

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA UMKM "JAMU UTI" DITINJAU DARI ASPEK KEUANGAN, ASPEK PEMASARAN, ASPEK MANAJEMEN SDM, DAN ASPEK PRODUKSI

Mutia Irawan¹⁾, Eriez Nur Az Zahra²⁾, R.R. Wening Ken W³⁾

^{1),2),3)}**Universitas Pelita Bangsa**

**Email : mutiairawan.112110391@mhs.pelitabangsa.ac.id¹⁾,
erieznurazzahra.112110437@mhs.pelitabangsa.ac.id²⁾, wening.ken@pelitabangsa.ac.id³⁾**

Abstract: *The purpose of this study is to analyze the feasibility of MSME businesses "Jamu Uti" in Sukadami Village, South Cikarang, in terms of financial, marketing, human resource management, and production aspects. The research method used is field research with non-financial and financial data analysis. The analysis results show that from the financial aspect, this business is feasible to develop with a Payback Period of 10 months, a positive Net Present Value of Rp 195,334,600, an Internal Rate of Return of 155%, and a Profitability Index of 9,6%. The marketing aspect demonstrates diverse strategies through bazaars, social media, and online stores to expand market reach. The HR management aspect shows efficient task distribution with five employees and centralized decision-making by the owner. The production aspect emphasizes quality, cleanliness, and efficiency in the herbal medicine making process. In conclusion, the MSME "Jamu Uti" is considered feasible and has potential for development based on the four aspects analyzed.*

Keywords: *Business Feasibility Study; UMKM; Financial Aspect, Marketing Aspect, Human Resource Management Aspect, and Production Aspect.*

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah menganalisis kelayakan bisnis UMKM "Jamu Uti" di Desa Sukadami, Cikarang Selatan, ditinjau dari aspek keuangan, pemasaran, manajemen SDM, dan produksi. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan analisis data nonfinansial dan finansial. Hasil analisis menunjukkan bahwa dari aspek keuangan, usaha ini layak dikembangkan dengan Payback Period 10 bulan, Net Present Value positif sebesar Rp. 195.334.600, Internal Rate of Return 155%, dan Profitability Index 9,6%. Aspek pemasaran menunjukkan strategi yang beragam melalui bazar, media sosial, dan toko online untuk memperluas jangkauan pasar. Aspek manajemen SDM memperlihatkan pembagian tugas yang efisien dengan lima karyawan dan pengambilan keputusan terpusat pada pemilik. Aspek produksi menekankan pada kualitas, kebersihan, dan efisiensi dalam proses pembuatan jamu. Kesimpulannya, UMKM "Jamu Uti" dinilai layak dan berpotensi untuk dikembangkan berdasarkan keempat aspek yang dianalisis

Kata Kunci: Studi Kelayakan Bisnis; UMKM; Aspek Keuangan, Aspek

Pemasaran, Aspek Manajemen Sdm, Dan Aspek Produksi.

PENDAHULUAN

UMKM atau Usaha Mikro Kecil Menengah menjadi komponen utama yang esensial dalam membangun ekonomi yang kuat daerah dan negara. Menurut (Tambunan (2012) dalam Salatalohy et al., 2024), UMKM di Indonesia terbukti Merupakan faktor yang sangat berpengaruh dalam mengatasi dampak krisis ekonomi 1997, saat banyak perusahaan besar mengalami kebangkrutan, sementara UMKM mampu bertahan. UMKM telah menjadi pilar utama dalam ekosistem ekonomi Indonesia, dengan 99% pelaku usaha berasal dari sektor ini. UMKM menyumbang sekitar 60% terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) Nasional dan menjadi penopang utama bagi 97% tenaga kerja yang terdampak pandemi. Sayangnya, baru 16% UMKM yang telah mampu beradaptasi dengan ekosistem ekonomi digital (Arianto (2020) dalam Dzaki & Abadi, 2023).

Indonesia, sebagai negara kepulauan tropis yang membentang digaris khatulistiwa, di anugerahi kekayaan alam yang luar biasa, terutama dalam hal keanekaragaman tumbuhan dan rempah - rempah berkhasiat. Kesuburan tanah dan iklim yang ideal telah menjadikan negeri ini surga bagi berbagai jenis rempah, mulai dari kayu manis, cengkeh, pala, hingga kunyit dan jahe. Kekayaan rempah yang melimpah dan beraneka ragam ini telah mengukuhkan posisi Indonesia sebagai "Ibu Rempah-Rempah" dunia, sebuah julukan yang mencerminkan peran historis dan kontribusi signifikan negara ini dalam perdagangan rempah global sejak berabad-abad lalu. Kemelimpahan rempah-rempah ini tidak hanya penting secara ekonomi, tetapi juga telah membentuk identitas kuliner Indonesia yang khas. Aneka kuliner nusantara terkenal dengan aroma yang menggoda dan cita rasa yang kaya, hasil dari penggunaan berbagai rempah dalam komposisi yang unik. Setiap hidangan, dari rendang Sumatera hingga soto Jawa dan bumbu Bali, menjadi bukti nyata bagaimana rempah-rempah telah menjadi jiwa dari gastronomi Indonesia, Menawarkan cita rasa yang unik tetapi juga sarat akan nilai budaya dan kearifan lokal dalam memanfaatkan kekayaan alam (Iskandar et al., 2023).

Kesadaran masyarakat Indonesia tentang pentingnya kesehatan dan gaya hidup sehat terus meningkat, yang tercermin dari tingginya tingkat kepuasan terhadap kondisi kesehatan mereka. Biaya pengobatan saat sakit cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan biaya menjaga kesehatan secara preventif. Meskipun teknologi medis modern terus berkembang, sebagian besar masyarakat Indonesia masih setia pada pengobatan tradisional, termasuk

mengonsumsi jamu sebagai cara menjaga kesehatan. Jamu memiliki pangsa pasar yang besar di industri minuman kesehatan Indonesia. Produk jamu modern dapat ditemukan di berbagai tempat seperti apotek, warung, dan toko serbaguna. Sementara itu, jamu tradisional umumnya di jual oleh penjual jamu keliling dan toko khusus. Namun, keberadaan penjual jamu keliling kini semakin langka karena mereka biasanya hanya berjualan di pagi hari ketika kebanyakan orang sibuk beraktivitas dan tidak memiliki waktu untuk menunggu kedatangan mereka (Salatalohy et al., 2024).

Jamu sebagai warisan budaya Indonesia yang kaya akan kearifan lokal, merupakan sistem pengobatan tradisional yang telah melekar erat dalam kehidupan masyarakat, khususnya di tanah Jawa, dan diwariskan secara turun-temurun. Istilah yang berakar dari kata "Djampi" dan "Oesodo" ini mencerminkan filosofi mendalam tentang penyembuhan holistik, di mana ramuan herbal alami yang terbuat dari berbagai rempah-rempah tidak hanya berfungsi sebagai obat untuk menjaga kesehatan fisik, tetapi juga dipadukan dengan aspek spiritual melalui doa-doa yang dipanjatkan, menciptakan pendekatan pengobatan yang menyatukan unsur jasmani dan rohani. Keberadaan jamu tidak hanya sekadar sebagai alternatif pengobatan, tetapi juga menjadi simbol kekayaan pengetahuan tradisional Indonesia tentang pemanfaatan sumber daya alam untuk kesejahteraan manusia, yang telah teruji oleh waktu dan terus dilestarikan hingga kini sebagai bagian integral dari identitas budaya nasional (Iskandar et al., 2023).

Penelitian ini dilakukan dengan bertujuan menganalisis kelayakan usaha Jamu Uti, berlokasi di Perumahan Permata, Cikarang Selatan. Daerah itu terletak di kawasan perumahan yang dikelilingi oleh berbagai toko makanan. Sebagai pelaku UMKM Jamu Uti Wajib mengidentifikasi pesaing, mengembangkan strategi pemasaran, menambah sumber daya, serta menerapkan manajemen keuangan yang baik. Studi kelayakan ini akan mengkaji secara mendalam aspek keuangan, manajemen sumber daya manusia, pemasaran, dan produksi

TINJAUAN PUSTAKA

Umkm

Menurut (Indrawati dan amnesti 2019 dalam Santoso et al., 2022), Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM adalah kegiatan ekonomi yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. produktif yang muncul sebagai bagian dari upaya pemenuhan kebutuhan hidup manusia meliputi aspek pangan, sandang, dan papan. Selain itu, UMKM juga berfungsi sebagai penopang ekonomi masyarakat dan daerah. Berdasarkan Undang – Undang

No. 20 Tahun 2008, UMKM bedakan menjadi usaha Mikro, Kecil dan Menengah sesuai dengan batasan modal, aset, dan omzet yang telah ditetapkan. Kriteria UMKM menurut (Rupita Ningrum et al., 2022) adalah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro yaitu usaha yang umumnya dikelola oleh satu atau dua orang dengan sumber daya yang terbatas, memiliki kekayaan bersih maksimal Rp 50 Juta dan omzet maksimal Rp 300 juta per tahun.
2. Usaha Kecil merupakan unit usaha produktif dengan skala lebih besar dari usaha mikro, namun masih berada di bawah kategori UMKM, memiliki karakteristik kekayaan bersih dan pendapatan yang berada di antara usaha mikro dan menengah, dengan kekayaan bersih antara Rp 50 juta sampai Rp 500 juta dan pendapatan pertahun antara Rp 300 juta sampai Rp 2,5 miliar.
3. Usaha Menengah merupakan unit usaha produktif dengan skala lebih besar dibandingkan usaha kecil dan mikro, kategori usaha yang memiliki karakteristik kekayaan bersih dan pendapatan yang paling tinggi di antara UMKM, dengan kekayaan bersih sekitar Rp 500 juta hingga Rp 10 miliar dan pendapatan tahunan antara Rp 2,5 miliar hingga Rp 50 miliar

Studi Kelayakan Bisnis

Proyek investasi pada umumnya menuntut alokasi dana yang besar dan berdampak jangka panjang terhadap kinerja perusahaan, sehingga penting untuk melakukan analisis kelayakan usaha. Ini bertujuan agar investasi yang dilakukan tidak sia-sia (Arifudin et al., 2020). Menurut (Umar H (2015) dalam Harahap, 2018), Analisis kelayakan bisnis adalah proses penelitian yang menyeluruh terhadap semua aspek bisnis, mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan, dengan tujuan untuk memastikan keberhasilan bisnis dalam jangka waktu yang panjang. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi masalah di masa depan, sehingga meminimalisir risiko kegagalan investasi dan memaksimalkan potensi keuntungan. Studi kelayakan membantu mengidentifikasi peluang dan tantangan bisnis, mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan, serta memastikan investasi berjalan sesuai rencana (Kasmir (2015) dalam Alfajri et al., 2023). Selain itu, menurut (Johan Suwinto (2011) dalam Rahmadani & Makmur, 2019), studi kelayakan mencakup kajian komparatif dan mendalam terhadap kelayakan suatu usaha. Status kelayakan suatu usaha dapat ditentukan melalui perbandingan berbagai faktor ekonomi.

Aspek Keuangan

Menurut (Husman dan Muhammad (2005) dalam Gibran Asshiddiqi & Rohman, 2024), aspek keuangan adalah komponen penting dalam Studi kelayakan bisnis yang bertujuan untuk menilai potensi keberhasilan yang diperlukan untuk menilai manfaat dari suatu usaha. Dalam studi kelayakan, aspek ini digunakan untuk mengevaluasi kondisi keuangan perusahaan, mencakup sumber dana, perkiraan pendapatan, jenis investasi, serta pengeluaran yang terjadi selama investasi. Selain itu, proyeksi laporan keuangan yang mencakup laporan laba rugi, neraca, dan arus kas juga menjadi bagian dari analisis ini. Dari aspek keuangan tersebut, dapat ditentukan apakah suatu bisnis layak untuk dijalankan atau tidak, menggunakan berbagai alat analisis (Kasmir dan Jakfar (2004) dalam Sopia et al., 2023).

Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran dalam analisis kelayakan usaha adalah elemen krusial yang perlu diperhatikan. Aspek pemasaran dalam studi kelayakan bertujuan untuk menentukan peluang pasar, menilai perilaku konsumen dan merancang strategi pemasaran yang efisien. Strategi pemasaran yang baik akan mencakup penetapan harga yang kompetitif, pemilihan saluran distribusi yang tepat, dan kegiatan promosi yang relevan untuk mencapai target pasar (Dayinati et al., 2023). Aspek pemasaran merupakan aspek yang merujuk kepada berbagai macam faktor dan elemen yang terlibat pada suatu proses perencanaan, pengembangan, promosi, pendistribusian. Pemahaman terhadap aspek pemasaran adalah hal yang krusial untuk memahami bagaimana keadaan pasar terhadap produk yang sedang dibuat oleh Perusahaan. Aspek pemasaran memiliki beberapa tujuan yaitu (Kledo 2023 dalam Putri & Rohman, 2024):

1. Meningkatkan penjualan.

Strategi pemasaran yang tepat dan efektif, disertai dengan perencanaan yang matang dan inovasi berkelanjutan, merupakan kunci untuk menarik lebih banyak pelanggan, meningkatkan omset dan volume penjualan, memaksimalkan potensi pertumbuhan, serta memperkuat posisi perusahaan di pasar.

2. Memenuhi kebutuhan konsumen.

Tujuan utama dari pemasaran yaitu memahami dan memenuhi kebutuhan konsumen dengan menciptakan produk yang tidak hanya dibutuhkan, tetapi juga diinginkan, sehingga dapat memenuhi permintaan pasar, meningkatkan kepuasan konsumen, dan menghasilkan produk yang relevan serta menarik minat pasar.

3. Membangun citra merek.

Citra merek yang bagus dan citra merek yang positif dapat menjalin hubungan yang kuat dengan konsumen, meningkatkan kesukaan terhadap produk, memudahkan perolehan kepercayaan pelanggan, serta mendekatkan perusahaan dengan pelanggannya melalui reputasi yang baik

Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia

Kualitas produk sangat bergantung pada kualitas karyawan, dimana pekerja yang kompeten, berkualitas, dan memiliki pengetahuan, keterampilan, serta sikap yang baik mampu menjalankan tugas dan tanggung jawabnya dengan efektif, sehingga menghasilkan produk yang lebih baik. Produktivitas dan kreativitas karyawan yang demikian akan meningkatkan kualitas produk secara keseluruhan (Siswanti (2020) dalam Fitron Almakhalil et al., 2023). Aspek sumber daya manusia sangat krusial bagi suatu bisnis, karena tanpa sumber daya manusia, bisnis tidak dapat beroperasi. Di samping itu, pemilihan sumber daya manusia yang tepat juga sangat krusial, karena kesalahan dalam hal ini dapat menyebabkan kegagalan bisnis. Oleh karena itu, Karyawan yang berkualitas dan mumpuni adalah kunci keberhasilan bisnis, karena mereka terlibat dalam semua tahap proses, mulai dari perencanaan hingga produksi. Kualitas karyawan berpengaruh signifikan pada seluruh kegiatan bisnis, memastikan semua proses berjalan lancar, dan menentukan keberhasilan dari awal sampai akhir. Dengan meningkatkan efisiensi dan produktivitas, karyawan yang baik berkontribusi pada pencapaian hasil yang optimal bagi perusahaan (Siahaan dan Hasibuan (2021) dalam Fitron Almakhalil et al., 2023).

Aspek produksi

Menurut (Jumingan 2011 dalam Rahmadani & Makmur, 2019) menyatakan bahwa lokasi pabrik, gudang, kantor pusat, dan kantor cabang menjadi subjek kajian aspek ini. Selanjutnya adalah memutuskan bagaimana mengatur mesin, peralatan, dan gudang serta bagaimana mengatur ruang untuk perusahaan yang sedang berkembang. Untuk mencegah kesalahan di masa depan, sejumlah faktor perlu diperhitungkan saat memilih lokasi penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian lapangan (field research). Penelitian ini dilakukan di Perumahan permata, Cikarang Selatan No 14, Sukamadi. Data yang digunakan mencakup data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang diterapkan oleh peneliti meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk analisis data, penelitian ini

menggunakan analisis nonfinansial yang mencakup Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia, aspek produksi dan aspek pemasaran. Sementara itu, analisis finansial difokuskan pada aspek keuangan, dengan perhitungan yang menggunakan metode Payback Period (PP), Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), dan Profitability Index (PI).

Payback Period (PP)

Payback Period yaitu waktu yang digunakan untuk menentukan kapan arus kas masuk (cash inflow) akan sebanding dengan jumlah investasi yang telah dialokasikan. Periode ini dimanfaatkan untuk mengukur berapa lama waktu yang diperlukan agar investasi tersebut dapat kembali (Akiang et al., 2020). Rumus Payback Period (PP) :

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Investasi awal}}{\text{Arus kas}} \times 1 \text{ tahun}$$

Net Present Value (NPV)

Net Present Value yaitu selisih antara nilai kini investasi dan nilai kini penerimaan kas bersih di masa depan (termasuk arus kas operasional dan terminal). (Puspita et al., 2022). Rumus NVP :

$$NPV = \sum_{t=1}^T \frac{\text{Cash Flow}_t}{(1+i)^t} - \text{Initial Cash Investment}$$

Jika $NPV > 0$, usaha tersebut dinyatakan layak untuk dijalankan.

Jika $NPV < 0$, usaha tersebut tidak layak dijalankan.

Jika $NPV = 0$, usaha tersebut berada pada titik impas.

Internal Rate of Return (IRR)

Internal Rate of Return (IRR), yaitu Tingkat suku bunga yang membuat nilai NPV proyek sama dengan nol (Lukman Hakim et al., 2023). Rumus Internal Rate of Return :

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{(NPV_1 - NPV_2)} (i_2 - i_1)$$

Di mana:

- i_1 = tingkat bunga 1 (tingkat diskonto yang menghasilkan NPV)
- i_2 = tingkat bunga 2 (tingkat diskonto yang menghasilkan NPV)
- NPV_1 = Net Present Value 1

- NPV2 = Net Present Value 2

Kriteria IRR adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $IRR > \text{tingkat bunga relevan}$, maka investasi dianggap menguntungkan.
- 2) Jika $IRR < \text{tingkat bunga relevan}$, maka investasi dianggap merugikan.

Profitability Index (PI)

Profitability Index (PI) merupakan rasio yang membandingkan nilai kini arus kas (cash flow) dengan nilai kini investasi yang dikeluarkan. Rumus untuk menghitung PI (Sutrisno 2015 dalam Sudiartini et al., 2021) :

$$\text{Profitability Index} = \frac{\text{PV Cash Inflows}}{\text{Cash Outflows}}$$

Kelayakan investasi yang dihitung menggunakan metode PI dianggap layak jika nilai PI yang diperoleh > 1 .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jamu Uti merupakan industri rumahan yang sedang berkembang, berlokasi di Sukadami, Cikarang selatan. Jamu Uti adalah minuman tradisional yang dibuat dengan resep turun-temurun dari keluarga, menjaga warisan budaya dan kearifan lokal yang telah diwariskan selama beberapa generasi. Setiap bahan yang digunakan, mulai dari rempah-rempah alami hingga herbal pilihan, dipilih dengan cermat untuk menjaga kualitas dan khasiatnya. Resep ini telah dipercayai oleh keluarga selama bertahun-tahun untuk menjaga kesehatan, meningkatkan stamina, serta memberikan manfaat bagi tubuh. Dengan tetap mempertahankan cara pembuatan tradisional, Jamu Uti hadir sebagai produk alami yang menggabungkan keaslian dan khasiat dari alam.

Aspek Keuangan

1. Modal

Modal awal usaha ini merupakan modal sendiri dari pemilik. Dana pribadi ini merupakan dana yang berasal langsung dari pemilik usaha, bisa berupa tabungan pribadi, hasil penjualan aset, atau keuntungan dari usaha sebelumnya. Penggunaan modal sendiri memberikan keleluasaan kepada pemilik dalam mengelola usahanya tanpa ketergantungan pada pihak luar. Meskipun terbatas jumlahnya, modal sendiri memiliki keunggulan berupa tidak adanya beban bunga dan kewajiban pengembalian kepada pihak lain.

Tabel 4.1
Total Modal Usaha Jamu Uti

Jenis	Total
Peralatan	Rp. 2.450.000.-
Perlengkapan	Rp. 2.550.000.-
Total	Rp. 5.000.000.-

2. *Payback Period*

Perhitungan ini didasarkan pada kas bersih yang diperoleh setiap tahun. Rumus untuk menghitung Payback Period adalah:

$PP = \text{investasi} / \text{kas bersih per tahun} \times 1 \text{ tahun}$

$PP = 5.000.000 / 48.000.000 \times 1$

$PP = 0,10$

Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa periode pengembalian modal untuk usaha Jamu Uti adalah 10 bulan.

3. Net Present value

Net Present Value dari UMKM Jamu Uti diuraikan :

Tabel 4.3
Perhitungan NPV Usaha Jamu Uti

<u>Tahun</u>	Benefit	DF 10 %	Present Value
2018	46.000.000	0.9091	41.818.600
2019	46.000.000	0.8264	38.014.400
2020	46.000.000	0.7513	34.559.800
2021	46.000.000	0.683	31.418.000
2022	46.000.000	0.6209	28.561.400
2023	46.000.000	0.5644	25.962.400
<u>Jumlah</u>			200.334.600

Kas Bersih : Rp. 200.334.600
Investasi : Rp. 5.000.000 -
NPV : Rp. 195.334.600

Berdasarkan data pada tabel, NPV Usaha Jamu Utu mencapai angka yang sangat positif, yakni Rp 195.334.600. Hasil ini mengindikasikan bahwa proyek ini sangat layak untuk dikembangkan, mengingat potensi keuntungan finansial yang signifikan di masa depan.

4. Internal Rate of Return (IRR)

Internal Rate of Return tingkat diskonto (i) yang menjadikan NPV suatu proyek bernilai nol. Perhitungan IRR dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.4
Perhitungan IRR Usaha Jamu Utu

<u>Tahun</u>	Benefit	DF 10%	Present Value	DF 13%	Present Value
2018	46.000.000	0.9091	41.818.600	0.8849	40.705.400
2019	46.000.000	0.8264	38.014.400	0.7831	36.022.600
2020	46.000.000	0.7513	34.559.800	0.693	31.878.000
2021	46.000.000	0.683	31.418.000	0.6133	28.211.800
2022	46.000.000	0.6209	28.561.400	0.5427	24.964.200
2023	46.000.000	0.5644	25.962.400	0.4803	22.093.800
<u>Jumlah</u>			200.334.600		183.875.800

Kas Bersih 2 : Rp. 183.875.800
Investasi : Rp. 5.000.000 -
NPV 2 : Rp. 178.875.800

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai NPV 1 yaitu Rp. 195.334.600 dan NPV 2 yaitu Rp. 178.875.800. Rumus IRR :

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{(NPV_1 - NPV_2)} \times (i_2 - i_1)$$

$$IRR = 0,10 + \frac{195.334.600}{(195.334.600 - 178.875.800)} \times (0,13 - 0,10)$$

$$IRR = 155\%$$

Nilai IRR yang diperoleh adalah 155%, yang lebih tinggi dari suku bunga 10 %. Menunjukkan bahwa modal yang diinvestasikan dalam usaha ini akan menghasilkan keuntungan di masa depan. Berdasarkan nilai IRR yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa proyek pengembangan ini layak untuk dilaksanakan.

5. Profitability Index

Profitability Index adalah rasio antara nilai sekarang dari perkiraan penerimaan kas bersih di masa depan dengan nilai sekarang dari investasi yang telah dilakukan. Rumus PI yaitu :

$$PI = (\text{total PV kas bersih} / \text{total PV investasi}) \times 100\%$$

$$PI = 48.000.000 / 5.000.000 \times 100\%$$

$$PI = 9,6\%$$

Berdasarkan hitungan tersebut, nilai PI sebesar 9,6% menyimpulkan bahwa usaha ini layak untuk dikembangkan.

Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran dalam bisnis Jamu Uti memiliki peran penting untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk, terutama dengan menargetkan konsumen utama, yaitu warga perumahan dan karyawan pabrik di sekitar wilayah usaha. Agar produknya dikenal oleh lebih banyak masyarakat, Jamu Uti menggunakan berbagai strategi promosi seperti mengikuti kegiatan bazar, serta secara aktif memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, dan TikTok. Tidak hanya itu, pemasaran juga dilakukan melalui toko online, sehingga memudahkan pelanggan yang lebih jauh untuk membeli produk tersebut. Diversifikasi strategi pemasaran ini membantu Jamu Uti tetap relevan dan meningkatkan visibilitas di pasar yang kompetitif, meskipun terdapat beberapa pesaing lain di sekitar yang juga menjual produk jamu serupa. Melalui konsistensi dalam strategi pemasaran yang beragam, Jamu Uti terus berupaya menarik perhatian konsumen dan memperkuat posisinya di tengah persaingan usaha.

Aspek Manajemen SDM

Aspek manajemen sumber daya manusia dalam bisnis Jamu Uti memainkan peran penting dalam menjaga kelancaran operasional dan keberhasilan usaha dengan mengedepankan pengaturan dan alokasi sumber daya yang efisien. Saat ini, Jamu Uti didukung oleh lima orang karyawan yang masing-masing memiliki peran yang spesifik, melibatkan satu tenaga kerja produksi dan dua tenaga kerja pemasaran. Pembagian tugas yang jelas ini memastikan bahwa setiap aspek operasional berjalan lancar, meskipun usaha ini berskala kecil. Selain itu, tanggung jawab pengambilan keputusan penting berada di tangan pemilik usaha, yang menunjukkan struktur manajemen yang terpusat dan berfokus pada efisiensi. Dalam hal manajemen waktu, proses pembuatan jamu dilakukan sehari sebelum penjualan untuk

memastikan produk segar dan berkualitas. Pemilik juga berperan aktif dalam mengatasi masalah, seperti kesulitan dalam memperoleh bahan baku, dengan membangun hubungan jangka panjang dengan petani lokal guna menjamin pasokan yang stabil. Dengan penekanan pada pembagian tugas yang jelas, penyelesaian masalah secara proaktif, dan kolaborasi, manajemen sumber daya manusia di Jamu Uti berfungsi untuk memastikan kelangsungan produksi dan penjualan yang efisien, serta menjaga kualitas produk di pasar, sehingga mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis.

Aspek Produksi

Aspek produksi dalam usaha Jamu Uti memainkan peran penting dalam mendukung kelancaran operasi dan menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Proses pembuatan jamu dilakukan dengan peralatan dapur sederhana seperti blender, dan produk yang dihasilkan mampu bertahan hingga tiga hari pada suhu ruang. Untuk menjaga kesegaran dan kualitas, produksi dilakukan sehari sebelum produk dijual, memastikan konsumen menerima produk yang masih dalam kondisi optimal. Pemilik usaha bertanggung jawab penuh dalam mengawasi proses produksi dan memastikan standar operasional terpenuhi, serta memastikan lokasi produksi mudah diakses. Dalam menghadapi tantangan seperti kesulitan bahan baku, Jamu Uti mengutamakan kerja sama jangka panjang dengan petani lokal untuk menjamin pasokan yang berkelanjutan. Kebersihan juga menjadi prioritas utama dalam setiap tahap produksi, baik dari segi kebersihan pribadi maupun peralatan yang digunakan, dengan peralatan yang rutin dibersihkan dan disimpan dengan baik. Selain itu, kebersihan lingkungan pun dijaga melalui pengelolaan sampah organik yang dibuang ke tempat sampah rumah tangga. Dengan pendekatan yang sederhana namun efisien dan teliti, Jamu Uti berhasil mempertahankan konsistensi dan kualitas produk yang diharapkan oleh konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis studi kelayakan bisnis yang dilakukan terhadap UMKM Jamu Uti di Desa Sukadami, analisis menunjukkan bahwa usaha ini layak untuk dikembangkan. Dari aspek keuangan, hasil perhitungan menunjukkan bahwa modal awal sebesar Rp. 5.000.000 dapat kembali dalam waktu 10 bulan, dengan Net Present Value (NPV) positif sebesar Rp. 195.334.600, Internal Rate of Return (IRR) 155% yang melebihi tingkat suku bunga 10%, dan Profitability Index (PI) 9,6%. Aspek pemasaran menunjukkan strategi yang beragam, meliputi pemanfaatan media

sosial, partisipasi dalam bazar, dan penggunaan platform e-commerce. Manajemen sumber daya manusia terstruktur dengan baik, dengan pembagian tugas yang jelas terhadap lima karyawan. Aspek produksi mengedepankan kualitas dan kebersihan, dengan proses pembuatan yang efisien menggunakan peralatan sederhana. Meskipun menghadapi tantangan dalam memperoleh bahan baku, Jamu Uti telah mengambil langkah-langkah proaktif untuk mengatasi masalah tersebut. Secara keseluruhan, usaha Jamu Uti memiliki prospek yang baik untuk berkembang dan berkelanjutan di masa depan.

Saran

Berdasarkan hasil analisis studi kelayakan bisnis pada UMKM Jamu Uti, beberapa saran dapat diberikan untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha ini. Pertama, mengingat hasil analisis finansial yang positif, pemilik usaha dapat mempertimbangkan untuk melakukan ekspansi bisnis secara bertahap, baik dalam hal variasi produk maupun jangkauan pasar. Kedua, untuk memperkuat aspek pemasaran, disarankan untuk meningkatkan aktivitas promosi digital, terutama melalui platform media sosial yang sudah digunakan, serta mempertimbangkan kolaborasi dengan influencer lokal untuk memperluas jangkauan pasar. Ketiga, dalam aspek manajemen SDM, pemilik dapat mempertimbangkan untuk memberikan pelatihan berkala kepada karyawan guna meningkatkan keterampilan dan produktivitas mereka. Keempat, untuk aspek produksi, disarankan untuk terus melakukan inovasi dalam hal kemasan dan varian produk, serta mempertimbangkan investasi pada peralatan produksi yang lebih efisien untuk meningkatkan kapasitas produksi. Terakhir, penting bagi Jamu Uti untuk tetap menjaga kualitas produk dan layanan, serta mempertahankan hubungan baik dengan pemasok bahan baku lokal untuk menjamin keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Akiang, M., Ayustia, R., & Hari Kritianto, A. (2020). KELAYAKAN BISNIS HIDROPONIK TINJAUAN ASPEK FINANSIAL (SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN SHANTI BHUANA, BENGKAYANG, KALIMATAN BARAT). *MSDJ: Management Sustainable Development Journal*, 2(2).
- Alfajri, I., Latief, F., Widiawati, A., & Ummul, A. (2023). ANALISIS KELAYAKAN USAHA MINUMAN DAENG FRUIT'S DI MAKASSAR. *Malomo: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 42–56.
- Arifudin, O., Sofyan, Y., & Tanjung, R. (2020). Studi Kelayakan Bisnis Telur Asin H-Organik.

- Jurnal Ecodemica*, 4(2). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>
- Dayinati, E., Hidayati, S., & Manurung, U. A. (2023). Analisis Kelayakan Usaha ditinjau dari Aspek Pemasaran: Studi Kasus Toko Plastik Rika88. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 3(2), 6221–6227.
- Dzaki, H., & Abadi, T. (2023). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Usaha Kedai Es Coklat (Studi Kasus Usaha Es Coklat di Kajen). *BISMA Business and Management Journal*, 1(2). <https://doi.org/10.XXXXX/XXXXXX>
- Fitron Almakhal, H., Reza Adiyanto, M., & Sri Rahayuningsih, E. (2023). ANALISIS KELAYAKAN USAHA RUMAH POTONG HEWAN DITINJAU DARI ASPEK TEKNIS DAN SUMBER DAYA MANUSIA. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(1).
- Gibran Asshiddiqi, U., & Rohman, A. (2024). ANALISIS KELAYAKAN BISNIS DITINJAU DARI ASPEK KEUANGAN PADA KEDAI ES BOBA MANIS DI DESA SLOPENG. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(6), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Harahap, S. (2018). *STUDI KELAYAKAN BISNIS Pendekatan Integratif* (M. Yafiz, Ed.). FEBI UIN-SU Press.
- Iskandar, R., Riyadi, H., & Tihama, A. M. (2023). Analisis Studi Kelayakan Kedai Djamoelenial Ditinjau dari Aspek Finansial. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 11(1). <https://doi.org/10.36983/japm.v11i1.421>
- Lukman Hakim, B., Mauluddin, Y., & Novandinarsyah, D. (2023). Kelayakan Usaha pada Pembuatan Minyak Kelapa. *Jurnal Kalibrasi*, 21(1), 48–54. <https://jurnal.itg.ac.id/>
- Puspita, D., Ervina, N., & Matwar, H. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis terhadap Usaha Kerupuk Sari Rasa di Desa Deli Serdang Ditinjau Dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan. *VISA: Journal of Visions and Ideas*, 2(2), 160–171.
- Putri, A., & Rohman, A. (2024). ANALISIS ASPEK PEMASARAN PADA MIE ENDES SAMPANG DALAM PERSPEKTIF STUDI KELAYAKAN BISNIS (SKB). *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(6), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Rahmadani, S., & Makmur. (2019). ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA PENGEMBANGAN UMKM USAHA TAHU DAN TEMPE KARYA MANDIRI DITINJAU DARI ASPEK PRODUKSI, ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK KEUANGAN. *HIRARKI: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 76–83. <http://journal.upp.ac.id/index.php/Hirarki>

- Rupita Ningrum, A., Astuti, N., & Maharani, Y. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis UMKM Cake Kota Pangkalpinang. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 4155–4172. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Salatalohy, N. S., Mersya Nusamara, E., Niklerek, Y., Likumahua, G. J. S., Hataul, R. A., Sahetapy, V. A., Rumadan, I. A. S., Zefany Manuhutu, M., & Latale, T. (2024). STUDI KELAYAKAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) MINUMAN KEKINIAN “BUBBLE HALUW.” *Jurnal Tagalaya*, 1(1), 25–32. <https://tagalayapkm.com/index.php/jt-pkmDOI:https://doi.org/>
- Santoso, P. V., Amarillo, R. V., & Prasetyarini, S. (2022). Analisis kelayakan bisnis pada UMKM makanan khas Palembang di Kota Malang (Studi Kasus Pada Bisnis Pempek Sultan Asli Palembang). *Jurnal Multidisiplin West Science*, 01(02), 181–195.
- Sopia, A., Ummy Nurhali Harahap, A., Mubarak, H., & Suhairi. (2023). Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Usaha Mainan Anak Ditinjau dari Aspek Keuangan. *VISA: Journal of Visions and Ideas*, 3(3), 288–295.
- Sudiartini, N. W. A., Astari, A. A. E., Laksmi, N. P. A. D., & Damayanti, N. L. P. (2021). Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Sari Merta Laundry Di Desa Guwang Kecamatan Sukawati. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi (JPENSI)*, 6(2), 116–142. <http://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpenssi>