

# Strategi Peningkatan Pendapatan Keluarga Melalui Pemanfaatan Lidah Buaya Menjadi Minuman *Nata De Aloevera* Pada UMKM Omah Sloevera Purworejo Jawa Tengah

Wahdan<sup>1\*</sup>, Nursiyami<sup>1</sup>,

<sup>1</sup>Program Studi Akuntansi, STIE Rajawali Purworejo, Indonesia

\*email: wahdanbagus@gmail.com

## ABSTRACT

*This research aims to analyze net profit, BEP (Break Even Point) and SWOT at Omah Aloevera MSMEs as well as strategies for increasing family income. The data used in this research are primary data and secondary data. The data analysis method used in this research is basic business analysis by calculating income, profits, BEP units, BEP income, SWOT analysis. Judging from the profit value, Omah Aloevera MSMEs have very promising prospects. The main strategies that can be implemented to increase income using AHP are maintaining competitive product prices and increasing production volume.*

**Kata Kunci:**  
Pendapatan;  
BEP; Strategi;  
Analisis SWOT

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis laba bersih, BEP (*Break Even Point*) dan SWOT pada UMKM Omah Aloevera serta strategi dalam peningkatan pendapatan keluarga. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis bisnis dasar dengan cara berhitung pendapatan, keuntungan, satuan BEP, pendapatan BEP, analisis SWOT. Dilihat dari nilai keuntungannya, UMKM Omah Aloevera mempunyai prospek yang sangat menjanjikan. Strategi utama yang dapat diterapkan untuk Meningkatkan pendapatan menggunakan AHP yaitu mempertahankan harga produk yang kompetitif dan meningkatkan volume produksi.

## PENDAHULUAN

Ekonomi kerakyatan harus mendapat tempat dan perhatian yang baik. Tetapi tempat dan perhatian saja tidaklah cukup, yang diperlukan adalah bentuk tindakan yang nyata dari perhatian tersebut. Sistem ekonomi kerakyatan harus memberi kesempatan yang seluas-luasnya kepada usaha rakyat. Karena itu, untuk mengembangkan ekonomi rakyat, usaha industri rumah tangga (*home industry*) harus dikembangkan (Yasin, 2002).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia sebagai tumpuan dalam memperoleh pendapatan. Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah tahun 2015

menyatakan bahwa presentase UMKM di Indonesia mencapai 90% dan hanya 10% nya adalah usaha besar. Walaupun UMKM bukan merupakan usaha besar, namun peran UMKM dalam menggerakkan sektor perekonomian negara tidak dapat diragukan. UMKM telah berperan besar dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, dimana 60% nya merupakan kontribusi UMKM.

Tidak dapat diragukan lagi, andil UMKM dalam perekonomian nasional sangatlah besar. Selain itu, UMKM juga mempunyai ketahanan terhadap resesi ekonomi global karena UMKM tidak terekspos dengan perekonomian global; memproduksi barang kebutuhan sehari-hari dari pada barang mewah; bersifat lokal dalam produksi dan pemasaran; dan UMKM, pada umumnya, lebih adaptif dan tidak dibebani oleh biaya administrasi yang mahal (Hill, 2006; Manikmas, 2003). UMKM juga memiliki beberapa keunggulan dibandingkan usaha besar yaitu inovasi yang mudah terjadi dalam pengembangan produk, kemampuan menyerap tenaga kerja cukup banyak, fleksibilitas dan adaptasi terhadap perubahan pasar yang cepat lebih baik dibandingkan usaha besar.

Pengembangan UMKM harus dilakukan seiring dengan diberlakukannya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015, sehingga UMKM dapat bersaing di MEA. Namun pengembangan UMKM bukanlah sesuatu yang mudah dilakukan. Terdapat kendala yang terjadi dalam melakukan pengembangan, dan kendala tersebut pada umumnya adalah kendala internal. Kendala yang dihadapi antara lain Sumber Daya Manusia yang belum baik, kemampuan pemasaran UMKM yang terbatas, iklim usaha yang belum kondusif, serta akses teknologi yang terbatas dan kurangnya modal kerja. Dari aspek keuangan, kendala yang juga sering dihadapi adalah belum dilakukannya pembukuan secara formal yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan manajemen dan biaya sistem pembukuan yang masih dinilai tinggi (Zuliyati et al., 2022).

Salah satu usaha mikro kecil menengah yang mulai diminati oleh masyarakat Indonesia adalah lidah buaya. (*Aloe vera (L.) Webb.*) Lidah buaya memiliki nutrisi lengkap yang memiliki fungsi sebagai antioksidan. Hal itu menunjukkan bahwa lidah buaya memiliki permintaan yang tinggi. Lidah buaya merupakan tanaman yang telah lama dikenal di Indonesia karena kegunaannya sebagai tanaman obat untuk aneka penyakit (Suisnaya et al., 2009).

Kemudian lidah buaya saat ini banyak dicari orang sebagai konsumsi sehari-hari. Karena itu potensi untuk mengembangkan tanaman lidah buaya sebagai bahan baku industri di negara maju berupa makanan dan minuman. Tujuan ekspor terbesar lidah buaya adalah Hongkong, Singapura, Taiwan dan Korea Selatan serta Malaysia (Dilla, 2019).

### **Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1, dinyatakan usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau

badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagai mana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), usaha mikro merupakan suatu unit usaha yang jumlah pekerja tetapnya hingga 4 orang, untuk usaha kecil pekerja tetapnya antara 5 sampai 19 orang, dan usaha menengah jumlah pekerja tetapnya dari 20 hingga 99 orang. Perusahaan-perusahaan dengan jumlah pekerja di atas 99 orang masuk dalam kategori usaha besar. Pentingnya keberadaan usaha mikro kecil dan menengah dalam kancah perekonomian nasional tidak hanya karena jumlahnya yang banyak, tetapi juga dalam hal banyaknya kemampuan menyerap tenaga kerja.

### Karakteristik UMKM

Karakteristik dari usaha mikro, kecil dan menengah adalah bersifat faktual dan melekat dalam menjalankan kegiatan usahanya maupun perilaku pengusaha itu sendiri. Karakteristik tersebut menjadi ciri yang membedakan antar pelaku usaha sesuai dengan skala usahanya. Bank Dunia mengelompokkan UMKM menjadi tiga jenis, yaitu 1) Usaha Mikro yaitu usaha yang mempekerjakan karyawan 10 orang, 2) Usaha Kecil yaitu usaha yang mempekerjakan karyawan 30 orang; 3) Usaha Menengah yaitu usaha yang mempekerjakan karyawan hingga 300 orang).

Dalam perspektif usaha menurut Bank Indonesia (2015) UMKM dibagi menjadi empat kelompok, yaitu 1) UMKM Mikro adalah para pelaku UMKM yang memiliki kemampuan sifat pengrajin termasuk di dalamnya UMKM sektor informal, seperti pedagang kaki lima yang kurang mampu mengembangkan usahanya karena mereka kurang mempunyai jiwa kewirausahaan, 2) Usaha Kecil Dinamis merupakan suatu kelompok UMKM yang mampu menjadi wirausahawan dengan menjalin kerjasama (menerima pekerjaan subkontrak) dan ekspor, 3) *Fast Moving Enterprise* adalah UMKM yang cakap dan telah siap mengembangkan usahanya menjadi usaha besar karena telah mempunyai jiwa kewirausahaan.

1. Menghitung penerimaan digunakan rumus (Soekartawi, 2007).

$$TR = Y \cdot Py$$

- TR = Pendapatan kotor.  
Y = Jumlah produksi (kemasan/bulan).  
Py = Harga produksi (Rp/kemasan).

2. Menghitung pendapatan bersih pada analisis ekonomi digunakan rumus (Soekartawi, 2007).

$$\Pi = TR - TC$$

$$\Pi = Y \cdot P_y - (TVC + TFC)$$

Keterangan:

- $\Pi$  = Pendapatan bersih (Rp/bulan).  
 $Y$  = Jumlah produksi(kemasan/bulan).  
 $P$  = Harga produksi lidah buaya (Rp/kemasan)  
 $TVC$  = Jumlah penggunaan biaya variabel (Rp/bulan)  
 $TFC$  = Jumlah penggunaan biaya tetap yang digunakan (Rp/bulan).

3. Menghitung penyusutan peralatan digunakan metode garis lurus (*Stright Line Method*).

$$P = \frac{B - S}{N}$$

Keterangan:

- $P$  = Nilai penyusutan (Rp/bulan).  
 $B$  = Nilai beli alat (Rp/bulan).  
 $S$  = Nilai sisa (20% dari nilai beli (Rp/bulan)).  
 $N$  = Umur ekonomis aset.

4. Menghitung efisiensi usaha lidah buaya dilakukan dengan analisis *Return Cost Ratio* (RCR):

$$RCR = TR / TC$$

Keterangan :

- $RCR$  = *Return Cost Ratio* (%).  
 $TR$  = Total penerimaan (Rp/bulan).  
 $TC$  = Total biaya produksi (Rp/bulan).

Dengan kriteria sebagai berikut:

- $RCR > 1$  = Setiap Rp.1 yang dikeluarkan menghasilkan penerimaan dari satu rupiah, berarti agroindustri menguntungkan dan layak untuk diteruskan.
- $RCR = 1$  = Setiap Rp.1 yang dikeluarkan menghasilkan penerimaan satu rupiah, berarti agroindustri berada pada titik impas (balik modal).

- $RCR < 1$  = Setiap Rp.1 yang dikeluarkan menghasilkan penerimaan kecil dari 1, berarti agroindustri mengalami kerugian dan tidak layak untuk diteruskan.
5. Menurut Firdaus (2008), rumus titik impas penerimaan atas dasar unit produksi adalah sebagai berikut :

$$BEP (Q) = \frac{TFC}{P - AVC}$$

Keterangan:

- BEP (Q) = Nilai impas unit produksi
- TFC = Biaya tetap.
- P = Harga per unit.
- AVC = Biaya variabel rata-rata.

6. Perhitungan BEP atas dasar unit rupiah dapat dilakukan dengan menggunakan rumus berikut :

$$BEP (Rp) = \frac{TFC}{1 - (\frac{VC}{P})}$$

Keterangan :

- BEP (Rp) = Nilai impas penerimaan
- TFC = Biaya tetap.
- AVC = Biaya variabel rata-rata
- P = Harga per unit.

Analisis SWOT membantu dalam penyusunan suatu strategi dengan mengkombinasikan aspek- aspek kekuatan dan kelemahan dalam faktor internal dan dengan aspek-aspek peluang dan ancaman pada faktor eksternal.

**Tabel 1.** Matriks SWOT

<b>Faktor Internal dan Eksternal</b>	<b>STRENGTHS (S)</b> Faktor- faktor kekuatan suatu organisasi	<b>WEAKNESS (W)</b> Faktor- faktor kelemahan suatu organisasi
<b>OPPORTUNITIES(O)</b> Faktor- faktor peluang suatu organisasi	<b>STRATEGI (S-O)</b> Adanya peluang eksternal dan ada kekuatan internal	<b>STRATEGI (W-O)</b> Peluang eksternal terbuka tetapi ada kelemahan pada internal
<b>THREATS (T)</b> Faktor- faktor ancaman suatu organisasi	<b>STRATEGI (S-T)</b> Ada ancaman eksternal, namun secara internal ada	<b>STRATEGI (W-T)</b> Berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman

	kekuatan	
--	----------	--

Sumber: (Rangkuti, 2015)

Setelah dilakukan analisis SWOT maka diteruskan dengan menggunakan analisis A'WOT yaitu penggabungan antara analisis AHP (*Analytic Hierarchy Process*) dan analisis SWOT (*Strengths Weaknesses–Opportunities-Threats*). Langkah-langkah analisis A'WOT menurut (Dermawan, 2009) adalah sebagai berikut :

1. Menyusun matriks SWOT ini terdiri dari empat kuadran yaitu kekuatan dan kelemahan yang merujuk pada situasi lingkungan internal. Kuadran peluang dan ancaman merujuk pada situasi lingkungan eksternal.
2. Menyusun struktur hierarki berdasarkan matriks SWOT yang diawali dengan tujuan, kriteria, faktor dan empat tipe strategi.
3. Berdasarkan matriks SWOT inilah dilakukan perbandingan berpasangan (horizontal) menggunakan analisis AHP sehingga diperoleh keputusan alternatif yang diprioritaskan. Alat bantu untuk perbandingan digunakan software *Expert Choice*.
4. Membuat Matriks Perbandingan Antara Komparasi Berpasangan.
5. Membuat Skala Nilai Perbandingan Berpasangan. Nilai yang terisi pada matriks perbandingan model AHP menunjukkan nilai kepentingan relatif suatu elemen lain dengan melihat faktor pembandingnya.
6. Pengambilan Keputusan. Tingkat konsistensi perlu diperhatikan dalam pengambilan keputusan. AHP mengukur konsistensi menyeluruh dari berbagai pertimbangan melalui suatu rasio. Nilai rasio konsistensi paling tinggi 0,10, jika lebih maka pertimbangan yang telah dilakukan perlu diperbaiki.

## METODE

Penelitian ini mengambil objek pada UMKM Omah Aloe vera yang beralamat di Senepo Seleman Timur RT 02 RW 02 Kutoarjo bulan September-November 2023. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif dan kuantitatif yang dikumpulkan berupa data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara langsung dengan pemilik UMKM Omah Aloe vera. Data sekunder bersumber dari jurnal buku pendukung penelitian dan literatur yang lainnya.

Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah metode analisis deskriptif. Menurut (Arikunto, 2011) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menjelaskan informasi mengenai suatu keadaan yang ada di lapangan pada saat penelitian dilakukan. Hasil analisis akan dibandingkan sehingga tercipta kesesuaian antara hasil yang didapat dari objek dengan materi dalam landasan teori serta mampu memenuhi tujuan akan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini. Setelah dilakukan analisis, kemudian dapat ditarik kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Usaha

UMKM Omah Aloevera didirikan oleh Ibu Upik Tri Aisah pada tahun 2022 yang berlokasi di Kecamatan Kutoarjo Kabupaten Purworejo. Usaha ini merupakan salah satu usaha rumah tangga yang bergerak dibidang pengolahan minuman Aloevera dan Pastel Aloevera. Seiring berjalannya waktu pengusaha menjual minuman *nata de aloevera* dan pastel aloevera berdasarkan pesanan kemudian menjual ke toko dan warung di wilayah kabupaten Purworejo. Profil pemilik dan tenaga yang melakukan proses produksi adalah sebagai berikut.

**Tabel 2.** Identitas Anggota Keluarga UMKM Omah Aloevera

Hubungan Keluarga	Umur (th)	Pendidikan	Pekerjaan
Suami	47	S2	Dosen
Istri	47	S1	Wirausaha
Anak	22	SMK	Mahasiswa
Anak	13	SMP	Pelajar

Pada Tabel 2 dapat kita lihat bahwa umur pemilik UMKM Omah Aloevera adalah 47 tahun. Dari segi umur pemilik usaha termasuk dalam angkatan kerja produktif. Sesuai dengan pendapat Aziz (2022), bahwa usia produktif berkisar antara usia 15-59 tahun. Dengan usia pengusaha yang produktif, maka pengusaha dapat secara langsung berperan aktif dalam kegiatan UMKM Omah Aloevera. Kemudian pendidikan terakhir pemilik usaha yaitu S1. Selanjutnya jumlah anggota keluarga meliputi suami 1 dan 2 anak. Kemudian pengalaman yang dimiliki pemilik usaha yaitu 3 tahun.

### Faktor-Faktor Produksi Modal

Menurut Aziz (2022), pengertian modal terdapat 2 aspek yaitu (1) benda-benda yang digunakan untuk memproses dan memproduksi berbagai jenis barang dan (2) dana yang digunakan untuk investasi disektor keuangan. UMKM Omah Aloevera yang sudah berdiri dari tahun 2021 dan modal yang digunakan untuk menjalankan usaha tersebut bersumber dari pengusaha sendiri.

### Tenaga Kerja

Setiap kegiatan produksi mulai dari industri kecil, industri besar sampai industri rumah tangga tidak terlepas dari penggunaan faktor produksi tenaga kerja. Tenaga kerja

bukan saja menghasilkan barang dan jasa, jumlahnya, tetapi juga kualitasnya. Tenaga saat ini dikelola oleh anggota keluarga pemilik.

### **Bahan Baku**

Dalam rangka memproduksi minuman aloe vera, usaha tersebut menyediakan lidah buaya setiap bulannya sebanyak 120 kg dengan harga pasar sebesar Rp3.000,-/kg. Jadi biaya bahan baku lidah buaya untuk pembuatan minuman *nata de* aloe vera dan pastel lidah buaya yang dikeluarkan per bulan adalah sebesar Rp420.000,-. Selain itu juga dibutuhkan air sebanyak 100 liter dengan harga Rp1.000,-/liter, sehingga dalam satu bulan dikeluarkan biaya air sebesar Rp100.000,-.

### **Bahan Penunjang**

Bahan penunjang untuk produk minuman *nata de* aloe vera berupa gula batu, pewarna dan perasa, natriumbenzoat, botol plastik, stiker, listrik, dan gas. Sedangkan untuk bahan tambahan dan alat untuk membuat pastel aloe vera adalah telur, garam, tepung terigu, tepung tapioka, minyak goreng, toples plastik, dan gas.

### **Proses Produksi**

Proses produksi UMKM Omah Aloe vera rutin dilakukan dalam waktu 10 hari dalam sebulan. Dalam seminggu usaha ini melakukan proses produksi selama 3 kali, tetapi waktu proses produksi minuman *nata de* aloe vera dan pastel aloe vera berbeda. Proses produksi untuk membuat minuman *nata de* aloe vera yang dilakukan pada UMKM Omah Aloe vera adalah sebagai berikut:

- a. Penyortiran lidah buaya
- b. Pengupasan atau pembersihan dari kulit lidah buaya
- c. Pencucian lidah buaya
- d. Pemetongan
- e. Perebusan
- f. Perebusan air dengan penambahan gula, perasa, pewarna, natrium benzoat dan jeruk lemon
- g. Pendinginan
- h. Pengemasan

Proses produksi untuk membuat pastel aloe vera adalah sebagai berikut:

- a. Penyortiran
- b. Pembersihan
- c. Pemplenderan lidah buaya
- d. Pengadukkan adonan

- e. Penggilingan adonan
- f. Pencetakan/pembentukan
- g. Penggorengan
- h. Pengemasan

**Analisis Usaha Biaya Produksi**

Besar kecilnya biaya produksi tergantung pada jumlah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu produk. Biaya-biaya ini terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel.

**Biaya Variabel**

Biaya variabel adalah biaya yang jumlahnya berubah sesuai dengan perubahan jumlah produksi dari pengolahan lidah buaya. Adapun yang termasuk dalam biaya variabel pada usaha ini adalah bahan baku dan bahan penunjang.

**Tabel 3.** Biaya Variabel UMKM Omah Aloevera Per Bulan

<b>Uraian</b>	<b>Minuman Nata De Aloevera (Rp)</b>	<b>Pastel (Rp)</b>
Bahan baku	190.000	290.000
Bahan penunjang	622.000	1.767.000
<b>Total</b>	<b>812.000</b>	<b>2.057.000</b>

Pada Tabel 3 dapat dilihat biaya variabel Omah Aloevera pada bulan November tahun 2023 untuk Minuman nata de aloevera sebesar Rp812.000,-. Besar biaya tersebut adalah terdiri dari bahan baku sebesar Rp190000,- bahan baku lidah buaya diperoleh dari budidaya sendiri dan kelompok PKK dasawisma Rambutan di Kecamatan Kutoarjo dan Desa Kedundang Kulon Progo Yogyakarta. Untuk biaya bahan penunjang *nata de aloevera* sebesar Rp622.000,-/bulan.

Kemudian untuk biaya variabel pastel Aloevera sebesar Rp2.057.000,-. Biaya variabel pastel aloevera ini terdiri dari bahan baku tepung sebesar Rp290.000,-. Untuk biaya bahan penunjang pastel aloevera sebesar Rp1.767.000,-.

**Biaya Tetap**

Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tetap dan tidak tergantung pada perubahan jumlah produksi Omah Aloevera

**Tabel 5.** Biaya Tetap UMKM Omah Aloevera Per Bulan

<b>Uraian</b>	<b>Nata De Aloevera (Rp)</b>	<b>Pastel (Rp)</b>
Penyusustan alat	14.166	20. 276
Transportasi	200.000	200.000
<b>Total</b>	<b>214.166</b>	<b>200.276</b>

Dari Tabel 5 diketahui bahwa biaya tetap untuk minuman *nata de* aloevera adalah sebesar Rp214.166,-. Biaya tersebut terdiri dari biaya penyusutan alat Rp14.166,-/bulan, sedangkan untuk transportasi sebesar Rp200.000,-. Sedangkan untuk biaya tetap pastel aloevera sebesar Rp200.276,-. Biaya ini terdiri dari biaya penyusutan sejumlah Rp20.276,- dan transportasi sejumlah Rp200.000,-.

### Penerimaan

Tujuan dari usaha adalah untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya sesuai dengan tujuan yang telah diinginkan. Penerimaan dapat diperoleh dengan jumlah produksi dikali dengan harga/unit.

**Tabel 6.** Penerimaan UMKM Omah Aloevera

Jenis Produksi	Jumlah	Harga (Rp)	Penerimaan (Rp)
Minuman aloevera	300	5.000	1.500.000
Pastel	200	25.000	5.000.000
<b>Total</b>		<b>30.000</b>	<b>6.500.000</b>

Dari Tabel 6 diketahui jumlah produksi minuman *nata de* Aloevera sebesar 300 botol dan pastel aloevera 200 bungkus diperoleh dari rata-rata jumlah produksi yang dihasilkan dari pengusaha tiap bulannya dengan harga jual per botol yaitu Rp5.000,- untuk *nata de* aloevera dan pastel aloevera sebesar Rp25.000/200gr. Sehingga pemilik memperoleh penerimaan untuk minuman *nata de* aloevera yaitu Rp1.500.000,- dan untuk pastel lidah buaya penerimaannya sebesar Rp5.000.000,-.

### Pendapatan Bersih

Pendapatan bersih adalah upah yang diterima yang diterima pengusaha setelah penerimaan dikurangi dengan biaya produksi.

**Tabel 7.** Pendapatan Bersih UMKM Omah Aloevera

Jenis Produksi	Biaya Produksi (Rp)	Penerimaan (Rp)	Pendapatan Bersih (Rp)
Minuman aloevera	832.000	1.500.000	668.000
Pastel	2.057.000	5.000.000	2.943.000

Pada Tabel 7 diketahui bahwa untuk pendapatan bersih terbesar adalah pada produk pastel sebesar Rp2.943.000,- sehingga usaha pastel aloevera menguntungkan. Untuk pendapatan bersih terkecil adalah pada produk minuman *nata de* aloevera pendapatan bersihnya berjumlah Rp668.000,-.

### Titik Impas Penerimaan

Analisis titik impas (BEP) adalah suatu teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap dan biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan (Firdaus, 2008).

**Tabel 8.** Titik Impas UMKM Omah Aloevera

Keterangan	Jumlah/Bulan (Rp)
Biaya tetap	214.166
Biaya variabel	812.000
Harga jual	5.000
Jml produksi (bungkus)	300
Penerimaan	1.500.000
BEP (Unit)	43
BEP (Rp)	214.166

Perhitungan titik impas (BEP) dalam unit menunjukkan bahwa produksi minimal agar tidak mengalami kerugian atau titik impas terjadi pada saat pengusaha memproduksi 43 bungkus tiap bulannya. Sedangkan perhitungan titik impas (BEP) dalam penerimaan adalah sebesar Rp214.166,-. Artinya usaha minuman *nata de* aloevera menguntungkan.

**Tabel 9.** Titik Impas UMKM Omah Aloevera

Keterangan	Jumlah/Bulan (Rp)
Biaya tetap	200.276
Biaya variabel	2.057.000
Harga jual	25.000
Jumlah produksi (bungkus)	200
Penerimaan	5.000.000
BEP (Unit)	8
BEP (Rp)	200.276

Perhitungan titik impas (BEP) Pastel Aloevera dalam unit menunjukkan bahwa produksi minimal agar tidak mengalami kerugian atau titik impas terjadi pada saat pengrajin memproduksi 8 bungkus tiap bulannya. Sedangkan perhitungan titik impas (BEP) dalam penerimaan adalah sebesar Rp200.276,- maka UMKM Omah Aloevera mengalami keuntungan.

### **AHP (Analytic Hierarchy Process) Komponen SWOT**

Kekuatan merupakan prioritas utama dalam UMKM Omah Aloevera, karena kekuatan merupakan keunggulan dalam mendukung berkembangnya UMKM Omah Aloevera. Hasil analisis komponen AHP pada UMKM Omah Aloevera adalah sebagai berikut.

1. Faktor-Faktor Kekuatan

Faktor-faktor kekuatan dari strategi pengembangan UMKM Omah Aloevera meliputi tekstur yang lembut dan aroma yang harum, sertifikat halal dari MUI, harga yang mampu bersaing, pendidikan dan pengalaman pengusaha cukup tinggi dan usaha layak untuk dikembangkan dengan minuman *nata de* aloevera dan pastel aloevera.

## 2. Faktor-Faktor Kelemahan

Faktor-faktor kelemahan pada strategi pengembangan UMKM Omah Aloevera meliputi Produk kurang dikenal, teknologi yang masih sederhana, kemasan yang masih sederhana dan keterbatasan modal untuk mengembangkan usaha. Kelemahan utama pada pengembangan usaha adalah produk kurang dikenal dengan nilai prioritas. Hal ini dikarenakan usaha tersebut tidak memiliki modal dalam melakukan promosi. Selanjutnya, teknologi yang masih sederhana. Komponen kelemahan berikutnya adalah kemasan yang masih sederhana. Hal ini dapat diketahui dengan kemasan usaha Duta Purnama yang masih sederhana. Komponen kelemahan selanjutnya keterbatasan modal dalam mengembangkan usaha.

## 3. Faktor-Faktor Peluang

Faktor-faktor peluang untuk mendapatkan strategi UMKM Omah Aloevera meliputi adanya peluang pasar yang terbuka luas dan adanya dukungan dari pemerintah berupa kegiatan pameran dan pelatihan.

## 4. Faktor-Faktor Ancaman

Faktor-faktor ancaman pada pengembangan UMKM Omah Aloevera adalah meliputi adanya pesaing dari luar negeri, adanya fluktuasi harga bahan penunjang dan biaya promosi yang tinggi.

## Analisis SWOT

Dalam analisis matriks SWOT faktor lingkungan dibagi dalam dua analisis, yaitu faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan dan faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman.

**Tabel 10.** Matriks SWOT Strategi Pengembangan UMKM Omah Aloevera

<b>Faktor Internal/ Faktor Ekstern</b>	<b>STRENGHTS (S)</b>	<b>WEAKNESSES (W)</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tekstur yang lembut dan aroma yang harum</li> <li>2. Sertifikat halal dari MUI</li> <li>3. Harga yang mampu bersaing.</li> <li>4. Pendidikan dan pengalaman pengusaha cukup tinggi</li> <li>5. Usaha layak untuk dikembangkan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk kurang dikenal</li> <li>2. Teknologi yang masih sederhana</li> <li>3. Kemasan yang masih sederhana</li> <li>4. Keterbatasan modal untuk mengembangkan usaha</li> </ol>

<p><b>OPPORTUNITIES (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya peluang pasar yang terbuka luas</li> <li>2. Adanya dukungan dari pemerintah berupa kegiatan pameran dan pelatihan.</li> </ol>	<p><b>STRATEGI S-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kualitas dan kuantitas produk minuman <i>nata de aloevera</i> dan pastel Aloe vera</li> <li>2. Mempertahankan harga produk yang kompetitif.</li> <li>3. Mengikuti pelatihan dari berbagai instansi pemerintahan atau swasta.</li> </ol>	<p><b>STRATEGI W-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat kemasan yang lebih menarik seperti melengkapi dengan label manfaat yang terkandung di dalam produk.</li> <li>2. Memperkuat modal dengan pinjaman kredit dari lembaga perbankan atau koperasi untuk mengembangkan usaha.</li> <li>3. Selalu mengikuti pameran untuk meningkatkan promosi.</li> </ol>
<p><b>THREATS (T)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya pesaing dari luar negeri</li> <li>2. Fluktuasi harga bahan baku dan penunjang</li> <li>3. Biaya promosi yang tinggi</li> </ol>	<p><b>STRATEGI S-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertahankan kualitas dan harga produk yang tetap terjangkau oleh konsumen.</li> <li>2. Menyediakan bahan baku dan bahan penunjang dalam jumlah besar untuk menghindari fluktuasi harga bahan baku dan bahan penunjang.</li> <li>3. Menjaga hubungan baik dengan pedagang perantara agar kegiatan pemasaran dan promosi produk dapat berjalan dengan baik.</li> </ol>	<p><b>STRATEGI W-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan teknologi modern agar usaha lebih efisien dan dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas produk.</li> <li>2. Melakukan kegiatan promosi langsung ke konsumen melalui pedagang perantara</li> <li>3. Menggunakan bahan baku dan bahan penunjang secara efisien.</li> </ol>

**KESIMPULAN**

Analisis BEP dalam unit untuk minuman *nata de aloevera* adalah sebesar 43 botol tiap bulannya dan BEP penerimaan *nata de aloevera* adalah sebesar Rp214.166,-. Sedangkan untuk BEP unit pastel aloe vera adalah sebesar 8 bungkus setiap bulannya dan untuk BEP penerimaan pastel aloe vera adalah sebesar Rp200.276,-. Oleh karena itu dapat disimpulkan UMKM Omah Aloe vera yang dijalankan layak dan menguntungkan. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan Analisis SWOT menghasilkan pilihan prioritas strategi yang dapat dilaksanakan untuk pengembangan UMKM Omah Aloe vera usaha adalah dengan nilai prioritas yang tertinggi untuk strategi pengembangan usaha.

Kedepan, sebaiknya UMKM Omah Aloe vera mempertahankan kualitas produk, karena hal tersebut merupakan kekuatan dari usaha tersebut untuk menghadapi pesaing. Kemudian seharusnya pengusaha melakukan promosi agar produk lebih dikenal dengan memanfaatkan peluang pasar yang terbuka untuk usaha tersebut. Strategi yang tepat untuk usaha tersebut adalah mempertahankan harga yang kompetitif. Dengan adanya harga yang kompetitif dan kualitas yang tinggi usaha tersebut dapat menghadapi pesaing .

### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2011). *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*. Buku Aksara.
- Aziz, M. (2022). *Dampak Penataan Kawasan Samber Park Kota Metro Bagi Pendapatan Para Pedagang*. Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Dermawan, R. (2009). *Model Kuantitatif Pengambilan Keputusan dan Perencanaan Strategis*. Alfabeta. Bandung.
- Dilla, Z. S. (2019). Analisis Ekspor Lidah Buaya (Aloe Vera) Kalimantan Barat”(Studi Kasus Ekspor Ke Negara Malaysia). *Jurnal Ekonomi STIEP*, 4(2), 50–58.
- Firdaus, M. (2008). *Manajemen Agribisnis* (F. Yustianti (ed.)). Bumi Aksara.
- Hill, M. (2006). 29 Russian greenhouse gas emissions: options for sustainable reduction. *The International Handbook on Environmental Technology Management*, 448.
- Manikmas, M. O. A. (2003). Potensi Pengembangan Usaha Kecil Menengah dalam Era Otonomi Daerah. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sosial-Ekonomi Pertanian*, 1–28.
- Rangkuti, F. (2015). Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis. *Language*, 13(246p), 23cm.
- Soekartawi, S. (2007). E-Agribisnis: Teori dan Aplikasinya. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI)*.
- Suisnaya, I. N., Hubeis, M., & Purwanto, B. (2009). Kajian Prospek dan Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Aloe Vera Pada PT Libe Bumi Abadi. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 4(2), 163–175.
- Yasin, A. Z. F. (2002). *Masa depan agribisnis Riau* (1st ed.). Unri Press.
- Zuliyati, Z., Robiyanto, F., & Karimah, I. (2022). Pengaruh Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavior Control, Herding dan Pengetahuan Akuntansi terhadap Niat Penggunaan Sistem Akuntansi Terkomputerisasi pada UMKM di Kudus. *Borobudur Accounting Review*, 70–79.