

BUSSINES PLAN KOMPETITION
PENGEMBANGAN USAHA MINUMAN HERBAL: MENJAGA TRADISI,
MENYASAR MODERNITAS
(LINGKUNGAN DAN TRADISI)



Disusun Oleh :

Gesang Retno Lestari (2223450002)

Maya Silfia Sulastri 92223450003)

Ummi Maisaroh 92223450005)

Nisa Karmila (2223450008)

Ipung Alneti (2223450031)

Lidya Amelia (2223420038)

Komariah (2223420021)

Siti Habibatul 'Aini (2223230071)

Fasya Amanda Syari (2223230065)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

2025

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga kami dapat menyusun dan menyelesaikan proposal ini dengan baik. Proposal yang berjudul "**Pengembangan Usaha Minuman Herbal: Menjaga Tradisi, Menyasar Modernitas**" ini disusun sebagai bagian dari program Kuliah Kerja Nyata Kewirausahaan (KKN KWU) yang bertujuan untuk mengembangkan potensi usaha berbasis minuman herbal yang menggabungkan kearifan lokal dengan tren konsumsi modern.

Dalam penyusunan proposal ini, kami banyak belajar mengenai pentingnya inovasi dalam bisnis minuman herbal, serta bagaimana usaha ini dapat memberikan manfaat bagi masyarakat luas. Kami juga tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya, kami mengucapkan apresiasi kepada dosen pembimbing, tim KKN, serta seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan dan pengembangan konsep usaha ini.

Kami menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari sempurna, sehingga kami sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun agar dapat terus memperbaiki dan mengembangkan usaha ini ke arah yang lebih baik.

Akhir kata, semoga proposal ini dapat memberikan wawasan serta menjadi inspirasi bagi para pembaca dalam mengembangkan usaha berbasis minuman herbal yang tidak hanya mempertahankan tradisi, tetapi juga mampu bersaing di pasar modern.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

A. Gambara Unit Bisnis

1. Latar Belakang
2. Visi dan Misi
3. Deskripsi Bisnis yang Ditawarkan

B. Tinjauan Pustaka

1. Konsep Minuman Herbal
2. Tren dan Peluang Pasar Minuman Herbal
3. Keunggulan Minuman Herbal dalam Gaya Hidup Modern

C. Aspek Perencanaan

1. Analisis Pasar
 - a. Profil Pasar
 - b. Potensi dan Segmentasi Pasar
 - c. Pesaing dan Peluang Usaha
 - d. Media Promosi
 - e. Strategi Bisnis
2. Strategi Pemasaran

D. Aspek Financial

1. Pemodalan
2. Biaya Operasional
3. BEP
4. Perhitungan Kelayakam Usaha dengan Pendekatan NPV atau Payback Periode

PENUTUP

A. Gambaran Unit Bisnis

1. Latar Belakang

Minuman herbal telah lama menjadi bagian dari budaya dan kesehatan masyarakat Indonesia. Berbagai ramuan tradisional, seperti jahe, kunyit, temulawak, dan daun sereh, dipercaya memiliki manfaat bagi kesehatan. Namun, seiring dengan perkembangan zaman, gaya hidup masyarakat mulai berubah, dengan meningkatnya minat terhadap produk sehat yang praktis dan sesuai dengan tren modern.

Bisnis ini hadir untuk menjawab kebutuhan masyarakat akan minuman herbal yang tidak hanya mempertahankan khasiat tradisional tetapi juga dikemas secara menarik dan inovatif agar dapat diterima oleh pasar yang lebih luas, termasuk generasi muda dan profesional yang memiliki gaya hidup aktif.

2. Visi dan Misi

a. Visi

- Menjadi penyedia minuman herbal yang sehat, inovatif, dan berkualitas tinggi dengan memadukan kearifan lokal dan teknologi modern untuk menciptakan produk yang bermanfaat bagi masyarakat.

b. Misi

- Mengembangkan produk minuman herbal berbasis bahan alami yang memiliki manfaat kesehatan.
- Memadukan teknologi dalam produksi dan distribusi agar lebih praktis dan efisien.
- Menyediakan minuman yang tidak hanya lezat tetapi juga bernutrisi bagi konsumen.
- Mendukung petani lokal dengan menggunakan bahan baku berkualitas dari sumber terbaik.
- Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya konsumsi herbal untuk kesehatan.

3. Deskripsi Bisnis yang Ditawarkan

Unit bisnis ini berfokus pada produksi dan penjualan minuman herbal siap konsumsi yang dikemas secara modern dan praktis. Beberapa aspek utama dari bisnis ini meliputi:

- Produk: Minuman herbal dalam bentuk siap minum (bottled drinks) dengan varian rasa seperti jahe lemon, kunyit madu, temulawak pandan, dan lain-lain. Semua bahan berasal dari sumber alami tanpa bahan pengawet.
- Target Pasar: Masyarakat urban yang peduli terhadap kesehatan, mulai dari pekerja kantoran, mahasiswa, hingga pelaku gaya hidup sehat.
- Keunggulan: Produk berbahan alami, dikemas secara praktis, memiliki tampilan menarik, serta didukung dengan pemasaran digital untuk meningkatkan jangkauan pasar.
- Strategi Penjualan: Dijual melalui berbagai channel, termasuk marketplace online, toko kesehatan, kafe, restoran sehat, dan jaringan distribusi langsung.

Bisnis ini memiliki potensi besar untuk berkembang, terutama karena tren konsumsi produk sehat semakin meningkat. Dengan mengusung inovasi dan kualitas, minuman herbal ini bisa menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern.

B. Tinjauan Pustaka

1. Konsep Minuman Herbal

Minuman herbal adalah jenis minuman yang dibuat dari bahan alami seperti rempah-rempah, akar tumbuhan, daun herbal, serta buah-buahan yang memiliki manfaat kesehatan. Konsep utama dari minuman herbal adalah memanfaatkan khasiat alami dari tanaman untuk menjaga kesehatan tubuh, meningkatkan daya tahan tubuh, serta mendukung gaya hidup sehat.

Dalam perkembangannya, minuman herbal kini hadir dalam berbagai bentuk, seperti minuman seduh tradisional (jamu), ekstrak herbal dalam botol,

hingga inovasi modern seperti minuman herbal ready-to-drink yang dikemas dengan lebih praktis dan menarik.

2. Tren dan Peluang Pasar Minuman Herbal

Tren konsumsi minuman herbal semakin meningkat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya gaya hidup sehat. Beberapa faktor yang mendorong tren ini antara lain:

- a. Perubahan gaya hidup modern yang semakin peduli terhadap kesehatan dan pola makan alami.
- b. Meningkatnya penyakit terkait gaya hidup, seperti diabetes dan obesitas, yang membuat masyarakat lebih selektif dalam memilih produk konsumsi.
- c. Dukungan dari teknologi dan inovasi, seperti pemasaran digital dan kemasan modern, yang membuat minuman herbal lebih menarik bagi generasi muda.
- d. Peluang pasar global, karena minuman herbal tidak hanya diminati di Indonesia tetapi juga berpotensi dipasarkan ke luar negeri, terutama di negara yang memiliki minat tinggi terhadap produk berbasis kesehatan dan herbal.

3. Keunggulan Minuman Herbal dalam Gaya Hidup Modern

Minuman herbal memiliki beberapa keunggulan yang membuatnya relevan dengan gaya hidup modern, antara lain:

- a. Menyehatkan secara alami tanpa tambahan bahan kimia berbahaya.
- b. Praktis dan mudah dikonsumsi, terutama dengan kemasan modern yang siap minum.
- c. Bisa menjadi alternatif minuman sehat dibandingkan minuman berpemanis buatan atau minuman berkafein tinggi.
- d. Dapat dikombinasikan dengan inovasi rasa agar lebih menarik bagi berbagai kalangan.
- e. Mendukung ekosistem pertanian lokal, karena bahan baku berasal dari tanaman herbal yang mudah ditemukan di Indonesia.

Dengan konsep yang kuat, tren yang mendukung, serta keunggulan yang sesuai dengan kebutuhan pasar, bisnis minuman herbal memiliki potensi besar untuk berkembang dan memberikan dampak positif bagi masyarakat.

C. Aspek Perencanaan

1. Analisis Pasar

a. Profil Pasar

Pasar untuk minuman herbal semakin berkembang seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan. Konsumen kini lebih selektif dalam memilih minuman yang tidak hanya menyegarkan tetapi juga memiliki manfaat bagi tubuh. Profil pasar utama terdiri dari:

- Konsumen usia produktif (18–45 tahun) yang memiliki kesadaran tinggi terhadap pola hidup sehat.
- Masyarakat urban yang mencari alternatif minuman sehat dan praktis.
- Pekerja kantoran dan mahasiswa yang membutuhkan minuman pendukung aktivitas sehari-hari.
- Penggemar produk alami dan organik yang menghindari bahan kimia berbahaya.

b. Potensi dan Segmentasi Pasar

Pasar minuman herbal memiliki potensi besar, baik di skala lokal maupun global, karena masyarakat semakin mengutamakan gaya hidup sehat. Segmentasi pasar dapat dibagi menjadi:

- Segmentasi berdasarkan usia: Anak muda hingga orang dewasa yang mulai peduli terhadap kesehatan.
- Segmentasi berdasarkan gaya hidup: Konsumen yang menghindari bahan pengawet dan pemanis buatan.
- Segmentasi berdasarkan kebutuhan: Produk herbal yang mendukung stamina, relaksasi, atau detoksifikasi tubuh.

c. Pesaing dan Peluang Usaha

Bisnis minuman herbal memiliki sejumlah pesaing yang berasal dari berbagai kategori, seperti:

- Produk Tradisional (Jamu) Minuman herbal tradisional seperti jamu sudah dikenal luas dan memiliki pasar yang loyal. Merek seperti "Nyonya Meneer" dan "Sido Muncul" telah lama mendominasi industri jamu dengan produk berbentuk cair maupun serbuk.
- Minuman Herbal Instan Produk seperti teh herbal dalam bentuk sachet atau bubuk yang lebih praktis untuk diseduh. Contohnya adalah teh jahe instan dan minuman kesehatan berbasis rempah yang tersedia di supermarket.
- Minuman Sehat Alternatif Selain minuman herbal, ada juga tren seperti infused water, cold-pressed juice, dan kombucha yang menarik perhatian konsumen yang peduli terhadap kesehatan.
- Untuk bersaing dengan produk yang sudah ada, bisnis minuman herbal perlu menawarkan keunikan dan inovasi, misalnya melalui kemasan modern, varian rasa yang lebih menarik, atau manfaat kesehatan yang lebih spesifik.

Meskipun memiliki pesaing kuat, bisnis minuman herbal masih memiliki peluang besar untuk berkembang karena beberapa faktor berikut:

- Tren gaya hidup sehat masyarakat (semakin sadar akan pentingnya pola hidup sehat dan lebih memilih produk alami tanpa bahan kimia berbahaya).
- Inovasi produk banyak (peluang untuk menciptakan inovasi dalam bentuk rasa baru, metode penyajian, serta pengemasan yang lebih modern dan praktis).
- Pasar yang luas dan berkembang (minuman herbal tidak hanya populer di Indonesia tetapi juga memiliki potensi ekspor karena

minat terhadap produk alami semakin meningkat di pasar internasional).

- Kemajuan teknologi dan pemasaran digital (dengan memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce, pemasaran minuman herbal bisa lebih efektif dalam menjangkau pelanggan tanpa harus memiliki toko fisik).
- Dukungan pemerintah untuk UMKM (pemerintah Indonesia sering memberikan dukungan bagi usaha kecil dan menengah (UMKM) khususnya dalam bidang produk herbal dan pangan sehat).

d. Media Promosi

- Digital marketing (menggunakan media sosial, website, dan marketplace untuk menjangkau lebih banyak pelanggan).
- Influencer marketing (bekerja sama dengan influencer kesehatan atau kuliner untuk meningkatkan brand awareness).
- Content marketing (membuat konten edukatif tentang manfaat minuman herbal melalui blog, video, atau podcast).
- Promosi di event (ikut serta dalam pameran kesehatan atau bazar makanan sehat untuk memperkenalkan produk secara langsung).
- Program loyalitas (memberikan diskon atau hadiah bagi pelanggan setia untuk meningkatkan retensi pelanggan).

e. Strategi Bisnis

- Inovasi produk (mengembangkan varian rasa baru atau kemasan yang menarik agar produk lebih unik).
- Kemitraan dengan produsen (bekerja sama dengan produsen minuman herbal untuk efisiensi produksi dan distribusi).
- Diversifikasi produk (tambahkan produk herbal lain seperti teh herbal atau suplemen untuk memperluas pasar).
- Peningkatan layanan (memastikan pelayanan pelanggan yang baik, termasuk pengiriman cepat dan kemasan berkualitas).

- Analisis pasar (melakukan riset pasar untuk memahami tren dan preferensi konsumen agar strategi bisnis lebih tepat sasaran).

2. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk meningkatkan daya saing bisnis minuman herbal. Berikut beberapa pendekatan yang bisa diterapkan:

- Identifikasi niche pasar (menentukan target pasar yang spesifik, seperti konsumen yang peduli kesehatan atau pencinta produk alami).
- Kolaborasi dengan influencer kesehatan.
- Optimasi digital marketing (menggunakan SEO untuk meningkatkan visibilitas website bisnis di mesin pencari dan untuk membangun komunitas dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan).
- Promosi dan diskon, (menawarkan promo menarik seperti diskon atau paket bundling dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan).
- Layanan pelanggan yang baik (memberikan pelayanan yang responsif dan berkualitas akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat reputasi bisnis).

D. Aspek Financial

1. Pemodalan

Untuk pemodalan menggunakan tabungan pribadi sebagai modal awal untuk menghindari risiko utang.

2. Biaya Operasional

Biaya operasional mencakup semua pengeluaran yang diperlukan untuk menjalankan bisnis sehari-hari, seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya pemasaran, biaya sewa tempat, biaya listrik dan internet, dan biaya distribusi dan logistik.

3. Break Even Point (BEP)

BEP adalah titik di mana pendapatan bisnis sama dengan total biaya, sehingga bisnis tidak mengalami rugi atau untung. Rumus BEP :

$$BEP = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual Per Unit} - \text{Biaya Variabel Per Unit}}$$

BEP membantu menentukan jumlah minimum produk yang harus dijual agar bisnis tidak merugi.

PENUTUP

Bisnis minuman herbal memiliki peluang besar di pasar yang semakin sadar akan manfaat kesehatan alami. Dengan strategi pemasaran yang tepat, pemodalan yang sesuai, dan analisis kelayakan usaha seperti BEP, bisnis ini dapat berkembang secara berkelanjutan.

Sebagai mahasiswa pemula, pendekatan kreatif dan inovatif dalam pemasaran serta pemanfaatan sumber hibah dan kemitraan menjadi kunci utama dalam memastikan kelancaran operasional. Dengan modal yang terjangkau dan potensi ekspansi yang besar, bisnis ini tidak hanya memberikan keuntungan finansial tetapi juga berkontribusi pada gaya hidup sehat masyarakat.

Kami optimis bahwa dengan komitmen, kerja keras, dan dukungan yang tepat, bisnis minuman herbal ini dapat berkembang dan memberikan manfaat bagi banyak orang. Oleh karena itu, kami mengajukan proposal ini dengan harapan mendapatkan dukungan dan kesempatan untuk merealisasikan ide bisnis ini secara nyata.

FORMULIR

1. Judul SBPC : Pengembangan Usaha Minuman Herbal:
Menjaga Tradisi, Menyasar Modernitas
2. Asal Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Fatmawati
Sukarno Bengkulu
3. Sub Tema : Lingkungan dan Tradisi
4. Biodata Peserta :
 - a. Ketua
 - Nama : **Gesang Retno Lestari**
 - NIM : 2223450002
 - TTL : Nanjungan, 17 September 2004
 - Email : lestarigesangretno@gmail.com
 - Alamat : Ma'had Al-Jami'ah UINFAS Bengkulu, Kec.
Selebar, Kota Bengkulu.
 - b. Anggota
 - Nama : **Maya Silfia Sulastr**
 - NIM : 2223450003
 - TTL : 15 Maret 2004
 - Email : mayasilfiasulastr.tja@gmail.com
 - Alamat : Ma'had Al-Jami'ah UINFAS Bengkulu, Kec.
Selebar, Kota Bengkulu
 - Nama : **Ummi Maisaroh**
 - NIM : 2223450005
 - TTL : 2 September 2003
 - Email : umimaysaroh716@gmail.com
 - Alamat : Padat Karya 5, Kec. Selebar, Kota Bengkulu
 - Nama : **Nisa Karmila**
 - NIM : 2223450008
 - TTL : 12 September 2003

- Email : nisakarmila691@gmail.com
- Alamat : Telaga Dewa 9, Kec. Selebar, Kota Bengkulu
- Nama : **Komariah**
- NIM : 2223420021
- TTL : 7 Mei 2003
- Email : komariahsiregar03@gmail.com
- Alamat : Ma'had Al-Jami'ah UINFAS Bengkulu, Kec. Selebar, Kota Bengkulu
- Nama : **Ipung Alneti**
- NIM : 2223450031
- TTL : 25 November 2003
- Email : ipungalneti39@gmail.com
- Alamat : Ma'had Al-Jami'ah UINFAS Bengkulu, Kec. Selebar, Kota Bengkulu
- Nama : **Lidya Amelia**
- NIM : 2223420038
- TTL : 15 April 2004
- Email : amelialidya295@gmail.com
- Alamat : Ma'had Al-Jami'ah UINFAS Bengkulu, Kec. Selebar, Kota Bengkulu
- Nama : **Fasya Amanda Syari**
- NIM : 2223230065
- TTL : 29 Maret 2003
- Email : fashaasyari@gmail.com
- Alamat : Perum Villa Putri Selebar Gg. Villa 2 No. 150, Kota Bengkulu
- Nama : **Siti Habibatu 'Aini**
- NIM : 2223230071
- TTL : 30 April 2005
- Email : sitihabiba304@gmail.com
- Alamat : Pagar Dewa X, Kec. Selebar, Kota Bengkulu

PENGABDIAN



Wawancara dengan Pedagang Kaki Lima/Pedagang Bakso

Wartawan: Assalamualaikum, Bu. Bisa perkenalkan diri dan usaha yang Ibu jalankan?

Ibu Siti: Wa'alaikumus salam. Nama saya Siti, dan saya sudah berjualan bakso kaki lima selama lebih dari delapan tahun. Awalnya saya hanya coba-coba untuk membantu ekonomi keluarga, tapi ternyata banyak yang suka dengan bakso saya, jadi usaha ini terus berjalan sampai sekarang.

Wartawan: Apa yang membuat Ibu memilih berwirausaha dibandingkan bekerja untuk orang lain?

Ibu Siti: Saya ingin punya waktu yang lebih fleksibel dan bisa mengelola penghasilan sendiri. Kalau kerja dengan orang lain, ada batasan yang harus saya ikuti. Dengan usaha sendiri, saya bisa menentukan bagaimana cara terbaik mengembangkan bisnis dan memenuhi kebutuhan keluarga.

Wartawan: Bagaimana model usaha yang Ibu jalankan saat ini?

Ibu Siti: Saya berjualan di gerobak dan berpindah-pindah tempat sesuai keramaian. Kadang saya mangkal di pasar, kadang di dekat sekolah. Saya juga menerima pesanan online lewat WhatsApp, jadi tidak hanya mengandalkan pelanggan yang datang langsung.

Wartawan: Apa tantangan terbesar dalam usaha ini?

Ibu Siti: Tantangannya banyak, terutama harga bahan baku yang sering naik, sementara saya harus tetap menjaga harga jual agar tetap terjangkau. Persaingan juga cukup ketat, karena banyak pedagang bakso lain yang berjualan di sekitar sini.

Wartawan: Bagaimana cara Ibu mengatasi tantangan tersebut?

Ibu Siti: Saya selalu berusaha menjaga kualitas rasa bakso supaya pelanggan tetap setia. Selain itu, saya mengikuti tren usaha seperti promo dan paket hemat, serta memanfaatkan media sosial untuk menarik lebih banyak pelanggan.

Wartawan: Apa pesan Ibu untuk mereka yang ingin berwirausaha?

Ibu Siti: Jangan takut mencoba! Memulai usaha memang sulit, tapi kalau kita tekun dan mau belajar, pasti ada jalan untuk berkembang. Selain itu, selalu dengarkan pelanggan, karena merekalah yang menentukan keberlanjutan bisnis kita.

Bu Siti telah menjalankan usaha bakso kaki lima selama lebih dari delapan tahun. Berawal dari keinginan membantu ekonomi keluarga, ia memulai bisnis ini dengan modal kecil dan semangat besar. Dengan gerobak sederhana, ia mengelola usaha secara mandiri, mulai dari memilih bahan baku terbaik, memasak, hingga melayani pelanggan setia yang datang setiap hari.

Dalam menjalankan usaha, Ibu Siti menghadapi berbagai tantangan. Persaingan bisnis bakso cukup ketat, harga bahan sering naik, dan sebagai pedagang kaki lima, ia harus mengikuti aturan yang kadang berubah. Namun, ia selalu mencari cara agar usahanya tetap bertahan. Salah satu strategi yang ia terapkan adalah menjaga rasa dan kualitas baksonya agar pelanggan tetap datang, serta memanfaatkan media sosial dan layanan pesan antar untuk menjangkau lebih banyak pembeli.

Menurutnya, kunci sukses berwirausaha adalah ketekunan dan inovasi. Ia percaya bahwa dengan kerja keras dan kemampuan beradaptasi, usaha kecil pun bisa berkembang dan bertahan di tengah persaingan pasar. Untuk mereka yang ingin memulai usaha sendiri, ia berpesan agar tidak takut mencoba, serta selalu belajar dari pengalaman agar bisnis semakin maju.