

***Business Development Strategy for Traditional Herbal Medicine
Products at Jember Green Herbalist MSME in Jember Regency***

Paramita Andini, S.ST., M.ST.

Nuzhula Selfyna Rahma

Study Program of Agroindustry Management

Majoring of Agribusiness Management

ABSTRACT

The increasing public awareness of healthy lifestyles has led to a growing demand for natural herbal beverages. This trend presents a promising opportunity for Jember Green Herbalist, a micro, small, and medium enterprise (MSME) engaged in the production of traditional herbal medicine. However, the business still faces several challenges, including an unclear value proposition, limited digital marketing activities, and insufficient branding and product differentiation. This study aims to analyze the existing business model, identify the internal and external factors influencing the business, and formulate appropriate business development strategies for Jember Green Herbalist. This research employed a descriptive qualitative approach using the Business Model Canvas (BMC) and SWOT analysis. Data were collected through observation, interviews, and questionnaires, using a purposive sampling technique. The findings indicate that the business model has incorporated all nine elements of the Business Model Canvas; however, several aspects require further improvement, particularly the value proposition, marketing channels, customer relationships, and digital promotional activities. Based on the SWOT analysis, the recommended business development strategies emphasize leveraging the company's internal strengths to capitalize on market opportunities through stronger branding, optimization of digital marketing, consumer education regarding product benefits, more attractive packaging design, expansion of strategic partnerships, and product innovation tailored to consumer needs. These strategies are expected to enhance the competitiveness and long-term sustainability of Jember Green Herbalist.

Keywords: *Business Model Canvas, SWOT analysis, business development strategy, MSMEs, traditional herbal medicine.*

RINGKASAN

Strategi Pengembangan Usaha Produk Jamu Tradisional Pada UMKM Jember Green Herbalist di Kabupaten Jember, Nuzhula Selfyna Rahma, D41222126, Tahun 2026, 74 halaman, Jurusan Manajemen Agribisnis, Program Studi Manajemen Agroindustri, Politeknik Negeri Jember, Paramita Andini, S.ST., M.ST (dosen pembimbing)

Agroindustri merupakan sektor yang berperan penting dalam meningkatkan nilai tambah hasil pertanian melalui proses pengolahan, distribusi, dan pemasaran produk. Salah satu bentuk agroindustri yang memiliki prospek cukup besar adalah pengolahan tanaman herbal menjadi produk jamu tradisional yang saat ini semakin diminati masyarakat. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pola hidup sehat serta kecenderungan untuk mengonsumsi produk alami mendorong pertumbuhan permintaan terhadap minuman herbal. Kondisi tersebut menjadi peluang bagi UMKM Jember Green Herbalist yang berlokasi di Kecamatan Summersari, Kabupaten Jember. UMKM ini bergerak di bidang produksi dan pemasaran jamu tradisional dengan berbagai keunggulan, antara lain menyediakan 22 varian produk herbal berbahan rempah alami, tidak menggunakan bahan pengawet, memiliki harga yang terjangkau, serta didukung oleh jaringan agen dan reseller dalam proses distribusi produk. Selain itu, penggunaan bahan baku alami dan proses produksi yang menjaga kualitas produk menjadi nilai tambah yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Meskipun memiliki berbagai keunggulan, UMKM Jember Green Herbalist masih menghadapi sejumlah kendala dalam pengembangan usahanya. Beberapa permasalahan yang dihadapi antara lain penyampaian nilai produk kepada konsumen yang belum optimal, pemanfaatan pemasaran digital yang belum maksimal, desain kemasan yang kurang menarik dan belum mampu mencerminkan identitas merek secara kuat, serta branding dan diferensiasi produk yang masih perlu diperkuat agar mampu bersaing dengan produk sejenis di pasar. Selain itu, persaingan yang semakin ketat dalam industri produk herbal menuntut pelaku usaha untuk terus melakukan inovasi dan pengembangan strategi bisnis yang adaptif terhadap perubahan kebutuhan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model bisnis yang

diterapkan pada UMKM Jember Green Herbalist menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC), mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi perkembangan usaha melalui analisis SWOT, serta merumuskan strategi pengembangan usaha yang sesuai untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis. Berdasarkan hasil analisis BMC dan SWOT, model bisnis UMKM telah mencakup sembilan elemen Business Model Canvas, yaitu customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structure. Namun, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, terutama pada proposisi nilai, saluran pemasaran, hubungan pelanggan, serta aktivitas promosi digital yang lebih efektif dan terintegrasi. Strategi pengembangan yang direkomendasikan meliputi penguatan branding melalui penciptaan identitas merek yang lebih kuat, optimalisasi pemasaran digital melalui media sosial dan platform digital lainnya, edukasi manfaat produk kepada konsumen untuk meningkatkan kesadaran dan kepercayaan terhadap produk herbal, pengembangan desain kemasan yang lebih menarik dan informatif, perluasan kemitraan strategis dengan berbagai pihak, serta inovasi produk yang disesuaikan dengan kebutuhan dan tren pasar. Penerapan strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya saing usaha, memperluas pangsa pasar, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM Jember Green Herbalist dalam jangka panjang.

(Jurusan Manajemen Agribisnis, Program Studi Manajemen Agroindustri, Politeknik Negeri Jember