

KELAYAKAN USAHA ELSTE RIMPANG INOVASI MINUMAN HERBAL MODERN BERBASIS TRADISIONAL

Ellysa Dwi Stevanny¹, Indra Hastuti²

^{1,2}Universitas Duta Bangsa Surakarta, Indonesia

Email: ellysastevanny@gmail.com

Abstrak

Elste Rimpang merupakan usaha mikro di bidang minuman jamu tradisional yang telah dijalankan secara turun-temurun sebelum dikembangkan kembali sebagai inovasi usaha berbasis minuman herbal modern. Penelitian ini bertujuan mengkaji kelayakan usaha Elste Rimpang sebagai bentuk inovasi minuman herbal modern yang tetap berpijak pada tradisi jamu dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data diperoleh dari dokumen usaha, catatan keuangan, dan pengamatan langsung terhadap proses produksi, kemudian dianalisis secara deskriptif melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan modal investasi usaha sebesar Rp. 1.366.000 dengan modal kerja Rp. 5.574.777, sehingga diperoleh estimasi laba usaha per bulan sebesar Rp. 3.559.223. Titik impas (BEP) tercapai pada tingkat penjualan Rp. 1.117.771, jauh di bawah proyeksi pendapatan bulanan sebesar Rp. 10.500.000, sedangkan *return on investment* (ROI) tercatat sebesar 363,26% dengan periode pengembalian modal sekitar 0,28 tahun. Angka-angka tersebut menunjukkan bahwa usaha ini layak untuk dilanjutkan secara finansial. Di luar angka tersebut, penelitian ini menemukan bahwa inovasi pada kemasan, variasi rasa, dan pemasaran digital berfungsi sebagai jembatan yang membuat resep jamu warisan keluarga tetap relevan bagi konsumen muda yang peduli kesehatan, tanpa menghilangkan keaslian budayanya.

Keyword: Inovasi, Tradisional, Elste Rimpang, UMKM, Bisnis.

Abstract

Elste Rimpang is a micro-enterprise engaged in the production of traditional herbal beverages that has been operated across generations before being further developed into a modern herbal drink business while preserving the traditions of Indonesian herbal medicine (jamu). This study aims to examine the business feasibility of Elste Rimpang as an innovation in modern herbal beverages that remains rooted in traditional jamu practices using a qualitative case study approach. Data were collected from business proposal documents, financial records, and direct observations of the production process, and were analyzed descriptively through data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings indicate that the business requires an initial investment of IDR 1,366,000 and working capital of IDR 5,574,777, resulting in an estimated monthly profit of IDR 4,925,223. The break-even point (BEP) is achieved at sales of IDR 1,117,771, which is considerably lower than the projected monthly revenue of IDR 10,500,000. In addition, the return on investment (ROI) reaches 363.26%, with a capital payback period of approximately 0.28 years. These findings demonstrate that the business is financially feasible to continue. Beyond the financial indicators, this study also finds that innovations in packaging, flavor variations, and digital marketing serve as a bridge that enables a family heritage jamu recipe to remain relevant to health-conscious younger consumers without compromising its cultural authenticity.

Keywords: Innovation, Traditional, Elste Rimpang, MSMEs, Business.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan gaya hidup masyarakat sekarang mengarah pada pola hidup sehat yang mendorong perubahan perilaku konsumen dalam memilih produk minuman. Saat ini, konsumen tidak hanya mempertimbangkan cita rasa dan harga, tetapi juga mulai memperhatikan manfaat kesehatan, keamanan bahan, serta kualitas produk yang dikonsumsi. Perubahan perilaku tersebut menjadi peluang bagi pelaku usaha untuk menghadirkan produk yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen tanpa mengabaikan nilai yang terkandung di dalamnya melalui penerapan inovasi. Inovasi merupakan proses menciptakan atau mengembangkan produk, layanan, dan ide baru yang telah ada menjadi lebih baik untuk memenuhi kebutuhan pasar, menciptakan nilai tambah, serta memberikan keunggulan kompetitif bagi suatu usaha (Manilang et al., 2025). Dalam dunia usaha, inovasi menjadi salah satu strategi yang berperan penting dalam meningkatkan daya saing dan mendukung keberlanjutan usaha. Penerapan inovasi memungkinkan pelaku UMKM untuk mengembangkan kompetensi, meningkatkan kualitas produk maupun layanan, serta lebih adaptif terhadap perubahan kebutuhan konsumen sehingga mampu membangun hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan (Haryadi et al., 2025). Oleh karena itu, penerapan inovasi menjadi faktor yang tidak dapat dipisahkan dari pengembangannya, khususnya pada UMKM yang dituntut untuk terus beradaptasi dengan kondisi pasar.

Pengembangan produk melalui inovasi tidak harus menghilangkan nilai yang telah dimiliki sebelumnya, melainkan menjadi salah satu upaya untuk mempertahankan sekaligus meningkatkan daya saing produk yang memiliki nilai budaya. Salah satu produk yang terus dikembangkan adalah produk tradisional. Produk tradisional merupakan bentuk kearifan lokal yang diwariskan secara turun – temurun dan tetap dipertahankan sebagai bagian dari identitas budaya masyarakat (Isnawati et al., 2021). Produk tradisional tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga menggambarkan nilai sejarah, budaya, dan kearifan lokal yang perlu dilestarikan. Oleh karena itu, pengembangan produk tradisional perlu dilakukan melalui berbagai inovasi, seperti peningkatan kualitas, pembaruan kemasan, penambahan variasi produk, maupun penerapan strategi pemasaran yang sesuai dengan perkembangan pasar tanpa menghilangkan nilai budaya yang menjadi ciri khasnya (Setiawan et al., 2023).

Usaha Elste Rimpang merupakan usaha minuman berbasis jamu tradisional yang pengembangannya berasal dari usaha keluarga milik Ibu Wakiyem yang sudah dijalankan secara turun-temurun sejak beliau membantu orang tuanya berjualan jamu. Seiring dengan perkembangan kebutuhan konsumen, Elste Rimpang melakukan berbagai inovasi melalui pengembangan kemasan, penambahan variasi produk, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi tanpa menghilangkan cita rasa dan nilai tradisional yang menjadi ciri khasnya. Perpaduan antara pelestarian budaya dan penerapan inovasi inilah yang menjadi alasan Elste Rimpang dipilih sebagai objek penelitian karena mampu menunjukkan bahwa produk tradisional dapat terus berkembang dan memiliki daya saing di tengah perubahan kebutuhan pasar. Dengan demikian, tiga hal ini, yaitu inovasi, tradisional, dan Elste Rimpang sesungguhnya saling mengunci satu sama lain. Kemudian, tanpa adanya inovasi, produk tradisional berisiko semakin ditinggalkan konsumen. Sementara itu, tanpa akar tradisional yang dijaga inovasi yang dilakukan Elste Rimpang akan kehilangan jati diri dan nilai budaya yang justru menjadi daya tarik utamanya.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa inovasi memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. (Hoegh et al., 2024) menjelaskan bahwa inovasi pada UMKM berupa eksperimen dengan ide dan metode baru untuk menciptakan produk atau jasa yang lebih sesuai dengan preferensi konsumen. Sementara penelitian oleh (Prima & Wijayanto, 2023) menunjukkan bahwa analisis kelayakan usaha dari aspek finansial, seperti perhitungan laba, titik impas, dan tingkat pengembalian investasi menjadi dasar penting dalam menilai prospek pengembangan dan keberlanjutan suatu usaha.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas pentingnya inovasi dalam meningkatkan daya saing UMKM, termasuk pada produk jamu tradisional (Puspitowati et al., 2024), penelitian yang mengkaji secara bersamaan inovasi produk tradisional dan kelayakan usaha dari aspek finansial menggunakan indikator *break-even point* (BEP), *return on investment* (ROI), dan *payback period* masih relatif terbatas. Penelitian yang dilakukan oleh (Nurfitriah et al., 2024) memang telah menganalisis kelayakan finansial usaha minuman jamu, tetapi objek yang diteliti merupakan usaha baru yang membangun bisnis dari awal, bukan usaha keluarga generasi kedua yang sedang bertransformasi dari penjualan jamu gendong menjadi produk kemasan dengan dukungan pemasaran digital. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji bentuk inovasi produk sekaligus menganalisis kelayakan finansial pada UMKM Elste Rimpang.

Penelitian ini memiliki kebaruan yang terletak pada dua aspek. Pertama, objek kajiannya sendiri, yaitu Elste Rimpang, sebuah usaha jamu yang tengah mengalami transisi lintas generasi: dari metode penjualan dengan berjalan kaki menggunakan senik, berpindah menggunakan troli, hingga kini mulai tertata secara manajerial dan bersiap dikembangkan ke arah yang lebih profesional. Fokus penelitian ini bukan sekadar menilai apakah usaha ini untung atau rugi, melainkan menelusuri bagaimana sebuah usaha keluarga yang sudah berjalan puluhan tahun secara konvensional dapat bertransformasi tanpa kehilangan resep dan nilai yang menjadi identitasnya. Kedua, penelitian ini mencoba menggabungkan dua sisi analisis yang selama ini jarang dibahas bersamaan, yaitu bentuk inovasi pada produk tradisional dan kelayakan usahanya secara kuantitatif melalui perhitungan BEP, ROI, dan payback period. Melalui pendekatan ini, hasil penelitian diharapkan memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai bagaimana warisan tradisi dapat dipertahankan sekaligus dikembangkan menjadi usaha yang benar-benar layak secara finansial, bukan hanya layak secara budaya atau emosional semata.

Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan strategi inovasi yang dijalankan Elste Rimpang serta menganalisis kelayakan usahanya secara finansial, sehingga diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pelaku usaha produk tradisional lain yang hendak melakukan transformasi serupa tanpa kehilangan akar budayanya.

B. METODE

Penelitian ini berlokasi di di Jalan Cipinang Timur Gang Manggar RT 09/02, Kelurahan Cipinang, Kecamatan Pulo Gadung, Jakarta Timur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus. Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami dan mengungkap kekhasan yang dimiliki oleh subjek penelitian dalam hal ini usaha Elste Rimpang secara mendalam dan apa adanya sesuai kondisi di lapangan. Desain studi kasus digunakan karena penelitian ini berupaya memahami secara mendalam satu fenomena kontemporer, yaitu transformasi usaha jamu tradisional Elste Rimpang yang benar-benar terjadi dan dijalani oleh pelaku usahanya. Yin (2023) menyebutkan bahwa studi kasus merupakan strategi yang tepat digunakan ketika penelitian berusaha menjawab pertanyaan "bagaimana" dan "mengapa" terhadap suatu fenomena yang sedang berlangsung. Studi kasus juga memungkinkan peneliti menelaah kedalaman satu kasus tertentu secara spesifik, alih-alih menggeneralisasi banyak kasus sekaligus (Ilhami et al., 2024) sehingga pendekatan ini cocok digunakan untuk mengkaji Elste Rimpang sebagai satu kasus tunggal yang unik.

Data dikumpulkan melalui tiga cara. Pertama, observasi terhadap proses produksi, pengemasan, dan aktivitas penjualan produk. Kedua, wawancara tidak terstruktur dengan pemilik dan pengelola usaha untuk menggali sejarah usaha serta alasan di balik setiap keputusan inovasi yang telah diambil. Ketiga, dokumentasi terhadap usaha Elste Rimpang tahun 2026 beserta lampiran perhitungan kelayakan usahanya. Teknik analisis data dalam

penelitian ini dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui empat tahapan, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan Kesimpulan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Perhitungan kelayakan usaha Elste Rimpang yang telah diverifikasi ulang secara aritmetis disajikan pada Tabel 1, Tabel 2, dan Tabel 3 berikut ini.

Tabel 1. Modal Investasi Usaha Elste Rimpang

Nama Alat	Jumlah	Harga/Unit (Rp)	Total (Rp)	Umur Ekonomis (Bulan)	Penyusutan/ Bulan (Rp)
Kompas gas 1 tungku	1	150.000	150.000	36	4.167
Panci stainless	1	120.000	120.000	36	3.333
Lumpang dan alu	1	150.000	150.000	60	2.500
Saringan (besar & kecil)	2	20.000	40.000	36	1.111
Corong plastik	2	8.000	16.000	24	667
Wadah besar	2	35.000	70.000	36	1.944
Alat Pengaduk	2	10.000	20.000	24	833
Troli dorong	1	800.000	800.000	36	22.222
Jumlah	12	-	1.366.000	-	36.778

Sumber: Hasil Olah Data Perhitungan Kelayakan Usaha Elste Rimpang (2026)

Tabel 2. Modal Kerja Usaha Elste Rimpang

Jenis Biaya	Jumlah (Rp)
Biaya Tidak Tetap (BTT)	
Pembelian bahan baku	3.168.000
Kemasan	1.820.000
Total BTT	4.988.000
Biaya Tetap (BT)	
Gas LPG 3kg (per bulan)	200.000
Listrik (per bulan)	50.000
Transportasi (per bulan)	300.000
Penyusutan alat (per bulan)	36.777
Total BT	586.777
Total BTT + BT	5.574.777

Sumber: Hasil Olah Data Perhitungan Kelayakan Usaha Elste Rimpang (2026)

Tabel 3. Ringkasan Perhitungan Kelayakan Usaha Elste Rimpang

Modal Investasi (a)	Rp. 1.366.000
Modal Kerja / BTT + BT	Rp. 5.574.777
Modal Usaha	Rp. 6.940.777
Asumsi Penjualan/Bulan (Rp350.000 x 30 hari)	Rp. 10.500.000
Laba Usaha (S – MK)	Rp. 3.559.223
Persentase kelayakan (e/c x 100%)	70,96%
Titik Impas / BEP	Rp. 1.117.771
Return on Investment (ROI)	363,26%
Payback Period	0,28 tahun (3,3 bulan)

Sumber: Hasil Olah Data Keuangan Usaha Elste Rimpang (2026)

Modal investasi Elste Rimpang tergolong kecil karena mayoritas peralatan produksi merupakan alat dapur sederhana yang sudah dimiliki dari usaha sebelumnya dengan nilai penyusutan bulanan sebesar Rp. 36.778. Modal kerja yang dibutuhkan per bulan terdiri atas biaya tidak tetap (bahan baku dan kemasan) sebesar Rp. 4.988.000 serta biaya tetap (gas, listrik,

transportasi, dan penyusutan alat) sebesar Rp. 586.777 sehingga total modal kerja mencapai Rp. 5.574,777. Asumsi penjualan sebesar Rp. 10.500.000 (Rp. 350.000 per hari selama 30 hari) diperoleh laba usaha sebesar Rp. 3.559.223 yang setara dengan persentase kelayakan 70,96% terhadap modal usaha keseluruhan.

Titik impas (BEP) usaha Elste Rimpang berada pada nilai penjualan Rp1.117,771 per bulan yang jauh berada di bawah proyeksi penjualan aktual sebesar Rp10.500.000 sehingga ditinjau dari sisi BEP usaha ini dinyatakan layak dijalankan. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian (Prabumulya et al., 2025) pada UMKM Kedai Sera yang menyatakan bahwa usaha dinilai layak berdasarkan analisis BEP, Payback Period, NPV, dan IRR yang menunjukkan kondisi finansial yang menguntungkan. Tingkat pengembalian investasi (ROI) tercatat sebesar 363,26% dengan periode pengembalian modal (payback period) hanya sekitar 0,28 tahun atau kurang lebih 3,3 bulan. Angka persentase kelayakan sebesar 70,96% tersebut juga jauh melampaui ambang batas kelayakan yang ditetapkan, yaitu bunga deposito bank ditambah premi risiko sebesar 7% sehingga secara keseluruhan usaha ini dapat dikategorikan layak secara finansial untuk dilanjutkan dan dikembangkan lebih lanjut. Hasil ini konsisten dengan temuan (Bagaskoro et al., 2024) pada usaha jamu tradisional Djamuti di Depok maupun (Wijaya et al., 2026) pada UMKM kuliner rumahan Dapu.Rin yang sama-sama menyimpulkan bahwa usaha kecil berbasis produk konsumsi harian dapat dinyatakan layak apabila indikator keuangannya khususnya BEP, ROI atau IRR, serta payback period menunjukkan nilai yang positif dan wajar dibandingkan skala usahanya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi yang dilakukan Elste Rimpang bukanlah inovasi yang meninggalkan tradisi, melainkan inovasi yang dibangun di atas tradisi. Hal ini sejalan dengan penelitian (Musthofa et al., 2025) bahwa inovasi pada UMKM pada dasarnya merupakan eksperimen dengan ide dan metode baru yang bermuara pada produk atau layanan yang lebih sesuai dengan preferensi konsumen, bukan semata penciptaan sesuatu yang benar-benar baru dari nol. Inovasi yang dilakukan Elste Rimpang dapat dipetakan ke dalam tiga bentuk utama. Pertama, inovasi kemasan, yaitu perubahan dari kantong plastik sederhana menjadi botol kaca berukuran seragam (600 ml per botol) yang lebih higienis dan mudah dibawa saat bepergian. Inovasi kemasan ini menjawab langsung dari penelitian (Defitasari et al., 2022) yang menyebutkan bahwa kemasan merupakan atribut yang dinilai penting oleh konsumen jamu, akan tetapi kinerjanya kerap belum memuaskan, dan sejalan dengan penelitian (Sakti, 2024) bahwa perbaikan desain kemasan pada produk UMKM minuman terbukti mampu meningkatkan penjualan karena menambah daya tarik visual produk di mata konsumen. Kedua, inovasi produk melalui pengembangan varian rasa yang disesuaikan dengan selera konsumen masa kini tanpa menghilangkan resep dasar kunyit asam, beras kencur, dan temulawak yang telah diwariskan turun-temurun yang memiliki pola serupa juga ditemukan pada usaha jamu lain yang mentransformasikan bentuk sajiannya, misalnya transformasi jamu ke bentuk effervescent oleh pelaku usaha mikro di Kabupaten Kediri (Pamujiati et al., 2026). Ketiga, inovasi pemasaran, yaitu mulai dimanfaatkannya media sosial dan layanan pesan-antar sebagai kanal penjualan baru di samping penjualan langsung yang selama ini menjadi andalan usaha.

Resep kunyit asam dan beras kencur yang diwariskan dari Ibu Wakiyem tetap dipertahankan, sementara yang diperbarui adalah kemasan, variasi rasa, dan kanal pemasarannya. Penelitian (Yanuary, 2022) yang menunjukkan bahwa inovasi jamu yang berhasil menarik minat generasi muda umumnya tidak mengubah komposisi bahan utama, melainkan mengubah cara jamu disajikan dan dikemas. Urgensi inovasi semacam ini turut ditegaskan oleh (Yahya et al., 2024) dalam penelitiannya terhadap konsumsi jamu di kalangan generasi muda Semarang Selatan yang menemukan bahwa penolakan terhadap jamu banyak disebabkan oleh rasa pahit, aroma yang kurang disukai, dan tampilan produk yang dianggap kurang menarik, sehingga responden justru lebih menyukai produk olahan jamu yang telah dimodifikasi bentuknya.

Kemudian strategi pemasarannya Elste Rimpang menyusun bauran pemasaran 4P. Pertama, product berupa minuman jamu yang telah dikembangkan dari segi rasa dan kemasan tanpa bahan pengawet. Kedua, price yang ditetapkan terjangkau dengan mempertimbangkan biaya produksi dan daya beli konsumen sekitar. Ketiga, place yang masih mengandalkan penjualan langsung dan layanan pesan-antar. Terakhir, promotion yang mulai merintis pemanfaatan media sosial. Gambaran Business Model Canvas usaha ini turut memperlihatkan bahwa key resources-nya mencakup bahan baku herbal, alat produksi sederhana, tenaga kerja keluarga, dan resep tradisional warisan turun-temurun. Sedangkan value proposition yang ditawarkan adalah jamu modern yang praktis, higienis, dan tetap melestarikan tradisi. Hal ini menegaskan bahwa aspek tradisional pada usaha ini bukan sekadar nilai jual tambahan, melainkan bagian dari sumber daya inti yang menjadi pembeda Elste Rimpang dari kompetitor minuman kesehatan modern lain yang tidak memiliki akar sejarah serupa.

Meskipun demikian, inovasi pemasaran digital Elste Rimpang masih berada pada tahap awal dan belum dimanfaatkan secara maksimal, seperti yang diakui dalam analisis SWOT usaha ini sendiri. Kondisi ini sejalan dengan tantangan umum yang dihadapi pelaku UMKM menurut (Azhari, 2025) yaitu keterbatasan literasi digital yang menjadi hambatan utama dalam mengoptimalkan potensi pasar digital. Berdasarkan hasil penelitian, inovasi produk Elste Rimpang telah dilakukan melalui pembaruan kemasan dan pengembangan variasi rasa. Akan tetapi, strategi pemasaran digital masih perlu dioptimalkan agar produk mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing usaha.

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa usaha Elste Rimpang layak dijalankan baik ditinjau dari perbandingan hasil penjualan terhadap BEP maupun dari perbandingan persentase kelayakan terhadap bunga deposito ditambah premi risiko. Nilai ROI sebesar 363,26% dengan payback period sekitar 0,28 tahun tergolong sangat tinggi apabila dibandingkan dengan penelitian sejenis. Penelitian (Nugraheni & Palupiningtyas, 2024) pada usaha minuman jamu kekinian mencatat payback period selama 1,5 tahun dengan IRR sebesar 35%, penelitian pada UMKM Keripik Selasih mencatat rata-rata ROI sebesar 66,5%. Sedangkan (Herijawati et al., 2023) pada sebuah usaha rintisan (business start-up) melaporkan bahwa NPV, IRR, dan payback period yang positif sudah cukup menjadi dasar keyakinan bahwa usaha tersebut layak dilanjutkan meskipun skala usahanya masih kecil. Tingginya angka ROI Elste Rimpang dibandingkan penelitian-penelitian tersebut sebagian besar disebabkan oleh kecilnya modal investasi awal yang mayoritas berupa peralatan dapur sederhana dengan nilai penyusutan rendah bukan semata-mata karena volume usaha yang jauh lebih besar.

Nilai ROI yang tinggi memang menunjukkan efisiensi penggunaan modal investasi, akan tetapi belum tentu mencerminkan skala usaha yang besar atau margin keuntungan yang lebar, mengingat total modal investasi Elste Rimpang memang tergolong kecil (Rp1.366.000) dibandingkan modal kerja bulannya (Rp5.574.777). Oleh karena itu, kelayakan usaha ini sebaiknya tidak hanya dibaca dari angka ROI semata, tetapi juga dari konsistensi laba usaha antar bulan dan kemampuan usaha mempertahankan volume penjualan sebesar Rp10.500.000 per bulan secara berkelanjutan.

D. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan dua hal utama. Pertama, inovasi yang dilakukan usaha Elste Rimpang berupa perbaikan kemasan menjadi botol kaca yang lebih higienis, pengembangan variasi rasa yang lebih sesuai dengan selera pasar masa sekarang, dan mulai memanfaatkan media sosial sebagai kanal pemasaran. Sementara resep dasar jamu warisan keluarga tetap dipertahankan tanpa adanya perubahan. Inovasi ini menunjukkan bahwa keberlanjutan tradisi dan tuntutan pasar modern tidak selalu berada pada posisi yang saling bertentangan, melainkan dapat dipadukan sepanjang perubahan dilakukan pada aspek kemasan dan penyajian bukan pada nilai inti produknya. Kedua, ditinjau dari aspek keuangan yaitu usaha

Elste Rimpang dinyatakan layak untuk dijalankan dan dikembangkan lebih lanjut dengan titik impas sebesar Rp1.117.771 per bulan yang jauh berada di bawah proyeksi penjualan, tingkat pengembalian investasi sebesar 363,26%, dan periode pengembalian modal sekitar 0,28 tahun.

Penelitian ini juga menemukan bahwa sistem pencatatan keuangan usaha ini masih perlu dirapikan, mengingat ditemukan perbedaan mendasar antara perhitungan laba usaha berbasis BEP dan ROI dengan proyeksi laporan laba rugi berbasis harga pokok penjualan yang disusun secara terpisah. Bagi pengelola usaha, disarankan untuk segera menyatukan kedua metode pencatatan tersebut ke dalam satu sistem pembukuan yang konsisten agar keputusan bisnis ke depan termasuk keputusan menambah kapasitas produksi atau memperluas pemasaran digital dapat didasarkan pada angka laba yang akurat. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menelaah kelayakan usaha jamu tradisional serupa dalam rentang waktu yang lebih Panjang sehingga konsistensi antara proyeksi dan realisasi penjualan dapat diuji secara lebih meyakinkan.

ACKNOWLEDGEMENT

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Indra Hastuti, S.E., M.Si., M.M. selaku dosen pengampu mata kuliah Studi Kelayakan Bisnis, serta kepada Ibu Wakiyem dan seluruh pengelola usaha Elste Rimpang yang telah bersedia menjadi narasumber dan memberikan akses data usaha untuk kepentingan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Azhari, A., Tanjung, M. A. J., Sagala, R. A., Manurung, W. C. S. R., & Hayati, Z. (2025). Strategi inovasi dan diferensiasi produk untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital. *Makro: Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(1), 46-60.
- Bagaskoro, B., Luthfiandana, R., Harwindito, B., Suzana, Y., & Istiqomah, K. (2024). Studi Kelayakan Bisnis Jamu Tradisional Djamuti Di Depok. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 9(1), 01-10.
- Defitasari, W. S., Indah, P. N., & Syah, M. A. (2022). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Minuman Jamu Tradisional di Kecamatan Gondang Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 9(2), 513-526.
- Haryadi, W., Mustofa, A., & Yunus, E. (2025). Integrasi Inovasi Produk, Digital Marketing, dan Kompetensi SDM sebagai Strategi Peningkatan Keunggulan Kompetitif UMKM di Era Society 5.0. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 4(11), 3401-3410.
- Herijawati, E., Sulistiyowati, R., & Anggraeni, R. D. (2023). Analisa kelayakan usaha dengan pendekatan keuangan pada business start-up. *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah*, 2(1), 2649.
- Ilhami, M. W., Nurfajriani, W. V., Mahendra, A., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Penerapan metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(9), 462-469.
- Isnawati, D. L., & Sumarno, S. (2021). Minuman Jamu Tradisional Sebagai Kearifan Lokal Masyarakat Di Kerajaan Majapahit Pada Abad Ke-14 Masehi. *Avatara: Jurnal Pendidikan Sejarah*, 11(2).
- Lambe, K. H. P., & Halik, J. B. (2024). Inovasi Produk dan Proses sebagai Kunci Keunggulan Bersaing UKM Kuliner. *Paulus Journal of Accounting (PJA)*, 6(1), 82-93.
- Manilang, E., Desi, E. N., & Belo, Y. (2025). Inovasi dan kreativitas: Pilar utama dalam kewirausahaan. *Nian Tana Sikka: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1), 82-92.
- Musthofa, M. D., Rifai, A., Ningrum, P. P., Silvia, D. R., Wulandari, R., & Aisyah, S. (2025). Peran Inovasi dalam Pengembangan Produk UMKM di Era Digital. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 4(1), 64-69.

- Nugraheni, K. S., & Palupiningtyas, D. (2024). Studi kelayakan usaha minuman jamu kekinian. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(4), 145-159.
- Nurfitriah, A., Fatmawati, I., & Kurniawan, D. T. (2024). Analisis Kelayakan Finansial Usaha Jamu Bubuk Instan Cak Emon Ganding Kabupaten Sumenep. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis): Jurnal Agribisnis dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 9(4), 371-380.
- Nurhaniza, N., Prima, F., & Wijayanto, D. (2023). Studi Kelayakan Usaha Dalam Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pada UMKM Joni Rotan). *Jurnal Teknik Industri Universitas Tanjungpura*, 7(3), 33-42.
- Pamujiati, A. D., Sutiknjo, T. D., Hadiyanti, N., Azkiyah, L., & Shobriansah, M. (2026). Transformasi Produk Jamu Tradisional Menjadi Bentuk Effervescent sebagai Inovasi Usaha Mikro di Kecamatan Pagu Kabupaten Kediri. *PRIMA: Journal of Community Empowering and Services*, 10(1), 44-51.
- Prabumulya, R. A., Nitisara, N. W., Clara, D., Aurelia, S., Liliany, A. W., & Fajarini, D. (2025). Analisis Kelayakan Usaha dengan Metode Diskonto dan Tanpa Diskonto: Studi Kasus UMKM Kedai Sera. *E-journal Field of Economics, Business and Entrepreneurship (EFEBE)*, 3(1), 689-696.
- Puspitowati, I., Firdausy, C. M., & Handoyo, S. E. (2024). Kinerja usaha UMK melalui dukungan keluarga, akses finansial dan inovasi produk. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 129-140.
- Sakti, B. S. P. (2024). Inovasi desain kemasan untuk meningkatkan penjualan produk UMKM healthy tasty food Surabaya. *ASPIRASI: Publikasi Hasil Pengabdian dan Kegiatan Masyarakat*, 2(1), 128-135.
- Setiawan, F., Oktaviyanti, N. D., Mutiara, F., Jayani, N. I. E., Rani, K. C., Fatimah, U., ... & Setyowati, R. T. (2023). Diversifikasi Produk Jamu Tradisional Dalam Meningkatkan Pengetahuan Dan Kapasitas Penjualan Pada Komunitas Usaha Jamu Tradisional Di Kelurahan Kalirungkut. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ilmu Keguruan dan Pendidikan (JPM-IKP)*, 6(2), 105-112.
- Wijaya, M. C., Lorencius, J., Fernando, D., Tedja, S. R., & Setiawan, B. (2026). Analisis Kelayakan Bisnis UMKM Dapu.Rin Alam Sutera Berdasarkan Lima Aspek Studi Kelayakan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*, 6(1):460-481.
- Yahya, B. N., Taufiq, A., Lestariningsih, T., & Prabowo, I. D. P. (2024). Transformasi Konsumsi Jamu Di Kalangan Generasi Muda: Analisis Di Semarang Selatan. *The Sages Journal*, 2(02), 74-83.
- Yanuary, R. (2022). Minuman Herbal Modern" Jahe Float" Sebagai Inovasi Usaha Berbasis Kesehatan. *Jurnal Altifani Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 48-56.
- Yin, R. K. (2023). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. SAGE.