

## PENGEMBANGAN LIPSTIK SIRIH SEBAGAI INOVASI KOSMETIK HERBAL NUSANTARA MELALUI PENDEKATAN ANALISIS SWOT DAN *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC)

Eki Aditya Warman<sup>1</sup>, Zweita Chelsea Purwadi<sup>2</sup>, Dwi Rizky Gemilang<sup>3</sup>, Farah Aulia Fairuzzahra<sup>4</sup>, Jannatus Sa'adiyah<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Manajemen; Universitas Bina Insani; Jl. Raya Siliwangi No.6, RT.001/RW.004, Sepanjang Jaya, Kec. Rawalumbu, Kota Bks, Jawa Barat 17114-900,0 m ; e-mail: info@binainsani.ac.id,

\*Korespondensi: e-mail: [zweitachelseap@gmail.com](mailto:zweitachelseap@gmail.com)

Diterima: 18/9/2025; Review: 17/10/2025; Disetujui: 20/11/2025

---

**Abstrak:** Industri kosmetik Indonesia menunjukkan pertumbuhan pesat seiring meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk berbahan alami (clean beauty). Penelitian ini bertujuan mengembangkan LIPSTIK SIRIH sebagai inovasi kosmetik bibir herbal berbasis ekstrak daun sirih merah (*Piper crocatum*) dan menganalisis kelayakan usahanya menggunakan pendekatan manajerial. Penelitian menggunakan desain research and development dengan pendekatan deskriptif-kualitatif. Analisis bisnis dilakukan menggunakan Business Model Canvas (BMC) dan analisis SWOT. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan utama produk terletak pada kandungan bioaktif unik daun sirih merah yang belum banyak dieksplorasi kompetitor, dengan peluang ekspansi yang diperkuat oleh tren clean beauty dan digitalisasi pemasaran. Perancangan BMC menggambarkan proposisi nilai yang menonjolkan manfaat antioksidan dan antibakteri, segmen pelanggan generasi muda urban serta konsumen kulit sensitif, serta distribusi melalui kombinasi platform digital dan jalur offline. LIPSTIK SIRIH memiliki potensi kuat sebagai kosmetik herbal fungsional berbasis bahan lokal yang mendukung pelestarian kearifan lokal Nusantara.

**Kata kunci:** Analisis SWOT, *Business Model Canvas*, Daun Sirih Merah, Kosmetik Herbal, UMKM

**Abstract:** Indonesia's cosmetics industry is experiencing rapid growth driven by increasing consumer awareness toward natural and herbal-based products (clean beauty). This study aims to develop LIPSTIK SIRIH as an innovative herbal lip cosmetic based on red betel leaf extract (*Piper crocatum*) and to analyze its business feasibility through a managerial approach. The research applied a research and development design with a descriptive-qualitative method. Business analysis was conducted using the Business Model Canvas (BMC) and SWOT framework. SWOT analysis results indicate that the product's primary strength lies in the unique bioactive compounds of red betel leaf that remain largely unexplored by competitors, with market expansion opportunities reinforced by the clean beauty trend and digital marketing growth. The BMC design illustrates a value proposition centered on antioxidant and antibacterial benefits, customer segments comprising urban youth and sensitive-skin consumers, and distribution through a combination of digital platforms and offline channels. LIPSTIK SIRIH demonstrates strong potential as a functionally sound herbal cosmetic based on local ingredients that supports the preservation of Indonesian traditional knowledge.

**Keywords:** SWOT Analysis, *Business Model Canvas*, Red Betel Leaf, Herbal Cosmetics, MSME

### 1. Pendahuluan

Perkembangan industri kosmetik Indonesia saat ini menunjukkan peningkatan yang sangat pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap penampilan dan kesehatan kulit. Produk kosmetik tidak lagi hanya berfungsi sebagai alat estetika, tetapi juga diharapkan

memiliki manfaat perawatan (*cosmeceutical*) yang mampu menjaga kesehatan kulit secara alami. Namun, sebagian besar produk lipstik konvensional masih menggunakan bahan kimia sintesis seperti pewarna buatan, pengawet, dan logam berat yang dalam penggunaan jangka panjang berpotensi menimbulkan iritasi, bibir kering, hiperpigmentasi, bahkan gangguan kesehatan tertentu. Kondisi ini mendorong munculnya tren kosmetik berbasis bahan alami yang lebih aman, ramah lingkungan, dan berkelanjutan. Pemanfaatan bahan herbal lokal sejalan dengan konsep *green cosmetics* yang menekankan keamanan, keberlanjutan, dan pemanfaatan sumber daya alam lokal secara optimal [1].

Indonesia sebagai negara dengan keanekaragaman hayati yang tinggi memiliki potensi besar dalam pengembangan kosmetik herbal berbasis tanaman tradisional. Salah satu tanaman yang memiliki nilai farmakologis tinggi adalah daun sirih merah (*Piper crocatum*). Tanaman ini sejak lama dimanfaatkan dalam pengobatan tradisional karena kandungan senyawa bioaktifnya yang beragam, seperti flavonoid, alkaloid, tanin, saponin, serta minyak atsiri yang berperan sebagai antioksidan dan antibakteri alami. Bibir merupakan bagian kulit yang memiliki lapisan pelindung lebih tipis dibandingkan bagian tubuh lainnya sehingga lebih rentan mengalami kekeringan, pecah-pecah, infeksi bakteri, serta kerusakan akibat radikal bebas. Paparan sinar ultraviolet, polusi udara, dan penggunaan kosmetik berbahan kimia dapat mempercepat kerusakan sel kulit bibir melalui proses oksidasi. Senyawa antioksidan pada daun sirih merah diketahui mampu menangkal radikal bebas dengan cara menstabilkan molekul reaktif sehingga membantu menjaga kelembapan dan elastisitas bibir, sementara aktivitas antibakterinya berperan dalam menghambat pertumbuhan mikroorganisme penyebab infeksi ringan pada area bibir [2].

Beberapa penelitian ilmiah menunjukkan bahwa ekstrak daun sirih merah memiliki aktivitas antioksidan yang kuat karena kandungan flavonoid dan polifenolnya yang tinggi. Penelitian oleh [3]. menyatakan bahwa sirih merah mengandung senyawa fenolik yang berperan dalam menangkal radikal bebas serta membantu proses regenerasi sel. Selanjutnya, penelitian [4]. dalam Jurnal Farmasi Indonesia menemukan bahwa ekstrak *Piper crocatum* memiliki aktivitas antibakteri terhadap bakteri *Staphylococcus aureus* yang sering menjadi penyebab infeksi kulit ringan. Penelitian lain oleh [5] dalam Jurnal Biologi Tropis menunjukkan bahwa kandungan antioksidan daun sirih merah berpotensi digunakan sebagai bahan aktif produk kosmetik herbal karena sifatnya yang alami dan relatif aman bagi kulit. Selain aktivitas antioksidan dan antibakteri, daun sirih merah juga mengandung vitamin alami dan senyawa bioaktif yang membantu menjaga kelembapan serta mempercepat pemulihan jaringan kulit bibir, menjadikannya tidak hanya berfungsi sebagai bahan pewarna alami tetapi juga sebagai agen perawatan bibir yang bersifat terapeutik [1]. Pemanfaatan ekstrak tanaman lokal dalam formulasi produk konsumen seperti ini terbukti meningkatkan nilai tambah produk sekaligus mendukung ketahanan industri berbasis kearifan lokal [2].

Dalam perspektif manajemen dan ekonomi, keberhasilan inovasi produk tidak hanya ditentukan oleh nilai gizi atau khasiat, tetapi juga oleh ketepatan model bisnis, strategi pemasaran, struktur biaya, serta kemampuan menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Usaha LIPSTIK SIRIH termasuk dalam kategori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak pada sektor industri kosmetik herbal, sehingga memerlukan pendekatan manajerial yang komprehensif agar mampu bersaing secara efektif di pasar. Penelitian menunjukkan bahwa strategi harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing dan kinerja UMKM sektor pangan dan kosmetik [6]. Analisis SWOT terbukti efektif dalam mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi daya saing usaha, termasuk dalam konteks *labelling*, *packaging*, dan digitalisasi pemasaran UMKM berbasis produk lokal [7]. Sementara itu, *Business Model Canvas (BMC)* sebagai kerangka visual sembilan elemen dinilai lebih adaptif untuk pengembangan model bisnis UMKM inovatif karena mampu menghubungkan proposisi nilai dengan segmen pelanggan secara *holistik* [8]. Oleh karena itu, pendekatan BMC dan analisis SWOT digunakan secara terintegrasi untuk memetakan proposisi nilai, segmen pelanggan, saluran distribusi, serta mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha LIPSTIK SIRIH secara komprehensif.

Berdasarkan potensi tersebut, inovasi LIPSTIK SIRIH (Lipstik Sirih Herbal) hadir sebagai solusi kosmetik herbal nusantara yang menggabungkan fungsi estetika dan kesehatan. Produk ini dirancang menggunakan ekstrak daun sirih merah sebagai bahan utama untuk menghasilkan lipstik yang tidak hanya memberikan warna alami, tetapi juga memiliki manfaat antioksidan, antibakteri, serta nutrisi alami yang mampu menjaga kesehatan bibir secara

berkelanjutan. Pengembangan LIPSTIK SIRIH selaras dengan prinsip Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya SDG 3 (*Good Health and Well-being*) dalam mendorong penggunaan produk perawatan diri yang lebih aman dan sehat, SDG 8 (*Decent Work and Economic Growth*) melalui pemberdayaan ekonomi lokal berbasis bahan baku herbal, serta SDG 12 (*Responsible Consumption and Production*) melalui penerapan prinsip ramah lingkungan dan pengelolaan bahan alami secara bijak. Inovasi ini diharapkan dapat menjadi alternatif kosmetik yang lebih aman, mendukung pemanfaatan tanaman obat Indonesia, serta meningkatkan nilai ekonomi produk herbal lokal melalui pengembangan kosmetik berbasis penelitian ilmiah [9].

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan *research and development study* dengan pendekatan deskriptif-kualitatif [10]. Penelitian dilaksanakan di Universitas Bina Insani, Bekasi, selama periode Februari hingga Mei 2025. Fokus penelitian adalah pengembangan produk LIPSTIK SIRIH berbasis ekstrak daun sirih merah (*Piper crocatum*) serta analisis kelayakan usaha menggunakan pendekatan SWOT dan *Business Model Canvas (BMC)* [10].

### Desain dan Tahapan Penelitian

Penelitian terdiri dari empat tahap utama:

1. Analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan produk herbal) dan faktor eksternal (peluang pasar *clean beauty* dan ancaman persaingan kompetitor).
2. Perencanaan Model Bisnis melalui penyusunan *Business Model Canvas (BMC)* meliputi sembilan elemen: *customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structure*.
3. Formulasi dan Produksi Produk meliputi: ekstraksi daun sirih merah, pencampuran dengan bahan carrier (Vico Oil, Vaseline, minyak zaitun, serum vitamin), pengujian pH, pengemasan dalam wadah Lipstik higienis bervolume standar.

Strategi Pemasaran dengan pendekatan *Marketing Mix 4P*: *Product* (Lipstik herbal tanpa bahan kimia berbahaya), *Price* (Rp65.000/unit), *Place* (kampus, bazar, Instagram, TikTok, Shopee), dan *Promotion* (konten edukatif berbasis AIDA).

### Subjek dan Teknik Sampling

Uji produk melibatkan 30 responden yang terdiri dari mahasiswa, dosen, dan masyarakat umum usia 15–45 tahun. Teknik sampling menggunakan *purposive sampling* berdasarkan kriteria: pengguna rutin produk kosmetik bibir, tidak memiliki alergi terhadap bahan-bahan herbal penyusun produk, dan bersedia mengikuti uji produk.

### Analisis Kelayakan Finansial

Analisis finansial dilakukan dengan menghitung:

1. Harga Pokok Produksi (HPP) = Total Biaya Produksi ÷ Jumlah Unit Produksi
2. Margin Kontribusi = Harga Jual – Biaya Variabel per Unit
3. *Break Even Point (BEP)* = Total Biaya ÷ Harga Jual per Unit
4. *Net Profit Margin* = ((Harga Jual – HPP) / Harga Jual) × 100%

Harga jual ditetapkan sebesar Rp65.000 per unit berdasarkan pendekatan *value-based pricing* dan analisis daya beli segmen target. Kapasitas produksi dirancang sebesar 128 pcs per bulan (8 sesi produksi × 16 pcs per sesi)

## 3. Hasil dan Pembahasan

Bagian ini menyajikan hasil pengembangan produk LIPSTIK SIRIH berbasis ekstrak daun sirih merah sebagai kosmetik bibir herbal yang inovatif. Hasil yang ditampilkan meliputi analisis SWOT, perancangan *Business Model Canvas (BMC)*, karakteristik produk, implementasi strategi pemasaran, serta analisis kelayakan finansial.

### 3.1 Hasil Analisis SWOT LIPSTIK SIRIH

Analisis SWOT dilakukan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan pengembangan LIPSTIK SIRIH. Pendekatan ini digunakan untuk merumuskan strategi bisnis yang adaptif terhadap dinamika pasar kosmetik herbal serta memperkuat keunggulan kompetitif produk berbasis tanaman sirih. Hasil analisis dirangkum pada Tabel 1 berikut.

**Tabel 1. Matriks SWOT Lipstik Sirih**

Matriks SWOT	Peluang (Opportunities)	Ancaman (Threats)	Strategi / Keterangan
<b>Kekuatan (Strengths)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tren natural &amp; herbal beauty di kalangan generasi muda.</li> <li>2. Edukasi manfaat sirih merah sebagai bahan kosmetik alami.</li> <li>3. Potensi kolaborasi dengan klinik kecantikan dan universitas.</li> <li>4. Akses distribusi melalui marketplace digital.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persaingan dari merek kosmetik natural mapan (Sariayu, Sensatia).</li> <li>2. Perubahan tren kecantikan yang cepat.</li> <li>3. Regulasi BPOM dan keamanan kosmetik yang ketat.</li> <li>4. Fluktuasi harga bahan baku herbal.</li> </ol>	Strategi SO: Memanfaatkan keunikan sirih merah sebagai bahan kosmetik herbal lokal yang belum banyak dieksplorasi untuk menarik segmen pasar clean beauty.
<b>Kelemahan (Weaknesses)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk berbasis daun sirih merah kaya antioksidan dan antibakteri.</li> <li>2. Kesadaran konsumen terhadap clean beauty dan herbal cosmetics meningkat.</li> <li>3. Kemitraan dengan petani lokal untuk pasokan daun sirih.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurangnya familiaritas masyarakat terhadap kosmetik berbahan sirih.</li> <li>2. Biaya awal pengembangan dan uji laboratorium cukup tinggi.</li> <li>3. Keterbatasan kapasitas produksi dan SDM teknis kosmetik.</li> </ol>	Strategi WT: Lakukan efisiensi produksi, optimalkan media sosial untuk edukasi pasar, dan kembangkan varian warna baru yang sesuai preferensi konsumen muda.

Secara keseluruhan, hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa LIPSTIK SIRIH memiliki potensi tinggi untuk tumbuh sebagai produk kosmetik herbal yang kompetitif dan berkelanjutan. Kekuatan utama terletak pada kandungan bioaktif unik daun sirih merah yang belum banyak dieksplorasi oleh kompetitor, sementara peluang ekspansi pasar diperkuat oleh tren *clean beauty* dan digitalisasi pemasaran. Strategi SO yang utama adalah memanfaatkan positioning unik tersebut untuk menembus pasar generasi muda yang peduli terhadap keamanan produk kecantikan.

### 3.2 Hasil Perancangan Business Model Canvas (BMC)

Perancangan model bisnis LIPSTIK SIRIH menggunakan *Business Model Canvas* yang terdiri dari sembilan elemen utama. Model ini menggambarkan keterkaitan antara nilai produk, pelanggan, dan strategi operasional yang dijalankan. *Value proposition* LIPSTIK SIRIH menonjolkan manfaat kesehatan dari kandungan antioksidan dan antibakteri daun sirih merah, disertai kemudahan konsumsi, harga terjangkau, dan kemasan aplikator presisi yang estetik.

*Customer segments* mencakup: (1) Generasi muda urban (15–35 tahun) yang aktif di media sosial dan mengikuti tren *clean beauty*; (2) Ibu rumah tangga dan wanita karier yang

mencari produk perawatan bibir aman jangka panjang; (3) Konsumen kulit sensitif yang menghindari bahan kimia sintetis; (4) *Eco-friendly consumers* yang mendukung produk herbal lokal berkelanjutan.

*Elemen channels* berfokus pada kombinasi platform digital (Instagram, TikTok, Shopee, Tokopedia) dan jalur offline (bazar kampus, event UMKM, penjualan langsung di lingkungan Universitas Bina Insani). *Key partnerships* melibatkan petani lokal penghasil sirih merah untuk memastikan keberlanjutan pasokan bahan baku berkualitas.



Sumber: Hasil Penelitian (2026)

Gambar 1. BMC Lipstik Sirih

Dari sisi struktur biaya, total biaya operasional awal mencapai Rp1.161.820 untuk produksi *batch* pertama 16 unit. Rincian struktur biaya disajikan pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Rekonsiliasi Struktur Biaya Lipstik Sirih

Komponen	Jenis Biaya	Total (Rp)
Bahan baku (Daun Sirih, Vaseline, Minyak Zaitun, Serum+Vitamin)	Variabel	Rp768.376
Kemasan & peralatan produksi	Variabel	Rp148.444
Biaya administrasi & pengembangan produk	Tetap	Rp209.000
Biaya ATK & penunjang	Tetap	Rp36.000
<b>Total Biaya Operasional</b>		<b>Rp1.161.820</b>

Harga jual ditetapkan sebesar Rp65.000 per unit dengan HPP Rp48.024 per unit, sehingga diperoleh margin kontribusi sebesar Rp16.976 per unit. *Gross Profit Margin (GPM)* mencapai 26%, sementara *Net Profit Margin (NPM)* mencapai 36% dari harga jual, yakni:

$$NPM = ((Rp65.000 - Rp48.024) / Rp65.000) \times 100\% = 26,1\% \text{ per unit}$$

$$\text{Laba bersih tahunan} = Rp115.200.000 - Rp73.764.096 - Rp684.000 = Rp40.751.904$$

### 3.3 Karakteristik Produk dan Hasil Pengujian

LIPSTIK SIRIH dikembangkan dalam konsep '*Healthy Lip, Practical Lifestyle*', yaitu kosmetik bibir padat manfaat yang mudah digunakan kapan saja. Produk ini berbentuk Lipstik cair dengan formulasi ringan (*weightless formula*) berbahan dasar ekstrak daun sirih merah yang dikombinasikan dengan bahan alami: Vico Oil, Vaseline, minyak zaitun, dan serum vitamin.

Tiga varian produk yang dikembangkan:

1. Merah Natural – rona merah alami untuk tampilan sehari-hari yang segar
2. Marun Elegan – warna lebih pekat untuk segmen dewasa dan formal
3. Rosy Glow – rona merah muda untuk kesan muda dan cerah

Setiap unit LIPSTIK SIRIH dikemas menggunakan botol Lipstik transparan dengan aplikator presisi untuk memudahkan teknik ombre lips. Desain label mengusung konsep '*Organic Luxury*' dengan warna hijau natural dan putih yang melambangkan kesehatan dan kejernihan bahan baku. Kemasan dilengkapi *QR code* yang mengarahkan konsumen ke konten edukatif mengenai manfaat farmakologis daun sirih merah.

Pengujian produk terhadap 30 responden menunjukkan tingkat penerimaan yang positif, khususnya pada aspek kemudahan aplikasi, rona warna alami, dan kenyamanan formula ringan di bibir. Hasil survei preferensi konsumen menunjukkan 78% responden lebih menyukai Lipstik dengan cita rasa alami dan tidak terlalu tebal. Seluruh responden dalam segmen kulit sensitif menyatakan tidak mengalami iritasi atau ketidaknyamanan setelah penggunaan.

### 3.4 Analisis Ukuran Pasar (TAM, SAM, SOM)

Analisis ukuran pasar dilakukan untuk memahami potensi bisnis LIPSTIK SIRIH secara kuantitatif. Pendekatan TAM-SAM-SOM digunakan untuk memetakan potensi pasar mulai dari skala nasional hingga pencapaian realistis tahun pertama usaha. Hasil analisis disajikan pada Tabel 3 berikut:

**Tabel 3. Analisis TAM, SAM, dan SOM Lipstik Sirih**

Indikator	Nilai	Keterangan
TAM	Rp 35,1 Triliun/tahun	Total wanita usia produktif peduli herbal se-Indonesia
SAM	Rp 7,02 Triliun/tahun	10 kota besar distribusi awal LIPSTIK SIRIH
SOM	Rp 230.400.000/tahun	Kapasitas produksi tahun pertama (1.536 pcs/tahun)

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Total Addressable Market (TAM)* mencapai Rp35,1 triliun per tahun, mencerminkan keseluruhan nilai pasar nasional dari konsumen potensial wanita usia produktif di perkotaan yang peduli terhadap kosmetik herbal. *Serviceable Available Market (SAM)* yang dapat dijangkau melalui distribusi awal di 10 kota besar bernilai sekitar Rp7,02 triliun per tahun. Sementara itu, *Serviceable Obtainable Market (SOM)* yang realistis dicapai pada tahun pertama adalah Rp230.400.000 per tahun berdasarkan kapasitas produksi 128 unit/bulan.

### 3.5 Implementasi Strategi Pemasaran

Implementasi strategi pemasaran LIPSTIK SIRIH dilaksanakan dengan pendekatan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) 4P yang integratif, menggabungkan kanal online dan offline untuk jangkauan pasar yang lebih luas dan efektif.

#### 1. *Product* (Produk)

LIPSTIK SIRIH dikembangkan sebagai Lipstik herbal dengan konsep '*The Healing Beauty*', yaitu produk kecantikan yang sekaligus berfungsi sebagai perawatan bibir (*antiseptic care*). Produk mengandung ekstrak daun sirih merah yang kaya flavonoid, tanin, dan polifenol dengan aktivitas antioksidan dan antibakteri yang telah terbukti secara ilmiah. Formulasi ringan memastikan bibir tetap lembap dan terhindar dari iritasi atau kekeringan.

#### 2. *Price* (Harga)

Strategi penetapan harga LIPSTIK SIRIH menggunakan pendekatan *value-based pricing* dengan harga jual Rp65.000 per unit. Penetapan harga ini mempertimbangkan nilai manfaat kesehatan yang ditawarkan, daya beli segmen target (mahasiswa dan wanita muda urban), serta posisi di antara produk herbal premium yang kompetitif. HPP

sebesar Rp48.024 menghasilkan margin laba 36% yang dinilai kompetitif untuk UMKM tahap awal.

### 3. Place (Distribusi)

Distribusi dilakukan melalui dua jalur utama:

- Online *Channel* (60%): Shopee, Tokopedia, Instagram, TikTok Shop, dan WhatsApp *Business*.
- Offline *Channel* (40%): Penjualan langsung di kampus Universitas Bina Insani, *Car Free Day* (CFD), dan bazar UMKM

### 4. Promotion (Promosi)

Promosi dilaksanakan secara terpadu melalui: (1) Konten edukasi digital di Instagram dan TikTok mengenai manfaat farmakologis daun sirih merah dan kesehatan bibir; (2) *Word of mouth* marketing melalui testimoni pengguna awal; (3) Kampanye *smart packaging* dengan *QR code* yang mengarahkan konsumen ke konten informatif; (4) Program loyalitas dan *pre-order* berbasis komunitas kampus; (5) Partisipasi aktif dalam festival kecantikan, pameran UMKM, dan event kesehatan.

## 3.6 Analisis Kompetitor

Analisis kompetitor dilakukan untuk memetakan posisi LIPSTIK SIRIH di antara merek-merek kosmetik herbal yang telah ada. Hasil analisis disajikan pada Tabel 4 berikut:

**Tabel 4. Analisis Kompetitor Lipstik Sirih**

Kompetitor	Deskripsi	Peluang Diferensiasi LIPSTIK SIRIH
From This Island	Merek lokal berbasis keberlanjutan bahan alami asli Indonesia (Maudy Ayunda).	Menonjolkan keunikan sirih dan manfaat antibakteri yang tidak dimiliki pesaing.
Sariayu	Merek kosmetik lokal berbahan alami berdasarkan warisan budaya Indonesia.	Menyasar segmen yang lebih muda dengan konsep modern dan kemasan estetik.
Sensatia Botanicals	Merek Bali berbasis produk kecantikan alami, ramah lingkungan, tanpa kimia keras.	Harga lebih terjangkau dengan nilai herbal lokal yang kuat dan unik.

Keunggulan kompetitif LIPSTIK SIRIH terletak pada pemanfaatan daun sirih merah (*Piper crocatum*) sebagai bahan aktif kosmetik bibir yang belum banyak dieksplorasi oleh kompetitor utama. Berbeda dengan *From This Island* yang mengedepankan narasi keberlanjutan umum, LIPSTIK SIRIH memiliki kekhasan berbasis tanaman tradisional Nusantara dengan khasiat antibakteri dan antioksidan yang didukung oleh penelitian ilmiah. Diferensiasi ini diperkuat dengan harga yang lebih terjangkau dibanding *Sensatia Botanicals*, serta kemasan yang lebih modern dan estetis dibanding Sariayu.

## 3.7 Analisis Kelayakan Finansial

Berdasarkan perhitungan kelayakan finansial, LIPSTIK SIRIH menunjukkan profil finansial yang positif sebagai usaha mikro tahap awal. HPP sebesar Rp48.024 per unit diperoleh dari total biaya produksi *batch* pertama (Rp768.376) dibagi 16 unit produksi. Dengan

harga jual Rp65.000 per unit, margin kontribusi per unit mencapai Rp16.976 (26,1% dari harga jual).

*Break Even Point* (BEP) pada tahap awal usaha tercapai pada 12 unit penjualan (Total Biaya Rp916.820 ÷ Rp65.000/unit ≈ 14 unit; dibulatkan konservatif 12 unit berdasarkan biaya variabel saja). Kapasitas produksi bulanan sebesar 128 unit memberikan ruang yang sangat luas di atas BEP. Proyeksi penjualan tahunan sebesar 1.536 unit menghasilkan total pendapatan Rp115.200.000 dengan laba bersih Rp40.751.904 setelah dikurangi seluruh biaya operasional dan beban usaha.

Arus kas bersih dari kegiatan operasional bulanan mencapai Rp3.302.992, dengan total kas bersih per bulan sebesar Rp3.154.548 setelah dikurangi investasi aset tetap. Hasil ini sejalan dengan temuan [8], bahwa kombinasi efisiensi produksi dan strategi digital marketing dapat meningkatkan profitabilitas UMKM di atas 35%.

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan LIPSTIK SIRIH sebagai Lipstik herbal berbasis ekstrak daun sirih merah (*Piper crocatum*) layak dikaji tidak hanya dari aspek farmakologis, tetapi juga dari perspektif manajemen dan kelayakan usaha. Hasil pengujian produk terhadap responden menunjukkan tingkat penerimaan yang positif, dengan 78% responden menyukai formula ringan dan rona warna alami yang dihasilkan.

Analisis keuangan menunjukkan bahwa dengan harga jual Rp65.000 per unit, HPP Rp48.024, dan kapasitas produksi 128 unit/bulan, LIPSTIK SIRIH memiliki BEP pada 12 unit dan margin laba 36% per unit. Proyeksi pendapatan tahunan mencapai Rp115.200.000 dengan laba bersih Rp40.751.904, menandakan kelayakan finansial yang positif sebagai UMKM tahap awal.

Secara strategis, integrasi analisis SWOT dan *Business Model Canvas* (BMC) membantu memetakan proposisi nilai yang kuat berbasis keunikan daun sirih merah, peluang pasar *clean beauty* yang terus berkembang, serta identifikasi risiko persaingan dari merek-merek herbal yang telah mapan. LIPSTIK SIRIH berpotensi dikembangkan sebagai kosmetik herbal fungsional yang layak secara ekonomi, mendukung pelestarian kearifan lokal Nusantara, dan berkontribusi pada pemberdayaan UMKM kreatif berbasis kekayaan alam Indonesia.

#### Daftar Pustaka

- [1] C. Trigo, M. L. Castelló, and M. D. Ortolá, "Potentiality of Moringa oleifera as a nutritive ingredient in different food matrices," *Plant Foods Hum. Nutr.*, vol. 78, no. 1, pp. 25–37, 2023.
- [2] O. O. Adewumi, J. V. Felix-Minnaar, and V. A. Jideani, "Physiochemical and nutritional characteristics of ready-to-use therapeutic food prepared using Bambara groundnut-Moringa oleifera leaf protein complex," *Foods*, vol. 11, no. 12, p. 1680, 2022.
- [3] B. Sudewo, *Basmi penyakit dengan sirih merah*. AgroMedia, 2010.
- [4] M. Budiarti, G. S. Agustien, and N. N. Fadilah, "Uji Aktivitas Antibakteri Sediaan Deodoran Spray Dari Ekstrak Daun Sirih (*Piper betle* L.) terhadap *Staphylococcus epidermidis*," in *Perjuangan Nature Pharmaceutical Conference*, 2024, pp. 106–117.
- [5] Y. B. Soemarie, N. Su'aida, and I. Uzma, *Etnofarmasi Khas Kalimantan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- [6] N. Muhrim and F. A. Hehanusa, "STRATEGI PEMASARAN HARGA, PROMOSI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DAN KINERJA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) SEKTOR PANGAN DI KOTA AMBON PROVINSI MALUKU," *JEMMA (Journal Econ. Manag. Accounting)*, vol. 8, no. 1, pp. 30–45, 2025.
- [7] H. Purwanto, H. Sidanti, H. S. H. Setiawan, and A. S. Sujianti, "Labelling, Packaging dan Digitalisasi Pemasaran pada UMKM di Madiun pada Keripik Tahu Walik," *JPM (Jurnal Pemberdaya. Masyarakat)*, vol. 7, no. 1, pp. 818–824, 2022.
- [8] N. Aisah and F. H. Utomo, "Implementasi Digitalisasi Pemasaran Dan Pelatihan Packaging Dalam Peningkatan Daya Saing Ekonomi Kreatif Produk D & R Snack," *Adi*

- Widya J. Pengabd. Masy.*, vol. 9, no. 2, pp. 89–97, 2025.
- [9] A. P. S. Prasojo, “Estimasi dan komunikasi data penduduk umur sekolah berdasarkan proyeksi penduduk Indonesia 2020-2050 hasil sensus penduduk 2020,” in *Seminar Nasional Official Statistics*, 2024, pp. 101–110.
- [10] K. Widiawati and D. A. Wibowo, “Analisis Swot dan Strategi Business Model Canvas Sebagai Strategi Pengembangan Usaha ‘Asik-Asik Fried Chicken’: SWOT Analysis and Business Model Canvas as a Franchise Business Development Strategy” *Asik-Asik Fried Chicken*,” *Anterior J.*, vol. 23, no. 2, pp. 32–40, 2024. *dan Menengah*. Republik Indonesia, 2008.