rasa pada produk Nyendok. Saat diaduk dapat ditambahkan air secara bertahap hingga tekstur adonan sesuai dengan yang diinginkan kemudian aduk adonan hingga kalis. Dapat dilakukan koreksi rasa dan ditambahkan bahan perasa yang sekiranya kurang.

Langkah selanjutnya adalah tahap yang ke 2 yaitu pencetakan dan pemanggangan. Cetakan sendok yang digunakan sebelumnya dapat diolesi menggunakan mentega pada permukaannya. Adonan yang telah dibuat sebelumnya dicetak ke dalam cetakan tersebut dengan ketebalan kurang lebih 3 mm mengikuti bentuk cetakan. Permukaan adonan yang nampak dapat diolesi kembali menggunakan mentega. Selanjutnya adonan dalam cetakan tersebut dapat dimasukkan ke dalam oven dan dipanggang. Proses pemanggangan sendiri dilakukan selama kurang lebih 40 menit dengan temperatur 180° celcius. Setelah proses pemanggangan selesai, produk yang telah siap dapat dikeluarkan dari oven dan didiamkan kurang lebih 20 menit. Setelah sendok ini dirasa dingin dapat dilepaskan dari cetakan yang digunakan.

Tahap yang selanjutnya yaitu tahap ke 3 berupa proses pengemasan dan pendistribusian. Pengemasan dilakukan menggunakan kemasan yang juga berbahan ramah lingkungan yaitu kertas yang dapat didaur ulang. Pengemasan dilakukan dengan mengisi tiap kemasan dengan 2 produk Nyendok. Kemudian kemasan dapat ditutup. Setelah dikemas, produk dapat disimpan maupun didistribusikan ke

konsumen. Untuk pemasaran yang dilakukan dapat melalui media sosial Nyendok sendiri dengan sistem pre-order dan juga melalui kerja sama dengan usaha *FnB* ataupun instansi pecinta ramah lingkungan. Pengiriman dapat dilakukan menggunakan jasa pengiriman yang tersedia baik di area Malang sendiri maupun di luar Malang. Dalam proses produksi produk perlu adanya standar yang harus dipenuhi baik dari segi keamanan, kebersihan, dan kualitas agar produk yang dihasilkan terjaga dan aman untuk digunakan.

### **2.3 Keunggulan Komparatif**

#### **Harga Jual Lebih Murah**

Keunggulan komparatif dari *edible spoon* yang ditawarkan oleh Nyendok ialah mampu menghasilkan produk dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan pesaing, yaitu Rp2.000 per pcs. Dimana, sejauh ini pesaing menawarkan harga yang berkisar antara Rp3.000 - Rp 5.000 per pcs. Hal ini mampu menarik konsumen untuk lebih memilih produk Nyendok karena meskipun harganya lebih murah, tetapi kualitas yang ditawarkan serupa.

#### **Efisiensi Produksi**

Penjualan *edible spoon* ini dilakukan dengan menggunakan sistem *pre-order*. Sistem penjualan tersebut akan membantu bisnis dalam memperkirakan banyaknya jumlah permintaan produk. Hal tersebut kemudian akan memungkinkan sendok diproduksi dengan jumlah yang tepat sehingga efisiensi produk dapat tercapai dengan optimal.

## 2.4 Analisis SWOT

**Tabel 1. Analisis SWOT**

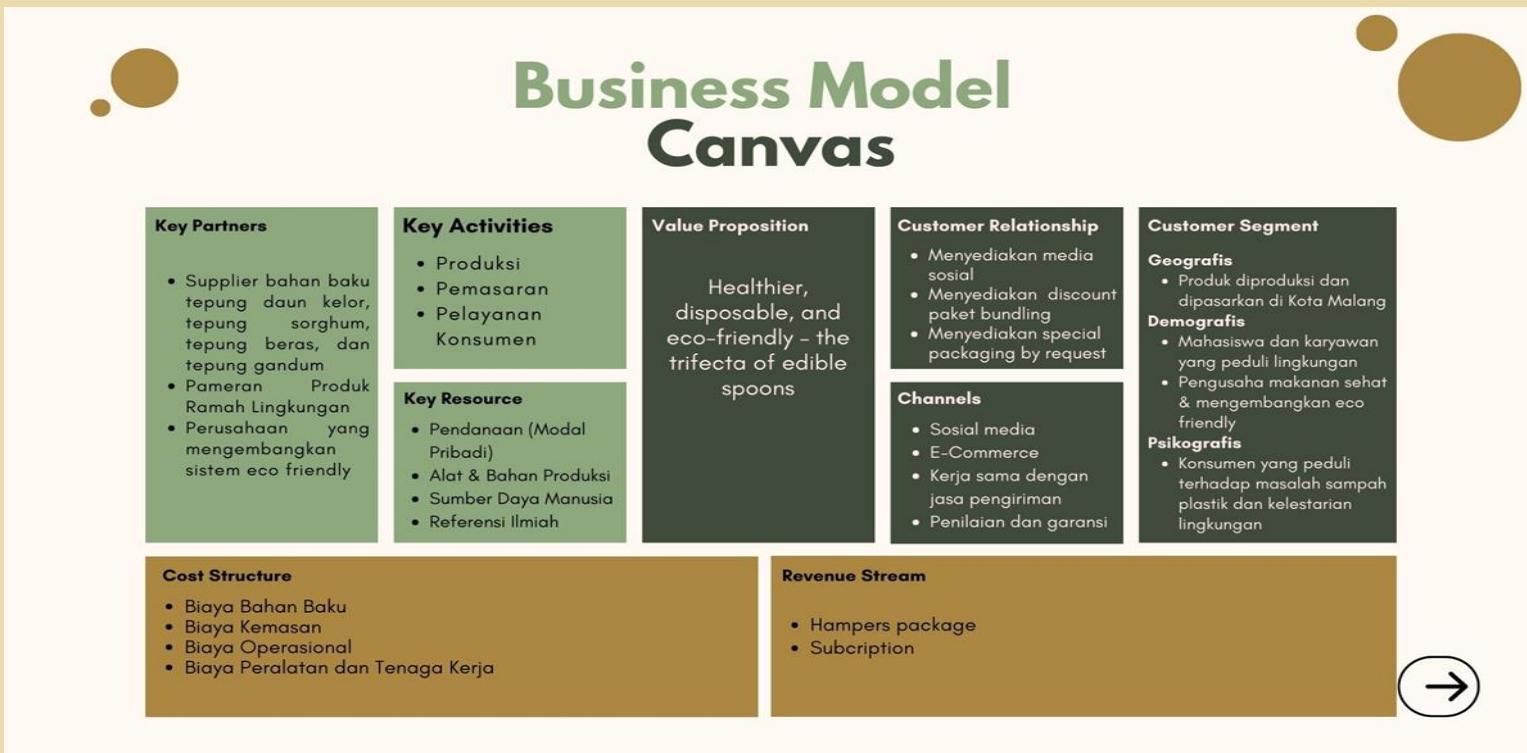
Faktor	Strength (S)	Weakness (W)
<b>Internal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Ramah lingkungan karena dapat terurai dengan mudah.</li> <li>2. Tidak mengandung zat karsinogenik yang dapat larut dalam makanan.</li> <li>3. Memiliki beberapa media sosial dan kontak untuk pemesanan <i>online</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Hanya terdapat satu jenis varian rasa yang ditawarkan.</li> <li>2. Nyendok hanya memiliki masa <i>expired</i> 1 minggu jika disimpan di dalam suhu ruang.</li> <li>3. Keterbatasan mesin produksi mengakibatkan jumlah produksi masih dalam skala rendah dan menyesuaikan jumlah pesanan <i>pre-order</i>.</li> </ul>
<b>Eksternal</b>		
<b>Opportunity (O)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Mampu mensubstitusi sendok plastik dan mengurangi limbah plastik.</li> <li>2. Saat ini banyak ditemukan masyarakat yang telah menerapkan pola hidup sehat dan peduli lingkungan sehingga mendorong peningkatan permintaan.</li> <li>3. Jumlah pesaing bisnis di Kota</li> </ul>	<p><b>Strategi SO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Terus mengembangkan produk alat makan degradable yang ramah lingkungan sebagai pengganti alat makan berbahan plastik dalam upaya pengurangan limbah plastik sekali pakai.</li> </ul> <p><b>Strategi WO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Menyediakan berbagai varian rasa yang disesuaikan dengan berbagai jenis makanan untuk memenuhi dan meningkatkan permintaan konsumen.</li> <li>2. Menjalin kerja sama dengan sponsor guna</li> </ul>

<p>Malang masih sedikit.</p> <p>4. Media sosial membantu pemasaran lebih efisien dan memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan.</p>	<p>2. Terus mengembangkan produk alat makan yang aman tanpa bahan kimia berbahaya guna mendukung pola hidup sehat di masyarakat.</p> <p>3. Menyediakan platform media sosial guna membangun pendekatan dengan konsumen dan menjangkau konsumen lebih luas.</p>	<p>menunjang finansial usaha dan memenuhi jumlah permintaan.</p>
Threat (T)	Strategi ST	Strategi WT
<p>1. Selera konsumen terhadap rasa Nyendok yang kurang cocok dengan beberapa makanan.</p> <p>2. Potensi munculnya pesaing <i>edible spoon</i> dengan skala usaha yang lebih besar yang mampu memenuhi permintaan pasar.</p>	<p>1. Memperkuat <i>branding edible spoon</i> sebagai sendok yang <i>eco-friendly</i>, <i>degradable</i>, dan aman tanpa bahan kimia.</p> <p>2. Menggencarkan pemasaran produk dan pendekatan dengan konsumen melalui platform media sosial dengan menawarkan promo-promo menarik.</p>	<p>1. Menuangkan ide solutif, kreatif, dan inovatif terkait perkembangan jenis dan varian produk <i>edible</i> untuk mempertahankan keberlanjutan usaha.</p> <p>2. Melakukan pengujian dan riset lebih lanjut terhadap kualitas dan masa <i>expired</i> produk.</p>

## BAB III

### BUSINESS MODEL CANVAS

#### 3.1 Layout BMC



Gambar 3. Business Model Canvas Nyendok

### 3.2 Deskripsi BMC

Gambaran Business Model Canvas Nyendok saat ini dapat dilihat pada setiap blok pada Gambar 3 yang memiliki karakteristik masing-masing. Berikut penjelasan mengenai 9 blok *Business Model Canvas*.

#### a. Customer Segments

Segmen pelanggan yang menggambarkan pangsa pasar dari produk Nyendok yaitu mahasiswa dan karyawan yang peduli akan lingkungan, serta pengusaha makanan sehat dan yang mengembangkan *eco-friendly*. Selain itu pangsa pasar produk Nyendok tertuju juga pada konsumen yang peduli terhadap masalah sampah plastik dan kelestarian lingkungan.

#### b. Value Proposition

*Value proposition* dari produk kami yaitu menciptakan produk sendok edible sekali pakai yang ramah lingkungan, dengan tagline “*Healthier, disposable, and eco-friendly – the trifecta of edible spoons*”. Dimana produk ini merupakan sebuah inovasi yang memiliki nilai ekonomi dan bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya kesehatan dan kebersihan lingkungan, sehingga penggunaan sendok plastik dapat berkurang. Selain dapat dimakan, produk Nyendok juga mudah terurai di dalam tanah.

#### c. Channel

Saluran yang digunakan oleh perusahaan kami yaitu media sosial seperti instagram, tiktok, dan whatsapp. Selain itu penjualan produk kami menggunakan platform *e-commerce* seperti shopee dan tokopedia. Perusahaan kami bekerja sama dengan jasa pengiriman (JNE dan J&T) untuk mempermudah proses pengiriman dan memastikan barang sampai kepada konsumen dengan cepat dan aman. Selain itu, kami juga memberikan garansi berupa pengembalian dana jika terdapat cacat pada barang yang diterima dengan salah satu syaratnya yaitu memberikan video *unboxing*.

#### d. Customer Relationship

Memiliki hubungan yang baik dengan konsumen merupakan cara untuk menarik perhatian pembeli agar lebih banyak lagi. *Customer relationship* dari perusahaan kami yaitu dengan menyediakan sosial media sebagai wadah untuk berkomunikasi dan menjalin hubungan baik dengan konsumen. Selain itu kami juga menyediakan paket bundling dengan potongan harga dan *special packaging* untuk hadiah *by request*. Dimana cara tersebut bertujuan untuk menarik konsumen atau calon konsumen dalam membeli produk Nyendok.

e. *Revenue Stream*

*Revenue stream* sendiri dapat dikatakan sebagai aliran pendapatan yang didapatkan perusahaan dari suatu bisnis yang akan dikembangkan dan dikelola kembali. Aliran pendapatan perusahaan kami selain penjualan produk Nyendok, didapatkan juga dari biaya *special packaging* dan pelanggan (*subscription*) yang berlangganan akan menerima produk Nyendok secara teratur.

f. *Key Resources*

*Key resources* yang dibutuhkan oleh perusahaan kami meliputi referensi ilmiah, alat dan bahan produksi, finansial, dan *human*. Dengan membaca beberapa referensi ilmiah, kami mendapatkan ide untuk membuat sendok *edible* yang ramah lingkungan. Dalam mewujudkan ide tersebut dibutuhkan aspek fisik yang terdiri dari alat dan bahan produksi. Alat yang digunakan dalam produksi yaitu cetakan sendok dan oven. Bahan produksi terdiri dari tepung gandum, tepung beras, tepung maizena, garam, gula, mentega, dan *vanilla essence*. Selanjutnya aspek finansial yang digunakan perusahaan kami yaitu pendanaan atau modal pribadi. Aspek *human* termasuk aspek utama dalam segala proses kerja, dimana sumber daya manusia mencakup semua energi, keterampilan, bakat dan pengetahuan manusia yang dipergunakan secara potensial untuk tujuan produksi dan jasa-jasa yang bermanfaat. Sumber daya manusia perusahaan kami terdiri dari produsen Nyendok, pegawai dan pemasar produk.

g. *Key Activities*

*Key activities* dari produk Nyendok terdiri dari proses produksi, pemasaran, dan pelayanan konsumen. Kegiatan proses produksi dimulai dari

pembuatan adonan, pencetakan sendok, dan proses pemanggangan dengan oven. Kemudian kegiatan pemasaran terdiri dari kegiatan promosi yang dilakukan melalui media sosial dan penjualan produk di beberapa *e-commerce*. Selanjutnya pelayanan konsumen dengan memberikan pelayanan yang ramah dan *fast respon*, serta menerima kritik dan saran dari konsumen.

*h. Key Partnership*

*Key partnership* merupakan hubungan antara perusahaan dengan entitas lainnya yang bertujuan untuk mendorong kesuksesan atau keberhasilan suatu perusahaan. Key partnership dari produk Nyendok meliputi supplier bahan baku, perusahaan yang mengembangkan sistem *eco-friendly*, dan pameran produk ramah lingkungan.

*i. Cost Structure*

*Cost structure* dari bisnis ini terdiri dari beberapa komponen utama. *Cost structure* adalah komponen biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan, yang umumnya mencakup biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya relatif tetap dan terus dikeluarkan walaupun produksi yang diperoleh banyak atau sedikit pada periode tertentu. Besarnya biaya tetap tidak tergantung pada besar kecilnya produksi yang diperoleh, seperti cetakan, oven, baskom, listrik dan tenaga kerja. Biaya variabel adalah biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh hasil produksi yang diperoleh seperti tepung gandum, tepung beras, tepung maizena, garam, gula, mentega, *vanilla essence*, kemasan, dan bensin.

## Cost Structure

**BIAYA PRODUKSI PER BULAN NYENDOK ( 120 SENDOK)**

**Tabel 2. Biaya Produksi Per 1 Bulan**

<b>Biaya Variabel</b>				
	<b>Banyak</b>			
<b>Bahan Baku</b>	<b>Biaya/Produksi</b>	<b>(kg)</b>	<b>Nilai</b>	
Tepung Terigu	Rp 13.900,00	0,06	Rp	834,00
Tepung Maizena	Rp 41.750,00	0,06	Rp	2.505,00
Tepung Beras	Rp 17.200,00	0,08	Rp	1.376,00
Garam	Rp 14.000,00	0,0007	Rp	9,80
Gula	Rp 15.000,00	0,03	Rp	450,00
Mentega	Rp 69.000,00	0,01	Rp	690,00
<i>Vanilla Essence</i>	Rp 186,00	2	Rp	372,00
Kemasan	Rp 360,00	25	Rp	9.000,00
Bensin	Rp 11.000,00	0,2	Rp	2.200,00
<b>Total Biaya Variabel</b>			<b>Rp</b>	<b>17.436,80</b>
<b>Total Produksi Per Bulan (4 kali Produksi)</b>			<b>Rp</b>	<b>69.747,20</b>
<b>Biaya Tetap</b>				
	<b>Harga</b>			
<b>Peralatan</b>	<b>Penyusutan</b>	<b>Beli</b>	<b>Jumlah</b>	
Cetakan	0,041666667	46500	Rp	1.937,50
Oven	0,020833333	150000	Rp	3.125,00
Baskom	0,166666667	30000	Rp	5.000,00
Tenaga Kerja	5	5000	Rp	25.000,00
Listrik	1	10000	Rp	10.000,00
<b>Total Biaya Tetap</b>			<b>Rp</b>	<b>45.062,50</b>
<b>Total Biaya</b>			<b>Rp</b>	<b>114.809,70</b>

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

$$\begin{aligned}
 \text{BEP Unit} &= \frac{\text{Fixed Cost}}{(\text{Harga per unit} - \text{Harga variabel per unit})} \\
 &= \frac{\text{Rp } 45.062,50}{\text{Rp } 2.000 - \text{Rp } 581,23} \\
 &= 31,7615922 \sim 32 \text{ unit}
 \end{aligned}$$

$$\text{BEP Harga} = \frac{\text{Fixed Cost}}{1 - (\text{Harga variabel per unit} : \text{Harga jual per unit})}$$

$$= \text{Rp } 13.095,76$$

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

$$= \frac{\text{Rp } 240.000,00}{\text{Rp } 114.809,70}$$

$$= 2,0904 \sim 2,1$$

### Perhitungan Laba Usaha

Penetapan Harga Jual	= Biaya modal 1 pcs + Mark up
	= Rp 956,75 + Rp 1.043,25
	= Rp 2.000,00
Pendapatan penjualan dalam 1 bulan	= P x Q
	= Rp 2.000 x 120
	= Rp 240.000
Pengeluaran produksi	= Biaya variabel + biaya tetap
	= Rp 114.809,70
Laba yang diperoleh	= Pendapatan – pengeluaran
	= Rp 125.190,30

### Prediksi Laba-Rugi (Target penjualan perbulan 120 Unit)

Tabel 3. Prediksi Laba-Rugi

Penjualan omset X harga jual	=	Rp	240.000,00
HPP X BEP Rupiah/unit	=	Rp	<u>104.500,00</u> -
Laba Kotor	=	Rp	135.500,00
Biaya Operasional	=	Rp	<u>114.809,70</u> -
Laba Bersih	=	Rp	20.690,30

## BAB IV

### PENUTUP

#### 4.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang didapat dari BMC kali ini sebagai berikut:

1. Usaha *edible spoon* menggabungkan inovasi dengan keberlanjutan. Ini merupakan alternatif yang ramah lingkungan untuk peralatan makan sekali pakai yang terbuat dari plastik. Dalam era di mana kesadaran akan masalah lingkungan semakin meningkat, produk berkelanjutan seperti *edible spoon* sangat diminati.
2. Pasar untuk produk *edible spoon* berkembang seiring dengan peningkatan kesadaran lingkungan. Mengurangi penggunaan sendok plastik di tempat makan umum dengan penggunaan produk Nyendok yang dapat membantu mengurangi limbah sampah plastik, dan dapat membantu UMKM juga khususnya di Malang.
3. Sebuah inovasi usaha produk sendok *edible* belum banyak dikembangkan, selain itu juga pesaing produk ini masih rendah. Sehingga dengan adanya produk Nyendok dapat memberikan kesan dan pengalaman unik kepada konsumen. Produk *edible spoon* biasanya daur ulang atau biodegradable, yang berarti produk ini bisa terurai dengan aman dan tidak meninggalkan jejak sampah plastik.

#### 4.2 Saran

Berikut ini merupakan saran yang ditujukan terhadap produk *edible spoon* Nyendok, diantaranya:

1. Menetapkan bentuk produk dengan konsisten sehingga produk yang dihasilkan lebih seragam.
2. Mengembangkan varian rasa yang lebih beragam yang disesuaikan dengan berbagai rasa pada makanan.
3. Mengembangkan produk alat makan *degradable* lainnya selain sendok, seperti garpu, mangkuk, dll.

Adapun saran yang dapat diberikan kepada acara Agrifest 2023, diantaranya:

1. Penekanan pada pertanian berlanjut mengenai teknik pertanian organik, pengelolaan sumber daya alam, dan praktik ramah lingkungan. Dimana ini akan membantu meningkatkan kesadaran akan keberlanjutan dalam pertanian.
2. Pameran teknologi pertanian dengan melibatkan perusahaan-perusahaan atau *startup* terkait *agritech*, yang memberikan kesempatan untuk melihat teknologi terkini dalam dunia pertanian.
3. Memastikan bahwa penyelenggaraan acara mematuhi praktik lingkungan yang baik, seperti pengelolaan sampah, penggunaan energi terbarukan, dan praktik berkelanjutan.
4. Lakukan evaluasi untuk mendapatkan umpan balik dari peserta. Ini akan membantu dalam perencanaan acara berikutnya.
5. Bekerja sama dengan perusahaan swasta, pemerintah, dan LSM untuk mendukung pembiayaan acara dan memastikan suksesnya penyelenggaraan.
6. Lakukan kampanye promosi yang efektif, memanfaatkan berbagai saluran media sosial, serta media lokal dan nasional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Antasari, D. W. (2020). Implementasi green economy terhadap pembangunan berkelanjutan di kota Kediri. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 5(2), 80-88.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. 2021. Produksi Sampah Indonesia.
- Indiah, F. (2022). Variasi Pencampuran Tepung Daun Bayam Merah (*Amaranthus tricolor* L) Pada Pembuatan Churros Sebagai Alternatif Snack Tinggi Zat Besi, Ditinjau Dari Sifat Fisik, Sifat Organoleptik, dan Kadar Zat Besi (Doctoral dissertation, Poltekkes Kemenkes Yogyakarta).
- Rohmah, D. U. M., Windarwati, S., & Luketsi, W. P. (2019). Pengaruh Penambahan Karagenan dan Sorbitol pada Kuat Tarik Edible Straw dari Nanas Subgrade. *Agroindustrial Technology Journal*, 3(2), 70-77.
- Sabilla, N. F., & Murtini, E. S. (2020). Pemanfaatan Tepung Ampas Kelapa Dalam Pembuatan Flakes Cereal (Kajian Proporsi Tepung Ampas Kelapa: Tepung Beras). *Jurnal Teknologi Pertanian*, 21(3), 155-164.
- Wellyalina, W., Azima, F., & Aisman, A. (2013). Pengaruh perbandingan tetelan merah tuna dan tepung maizena terhadap mutu nugget. Jurnal aplikasi teknologi Pangan, 2(1).