

## Analisis Studi Kelayakan Bisnis Jamu Tradisional (Handmade)

Alim Dhisa Istiqomah<sup>1\*</sup>, Ade Ayu Putri Dewanti<sup>2</sup>, Tomy Rizky Izzalqurny<sup>3</sup>, Rizky Firmansyah<sup>4</sup>  
<sup>1,2,3,4</sup>Departemen Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Malang

[\\*alim.dhisa.2004226@students.um.ac.id](mailto:*alim.dhisa.2004226@students.um.ac.id)

### Abstrak

Kemunculan pandemi Covid-19 pada tahun 2020 lalu membuat masyarakat semakin peduli terhadap kesehatannya. Salah satu bentuk untuk menjaga kesehatan yang dilakukan adalah dengan mengonsumsi makanan dan minuman yang sehat. Rempah dipilih karena harganya cenderung murah, memiliki banyak manfaat bagi kesehatan, serta mudah untuk didapatkan. Olahan rempah yang umum dikenal masyarakat Indonesia yaitu jamu. Menjaga eksistensi jamu tradisional di era modernisasi apalagi pasca pandemi Covid-19 sangatlah penting agar masyarakat yang mulai beralih mengonsumsi jamu akibat adanya pandemi Covid-19 tidak hanya sebatas fenomena sekilas saja. Hal ini dikarenakan jamu tradisional merupakan hasil warisan turun-temurun bangsa Indonesia yang harus dijaga kelestariannya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif dilakukan melalui analisis aspek keuangannya berdasarkan *payback period*, *profitability index*, *net present value*, *internal rate of return*. Sedangkan, metode kuantitatifnya menganalisis terkait aspek pasar dan pemasaran, teknik dan teknologi, yuridis, serta lingkungan untuk menjawab tujuan penelitian yang dibutuhkan. Usaha produksi jamu tradisional "Handmade" dapat dikatakan layak berdasarkan pada beberapa aspek misalnya seperti, aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, dan aspek teknik dan teknologi.

**Kata Kunci:** Eksistensi, Jamu, Modernisasi, Pandemi, Covid-19

### Abstract

*The emergence of the Covid-19 pandemic in 2020 made people more concerned about their health. One form of maintaining health that is done is by consuming healthy foods and drinks. Spices were chosen because they tend to be cheap, have many health benefits, and are easy to obtain. Processed spices that are commonly known by the Indonesian people are jamu. Maintaining the existence of traditional herbal medicine in the modernization era especially after the Covid-19 pandemic is very important so that people who start to switch to consuming herbal medicine due to the Covid-19 pandemic are not only a fleeting phenomenon. This is because traditional herbal medicine is the result of the hereditary heritage of the Indonesian nation that must be preserved. This research uses qualitative and quantitative methods. Qualitative method is carried out through analysis of financial aspects based on *payback period*, *profitability index*, *net present value*, *internal rate of return*. Meanwhile, the quantitative method analyzes aspects related to market and marketing, engineering and technology, juridical, and environment to answer the research objectives needed. The traditional herbal medicine production business "Handmade" can be said to be feasible based on several aspects, for example, market and marketing aspects, financial aspects, and technical and technological aspects.*

**Keywords:** Existence, Herbal Medicine, Modernization, Pandemic, Covid-19

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil rempah terbesar di dunia. Rempah-rempah bahkan menjadi komoditi yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Hal tersebut dibuktikan dari data bulan Januari hingga April 2020 nilai ekspor rempah Indonesia mencapai US\$218,69 juta. Rempah menjadi andalan bagi sebagian masyarakat dunia sebagai penambah cita rasa pada makanan maupun memiliki manfaat bagi kesehatan. Meskipun era modern terus berkembang, rempah-rempah ternyata masih menjadi primadona dan populer bagi masyarakat, terutama masyarakat Indonesia.

Kemunculan pandemi Covid-19 pada tahun 2020 lalu membuat masyarakat semakin peduli terhadap kesehatannya. Salah satu bentuk menjaga kesehatan yang dilakukan adalah

dengan mengonsumsi makanan dan minuman yang sehat. Sebagian besar masyarakat bahkan memilih mengonsumsi makanan dan minuman yang terbuat dari bahan-bahan alami, salah satunya menggunakan rempah. Rempah dipilih karena harganya cenderung murah, memiliki banyak manfaat bagi kesehatan, serta mudah untuk didapatkan.

Olahan rempah yang umum dikenal masyarakat Indonesia yaitu jamu. Selain dikenal mayoritas masyarakat Indonesia, jamu juga menjadi salah satu minuman yang menjadi ciri khas Indonesia dimata dunia. Jamu mudah untuk didapatkan di Indonesia baik yang diperdagangkan secara modern maupun tradisional. Meskipun begitu, ternyata tidak semua orang menyukai jamu alasannya karena rasa dari jamu yang cenderung pahit atau semakin langkanya pedagang jamu tradisional di kota-kota besar. Ditambah lagi cara pengemasan dan pemasarannya yang tidak maksimal dan masih terbilang sederhana membuat jamu tradisional semakin dipinggirkan. Sehingga, eksistensi jamu tradisional kini mulai tergantikan dengan minuman populer lainnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut kami berharap jamu tradisional bisa terus melakukan inovasi produk tanpa kehilangan pakemnya agar bisa tetap eksis dipasaran meskipun mengalami gempuran pasar akibat munculnya produk minuman modern lainnya. Menjaga eksistensi jamu tradisional di era modernisasi apalagi pasca pandemi Covid-19 sangatlah penting agar masyarakat yang mulai beralih mengonsumsi jamu akibat adanya pandemi Covid-19 tidak hanya sebatas fenomena sekilas saja. Hal ini dikarenakan jamu tradisional merupakan hasil warisan turun-temurun bangsa Indonesia yang harus dijaga kelestariannya juga. Untuk itu sudah menjadi tanggung jawab kita bersama agar jamu tradisional tidak hilang digerus zaman akibat pergeseran kebudayaan dan percepatan teknologi.

## **KAJIAN PUSTAKA**

Jamu merupakan salah satu bentuk pengobatan herbal yang berperan penting dalam proses penyembuhan bagi penduduk di negara berkembang (Muliasari et al., 2019). Minuman jamu tradisional tidak hanya unik namun juga memiliki khasiat yang baik bagi kesehatan serta potensial untuk dijual (Rachman, 2018). Jamu tradisional biasanya berasal dari tumbuhan, hewan, maupun mineral yang dibentuk menjadi serbuk seduhan, rajangan untuk seduhan, dan lain sebagainya (Syafi'i, 2019). Akibat pandemi Covid-19 yang terjadi ada baiknya untuk melakukan pola hidup sehat agar terhindar dari penularan virus Covid-19 (Sama' Iradat Tito, Muhammad Ma'ruf, Arina Roikhana, Lailatul Maghfirah & Setiawati, Zuhrotul Chumairoh, Nur Mufida, 2021). Kusumo et al. (2020) menjelaskan bahwa jamu merupakan salah satu pilihan terbaik untuk memperkuat sistem imun tubuh manusia. Jamu tradisional bahkan telah menjadi bagian hidup masyarakat Indonesia yang tersebar hingga pelosok negeri (Susilowati, 2020). Tidak jarang jamu tradisional dipilih sebagai pengganti obat-obatan medis karena harganya yang relatif murah.

Di Indonesia, jamu tradisional cukup populer akan tetapi saat ini telah mengalami krisis identitas. Jamu lebih banyak dikenal oleh para orang tua saja sedangkan anak muda Indonesia tidak begitu mengetahui tentang jamu tradisional. Hal tersebut diakibatkan karena jamu lebih banyak dijual dengan konsep tradisional sehingga anak muda Indonesia kurang begitu tau kehadirannya. Untuk merambah pasar anak muda perlu adanya inovasi yang dilakukan.

Inovasi produk merupakan hal yang dapat dilakukan agar suatu perusahaan dan produknya bisa mendapatkan perhatian khusus oleh masyarakat (Elwisam & Lestari, 2019). Prihapsara & Artanti (2016) mengatakan bahwa contoh inovasi produk yang tren saat ini adalah konsep "*back to nature*", konsep tersebut dapat menciptakan pangsa pasar dan pemasaran yang strategis di masyarakat. Melakukan inovasi produk berdampak pada meningkatkan nilai jual produk dipasaran. Selain itu, manajemen strategi juga dibutuhkan dalam pengambilan keputusan

yang berguna untuk mencapai sasaran yang diinginkan (Munica et al., 2017). Perusahaan perlu melakukan analisis pada beberapa aspek, salah satunya bisa menggunakan metode SWOT karena pada analisis tersebut perusahaan bisa mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dari eksternal yang berguna sebagai dasar pengambilan keputusan (Arrafi et al., 2020). Selain metode SWOT, analisis juga bisa dilakukan melalui identifikasi dari aspek pasar dan pemasaran, teknik dan teknologi, keuangan, yuridis, serta lingkungan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif untuk meneliti perusahaan yang memproduksi olahan rempah menjadi jamu, bernama “*Handmade*”. Lokasi produksi “*Handmade*” berbasis di Malang, Jawa Timur, Indonesia. Metode kualitatif dilakukan melalui analisis aspek keuangannya berdasarkan *payback periode*, *profitabilty index*, *net present value*, *internal rate of return*. Sedangkan, metode kuantitatifnya menganalisis terkait aspek pasar dan pemasaran, teknik dan teknologi, yuridis, serta lingkungan untuk menjawab tujuan penelitian yang dibutuhkan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Secara umum, hasil pelaksanaan kegiatan ini menghasilkan aktivitas-aktivitas sebagai berikut:

### **1. Aspek Pasar dan Pemasaran**

Sasaran pasarnya adalah masyarakat yang sedang membutuhkan produk makanan maupun minuman sehat dan terbuat dari bahan alami. Dilihat dari banyaknya masyarakat yang kini mulai sadar akan pentingnya hidup sehat, terutama konsumsi pangan yang bergizi dan berkualitas. Hal tersebut memberikan potensi lebih bagi produk ini untuk bisa bersaing dipasaran.

Ditinjau dari persaingan tingkat persaingan pasarnya usaha ini cukup menjanjikan dikarenakan masih sedikit pesaing yang menjual jamu dengan konsep modern serta menggunakan sistem *online* untuk penjualannya. Para pesaing yang menjual produk serupa dalam membuka usahanya masih menggunakan cara yang sederhana dan memperdagangkan di pasar tradisional dengan waktu yang terbatas.

Pembeli bisa melakukan pemesanan dan transaksi secara *online*, melalui *marketplace* maupun *delivery mobile application*. Hal tersebut dimaksudkan untuk memudahkan konsumen dalam berbelanja. Selain itu, pemilihan transaksi dan distribusi secara *online* dipilih karena tergolong mudah, cepat, aman, dan bisa disesuaikan dengan keinginan pembeli. Hal ini dikarenakan terintegrasinya sistem yang baik pada *marketplace* maupun *delivery mobile application* tersebut membuat informasi mengenai proses pengiriman hingga biaya pengiriman yang akan kami bebaskan ke pembeli bisa tersampaikan dengan baik. Hal ini akan berdampak kepada kepercayaan pelanggan mulai dari proses pemesanan hingga barang tersebut diterima ke tangan konsumen.

Dalam meningkatkan penjualan usaha ini menggunakan beberapa strategi pemasaran. Salah satu strateginya dengan melakukan promosi melalui instagram, facebook, google, whatsapp dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada seperti, *feed*, *reels*, *igtv*, *instagram ads*, *facebook ads*, *google ads*, serta fitur lainnya. Selain itu promosi melalui *endorsement* kepada influencer yang memiliki target pasar sama juga menjadi pilihan promosi bagi pengembangan usaha ini. Target pasar yang ingin kami sasar adalah semua orang yang membutuhkan produk kami. Tua maupun muda bukanlah batasan usia dari target pasar kami, karena produk jamu ini hadir dengan konsep yang lebih modern

dan rasa yang bisa lebih diterima oleh banyak orang. Untuk itu sosial media dipilih selain karena aksesnya yang lebih mudah namun juga memiliki jangkauan yang lebih luas.

Promosi yang dilakukan ini dapat mengenalkan minuman tradisional Indonesia yaitu jamu kepada masyarakat luas. Sehingga, di tengah modernisasi yang semakin maju makanan dan minuman khas Indonesia masih tetap eksis dan diterima masyarakat. Selain itu, kebanyakan makanan dan minuman tradisional Indonesia dibuat karena memiliki manfaat. Oleh sebab itu, melalui promosi ini kami juga berharap dapat membantu banyak orang untuk menjaga kesehatannya dengan mengkonsumsi makanan dan minuman yang menyehatkan juga.

## 2. Aspek Teknik dan Teknologi

### a. Strategi Produksi dan Pengemasan

Dalam proses produksi jamu dilakukan secara modern dan terdapat beberapa tahapan, yaitu persiapan bahan baku, pembuatan, dan pengemasan. Bahan baku pembuatan jamu didapatkan dari produsen lokal (petani rempah). Pembuatan jamu juga dilakukan sesuai dengan resep yang sudah dibuat dengan mempertimbangkan komposisi nilai gizinya. Sebelum proses pengemasan juga akan dilakukan pengujian rasa dan kualitas dari jamu yang telah dibuat.

Demi menjaga kualitas produk dan kepercayaan konsumen jamu tradisional ini juga menyertakan label dari BPOM RI dan label halal dari MUI. Adanya label dari BPOM RI membuat konsumen akan percaya bahwa produk telah teruji dan memenuhi standar kualitas pangan. Sedangkan label halal dari MUI dapat menumbuhkan rasa percaya khususnya bagi konsumen yang beragama Islam. Label halal menunjukkan segala bahan dan proses pembuatan jamu menggunakan bahan dan alat-alat yang halal.

Estetika dari produk juga merupakan hal yang penting untuk ditonjolkan setelah kualitas isi produk tersebut, karena desain merupakan cara terbaik dalam menciptakan *branding* dari produk kami. Demi mendukung tujuan tersebut desain produk jamu harus dibuat lebih modern dengan begitu pemilihan kemasan dengan bahan dasar kaca bisa menjadi pilihan yang baik. Bahan dasar tersebut dipilih selain menghasilkan kesan yang mewah dan menarik namun juga membantu menjaga ketahanan dari produk selama penyimpanan. Selain itu, meminimalisasi penggunaan material plastik juga baik agar jika produk terkena sinar matahari langsung partikel kimia dari kontaminasi plastik bisa dikurangi. Alasan lainnya adalah dengan mengurangi penggunaan plastik, produk ini juga ikut berpartisipasi untuk menjaga lingkungan dari dampak buruk yang diakibatkan perbuatan manusia yang tidak bertanggung jawab. Berdasarkan hal tersebut diharapkan setelah kemasan itu telah digunakan bisa dimanfaatkan kembali hingga benar-benar sudah tidak bisa dipakai lagi.

Berikut ini adalah coontoh dari desain kemasan produk:



b. Pemilihan Teknologi

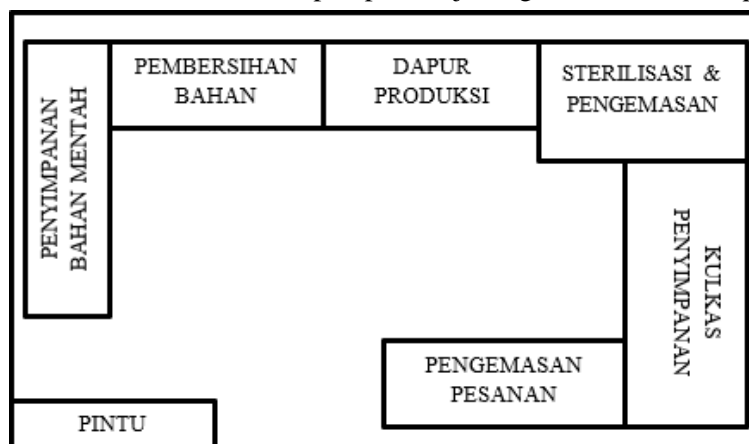
Teknologi berperan besar untuk membantu proses promosi dan penjualan. Melalui pertimbangan tersebut dipilihlah media, seperti Google, Instagram, Facebook, TikTok, dan Youtube. Selain itu, *mobile application* seperti GoFood, Grab Food, Whatsapp, Shopee, hingga Tokopedia sebagai teknologi untuk media penjualannya. Ragamnya media yang digunakan ini dimaksudkan agar produk bisa lebih dikenal dan bersaing di pasaran.

c. Jenis Produk

Produk yang diproduksi menggunakan bahan-bahan lokal yang berkualitas. Proses pembuatannya pun akan dilakukan setiap hari untuk menjaga produk tetap *fresh*, sehingga kualitasnya masih terjaga dengan baik. Mengolah rempah menjadi jamu mungkin sudah banyak dilakukan sebelumnya. Akan tetapi, produk yang diciptakan harus memiliki pembaharuan dan keunikan tersendiri. Oleh sebab itu, membuat inovasi jamu dengan meracik dari racikan pribadi hasil perpaduan dari berbagai rempah bisa untuk dicoba. Sehingga, rasa yang dihasilkan lebih nikmat, kaya, dan tidak akan ada rasa jamu yang terkesan pahit.

d. Pemilihan Tata Letak Ruang Produksi dan Penyimpanan

Tata letak ruang produksi dan penyimpanan sangat penting dilakukan. Hal tersebut membantu membuat proses produksi lebih efektif dan efisien. Sehingga, selama produksi tersebut berlangsung tidak ada sumber daya yang terbuang yang mengakibatkan kerugian. Ruang penyimpanan yang baik juga dibutuhkan untuk menjaga kualitas bahan baku maupun produk jadi agar tidak mudah cepat rusak.



e. Strategi Pengawasan Kualitas Produk

Demi mengendalikan kualitas produk fungsi pengawasan berperan besar selama jalannya sistem produksi, seperti kontrol bahan baku tiap awal proses produksi akan dimulai yang berguna untuk memastikan bahan yang akan digunakan tersebut layak dan berkualitas. Kemudian, saat produksi pun karyawan juga akan diawasi agar tetap menggunakan pakaian yang steril dan memproduksi sesuai SOP. Bahkan sebelum pengiriman produk juga dilakukan pengecekan baik dari isinya maupun kemasannya. Hal ini berfungsi untuk memastikan produk sudah layak jual atau tidak dan sebagai bentukantisipasi adanya produk gagal yang diterima konsumen.

3. Aspek Keuangan

a. Proyeksi Laba Rugi selama tiga tahun

Tahun Ke-	1 (Rp)	2 (Rp)	3 (Rp)
<b>Penjualan</b>	195.000.000	161.250.000	262.500.000
<b>HPP</b>	112.950.000	86.280.000	122.340.000
<b>Laba Kotor</b>	82.050.000	74.970.000	140.160.000
<b>Total Biaya</b>	61.482.000	61.482.000	61.482.000
<b>Laba Sebelum Pajak</b>	20.568.000	13.488.000	78.678.000
<b>Pajak 0,5%</b>	102.840	67.440	393.390
<b>Laba Bersih</b>	20.465.160	13.420.560	78.284.610

Berdasarkan proyeksi laba rugi selama tiga tahun, pada tahun pertama dalam kondisi normal diperoleh laba bersih setelah pajak sebesar Rp 20.465.160, tahun kedua dalam kondisi terburuk (*worst*) diperoleh laba bersih setelah pajak sebesar Rp 13.420.560, dan tahun ketiga dalam kondisi terbaik (*best*) diperoleh laba setelah pajak sebesar Rp 78.284.610.

b. Proyeksi Arus Kas selama tiga tahun

Tahun Ke-	1 (Rp)	2 (Rp)	3 (Rp)
<b>Penjualan</b>	195.000.000	161.250.000	262.500.000
<b>Total Biaya</b>	172.950.000	146.280.000	182.340.000
<b>Penyusutan</b>	1.482.000	1.482.000	1.482.000
<b>EBT</b>	20.568.000	13.488.000	78.678.000
<b>Tax 0,5%</b>	102.840	67.440	393.390
<b>EAT</b>	20.465.160	13.420.560	78.284.610
<b>Penyusutan</b>	1.482.000	1.482.000	1.482.000
<b>Cash Flow</b>	21.947.160	14.902.560	79.766.610

Berdasarkan proyeksi arus kas selama tiga tahun, pada tahun pertama diperoleh *cash flow* sebesar Rp 21.947.160, tahun kedua diperoleh *cash flow* sebesar Rp 14.902.560, dan tahun ketiga diperoleh *cash flow* sebesar Rp 79.766.610.

Berdasarkan perhitungan *payback period* diperoleh nilai sebesar 1,05 maka proyek pengembalian modal adalah 1 tahun 1 bulan, perhitungan *net present value* diperoleh nilai lebih dari 0 atau bernilai positif maka usaha dapat dikatakan layak, perhitungan *profitability index* diperoleh nilai sebesar 3,07 nilai tersebut lebih besar dari 1 maka dapat dikatakan investasi dapat diterima, dan perhitungan *Internal Rate*

of Return diperoleh nilai sebesar 82% lebih besar dari bunga yang disyaratkan.

4. Aspek Yuridis

Jenis badan hukum yang dijalankan berbentuk CV, karena perusahaan dijalankan secara bersama serta dibangun dari modal dan keuntungan yang akan dibagi bersama. Keikutsertaan sekutu pasif membantu usaha kami dalam memperoleh suntikan dana investasi. Kemudian, demi mendukung kelegalan aktifitas usaha maka perusahaan telah mengurus dan sudah mendapatkan izin dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang, serta terdaftar dalam pelaku usaha penjualan komoditas makanan. Selain itu, perusahaan juga memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Nomor Induk Berusaha (NIB), Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), dan Izin Domisili. Keabsahan dokumen lainnya untuk mendukung melegalkan produk yaitu dengan membuat sertifikat pangan dari Badan Pemeriksa Obat dan Makanan (BPOM) dan sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

5. Aspek Lingkungan

Rencana Pengelolaan Lingkungan (RKL) dan Rencana Pemantauan Lingkungan (RPL)

a. Lingkungan yang Diduga akan Terdampak

Dampak lingkungan dari produksi ini mungkin akan mempengaruhi sungai kecil yang bersebelahan langsung dengan tempat produksi. Hal tersebut mungkin dapat mempengaruhi kehidupan organisme makhluk hidup yang tinggal di sungai tersebut, karena rencananya limbah cair akan langsung dibuang di sungai tersebut. Sedangkan, untuk limbah padat yang benar-benar tidak bisa diolah kembali akan diberikan kepada pihak terkait yaitu dari petugas kebersihan setempat dengan pertimbangan bahwa bahan baku yang dipakai berasal dari tumbuhan sehingga tidak berbahaya dan mudah terurai.

b. Sumber Dampak

Bahan baku produksi untuk produk sejauh ini dirasa aman terhadap makhluk hidup yang berada disekitar. Akan tetapi, penggunaan sisa sabun yang berasal dari proses pencucian bahan dan sterilisasi mungkin menjadi sumber yang merugikan. Hal ini karena dalam proses tersebut masih digunakannya produk kimia yang apabila tidak sengaja dikonsumsi oleh hewan atau makhluk hidup lain bisa saja membahayakannya.

c. Tindakan yang Dilakukan dan Alternatif Penyelesaiannya

Penyaringan limbah sisa pakai tersebut dilakukan dahulu sebelum membuangnya ke sungai. Meskipun proses penyaringan tersebut dibuat dengan sederhana, namun bisa dipastikan limbah yang dikeluarkan lebih aman bagi lingkungan sebab tidak berbau, berwarna, dan mengurangi kandungan kimiawi yang dikeluarkan. Penggunaan sabun cuci yang masih kimia dan kurang aman bagi lingkungan akan dicoba untuk diganti dengan menggunakan produk yang memiliki fungsi yang sama tetapi lebih ramah lingkungan. Alternatif tersebut digunakan untuk mengurangi dampak kerusakan lingkungan.

6. Analisis SWOT

a. Kekuatan (*Strength*)

- Bahan baku yang digunakan merupakan bahan baku berkualitas dan organik.
- Diolah dengan menggunakan peralatan yang steril dan terstandarisasi.
- Pengemasan produk yang modern dan ramah lingkungan.
- Varian ukuran yang beragam sehingga memudahkan pembeli untuk memilih.

- Dapat dikonsumsi untuk usia 3 tahun ke atas tanpa efek samping apapun.
  - Sudah mendapatkan verifikasi halal dari MUI dan BPOM.
  - Bisa dipesan melalui berbagai aplikasi pemesanan *online* dengan kemudahan pilihan metode pembayaran.
- b. Kelemahan (*Weakness*)
- Ketahanan penyimpanan produk maksimal hanya 7 hari saja.
  - Varian rasa yang ditawarkan masih terbatas.
  - Tidak memiliki toko fisik sehingga pembeli yang tidak bisa membeli secara *online* akan mengalami kesulitan.
  - Jangkauan pengirimnya masih terbatas di Pulau Jawa saja.
- c. Peluang (*Opportunities*)
- Bahan baku produksi melimpah.
  - Kebutuhan orang akan minuman yang sehat meningkat seiring terjadinya pandemi di awal tahun 2020.
  - Banyak orang yang ingin mencoba produk baru yang lebih unik, modern, dan estetik secara penyajian.
  - Media sosial membantu untuk menciptakan *branding* produk serta pemasaran yang didukung dari promosi melalui fitur iklan hingga *influencer* yang sesuai dengan target pasar sehingga meningkatkan penjualan.
- d. Ancaman (*Threats*)
- Ada beberapa pelaku usaha yang menjual produk serupa.
  - Munculnya produk inovasi lain yang lebih menarik.
  - Selera konsumen yang beragam.
  - Beberapa harga dari bahan baku terkadang berubah-ubah.

## SIMPULAN

Usaha yang memproduksi olahan rempah menjadi jamu, bernama “*Handmade*” memiliki beberapa aspek yang memiliki keunggulan. Aspek pasar dan pemasaran memiliki target pasar yaitu masyarakat yang sedang membutuhkan produk minuman sehat dan terbuat dari bahan alami. Dilihat dari banyaknya masyarakat yang kini mulai sadar akan pentingnya hidup sehat, terutama konsumsi pangan yang bergizi dan berkualitas. Selain itu, Pembeli bisa melakukan pemesanan dan transaksi secara *online*, melalui *marketplace* maupun *delivery mobile application*. Hal tersebut dimaksudkan untuk memudahkan konsumen dalam berbelanja. Selain itu, pemilihan transaksi dan distribusi secara *online* dipilih karena tergolong mudah, cepat, aman, dan bisa disesuaikan dengan keinginan pembeli.

Berdasarkan aspek keuangan dapat diketahui perhitungan *payback period* diperoleh nilai sebesar 1,05 maka proyek pengembalian modal adalah 1 tahun 1 bulan, perhitungan *net present value* diperoleh nilai lebih dari 0 atau bernilai positif maka usaha dapat dikatakan layak, perhitungan *profitability index* diperoleh nilai sebesar 3,07 nilai tersebut lebih besar dari 1 maka dapat dikatakan investasi dapat diterima, dan perhitungan *Internal Rate of Return* diperoleh nilai sebesar 82% lebih besar dari bunga yang disyaratkan.

Aspek teknik dan teknologi dalam proses produksi jamu dilakukan secara modern. Pembuatan jamu juga dilakukan sesuai dengan resep yang sudah dibuat dengan mempertimbangkan komposisi nilai gizinya. Sebelum proses pengemasan juga akan dilakukan pengujian rasa dan kualitas dari jamu yang telah dibuat. Estetika dari produk juga merupakan hal

yang penting untuk ditonjolkan setelah kualitas isi produk tersebut, karena desain merupakan cara terbaik dalam menciptakan *branding* dari produk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arrafi, M. J., Zakiyah, & Purnomo, A. (2020). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Jamu Tradisional Melalui Segmentasi Pasar Online Berdasarkan Prinsip Ekonomi Syariah. *Repository Universitas Islam Kalimantan*, 1–12.
- Elwisam, E., & Lestari, R. (2019). Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif Dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Umkm. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2), 277–286. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i2.265>
- Kusumo, A. R., Wiyoga, F. Y., Perdana, H. P., Khairunnisa, I., Suhandi, R. I., & Prastika, S. S. (2020). Jamu Tradisional Indonesia: Tingkatkan Imunitas Tubuh Secara Alami Selama Pandemi. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, 4(2), 465. <https://doi.org/10.20473/jlm.v4i2.2020.465-471>
- Muliasari, H., Ananto, A. D., & Andayani, Y. (2019). Inovasi Dan Peningkatan Mutu Produk Jamu Pada Perajin Jamu Gendong Di Kota Mataram. *Prosiding PEPADU*, 1(September), 72–77.
- Munica, R. D., Ulya, M., & Fakhry, M. (2017). Analisis Strategi Pengembangan Industri Jamu Tradisional Di Kabupaten Bangkalan - Madura. *Agrointek*, 11(2), 84. <https://doi.org/10.21107/agrointek.v11i2.3057>
- Prihapsara, F., & Artanti, A. N. (2016). Inovasi jamu dalam kemasan siap minum sebagai upaya meningkatkan pola konsumsi jamu dan pemberdayaan masyarakat di kecamatan jaten. *Seminar NAsiaonal Dan Gelar Produk*, 24–33.
- Rachman, T. (2018). 濟無 No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1, 10–27.
- Sama' Iradat Tito, Muhammad Ma'ruf, Arina Roikhana, Lailatul Maghfirah, S., & Setiawati, Zuhrotul Chumairoh, Nur Mufida, D. H. (2021). Pengolahan Jamu Tradisional Sebagai Minuman Peningkat Imunitas Tubuh. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 167–174.
- Susilowati, N. (2020). Produktivitas Jamu Pada Masyarakat Argomulyo Di Masa Pandemi. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 17(2), 60–69. <https://doi.org/10.21831/jep.v17i2.34319>
- Syafi'i, I. (2019). Pemasaran Jamu Menggunakan Kemasan Praktis Siap Minum Dengan Branding Tren Masa Kini. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 1(1), 35. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v1i1.5006>