
Studi Kelayakan Sabun Susu Sebagai Souvenir di Desa Wisata Menari, Kabupaten Semarang

Estrelita Nasya Aisyah¹, Monik², Fathur Hendrawan³,
Ika Wahyu Arlina⁴, Faizal Adi Mukti⁵

^{*1,2,3,4,5}Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi "AMA" Salatiga

e-mail: ¹estrelitanasyaa64338@gmail.com, ²stieamamonik2@gmail.com, ³ffatur583@gmail.com,

⁴ikawahyuarlina@gmail.com, ⁵faizaladia77@gmail.com

^{*}Corresponding author: estrelitanasyaa64338@gmail.com

ABSTRAK

Informasi Artikel:

Terima: 10-03-2025

Revisi: 15-04-2025

Disetujui: 25-04-2025

Desa Wisata Menari di Kabupaten Semarang merupakan wilayah yang tengah mengembangkan potensi lokal melalui produk Sabun Susu alami sebagai souvenir khas berbasis edukasi. Produk ini dirancang tidak hanya sebagai oleh-oleh wisata, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran dalam paket wisata budaya dan kreatif. Penelitian ini bertujuan untuk menilai kelayakan usaha sabun susu sebagai produk unggulan Desa Wisata melalui pendekatan studi kelayakan dari aspek pasar, teknis, manajerial, hukum, lingkungan, dan keuangan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sabun Susu memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan, didukung oleh keterlibatan masyarakat, ketersediaan bahan baku lokal, serta strategi pemasaran digital yang efektif. Namun demikian, sejumlah tantangan seperti keterbatasan kapasitas produksi, keterampilan teknis, dan belum optimalnya legalitas usaha masih menjadi hambatan. Oleh karena itu, diperlukan penguatan struktur kelembagaan, pelatihan sumber daya manusia, penyusunan SOP, dan strategi promosi berkelanjutan guna menjamin keberlangsungan dan profesionalitas usaha ke depan.

Kata Kunci: Desa Wisata Menari, Produk Souvenir, Sabun Susu, Studi Kelayakan Bisnis.

ABSTRACT

Menari Tourism Village in Semarang Regency is an area that is developing local potential through natural milk soap products as education-based souvenirs. This product is designed not only as a tourist souvenir, but also as a learning tool in cultural and creative tour packages. This study aims to assess the feasibility of a milk soap business as a flagship product of a tourist village through a feasibility study approach from market, technical, managerial, legal, environmental, and financial aspects. The method used is a descriptive qualitative approach with data collection techniques in the form of in-depth interviews, participatory observation, and documentation. The results showed that milk soap has good prospects to be developed, supported by community involvement, availability of local raw materials, and effective digital marketing strategies. However, a number of challenges such as limited production capacity, technical skills, and not optimal business legality are still obstacles. Therefore, strengthening the institutional structure, training of human resources, preparation of SOPs, and

sustainable promotion strategies are needed to ensure the sustainability and professionalism of the business in the future.

Keywords: *Menari Tourism Village, Souvenir Products, Milk Soap, Business Feasibility Study.*

PENDAHULUAN

Desa Wisata merupakan inisiatif yang digerakkan oleh masyarakat atau kelompok dalam sektor pariwisata, yang meliputi penyediaan atraksi, akomodasi, serta berbagai fasilitas pendukung dengan berlandaskan pada prinsip pariwisata berbasis masyarakat dan tentunya terletak di wilayah pedesaan atau Kabupaten. Menurut data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, pada tahun 2023 tercatat sebanyak 4.674 Desa Wisata di Indonesia. Jumlah ini mengalami peningkatan sebesar 36,7 persen dibandingkan tahun 2022 yang berjumlah 3.419 Desa Wisata. Pada tahun 2024 terdapat 6.016 Desa Wisata yang termasuk dalam kategori rintisan, berkembang, dan maju yang secara aktif mengikuti program Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI). Jumlah Desa Wisata menjadi 27.000 pada medio November 2024 (Yulianto, 2025). Peningkatan tersebut disebabkan oleh bertambahnya jumlah Desa Wisata baru yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Pengembangan Desa Wisata merupakan salah satu strategi percepatan pembangunan Desa secara terpadu yang bertujuan mendorong transformasi sosial, budaya, dan ekonomi di tingkat lokal. Oleh karena itu, setiap daerah dan desa perlu mengidentifikasi serta mengoptimalkan potensi yang dimiliki agar dapat memberikan nilai tambah, meningkatkan produktivitas, dan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat (Limanseto, 2021). Salah satu contoh nyata Desa Wisata adalah “Desa Wisata Menari” sebuah Desa Wisata yang berlokasi di Dusun Tanon, Desa Ngrawan, Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah.

Desa Ngrawan yang terletak di Dusun Tanon, Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang, merupakan wilayah yang kaya akan potensi alam dan budaya lokal. Salah satu Dusun di Desa ini, Dusun Ngrawan, dikenal sebagai “Desa Wisata Menari” karena secara turun temurun warga di Desa ini melestarikan kesenian tari rakyat melalui kegiatan seni pertunjukan, ritual adat, serta keterlibatan aktif masyarakat dalam menyambut wisatawan, saat ini kesenian yang dikelola dengan baik adalah Tari Warok, Gemukan Bocah, Topeng Ayu, Werok Kreasi, Kuda Lumping, dan Tari Keprajuritan Kraton atau Tari Eko Prawiro. Ada empat paket wisata, yakni pergelaran seni, dolanan ndeso, paket pembelajaran, serta edutainment atau edukasi dan entertainment (Ilham, 2023). Desa ini mulai mengembangkan berbagai produk berbasis potensi lokal. Salah satu produk unggulan yang muncul dari inisiatif warga adalah Sabun Susu alami, yang dibuat dengan bahan dasar Susu Sapi Segar dari peternakan lokal. Produk ini tidak hanya memiliki nilai fungsional sebagai perawatan kulit, tetapi juga menjadi sarana edukasi dalam paket wisata Desa Menari, di mana pengunjung dapat belajar langsung proses pembuatannya (Saadati, 2022).

Sabun Susu kemudian diposisikan sebagai souvenir khas “Desa Menari”, sehingga memiliki nilai ekonomi sekaligus nilai budaya. Pengembangan Sabun Susu ini juga melibatkan kelompok Ibu rumah tangga dan pemuda Desa, yang menjadi bagian dari strategi pemberdayaan masyarakat berbasis potensi Desa. Selain membuka peluang usaha baru, kegiatan ini turut mendukung upaya pelestarian lingkungan karena menggunakan bahan-bahan alami dan proses produksi manual yang minim limbah. Meskipun Sabun Susu memiliki potensi untuk menjadi produk unggulan, usaha ini masih berada dalam tahap awal. Tantangan yang dihadapi antara lain keterbatasan dalam kapasitas produksi, kurangnya keterampilan pengemasan dan branding, serta akses pasar yang masih terbatas. Selain itu, belum adanya studi kelayakan yang komprehensif menjadi kendala dalam menentukan prospek jangka panjang produk ini sebagai souvenir andalan.

Pada bidang pariwisata khususnya di “Desa Wisata Menari”, sudah ada penelitian terdahulu yang membahas tentang “Desa Menari”. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa Peran Potensi Pariwisata Pada Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat di Desa Wisata Dusun Tanon, Desa Ngrawan, Kec. Getasan, Kab. Semarang menunjukkan bahwa sudah sangat membantu warga dalam hal pendapatan (Riza et al., 2019). Selain itu, Sistem pemasaran yang dilakukan oleh pihak pengurus Desa Wisata Menari merupakan sistem Pemasaran yang disebut dengan Bauran Pemasaran. Bauran Pemasaran tersebut meliputi 5 P (Produk, Price, Promotion, Place, Positioning) (Bira & Hudino, 2016). Akan tetapi belum ada yang membahas studi kelayakan bisnis secara keseluruhan, khususnya pada souvenir khas Sabun Susu sehingga penelitian ini bertujuan untuk melengkapi hal tersebut. Untuk memastikan bahwa usaha ini layak dikembangkan secara berkelanjutan dan profesional, diperlukan studi kelayakan bisnis yang komprehensif.

Studi ini bertujuan untuk menilai sejauh mana Aspek Pasar, Teknis, Manajerial, Lingkungan, Hukum dan Keuangan dapat mendukung pengembangan usaha Sabun Susu sebagai Souvenir Lokal. Hasil dari studi ini diharapkan dapat memberikan landasan yang kuat dalam pengambilan keputusan strategis, perencanaan usaha, serta perolehan dukungan dari berbagai pihak baik pemerintah, investor, maupun lembaga pendamping masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian dalam penyusunan Studi Kelayakan Bisnis ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam potensi dan kelayakan produk Sabun Susu sebagai Souvenir khas di “Desa Wisata Menari”. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena sosial dan ekonomi yang berkembang dalam kehidupan Masyarakat Desa. Selain itu, kerangka kerja Studi Kelayakan Usaha digunakan untuk mengkaji kelayakan produk dari berbagai aspek, termasuk hukum, teknis, pasar, keuangan, manajerial, sosial, dan lingkungan.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pelaku usaha lokal yaitu Bapak Trisno sebagai pengelola Pokdarwis, dan wisatawan dari SMP AL-AZHAR yang sedang berkunjung di “Desa Wisata Menari”. Metode observasi partisipatif diterapkan dengan peneliti terlibat langsung dalam kegiatan produksi sabun untuk memahami proses teknis dan partisipasi Masyarakat. Selain itu, dokumentasi dalam bentuk foto, laporan keuangan digunakan sebagai data sekunder, sedangkan triangulasi antar metode dan sumber dilakukan untuk meningkatkan keabsahan data.

Data dianalisis menggunakan metode Miles dan Huberman yang mencakup proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk melihat kelayakan pengembangan produk sabun susu. Aspek pasar dianalisis berdasarkan segmentasi wisatawan, nilai edukatif produk, dan efektivitas promosi melalui media sosial. Sedangkan aspek teknis dan keuangan dihitung dari komposisi bahan baku, biaya produksi, dan potensi margin laba per batch sabun yang diproduksi secara manual. Hasil dari analisis ini akan menjadi dasar dalam pengambilan keputusan strategis bagi pengelola desa wisata dalam mengembangkan produk lokal secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Pasar Dan Pemasaran

Aspek pasar dalam konteks bisnis dapat diartikan sebagai ruang interaksi antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi, dengan kata lain bahwa pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Namun secara lebih luas pasar adalah himpunan pembeli nyata dan pembeli potensial atas suatu produk. Dengan demikian, pasar mengandung arti kumpulan atau himpunan para pembeli baik itu pembeli nyata maupun pembeli potensial atas jasa atau produk yang dibeli (Nurhaliza, Zahara, Bahri dg, Parani, & Frid, 2023).

Sedangkan pemasaran dapat didefinisikan sebagai suatu proses sosial dan manajerial di mana individu maupun kelompok dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka melalui penciptaan, penawaran, serta pertukaran produk atau nilai dengan pihak lain.

Berikut adalah kajian kelayakan aspek pasar dan pemasaran untuk Usaha Produksi Sabun Susu Sapi dari hasil wawancara yang dilakukan pada 16 April 2025 terhadap pemilik usaha :

1. Faktor Permintaan

Faktor utamanya terkait produk Sabun Susu yang di produksi ini masih di buat dalam skala kecil seperti souvenir, selama ini pemasaran masuk melalui paket wisata. Jadi setiap

orang yang berkunjung ke “Desa Menari” salah satu yang di tawarkan adalah pembelajaran pembuatan sabun. Dijadikannya sebagai souvenir memberikan dampak positif karena customer yang merasa cocok akhirnya repeat order tidak hanya itu dari 2013 sabun susu ini sudah masuk di salah satu klinik di Bati Ali Jepara.

2. Kondisi Pesaingan

“Desa Menari” Tanon memiliki pesaing di daerah satu Kecamatan tepatnya Kecamatan Sumogawe yang sama melakukan kegiatan produksi Sabun Susu, tetapi yang menjadi pembeda yaitu menjadikan Sabun Susu sebagai branding Souvenir yang unik di dalam paket wisata. Jadi pengunjung dapat belajar di “Desa Menari” baik dari Anak-Anak sampai Orang Tua di saat itulah dapat mengedukasi tentang apa itu sabun, apa itu sabun susu dan sebagainya hingga teredukasi. Hal tersebut adalah salah satu saran dari ketua Kadin atau Ketua Umum Kamar Dagang dan Industri Indonesia kepada pengelola “Desa Menari”.

3. Penetapan Harga

Penetapan harga merupakan satu elemen penting dalam pemasaran yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen. Harga tidak hanya mencerminkan nilai produk, tetapi juga memiliki peran penting dalam membentuk persepsi konsumen terhadap merek serta dalam mendorong loyalitas pelanggan (Pungutan et al., 2023). Dalam konteks produk seperti sabun dari “Desa Menari” yang dikemas dan dipasarkan dengan pendekatan edukasi, Produk sabun susu juga dapat dijual terpisah dengan harga Rp.15.000 – Rp.25.000. Harga tidak hanya dilihat dari angka nominal tetapi juga dari persepsi nilai yang dibuat. Karena segmen pasar yang dituju adalah Masyarakat terpelajar dan kelas atas, harga yang lebih tinggi dianggap wajar jika disertai edukasi tentang keunggulan dan manfaat produk. Dengan membangun brand image yang berkaitan dengan kualitas, manfaat, dan edukasi, harga yang tampaknya mahal bisa dianggap sepadan oleh konsumen yang menghargai nilai tersebut. Harga paket wisata di “Desa Menari” beragam, berkisar Rp 85.000-Rp 750.000 per orang tergantung jenis paket dan lama menginap.

4. Promosi

Promosi adalah salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengelola “Desa Menari” untuk memperkenalkan keragaman budaya yang ada di Desa Wisata tersebut terhadap Masyarakat sekitar. Promosi tersebut melalui media sosial seperti Instagram, Facebook dan WhatsApp, menurut pengelola strategi ini cukup efektif untuk dikenal pada Masyarakat. Dulu sebelum adanya media sosial promosi yang digunakan melalui media cetak. Hingga sekarang sudah bekerja sama dengan teman-teman wartawan sampai akhirnya terdapat webside tentang Wisata “Desa Menari”.

Dari hasil wawancara yang dilakukan pada usaha Sabun Susu Sapi di “Desa Menari” memiliki prospek baik berkat dukungan wisata edukatif. Produk diposisikan sebagai souvenir

unik dengan nilai edukatif, didukung promosi efektif melalui media digital dan cetak. Strategi harganya mengarah pada konsumen terdidik yang mengetahui kualitas. Penguatan branding, edukasi, dan promosi digital menjadi kunci keberhasilan pemasaran dan daya saing produk.

Aspek Teknis Dan Teknologi

Aspek Teknis dan Teknologi merupakan suatu aspek yang berkaitan dengan proses pembangunan fisik usaha baik secara teknis ataupun pengoperasiannya setelah bangunan fisik tersebut selesai dibangun. Aspek teknis dan teknologi penting untuk dianalisis oleh suatu usaha bisnis guna meminimalisir kegagalan bisnis di masa yang akan datang yang disebabkan karena adanya masalah teknis (Budianti, 2022).

Berikut adalah kajian kelayakan aspek teknis dan teknologi untuk Usaha Produksi Sabun Susu Sapi dari hasil wawancara yang dilakukan pada 16 April 2025 terhadap pemilik usaha :

1. Biaya Produksi

Menggunakan susu sapi murni yang di ambil dari ternak sendiri sehingga diyakini bahan tersebut bagus. Kemudian minyak di ambil dari pangkalan sehingga bisa mendapatkan minyak dengan kualitas yang bagus.

Range harga bahan baku

Susu murni	: - + 10.000/ltr
Minyak kelapa	: 800.000-1.000.000/18ltr
Minyak sawit	: -
Minyak zaitun	: 500.000/500 ml (1x produksi 300ml)
NaOH	: -

2. Penyimpanan Bahan Baku

Penyimpanan bahan baku pembuatan sabun susu sudah memiliki tempat tersendiri, seperti ruangan khusus yang tidak lembab dan aman dari serangga sehingga kualitas bahan baku tetap baik dan dapat berfungsi sebagaimana mestinya.

3. Penggunaan Teknologi

Teknologi yang digunakan masih manual menggunakan tangan dan dibantu alat sederhana seperti hand mixer dan peralatan dapur biasa seperti ember dan baskom plastik selain itu cetakannya juga masih menggunakan cetakan plastic sederhana.

Di masa yang akan datang teknologi akan semakin canggih dan pastinya produksi sabun susu juga ingin mengupgrade teknologi yang manual menjadi teknologi canggih seperti membeli mesin pengaduk dan mesin pencetak sabun.

4. Tata Letak

Proses produksi sabun susu berada di dalam ruangan yang cukup luas dikarenakan agar para pengunjung dapat melihat tata cara pembuatan sabun susu dan diperbolehkan untuk mencoba membuat sabun susu Bersama.

5. Proses Produksi

Proses produksi sabun susu tidak dilakukan setiap hari melainkan pada saat ada wisatawan yang berkunjung untuk melakukan edukasi pembuatan sabun susu sapi.

Berikut bahan baku yang digunakan:

2ltr susu murni

5ltr minyak kelapa

3ltr minyak sawit

300ml parfum

300ml minyak zaitun

2kg NaOH dari bahan tersebut bisa menghasilkan +- 140 pcs sabun susu.

Aspek teknis dan teknologi dalam usaha sabun susu sapi mencakup penggunaan bahan baku berkualitas, seperti susu murni yang dihasilkan dari peternakan sendiri serta minyak kelapa dan zaitun yang diambil dari pemasok terpercaya. Proses produksi masih bersifat manual dengan peralatan sederhana, namun ada rencana peningkatan ke mesin otomatis untuk efisiensi. Produksi dilakukan di ruangan luas yang juga difungsikan sebagai area edukasi bagi wisatawan, dengan kapasitas sekitar 140 sabun per sekali produksi. Secara keseluruhan, teknologi yang digunakan sudah memadai untuk skala kecil dan terbuka untuk dikembangkan lebih lanjut.

Aspek Manajemen Dan Sumber Daya Manusia

Menurut Handoko (2014, p.4) yang dikutip oleh (Desi Amidasti, SIP., 2019) manajemen sumber daya manusia adalah penarikan, seleksi, pengembangan, pemeliharaan, dan penggunaan sumber daya manusia untuk mencapai baik tujuan-tujuan individu maupun organisasi. Sumber Daya Manusia (SDM) adalah salah satu aset paling berharga dalam organisasi. SDM mencakup semua individu yang berkontribusi pada pencapaian tujuan organisasi melalui pengetahuan, keterampilan, kemampuan, dan inovasi mereka. Pengelolaan SDM yang efektif merupakan kunci utama untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan keberlanjutan organisasi (Serambi, Hajjah, Hanafi, Islam, & Sumatera, 2025).

Berikut adalah kajian kelayakan aspek manajemen dan sumber daya manusia untuk Usaha Produksi Sabun Susu Sapi dari hasil wawancara yang dilakukan pada 16 April 2025 terhadap pemilik usaha:

1. Struktur Organisasi Pokdarwis "Desa Menari"

Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) Dusun Tanon adalah bentukan mandiri dari Masyarakat Dusun Tanon yang kemudian sahkan oleh kepala Desa Ngrawan. Struktur organisasi ini bersifat fleksibel dan kolaboratif, divisi kecil ini fokus pada riset dan pengembangan (R&D) yang bekerja sama dengan peternak lokal dan komunitas. Tim ini bertugas mengidentifikasi potensi bahan baku lokal, seperti sabun susu sapi perah dari pegunungan merbabu, serta menguji formulasi alami yang ramah lingkungan.

2. Rencana Penambahan Jumlah Anggota

Saat ini, anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) masih terbatas pada masyarakat Dusun Tanon. Namun, apabila terdapat kunjungan wisata dengan kebutuhan tim yang melebihi kapasitas, bantuan akan diminta dari warga dusun lain. Sebagai upaya untuk mempertahankan semangat dan keterlibatan masyarakat Dusun Tanon dalam pengelolaan serta pengembangan “Desa Wisata Menari”, setiap pertemuan rutin disertai dengan penyampaian materi pembinaan atau motivasi.

3. Media Komunikasi Antar Anggota Organisasi

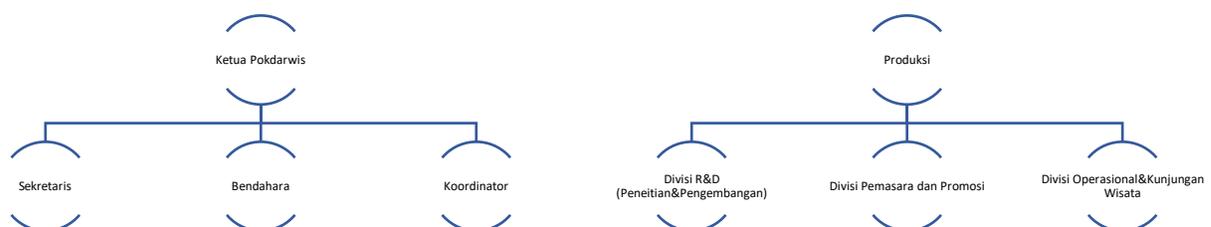
Komunikasi dalam Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) “Desa Menari” dilakukan melalui pertemuan rutin yang diadakan setiap bulan serta didukung oleh pemanfaatan teknologi informasi, seperti grup WhatsApp, sebagai sarana komunikasi antaranggota. Selain itu, untuk memastikan kesiapan dalam menerima kunjungan, dilakukan briefing satu minggu sebelumnya atau paling lambat satu hari sebelum kegiatan berlangsung.

4. Pelaksanaan Dan Pengendalian Usaha

Pelaksanaan usaha produksi sabun susu sapi dilakukan secara gotong royong oleh tim Pokdarwis bersama masyarakat lokal. Proses produksi dilakukan secara manual dengan memperhatikan standar kebersihan dan keamanan produk. Pengendalian usaha dilakukan dengan cara:

- Membuat jadwal kerja yang terstruktur untuk setiap divisi, termasuk produksi, pengemasan, dan distribusi.
- Melakukan pencatatan keuangan secara sederhana namun rapi, guna memantau arus kas dan keuntungan.
- Menjalin kerja sama dengan komunitas peternak sapi perah sebagai pemasok utama bahan baku susu sapi.
- Mengadakan evaluasi internal setiap bulan untuk mengidentifikasi kendala dan perbaikan yang diperlukan dalam operasional usaha.

Bagan Struktur Organisasi Pokdarwis “Desa Menari”



Gambar 1. Struktur organisasi pokdarwis “Desa Menari”

Jurnal Bisnis Digital, Akuntansi, Kewirausahaan, dan Manajemen (Baashima)

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 2988-1056

Volume: 3 Nomor: 1 (April: 2025) hal: 36-56

Keterangan:

1. Divisi R&D bekerja sama dengan peternak dan komunitas untuk mengembangkan sabun berbahan alami.
2. Divisi Pemasaran dan Promosi fokus pada branding dan pemasaran sabun ke pengunjung dan pasar luar.
3. Divisi Operasional mengelola kunjungan wisata dan produksi harian sabun.

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Oppotunities, Threats)

Usaha Produksi Sabun Susu Sapi, "Desa Menari"

Strengths (Kekuatan):

1. Struktur organisasi fleksibel dan partisipatif.
2. Komunikasi aktif melalui pertemuan rutin dan grup WhatsApp.
3. Kolaborasi erat dengan peternak lokal dan komunitas.
4. Semangat gotong royong masyarakat tinggi.

Weaknesses (Kelemahan):

1. Sumber daya manusia masih terbatas pada masyarakat Dusun Tanon.
2. Belum semua anggota memiliki keahlian teknis dalam produksi dan pemasaran.
3. Belum tersedia SOP atau pelatihan formal.
4. Administrasi keuangan masih sederhana dan manual.

Opportunities (Peluang):

1. Potensi perluasan anggota dari dusun lain.
2. Kemungkinan mendapatkan pelatihan dari instansi atau mitra eksternal.
3. Tren meningkatnya minat terhadap produk alami dan ramah lingkungan.
4. Pengembangan wisata edukatif yang bisa memperkuat branding produk.

Threats (Ancaman):

1. Ketergantungan terhadap semangat relawan tanpa insentif memadai.
2. Potensi konflik internal jika pembagian kerja tidak adil.
3. Minimnya regenerasi jika generasi muda tidak dilibatkan.
4. Risiko penurunan kualitas produk jika tidak ada standar dan kontrol.

Strategi Pengembangan Manajemen dan Sumber Daya Manusia Usaha Produksi Sabun Susu Sapi Desa Menari

1. Strategi Penguatan Organisasi Dan SDM

Tujuan: Meningkatkan kapasitas SDM dan memperkuat struktur organisasi agar lebih profesional dan berdaya saing.

Tabel 1. Strategi Penguatan Organisasi Dan SDM

Strategi	Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan
Pelatihan Teknis dan Manajerial	Menggandeng Dinas Koperasi & UMKM, universitas, atau LSM untuk pelatihan produksi sabun, manajemen usaha, dan pemasaran. Pelatihan hygiene, safety, dan standardisasi produk.	Jumlah pelatihan yang diikuti. Meningkatnya kualitas produk.
Penyusunan SOP (Standard Operating Procedure)	Membuat SOP untuk proses produksi, pengemasan, pemasaran, dan keuangan. Melibatkan semua divisi dalam penyusunan SOP.	Adanya dokumen SOP. Penurunan kesalahan produksi.
Perekrutan dan Regenerasi SDM	Membuka peluang keterlibatan dusun sekitar dan generasi muda. Program magang atau kaderisasi pemuda lokal.	Penambahan anggota aktif. Meningkatnya partisipasi usia muda.

2. Strategi Peningkatan Sistem Komunikasi & Koordinasi

Tujuan: Meningkatkan efektivitas komunikasi antaranggota dan antardivisi agar operasional lebih efisien.

Tabel 2. Strategi Peningkatan Sistem Komunikasi & Koordinasi

Strategi	Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan
Penguatan Media Komunikasi Internal	Maksimalkan penggunaan grup WhatsApp dengan moderator harian. Gunakan Google Docs atau papan tulis daring untuk jadwal & pencatatan kerja.	Komunikasi lebih cepat & terstruktur.
Pembentukan Tim Khusus Proyek	Untuk proyek baru, bentuk tim lintas-divisi (ad hoc) dengan jobdesk jelas.	Kolaborasi antar divisi meningkat.
Evaluasi Berkala Terstruktur	Evaluasi mingguan informal & evaluasi bulanan formal dengan dokumentasi.	Masalah lebih cepat diatasi. Tindakan korektif diterapkan.

3. Strategi Peningkatan Kesejahteraan Dan Insentif

Tujuan: Menjaga semangat gotong royong melalui sistem penghargaan yang adil dan transparan.

Tabel 3. Strategi Peningkatan Kesejahteraan Dan Insentif

Strategi	Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan
Penerapan Skema Insentif Sosial dan Finansial	Bagi hasil berdasarkan kontribusi kerja dan penjualan. Pemberian penghargaan non-finansial (sertifikat, publikasi sosial, dsb).	Menurunnya konflik internal. Meningkatnya motivasi kerja.
Dana Kesejahteraan dan Kegiatan Sosial	Sisihkan persentase keuntungan untuk dana sosial, pelatihan, atau kegiatan rekreasi tim.	Terbangunnya loyalitas dan rasa memiliki.

4. Strategi Pengembangan Organisasi Menuju Kemandirian Usaha

Tujuan: Menjadikan Pokdarwis sebagai unit usaha profesional, tidak hanya berbasis relawan.

Tabel 4. Strategi Pengembangan Organisasi Menuju Kemandirian Usaha

Strategi	Rencana Aksi	Indikator Keberhasilan
Pembentukan Unit Usaha Mandiri (BUMDes atau Koperasi)	Legalitas usaha produksi sabun dipisahkan dari kegiatan wisata melalui koperasi atau unit usaha khusus.	Adanya badan usaha sah. Akses ke pendanaan/mitra lebih terbuka.
Membangun Kemitraan Strategis	Bangun jejaring dengan pelaku pariwisata, retail lokal, dan pelaku industri sabun alami.	Peningkatan pemasaran dan penjualan.

Prioritas Utama 3 Bulan Pertama:

1. Pelatihan teknis dan SOP dasar produksi sabun.
2. Penambahan anggota dan sosialisasi ke dusun sekitar.
3. Penataan keuangan dasar dan jadwal kerja.
4. Evaluasi internal bulanan terstruktur.

Berdasarkan kajian Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia dapat disimpulkan bahwa usaha produksi sabun susu sapi di “Desa Menari” memiliki potensi untuk berkembang karena didukung oleh struktur organisasi yang fleksibel dan kolaboratif, komunikasi internal yang baik, serta semangat gotong royong masyarakat. Meskipun jumlah anggota saat ini masih terbatas, keterlibatan masyarakat sekitar dan potensi perluasan tim dapat memperkuat pengelolaan usaha. Rencana pengendalian yang sistematis juga menunjukkan bahwa usaha ini dikelola secara serius dan berorientasi pada keberlanjutan jangka panjang. Namun, peningkatan

kapasitas SDM dan pelatihan teknis tetap perlu dilakukan agar kualitas produk dan manajemen usaha semakin meningkat.

Aspek Lingkungan

Lingkungan merupakan salah satu faktor strategis yang berperan penting dalam keberhasilan suatu kegiatan wirausaha. Jika dalam menentukan lingkungan kita salah memilih maka usaha tersebut bisa tidak berjalan dan menghasilkan keuntungan yang kurang maksimal (Munir, Saraswati, & Faizah, 2019). Aspek lingkungan adalah unsur yang mengevaluasi kecocokan lingkungan sekitar, mencakup lingkungan operasional, lingkungan terdekat, dan lingkungan yang lebih luas, dengan gagasan usaha yang akan dijalankan. Dalam unsur ini, pengaruh usaha terhadap lingkungan juga ditelaah. Sebuah gagasan usaha dikatakan layak berdasarkan aspek lingkungan apabila kondisi lingkungan mendukung kebutuhan gagasan usaha tersebut, serta gagasan usaha tersebut mampu memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dampak negatif yang ditimbulkan di area tersebut (Putri & Latifah, 2024).

Berikut adalah kajian kelayakan aspek lingkungan untuk Usaha Produksi Sabun Susu Sapi dari hasil wawancara yang dilakukan pada 16 April 2025 terhadap pemilik usaha:

Lingkungan Ekologis

1. Bahan Utama Pembuatan Bahan Sabun Susu

Proses pengambilan susu dilakukan sesuai prosedur yang telah ditetapkan oleh petani atau peternak, sehingga tidak merusak lingkungan. Sementara itu, bahan lain seperti minyak dan bahan tambahan diperoleh langsung dari pabrik, sehingga proses produksinya mengikuti standar lingkungan yang berlaku di pabrik tersebut. Kami tidak memproduksi bahan-bahan tersebut sendiri, sehingga seluruh rantai pasok telah memenuhi ketentuan lingkungan yang ditetapkan.

2. Kebutuhan Air

Kebutuhan air dalam proses pembuatan sabun susu hanya digunakan untuk mencuci peralatan setelah proses produksi atau sebagai bahan tambahan jika diperlukan. Penggunaan air dilakukan sesuai prosedur yang telah ditetapkan, sehingga tidak terjadi pemborosan selama proses pembuatan sabun susu ini.

3. Limbah Dari Pembuatan Sabun Susu

Limbah padat yang dihasilkan berasal dari sisa-sisa proses pembuatan sabun susu, termasuk potongan sabun yang tidak terpakai. Limbah padat ini diolah kembali dan dimanfaatkan untuk keperluan internal, seperti sabun mandi, sabun cuci tangan, dan kebutuhan lainnya. Selain itu, produk olahan dari limbah padat ini juga dibagikan kepada warga sekitar, karena kualitasnya tetap terjaga dan aman digunakan.

Limbah cair yang dihasilkan berasal dari proses pencucian peralatan setelah pembuatan sabun. Air limbah ini dibuang melalui saluran pembuangan yang telah dipastikan aman dan tidak mencemari lingkungan sekitar.

4. Kemasan Sabun Susu

Kemasan sabun susu ini menggunakan kertas berlapis plastik yang dapat didaur ulang, sehingga lebih ramah lingkungan.

Lingkungan Sosial Budaya

1. Pelestarian Budaya Lokal

“Desa Menari” merupakan salah satu contoh sukses desa wisata yang mampu mengangkat dan melestarikan tradisi lokal melalui berbagai aktivitas budaya. Di Desa ini, pengunjung tidak hanya disuguhkan pertunjukan seni dan ritual adat, tetapi juga diajak terlibat langsung dalam kehidupan masyarakat, seperti mengikuti pelatihan tari tradisional, belajar membuat kerajinan lokal, hingga ikut serta dalam kegiatan pertanian. Keterlibatan aktif warga menjadi kunci utama dalam menjaga keaslian budaya sekaligus menciptakan pengalaman wisata yang autentik. Konsep ini bukan hanya menguntungkan dari segi ekonomi, tetapi juga memperkuat identitas budaya dan membangun kebanggaan kolektif masyarakat desa terhadap warisan leluhurnya. Dengan pendekatan ini, “Desa Menari” berhasil menunjukkan bahwa pariwisata dan pelestarian budaya dapat berjalan beriringan secara harmonis.

2. Peran Aktif Masyarakat

Warga, terutama ibu rumah tangga dan para pemuda, turut berperan aktif dalam proses produksi sabun susu, mulai dari pengolahan bahan baku, pengemasan, hingga pemasaran. Keterlibatan ini tidak hanya memberikan tambahan penghasilan bagi mereka, tetapi juga menjadi sarana pemberdayaan masyarakat yang nyata. Melalui kegiatan ini, potensi lokal seperti susu dari peternakan setempat dimanfaatkan secara optimal, sekaligus mengembangkan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal. Inisiatif ini membangun semangat kolaborasi, meningkatkan keterampilan warga, dan menciptakan peluang usaha yang berkelanjutan di tengah lingkungan mereka sendiri.

3. Edukasi Wisatawan

Wisatawan yang datang ke sini tidak sekadar beli sabun susu sebagai oleh-oleh, tapi juga diajak langsung terlibat dalam proses pembuatannya, mulai dari mengenal bahan-bahan alami yang digunakan hingga mencetak dan mengemas sabun sendiri. Dengan begitu, sabun susu ini bukan hanya berfungsi sebagai souvenir khas daerah, tapi juga menjadi media edukatif yang memberi pengalaman berkesan, memperkenalkan nilai-nilai lokal, dan menumbuhkan apresiasi terhadap produk buatan masyarakat setempat. Ini jadi

kombinasi antara wisata, edukasi, dan pemberdayaan yang menyatu dalam satu kegiatan.

4. Ciri Khas Desa

Sabun susu dijadikan sebagai oleh-oleh khas yang tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga mengandung makna budaya yang mendalam. Produk ini bukan sekadar souvenir, melainkan simbol identitas “Desa Menari” yang kaya akan tradisi lokal. Dengan bahan baku alami dari peternakan setempat dan proses produksi yang melibatkan warga desa, sabun ini mencerminkan semangat gotong royong serta pelestarian kearifan lokal. Wisatawan yang membawanya pulang bukan hanya membeli barang, tetapi juga membawa cerita, pengalaman, dan warisan budaya dari desa yang menjunjung tinggi harmoni antara alam, manusia, dan tradisi.

Lingkungan Politik

1. Dukungan Regulasi

Pengembangan desa wisata ini punya dasar hukum kuat, yaitu UU No. 06 Tahun 2014 tentang Desa. Pemerintah daerah juga mendukung lewat pengakuan dan pembinaan terhadap Pokdarwis “Desa Menari”.

2. Inisiatif

Menariknya, ide awal bukan dari pemerintah, tapi dari anak muda desa yang bernama Trisno yang berhasil membuat konsep “Desa Menari” diakui sampai ke tingkat nasional.

3. Legalitas Operasioal

Meski produk sabun belum berbadan hukum resmi, kegiatan Pokdarwis yang menaungi usaha ini sudah sah lewat SK Kepala Desa. Jadi, tetap punya landasan hukum yang jelas.

Lingkungan Ekonomi

1. Usahan Berbasis Potensi Lokal

Produksi sabun susu ini memanfaatkan bahan-bahan lokal, terutama susu segar yang berasal dari peternakan sekitar. Pemanfaatan sumber daya lokal ini bukan hanya menjamin kualitas bahan baku, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi para peternak yang terlibat langsung dalam rantai produksinya. Dengan melibatkan warga dalam proses produksi, mulai dari pengumpulan bahan, pembuatan sabun, hingga pemasaran, kegiatan ini secara tidak langsung membuka lapangan kerja baru dan memperkuat perekonomian masyarakat setempat. Selain menambah pendapatan individu, inisiatif ini menjadi salah satu bentuk nyata pemberdayaan ekonomi dari tingkat akar rumput, mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di lingkungan sekitarnya.

Usaha produksi sabun susu sapi di “Desa Menari” dinilai layak dan berpotensi berkembang karena telah memanfaatkan bahan baku lokal, melibatkan masyarakat secara aktif, serta memberikan dampak sosial, budaya, dan ekonomi yang positif. Namun, agar usaha ini dapat berkelanjutan, diperlukan beberapa perbaikan, seperti penerapan sistem biofilter sederhana untuk mengelola limbah cair agar tidak mencemari lingkungan, serta pemanfaatan limbah padat menjadi produk turunan seperti sabun kecil atau sabun curah. Penataan area produksi juga perlu ditingkatkan, misalnya dengan memperbaiki ventilasi dan menambahkan tanaman aromatik untuk menciptakan lingkungan kerja yang sehat. Selain itu, penggunaan kemasan ramah lingkungan dari bahan daur ulang atau biodegradable harus diutamakan, disertai edukasi kepada warga mengenai pengelolaan sampah dan konservasi sumber daya. Untuk memperkuat daya saing dan meningkatkan kepercayaan konsumen, produk sabun susu juga sebaiknya diupayakan mendapatkan sertifikasi ramah lingkungan dari lembaga resmi.

Aspek Hukum

Aspek hukum merupakan elemen fundamental yang mencakup pada seluruh hal yang berhubungan dengan legalitas atau ketentuan hukum dalam mendirikan perusahaan atau bisnis. Suatu kegiatan bisnis dapat dinyatakan layak secara hukum apabila rencana usaha tersebut sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku serta mampu memenuhi seluruh persyaratan administratif dan perizinan yang diwajibkan di wilayah operasionalnya (Mariska, 2023).

Berikut adalah kajian kelayakan aspek hukum untuk Usaha Produksi Sabun Susu Sapi dari hasil wawancara yang dilakukan pada 16 April 2025 terhadap pemilik usaha:

“Desa Menari” berkaitan dengan penerapan undang-undang No 06 Tahun 2014 tentang Desa untuk pengembangan Desa Wisata. Pemberdayaan Masyarakat dan pengembangan potensi wisata melalui Desa Wisata, seperti di Dusun Tanon bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan profesionalitas Masyarakat. Upaya ini juga sesuai dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata yang menekankan pentingnya pengembangan pariwisata berbasis masyarakat serta pelestarian nilai budaya dan lingkungan (Jatengprov.go.id, 2019).

Hal yang menarik dari pengembangan “Desa Wisata Menari” di Dusun Tanon ini adalah bahwa yang menjadi inisiator tidak berasal dari pemerintah daerah setempat, melainkan dari seorang pemuda desa bernama Trisno. Dengan kegigihannya, ia berhasil merintis dan mengembangkan “Desa Wisata Menari” sehingga memperoleh pengakuan melalui penghargaan Semangat Astra Terpadu Untuk (SATU) Indonesia Award pada tahun 2015. Penghargaan ini menjadi titik awal masuknya “Desa Wisata Menari” ke dalam program pembinaan intensif dari dinas Pemerintah Daerah. Saat ini, “Desa Wisata Menari” telah mendapatkan pengakuan resmi dari pemerintah daerah dan memperoleh dukungan dalam bentuk program pengembangan sumber daya manusia (Ummah, 2019).

Jurnal Bisnis Digital, Akuntansi, Kewirausahaan, dan Manajemen (Baashima)

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 2988-1056

Volume: 3 Nomor: 1 (April: 2025) hal: 36-56

Desa Wisata memiliki produk unggulan yang diproduksi secara mandiri yaitu “Sabun Susu”. Meskipun produk tersebut belum memiliki badan hukum seara formal, keberadaannya tetap dianggap legal karena telah mendapatkan pengakuan dari pemerintah daerah. Legalitas ini diperkuat melalui Surat Keputusan kepala Desa Ngrawan Nomor 01 Tahun 2015 tentang pembentukan Kelompok Sadar Wisata(Pokdarwis) “Desa Menari”, Desa Ngrawan, Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang, yang menjadi dasar hukum pendirian dan operasional kegiatan wisata di “Desa Menari”.

Aspek Keuangan

Menurut Siswanto Sutojo (2000) yang dikutip oleh (Ananda et al., 2025) Aspek keuangan adalah rencana investasi proyek atau ilmu pembiayaan investasi proyek (capital budgeting). Analisis aspek keuangan adalah proses menilai dan menentukan elemen yang dianggap layak dari pilihan yang dibuat dalam tahapan analisis usaha dalam satuan uang.

1. Asumsi Produksi Dan Harga Bahan Baku

Perkiraan Bahan Baku untuk 1x Produksi (\pm 140 pcs sabun):

Tabel 5. Biaya Bahan Baku

Bahan	Jumlah	Harga Satuan	Total Biaya
Susu Murni	2 liter	Rp10.000/liter	Rp20.000
Minyak Kelapa	5 liter	Rp900.000/18kg	Rp250.000
Minyak Sawit	3 liter	Rp25.000/liter	Rp75.000
Minyak Zaitun	300 ml	Rp500.000/500ml	Rp300.000
NaOH (Alkali)	2 kg	Rp200.000/kg	Rp400.000
Parfum	300 ml	(asumsi : Rp300.000/30 ml)	Rp300.000 (estimasi)
Total Biaya Bahan Baku			Rp1.345.000

Total Biaya Bahan Baku: \pm Rp1.345.000

2. Biaya Lain-Lain (Estimasi):

Tabel 6. Biaya Lain Lain

Jenis Biaya	Perkiraan Biaya
Kemasan (-+ Rp500/sabun)	Rp70.000
Listrik & Air	Rp50.000
Transportasi Lokal	Rp30.000
Penyusutan Alat (Per Batch)	Rp50.000
Total Biaya Oprasional Lain	Rp200.000

Total Biaya Operasional Lain: \pm Rp200.000

3. Total Biaya Produksi per Batch (\pm 140 sabun):

Total = Rp1.345.000 + Rp200.000 = Rp1.545.000

4. Biaya Produksi per Sabun:

$Rp1.545.000 \div 140 \text{ pcs} = \pm Rp11.036/\text{sabun}$

5. Strategi Harga Jual dan Potensi Laba:

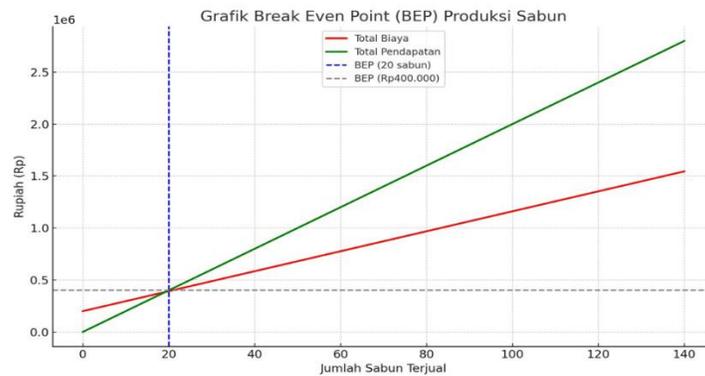
Misal harga jual:

Rp20.000 per sabun (harga pasaran sabun susu natural)Pendapatan kotor per batch:

$Rp20.000 \times 140 = Rp2.800.000$

Laba Kotor per batch:

$Rp2.800.000 - Rp1.545.000 = Rp1.255.000$



Gambar 2. Grafik BEP

Analisis Break Even Point (BEP) Produksi Sabun Susu Alami

Berikut adalah perhitungan Break Even Point (BEP) berdasarkan data produksi sabun susu alami:

1. Data Produksi Dan Harga

Tabel 7. Data Produksi Dan Harga

Komponen	Nilai
Harga Jual per Sabun	Rp20.000
Biaya Variabel per Sabun	Rp9.607
Biaya Tetap per Batch	Rp200.000
Jumlah Produksi per Batch	140 sabun

2. Hasil Perhitungan BEP

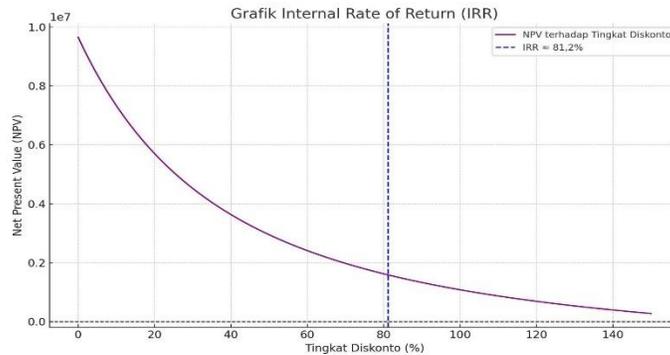
Rumus BEP (unit): $\text{Biaya Tetap} / (\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel per Unit})$

$\text{BEP} = Rp200.000 / (Rp20.000 - Rp9.607) = \pm 20 \text{ sabun}$

BEP dalam Rupiah: $20 \text{ sabun} \times Rp20.000 = Rp400.000$

3. Interpretasi

- Break Even Point tercapai saat menjual ± 20 sabun.
- Setelah melewati penjualan 20 sabun, bisnis mulai mendapatkan laba.
- Dengan total produksi 140 sabun per batch, potensi laba kotor mencapai $\pm \text{Rp}1.255.000$ per batch.



Gambar 3. Grafik IRR

Diperoleh: $mIRR = \pm 81,2\%$

Nilai ini menunjukkan bahwa usaha sabun susu ini sangat layak secara finansial, karena IRR jauh lebih tinggi dari rata-rata bunga pasar atau tingkat diskonto umum.

IRR adalah tingkat pengembalian investasi berdasarkan arus kas bersih yang diperoleh dari usaha.

Asumsi Arus Kas (per batch):

- Tahun 0 (investasi awal): $-\text{Rp}1.545.000$
- Tahun 1-4 (penjualan): $+\text{Rp}2.800.000$ per tahun

Hasil estimasi IRR dari arus kas di atas diperoleh: $IRR = \pm 81,2\%$

Nilai ini menunjukkan bahwa usaha sabun susu ini sangat layak secara finansial, karena IRR jauh lebih tinggi dari rata-rata bunga pasar atau tingkat diskonto umum.

Pembuatan sabun susu berbahan alami dapat dilakukan dengan biaya sekitar $\text{Rp}11.000$ per unit, sementara harga jual yang ditetapkan sebesar $\text{Rp}20.000$ memungkinkan tercapainya laba kotor sekitar $\text{Rp}1,25$ juta setiap kali produksi. Penggunaan bahan baku lokal, seperti susu dan minyak kelapa dari ternak atau suplai sekitar, membantu menekan biaya sekaligus menjaga mutu produk. Dengan model usaha yang efisien ini, kegiatan produksi sabun susu dinilai layak secara finansial dan memiliki peluang untuk diperluas melalui peningkatan skala produksi dan strategi pemasaran yang tepat.

KESIMPULAN

Berdasarkan kajian dari berbagai aspek, usaha produksi sabun susu di “Desa Wisata Menari” dinilai layak dikembangkan secara berkelanjutan. Potensi lokal yang melimpah, keterlibatan aktif masyarakat, serta dukungan aspek pasar, teknis, manajerial, lingkungan, hukum, dan keuangan menjadi kekuatan utama. Produk ini memiliki daya tarik edukatif dan budaya yang tinggi, serta efisien secara biaya dengan prospek keuntungan menjanjikan. Meski masih terdapat tantangan seperti legalitas dan kapasitas produksi, dengan penguatan kelembagaan dan peningkatan kualitas SDM, sabun susu berpotensi menjadi produk unggulan desa yang kompetitif dan berdaya saing di pasar yang lebih luas.

Terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diterapkan guna meningkatkan keberlanjutan dan daya saing produk. Dari aspek pemasaran, disarankan untuk memperluas jaringan penjualan melalui platform digital seperti marketplace, memperkuat citra merek dengan pendekatan budaya lokal, serta mengupayakan legalitas produk melalui sertifikasi halal atau izin BPOM. Secara teknis, penggunaan peralatan produksi yang lebih modern seperti mesin pencetak dan pengaduk otomatis perlu dipertimbangkan untuk meningkatkan efisiensi dan konsistensi produk, disertai penyusunan prosedur operasional standar (SOP) serta peningkatan frekuensi produksi secara reguler. Dalam hal manajemen dan sumber daya manusia, penting dilakukan pelatihan berkala dengan menggandeng lembaga pelatihan atau universitas, merekrut generasi muda melalui program magang, dan menerapkan sistem insentif berbasis kontribusi untuk menjaga semangat kerja. Sementara itu, dari segi lingkungan, usaha ini dapat diperkuat dengan pengolahan limbah cair menggunakan teknologi sederhana seperti biofilter, penggunaan kemasan ramah lingkungan, serta peningkatan kualitas ruang produksi melalui ventilasi dan penambahan tanaman hijau. Dari aspek hukum, disarankan untuk segera mengurus legalitas usaha seperti IUMK, P-IRT atau BPOM, serta mendaftarkan merek dagang. Pembentukan badan usaha resmi seperti koperasi atau BUMDes juga penting untuk memperkuat posisi hukum dan mendukung pengembangan usaha ke depan. Secara keseluruhan, saran ini bertujuan untuk mengembangkan usaha sabun susu menjadi produk khas desa yang berdaya saing tinggi, ramah lingkungan, berbasis partisipasi masyarakat, serta berkelanjutan dalam jangka panjang.

REFERENSI

- Ananda, D., Ningrum, D. A., Adila, R., Ekonomi, F., Bisnis, D., Islam, U., ... Deli, K. (2025). Studi Kelayakan Bisnis dari Aspek Keuangan, 3. Retrieved from <https://www.studocu.com/id/document/universitas-pamulang/studi-kelayakan-bisnis/studi-kelayakan-bisnis-dari-aspek-keuangan/45519832>
- Bira, R. A., & Hudino, R. K. (2016). Strategi Pemasaran Desa Wisata Menari Kabupaten Semarang Artikel Ilmiah Diajukan Kepada Fakultas Teknologi Informasi Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Destinasi Pariwisata, 1-32. Retrieved from

Jurnal Bisnis Digital, Akuntansi, Kewirausahaan, dan Manajemen (Baashima)

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 2988-1056

Volume: 3 Nomor: 1 (April: 2025) hal: 36-56

- [https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/13049/1/T1_732013607_Full text.pdf](https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/13049/1/T1_732013607_Full%20text.pdf)
Budianti, A. L. (2022). Analisis kelayakan usaha susu kambing pasteurisasi di cv. kampoeng ternak amanah, kota tangerang selatan. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakar.
- Desi Amidasti, SIP., M. . (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1-14. Retrieved from [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNG AN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNG_AN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)
- Ilham, M. (2023). Desa Wisata Menari, Berbagai Tarian Terdapat di Desa ini. Retrieved June 4, 2025, from <https://mercusuar.co/desa-wisata-menari-tarian-terdapat-di-desa-jatengprov.go.id>.
- Jatengprov.go.id. (2019). An Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 2 Tahun 2019. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1-14. Retrieved from http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Limanseto, H. (2021). Pembangunan Kepariwisata Melalui Pengembangan Desa Wisata Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi. Retrieved June 4, 2024, from <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3520/pembangunan-kepariwisataan-melalui-pengembangan-desa-wisata-untuk-meningkatkan-pertumbuhan-ekonomi>
- Mariska. (2023). Mengenal Pentingnya Aspek Hukum dalam Studi Kelayakan Bisnis. Retrieved June 8, 2025, from <https://kontrakhukum.com/article/aspek-hukum-dalam-studi-kelayakan-bisnis/>
- Munir, M., Saraswati, & Faizah, S. (2019). Study Kelayakan Bisnis Dalam Aspek Lingkungan Hidup. *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 03, 157-191. Retrieved from <https://doi.org/10.33507/lab.v4i01>
- Nurhaliza, S., Zahara, Z., Bahri dg, S., Parani, & Frid. (2023). Aspek Pasar Dan Pemasaran Dalam Suatu Usaha. *Journal of Islamic Digital Economic and Management*, 1, 1-7. Retrieved from <https://journal.alshobar.or.id/index.php/bridging>
- Pungutan, S., Pajak, D., Bermotor, K., Samsat, K., Perspektif, P., & Islam, E. (2023). Analisis Pengaruh Strategi Penetapan Harga, 2(1), 14-27.
- Putri, A. K., & Latifah, L. (2024). Brilliant : Journal of Islamic Economics and Finance Aspek Lingkungan dalam Studi Kelayakan Bisnis (Studi Kasus UMKM Desa Srowo Kabupaten Gresik), 2(2), 164-174.
- Riza, S., Desreza, N., Asnawati, Sudiyanto, H., Andrio, Osuke Komazawa, Ni Wayan Suriastini, Endra Dwi Mulyanto, Ika Yulia Wijayanti, Maliki, D. D. K., ... Indrawati, L. (2019).

Jurnal Bisnis Digital, Akuntansi, Kewirausahaan, dan Manajemen (Baashima)

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 2988-1056

Volume: 3 Nomor: 1 (April: 2025) hal: 36-56

- Pengembangan Potensi Pariwisata Desa Wisata Guna Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Dusun Tanon, Desa Ngrawan, Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang. *BMC Public Health*, 5(1), 1-11. Retrieved from <https://doi.org/10.1186/s12889-021-12260-z>
<https://doi.org/10.1186/s12889-022-13062-7>
<https://doi.org/10.1016/j.cegh.2021.100907>
<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jnursing>
<https://ejurnal.poltekkes-tjk.ac.id/index.php/JKEP/article/view/355>
<http://p>
- Saadati, N. (2022). Peran perempuan dalam berwirausaha menuju pengembangan industri ekonomi kreatif di Desa Wisata Menari Getasan Kabupaten Semarang. *Journal of Economics Research and Policy Studies*, 2(1), 37-49. <https://doi.org/10.53088/jerps.v2i1.265>
- Serambi, J., Hajjah, H., Hanafi, M., Islam, U., & Sumatera, N. (2025). *Aspek Manajemen*, 8(1), 648-655.
- Ummah, M. S. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata Menari Dusun Tanon Desa Ngrawan Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1-14. Retrieved from <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005>
https://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Yulianto, T. (2025). Desa Wisata "Outlook" 2025. Retrieved June 4, 2025, from <https://www.kompas.id/artikel/desa-wisata-outlook-2025>