

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS UMKM “WEDANG JAHE BCA” DI PERUM BCA DESA CIANTRA

Sarah Yuliana¹⁾, Noval Ardhana²⁾, Naning Yuliana³⁾, R.R Wening Ken W⁴⁾

^{1),2),3),4)}Universitas Pelita Bangsa

Email : sarahyuliana318@mhs.pelitabangsa.ac.id¹⁾,

novalardhana11@mhs.pelitabangsa.ac.id²⁾, naningyuliana97@mhs.pelitabangsa.ac.id³⁾,

wening.ken@mhs.pelitabangsa.ac.id⁴⁾

Abstract: *This research is directed at evaluating the feasibility of the Wedang Jahe MSME business operating at Perum BCA, South Cikarang, by conducting a comprehensive study of various aspects including marketing, technical and technology, human resource management, as well as economic and financial analysis. By applying qualitative research methodology, this study carried data collection was carried out through field observations, in-depth interviews, and documentation carried out in the period October 2024. The results of the investigation revealed that the Wedang Jahe UMKM, which has been operating since 2019, shows very prospective business potential, with value The initial investment is IDR 3,115,000 and is able to generate monthly net income of IDR 7,350,000. Several factors that become a competitive advantage for this business include choosing a very strategic location, the variety of ginger drink menu variants offered, as well as satisfactory service quality to customers. Based on break even point analysis calculations, this business only requires sales of a minimum of 100 portions per month to reach the break even point, which indicates a relatively low level of business risk for interested investors or business actors.*

Keywords: *Business Feasibility, Marketing Aspects, Technical and Technological Aspects, Human Resources Aspects, Financial Aspects.*

Abstrak: Penelitian ini diarahkan untuk mengevaluasi kelayakan usaha UMKM Wedang Jahe yang beroperasi di Perum BCA, Cikarang Selatan, dengan melakukan kajian komprehensif dari beragam aspek mencakup pemasaran, teknis dan teknologi, manajemen sumber daya manusia, serta analisis ekonomi dan keuangan. Dengan menerapkan metodologi penelitian kualitatif, studi ini melaksanakan pengumpulan data dilakukan melalui observasi di lapangan, wawancara mendalam, dan dokumentasi selama bulan Oktober 2024. Hasil investigasi mengungkapkan bahwa UMKM Wedang Jahe yang telah beroperasi sejak tahun 2019 menunjukkan potensi bisnis yang sangat prospektif, dengan nilai investasi permulaan sebesar Rp 3.115.000 dan mampu menghasilkan pendapatan bersih bulanan mencapai Rp 7.350.000. Beberapa faktor yang menjadi keunggulan kompetitif usaha ini meliputi pemilihan lokasi yang sangat strategis, keragaman varian menu minuman jahe yang ditawarkan, serta kualitas pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan. Berdasarkan perhitungan analisis break even point,

usaha ini hanya memerlukan penjualan minimal 100 porsi per bulan untuk mencapai titik impas, yang mengindikasikan tingkat risiko bisnis yang tergolong rendah bagi para investor atau pelaku usaha yang berminat

Kata Kunci: Kelayakan Usaha, Aspek Pemasaran, Aspek Teknis dan Teknologi, Aspek Sumber Daya Manusia, Aspek Keuangan.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia menghadapi tantangan besar dalam mengadopsi teknologi digital. penelitian yang dilakukan (Tayibnapis et al., 2021), hanya 16% UMKM di Indonesia yang telah memanfaatkan platform digital dalam kegiatan bisnis mereka. Studi ini menunjukkan bahwa meskipun ada peluang besar dalam ekonomi digital, banyak UMKM masih mengalami kesulitan dalam transformasi digital mereka. Setiap bisnis harus cepat dan tanggap terhadap perkembangan yang sedang terjadi. seiring dengan berkembangnya berbagai bidang pada era globalisasi saat ini dan masa mendatang. UMKM di bidang produksi, pemasaran, dan penjualan harus memiliki strategi yang matang dalam menghadapi tantangan yang akan datang. Menurut Friska et al., dalam (Faradisha et al., 2024) Strategi pemasaran pada UMKM harus mempertimbangkan sasaran konsumen dan pesaing yang mengincar pasar dengan sasaran yang sama.

Pandemi COVID 19 sudah mempercepat perubahan menuju digital di berbagai sektor, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Studi oleh (Malpica Gutierrez et al., 2021) menunjukkan bahwa selama pandemi, terjadi peningkatan signifikan dalam adopsi teknologi digital oleh UMKM di Indonesia, dengan 47,3% responden melaporkan peningkatan penggunaan media sosial dan platform e-commerce untuk bisnis mereka. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran strategi bisnis UMKM sebagai respons terhadap perubahan perilaku konsumen. Adanya tren tersebut, terdapat peningkatan minat konsumen terhadap produk kesehatan alami, termasuk minuman herbal tradisional. Studi yang dilakukan oleh (Al Hageh et al., 2023) menemukan bahwasanya 64% responden melaporkan peningkatan konsumsi minuman herbal tradisional selama pandemi, dengan wedang jahe menjadi salah satu pilihan populer. Temuan ini menunjukkan adanya peluang pasar yang signifikan bagi UMKM produsen wedang jahe, namun juga memunculkan tantangan dalam hal inovasi produk dan strategi pemasaran digital.

Industri minuman tradisional seperti wedang jahe juga menghadapi tantangan dalam mempertahankan relevansinya di pasar modern. Dalam bahasa Jawa, "wedang" berarti

minuman, dan "wedang jahe" adalah minuman yang dibuat dari jahe. Biasanya, wedang jahe ada di setiap hik (angkringan), dan orang Jawa menyukainya saat musim penghujan atau cuaca sejuk (Wirawan, 2023). Wedang jahe adalah minuman tradisional dari Indonesia, khususnya dari daerah Jawa, yang terbuat dari rebusan jahe segar yang dihancurkan atau diiris tipis dan direbus dengan air hingga mendidih. Minuman hangat ini sering ditambahkan dengan bahan-bahan pelengkap seperti gula merah atau gula pasir untuk memberikan rasa manis, dan kadang dicampur dengan rempah-rempah lain seperti serai, kayu manis, atau cengkeh untuk memperkaya cita rasa. Wedang jahe tidak hanya dikenal sebagai minuman yang menghangatkan tubuh, tetapi juga dipercaya memiliki berbagai khasiat kesehatan seperti meredakan masuk angin, melegakan tenggorokan, Meningkatkan metabolisme tubuh dan memstabilkan sirkulasi darah. Istilah "wedang" berasal dari bahasa Jawa yang berarti minuman hangat, sementara "jahe" merujuk pada rempah utama yang digunakan dalam pembuatannya. Wedang jahe merupakan minuman tradisional Indonesia yang berasal dari bahan utama jahe (*Zingiber officinale*) yang direbus dengan air dan dapat ditambahkan bahan pelengkap seperti gula merah, serai, kayu manis dan rempah lainnya. Minuman ini selain berfungsi sebagai penghangat tubuh juga memiliki berbagai khasiat kesehatan karena mengandung senyawa bioaktif seperti gingerol dan shogaol yang berperan sebagai antioksidan alami.

Bisnis wedang jahe adalah suatu bisnis minuman sehat juga menguntungkan yang sangat menjanjikan. olahan Wedang Jahe banyak digemari masyarakat luas dan sekarang banyak yang menyukai. Peluang bisnis wedang jahe menjadi semakin menjanjikan saat pasar olahan meningkat. Salah satu bisnis minuman tradisional khas Indonesia yang layak dipertimbangkan adalah wedang jahe. Bisnis wedang jahe mudah dijalankan dan menghasilkan keuntungan yang luar biasa. Dengan jumlah penggemar yang terus meningkat, bisnis wedang jahe memiliki potensi besar untuk sukses. Meskipun bisnis wedang jahe ini menjadi lebih populer di masyarakat, penggemarnya tetap ada dan terus meningkat. tingginya minat dalam wedang jahe (Anonim, 2004) dalam (Hariyono et al., 2024).

Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk memahami dan menganalisis kelayakan bisnis pada usaha Wedang Jahe BCA dengan meninjau dari aspek pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek sumber daya manusia, serta aspek ekonomi dan keuangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, karena informasi dikumpulkan secara verbal untuk mendapatkan data yang lengkap.

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Perumahan Bumi Cikarang Asri (BCA), Kecamatan Cikarang Selatan, Kabupaten Bekasi. Lokasi usaha dipilih secara sengaja karena Wedang Jahe BCA adalah salah satu unit usaha yang menawarkan minuman herbal berbahan dasar jahe yang banyak digemari masyarakat, khususnya kalangan dewasa di wilayah Cikarang Selatan dan sekitarnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 6 Oktober 2024.

2. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan Sumber Data Penulis menggunakan data primer dan sekunder, di antaranya:

1. Data primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung dari sumbernya. Dalam penelitian ini, data primer didapat dari pemilik UMKM Wedang Jahe BCA melalui wawancara langsung mengenai jenis dan harga produk yang ditawarkan, serta banyaknya jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung, misalnya melalui pihak lain atau publikasi. Penulis mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, termasuk hasil penelitian terkait yang sudah dipublikasikan

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sejarah Usaha

Wedang Jahe BCA merupakan usaha mikro yang berfokus pada minuman tradisional dan berlokasi di Perum BCA, Desa Ciantra. Usaha ini didirikan pada tahun 2019 oleh Ibu Nurani yang awalnya hanya menjual wedang jahe original. Berawal dari hobi membuat minuman tradisional dan dorongan untuk membantu perekonomian keluarga, Ibu Nurani mulai mengembangkan resep wedang jahe yang beliau pelajari sendiri dengan sentuhan modern yang disesuaikan dengan selera masyarakat saat ini.

Pada awal pendiriannya, Wedang Jahe BCA hanya mampu memproduksi sekitar 10-20 gelas per hari dengan varian rasa yang masih terbatas. Seiring berjalannya waktu, respon positif

dari para pelanggan mendorong Ibu Siti untuk mengembangkan usahanya. Pada tahun 2021, walaupun di tengah pandemi COVID-19, usaha ini justru mengalami peningkatan permintaan karena kesadaran masyarakat akan pentingnya minuman herbal untuk menjaga kesehatan. Hal ini membuat Wedang Jahe BCA mulai melakukan inovasi dengan menambah varian produk seperti wedang jahe susu, Skuteng, dan STMJ.

Memasuki tahun 2022, Wedang Jahe BCA mulai memperluas jangkauan pemasarannya dengan bergabung di berbagai platform pesan antar makanan online dan aktif mempromosikan produknya dengan media sosial. Dalam perjalanannya selama 5 tahun terakhir, Wedang Jahe BCA telah berhasil membangun basis pelanggan loyal tidak hanya dari kalangan penghuni Perum BCA, tetapi juga dari berbagai wilayah di sekitar Desa Ciantra. Komitmen untuk selalu menggunakan bahan-bahan alami berkualitas, seperti jahe merah pilihan dan rempah-rempah segar, menjadi kunci kesuksesan usaha ini. Di samping itu, Ibu Nurani juga aktif mengikuti berbagai pelatihan UMKM yang diselenggarakan pemerintah setempat untuk terus meningkatkan kualitas produk dan manajemen usahanya.

2. Gambaran Usaha

Profil Usaha

Nama usaha : Wedang Jahe BCA
Pemilik Usaha : Ibu Nurani
Awal Didirikan : Tahun 2019
Lokasi Usaha : Perumahan Bumi Cikarang Asri (BCA) Desa. Ciantra Kec. Cikarang
Sekatan Kab. Bekasi
Nomor Telepon : 081380433656

3. Kelayakan Usaha Wedang Jahe BCA

Kelayakan usaha Wedang Jahe BCA akan ditinjau dengan beberapa aspek pasar pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek daya manusia, dan aspek ekonomi dan keuangan.

1. Aspek Pasar Pemasaran

a. Pasar Pasaran

Pasar sasaran Wedang Jahe BCA berdasarkan hasil observasi dan wawancara bersama pemilik usaha, Wedang Jahe BCA memiliki potensi pasar yang menjanjikan di kawasan Perum BCA Desa Ciantra dan sekitarnya. Target pasar utama produk ini adalah para penghuni perumahan BCA, karyawan, dan masyarakat sekitar yang mencari minuman tradisional yang

menyehatkan. Penelitian menunjukkan adanya tren positif terhadap permintaan minuman herbal tradisional, dimana masyarakat semakin sadar akan pentingnya menjaga kesehatan melalui konsumsi minuman herbal.

Segi persaingan, meski terdapat beberapa penjual wedang jahe di sekitar lokasi, Wedang Jahe BCA memiliki keunggulan kompetitif dari segi kualitas bahan baku yang premium dan lokasi strategis di dalam perumahan. Penggunaan jahe merah pilihan dan ramuan tradisional yang khas memberikan cita rasa yang berbeda dibandingkan kompetitor. Harga yang ditawarkan juga cukup kompetitif, berkisaran berkisar dalam rentang harga berkisar Rp 6.000 hingga Rp 14.000.sesuai dengan daya beli masyarakat setempat.

a. Produk dan Harga Produk

Beberapa jenis produk yang disediakan oleh Wedang Jahe BCA, sebagai berikut:

Produk	Harga
Wedang Jahe Original	Rp 6000
Susu Jahe	Rp 7000
Skuteng	Rp 9000
STMJ	Rp 14.000

b. Promosi

Wedang Jahe BCA melakukan beberapa strategi dalam memasarkan produknya, Adapun 3 strategi utama yang di terapkan meliputi :

Pertama, promosi melalui media sosial dilakukan secara intensif dengan memanfaatkan Facebook dan WhatsApp Business. Pada Facebook dan WhatsApp, konten yang disajikan berupa video menarik tentang produk wedang jahe yang higienis, tips kesehatan terkait manfaat jahe, serta review dari pelanggan yang sudah mencoba. WhatsApp Business digunakan untuk memudahkan komunikasi dengan pelanggan, membagikan katalog produk, dan menerima pesanan secara langsung. Konten-konten menarik seperti foto produk yang estetik dan video singkat proses pembuatan juga dibagikan melalui WhatsApp Status untuk menjangkau pelanggan potensial.

Kedua, pemanfaatan e-commerce dilakukan melalui kerjasama dengan aplikasi pesan antar makanan seperti GoFood dan ShoopeFood. Platform ini dipilih karena sudah familiar di

kalangan masyarakat dan memudahkan pelanggan untuk memesan tanpa harus datang langsung. Wedang Jahe BCA juga memanfaatkan marketplace seperti Shopee Food yang menawarkan berbagai promosi menarik seperti gratis ongkir dan cashback. Kehadiran di platform e-commerce ini juga membantu meningkatkan kredibilitas usaha karena pelanggan dapat melihat rating dan review dari pembeli sebelumnya.

Ketiga, strategi word of mouth atau promosi dari mulut ke mulut dioptimalkan dengan memberikan pengalaman yang memuaskan kepada setiap pelanggan. Kualitas produk yang konsisten, pelayanan yang baik, dan kebersihan yang terjaga menjadi kunci utama untuk mendorong pelanggan merekomendasikan Wedang Jahe BCA kepada keluarga, teman, atau kerabat mereka. Dengan kombinasi strategi ini, Wedang Jahe BCA diharapkan dapat membangun basis pelanggan yang kuat dan mencapai target penjualan yang direncanakan.

2. Aspek Teknis dan Teknologi

a. Lokasi Usaha

Usaha Wedang Jahe BCA berlokasi di Perumahan Bumi Cikarang Asri (BCA), Desa Ciantra, Kecamatan Cikarang Selatan, Kabupaten Bekasi. Lokasi ini dipilih karena strategis, berada di area perumahan sehingga memudahkan akses masyarakat untuk berkunjung. Selain itu, lokasi usaha ini terletak dekat pintu gerbang utama dan di jalan raya perumahan.

b. Peralatan Produksi

Peralatan utama yang digunakan untuk membuat wedang jahe meliputi:

1. Panci
2. Kompor
3. Blender
4. Saringan
5. Talenan dan Pisau
6. Timbangan digital

a. Proses Produksi

Proses produksi Wedang Jahe BCA dilalui dengan beberapa tahapan, dimulai dari tahap persiapan bahan baku, dimana jahe merah segar yang telah dipilih dengan teliti dibersihkan menggunakan air mengalir untuk membersihkan kotoran dan tanah yang menempel. Setelah bersih, jahe dikupas kulitnya lalu dipotong menjadi bagian-bagian kecil untuk memudahkan proses blender. Bahan-bahan pendukung seperti serai, kayu manis, cengkeh, dan kapulaga juga

disiapkan dan dibersihkan. Gula aren dan gula pasir ditimbang sesuai takaran yang telah distandarisasi untuk menjaga konsistensi rasa.

Tahap selanjutnya adalah proses pengolahan, dimana potongan jahe digiling menggunakan blender hingga halus untuk mendapatkan ekstrak jahe yang maksimal. Air bersih dipanaskan dalam panci besar hingga mendidih, kemudian ekstrak jahe yang telah diblender dimasukkan bersama dengan rempah-rempah pendukung seperti serai yang dimemarkan, kayu manis, cengkeh, dan kapulaga. Campuran ini dimasak dengan api sedang selama sekitar 15-20 menit untuk memastikan semua rempah mengeluarkan aroma dan khasiatnya.

Setelah proses perebusan, api dikecilkan dan gula aren serta gula pasir ditambahkan ke dalam rebusan sambil diaduk hingga larut sempurna. Proses pemasakan dilanjutkan dengan api kecil selama 10 menit untuk memastikan semua bahan tercampur dengan baik dan menghasilkan aroma yang optimal. Setelah matang, rebusan wedang jahe disaring menggunakan saringan halus untuk memisahkan ampas rempah-rempah, sehingga diperoleh minuman yang bersih dan bebas dari ampas.

Kontrol kualitas dilakukan di setiap tahap produksi, dimulai dari pemilihan bahan baku hingga penyajian. Kebersihan area produksi dan peralatan dijaga dengan ketat melalui pembersihan rutin sebelum dan sesudah proses produksi. Setiap batch produksi dicatat dalam log book untuk memantau konsistensi rasa dan melakukan evaluasi jika diperlukan penyesuaian resep. Dengan proses produksi yang terstandar ini, Wedang Jahe BCA dapat menjaga kualitas produk dan memberikan kepuasan kepada pelanggan secara konsisten.

3. Aspek Sumber Daya Manusia

Di era digital yang sedang maju dengan cepat, pengelolaan sumber daya manusia (SDM) menjadi penting. Menjadi semakin kompleks dan penuh tantangan khususnya untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). (Apriyani et al., 2024) dalam (Adiguna et al., 2024). Menurut Bintoro dan Daryanto (2017: 15) dalam (Toyib et al., 2022) sumber daya manusia merupakan ilmu yang berfokus pada pengaturan kesepakatan dan tugas tenaga kerja yang dimiliki individu dengan cara yang efektif dan efisien, serta memaksimalkan penggunaan sumber daya tersebut untuk mencapai tujuan bersama antara perusahaan, karyawan, dan masyarakat. SDM adalah satu-satunya sumber daya yang memiliki akal, perasaan, dan keinginan, menjadikannya aset yang sangat penting dan tidak terpisahkan dari organisasi, baik perusahaan maupun lembaga pemerintah.

Manajemen Sumber Daya Manusia adalah serangkaian strategi, praktik, dan metode yang berdampak pada perilaku, pola pikir, dan kinerja para karyawan. (Dr. Ir. Ririt Dwiputri Permatasari, S.T., 2020) dalam (Rohana et al., 2024). Manajemen SDM merupakan bagian integral dari manajemen keseluruhan seperti operasi, pemasaran, dan keuangan. Pengertian terkait manajemen SDM mencakup pendekatan strategis dan terpadu dalam mengelola hal yang paling berharga bagi suatu organisasi, yaitu individu-individu yang berada di dalamnya (Amalia & Sitompul, 2024).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, UMKM "Wedang Jahe BCA" dikelola oleh Ibu Nurani selaku pemilik usaha yang dibantu oleh satu orang karyawan dalam menjalankan operasional sehari-hari. Dalam perspektif manajemen sumber daya manusia, usaha ini telah menunjukkan pengelolaan yang efektif melalui segmen kewajiban dan tanggung jawab yang nyata antara pemilik serta karyawannya.

Aspek pelayanan menjadi salah satu keunggulan kompetitif Wedang Jahe BCA, dimana observasi menunjukkan bahwa para karyawan memiliki kemampuan komunikasi yang baik dan sikap yang ramah dalam melayani pelanggan. Mereka tidak hanya sekadar menyajikan produk, tetapi juga mampu memberikan informasi tentang manfaat kesehatan dari wedang jahe dan berinteraksi dengan pelanggan secara profesional. Hal ini menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan yang pada akhirnya berkontribusi pada loyalitas konsumen.

Peran sumber daya manusia dalam usaha ini sangat vital dan multidimensi. Dalam aspek produksi, tim Wedang Jahe BCA bertanggung jawab untuk menghasilkan produk berkualitas dengan memperhatikan standar kebersihan dan konsistensi rasa. Mereka juga berperan dalam membangun citra positif usaha melalui pelayanan yang prima dan interaksi yang berkualitas dengan pelanggan. Lebih jauh lagi, kontribusi SDM terlihat dalam pengembangan usaha melalui inovasi produk, peningkatan efisiensi operasional, dan pembangunan hubungan baik dengan pelanggan.

4. Aspek Ekonomi dan Keuangan

A. Kebutuhan Dana

Analisis Keuangan Usaha Wedang Jahe

a. Investasi Awal

1. Peralatan Produksi:

- a. Kompor gas industri: Rp 300.000
- b. Tabung gas LPG 3kg: Rp 300.000

- c. Panci besar stainless steel (2 buah): Rp 300.000
 - d. Saringan/filter (3 pcs): Rp 20.000
 - e. Blender: Rp 850.000
 - f. Timbangan digital: Rp 150.000
 - g. Pisau set: Rp 50.000
 - h. Telenan (2 buah): Rp 30.000
 - i. Baskom stainless steel: Rp 75.000
 - = Subtotal: Rp 2.075.000
2. Modal Kerja (1 bulan pertama):
- a. Jahe merah (10 kg): Rp 300.000
 - b. Gula pasir (10 kg): Rp 180.000
 - c. Rempah-rempah pendukung: Rp 150.000
 - d. Gula aren (10 kg): Rp 250.000
 - e. Air galon (10 galon): Rp 200.000
 - = Subtotal: Rp 1.080.000
 - Total Investasi Awal : 3.155.000
 - b. Proyeksi Laba Rugi (Perbulan)
 - 1. Pendapatan
 - a. Perkiraan penjualan harian: 35 gelas
 - b. Harga per gelas: Rp 7.000
 - c. Pendapatan harian: Rp 245.000
 - d. Pendapatan bulanan (30 hari): Rp 7.350.000
 - 2. Biaya-Biaya
 - a. Biaya Bahan Baku
 - a. Jahe merah: Rp 300.000
 - b. Gula pasir: Rp 180.000
 - c. Rempah-rempah pendukung: Rp 150.000
 - d. Gula aren: Rp 250.000
 - e. Air galon: Rp 200.000
 - Subtotal Biaya Bahan Baku: Rp 1.080.000
 - b. Biaya Operasional
 - a. Sewa tempat (per bulan): Rp 300.000
 - b. Listrik dan air: Rp 200.000
 - c. Gas LPG: Rp 300.000
 - d. Gaji karyawan: Rp 1.000.000
 - e. Transportasi: Rp 200.000
 - f. Kebersihan: Rp 100.000
 - Subtotal Biaya Operasional: Rp 2.100.000
 - Total Biaya: Rp 3.180.000
 - c. Laba Bersih
 - a. Pendapatan: Rp 7.350.000

b. Total Biaya: Rp 3.180.000

Laba Bersih: Rp 4.170.000

c. Analisis Titik Impas (Break Even Point)

1. Biaya Tetap per Bulan

- Penyusutan peralatan: Rp 100.000
- Transportasi: Rp 200.000
- Kebersihan: Rp 100.000
- Listrik dan air: Rp 200.000

Total Biaya Tetap: Rp 600.000

2. Biaya Variabel per Porsi

Biaya bahan baku per porsi: $\text{Rp } 1.080.000 \div (35 \text{ porsi} \times 30 \text{ hari}) = \text{Rp } 1.028$

Biaya Variabel per Porsi: Rp 1.028

3. Perhitungan Titik Impas

$\text{BEP (unit)} = \text{Biaya Tetap} \div (\text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit})$

$\text{BEP (unit)} = \text{Rp } 600.000 \div (\text{Rp } 7.000 - \text{Rp } 1.028)$

$\text{BEP (unit)} = 100,5$ porsi per bulan atau sekitar 3 hingga 4 porsi per hari

4. Titik Impas dalam Rupiah

$\text{BEP (Rp)} = 64,7 \times \text{Rp } 15.000 = \text{Rp } 703.500$

Kesimpulan:

1. Usaha UMKM Wedang Jahe memerlukan investasi awal sekitar Rp 3,5 jutaan
2. Potensi laba bersih per bulan Rp 4.170 juta
3. Titik impas tercapai pada penjualan 65 porsi per bulan atau Rp 703.500
4. Dengan kira-kira penjualan 35 porsi perhari, usaha ini sangat layak dijalankan

Analisis SWOT

Analisis SWOT yaitu mencakup usaha-usaha untuk memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memutuskan kinerja perusahaan (Victor, 2020) dalam (Alam et al., 2024). Analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman) merupakan alat yang umum digunakan sebagai langkah awal dalam proses pengambilan keputusan dan sebagai metode perencanaan strategis untuk berbagai kondisi. Ini dipahami sebagai evaluasi mengenai kelebihan dan kekurangan internal suatu organisasi, serta potensi dan risiko dari lingkungan eksternal (Atikah & Marjohan, 2024). Berikut ini merupakan penjelasan Analisis SWOT

Umkh Wedang Jahe BCA yaitu:

1. Strengths (kekuatan)

Segi Kekuatan (Strengths), Wedang Jahe BCA memiliki beberapa keunggulan yang signifikan. Pertama, lokasi usaha yang sangat strategis di Perumahan BCA Desa Ciantra, yang merupakan kawasan pemukiman dengan tingkat ekonomi menengah ke atas dan memiliki potensi pasar yang besar. Kedua, produk ini dibuat dengan bahan-bahan alami berkualitas, khususnya jahe merah pilihan yang dikenal memiliki kandungan gingerol tinggi dan memberikan manfaat kesehatan yang optimal. Ketiga, proses produksi yang masih menggunakan metode tradisional menjamin keaslian rasa dan kualitas produk, dimana setiap tahapan pembuatan dilakukan dengan standar kebersihan yang ketat. Keempat, harga yang ditawarkan sangat kompetitif untuk segmen pasarnya, berkisar dari Rp 6.000 s/d Rp 14.000, menjadikannya terjangkau namun tetap memberikan margin keuntungan yang baik.

2. Weaknesses (kelemahan)

Aspek Kelemahan (Weaknesses), ditemukan beberapa situasi yang harus mendapat perhatian khusus. Pertama, kapasitas produksi masih terbatas karena penggunaan peralatan sederhana dan tradisional, yang menyebabkan tidak dapat memenuhi permintaan dalam jumlah besar secara cepat. Kedua, masa simpan produk yang relatif singkat (maksimal 2 hari) karena komitmen untuk tidak menggunakan bahan pengawet artificial menjadi tantangan dalam distribusi dan penyimpanan. Ketiga, sistem pencatatan keuangan dan manajemen yang masih menggunakan metode manual dan sederhana membatasi kemampuan untuk melakukan analisis bisnis yang lebih mendalam dan ekspansi usaha secara terencana. Keempat, keterbatasan sumber daya manusia yang terampil dalam produksi dan pelayanan juga menjadi kendala dalam pengembangan usaha. Kelima, packaging produk yang masih sederhana membatasi daya tarik visual dan daya tahan produk.

3. Opportunities (peluang)

Peluang (Opportunities), usaha ini memiliki prospek yang sangat menjanjikan. Pertama, tren gaya hidup sehat dan konsumsi minuman herbal tradisional yang semakin meningkat, terutama pasca pandemi COVID-19, memberikan peluang pasar yang sangat besar. Kedua, meningkatnya kesadaran masyarakat akan manfaat jahe bagi kesehatan, seperti meningkatkan imunitas dan melancarkan peredaran darah, menjadi faktor pendorong permintaan. Ketiga, perkembangan platform digital dan media sosial membuka peluang untuk memperluas

jangkauan pemasaran tanpa batasan geografis. Keempat, potensi kerjasama dengan platform delivery online dapat meningkatkan aksesibilitas produk kepada konsumen. Kelima, adanya program pemerintah dalam mendukung UMKM membuka peluang untuk mendapatkan bantuan modal dan pelatihan pengembangan usaha.

4. Threats (ancaman)

Konteks Ancaman (Threats), terdapat beberapa faktor yang perlu diwaspadai. Pertama, munculnya pesaing baru dengan modal lebih besar dan teknologi modern dapat mengancam pangsa pasar yang ada. Kedua, ketidakstabilan harga bahan baku, terutama jahe yang sangat dipengaruhi musim dan kondisi cuaca, dapat mempengaruhi struktur biaya dan margin keuntungan. Ketiga, perubahan selera konsumen yang cepat dan munculnya tren minuman baru dapat menggeser preferensi konsumen. Keempat, regulasi yang semakin ketat terkait standar keamanan pangan dan perizinan usaha memerlukan adaptasi dan investasi tambahan. Kelima, Daya beli masyarakat dapat dipengaruhi oleh ketidakstabilan ekonomi dan berkelanjutan usaha.

Berdasarkan analisis SWOT yang mendalam ini, dapat disimpulkan bahwa UMKM Wedang Jahe BCA memiliki potensi yang sangat baik untuk berkembang, namun memerlukan strategi yang tepat dan terencana untuk mengatasi kelemahan internal dan mengantisipasi ancaman eksternal. Beberapa rekomendasi strategis yang dapat diimplementasikan antara lain: peningkatan kapasitas produksi melalui modernisasi peralatan, pengembangan sistem manajemen yang lebih profesional, peningkatan kualitas packaging, pengembangan varian produk baru yang inovatif, serta penguatan strategi pemasaran digital. Dengan implementasi strategi yang tepat dan konsisten, Wedang Jahe BCA memiliki prospek yang cerah untuk menjadi salah satu pemimpin industri minuman herbal tradisional di wilayahnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis studi kelayakan bisnis UMKM "Wedang Jahe BCA", bisa disimpulkan bahwa usaha ini mempunyai pandangan yang sangat menjanjikan juga layak untuk dikembangkan. Dari aspek pasar dan pemasaran, Wedang Jahe BCA telah memiliki positioning yang kuat dengan target konsumen yang jelas yaitu penghuni perumahan BCA dan masyarakat sekitar. Strategi pemasaran yang diterapkan sudah cukup komprehensif, meliputi pemanfaatan media sosial, e-commerce, dan word of mouth. Tarif produk yang ditawarkan juga sangat

terjangkau, berkisaran berkisar dari Rp 6.000 sampai Rp 14.000 dengan berbagai varian produk yang menarik.

Ditinjau dari aspek teknis dan teknologi, lokasi usaha sangat strategis karena berada di area perumahan dan dekat dengan gerbang utama. Proses produksi telah terstandarisasi dengan kontrol kualitas yang baik, meskipun peralatan produksi masih tergolong sederhana namun sudah memadai untuk skala usaha saat ini. Dari segi sumber daya manusia, usaha ini dikelola langsung oleh pemilik (Ibu Nurani) dengan bantuan dua orang karyawan yang memiliki kemampuan komunikasi baik dalam melayani pelanggan. Pembagian peran dan tanggung jawab juga sudah terstruktur dengan jelas.

Aspek ekonomi dan keuangan, usaha ini menunjukkan prospek yang sangat positif. Dengan modal awal yang relatif terjangkau sebesar Rp 3.155.000, usaha ini mampu menghasilkan laba bersih per bulan sekitar Rp 4.170.000. Break Event Point tercapai pada penjualan 3-4 porsi per hari, sedangkan penjualan rata-rata mencapai 35 porsi per hari, menunjukkan bahwa Umkm ini sungguh layak apabila dilaksanakan dan dikembangkan lebih lanjut.

saran

Modernisasi peralatan produksi untuk meningkatkan kapasitas, pengembangan varian produk baru sesuai tren pasar, peningkatan kualitas packaging, dan penerapan sistem pencatatan keuangan digital. Dari sisi pemasaran, perlu penguatan presence di media sosial, pengembangan program loyalitas pelanggan, dan perluasan jaringan kerjasama dengan platform delivery online. Aspek SDM dapat ditingkatkan melalui pelatihan berkala dan pengembangan SOP yang lebih terstruktur.

Manajemen risiko juga perlu diperhatikan dengan membangun kerjasama yang baik dengan supplier bahan baku, mengurus perizinan usaha dan sertifikasi yang diperlukan, serta membuat rencana kontingensi untuk menghadapi fluktuasi ekonomi. Dari sisi keuangan, diperlukan penerapan sistem akuntansi yang lebih profesional, pencarian sumber pendanaan tambahan melalui program UMKM pemerintah, dan evaluasi harga secara berkala. Dengan memperhatikan dan mengimplementasikan saran-saran tersebut, UMKM Wedang Jahe BCA memiliki potensi besar untuk berinovasi membentuk usaha yang lebih luas dan berkelanjutan di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

Adiguna, P., Aisha, N., Herawati, T., Nurrahman, S., Saefullah, A., Rasmawati AR, Hakim, M. P., Saputra, R., & Sitohang, R. M. (2024). Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya

- Manusia pada UMKM Melalui Keterampilan Digital dalam Produksi Pangan. In *JCRE: Journal of Community Research and Engagement* (Vol. 1).
- Al Hageh, C., Alefishat, E., Ghassibe-Sabbagh, M., Platt, D. E., Hamdan, H., Tcheroyan, R., Chammas, E., O'Sullivan, S., Abchee, A., Wang, B., Xu, X., Nader, M., & Zalloua, P. (2023). Homocysteine levels, H-Hypertension, and the MTHFR C677T genotypes: A complex interaction. *Heliyon*, 9(6). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e16444>
- Alam, W. Y., Purnamartha, E., Putri, W., Audina, F., & Kharisma, R. (2024). YUME : Journal of Management Analisis SWOT Strategi Pemasaran (Studi Kasus pada Percetakan Mentari Jaya Dukuh Menanggal Surabaya). In *YUME : Journal of Management* (Vol. 7, Issue 2).
- Amalia, Y. R., & Sitompul, P. (2024). PENERAPAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA PADA KANWIL DJKN SULAWESI SELATAN, TENGGARA DAN BARAT TAHUN 2023. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 2, 206–213.
- Atikah, C., & Marjohan. (2024). Analisis SWOT Pada Lembaga Pendidikan. *Journal on Education*, 06(02), 11197–11206.
- Faradisha, F. E., Sholikhah, A., Laiya, I. T., Hanum, F. A., Nurrahma, I., & Chilmi, H. R. (2024). Strategi Pemasaran Modern Baso Aci Qiara Porong: Inovasi Kemasan dan Penggunaan Media Digital (Vol. 2, Issue 2). <https://jurnal.stiekma.ac.i>
- Hariyono, Adhar, Z., Mukhtasor, I., & Fatmayati, A. (2024). KONTRIBUSI USAHA WEDANG JAHE TERHADAP PENDAPATAN KELUARGA DI DESA KUMPUL REJO KECAMATAN BUAY MADANG TIMUR KABUPATEN OKU TIMUR. In *JASEP* (Vol. 10, Issue 1).
- Malpica Gutierrez, J. S., Fernandez Pena, I. A., & Santa, F. M. I. (2021). Design, construction and implementation of relative humidity and temperature climatic chamber for metrology laboratory. *Journal of Physics: Conference Series*, 2135(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/2135/1/012003>
- Rohana, A., Rachman, L. A., Hidayat, M. F., & Tobing, T. G. F. (2024). PENERAPAN EFISIENSI SUMBER DAYA MANUSIA PADA UMKM YANG BERADA DIBAWAH PELAYANAN PT. BPR DANA MANDIRI BOGOR, JAWA BARAT SEHINGGA DAPAT MENINGKATKAN PRODUKTIFITAS EKONOMI MIKRO. *Multidisciplinary Indonesian Center Journal (MICJO)*, 1(2), 833–843. <https://doi.org/10.62567/micjo.v1i2.86>

- Tayibnapis, A. Z., Wuryaningsih, L. E., & Gora, R. (2021). Medium, Small and Medium Enterprises and Digital Platforms. *South Asian Journal of Social Studies and Economics*, 10–19. <https://doi.org/10.9734/sajsse/2021/v10i230258>
- Toyib, H., Ndraha, A. B., & Telaumbanua, Y. (2022). *KOLABORASI SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PENCAPAIAN TARGET DAN SASARAN KINERJA LKPJ PADA DINAS KETAHANAN PANGAN, PERTANIAN DAN PERIKANAN KABUPATEN NIAS*. 10(4), 1508–1516.
- Wirawan, M. K. (2023, October). *Diplomasi dan Filosofi Wedang Jahe* . MirMagz Beyond What You See . <https://mirmagz.com/2023/10/13/diplomasi-dan-filosofi-wedang-jahe/>