

Peran Perencanaan Bisnis Produk Sereal Berbasis Sayur Untuk Mendukung Gaya Hidup Sehat

Maykhalis Nur Safitri¹, Devina Ananta Sari², Fitria Kartika Sari³, Fazhabilla Nanda Savitri⁴, Sonja Andarini⁵, Indah Respati Kusumasari⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur , Indonesia

Email: 23042010153@student.upnjatim.id

Abstrak

Rendahnya konsumsi sayur di Indonesia menjadi tantangan serius bagi upaya peningkatan kualitas kesehatan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan menganalisis perencanaan bisnis produk sereal berbasis sayur sebagai solusi pangan sehat, praktis, dan bernilai gizi tinggi. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik deskriptif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian dilakukan di Surabaya, dengan responden dari berbagai usia. Hasil menunjukkan bahwa produk sereal yang diformulasi dari wortel, bayam, dan tomat ini diterima baik oleh konsumen karena cita rasa yang menarik dan nilai gizi yang tinggi. Strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial dan e-commerce mendukung pertumbuhan bisnis yang positif. Analisis kelayakan menunjukkan ROI sebesar 179,57% dalam enam bulan, dengan titik impas pada penjualan 28 porsi. Produk ini berpotensi besar dalam mendukung gaya hidup sehat sekaligus memberdayakan petani lokal dan pelaku UMKM. Perencanaan bisnis sereal sayur ini tidak hanya layak dikembangkan secara ekonomi, tetapi juga memiliki dampak sosial yang signifikan dalam membangun kebiasaan makan sehat secara berkelanjutan.

Kata kunci: sereal sayur, gaya hidup sehat, perencanaan bisnis

Abstract

Many people in Indonesia do not eat enough vegetables. This is a problem for public health. This study made and reviewed a business plan for a vegetable cereal product. The goal is to give people a healthy, easy, and nutritious food choice. The method used was qualitative, with interviews, observations, and collecting documents. The study took place in Surabaya with people of different ages. The result showed that the cereal, made from carrots, spinach, and tomatoes, was liked by many because it tasted good and was healthy. The product was sold using social media and online shops, which helped grow the business. The financial study showed a return on investment of 179.57% in six months. The product also reached break even at 28 portions sold. This cereal has the chance to help people eat better and also support local farmers and small businesses. The vegetable cereal is a good business idea and helps people live a healthier life.

Keywords: vegetable cereal, healthy lifestyle, business planning

Submit: Mei 2025

Diterima: Mei 2025

Publish: Mei 2025



Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY-NC-ND 4.0)

1. PENDAHULUAN

Gaya hidup sehat semakin menjadi prioritas masyarakat, terutama di wilayah perkotaan. Namun, konsumsi sayur di Indonesia masih sangat rendah, menurut data dari Survei Kesehatan Indonesia (2023) menunjukkan bahwa sebesar 96,7% masyarakat Indonesia berusia 5 tahun ke atas belum memenuhi asupan buah dan sayur harian yang dianjurkan, yaitu kurang dari lima porsi per hari. Rendahnya konsumsi sayur dapat meningkatkan risiko diabetes, obesitas, dan penyakit jantung. Sebaliknya, masyarakat di era modern menginginkan makanan yang tidak hanya sehat, tetapi juga praktis dan mudah dikonsumsi setiap hari. Tantangan muncul karena sebagian besar produk makanan praktis yang tersedia di pasaran masih mengandung banyak gula, lemak, dan pengawet, yang tidak sejalan dengan prinsip diet seimbang. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi pangan yang menggabungkan nilai gizi tinggi dan kemudahan konsumsi sangat diperlukan. Karena tidak ada pilihan makanan yang lebih fleksibel, perbedaan antara pola konsumsi masyarakat yang sebenarnya dan kebutuhan nutrisi semakin meningkat.

Sejumlah penelitian telah mengembangkan inovasi pangan berbasis sayur. Khumaira dan Lestari (2024) mengembangkan croissant dan soft cookies dengan kandungan gizi dari okra dan mengkudu, sementara Muti'ah et al. (2020) merancang mie sehat berbahan buah dan sayuran organik. Meskipun demikian, sebagian besar inovasi tersebut masih terbatas pada bentuk camilan ringan atau makanan berat. Inovasi pada kategori sarapan praktis berbasis sayur yang tinggi gizi masih jarang dijumpai. Pengembangan produk sereal berbasis sayur menjadi alternatif yang menjanjikan. Sereal merupakan makanan yang banyak dikonsumsi sebagai sarapan karena praktis, cepat disiapkan, dan memiliki

umur simpan yang relatif panjang. Melalui formulasi sayuran sebagai bahan dasar, sereal tidak hanya berpotensi meningkatkan konsumsi serat, vitamin, dan mineral harian, tetapi juga menghadirkan nilai tambah dari sisi kesehatan dan kenyamanan.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada formulasi sereal yang memadukan berbagai jenis sayuran lokal sebagai bahan utama dalam bentuk makanan cepat saji. Inovasi ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap pengembangan pangan fungsional di Indonesia sekaligus menjawab tantangan pola konsumsi masyarakat modern. Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk mengkaji proses perencanaan dan pengembangan produk inovatif berupa sereal sayur sebagai solusi pangan yang sehat, praktis, dan bernilai gizi tinggi. Fokus utama kajian ini adalah bagaimana produk ini dapat mendukung peningkatan kualitas gizi masyarakat Indonesia secara berkelanjutan.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggambarkan dan memahami fenomena secara mendalam, terutama yang berkaitan dengan makna, nilai, dan pandangan masyarakat terhadap suatu hal. Fokus penelitian ini terletak pada proses perencanaan bisnis produk sereal berbasis sayur sebagai bagian dari upaya mendukung gaya hidup sehat. Metode deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran yang jelas dan terperinci mengenai bagaimana perencanaan bisnis tersebut dilakukan, bagaimana respon masyarakat terhadap produk, serta bagaimana potensi produk ini dalam mendorong kebiasaan makan yang lebih sehat. Penelitian ini tidak bertujuan untuk menguji hipotesis atau menghasilkan angka-angka statistik, melainkan untuk memahami dan

menjelaskan apa yang terjadi di lapangan secara apa adanya.

Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Surabaya dan sekitarnya, dengan fokus pada lokasi pengembangan dan pemasaran produk sereal berbasis sayur. Surabaya memiliki basis konsumen yang sadar akan gaya hidup sehat dan menjadi salah satu pusat pertumbuhan usaha makanan sehat di Jawa Timur. Pemilihan lokasi ini selaras dengan sasaran pasar, yang ditujukan kepada konsumen yang aktif, dan berorientasi pada pola makan sehat.

Sumber Data

Data adalah bagian penting yang harus ada dalam menyusun sebuah informasi. Dalam penelitian ini, data yang digunakan bersifat kualitatif, yaitu data yang tidak disajikan dalam bentuk angka, namun diuraikan secara jelas dan mendetail agar memudahkan peneliti dalam menarik kesimpulan. Adapun sumber data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

a. Data Primer

Merupakan bahan materi yang diperoleh dari para partisipan penelitian melalui interaksi langsung. Data dikumpulkan berdasarkan pengalaman langsung kami dalam mengelola seluruh proses, mulai dari pembuatan hingga pengemasan. Selanjutnya, Konsumen produk sereal sehat yang memberikan persepsi dan pengalaman konsumsi, serta alasan memilih produk berbasis sayur.

b. Data Sekunder

Adalah Informasi yang didapat tanpa melalui pengumpulan data langsung dari lapangan, melainkan melalui kajian pustaka dan dokumentasi terhadap berbagai referensi serta arsip (seperti ulasan pelanggan) yang

relevan dengan topik penelitian. Bertujuan untuk memperoleh wawasan yang lebih komprehensif mengenai permasalahan utama yang diteliti.

Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Dilakukan dengan format semi-terstruktur terhadap pelaku usaha dan konsumen. Wawancara bertujuan untuk menggali persepsi, motivasi, dan pengalaman terkait penggunaan dan pengembangan produk sereal berbasis sayur. Wawancara direkam dan ditranskrip untuk dianalisis lebih lanjut.

b. Observasi

Observasi dilakukan secara konseptual untuk merancang alur produksi, metode pengemasan serta memahami bagaimana konsumen akan berinteraksi dengan sereal sayur ini sebagai alternatif sarapan yang sehat.

c. Dokumentasi

Dokumentasi sangat penting karena untuk menambah informasi dan pengetahuan yang disampaikan oleh narasumber. Peneliti mengumpulkan dan menelaah dokumen seperti proposal bisnis, analisis SWOT, segmentasi pasar, strategi 4P (*product, price, place, promotion*), serta konten-konten promosi. Dokumentasi ini digunakan untuk menegaskan hasil yang diperoleh dari wawancara dan observasi.

Analisis Data

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif, sehingga proses analisis data dilakukan secara mendalam melalui tahapan-tahapan yang bersifat deskriptif untuk menggambarkan secara menyeluruh proses

perencanaan bisnis produk sereal berbasis sayur.

1. Reduksi Data

Pada tahap awal, peneliti memisahkan informasi yang dianggap penting dari wawancara dengan pelaku usaha dan konsumen. Misalnya, tanggapan konsumen tentang rasa, kemasan, hingga alasan mereka memilih produk sereal sayur. Begitu juga data dari observasi langsung seperti proses produksi dan cara penyajian produk dirangkum secara ringkas dengan menekankan pada hal-hal yang berkaitan langsung dengan tujuan penelitian, yaitu bagaimana produk ini mendukung gaya hidup sehat.

2. Penyajian Data

Setelah data diringkas, peneliti menyusunnya dalam bentuk deskripsi naratif. Data dari wawancara digabungkan dengan hasil observasi dan dokumentasi, seperti proposal bisnis dan strategi pemasaran (4P). Misalnya, peneliti menampilkan bagaimana konsumen menanggapi kemasan produk yang dinilai menarik atau bagaimana strategi promosi melalui media sosial mampu menjangkau pasar lebih luas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Gambaran Umum Produk dan Perencanaan Bisnis

Produk yang dikembangkan dalam perencanaan bisnis ini adalah sereal berbasis sayur sebagai solusi inovatif untuk mendukung serta meningkatkan pola makan sehat masyarakat. Sereal ini dibuat dengan bahan baku utama berupa sayuran bernutrisi tinggi, seperti wortel, bayam, dan tomat yang dikombinasikan dengan tepung oat, madu, dan bahan tambahan lainnya yang tentunya tanpa pengawet. Bentuk dan cita rasa yang

lebih menarik, sereal ini dirancang sebagai alternatif konsumsi sayur yang praktis, bergizi, dan disukai oleh berbagai kelompok usia, terutama anak-anak dan orang dewasa khususnya dengan mobilitas tinggi. Perencanaan bisnis ini, produk sereal sayur memiliki nilai jual utama pada kandungan nutrisi yang tinggi, khususnya serat, vitamin A, K, dan zat besi. Kemudian tekstur yang renyah dan warna yang menarik dari sayur yang digunakan dapat meningkatkan selera makan.

Perencanaan bisnis produk sereal sayur ini bertujuan untuk menjawab permasalahan rendahnya konsumsi sayur, khususnya di kalangan anak-anak. Selain itu, perencanaan bisnis ini dirancang dengan baik dan memperhatikan segala aspek mulai dari bahan baku berkualitas tinggi, metode produksi yang menjaga kandungan nutrisi, model pengemasan yang menarik dan higienis, hingga strategi pemasaran digital yang menjangkau konsumen lebih luas melalui media sosial, dan penjualan via *e-commerce*. Dengan demikian, produk ini tidak hanya menargetkan pasar makanan sehat, tetapi juga mendukung transformasi gaya hidup masyarakat menuju pola konsumsi yang lebih seimbang dan berkelanjutan.

b. Analisis Pasar dan Kebutuhan Konsumen

Permasalahan rendahnya konsumsi sayur di Indonesia, sebagaimana dilaporkan oleh Survei Kesehatan Indonesia (SKI) tahun 2023 menyatakan bahwa terdapat 96,7% penduduk Indonesia yang berusia lebih dari 5 tahun dinyatakan kurang konsumsi sayur dari 5 porsi per hari dan buah dalam seminggu. Fenomena ini menjadi peluang pasar yang potensial untuk produk alternatif yang lebih praktis dan menarik. Kemudian berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah individu yang rutin berolahraga di Indonesia meningkat secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Kemudian survei dari

Kementerian Kesehatan, banyak masyarakat Indonesia kini lebih sering melakukan aktivitas fisik dan pola makan sehat, serta keinginan kuat untuk meninggalkan kebiasaan buruk yang terjadi selama pandemi. Ini menunjukkan pergeseran penting dalam kebiasaan masyarakat yang dulunya lebih pasif, menjadi lebih aktif dan peduli terhadap kesehatan tubuh.

Produk sereal sayur ditargetkan untuk segmen konsumen yang peduli terhadap kesehatan, memiliki mobilitas tinggi, dan mencari makanan yang praktis namun tetap bergizi. Selain itu, anak-anak yang cenderung menolak sayuran dalam bentuk utuh juga menjadi sasaran utama, karena produk ini mampu menyamarkan rasa sayur dengan tampilan dan rasa yang lebih disukai. Melalui pendekatan tersebut, produk ini diharapkan dapat mengisi celah kebutuhan pasar akan makanan sehat, mudah dikonsumsi, dan mampu menjadi bagian dari solusi gaya hidup sehat yang lebih inklusif dan menyenangkan.

c. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran untuk produk sereal sayur dirancang dengan menggunakan pendekatan *marketing mix* (bauran pemasaran) 4P, yakni *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion*. Menurut Kotler & Armstrong, (2002) dalam Erlangga, R., Tampi, J. R., & Kalangi, J. A. (2020) bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan sekumpulan alat yang digunakan secara terintegrasi dalam kegiatan pemasaran dan dikelola oleh perusahaan untuk menciptakan respon yang diharapkan dari pasar sasaran.

A. *Product* (produk)

Produk ini dikembangkan sebagai sereal praktis berbasis sayur dengan rasa yang disesuaikan agar tetap lezat dan mudah diterima, terutama oleh anak-anak dan orang dewasa yang cenderung enggan mengonsumsi sayur utuh. Melalui komposisi bahan alami seperti wortel, bayam, dan tomat, sereal ini dikemas

dalam bentuk renyah dengan warna-warna menarik, tanpa bahan pengawet, serta dilengkapi dengan informasi gizi pada kemasan yang menarik dan ramah lingkungan.

B. *Price* (harga)

Harga ditetapkan pada kisaran terjangkau dengan margin keuntungan yang tetap sehat, yaitu sekitar Rp8.000 per porsi. Penentuan harga mempertimbangkan daya beli masyarakat, biaya produksi, serta memposisikan produk sebagai makanan sehat yang tetap bisa dijangkau oleh masyarakat kalangan menengah.

C. *Place* (tempat)

Produk dipasarkan secara langsung melalui kanal digital seperti media sosial dan *e-commerce* (Shopee, Tokopedia, TikTok Shop).

D. *Promotion* (promosi)

Strategi promosi difokuskan pada *digital marketing* melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok dengan konten edukatif, dan promosi *bundling*. Selain itu, promosi *offline* seperti program *sampling*, hingga menjual langsung pada *event* tertentu seperti momen *car free day* dengan pendekatan *brand value* (sehat, praktis, dan peduli lingkungan) juga diterapkan untuk memperkuat jangkauan konsumen.

d. Analisis Kelayakan Bisnis

1. Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Laba per Porsi

Berdasarkan data produksi, biaya langsung untuk memproduksi 50 porsi sereal mencapai Rp180.000, atau sekitar Rp3.600 per porsi. Dengan tambahan penyusutan alat (Rp400), biaya pemasaran (Rp1.000), dan biaya riset dan pengembangan (Rp1.000), maka total harga pokok produksi (HPP) per porsi adalah Rp6.000. Produk ini dijual dengan harga Rp8.000 per porsi, sehingga

menghasilkan laba bersih sebesar Rp2.000 per porsi.

2. Analisis *Break Even Point* (BEP)

Break Even Point adalah titik impas dimana total pendapatan sama dengan total biaya, sehingga belum menghasilkan keuntungan namun tidak mengalami kerugian. Dalam laporan ini, BEP tercapai pada jumlah 28 porsi sereal per bulan. Dengan kata lain, jika penjualan mencapai 28 porsi, maka seluruh biaya tetap dan variabel dapat tertutupi.

3. Proyeksi Laba dalam 6 Bulan

Proyeksi keuangan menunjukkan pertumbuhan produksi dari 50 porsi pada bulan pertama hingga 100 porsi mulai bulan keempat. Dalam enam bulan, total produksi mencapai 450 porsi, menghasilkan pendapatan sebesar Rp3.600.000 dan laba bersih sebesar Rp1.257.000. Laba bersih ini menunjukkan tren pertumbuhan yang positif dan memperlihatkan potensi peningkatan keuntungan jika volume produksi ditingkatkan.

4. Kelayakan dari Sisi Modal dan ROI

Modal awal yang dibutuhkan untuk memulai usaha ini sebesar Rp700.000, termasuk pembelian peralatan produksi dan dana cadangan. Dengan perolehan laba bersih Rp1.257.000 dalam enam bulan, maka *Return on Investment* (ROI) dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{ROI} = (\text{Laba Bersih} / \text{Modal Awal}) \times 100\% = (1.257.000 / 700.000) \times 100\% = 179,57\% \text{ (dalam 6 bulan)}$$

Nilai ROI ini tergolong sangat tinggi dan menunjukkan bahwa usaha ini sangat layak secara ekonomi, terutama dalam skala mikro dan berbasis UMKM.

5. Potensi Pertumbuhan dan Skalabilitas

Produk sereal sayur memiliki keunggulan kompetitif dari sisi inovasi

bahan (berbasis sayuran), kemasan menarik, serta strategi pemasaran digital yang aktif. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat, produk ini berpeluang besar untuk dikembangkan dalam skala produksi lebih besar dan merambah pasar ritel serta e-commerce secara lebih luas.

Berdasarkan hasil analisis, usaha sereal sayur dinilai layak dan prospektif untuk dikembangkan. Dengan margin keuntungan yang jelas, modal awal yang relatif kecil, serta proyeksi ROI yang tinggi, bisnis ini memiliki potensi pertumbuhan yang kuat. Selain mendukung gaya hidup sehat, usaha ini juga mampu memberikan kontribusi nyata terhadap pemberdayaan ekonomi lokal dan keberlanjutan pangan sehat.

d. Peran Produk terhadap Gaya Hidup Sehat

Sereal berbahan dasar sayuran ini dirancang untuk mendukung pola konsumsi yang lebih sehat di kalangan masyarakat. Mengandalkan bahan utama berupa wortel, bayam, dan tomat, produk ini mengandung beragam zat gizi yang memberikan manfaat positif bagi kesehatan tubuh. Wortel, misalnya, merupakan sumber beta karoten yang diubah tubuh menjadi vitamin A. Vitamin ini memiliki peran penting dalam menjaga kesehatan mata dan meningkatkan sistem imun. Selain itu, kandungan vitamin E dalam wortel diketahui mampu menghambat pembentukan prostaglandin, sehingga dapat membantu meredakan nyeri menstruasi serta meningkatkan kadar hemoglobin (Pratiwi & Kamidah, 2024). Bayam juga menjadi komponen penting karena kandungan zat besinya yang tinggi, yakni sekitar 8,3 mg per 100 gram. Zat besi sangat diperlukan dalam proses pembentukan sel darah merah, sehingga konsumsi bayam sangat baik untuk mencegah anemia. Selain itu, bayam

mengandung vitamin A, C, dan E serta antioksidan yang mendukung pencegahan penyakit kronis seperti tekanan darah tinggi, kanker, dan gangguan metabolik (Legi et al., 2023).

Sementara itu, tomat dikenal sebagai sumber likopen, yaitu antioksidan kuat yang membantu menangkal radikal bebas dan menurunkan risiko penyakit jantung serta kanker. Vitamin C yang terdapat dalam tomat juga berperan dalam membantu penyerapan zat besi dari makanan, sehingga dapat mendukung peningkatan hemoglobin dalam tubuh (Lestari, Aulya, & Widowati, 2022). Oleh karena itu, kombinasi tiga bahan ini wortel, tomat, dan bayam dalam satu produk olahan dapat meningkatkan kandungan nutrisi seperti beta karoten, likopen, dan magnesium. Senyawa-senyawa ini berfungsi sebagai antioksidan alami yang berperan dalam menjaga sel tubuh dari kerusakan akibat radikal bebas serta membantu mencegah berbagai penyakit degeneratif yang sangat bermanfaat untuk tubuh.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa konsumen dari berbagai rentang usia, produk sereal berbasis sayur ini mendapat respons yang sangat positif. Naila (23 tahun) menyatakan bahwa rasa sereal ini enak dan tidak seperti makanan sehat yang identik dengan rasa hambar, sementara Zaki (17 tahun) mengaku terkejut bahwa produk seenak ini hanya seharga Rp8.000 dan berasal dari bahan dasar sayuran, menunjukkan bahwa rasa dan harga produk sangat kompetitif. Deska (12 tahun) juga mengungkapkan bahwa ia menyukai produk ini karena tidak terasa seperti sayur dan tampilannya menarik, sehingga ia tidak merasa seperti sedang dipaksa makan sayuran. Temuan ini menunjukkan keberhasilan produk dalam menyamarkan rasa khas sayur dan menyesuaikannya dengan preferensi berbagai kelompok konsumen, termasuk anak-anak dan remaja. Selain itu, produk ini membantu ibu rumah

tangga dalam memperkenalkan sayuran kepada anak tanpa perlu paksaan, menjadi indikator positif terhadap perubahan kebiasaan makan yang lebih sehat dan seimbang di kalangan masyarakat.

Implikasi Bisnis dan Sosial

Pengembangan produk sereal berbasis sayur ini tidak hanya memberikan keuntungan secara finansial bagi pelaku usaha, tetapi juga menghadirkan nilai tambah sosial. Menghadirkan sayuran dalam bentuk sereal yang praktis dan disukai berbagai kalangan, produk ini juga mendorong peningkatan konsumsi sayur di masyarakat, khususnya sebagai bagian dari kebiasaan sarapan harian yang lebih sehat. Selain itu, produk ini membuka peluang besar bagi pelaku UMKM di sektor makanan sehat untuk mengadopsi model bisnis serupa. Bahan baku diperoleh langsung dari petani lokal, kegiatan ini membentuk ekosistem bisnis yang saling memberdayakan, dari hulu hingga hilir. Hal ini berpotensi meningkatkan pendapatan petani, mengurangi ketergantungan terhadap impor bahan pangan, serta memperkuat ketahanan pangan lokal. Dengan demikian, perencanaan bisnis ini tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan semata, tetapi juga menjadi sarana edukatif tentang pentingnya pola makan sehat, sekaligus mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat dan praktik pertanian yang berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa membuat produk sereal berbasis sayur dapat menjadi inovasi yang hebat untuk membantu masyarakat modern dalam menjaga pola makan sehat, terutama bagi orang-orang yang sering beraktivitas dan juga bagi anak-anak yang cenderung menolak konsumsi sayuran dalam bentuk utuh. Formulasi produk yang memadukan sayuran lokal seperti wortel, bayam, dan tomat dengan

bahan bergizi lainnya menghasilkan sereal praktis, bergizi, dan disukai berbagai kalangan. Perencanaan bisnis yang mencakup aspek produksi, pemasaran, dan analisis kelayakan menunjukkan bahwa produk ini layak untuk dikembangkan lebih lanjut, dengan ROI yang tinggi dan respons positif dari pasar.

Untuk tujuan ini, tindakan strategis lanjutan yang disarankan adalah termasuk meningkatkan skala produksi, meningkatkan pengetahuan konsumen tentang manfaat sereal sayur, dan bekerja sama dengan petani lokal. Untuk memenuhi standar pangan yang lebih ketat dan berdaya saing di pasar domestik dan internasional, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang kandungan gizi dan daya simpan produk.

REFERENSI

- Daryana, AP, Saragih, VG, Akita, A (2025). TREN HEALTHY FAST FOOD: ANALISIS MODEL BISNIS DAN POTENSI PERTUMBUHAN DI ERA GAYA HIDUP SEHAT DI KOTA MEDAN. *Jurnal Manajemen dan ...*, ejournal.ust.ac.id, <https://ejournal.ust.ac.id/index.php/JI-MB_ekonomi/article/view/4693>
- Erlangga, R., Tampi, J. R., & Kalangi, J. A. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Pada Halu Kopinspirasi. *Productivity*, 1(2), 197-202.
- Khumaira, A, & Lestari, TE (2024). Croohluxe (Croissant and Soft Cookies Bright Health Deluxe): Bernutrisi Dari Okra dan Mengkudu Dengan Dixar Game Sebagai Pencegah Peningkatan Diabetes. ... of Innovation and Technology in MBKM, journal.unesa.ac.id, <<https://journal.unesa.ac.id/index.php/jit-mbkm/article/view/40364>>
- Legi, N. N., Langi, G. K. L., Ranti, I., & Mazaini, I. (2023). *Olahan Bayam Untuk Meningkatkan Kadar Hemoglobin Pada Ibu Hamil*. *Jurnal GIZIDO*, 15(1), 45–50.
- Lestari, S. D., Aulya, Y., & Widowati, R. (2022). *Pengaruh Konsumsi Jus Tomat terhadap Kenaikan Kadar Hemoglobin pada Ibu Hamil Trimester III dengan Anemia di RSUD Ciawi*. *Jurnal Akademika Baiturrahim Jambi*, 11(1), 135–141.
- Muti'ah, R, Aisyah, N, Oktaviani, S (2020). Edukasi Pengenalan Mie Sehat Organik Dari Buah Dan Sayuran. COMSEP: jurnal.adai.or.id, <<https://jurnal.adai.or.id/index.php/comsep/article/view/20>>
- Nuralita, S, Silaningsih, E, Kartini, T, Harini, S (2025). Cookies Daun Kelor sebagai Produk OVOP: Upaya Pemberdayaan Ekonomi dan Gizi di Desa Tegal. *NUSANTARA Jurnal ...*, prin.or.id, <<https://prin.or.id/index.php/nusantara/article/view/4601>>
- Pratiwi, D. A., & Kamidah, K. (2024). *Pengaruh Pemberian Jus Wortel terhadap Penurunan Disminore pada Remaja di Desa Ngablak*. *Medical Laboratory Journal*, 2(3), 134–144.
- Salsabila, H., & Kurniasari, R. (2024). Pentingnya Konsumsi Buah Dan Sayur Pada Remaja: Literature Review. *Jurnal Kesehatan Tambusai*, 5(2), 3051-3058