

ANALISIS PROSPEK USAHA PRODUK AROMATERAPI KAYU CENDANA DAN KEMANGI SEBAGAI INTERVENSI PREVENTIF BABY BLUES

Rangga Mahardika Nazarulloh¹, Zaqi Fathul Rohman², Miftahul Hamdi³, Fathan Syah Syauqi⁴, Khoirul Aziz Husyairi⁵

ranggamahardikanazarulloh@apps.ipb.ac.id¹, zaqifathul@apps.ipb.ac.id²,

miftahulhamdi@apps.ipb.ac.id³, fathansyahsyauqi@apps.ipb.ac.id⁴,

khoirulazizhusyairi@apps.ipb.ac.id⁵

Institut Pertanian Bogor

ABSTRAK

Baby Blues Syndrome adalah kondisi ibu yang mengalami kemurungan atau kesedihan setelah melahirkan. Salah satu metode yang paling efektif untuk menurunkan gejala tersebut adalah dengan aromaterapi alami dari kayu cendana dan kemangi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis prospek usaha produk aromaterapi dari kayu cendana dan kemangi sebagai intervensi preventif dalam mengurangi gejala baby blues. Dengan menggunakan metode wawancara dan observasi langsung, hasil penelitian menunjukkan bahwa produk aromaterapi dari bahan kayu cendana dan kemangi memiliki potensi pasar yang baik dan didukung dengan manfaat relaksasi dan efek positif pada emosi ibu. Dengan demikian, produk aromaterapi ini memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai solusi yang inovatif untuk mengurangi gejala baby blues.

Kata Kunci: Analisis Usaha, Aromaterapi, Baby Blues Syndrome

ABSTRACT

Baby Blues Syndrome is a condition where mothers experience depression or sadness after giving birth. One of the most effective methods for reducing these symptoms is with natural aromatherapy from sandalwood and basil. This research aims to analyze the business prospects for aromatherapy products from sandalwood and basil as a preventive intervention in reducing the symptoms of baby blues. By using interview methods and direct observation, the research results show that aromatherapy products made from sandalwood and basil have good market potential and are supported by relaxation benefits and positive effects on maternal emotions. Thus, this aromatherapy product has the potential to be developed as an innovative solution to reduce the symptoms of baby blues.

Keywords: Aromatherapy, Baby Blues Syndrome, Business Analysis

PENDAHULUAN

Masa pemulihan pasca persalinan yang belum tuntas, termasuk nyeri selama masa nifas, kelelahan karena tidak tidur selama persalinan, kekecewaan emosional, dan kecemasan karena bayi harus dirawat di rumah sakit, menciptakan situasi yang sulit bagi ibu. Kondisi ini tentunya sangat rentan bagi ibu karena dapat menyebabkan baby blues pada dirinya sendiri. Ibu yang mengalami kemurungan atau kesedihan setelah melahirkan disebut baby blues syndrom. Baby blues syndrom biasanya muncul di antara dua hari dan tiga minggu setelah kelahiran. Jumlah kasus baby blues syndrome berbeda di seluruh dunia (Putri, 2023). WHO (2014) dalam Putri (2023) menyatakan bahwa prevalensi baby blues syndrome di Asia berkisar antara 26 dan 85 kasus. Angka kejadian baby blues syndrome di Indonesia berkisar antara 50% dan 70%. Sekitar 1 hingga 2 kasus terjadi per 1.000 kelahiran.

Beberapa upaya dapat dilakukan untuk menangani gejala baby blues diantaranya pengobatan medis, terapi psikologi, hingga terapi relaksasi (Fitselon, 2011). Terapi relaksasi merupakan salah satu teknik penanganan baby blues yang cukup mudah karena dapat memanfaatkan bahan alam sekitar, salah satunya kemangi dan cendana. Minyak cendana dapat digunakan sebagai obat untuk sakit perut, asma, sakit kulit, infeksi ginjal, berbagai jenis peradangan, penenang, analgesik, anti kanker, dan anti bakteri (Rahayu et al.,2002).

Sementara itu, sirkulasi darah dan pernapasan dapat menjadi lebih lancar karena sifat anti depresan aromaterapi tanaman kemangi yang membantu menurunkan kegelisahan, ketakutan, dan kecemasan (Afiyanti, 2002). Penelitian yang dilakukan oleh Rachman dan Dewi (2022) menunjukkan bahwa terdapat penurunan gejala baby blues pada ibu pasca melahirkan dengan minyak aromaterapi dari ekstrak daun kemangi dan kayu cendana.

Di Indonesia, ketersediaan kayu cendana terealisasi dengan total produksi sebesar 598 ton per tahun (Dinas kehutanan NTT). Meskipun mengalami penurunan dalam beberapa tahun, upaya penanaman cendana telah dimulai sejak awal abad ke 20 dan sampai sekarang upaya tersebut terus dilaksanakan (Husaeni dan Sudaryanto, 2001). Sementara itu, ketersediaan daun kemangi di Indonesia tidak disebutkan secara spesifik jumlah produksi tahunannya. Namun, data yang tersedia menunjukkan bahwa jumlah rumah tangga usaha hortikultura kemangi di Indonesia sebanyak 12.675 dengan luas tanam 7.334.397 m² pada tahun 2013 (Nugrahani, 2019).

Berdasarkan fakta tersebut aromaterapi kayu cendana dan kemangi dapat digunakan untuk pencegahan baby blues. Potensi yang baik dipasaran khususnya di Indonesia, Menurut Andrianti (2020) dalam Fadhilah (2023), 32% ibu hamil mengalami depresi dan 27% pasca melahirkan. Maka dari itu, perlu adanya kajian mengenai prospek usaha aromaterapi kayu cendana dan kemangi untuk mengembangkan usaha tersebut. Tujuan kajian ini (1) Menganalisis kelayakan usaha pendirian bisnis aromaterapi kayu cendana dan kemangi dilihat dari aspek potensi pasar dan pemasaran, sumber daya manusia manajemen, dan teknik; (2) Menganalisis kelayakan usaha dilihat dari aspek keuangan (NPV, IRR, R/C Ratio, dan PP)

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di usaha JivaJoy Aromaterapi yang berlokasi di Kota Bogor, Indonesia. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai bulan Oktober hingga bulan November 2024. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian dekriptif. Dalam melakukan pengambilan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara dengan pelaku usaha. Terdapat beberapa aspek yang diamati yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek teknik, aspek sumber daya manusia manajemen, serta aspek keuangan yang meliputi perhitungan Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Net Benefit Revenue/ Cost Ratio (R/C), dan Payback Period (PP).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aromaterapi kayu cendana dan kemangi yang diproduksi, dikemas menggunakan kemasan 2in1 roll on dan inhaler ukuran 7 ml dengan dimensi produk panjang 1,8 cm, lebar 1,8 cm dan tinggi 8,4 cm. Aromaterapi kayu cendana dan kemangi hadir sebagai produk untuk mengatasi permasalahan baby blues pada ibu pasca melahirkan yang mengkombinasikan minyak atsiri cendana dan kemangi dengan keunggulan yaitu, menggunakan bahan alami, bebas alkohol, multifungsi dan praktis karena menggunakan aplikator 2in1. Selain itu memiliki manfaat all in one karena mampu meredakan baby blues, kecemasan, stress, dan insomnia.

Analisis Pasar dan Pemasaran

Berdasarkan hasil wawancara pada analisa pasar dan pemasaran didapatkan 80% segmentasi geografis pasar produk aromaterapi kayu cendana dan kemangi adalah konsumen yang berada di Pulau Jawa, khususnya Provinsi DKI Jakarta dan Jawa Barat. Hal ini berkaitan dengan ditemukan kejadian depresi postpartum pada ibu pasca melahirkan berkisar antara 45-65% di wilayah Jawa Barat (Filaili et al.,2020).

Produk aromaterapi kayu cendana dan kemangi ditujukan kepada perempuan primipara dan multipara berusia 25 – 30 tahun yang rata-rata memiliki aktivitas padat, khususnya ibu rumah tangga dan karyawan yang memiliki masalah pasca-melahirkan selang

beberapa hari ataupun minggu yang cukup mengganggu.

Strategi untuk mengkomersialisasi agar masyarakat dapat lebih mengenal dan berani untuk menggunakan produk aromaterapi kayu cendana dan kemangi. Terdapat strategi pemasaran secara langsung dan tidak langsung. Nurmalina et al. (2014) mengklasifikasikan bauran pemasaran yang terdiri product (produk), price (harga), place (tempat), dan promotion (promosi).

1. Product

Produk aromaterapi dengan menggunakan bahan baku yang berasal dari bahan alami seperti minyak atsiri, yakni minyak kayu cendana dan minyak daun kemangi. Kandungan alami dan aman yang digunakan dapat membantu relaksasi pada ibu yang terkena baby blues. Produk Aromaterapi kayu cendana dan kemangi dihadirkan dengan kemasan 2in1 roll on dan inhaler ukuran 7 ml yang multifungsi, dan praktis.

2. Price

Aromaterapi minyak cendana dan kemangi dijual dengan harga Rp30.000 per produk. Harga tersebut konsumen telah mendapatkan 2in1 roll on dan inhaler ukuran 7 ml dengan kandungan minyak atsiri, dan packaging berbasis Integrated Website. Penetapan harga tersebut menggunakan teknik benchmarking dengan produk aromaterapi botol kemasan 7 ml yang sudah tersebar di pasaran.

3. Place

Proses produksi dan administrasi dilakukan secara luring di Jl. Lodaya II No. 1, RT.02/RW.06, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16128. Wilayah Bogor sendiri dipilih karena termasuk salah satu daerah yang strategis bagi setiap sumberdaya manusia dan menjangkau sumber bahan baku yang mudah. Lalu, pemasaran dilakukan secara luring dan daring. Secara luring produk dipasarkan melalui mitra yang bekerja sama menjadi reseller, memasarkan ke komunitas yang mayoritas memiliki anggota perempuan berumah tangga, dan apabila secara daring, produk dipasarkan melalui media sosial dan marketplace.

4. Promotion

Proses pemasaran produk menggunakan strategi pemasaran Business to Customer (B2C) dan Business to Business (B2B) yang dilakukan secara langsung (direct promotion) ke posyandu dan unit serta tenaga kesehatan lainnya. Strategi selling dilakukan menggunakan media digital khususnya media sosial (Instagram, TikTok, dan X) dan e-commerce (Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop). Dengan mengefektifkan promosi dengan memaksimalkan publikasi secara rutin konten promosi yang berpotensi memiliki reach tinggi, fitur live streaming, kolaborasi dengan influencer, menggunakan ads, dan mengadakan promosi seperti diskon tanggal kembar dan diskon hari-hari besar. Selain itu, dimiliki juga fitur yang dapat mengarahkan secara langsung untuk pembelian di Integrated Website Packaging.

Proses promosi juga dilakukan secara tidak langsung (indirect promotion). Dengan tujuan meningkatkan brand awareness produk, dipublikasikan juga konten edukasi dan konten softselling seperti storytelling dari brand.

Analisis Teknis

Bahan utama yang digunakan dalam pembuatan produk aromaterapi adalah minyak esensial dari kayu cendana dan daun kemangi, mentol, dan champor dengan kualitas yang baik. Sementara itu, alat yang disiapkan diantaranya ekstraktor soxhlet, pipet mohr, gelas piala, timbangan, dan kemasan.



Gambar 1. Proses Produksi Aromaterapi

Simplisia kayu cendana dan daun kemangi ditimbang dan dibuat thimble menggunakan kertas saring kemudian diikat kuat. Alat ekstraksi soxhlet dirangkai kemudian thimble simplisia dimasukkan ke dalam selongsong soxhlet. Pelarut etanol dialirkan melalui selongsong hingga memasuki labu bulat di bawahnya. Ekstraksi dimulai dan dijalankan selama 4 jam. Ekstrak yang sudah diperoleh kemudian dipisahkan dari pelarut etanol dengan pemekatan menggunakan rotary evaporator.

Simplisia kayu cendana dan daun kemangi ditimbang dan dibuat thimble menggunakan kertas saring kemudian diikat kuat. Alat ekstraksi soxhlet dirangkai kemudian thimble simplisia dimasukkan ke dalam selongsong soxhlet. Pelarut etanol dialirkan melalui selongsong hingga memasuki labu bulat di bawahnya. Ekstraksi dimulai dan dijalankan selama 4 jam. Ekstrak yang sudah diperoleh kemudian dipisahkan dari pelarut etanol dengan pemekatan menggunakan rotary evaporator.

Padatan mentol dan camphor terlebih dahulu dihaluskan menggunakan alu dan mortar. Mentol, camphor, minyak kayu cendana dan minyak daun kemangi ditambahkan dengan volume masing-masing kemudian dimasukkan ke dalam gelas. Campuran kemudian diaduk dan dihomogenkan. Minyak aromaterapi yang sesuai dengan ketentuan dimasukkan ke dalam kemasan yang sudah didesain dengan volume per pcs sebanyak 7 mL.

Analisis Organisasi dan Manajemen

Bentuk perusahaan adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), usaha ini dikelola secara mandiri. Beberapa perizinan dan legalitas sudah dimiliki seperti Nomor Induk Berusaha, Hak Paten, Hak Merek, dan Hak Cipta.

Kebutuhan tenaga kerja adalah bagian dari manajemen operasi dan harus direncanakan pada awal proyek (Eko Suwisto et al, 2017). Tenaga kerja yang dilibatkan berjumlah lima orang dengan pembagian tugas administrasi, produksi, pemasaran, keuangan, dan teknologi. Saat ini, usaha ini masih dikelola oleh mahasiswa dengan latar belakang pendidikan yang sesuai dengan pembagian tugas yaitu Program Studi Manajemen Agribisnis, Akuntansi, Komunikasi Digital Media, Analisis Kimia, dan Teknologi Rekayasa Perangkat Lunak.

Analisis Keuangan

Pada aspek keuangan, analisis dilakukan untuk menilai kelayakan usaha produk aromaterapi dengan menghitung dan memberikan penilaian terhadap dana dalam menjalankan usaha. Dalam menentukan layak atau tidak usaha tersebut, menggunakan beberapa indikator meliputi Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Revenue/Cost Ratio (R/C), dan Payback Period (PP).

1) Biaya Investasi

Biaya investasi adalah komponen biaya yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dana awal di pendirian usaha (Witoko et al, 2019). Biaya investasi Jivajoy meliputi biaya pembelian alat dan biaya kebutuhan awal yang dikeluarkan sebesar Rp9.500.000

2) Biaya Tetap

Menurut Wulansari (2019) Biaya tetap adalah biaya yang tidak akan berubah walaupun terjadi perubahan volume produksi. Biaya tetap yang dikeluarkan Jivajoy terdiri dari biaya iklan dan perlengkapan promosi sebesar Rp278.854

3) Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan sesuai dengan perubahan volume aktivitas produksi. Berdasarkan hasil pengamatan biaya variabel yang dikeluarkan dalam sekali produksi sebesar Rp5.512.867

Proyeksi Penjualan

Proyeksi penjualan merupakan rencana penjualan yang akan dilakukan. Besar penjualan Jivajoy untuk menjalankan usahanya selama satu bulan pertama adalah 325 pcs aromaterapi

Jivajoy. Besar proyeksi penjualan Jivajoy pada bulan pertama sebesar Rp9.314.894. Proyeksi penjualan tersebut akan selalu meningkat dalam setiap bulannya sebesar 5%.

Proyeksi Arus Kas

Analisis proyeksi arus kas dibutuhkan untuk menghitung aliran kas masuk dan kas keluar dalam setiap bulannya. Proyeksi arus kas dari Jivajoy menerima net benefit positif dari setiap bulannya.

Net Present Value (NPV)

Net Present Value (NPV) adalah salah satu metode analisis investasi yang digunakan untuk mengevaluasi kelayakan proyek atau investasi dengan mempertimbangkan nilai waktu dari uang. Analisis NPV pada Jivajoy dilakukan untuk mengukur kelayakan suatu investasi berdasarkan arus kas bersih (Net Cash Flow) yang dihasilkan selama periode tertentu. Investasi awal sebesar Rp9.500.000 dilakukan pada periode ke-0 sampai dengan ke-3 (satu periode satu periode empat bulan), dan arus kas bersih dihitung berdasarkan proyeksi keuntungan dan depresiasi selama 3 tahun ke depan. Tingkat diskonto yang digunakan adalah 5%.

Pengeluaran awal sebesar Rp9.500.000 pada periode ke-0, yang menyebabkan nilai arus kas bersih kumulatif langsung negatif sebesar Rp96.131.875. Pada periode ke-1, bisnis mulai menghasilkan arus kas bersih sebesar Rp40.162.212, namun ini belum cukup untuk menutup defisit awal, sehingga kumulatifnya tetap negatif di angka Rp55.969.664. Di periode ke-2, arus kas bersih meningkat menjadi Rp48.814.434, yang mendekati break-even point, meskipun kumulatifnya masih berada di angka negatif Rp7.155.230. Baru pada periode ke-3, dengan arus kas bersih sebesar Rp59.331.264, Jivajoy akhirnya menghasilkan surplus dengan kumulatif mencapai Rp52.176.034.

Pola ini menunjukkan bahwa Jivajoy membutuhkan waktu hingga tiga periode untuk menutup kerugian awal dan mulai menghasilkan keuntungan yang positif secara kumulatif. Dengan NPV sebesar Rp35.853.863 pada tingkat diskonto 5% bisnis ini dianggap layak karena NPV bernilai positif. Namun, investor perlu memperhatikan waktu untuk mencapai titik balik keuntungan kumulatif, yang menandakan pentingnya mempertimbangkan likuiditas selama periode awal bisnis.

Internal Rate of Return (IRR)

Analisis Internal Rate of Return (IRR) pada Jivajoy dikatakan layak apabila nilai IRR-nya lebih besar dari suku bunga 5%. Analisis yang dilakukan untuk periode 24 bulan diperoleh IRR 23,43%. Hasil nilai tersebut jauh lebih besar dibandingkan dengan suku bunga pertahun. Artinya, usaha yang dilakukan Jivajoy layak dilaksanakan.

R/C Ratio

R/C ratio, atau Revenue to Cost ratio, adalah salah satu indikator yang digunakan untuk menilai efisiensi atau profitabilitas suatu bisnis. Rasio ini mengukur perbandingan antara pendapatan yang diperoleh dan biaya yang dikeluarkan dalam menjalankan operasi bisnis. Analisis R/C ratio pada Jivajoy mendapatkan hasil 1,55.

Nilai R/C ratio sebesar 1,55 menunjukkan bahwa bisnis menghasilkan lebih banyak pendapatan dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Secara sederhana, bisnis tersebut menghasilkan Rp 1,55 untuk setiap Rp 1 biaya yang dikeluarkan.

Nilai 1,55 dianggap cukup sehat dan menunjukkan bahwa Jivajoy mampu mengelola biaya secara efisien sambil tetap mendapatkan pendapatan yang cukup untuk menghasilkan keuntungan.

Payback Period (PP)

Payback Period (PP) adalah menunjukkan lamanya pengembalian seluruh modal yang dikeluarkan Jivajoy hingga memperoleh keuntungan. Total waktu pengembalian modal Jivajoy adalah enam bulan. Usaha Jivajoy ini dikatakan layak sebab waktu pengembalian modal kurang dari umur investasi Jivajoy yaitu selama 24 bulan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis studi kelayakan, usaha aromaterapi JivaJoy mempunyai prospek usaha yang baik dan layak untuk dikembangkan. Pada aspek non keuangan yang meliputi analisis bauran pemasaran, analisis teknis, serta rencana organisasi dan manajemen, Jivajoy dinilai layak untuk dijalankan. Hasil analisis aspek keuangan dapat dikatakan usaha ini layak dijalankan dengan nilai NPV positif sebesar Rp35.853.863, nilai IRR 24,43 persen dari discount factor lima persen, Nilai R/C 1,55 dan Payback Period selama enam bulan.

Saran

1. Pelaku usaha dapat meningkatkan kapasitas produksi dengan mengembangkan produk aromaterapi yang lebih variatif seperti diffuser, dan lilin aromaterapi. Hal tersebut untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas.
2. Pemerintah Kota Bogor diharapkan untuk mempertimbangkan produk ini sebagai bagian dari kesehatan ibu pasca melahirkan dengan melakukan membantu memperluas kemitraan dengan pusat kesehatan.
3. Penelitian selanjutnya perlu dilakukan untuk meneliti lebih dalam terkait analisis biaya produksi dan proyeksi keberlanjutan usaha guna memperkuat hasil analisis kelayakan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyanti, Y. (2002). Negotiating motherhood: the difficulties and challenges of rural first-time mothers in Parung, West Java. *Makara Kesehatan*, 6(1), 59-65.
- Fadhilah, U.N. 2023. Angka Baby Blues Indonesia Tertinggi Ketiga di Asia, Ada Apa? <https://ameeralife.com/berita/rvpage478/angka-baby-blues-indonesia-tertinggi-ketiga-di-asia-ada-apa>. [24 Oktober 2024].
- Filaili, N., Widiasih, R., dan Hendrawati, H. (2020). Gambaran Resiko Depresi Postpartum Pada Ibu Usia Remaja di Puskesmas Wilayah Garut. *Jurnal Kesehatan Bakti Tunas Husada: Jurnal Ilmu-ilmu Keperawatan, Analisis Kesehatan dan Farmasi*, 20(2), 269-278.
- Fitselson, E., Kim, S., Baker, A. dan Leight, K. (2011). Treatment of Postpartum Depression: Clinical, Psychological Options. *International Journal of Women's Health*, 1(3): 1-14.
- Husaeni, E.A. dan Sudaryanto, S., (2001). Silvikultur Cendana: Mencariluasan Budidaya Yang Layak Ekologis Dan Ekonomis. *Berita Biologi*, 5(5), 539-551.
- Nugrahani, R. (2019). Perbedaan Pertumbuhan dan Potensi Hasil 9 Jenis Tanaman Kemangi (*Ocimum basilicum L.*). *Jurnal produksi Tanaman*, 7(10), 1936-1942.
- Nurmalina, R., T. Sarianti, A. Karyadi. 2014. *Studi Kelayakan Bisnis*. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Putri, G. 2023. Sindrom baby blues. https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/2762/baby-blues-syndrome. [23 Oktober 2024].
- Rachman, S. M., dan Dewi, I. P. (2022). Efektivitas Aromatherapi Kemangi dan Cendana dengan Teknik Penguapan serta Coldpressing Pada Ibu Babyblues. *Jurnal Kesehatan Pertiwi*, 4(1), 51-58.
- Rahayu, S., Wawo, A.H., van Noordwijk, M., dan Hairiah, K. 2002. *Cendana: Deregulasi dan Strategi Pengembangannya*. Bogor: World Agroforestry Centre (ICRAF).
- Suwisto Eko, Syarief Rizal, dan Sugiyono (2017). Analisis Kelayakan Bisnis Usaha The Papua (*Vernonia Amygdalina*). *Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 12(2), 145-150.
- Witoko Pindo., Purbosari Ninik., dan Noor Mahmudah N. (2018). Analisis Kelayakan Usaha Budidaya Udang Vanname (*Litopenaeus Vannamei*) di Keramba Jaring Apung Laut. *Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil dan Menengah*. 13(2), 175-179.
- Wulansari Ana L. (2019). Pengaruh biaya tetap, biaya variabel, dan volume penjualan yang melampaui break event-point terhadap tingkat laba pada pabrik gula Modjopangoong Tulungagung [skripsi]. Tulungagung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri.