


Analisis Kelayakan Finansial dan Non – Finansial Inovasi Produk Cokelat Bar Wedang Uwuh

Annisya Rekha Amanda¹, Siwitri Munambar^{2*}, Rika Nalinda³

^{1,2,3}Program Studi Agribisnis Hortikultura, Politeknik Pembangunan Pertanian Yogyakarta-Magelang, Jl. Kusumanegara No. 2, Tahunan, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55167, Indonesia

E-mail: siwiyk@gmail.com

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.788>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 11 May 2025

Revised: 13 May 2025

Accepted: 23 May 2025

Kata Kunci:

Wedang uwuh; kelayakan usaha; inovasi produk; pangan fungsional

Keywords:

Wedang uwuh; business feasibility; product innovation; functional food



ABSTRACT

Wedang uwuh merupakan minuman tradisional khas Yogyakarta yang berbahan dasar rempah-rempah dan dikenal memiliki berbagai manfaat bagi kesehatan tubuh. Namun, cita rasa rempah yang kuat dan pedas sering kali kurang diminati oleh masyarakat modern. Oleh karena itu, inovasi produk diperlukan guna meningkatkan penerimaan terhadap wedang uwuh. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah pembuatan cokelat bar wedang uwuh, yang menghadirkan rasa unik dalam format yang praktis dan modern. Sebelum dipasarkan, produk ini diuji kelayakannya dari aspek finansial dan non-finansial. Hasil analisis finansial menunjukkan bahwa cokelat bar wedang uwuh memiliki nilai R/C Ratio sebesar 1,9, yang menandakan bahwa produk ini layak secara finansial. Dari aspek non-finansial, penilaian dilakukan melalui wawancara dengan 11 panelis ahli menggunakan skala Likert. Hasilnya menunjukkan bahwa aspek pasar, lingkungan, dan teknis berada pada kategori sangat layak, sedangkan aspek hukum, manajemen, serta sosial, ekonomi, dan budaya berada pada kategori layak. Dengan demikian, cokelat bar wedang uwuh dinilai memiliki prospek baik untuk dikembangkan dan dipasarkan secara luas.

Wedang uwuh is a traditional drink from Yogyakarta made from spices and is known to have various health benefits. However, the strong and spicy taste of spices is often less popular with modern society. Therefore, product innovation is needed to increase the acceptance of wedang uwuh. One form of innovation is the creation of wedang uwuh chocolate bars, which present a unique taste in a practical and modern format. Before being marketed, this product was tested for its feasibility from financial and non-financial aspects. The results of the financial analysis showed that the wedang uwuh chocolate bar had an R/C Ratio value of 1.9, which indicated that this product was financially feasible. From the non-financial aspect, the assessment was carried out through interviews with 11 expert panelists using a Likert scale. The results showed that the market, environmental, and technical aspects were in the very feasible category, while the legal, management, and social, economic, and cultural aspects were in the feasible category. Thus, the wedang uwuh chocolate bar is considered to have good prospects to be developed and marketed widely.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Annisya Rekha Amanda et al.(2025). Analisis Kelayakan Finansial dan Non – Finansial Inovasi Produk Cokelat Bar Wedang Uwuh 3(4) 1896-1906, doi:<https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.788>

PENDAHULUAN

Sejak terjadinya pandemi *covid-19* di Indonesia, terjadi perubahan pola pikir yang dialami oleh masyarakat luas. Masyarakat cenderung memilih olahan makanan dan minuman berasal dari tanaman yang mampu memberi dampak kesehatan untuk tubuh. Salah satu minuman tradisional asli Indonesia yang memiliki banyak manfaat ialah wedang uwuh, suatu hidangan minuman khas dari daerah Yogyakarta. Minuman ini merupakan campuran dari jahe, daun cengkeh, kayu manis, secang, dan gula batu yang diseduh bersamaan. Akan tetapi, masih banyak masyarakat terutama kaum muda yang kurang menyukai wedang uwuh. Banyak yang menilai bahwa wedang uwuh yang dipasarkan saat ini masih konvensional dan sederhana, sehingga kurang praktis dalam penyajiannya.

Selain mengenai cara penyajian produk, masih banyak masyarakat yang kurang menyukai cita rasa minuman wedang uwuh ini. Rendahnya tingkat minat konsumsi minuman tradisional ini umumnya dikarenakan rasanya yang begitu pedas dan aromanya yang sangat menyengat. Tidak hanya itu, pemasaran dari produk wedang uwuh yang masih konvensional dan sederhana, sehingga minuman ini bahkan hanya dikenal oleh masyarakat pedesaan saja. Pemasar tidak hanya harus menyesuaikan kebutuhan konsumen, namun juga harus menempatkan diri sebagai produk inovatif sehingga menciptakan loyalitas konsumen (Seran *et al.*, 2023). Di tengah meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kesehatan dan preferensi terhadap produk-produk terkini, membawa potensi besar untuk memperkuat keunggulan bersaing produk dengan memanfaatkan kearifan olahan pangan lokal dan memenuhi tuntutan pasar akan pangan herbal yang baik untuk kesehatan tubuh. Inovasi produk yang akan dilakukan dalam penelitian ini ialah berupa produk cokelat *bar* wedang uwuh.

Cokelat adalah sebutan untuk berbagai hasil olahan yang berasal dari biji kakao. Kakao merupakan komoditas yang mempunyai nilai ekonomis tinggi. Dikutip dari buku *Outlook Komoditas Perkebunan Kakao* milik Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian (2022), produksi kakao di Indonesia pada tahun 2022 mencapai 706 ribu ton, dengan daya ekspor 509 ribu ton. Menurut data lembaga riset *Statista* dalam TEMPO (2022), adapun total konsumsi cokelat masyarakat Indonesia pada tahun 2021 mencapai 7,3 kg per kapita yang mana angka ini tertinggi dibandingkan negara-negara Asia lainnya. Oleh karena itu, perlu dilakukan proses diversifikasi dan pengolahan pada kakao untuk meningkatkan nilai tambah yang didapat. Terdapat pula persyaratan yang harus dipenuhi sebagai standar mutu produk cokelat:

Tabel 1. Persyaratan Mutu Cokelat dan Produk Cokelat

Jenis Uji	Persyaratan
Keadaan	
Bau	Khas, Normal
Rasa	Khas, Normal
Warna	Khas, Normal
Lemak kakao	> 15 %
Padatan kakao tanpa lemak	> 2,5 %
Total padatan kakao	> 25 %
Total padatan susu	> 12 %
Total lemak	Tidak ada
Cemaran logam	
Timbal (Pb)	Maksimal 1 mg/ kg
Kadmium (Cd)	Maksimal 0,5 mg/ kg
Timah (Sn)	Maksimal 40,0 mg/ kg
Merkuri (Hg)	Maksimal 0,03 mg/Kg
Cemaran arsen (As)	Maksimal 1 mg/Kg
Cemaran Mikroba	
Angka lempeng total	Maksimal 1 x 10 ⁴ koloni/ g
Escherina coli	< 3 APM/ g
Salmonella sp.	Negatif/ 25 g
Kapang dan khamir	Maksimal 1 x 10 ² koloni/ g

(Sumber: Badan Standar Nasional Indonesia, 2014)

Tak hanya sebagai penarik minat konsumen, mengonsumsi coklat juga dapat menurunkan tekanan darah (Jainero *et al.*, 2022). Perpaduan coklat dan wedang uwuh akan menjadi pengalaman tersendiri mengenai eksplorasi cita rasa produk tradisional oleh konsumen. Penelitian ini dilakukan untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang sesuai dengan dinamika pasar saat ini sebagai acuan apakah produk layak diproduksi atau tidak.

Kelayakan usaha sendiri, umumnya dibagi menjadi dua aspek yaitu aspek finansial dan aspek non finansial. Tujuan dari analisis kelayakan finansial usaha ialah untuk menganalisa modal yang telah dikeluarkan dan keuntungan yang akan didapat. Sementara analisis kelayakan non finansial bertujuan untuk menganalisa ketentuan hukum yang dipenuhi, dampak yang ditimbulkan dari usaha, hingga manfaat yang diberikan kepada masyarakat untuk menentukan kelayakan usaha. (Sugiyanto *et al.*, 2020). Aspek non-finansial pada penelitian ini akan menilai dari 6 aspek yaitu aspek pasar, hukum, manajemen, lingkungan, teknis, serta sosial, ekonomi, dan budaya.

METODE

Penelitian ini dilakukan di daerah Bantul, Yogyakarta dari bulan Februari – Mei 2025. Lokasi penelitian ditentukan dengan metode *purposive sampling* yaitu penentuan lokasi berdasarkan faktor dan pertimbangan tertentu (Darwin *et al.*, 2021). Hal ini dilakukan karena panelis ahli yang dibutuhkan dalam penilaian produk merupakan pelaku usaha yang relevan dengan coklat dan wedang uwuh di Yogyakarta. Data primer didapat dari penilaian panelis ahli yang terdiri dari 11 orang berkompetensi di industri wedang uwuh dan coklat dari tiga perusahaan yang berbeda. Data sekunder dapat didapatkan dari penelitian terdahulu, artikel, jurnal serta sumber informasi lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi kepustakaan, diskusi, wawancara, dan kuesioner. Metode yang dilakukan untuk pengumpulan informasi dari sumber literatur yang relevan dengan topik sebagai landasan teori, dasar dalam membuat keputusan dan pemecahan masalah. Diskusi dilakukan dengan pihak perusahaan untuk menentukan rancangan formulasi yang akan diujikan terhadap panelis. Wawancara dilakukan dalam penentuan analisis kelayakan non-finansial terhadap usaha coklat *bar* wedang uwuh. Panelis ahli kemudian akan menilai kelayakan produk berdasarkan kuesioner yang dibagikan.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian itu yaitu *mixed methods*. *Mixed method* merupakan sebuah model penelitian dengan melakukan pengumpulan dan analisis data melalui kombinasi kualitatif dan kuantitatif (Pane *et. al.*, 2021). Tahap kualitatif dilakukan dengan wawancara mendalam pada informan kunci untuk mengkaji kelayakan non-finansial pada usaha coklat *bar* wedang uwuh. Tahap kuantitatif dilakukan dengan untuk penentuan kelayakan usaha dari aspek finansial. Tujuan dari strategi metode ini untuk menggunakan data bentuk kuantitatif dalam menafsirkan penemuan data kualitatif.

Alat analisis yang digunakan ialah analisis kelayakan usaha aspek finansial dan analisis kelayakan usaha dari aspek non-finansial. Kelayakan aspek finansial akan dihitung dengan penyajian data deskriptif yang meliputi biaya produksi, harga pokok produksi, harga jual produk, total penerimaan, keuntungan, *break event point* (BEP) unit dan harga, serta *return cost ratio* (R/C Ratio). Kemudian, aspek non-finansial akan dihitung dengan penggunaan metode skala *likert*. Berikut disajikan skala penilaian uji kelayakan non-finansial usaha pada tabel 2:

Tabel 2. Skala Analisis Kelayakan Non-Finansial

Kategori	Skor
Sangat tidak layak (STL)	1
Tidak layak (TL)	2
Cukup layak (CL)	3
Layak (L)	4
Sangat layak (SL)	5

Sumber : (Qamariyah, N. *et. al.*, 2022

Setelah didapat skor penilaian dari panelis ahli, selanjutnya dilakukan langkah penghitungan skor menurut Herriyani, N. (2019) adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Skor Maksimal} &= \text{Jumlah Panelis} \times (\text{Sub Aspek} \times \text{Skor Tertinggi}) \\ &= 11 \times (3 \times 5) \\ &= 165 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Skor Minimal} &= \text{Jumlah Panelis} \times (\text{Sub Aspek} \times \text{Skor Terendah}) \\ &= 11 \times (3 \times 1) \\ &= 33 \end{aligned}$$

Hasil dari perhitungan akan dimasukkan ke dalam bentuk tabel presentase sesuai dengan kriteria penerapannya yaitu dengan menentukan presentase % tertinggi dan presentase % terendah terlebih dahulu dengan menggunakan rumus menurut Susanto (2021), sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Presentase (\%)} \text{ tertinggi} &= \frac{\text{Skor tertinggi}}{\text{Skor total}} \times 100\% \\ &= \frac{165}{165} \times 100\% \\ &= 100\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Presentase (\%)} \text{ terendah} &= \frac{\text{Skor terendah}}{\text{Skor total}} \times 100\% \\ &= \frac{33}{165} \times 100\% \\ &= 20\% \end{aligned}$$

Jika telah diperoleh presentase tertinggi dan terendah, selanjutnya yaitu menentukan interval kelas dengan rumus berikut ini:

$$\begin{aligned} \text{Interval kelas} &= \frac{\% \text{ tertinggi} - \% \text{ terendah}}{\text{kelas yang dikehendaki}} \\ &= \frac{100\% - 20\%}{5} \\ &= 16\% \end{aligned}$$

Tahap selanjutnya ialah penafsiran hasil data ke dalam kategori interval. Berikut kriteria kategori skor uji kelayakan non-finansial :

Tabel 3. Kriteria Kategori Skor Uji Kelayakan Non-Finansial

Kategori	Persentase
Sangat tidak layak (STL)	20% - 36%
Tidak layak (TL)	37% - 52%
Cukup layak (CL)	53% - 68%
Layak (L)	69% - 84%
Sangat layak (SL)	85% - 100%

Sumber: (Olah Data, 2025)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Kelayakan Finansial

Analisis kelayakan finansial digunakan untuk mengetahui seberapa besar keberhasilan usaha yang dijalankan serta sebagai proyeksi rancangan yang akan dilakukan dimasa yang akan datang. Analisis kelayakan finansial dalam produksi cokelat *bar* wedang uwuh sebagai berikut:

1. Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan selama usaha dijalankan yang terdiri dari biaya tetap dan biaya tidak tetap. Adapun rincian biaya-biaya yang dikeluarkan untuk produksi cokelat *bar* wedang uwuh ialah sebagai berikut:

a. Biaya Tetap

Menurut Arie. & Marshela (2018), biaya tetap (*fix cost*) meliputi biaya gaji pegawai, biaya gaji pemilik, dan biaya penyusutan. Penerapan pada usaha cokelat ini, biaya tenaga kerja termasuk dalam biaya variabel karena tidak menerapkan penggajian tetap. Biaya gaji pemilik diasumsikan Rp 0 karena usaha ini tergolong masih kecil, sehingga biaya tetap dalam penelitian

ini hanya mencakup biaya penyusutan. Berikut di bawah ini biaya penyusutan peralatan produksi:

Tabel 4. Biaya Tetap

Uraian	Jumlah	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Harga Total (Rp)	Umur Ekonomis (Th)	Penyusutan (Rp)
Blender	1	Pcs	300.000	300.000	4	75.000
Kompore	1	Pcs	250.000	250.000	5	50.000
Panci	1	Pcs	70.000	70.000	4	17.500
Baskom	1	Pcs	25.000	50.000	3	16.666
Spatula	1	Pcs	30.000	30.000	3	10.000
Saringan	1	Pcs	10.000	10.000	3	3.333
Timbangan	1	Pcs	50.000	50.000	4	12.500
Sealer	1	Pcs	150.000	150.000	4	37.500
Sendok	2	Pcs	5.000	10.000	3	3.333
Pisau	1	pcs	15.000	15.000	3	5.000
			Total FC	543.000		155.833

Sumber: Olah Data, 2025

Biaya penyusutan merupakan biaya yang terkait dengan penurunan nilai aset tetap atau peralatan produksi. Jika umur barang sudah habis, maka barang tersebut harus diganti dengan barang yang baru. Biaya penyusutan peralatan produksi cokelat *bar* wedang uwuh setiap tahun adalah Rp 155.833.

b. Biaya Tidak Tetap

Biaya tidak tetap/variabel merupakan biaya yang dikeluarkan untuk menyediakan bahan baku produksi, biaya variabel ini habis dalam satu kali produksi. Berikut dibawah ini biaya variabel pertahun produksi cokelat *bar* wedang uwuh:

Tabel 5. Biaya Tidak Tetap

Uraian	Jumlah	Satuan	Harga	Harga Total
Bahan Baku				
Cokelat compound	187.2	kg	60.000	11.232.000
Cokelat hitam 70%	143.2	kg	300.000	42.960.000
Wedang uwuh bubuk	44.1	kg	45.000	1.984.500
Overhead				
Alumunium	7.140	pcs	1.000	7.140.000
Stiker Label	18.360	pcs	500	9.180.000
LPG	24	tabung	20.000	480.000
Listrik	3.784	kWh	1.850	371.354
Air	6	m ³	25.000	150.000
Upah Karyawan				
Tenaga Kerja	204	hari	60.000	12.240.000
TOTAL				92.366.160

Sumber: Olah Data, 2025

Total biaya tidak tetap (*variable cost*) produksi cokelat *bar* wedang uwuh selama satu tahun mencapai Rp 88.286.160. Perusahaan akan memproduksi dalam 1 tahun yaitu dengan kapasitas 18.360 *pcs*. Jumlah biaya ini diperoleh dari penjumlahan tenaga kerja, bahan baku, dan biaya *overhead* yang meliputi LPG, listrik, dan air. Bahan baku yang digunakan untuk

produksi terdiri dari cokelat compound, cokelat hitam dengan persentase 70%, serta wedang uwuh bubuk.

Jumlah tenaga kerja untuk setiap sekali produksi yaitu 2 orang karyawan dengan upah Rp. 30.000,- per orang per hari dengan target produksi 90 pcs per sekali produksi. Jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan dalam satu hari produksi yaitu 2 orang dengan pembagian tugas yang berbeda. Tiga orang karyawan ini dibutuhkan agar seluruh proses produksi cokelat *bar* wedang uwuh dapat terlaksana secara efektif dan efisien.

c. Biaya Investasi

Pada tabel 6, disajikan data biaya investasi yang dibutuhkan usaha meliputi peralatan dan mesin yang dipakai untuk produksi:

Tabel 6. Biaya Investasi

Uraian	Jumlah	Harga (Rp)	Biaya (Rp)
Blender	1	300.000	300.000
Kompor	1	250.000	250.000
Panci	1	70.000	70.000
Baskom	1	25.000	50.000
Spatula	1	30.000	30.000
Saringan	1	10.000	10.000
Timbangan	1	50.000	50.000
Sealer	1	150.000	150.000
Sendok	2	5.000	10.000
Pisau	1	15.000	15.000
Tabung gas	2	100.000	200.000
Total			743.000

Sumber: Olah Data, 2025

Pada Tabel 6, dapat diketahui bahwa total biaya investasi yang dikeluarkan untuk produksi cokelat *bar* wedang uwuh sebesar Rp. 743.000.

d. Biaya Total

Biaya total merupakan penjumlahan biaya tetap dan biaya tidak tetap. Tabel biaya tidak tetap cokelat selama 1 tahun disajikan sebagai berikut:

Tabel 7. Biaya Total

Uraian	Jumlah (Rp)
Biaya Tetap	155.833
Biaya Tidak Tetap	92.366.160
	92.521.993

Sumber: Olah data, 2025

Berdasarkan Tabel 4.13 diperoleh hasil analisis yang telah dilakukan biaya total yang diperoleh dengan memproduksi 18.360 unit cokelat *bar* yaitu senilai Rp. 92.521.993 setiap tahunnya, dengan ketentuan 1.800 unit/bulan.

2. Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi (HPP) adalah jumlah total biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi cokelat *bar* dalam suatu periode 1 tahun. HPP berguna untuk menetapkan harga jual yang memadai untuk mencapai atau melebihi titik impas dan menghindari kerugian. Berikut perhitungan harga pokok produksi cokelat *bar* per pcs:

$$\text{Harga Pokok Produksi} = \frac{\text{Biaya Total Produksi}}{\text{Volume Total Produk}}$$

$$\text{Harga Pokok Produksi} = 92.521.993 / 18.360$$

$$\text{HPP} = \text{Rp. 5.040}$$

3. Harga Jual Produk

Harga jual produk merupakan suatu nominal yang didapatkan dengan menjumlahkan Harga Pokok Produksi (HPP) dengan laba yang diharapkan. Hasil penelitian yang dilakukan, harga yang bersedia dibayar oleh konsumen yaitu dengan rata-rata Rp8.000/*pcs*. Namun setelah dilakukan diskusi dengan CV Dewi Makmur dan Ibu Rahmi selaku pemilik usaha Arina *Chocolate*, margin yang diambil akan sangat tipis jika dijual dengan harga tersebut. Sehingga didapatlah bahwa harga produk untuk

reseller yaitu Rp8.000, dan untuk *end user* di angka Rp10.000. Berdasar perhitungan yang telah dilakukan diketahui presentase keuntungan yang diperoleh sebesar 49.6% setiap *pcs*. Berikut perhitungan harga jual coklat *bar* wedang uwuh :

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual Produk} &= \text{Harga pokok per unit} + \frac{\text{Laba yang diinginkan}}{\text{Laba yang diinginkan}} \\ 10.0 &= \frac{5.040}{5.040} \end{aligned}$$

$$\text{Laba yang Diinginkan} = \frac{10.000 - 5.040}{5.040} = 49.6\%$$

4. Penerimaan

Penerimaan merupakan sejumlah uang yang akan didapatkan dari keseluruhan produk terjual. Jumlah produk coklat *bar* wedang uwuh mampu dihasilkan pada setiap tahunnya adalah 18.360 *pcs*. Akan tetapi dari jumlah kapasitas produksi pertahun diasumsikan produk tidak laku sebesar 3%. Asumsi tersebut digunakan untukantisipasi produk yang tidak laku terjual, produk rusak, atau pun produk untuk tester calon konsumen. Total keseluruhan produksi selama satu tahun dengan asumsi pengurangan produk sebanyak 2% dari kapasitas total menjadi 17.992 *pcs*. Maka perhitungan penerimaan produksi coklat selama satu tahun sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{TR} &= Q \times P_y \\ &= 17.992 \times \text{Rp } 10.000 \\ &= \text{Rp } 179.920.000 \end{aligned}$$

5. Pendapatan/ Keuntungan

Pendapatan merupakan selisih nilai penjualan atau laba dari biaya yang telah dikeluarkan dalam memproduksi produk. Pendapatan dari produksi coklat dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Pd} &= \text{TR} - \text{TC} \\ &= \text{Rp } 179.920.000 - \text{Rp } 92.521.993 \\ &= \text{Rp } 87.398.007 \end{aligned}$$

Dari hasil pendapatan selama satu tahun yang mencapai Rp 87.398.007 berarti rata-rata pendapatan perbulan yang diperoleh oleh pengusaha coklat *bar* wedang uwuh sebanyak Rp 7.238.167.

6. Break Event Point

Break-Even Point (BEP) bertujuan untuk menentukan jumlah produk yang harus dijual agar perusahaan mencapai titik impas, dimana pendapatan sama dengan biaya, sehingga perusahaan tidak menghasilkan keuntungan atau kerugian dalam usaha coklat *bar* wedang uwuh.

a. *Break Event Point* (BEP) Produksi

Break-Even Point (BEP) produksi adalah jumlah produk yang harus diproduksi dan dijual agar total pendapatan sama dengan total biaya, sehingga perusahaan tidak menghasilkan keuntungan atau kerugian. Dalam kata lain, BEP produksi adalah titik di mana perusahaan mencapai titik impas dalam kegiatan produksi

$$\begin{aligned} \text{BEP Produksi (unit)} &= \frac{\text{Biaya Total (TC)}}{\text{Harga Jual Produk (HJP)}} \\ \text{BEP Produksi (unit)} &= \frac{\text{Rp.}92.521.993}{\text{Rp. } 10.000} \\ \text{BEP Produksi (unit)} &= 9.525 \text{ produk} \end{aligned}$$

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan BEP produksi coklat sebanyak 9.525 produk per tahunnya untuk mencapai titik impas. Sementara jumlah produksi coklat per bulannya sebanyak 794 produk. Maka hasil tersebut menunjukkan jika jumlah produksi per tahun lebih besar dari BEP produksi yang telah diperoleh, sehingga usaha coklat *bar* wedang uwuh menguntungkan.

b. *Break Event Point* (BEP) Harga

Break-Even Point (BEP) Harga adalah titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya, sehingga perusahaan tidak menghasilkan keuntungan atau kerugian. Berikut perhitungan BEP harga

$$\text{BEP Harga} = \frac{\text{Biaya Total (TC)}}{\text{Jumlah Produk (Q)}}$$

$$\text{BEP Harga} = \text{Rp. } 92.521.993 / 17.992 = \text{Rp. } 5.142$$

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan BEP harga cokelat senilai Rp. 5.142 untuk mencapai titik impas tidak rugi dan tidak untung. Sementara harga jual produk cokelat adalah Rp.10.000. Maka hasil tersebut menunjukkan jika harga jual produksi per tahun lebih besar dari BEP harga yang telah diperoleh, sehingga usaha cokelat *bar* wedang uwuh dikatakan menguntungkan.

7. R/C Ratio

Return/Cost Ratio (R/C) adalah rasio yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja finansial suatu usaha dengan membandingkan antara total penerimaan yang dihasilkan (*revenue*) dengan total biaya yang dikeluarkan (*cost*).

$$\begin{aligned} \text{R/C} &= \frac{\text{Total Penerimaan (TR)}}{\text{Biaya Total (TC)}} \\ \text{R/C} &= \text{Rp. } 179.920.000 / \text{Rp. } 92.521.993 \\ \text{R/C} &= 1,9 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil analisis perhitungan yang dilakukan R/C Ratio didapatkan sebesar 1,9 atau > 1. Diartikan bahwa setiap pengeluaran Rp 1 mendapatkan penerimaan sebesar Rp 1,9. Maka usaha cokelat *bar* wedang uwuh layak untuk diusahakan.

Analisis Kelayakan Non-Finansial

Kelayakan usaha dibagi menjadi dua aspek yakni dari finansial dan non-finansial. Kelayakan usaha non-finansial dapat dinilai dari berbagai aspek, diantaranya aspek pasar, hukum, manajemen, lingkungan, teknis serta sosial, ekonomi dan budaya.

a. Aspek Pasar

Dalam aspek pemasaran, terdapat tiga atribut yang menjadikan parameter penilaian mengenai kelayakan produk yakni harga, target pasar, dan bauran pasar produk. Setelah dilakukan survey produk cokelat yang diedarkan di Yogyakarta khususnya, terdapat 2 kelompok klasifikasi produk. Kelompok menengah kebawah menjual dengan harga Rp. 7000 – Rp. 8000 untuk target pasar menengah kebawah. Sementara, terdapat pula klasifikasi brand yang menjual di harga Rp. 25.000 – Rp. 50.000 untuk menysasar target pasar menengah keatas. Produk cokelat bar wedang uwuh akan mengambil segmentasi kelas menengah kebawah dengan target cita rasa unik yang diterima oleh masyarakat. Wawancara dilakukan terhadap 11 panelis ahli yang melibatkan tiga instansi perusahaan yang berada di Yogyakarta. Berikut hasil penilaian panelis terhadap usaha cokelat *bar* wedang uwuh:

Tabel 8. Hasil Penilaian Aspek Pasar

No.	Pernyataan	Skor Kelayakan Usaha					Total
		SL	L	CL	TL	STL	
1.	Harga produk kompetitif.	5	5	1			
2.	Target pasar sudah terarah.	7	4				
3.	Bauran pasar produk sudah terkonsep.	5	6				
Jumlah		17	15	1	0	0	
Jumlah x Skor		85	60	3	0	0	148
Persentase (%)							89.7%
Kategori							Sangat layak

Sumber : *Olah Data*, 2025

Setelah dilakukan olah data, didapat bahwa dari tiga sub-aspek yang diangkat, hasil skor yang didapat ialah 148. Sehingga apabila dipersentasekan, usaha ini mendapat nilai 89.7% untuk kelayakan non-finansial dari aspek pasarnya dan masuk kedalam kategori sangat layak.

b. Aspek Hukum

Tiga sub-aspek yang dipilih untuk aspek hukum ialah terdapatnya NIB usaha, SP-PIRT usaha, dan label kemasan yang sesuai standart. Kemasan juga merupakan aspek yang dinilai saat mengajukan nomor PIRT. Kemasan dan label poduk harus sesuai dengan ketentuan dan

mengandung informasi produk yang diperlukan, diantaranya nama produk, komposisi, nilai gizi, tanggal kedaluwarsa, serta kode produksi. Berikut tabel sajian data mengenai penilaian produk dari aspek hukum:

Tabel 9. Hasil Penilaian Aspek Hukum

No.	Pernyataan	Skor Kelayakan Usaha					Total
		SL	L	CL	TL	STL	
1.	Usaha memiliki NIB.	4	5	2			
2.	Produk memiliki SP-PIRT.	5	4	2			
3.	Label kemasan sesuai dengan standart.	4	5	2			
Jumlah		13	14	6	0	0	
Jumlah x Skor		65	56	18	0	0	139
Persentase (%)							84.2%
Kategori							Layak

Sumber : Olah Data, 2025

Berdasar hasil data, didapat bahwa dari tiga sub-aspek yang diangkat, hasil skor yang didapat ialah 139. Sehingga apabila dipresentasikan, usaha ini mendapat nilai 84.2% untuk kelayakan non-finansial dari aspek hukum dan masuk kedalam kategori layak

c. Aspek Manajemen

Ruang lingkup dalam aspek manajemen mencakup fungsi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*). Perencanaan produksi yang diberlakukan sudah menyesuaikan dengan ketersediaan pemilik selaku produsen untuk melakukan kegiatan produksi 3 kali *batch* dalam sehari. Hal ini sudah menimbang target produksi harian untuk menunjang BEP produk. Berikut sajian data penilaian produk dari panelis:

Tabel 10. Hasil Penilaian Aspek Manajemen

No.	Pernyataan	Skor Kelayakan Usaha					Total
		SL	L	CL	TL	STL	
1.	Pelaksanaan kegiatan produksi dilakukan sesuai rencana.	4	6	1			
2.	Terdapat jadwal produksi rutin.	3	7	1			
3.	Pengawasan mutu secara berkala.	3	6	1	1		
Jumlah		10	19	3	1	0	
Jumlah x Skor		50	76	9	2	0	137
Persentase (%)							83.0%
Kategori							Layak

Sumber : Olah Data, 2025

Dapat dilihat bahwa dari tiga sub-aspek yang diangkat, hasil skor yang didapat ialah 137. Sehingga apabila dipresentasikan, usaha ini mendapat nilai 83.0% untuk kelayakan non-finansial dari aspek manajemen dan masuk kedalam kategori layak

d. Aspek Lingkungan

Dalam aspek lingkungan, akan menilai pengelolaan limbah, pencemaran baik di air, tanah dan udara, serta usaha yang berwawasan lingkungan. Sisa sortasi wedang uwuh bubuk yang tidak terpakai, ditindaklanjuti sebagai pupuk skala rumahan. Sementara untuk potongan sisa kemasan aluminium sudah ditindaklanjuti oleh TPA sebagai pihak selanjutnya. Perizinan seperti AMDAL, UKL-UPL atau SPPL, wajib dimiliki oleh usaha yang berpotensi menimbulkan dampak yang signifikan untuk lingkungan. Dalam usaha coklat ini, karena lingkup yang dikerjakan masih sangat kecil, penerapan usaha berwawasan lingkungan lebih menekankan dai pemahaman pemilik usaha selaku eksekutor. Berikut hasil penilaian dari wawancara:

Tabel 11. Hasil Penilaian Aspek Lingkungan

No.	Pernyataan	Skor Kelayakan Usaha					Total
		SL	L	CL	TL	STL	

1.	Manajemen limbah dengan baik.	4	7				
2.	Produksi tidak mencemari air, udara dan tanah.	5	6				
3.	Usaha berwawasan lingkungan.	4	5	2			
Jumlah		13	18	2	0	0	
Jumlah x Skor		65	72	6	0	0	143
Persentase (%)							86.7%
Kategori				Sangat layak			

Sumber : Olah Data, 2025

Dapat dilihat bahwa dari tiga sub-aspek yang diangkat, hasil skor yang didapat ialah 143. Sehingga apabila dipresentasikan, usaha ini mendapat nilai 86.7% untuk kelayakan non-finansial dari aspek lingkungan dan masuk kedalam kategori sangat layak

e. Aspek Teknis

Di dalam aspek Teknik, terdapat pula tiga sub-aspek yang akan dinilai yaitu kebersihan peralatan, perawatan berkala serta SOP produk. Peralatan produksi yang digunakan ialah kompor, kulkas, cetakan, saringan, timbangan dan *sealer*. Perawatan dan pembersihan dilakukan secara berkala setiap bulan. Dalam kegiatan produksi, penting juga untuk dibuat sebuah SOP untuk memastikan kualitas hasil produksi. Berikut hasil penilaian mengenai aspek teknis usaha:

Tabel 12. Hasil Penilaian Aspek Teknis

No.	Pernyataan	Skor Kelayakan Usaha					Total
		SL	L	CL	TL	STL	
1.	Penggunaan alat dan mesin yang bersih	5	6				
2.	Perawatan berkala terhadap alat.	5	6				
3.	Proses produksi sesuai dengan SOP.	2	7	2			
Jumlah		12	19	2	0	0	
Jumlah x Skor		60	76	6	0	0	142
Persentase (%)							86.1%
Kategori				Sangat layak			

Sumber : Olah Data, 2025

Dapat dilihat bahwa dari tiga sub-aspek yang diangkat, hasil skor yang didapat ialah 142. Sehingga apabila dipresentasikan, usaha ini mendapat nilai 86.1% untuk kelayakan dari aspek teknis sehingga masuk kedalam kategori sangat layak

f. Aspek Sosial, Ekonomi, dan Budaya

Aspek ini akan membahas mengenai dampak yang dihasilkan oleh produk terhadap sosial, ekonomi dan budaya sekitar. Cokelat yang digunakan dalam produk ini ialah cokelat petani dari Kulonprogo. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan petani lokal. Selain itu, penggunaan cokelat murni juga untuk menjamin kandungan nutrisi yang masih terjaga.

Produk yang dipasarkan merupakan perpaduan cokelat lokal dengan wedang uwuh sebagai minuman tradisional Indonesia dari Yogyakarta. Salah satu tujuan dari inovasi produk ini ialah memperluas jangkauan penerimaan cita rasa wedang uwuh bagi konsumen Berikut hasil wawancara penilaian terhadap panelis :

Tabel 13. Hasil Penilaian Aspek Sosial Ekonomi

No.	Pernyataan	Skor Kelayakan Usaha					Total
		SL	L	CL	TL	STL	
1.	Usaha membantu perekonomian warga sekitar.	3	3	5			
2.	Pendapatan petani lokal meningkat akibat adanya usaha.	4	5	2			
3.	Produk mengangkat warisan/ budaya lokal.	6	5				
Jumlah		13	13	7	0	0	
Jumlah x Skor		65	52	21	0	0	138

Persentase (%)	83.6%
Kategori	Layak

Sumber : Olah Data, 2025

Dapat dilihat bahwa dari tiga sub-aspek yang diangkat, hasil skor yang didapat ialah 138. Sehingga apabila dipersentasekan, usaha ini mendapat nilai 83.6% untuk kelayakan non-finansial dari aspek sosial, ekonomi dan budaya sehingga masuk kedalam kategori layak.

SIMPULAN

Kesimpulan berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa usaha cokelat *bar* wedang uwuh ini tidak hanya menjadi solusi inovatif dari cita rasa konvensional wedang uwuh. Tetapi juga dapat menjadi sarana untuk memperluas jangkauan pasar produk tradisional Indonesia. Hasil uji kelayakan finansial, produk ini mendapat nilai R/C Ratio 1,9 yang artinya setiap pengeluaran Rp 1 mendapatkan penerimaan sebesar Rp 1,9. Maka usaha cokelat *bar* wedang uwuh layak untuk diusahakan. Tiga dari aspek non-finansial dari usaha yaitu aspek pasar, lingkungan, dan teknis mendapat kategori sangat layak. Sementara untuk aspek hukum, manajemen, serta sosial, ekonomi, dan budaya mendapat kategori layak dan perlu untuk di evaluasi dan tingkatkan sebagai bentuk pengembangan usaha kedepannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala berkah dan karunia Nya sehingga sampai saat ini saya masih diberi kemampuan menyelesaikan penelitian ini sampai selesai. Terima kasih juga penulis haturkan kepada kedua orang tua beserta keluarga yang tidak pernah berhenti memberi dukungan baik berupa materi dan moril. Teruntuk pihak-pihak dan instansi yang terlibat dalam penelitian ini, juga disampaikan terima kasih dan doa baik yang tiada henti.

REFERENSI

- Arie Pratama, F., & Marshela, F. (2018). Sistem Penentuan Harga Pokok Produksi Melalui Pendekatan Variable Costing Pada Mega Aluminium Cirebon. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, April, 96–113.
- Badan Standar Indonesia. (2014). Cokelat dan Produk – Produk Cokelat. SNI 7934:2014.
- Darwin, M., Marmondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adyana, I. M. D. M. A., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Jainero, L., Yuliza, E., & Lestari, N. E. (2022). KONSUMSI COKELAT BUBUK DAPAT MENURUNKAN TEKANAN DARAH PADA LANSIA. *Journal of Nursing Education & Practice*, (Vol. 01). <https://doi.org/10.53801/jnep.v1i3.42>
- Kementerian Pertanian. (2022). *Outlook Komoditas Perkebunan Kakao*. Pusat Data dan Sistem Informasi Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian
- Pane, I., Hadju, V. A., Maghfuroh, L., Akbar, H., Simamora, R. S., Lestari, Z. W., Galih, A. P., Wijayanto, P. W., Waluyo, Uslan, & Aulia, U. (2021). *Desain Penelitian Mixed Method*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Jurnal Mirai Management Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/mirai.v8i1.4054>
- TEMPO. (2022). *Volume Konsumsi Cokelat per Kapita di Indonesia Masuk 10 Besar Dunia pada 2021*