

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tanaman rimpang telah lama dikenal dan dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai tanaman herbal yang banyak diperjualbelikan dan tersedia luas di pasaran, baik di pasar tradisional maupun pasar modern, dan beberapa diantaranya telah menembus pasar ekspor. Rimpang merupakan jenis tanaman rempah yang bagian batangnya tumbuh di bawah permukaan tanah dan memiliki berbagai manfaat bagi kesehatan. Beberapa contoh tanaman rimpang yang populer di Indonesia antara lain jahe (*Zingiber officinale*), kunyit (*Curcuma longa*), dan temulawak (*Curcuma zanthorrhiza*) (Wahyudi et al., 2024). Tanaman rimpang merupakan komoditas hayati yang banyak dimanfaatkan sebagai bahan dasar minuman herbal karena mengandung senyawa aktif yang bermanfaat bagi kesehatan, salah satunya diolah menjadi jamu yang telah lama dikenal sebagai bagian dari budaya masyarakat Indonesia.

Istilah jamu berasal dari kata *jampi* yang bermakna ramuan ajaib dalam Bahasa Jawa kuno, sehingga pemanfaatannya tidak hanya berkaitan dengan upaya menjaga kesehatan dan kecantikan tetapi juga mencerminkan kearifan lokal dalam penggunaan sumber daya alam secara berkelanjutan serta berperan dalam konservasi keanekaragaman hayati. Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pola hidup sehat, minuman herbal seperti jamu semakin diminati sebagai alternatif minuman fungsional yang alami. Pesatnya perkembangan industri produk herbal atau jamu tradisional mendorong perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin mengarah pada gaya hidup berbasis alam (*back to nature*). Masyarakat mulai menyadari bahwa minuman herbal seperti jamu dapat menjadi pilihan kesehatan yang relevan dengan kebutuhan masa kini. Di berbagai wilayah perkotaan, minuman herbal kembali ramai di perjualkan pada berbagai cafe, restoran, hingga gerai minuman yang banyak dikunjungi oleh kalangan muda.

Meskipun minat terhadap minuman kesehatan mengalami peningkatan, perkembangan konsumsi jamu belum merata pada seluruh jenis produk karena adanya perubahan gaya hidup masyarakat yang cenderung menginginkan segala sesuatu yang praktis, sehingga kondisi ini menjadi tantangan bagi pelaku UMKM, termasuk UMKM Jember Green Herbalist dalam mempertahankan eksistensi usaha jamu tradisional. Jember Green Herbalist merupakan usaha mikro berbadan hukum di bidang produksi minuman dan serbuk herbal berbahan rempah lokal yang didirikan pada 6 Maret 2018 oleh ibu Rindya Santi Utami dan berlokasi di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember dengan legalitas usaha seperti NIB dan PIRT sejak 2019. Kegiatan produksi pada UMKM ini dimulai dari pengadaan bahan baku hingga pengemasan produk berupa serbuk instan dan minuman siap saji dengan 22 varian seperti jahe, temulawak, kencur, kunyit, dan lain-lain. Kapasitas produksi sekitar 400 pack per hari dengan harga mulai dari Rp10.000 per kemasan, distribusi dilakukan melalui reseller, agen, outlet, dan media sosial. Namun UMKM Jember Green Herbalist masih memiliki permasalahan pada usaha mereka saat ini.

Permasalahan utama terletak pada pola pengembangan bisnis. Minat masyarakat terhadap jamu berbahan rimpang meningkat, akan tetapi hanya terdapat beberapa produk saja seperti jahe dan temulawak, sehingga terjadi ketimpangan permintaan antarproduk. Penyampaian proposisi nilai pada tiap produk tidak tersampaikan dengan jelas sehingga rendahnya tingkat pengetahuan dan preferensi konsumen terhadap manfaat produk, keterbatasan strategi pemasaran digital yang masih berfokus pada penerimaan pesanan tanpa didukung oleh konten edukatif dan promosi yang menarik, serta belum adanya pengelolaan branding dan diferensiasi produk yang kuat sehingga produk tertentu lebih dikenal dan diminati dibandingkan produk lainnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa diperlukan strategi pengembangan usaha yang tepat dan terarah dengan cara mengidentifikasi potensi internal serta faktor eksternal yang memengaruhi kinerja bisnis.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha produk jamu tradisional pada UMKM

Jember Green Herbalist dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* untuk memetakan elemen-elemen penting dalam model bisnis secara menyeluruh agar memudahkan dalam memahami hubungan antar komponen bisnis seperti segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran, dan sumber pendapatan. Setelah itu penelitian ini juga menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang berasal dari faktor internal dan eksternal, sehingga kombinasi kedua metode tersebut dapat memberikan dasar sistematis dalam merumuskan strategi pengembangan usaha.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemetaan bisnis dalam pengembangan usaha produk pada Jember Green Herbalist berdasarkan *Business Model Canvas* (BMC)?
2. Bagaimana strategi pengembangan usaha produk pada Jember Green Herbalist berdasarkan analisis SWOT?
3. Bagaimana strategi perbaikan pengembangan usaha yang direkomendasikan pada UMKM Jember Green Herbalist?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis pemetaan model bisnis pengembangan usaha produk jamu tradisional yang diterapkan oleh Jember Green Herbalist berdasarkan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC)
2. Mengidentifikasi dan menganalisis pemetaan model bisnis pengembangan usaha produk jamu tradisional yang diterapkan oleh Jember Green Herbalist berdasarkan pendekatan analisis SWOT
3. Untuk merumuskan strategi perbaikan pengembangan usaha pada UMKM Jember Green Herbalist.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian di atas maka manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis dalam menerapkan beberapa teori yang diperoleh dalam perkuliahan

2. Bagi Perusahaan

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat membantu usaha UMKM Jember Green Herbalist sebagai rekomendasi bagi pengembangan usaha di masa yang akan datang.

3. Bagi Pihak Lain

Sebagai bahan referensi atau acuan bagi pihak-pihak yang akan melaksanakan penelitian dalam mengembangkan strategi pengembangan usaha.