

HAICE MORINGA(HEALTH OF ICE CREAM) INOVASI PRODUK OLAHAN DAUN KELOR (MORINGA) SEBAGAI PROSPEK BISNIS MAHASISWA YANG MENJANJIKAN

Citra Bella Nikita ¹⁾, Khojanah Hasan ²⁾, Siti Nur Aini ³⁾, Deny Kurniawan ⁴⁾, Shella Anggun Merdiana ⁵⁾

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Widyagama, Malang
Email:bellacitra315@gmail.com

² Fakultas Ekonomi, Universitas Widyagama, Malang
Email :janahasan71@gmail.com

³ Fakultas Ekonomi, Universitas Widyagama, Malang
Email :aini.nur1262@gmail.com

⁴ Fakultas Ekonomi, Universitas Widyagama, Malang
Email :denykr77@gmail.com

⁵ Fakultas Ekonomi, Universitas Widyagama, Malang
Email :anggunshella06@gmail.com

Abstrak

Makanan dan minuman saat ini sudah menjadi hal yang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia. Salah satunya yaitu mengenai es krim. Bukan hanya anak kecil, namun remaja sampai orang dewasa pun sekarang sudah menggemarinya. Namun, es krim yang saat ini beredar belum tentu dapat dijamin kandungan gizinya. Maka dari itu diperlukan sebuah inovasi baru untuk mengembangkan es krim sehingga dapat bersaing di pasar modern, yaitu “Halce Moringa” es krim sehat yang terbuat dari daun kelor. Disini es krim tersebut diolah menjadi makanan dengan inovasi baru sehingga dapat diterima disemua kalangan masyarakat dengan harga dan kualitas yang terjamin.

Kata kunci : makanan, Halce Moringa, inovasi

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki sumber daya alam yang beraneka ragam dan wilayah yang luas. Mayoritas dari penduduknya bekerja di bidang pertanian. Mungkin karena hal ini yang membuat Indonesia menjadi salah satu negara agraris terbesar di dunia. Di negara agraris, pertanian memiliki peranan yang penting baik di sektor perekonomian ataupun pemenuhan kebutuhan pokok atau pangan, dengan semakin bertambahnya penduduk maka konsumsi pangan juga akan meningkat sehingga dapat meningkatkan perekonomian bagi petani. Hasil dari pertanian Indonesia bermacam-macam, mulai dari sayur mayur, buah-buahan, maupun makanan pokok. Salah satu jenis tanaman dari hasil pertanian yang sangat berguna yaitu tanaman kelor.

Tanaman kelor merupakan tumbuhan dari suku *Moringaceae* ini sejak dulu menjadi primadona untuk santapan sayur di rumah. Tumbuhan ini memiliki ketinggian pohon 711 meter. Daun kelor berbentuk bulat telur dengan ukuran kecil-kecil bersusun majemuk dalam satu tangkai. Namun kini daun kelor seperti terlupakan seiring banyaknya ragam makanan. Padahal, daun kelor mempunyai banyak manfaat untuk kesehatan salah satunya bisa membantu menyembuhkan penyakit kanker, darah tinggi, serangan jantung, diabetes, rematik dan lain-lain.

Di era modern seperti ini khususnya di Daerah Kota Malang banyak jenis penyakit yang menyerang tubuh manusia seperti kanker, darah tinggi, serangan jantung, diabetes, rematik dan lain-lain. Salah satu penyebabnya yaitu kurang selektifnya masyarakat dalam memilih makanan yang ingin dikonsumsi. Padahal saat ini banyak jenis makanan yang menggunakan zat kimia dan bahan pengawet yang berbahaya bagi tubuh manusia. Banyak masyarakat yang hanya melihat sisi positifnya tanpa melihat kembali sisi negatif makanan tersebut. Penyakit itu pun saat ini belum tentu dapat disembuhkan dengan penanganan medis.

Dilain sisi, penyakit tersebut masih bisa disembuhkan dengan menggunakan tumbuhan herbal yang tidak menyebabkan ketergantungan seperti obat-obatan kimia. Salah satu tumbuhan tersebut adalah daun kelor, yang memang sudah banyak diketahui manfaatnya. Namun masyarakat masih belum bisa mengolah daun kelor tersebut untuk dijadikan makanan yang inovatif. Kebanyakan masyarakat mengolahnya menjadi sayur asem ataupun digunakan sebagai pakan ternak, seperti kambing.

Oleh karena itu, dengan adanya program kreatifitas mahasiswa kami menginovasikan daun kelor tersebut menjadi sebuah produk berupa es krim yang menarik, berpeluang tinggi dan tentunya bisa membantu menyembuhkan berbagai penyakit. Produk yang kami buat ini diberi nama "HaIce Moringa (*Health of Ice Cream*)". Produk ini memiliki banyak manfaat bagi masyarakat, apalagi untuk masyarakat yang sebelumnya tidak mau makan daun kelor karena rasanya yang getir akan mau makan daun kelor

melalui produk “HaIce Moringa (*Health of Ice Cream*)”. Es krim daun kelor ini kami kombinasikan dengan berbagai topping untuk menambah selera makan seperti meises, choco chips, dan sprinkle cookies.

GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

Ide Awal Usaha

Saat ini banyaknya makanan luar negeri yang diadaptasi dan dibawa ke Indonesia yang mengakibatkan pergeseran cita rasa masyarakat tradisional perlahan-lahan mulai kurang diminati atau bahkan ditinggalkan (Efendi, 2014). Tidak banyak para pebisnis kuliner mengusung tema makanan unik dalam bisnisnya. Dari permasalahan tersebut maka timbullah ide untuk membuat usaha berbasis inovasi baru dari daun kelor, yaitu es krim. Es krim bukan makanan yang baru. Saat ini keberadaan es krim sudah menjadi hal yang banyak dicari oleh masyarakat. Namun, es krim tersebut banyak yang mengandung bahan pengawet sehingga berbahaya bagi tubuh manusia. Oleh karena itu, dilakukan inovasi supaya es krim menjadi makanan sehat yang banyak dicari. Dengan menggunakan daun kelor akan diciptakan es krim yang sehat dan bergizi. Inovasi yang akan dilakukan yaitu dengan menambahkan campuran dan topping pada es krim tersebut. Varian ini dibuat beragam agar masyarakat memiliki banyak pilihan dan tidak menjadi bosan.

Keunggulan HaIce Moringa (Health of Ice Cream Moringa)

HaIce Moringa memiliki keunggulan yaitu tema Health of Ice Cream yang berkonsep modern fusion food. Konsep ini merupakan perpaduan makanan modern dengan kesehatan yang belum ada dipasaran. Mutu produk yang disajikan baik dan kualitasnya terjamin untuk kesehatan. Dengan aneka varian topping dan konsep health yang ditawarkan, akan memberikan sensasi yang jauh berbeda dengan es krim yang pernah ada. Selain itu, pada kelor yang menjadi bahan utama produk ini mengandung 3 kali potasium dari pada pisang, 4 kali vitamin A dari wortel, 25 kali zat besi dari pada bayam, 7 kali vitamin C dari pada jeruk, 4 kali kalsium daripada susu, dan 3 kali protein daripada yogurt.

Analisis Ekonomi Usaha

A. Kelayakan Usaha

Menurut Soekartawi (1995), untuk mengetahui efisiensi suatu usaha dapat digunakan analisis R/C rasio. R/C rasio singkatan dari Return of Cost Ratio atau dikenal dengan perbandingan antara penerimaa dan biaya suatu usaha dapat dikatakan layak atau masih dalam tingkat efisiensi jika nilai R/C rasio nya lebih dari satu. Dengan asumsi bahwa satu resep menghasilkan 20 cup es krim, maka dengan bahan baku 60kilogram daun kelor akan dihasilkan 1200 cup es krim yang siap jual dengan harga Rp 8.000 per cupnya. Pendapatan kotor yang didapat berarti $1200 \times \text{Rp } 8.000 = \text{Rp } 9.600.000$. nilai R/C rasio usaha ini adalah 1,37. Hasil 1,37 didapat dari total pendapatan yang dihasilkan Rp 9.600.000 dibagi dengan dana yang diperoleh Rp 7.000.000. dari hasil 1,37 yang diperoleh, dapat dinyatakan bahwa usaha ini sangat layak dikembangkan.

B. Sasaran Usaha

Sasaran dari pasar Halce Moringa ini adalah seluruh kalangan masyarakat. Seperti anak-anak, remaja, dewasa, maupun lansia. Hal ini ditujukan agar masyarakat lebih sering mengkonsumsi daun kelor. Karena pada dasarnya daun kelor saat ini sudah tidak banyak digemari karena rasanya yang getir. Selain itu, pelanggan yang sering berbelanja online, kami juga siap melayani.

C. Strategi Promosi dan Pemasaran

Strategi promosi dan pemasaran dilakukan dengan memanfaatkan media sosial (instagram dan whastapp), brosur, x-banner dan juga mengikuti car free day. Media sosial merupakan media promosi yang murah dan sangat efektif mengingat pengguna media sosial di Indonesia sangatlah tinggi, semestara brosur kita disebar kepada masyarakat.

METODE

Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam pelaksanaan program ini yaitu: dengan adanya produk baru dilakukan formulasi produk, desain kemasan dan promosi dan pemasaran produk. Dari formulasi produk kita menciptakan resep produk yang benar-benar enak dan sehat serta penentuan harga yang terjangkau bagi semua kalangan. Untuk desain kemasan, meliputi desain brand produk, model kemasan, ukuran dan bahan kemasan, serta pencetakan label. Dari hal promosi dan pemasaran produk, dilakukan dengan dua cara yaitu online dan offline. Untuk promosi online kami menggunakan media sosial berupa instagram dan whatsapp agar memudahkan para pelanggan memesan produk kami. Sedangkan offline, kami melakukan pemasaran secara langsung dan juga menitipkan produk ke toko toko tertentu.

Branding dan Desain Kemasan

Merk dagang dari produk ini adalah Halce Moringa. Nama merk ini diperoleh dari singkatan Health of Ice Cream Moringa, yaitu brand yang menjadi unsur utama dalam produk ini. Logo dari produk ini memiliki warna dasar hijau dan es krim yang tergigit. Selain itu, terdapat gambar daun kelor yang menjadi ciri khas utama dari produk ini.



Gambar 1. Logo Produk

Tempat Produksi

Produk Halce Moringa dilakukan di rumah salah satu anggota tim yang bertugas sebagai penanggung jawab produksi, beralamat di jalan satsui tubun 1/ 12 Rt 2 Rw 3 Kelurahan Kebonsari Kecamatan Sukun Kota Malang. Survey pasar dilakukan di pasar besar Malang dan kabupaten Trenggalek untuk mendapatkan bahan baku yang murah dan berkualitas untuk kebutuhan produksi.

Penentuan formula resep dilakukan dengan melakukan uji coba produksi dan dijadikan sebagai tester. Hal ini dilakukan oleh anggota tim, ketua tim, dan juga dosen pembimbing.

Produksi dan Pengemasan

Dari gambaran diatas menggambarkan proses produksi Halce Moringa dilakukan dalam 4 tahap yaitu pengeringan daun kelor, pembuatan bubuk kelor, pembuatan es krim dan pengemasan. Pada proses pengemasan produk Halce Moringa dikemas dalam kemasan cup medium dengan label perusahaan Halce Moringa yang ditunjukkan sebagai ciri khas utama dari es krim tersebut.



Gambar2. Proses Produksi

Pemasaran, Promosi, dan Penjualan

Pemasaran dan penjualan produk Halce Moringa dilakukan secara online dan offline. Pada penjualan online dilakukan dengan sistem COD dan DO jika wilayah yang dituju memungkinkan untuk dijangkau, selain itu juga disediakan contact person pada social media, sehingga konsumen yang melakukan pemesanan bisa melakukan secara online dan produk bisa diantarkan sampai rumah, sedangkan pada penjualan secara offline dilakukan dengan sistem berjualan keliling dengan

memperkenalkan produk kepada masyarakat serta menitipkan produk di beberapa toko tertentu.

Strategi promosi yang dilakukan dalam pemasaran produk ini, dilakukan dengan promosi di media sosial yaitu Instagram (@haicemoringa) dan whatsapp dengan desain foto produk yang menarik. Serta dengan mengikuti acara car free day di Idjen dan di rampal. Hal ini bertujuan untuk memperkenalkan produk baru ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Formulasi Produk

Penjualan Halce Moringa terkendala oleh rasa getir dari daun kelor itu sendiri. Namun hal ini bisa kami atasi dengan menggunakan tambahan air jeruk nipis. Waktu itu salah satu tim menanyakan kepada seseorang yang sudah menjadi pakar dalam bidang pertanian. Sehingga kami diberikan solusi terbaik untuk melanjutkan proses produksi Halce Moringa.

Secara garis besar formulasi produk adalah sebagai berikut: daun kelor dipisahkan dari batangnya, kemudian dikeringkan di bawah sinar matahari langsung agar mendapatkan bahan baku yang berkualitas. Setelah itu, daun kelor yang sudah mengering dijadikan bubuk kelor dengan cara di blender. Setelah halus baru proses produksi es krim bisa dilakukan yaitu dengan ditambahkan bahan-bahan seperti susu, gula, air, maizena yang direbus hingga mendidih. Setelah dingin lalu dimasukkan ke dalam freezer, setelah mengeras es krim di mixer dengan campuran cake emulsifier agar produk bisa mengembang sempurna. Baru dicampur dengan bahan tambahan dan juga topping.

Penjualan Produk

Penjualan Halce Moringa dilakukan secara offline dan online. Secara offline penjualan dilakukan sejak bulan Mei 2018 dengan melayani pesanan dan juga dengan penjualan door to door. Sementara penjualan secara online dilakukan pada bulan Juni 2018. Untuk pendapatan terbesar didapatkan pada bulan Juli 2018 karena produksi dan penjualan dilakukan secara rutin.

Produk Halce Moringa cukup merespon positif oleh masyarakat terbukti dengan omset yang semakin meningkat. Sumbangsih terbesar penjualan didapatkan dari penjualan secara offline. Secara pendapatan kami belum menunjukkan

penjualan yang optimal. Namun kedepan kami akan memkasimalkan penjualan secara online maupun offline dengan penetapan target setiap bulan.

Ketercapaian Target Luaran

Ketercapaian Target Luaran dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1. Tabel Target Luaran

No	Target	Ketercapaian Target 100%	
		Terlaksana	Belum Terlaksana
1	Survey Pasar	100%	
2	Pemenuhan Alat dan Bahan	70%	30%
3	Tempat Produksi	100%	
4	Pelaksanaan Produksi	70%	30%
5	Pemasaran	70%	30%
	a. Display Produk	70%	30%
	b. Online	85%	
	c. Offline	100%	
	d. Perluasan ke Kota Lain	5%	95%
6	Laporan	80%	20%
	Tingkat Pencapaian	68%	32%

RENCANA TAHAP SELANJUTNYA

Pada pengembangan wirausaha Halce Moringa terdapat beberapa rencana pada tahap selanjutnya penambahan topping dan pembuatan produk baru dari bahan sejenis., pendaftaran PIRT, sertifikasi halal. Merk dagang.

Pendaftaran PIRT, Sertifikasi Halal, Merk Dagang

Dalam waktu dekat akan kami rampungkan kepengurusan PIRT dan serifikasi halal sehingga konsumen bisa merasa lebih aman dan nyaman ketika mau mmebeli produk kami. Mereka tidak perlu lagi mengkhawatirkan mengenai kehalalan produk kami maupun keamanan dari segi kesehatan.

KESIMPULAN

Produk Halce Moringa mrupakan produk modern fusion antara es krim dan kesehatan. Terciptanya produk ini dibuat melalui serangkaian kegiatan yaitu formulasi produk, branding dan desain kemasan, promosi dan penjualan yang dilakukan via online dan offline serta evaluasi terhadap ketecapain hasil yang didapat. Dengan adanya promosi door to door, via pesanan, serta animo masyarakat yang terus bertambah terbukti dengan omset yang terus meningkat dan followers

instagram yang terus bertambah terhadap produk ini merupakan aset untuk keberlanjutan program ini.

Halce Moringa sebagai produk wirausaha baru di Kota Malang, tidak hanya dapat digunakan untuk mewadai semangat kewirausahaan, dan penerapan ilmu yang didapat di Universitas akan tetapi dapat dikembangkan sebagai sebuah produk baru yang unggul. Dengan konsep healthy. Semoga kedepannya produk ini dapat terus dikembangkan sehingga pemanfaatan dari tanaman daun kelor lebih maksimal, dapat memberdayakan masyarakat sekitar untuk turut andil membangun perekonomian daerah. Serta menjadi sebuah trademark baru di Kota Malang, menjadi produk healthy yang benar benar digemari oleh masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan berdirinya usaha Halce Moringa ini kami atas nama mahasiswa Universitas Widyagama Malang mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu berdirinya usaha Halce Moringa, yang pertama yaitu Universitas Widyagama Malang, sebagai wadah aspirasi yang mengenalkan adanya program kreativitas mahasiswa. Selain itu, juga kepada Kemenristek Dikti yang sudah memberikan dana sehingga kami dapat mendirikan usaha baru. Dan yang terakhir kepada Ibu Khojanah Hasan selaku dosen pembimbing kelompok PKM kewirausahaan ini, yang selalu membantu dan mensupport kami dalam hal apapun.

DAFTAR PUSTAKA

- Soekartawi. 1995. *Teori Ekonomi Produksi*. PT. Raja Grafindo Presada. Jakarta.
- Efendi, W.W. 2017. *Kemenparakraf: Waralaba Asing Sebabkan Masakan Indonesia Makin Tersisih*. [online] Available at: <http://www.plasafranchise.com/post/1100000208/kemenparakraf-waralaba-asing-sebabkan-masakan-indonesia-makin-tersisih/> [Accessed 10 July 2018]