



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 6880-6892

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Studi Kelayakan Bisnis ECOSTANT: Coaster Anti Semut (Formicidae) Motif Batik Parijoto

Adisty Savira Putri¹, Diva Wahyu Karles², Ulfa Khairun Nisa³, Ahmad Muhajir⁴, Dina Lusianti⁵✉

Universitas Muria Kudus

Email: dina.lusianti@umk.ac.id⁵✉

Abstrak

Semut sering dianggap sebagai hama karena mengganggu kenyamanan dan kebersihan makanan di rumah. Limbah kopi dan kayu yang dihasilkan oleh industri lokal di Kudus masih minim dalam pengelolaannya dan sering kali hanya dibuang. Penelitian ini bertujuan menganalisis kelayakan usaha inovasi tatakan gelas anti semut berbahan limbah kopi dan serut kayu, yang juga memperkenalkan motif batik Parijoto khas Kudus. Metode yang digunakan adalah studi kepustakaan dan analisis tren pasar menggunakan data sekunder dari Google Trends dan *marketplace*. Ampas kopi dan serut kayu dapat digunakan sebagai bahan dasar tatakan gelas yang efektif mengusir semut karena aroma kuat kayu manis. Hasil studi menunjukkan bahwa ECOSTANT layak untuk dijalankan dengan pertimbangan memenuhi seluruh aspek kelayakan.

Kata Kunci: *Studi kelayakan, Limbah Kopi, Limbah Serut Kayu, Pengusir Semut Alami, Tatakan Gelas*

Abstract

Ants are often considered pests because they disturb the comfort and cleanliness of food at home. Coffee and wood waste produced by local industries in Kudus is still minimally managed and is often just thrown away. This research aims to analyse the feasibility of an anti-ant coaster innovation business made from coffee waste and wood shavings, which also introduces the typical Kudus Parijoto batik. The method used is a literature study and market trend analysis using secondary data from Google Trends and the marketplace. Coffee grounds and wood shavings can be used as a base for coasters which are effective at repelling ants due to the strong aroma of cinnamon. The study results show that ECOSTANT is feasible to run, considering that it fulfils all aspects of feasibility.

Keywords: *Feasibility study, Coffee Waste, Wood Shavings Waste, Natural Ant Repellent, Glass Coasters*

PENDAHULUAN

Semut merupakan spesies serangga dari famili Formicidae yang hidup secara berkoloni. Kelompok hewan terrestrial ini paling banyak ditemukan di daerah tropis (Putra et al., 2021). Namun, sering kali semut dianggap menjadi hama permukiman karena mengganggu kenyamanan dan kebersihan pada makanan di rumah. Semut yang menghampiri makanan terbuka, terutama makanan dan minuman manis, dapat berpotensi membawa bakteri yang menyebabkan adanya kontaminasi, sehingga makanan atau minuman menjadi tidak higienis. Banyak orang menggunakan pestisida sintetik untuk mengendalikan semut di rumah, seperti kapur serangga dan aerosol pembasmi serangga. Meskipun demikian, bahan kimia yang terkandung dalam pestisida sintetik tersebut cenderung berbahaya bagi kesehatan apabila dikonsumsi oleh makhluk hidup, baik itu manusia maupun hewan peliharaan.

Pengendalian hama semut tidak hanya dapat dilakukan dengan pestisida sintetik, tetapi juga dapat memanfaatkan bahan alami dari ekstrak tanaman dan turunannya sebagai biopestisida. Biopestisida merupakan pestisida organik atau berasal dari bahan nabati yang dapat digunakan sebagai alternatif pengganti pestisida kimia (Meilin et al., 2023). Biopestisida aman bagi manusia dan dianggap lebih ramah lingkungan meskipun reaksinya tidak seefektif bahan kimia sintetik (Yusup et al., 2020). Diketahui semut tidak menyukai beberapa bahan alami yang memiliki aroma yang kuat, di antaranya yaitu kayu manis dan bubuk kopi.

Untuk mencegah datangnya semut, peralatan makan yang menjadi *barrier*, seperti *drink coaster* atau tatakan minum keramik dapat menjadi solusi. Selaras dengan hal tersebut, sektor industri gerabah dan keramik hias Indonesia menunjukkan potensi untuk

bersaing di pasar internasional. Dengan lebih dari 5.200 unit usaha, sektor ini didukung oleh ketersediaan sumber daya alam yang berlimpah seperti tanah liat dan juga unsur budaya yang melekat (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, 2022; Syana, 2019). *Coaster* berbentuk unik mulai populer dalam dua tahun terakhir. Tidak hanya berfungsi melindungi permukaan meja agar tetap kering, *coaster* juga berfungsi sebagai ornamen ruangan.

Kudus terhitung sebagai kabupaten industri yang ditandai dengan berkembangnya berbagai jenis industri, dengan industri hasil tembakau (IHT) yang merupakan penyangga perekonomian terbesar (Mepriyanto & Saptutyingsih, 2019). Selain itu, sektor industri pengolahan yang berkembang di Kabupaten Kudus adalah industri furnitur kayu. Bisnis perkayuan di Kabupaten Kudus merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan. Namun, belum banyak pengrajin kayu yang mengolah limbah kayu sisa produksi, dalam hal ini sisa gergajian dan serutan kayu, menjadi barang yang bernilai jual (Sejati, 2022). Di samping industri perkayuan, produktivitas kopi di Kecamatan Dawe Kudus juga memicu pengusaha lokal untuk mendirikan bisnis kedai kopi di sekitar lereng Gunung Muria. Banyaknya produksi serta konsumsi kopi tidak terlepas sari limbah ampas kopi yang sering kali terbuang begitu saja. Dari hasil wawancara, kedai kopi di Kudus yang menggunakan biji kopi Muria sebagai bahan bakunya menghasilkan rata-rata 0,5-2 kg ampas kopi muria per hari.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, diperlukan produk bernilai jual berupa *coaster* atau tatakan gelas yang dapat mencegah serangan semut berbasis ampas kopi dan bubuk kayu manis (*Cinnamomum burmannii*). Dengan mempertimbangkan kondisi ini, perlu dilakukan kelayakan usaha terhadap *coaster* anti semut yang menggunakan bahan alami. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha inovasi tatakan gelas yang fungsional sebagai pengusir semut alami dengan mengurangi pembuangan limbah ampas kopi dan limbah kayu dari industri lokal. Selain itu, inovasi ini diharapkan dapat menciptakan kesadaran untuk melestarikan motif batik khas Kudus.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan dan analisis tren pasar untuk menunjang metode studi kelayakan bisnis dalam mengevaluasi potensi tatakan gelas anti semut berbahan limbah kopi dan serut kayu sebagai upaya meningkatkan nilai ekonomi ampas kopi muria. Metode studi kepustakaan digunakan untuk mengkaji kritis terhadap bahan-bahan pustaka yang relevan terkait dengan pemanfaatan limbah ampas kopi,

limbah serut kayu, motif batik parijoto, dan bahan alami pengusir semut. Studi kepustakaan bertujuan untuk menghimpun informasi yang relevan terhadap objek yang akan diteliti (Mahanum, 2021). Sementara itu, studi kelayakan bisnis adalah studi yang digunakan untuk mengukur kelayakan suatu peluang bisnis (Lusianti et al., 2023). Studi kelayakan bisnis bertujuan untuk mempermudah perencanaan dan perancangan bisnis, memperkecil risiko kerugian, serta mempermudah pengendalian (Damayanti et al., 2023). Objek penelitian ini adalah ECOSTANT sebagai produk inovasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data sekunder, yang meliputi analisis tren menggunakan Google Trends dan pencarian di berbagai marketplace. Analisis tren pasar dilakukan untuk memahami pola minat dan permintaan konsumen terhadap produk tatakan gelas selama periode tertentu. Pencarian *marketplace* bertujuan untuk mengidentifikasi kompetitor, harga pasar, dan preferensi konsumen terhadap produk sejenis.



Gambar 1. Bagan langkah-langkah penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ampas kopi memiliki berbagai manfaat yang dapat dioptimalkan dalam produk ramah lingkungan. Ampas kopi dikenal memiliki sifat *biodegradable* dan mampu menyerap kelembapan. Saat ini ampas kopi hanya dimanfaatkan sebatas untuk briket, bahan bakar pupuk organik, boiler pada industri, serta minyak kopi sehingga nilai ekonomi yang didapat masih belum tinggi (Hanif et al., 2019). Limbah serut kayu, serupa dengan ampas kopi, bersifat mudah menyerap air dan dapat didaur ulang menjadi papan komposit atau sebagai bahan baku produk olahan lainnya (Salman et al., 2021; Suwahyono, 2014). Motif Parijoto adalah motif batik tradisional khas Kudus yang diciptakan oleh para pembatik di daerah Pegunungan Muria. Motif ini terinspirasi dari tanaman parijoto (*Medinilla speciosa*) yang tumbuh di daerah tersebut dan melambangkan ungkapan rasa syukur kepada Tuhan serta harapan agar mendapat kebaikan baik di dunia maupun di akhirat (Azizah et al., 2021). Penggunaan motif ini pada produk ECOSTANT tidak hanya menambah nilai estetika tetapi juga memberikan sentuhan

budaya yang unik. Integrasi motif batik dalam produk modern dapat meningkatkan daya tarik pasar dan menciptakan nilai tambah bagi produk dalam bentuk kearifan lokal.

Berbagai bahan alami, termasuk kayu manis, dikenal efektif sebagai pengusir semut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Jenny Vu, kayu manis dapat berfungsi menjadi pengusir semut yang efektif (Vu et al., 2022). Sifat insektisida yang dimiliki oleh kayu manis disebabkan oleh senyawa aromatik dan asam pada kulit kayu, melalui pelepasan aroma yang kuat untuk menarik sementara senyawa asam yang dapat membunuh semut (Almaguer et al., 2022). Pemanfaatan bahan ini dalam produk ECOSTANT memberikan nilai fungsional yang nyata berupa kemampuan anti semut yang alami dan aman bagi lingkungan. Maka apabila ditinjau dari studi kepustakaan, inovasi ECOSTANT merupakan suatu hal yang dapat mewujudkan kesadaran terhadap pentingnya mendaur ulang limbah organik dan juga kesadaran terhadap budaya lokal Kabupaten Kudus agar semakin dikenal.

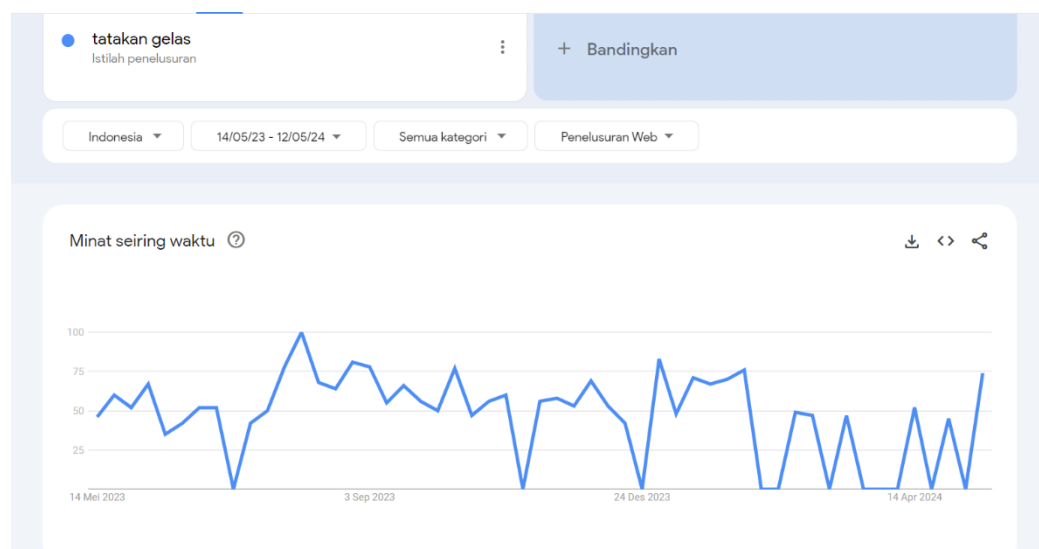
Produk inovasi tatakan gelas ECOSTANT merupakan *coaster* yang berasal dari pemanfaatan limbah ampas kopi dan serut kayu dilengkapi dengan bubuk kayu manis yang dapat berfungsi sebagai *tableware* pengusir semut. Produk ini diciptakan dengan harapan bahwa pemanfaatan limbah sampah organik tersebut dapat menjadi upaya untuk melestarikan kebudayaan lokal Kabupaten Kudus melalui peningkatan nilai ekonomi ampas kopi muria. *Coaster* yang penulis kembangkan berbahan dasar tanah liat (*clay*) dengan campuran grajen atau limbah serut kayu. Nama ECOSTANT menggabungkan tiga unsur kata, yaitu "Ecology" yang mencerminkan keberlanjutan dan penggunaan bahan yang ramah lingkungan, "Coaster" yang berarti tatakan gelas itu sendiri, serta "Ant" yang merepresentasikan solusi terhadap serangan semut pada minuman.

Berbeda dari *coaster* lain di pasaran, produk ini tidak hanya berfungsi sebagai tatakan gelas, namun juga sebagai pelindung minuman yang rawan untuk dihampiri semut. ECOSTANT tidak hanya memiliki nilai fungsional, tetapi juga nilai estetika dengan desain minimalis dan memiliki motif batik Parijoto khas Kudus. Keunggulan produk ECOSTANT dibandingkan dengan *drink coaster* lain di pasaran meliputi:

- a. Produk ini memberikan manfaat berupa perlindungan dari serangan semut, berbeda dari produk sejenis yang hanya berfungsi sebagai tatakan.
- b. Menyajikan pengalaman sensorik yang lebih menyenangkan melalui aroma kayu manis.
- c. Desain yang ramah lingkungan dibuat dengan memperhatikan keberlanjutan dan memiliki unsur kebudayaan lokal.

d. Belum banyak ditemui produk *tableware* yang juga berfungsi mencegah dari serangan semut.

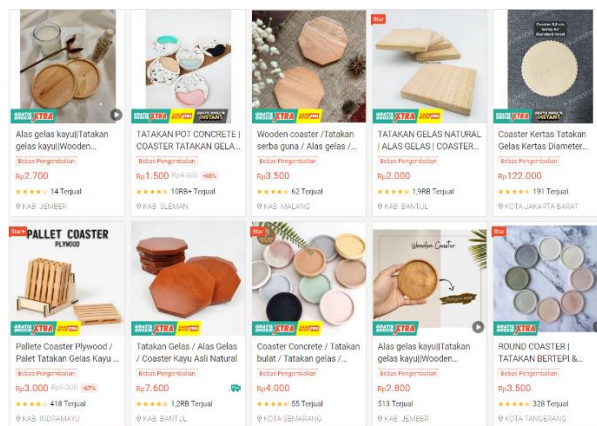
Analisis tren Google selama 12 bulan terakhir (periode Juni 2023 – Mei 2024) menunjukkan rata-rata ketertarikan publik terhadap topik 'tatakan gelas' mencapai 48,67%. Grafik yang dihasilkan mengenai topik tatakan gelas dengan geografis Indonesia pada Gambar 1 menunjukkan nilai dengan rentang 0% hingga 100%. Artinya, minat terhadap tatakan gelas mengalami fluktuasi sepanjang tahun dan popularitasnya berada di angka menengah. Ada periode puncak (minggu kedua pada Agustus 2023) dan periode rendah (Juli 2023, awal November 2023, pertengahan Februari 2024, Maret 2024, dan akhir April 2024). Puncak minat dapat mengindikasikan periode di mana tatakan gelas lebih dicari yang kemungkinan karena promosi, musiman, atau faktor tren konsumen lainnya. Minat yang rendah mencerminkan periode di mana konsumen kurang tertarik pada tatakan gelas. Topik tersebut paling populer di provinsi Gorontalo, seluruh provinsi Jawa, dan Bali berdasarkan semua kategori penelusuran.



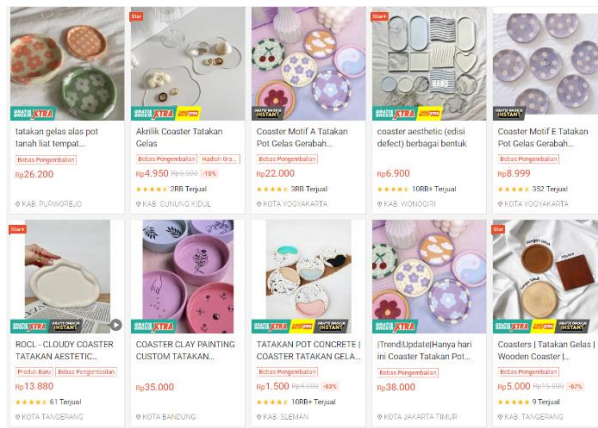
Gambar 2. Data Google Trends kata kunci 'tatakan gelas'

Studi yang digunakan untuk mengukur kelayakan suatu peluang bisnis adalah studi kelayakan bisnis Berdasarkan teknik yang diterapkan dalam studi kelayakan bisnis menggunakan analisis tren pasar pada Google Trends, ECOSTANT memiliki potensi perkembangan yang besar jika dipasarkan dengan manajemen yang terstruktur. Dengan memanfaatkan data tersebut, ECOSTANT dapat merencanakan strategi pemasaran yang lebih efektif, seperti meningkatkan promosi pada periode puncak minat di Agustus dan Januari.

Survei pasar yang dilakukan dengan cara pencarian di *marketplace* menggunakan *search bar* pada Shopee karena platform tersebut merupakan yang paling dipilih oleh pelanggan Indonesia berdasarkan kemudahan dalam layanan yang diberikan (Afifah et al., 2023). Pencarian dilakukan dengan menggunakan kata kunci “coaster tatakan gelas” dan “coaster tatakan gelas clay” untuk survei yang lebih spesifik. Dari hasil pencarian yang ditunjukkan pada Gambar 1, dapat dianalisis bahwa popularitas *coaster* atau tatakan gelas termasuk tinggi dan cukup diminati. Hal tersebut terlihat dari beberapa pilihan *coaster* yang telah memiliki penjualan ratusan hingga ribuan buah dengan penilaian bintang lebih dari empat. Harga yang ditawarkan terjangkau, yaitu mulai dari Rp2.000 – Rp8.800 untuk bahan kayu dan semen, sementara untuk bahan *clay* dihargai mulai dari Rp6.900 – Rp38.000. Ulasan pelanggan pada produk dengan penjualan tinggi menjelaskan alasan mereka menyukai produk tersebut adalah karena desain yang minimalis, unik, harganya terjangkau, kualitas produk baik, serta pengemasan yang rapi dan aman. Sedangkan untuk keluhan pelanggan berasal dari adanya *defect* atau cacat pada produk dan kemasan yang kurang aman. Maka, berdasarkan beberapa informasi yang diberikan pencarian di *marketplace*, ECOSTANT memiliki potensi untuk disukai pula oleh pelanggan di Indonesia. ECOSTANT dapat mengadopsi karakteristik produk yang disukai oleh pelanggan seperti desain yang minimalis, unik, dan pengemasan aman.



Gambar 3. Hasil pencarian 'coaster tatakan gelas'



Gambar 4. Hasil pencarian 'coaster tatakan gelas clay'

Sebagai gambaran, model bisnis yang digunakan untuk memasarkan produk ECOSTANT adalah B2C, atau *business to consumer*, yaitu penjualan langsung kepada konsumen baik itu individu maupun kelompok. Pada produksi tatakan gelas ECOSTANT, perlu adanya perhitungan ekonomi untuk menganalisis kelayakan usaha ECOSTANT. Berikut merupakan analisis biaya produksi selama tiga bulan.

- a. Harga Pokok Penjualan (HPP)

$$\text{HPP} = \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Total Produksi}} = \frac{\text{Rp } 2.591.500}{100 \text{ unit}} = \text{Rp } 25.915$$

- b. Harga Jual ECOSTANT Rp 35.000/unit

- c. Margin

$$\text{Margin} = \frac{\text{Harga jual} - \text{HPP}}{\text{HPP}} \times 100\% = \frac{35.000 - 25.915}{25.915} \times 100\% = 35\%$$

- d. *Break Even Point* (BEP)

$$\text{BEP} = \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Harga jual} - \text{Biaya per unit}} = \frac{2.591.500}{35.000 - 25.915} = 285 \text{ unit}$$

Jadi, pada tingkat volume produksi 285, usaha ini berada pada titik impas. BEP ini terjadi setelah berproduksi selama 3 bulan.

- e. B/C Ratio

$$\text{B/C Ratio} = \frac{\text{Hasil Penjualan}}{\text{Total Biaya}} = \frac{3.500.000}{2.591.500} = 1,35$$

Hasil dari B/C Ratio >1, maka usaha ini dikatakan layak untuk dijalankan, artinya setiap satuan biaya yang dikeluarkan diperoleh hasil penjualan sebesar 1,35 kali lipat.

- f. *Return on Investment* (ROI)

$$\text{ROI} = \frac{\text{Keuntungan}}{\text{Total Biaya}} \times 100\% = \frac{908.500}{2.591.500} \times 100\% = 35\%$$

Usaha produk ECOSTANT dikatakan layak untuk dikembangkan karena dalam setiap pembiayaan 100% diperoleh keuntungan sebesar 35%.

g. Pengembalian Modal

$$\begin{aligned} \text{Pengembalian modal} &= \frac{\text{Keuntungan} + \text{Biaya Operasional}}{\text{Modal Investasi Awal}} \times 100\% \\ &= \frac{908.500 + 2.591.500}{9.509.000} \times 100\% = 36\% \end{aligned}$$

Maka dapat disimpulkan bahwa pengembalian modal yang didapat sebesar 36%.

h. *Payback Period*

$$\text{PP} = \frac{\text{Nilai investasi}}{\text{Kas masuk bersih}} = \frac{\text{Rp } 9.509.000}{\text{Rp } 3.500.000} = 2,72 = 2 \text{ tahun } 8 \text{ bulan.}$$

Sumber: data primer yang diolah, 2024

Perhitungan ekonomi di atas menunjukkan bahwa dana yang tertanam dalam investasi sebesar Rp 9.509.000, akan mendapat pengembalian kembali seluruhnya dalam kurun waktu dua tahun delapan bulan. Coaster ini dapat mengimplementasikan strategi pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Positioning). Pembahasan lebih lanjut mengenai strategi pemasaran diuraikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Strategi Pemasaran

Strategi	Implementasi pada ECOSTANT
<i>Segmenting</i>	Wilayah pemasaran yang menjadi target utama penjualan ECOSTANT adalah Kota Kudus dengan segmen pasar yang dituju adalah masyarakat golongan ekonomi menengah ke atas, yang mengalami masalah dengan serangan semut terhadap makanan dan minuman di rumah mereka. Pemasaran akan dilakukan secara <i>offline</i> dan <i>online</i> .
<i>Targeting</i>	Target pasar ECOSTANT adalah konsumen dengan pendapatan menengah-atas, yang menginginkan solusi untuk masalah semut, peduli terhadap lingkungan, serta ingin untuk menjaga makanan tetap higienis.
<i>Positioning</i>	ECOSTANT hadir sebagai <i>coaster</i> anti semut inovatif yang tidak hanya melindungi minuman dari serangan semut, tetapi juga memberikan aroma alami <i>cinnamon</i> . ECOSTANT dibuat dengan memperhatikan keberlanjutan dan pemanfaatan limbah kayu dan ampas kopi Muria. Untuk membangun persepsi konsumen akan kearifan lokal, kami menyertakan motif Parijoto pada produk dan kemasannya. Oleh karena itu, <i>tagline</i> produk ECOSTANT adalah " <i>Ant-Proof Coaster with Local Sustainability</i> "

Sumber: studi yang dikembangkan dalam penelitian, 2024

Selain itu, dalam menentukan fokus area untuk menjual produk kepada target pasar yang dituju, ECOSTANT dapat menggabungkan beberapa unsur agar memastikan bahwa coaster ini akan menjadi pilihan produk yang tepat, dengan harga yang tepat, serta di tempat dan waktu yang tepat. Pembahasan mengenai bauran pemasaran tersebut diuraikan dalam Tabel 2.

Tabel 2. *Marketing Mix* ECOSTANT

<i>Product</i>	ECOSTANT merupakan tatakan gelas atau <i>drink coaster</i> yang berfungsi sebagai pelindung meja dari noda minuman dan embun air sekaligus sebagai pelindung alami dari serangan semut. Untuk menambahkan nilai budaya, produk dan kemasannya terdapat motif batik khas Kudus yang mengandung kearifan lokal masyarakat Kudus.
<i>Price</i>	Dalam pemasarannya ECOSTANT menawarkan harga yang dapat masuk ke segmen kelas ekonomi menengah ke atas, yakni berkisar Rp 35.000,00
<i>Place</i>	Distribusi ECOSTANT secara <i>offline</i> dilakukan dengan penjualan langsung di wilayah Kabupaten Kudus serta <i>online</i> melalui marketplace yang akan menjangkau konsumen di luar Kudus seperti Shopee dan Tokopedia.
<i>Promotion</i>	Menggunakan akun media sosial seperti Instagram dan Tiktok Ads, melalui media cetak berupa pamflet, promosi melalui <i>referral</i> dan <i>word of mouth</i> (WoM).

Sumber: studi yang dikembangkan dalam penelitian, 2024

Upaya yang dilakukan untuk menemukan peluang dan sasaran pasar pada produk ECOSTANT ini dilakukan dengan promosi secara daring menggunakan media sosial, media pamflet, dan rekomendasi langsung kepada orang atau teman dari mulut ke mulut. Strategi penetapan harga ECOSTANT menggunakan *skimming price* untuk menarik keuntungan maksimal di awal peluncuran produk. Penjualan produk ini dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Teknik analisis lain untuk mengukur kelayakan peluang bisnis dan keberlanjutan usaha produk ECOSTANT dapat menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT pada ECOSTANT dijelaskan pada Tabel 3.

Tabel 3. Analisis SWOT

<i>Strengths</i>	<ul style="list-style-type: none">• Memiliki posisi atau branding tatakan gelas anti semut dilengkapi dengan kearifan lokal berupa motif batik Parijoto.• Mengusung konsep produk yang ramah lingkungan memanfaatkan
------------------	---

	sumber daya alam Kabupaten Kudus.
<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ketersediaan bahan baku yang fluktuatif. • Kekuatan bahan alami yang terkandung dalam ECOSTANT kemungkinan tidak tahan lama seperti tatakan gelas berbahan kayu atau keramik marmer.
<i>Opportunities</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Belum ada yang menjual produk tatakan gelas yang berfungsi ganda sebagai pelindung meja dari noda minuman dan pelindung dari serangan semut. • Potensi masuk ke pasar lokal sebagai oleh-oleh khas Kudus.
<i>Threats</i>	Munculnya pesaing yang menciptakan produk dengan konsep serupa.

Sumber: studi yang dikembangkan dalam penelitian, 2024

Hasil dari analisis SWOT menunjukkan bahwa produk ECOSTANT memiliki keunggulan kompetitif melalui inovasi yang menggabungkan bahan-bahan alami dan kearifan lokal motif Parijoto khas Kudus. Ini menjadikannya sebagai produk unik yang belum ada di pasaran, sehingga ECOSTANT memiliki peluang pasar dan potensi untuk melakukan perluasan usaha. Manajemen usaha ECOSTANT meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian. Tahap survei pasar dari data sekunder dilakukan untuk menganalisis sasaran pasar dan wilayah pemasaran. Tahap persiapan alat, bahan dan tempat termasuk survei bahan baku, pembelian alat yang diperlukan, dan penentuan tempat produksi. Tahap produksi ECOSTANT melalui tahap pencampuran bahan baku, penambahan limbah ampas kopi dan serut kayu, pencetakan, dan pemanggangan. Produk *coaster* ini dapat menjadi alternatif menarik bagi konsumen yang peduli terhadap lingkungan dan budaya lokal. Kombinasi inovasi material dan desain motif tidak hanya menawarkan fungsionalitas, tetapi juga nilai estetika. Keberlanjutan usaha dalam beberapa tahun ke depan dapat diwujudkan dengan melakukan penambahan model tatakan dengan ukuran dan warna yang lebih variatif.

SIMPULAN

Studi kelayakan dalam usaha inovasi ECOSTANT dinyatakan layak dan berhasil menciptakan tatakan gelas yang efektif sebagai pengusir semut alami dengan memanfaatkan limbah ampas kopi dan serut kayu, serta memadukan motif batik Parijoto. Keamanan produk bagi lingkungan dan kesehatan manusia, serta peningkatan nilai ekonomi limbah organik menjadi keunggulan yang ditawarkan oleh ECOSTANT. Aplikasi potensialnya mencakup pasar tableware berkelanjutan dan promosi budaya

lokal. Untuk masa depan, disarankan melakukan studi lebih lanjut tentang efektivitas jangka panjang dalam mengusir semut dan pengembangan varian produk berdasarkan umpan balik konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, H., Jasmien, L., Qisthi, M., Ihsan, R., & Syti Sarah Maesaroh. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital dan Kemudahan Penggunaan Platform Marketplace Shopee terhadap Minat Beli Mahasiswa Bisnis Digital. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 157-167. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1.1148>
- Almaguer, D., Busch, S., Davis, M., Dean, A., Rafael, G., Nguyen, R., & Patel, V. (2022). Household Ingredients to Control Ant Populations. *Instars: A Journal of Student Research*, 7(1).
- Azizah, S. A. N., Salma, I. R., & Zuriyah, Z. (2021). Batik Kudus Motif Parijoto : Bentuk, Makna Dan Fungsinya. *Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan Dan Batik*, 1–11. <https://proceeding.batik.go.id/index.php/SNBK/article/view/102>
- Damayanti, R., Rahayu, A. D., Husna, U., Anggreni, N., & Lusianti, D. (2023). Pemanfaatan Limbah Ampas Tebu dan Batik Bakaran Sebagai Material Produk Sandal Ecofashion: Studi Kelayakan Bisnis. In *UMMagelang Conference Series*, 685-691.
- Hanif, M., & Utami, H. (2019). Variasi Waktu dan Massa Ampas Kopi Pada Leaching Minyak Dari Residu Kopi Instan. *Inovasi Pembangunan-Jurnal Kelitbangan*, 7(1), 49-60.
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (2022, March 14). Kilaunya Keramik Hias Indonesia Hingga ke Mancanegara. <https://kemlu.go.id/maputo/id/news/20008/kilaunya-keramik-hias-indonesia-hingga-ke-mancanegara>
- Lusianti, D., Fahira, K. T., Naimi, D. I. A., & Norikun, B. (2023). *Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis*. Penerbit NEM.
- Mahanum, M. (2021). Tinjauan Kepustakaan. *ALACRITY: Journal of Education*, 1(2), 1-12.
- Meilin, A., Nasamsir, & Handana, J. F. (2023). Potensi Biopestisida Asap Cair Asal Tempurung Kelapa Terhadap Serangga *Araecerus fasciculatus* (De Geer). *Jurnal Media Pertanian*, 8(2), 146–151.
- Mepriyanto, N. D., & Saptutyingsih, E. (2019). Pengaruh Keberadaan Industri Hasil Tembakau (IHT) Terhadap Harga Rumah Menggunakan Pendekatan Hedonic Price: Studi Pada Kawasan Sekitar PR Sukun, Kudus, Jawa Tengah. *Journal of*

Economics Research and Social Sciences, 3(2), 72–82.

- Putra, I. L. I., Setiawan, H., & Suprihatini, N. (2021). Keanekaragaman Jenis Semut (Hymenoptera: Formicidae) di Sekitar Kampus 4 Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta. *Jurnal Biospecies*, 14(2), 20–30.
- Salman, S., Sulistyowati, E. D., Sayoga, I. M. A., & Chatur, A. D. (2021). Penyuluhan Pemanfaatan Limbah Serbuk Gergajian Sebagai Bahan Papan Komposit. *ABDIMASKU: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 191-196.
- Sejati, M. I. P. (2022). Proses Inovasi Limbah Kayu Jati Menjadi Miniatur Bus pada CV. Grajen Jati Jaya Kudus [Skripsi, Universitas Katolik Soegijapranata]. <http://repository.unika.ac.id/id/eprint/27925>
- Suwahyono, U., & PS, T. P. (2014). Cara Cepat Buat Kompos dari Limbah. Penebar Swadaya Grup.
- Syana, A. B. (2019, April 17). Menilik Potensi Besar Industri Penghasil Gerabah dan Keramik Hias. *Marketears*. <https://www.marketears.com/menilik-potensi-besar-industri-penghasil-gerabah-dan-keramik-hias/>
- Vu, J., Mitra, H., Hardy, J. S., & Chauhan, N. (2022). Ants and Spices: The Potential of Spices to Repel Pest Ants (Formicidae). *2022 REYES Proceedings*, 1–6. <https://doi.org/10.25776/8kw3-ea38>
- Yusup, I. R., Kurniawan, D., Julianti, D. R., Fakhriah, L., & Awalliyah, L. N. (2020). Biopestisida Dari Ekstrak Dedaunan Untuk Membasmi Hama Tanaman Di Jawa Barat. *Jurnal Agrotek*, 5(2), 24–29.