

PENGEMBANGAN BISNIS “WEDANK REMPAH UTIE”

INTISARI

Oleh:

SHAFAVIAN ATHAYA YUMNA

21/474092/TP/13080

Perkembangan media sosial secara signifikan telah memengaruhi pola konsumsi masyarakat, khususnya dalam meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya gaya hidup sehat. Salah satu manifestasi dari perubahan ini terlihat pada meningkatnya minat terhadap produk pangan dan minuman berbahan alami yang dianggap lebih aman dan bermanfaat bagi tubuh. Namun demikian, dominasi produk luar negeri yang mengikuti tren global serta penggunaan bahan baku impor berdampak pada tingginya harga produk-produk tersebut, sehingga tidak seluruh lapisan masyarakat dapat menjangkaunya. Situasi ini membuka peluang bagi pengembangan minuman lokal berbasis rempah yang tidak hanya lebih terjangkau, tetapi juga memiliki keunggulan dari segi nilai gizi dan kultural.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan dan mengevaluasi kelayakan usaha *Wedank Rempah Utie*, sebuah inovasi minuman rempah tradisional yang mengusung bahan utama lokal seperti jahe, serai, dan bunga telang. Pengembangan dilakukan dengan pendekatan analisis bisnis yang mencakup aspek pemasaran, operasional, dan finansial. Hasil analisis kelayakan menunjukkan bahwa usaha ini dinyatakan layak secara finansial, ditunjukkan oleh nilai *Net Present Value* (NPV) sebesar Rp2.758.102 dan *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 36,38%, yang melebihi tingkat diskonto sebesar 7%. Selain itu, waktu pengembalian modal (*payback period*) tercatat selama 2,7 tahun. Dengan demikian, *Wedank Rempah Utie* memiliki prospek yang menjanjikan untuk dikembangkan secara komersial sekaligus berkontribusi terhadap pelestarian dan modernisasi minuman tradisional berbasis rempah di Indonesia.

Kata Kunci : *Break Even Point* (BEP), *Internal Rate of Return* (IRR), *Net Present Value* (NPV), *Payback Period*, *Present Value* (PV), Produk berbasis rempah, *Return on Investment* (ROI), UMKM.

BUSINESS DEVELOPMENT OF “WEDANK REMPAH UTIE”

ABSTRACT

By:

SHAFAVIAN ATHAYA YUMNA

21/474092/TP/13080

The rapid development of social media has significantly influenced consumer behavior, particularly in raising awareness about the importance of a healthy lifestyle. One notable impact is the growing interest in food and beverages made from natural ingredients, which are perceived as safer and more beneficial for health. However, the dominance of foreign products following global trends and the use of imported raw materials often lead to higher prices, limiting access for certain segments of society. This condition presents an opportunity to develop local herbal-based beverages that are not only more affordable but also rich in nutritional and cultural value.

This study aims to develop and evaluate the feasibility of Wedank Rempah Utie, an innovative traditional herbal drink utilizing local ingredients such as ginger, lemongrass, and butterfly pea flower. The business development is assessed through a comprehensive analysis covering marketing, operational, and financial aspects. The feasibility analysis results indicate that the business is financially viable, as reflected by a Net Present Value (NPV) of Rp2,758,102 and an Internal Rate of Return (IRR) of 36.38%, which exceeds the 7% discount rate. Additionally, the payback period is recorded at 2.7 years. These findings suggest that Wedank Rempah Utie has strong commercial potential while contributing to the preservation and modernization of Indonesia’s traditional herbal beverages.

Keywords : Break Even Point (BEP), Internal Rate of Return (IRR), MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises), Net Present Value (NPV), Payback Period, Present Value (PV), Return on Investment (ROI), Spice-based Product.