

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah tumbuh pesat di Indonesia. Sebagai pilar ekonomi, hingga bulan Juli 2024 diperkirakan total jumlah UMKM mencapai 66 juta unit. Data terbaru ini diperoleh dari Kementerian Koperasi dan UKM. Keberadaan UMKM tentu saja menjadi sangat penting bagi perekonomian nasional karena sebagai penyumbang terbesar pendapatan domestik bruto (PDB) sekitar 61%. UMKM merupakan istilah usaha yang dijalankan oleh perorangan, rumah tangga atau badan usaha skala kecil dengan aset maksimal Rp. 50 juta untuk kategori mikro, dan aset senilai lebih dari Rp. 50 juta-Rp. 500 juta masuk dalam kategori usaha kecil. Saat ini bisnis UKM di Indonesia masih didominasi oleh usaha rumah tangga.

Industri UMKM yang meliputi berbagai sektor diantaranya sektor kuliner menjadi sektor paling dominan dibanding sektor yang lain. Usaha kuliner ini termasuk minuman herbal tradisional. Berubahnya gaya hidup masyarakat yang mulai peduli dengan makanan yang dikonsumsi juga merubah preferensi konsumen dalam memilih produk minuman olahan. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat mendorong permintaan produk alami seperti jamu (Sujana, *et. al.*, 2021).

Fenomena perubahan *lifestyle* ini terlihat pada masyarakat urban atau perkotaan, dimana antusiasme mengkonsumsi produk berbahan baku alami dan tradisional cukup tinggi. Hal ini dengan kembali diminatinya produk minuman Jamu oleh kaum muda. Kesehatan dan khasiat menjadi alasan utama minuman tradisional yang diolah dari rimpang-rimpangan ini menjadi *trend* baik lokal, nasional, bahkan mulai mengglobal. Alasan kedua adalah penggunaan bahan baku yang 100% dari alam sehingga aman untuk dikonsumsi oleh semua kalangan, baik anak-anak sampai orang tua. Kemudian alasan ketiga, yaitu jamu tidak menimbulkan efek samping negatif sehingga produk asli Indonesia ini masih diminati masyarakat.

Berdasarkan data BPOM pada tahun 2020 jumlah UMKM yang bergerak dibidang pengolahan minuman kesehatan tradisional atau jamu sebanyak 672 usaha, dan cenderung bertambah setiap tahunnya. Artinya, pasar kompetisi jamu dan minuman herbal tradisional semakin ketat, tetapi peluang masih terbuka. Kemunculan berbagai produk minuman herbal *modern* yang bersaing dengan jamu tradisional (Suryani, *et. al.*, 2022). Walaupun di wilayah Bogor hingga saat ini belum terdapat data akurat total UKM jamu, namun Surat kabar Republika online memberitakan pada tahun 2023 di Kecamatan Ciampea terdapat empat (4) UMKM pengolahan jamu. Dari komunitas UKM Binaan Bank Mandiri Bogor terdapat sepuluh (10) unit usaha serupa, selebihnya belum terdata. Tabel dibawah adalah berisi data jumlah UMKM dari beberapa sektor, subsektor makanan olahan, dan subsektor minuman yang masih produktif.

Data Dinas Koperasi, UKM, Perdagangan dan Perindustrian Kota Bogor (Dinkumdagin) tahun 2024 juga media surat kabar online Solusi.KotaBogor.go.id. Khusus data no. 4 berdasarkan asumsi dari persentase yang mendapatkan NIB (Nomor Induk Berusaha) dari Dinkumdagin Kota Bogor. Jumlah tersebut bisa lebih besar apabila ditambahkan dengan unit usaha yang tidak mendaftarkan unitnya ke instansi terkait. Data ini menjadi salah satu bukti bahwa masyarakat Indonesia masih menjunjung nilai kearifan lokal dalam produk yang dikonsumsi, ditengah maraknya ekspansi minuman import. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh (Handayani & Novianti, 2023) bahwa “Tantangan mempertahankan nilai budaya jamu sambil beradaptasi dengan tren pasar”.

Tabel 1.1 Total unit UMKM Wilayah Bogor Raya

Jenis UMKM	Tahun 2024
Semua sektor	48.541 unit
Kuliner	24.756 unit
Minuman	16.586 unit
Minuman kesehatan olahan (Jamu)	83 unit

Sumber data: Dinas Koperasi, UKM, Industri dan Perdagangan Kota Bogor 2024

Jamumu Herbal Drink adalah salah satu UMKM minuman herbal bersertifikasi yang masih produktif. Industri rumah tangga yang dirintis sejak tahun 2018 di daerah Ciomas Bogor. Usaha rumah tangga ini diawali hobi pemilik secara turun temurun yang akhirnya berkembang menjadi UMKM. Jamumu Herbal Drink telah menjalin kerjasama secara eksklusif dengan beberapa hotel dan restoran di wilayah Jabodetabek sebagai *supplier* minuman tradisional pada departemen *Food & Beverage* mereka. Produksi dilakukan secara mandiri dan semi tradisional, mengingat permintaan yang masih terbatas sehingga metode produksi *Just In Time* menjadi metode produksi yang diaplikasikan UKM Jamumu Herbal Drink saat ini.

Saat ini perkembangan bisnis produk Jamumu masih belum optimal, tidak hanya dipengaruhi faktor internal bisnis, tetapi juga faktor eksternal. Dalam perkembangan usahanya, Jamumu Herbal Drink mengalami puncak penjualan pada tahun 2019–2020, dimana mitra bisnis terjalin dengan delapan (8) hotel dikawasan Jabodetabek mulai dari hotel bintang tiga (***) hingga bintang lima (*****). *Omzet gross* penjualan per bulan mencapai angka Rp. 21.000.000. Penjualan mengalami penurunan signifikan pada awal tahun 2021 disebabkan *outbreak* pandemi Covid19 yang menyebabkan pemerintah mengeluarkan regulasi PPKM yaitu Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (*social distancing*) yang berakibat pada berhentinya operasional beberapa hotel dan tempat wisata di Indonesia.

Penurunan bisnis karena berhentinya operasional hotel yang berlangsung sampai dengan awal tahun 2023. Dalam kurun waktu tersebut Jamumu Herbal Drink merambah segmen individu melalui strategi *word of mouth* dan *digital marketing* melalui *platform* media sosial yang masih terbatas. Tentu saja *market shift* ini berpengaruh pada persentase penjualan yang menurun secara signifikan. Kondisi semakin diperparah dengan banyaknya usaha minuman jamu yang bermunculan sebagai kompetitor. Terutama sejak Menteri Kesehatan saat itu Bapak Terawan secara intensif mempromosikan minuman tradisional ini sebagai salah satu *immune booster* disaat pandemi Covid-19. Produk kompetitor ini menerapkan konsep yang serupa yaitu sehat tapi modern, menjadikan *market share* produk Jamumu semakin kecil. Hal ini yang kemudian menginisiasi *owner* untuk mulai mencari peluang pada segmen *retail* untuk meningkatkan penjualan. Target

penjualan *retail* ini tidak terbatas pada konsumen yang sudah menjadi pelanggan tetap Jamumu, tetapi berkolaborasi dengan toko-toko ritel baik yang berskala kecil maupun besar seperti supermarket atau bahkan *hypermart*.

Tabel 1.2 Performa Bisnis Jamumu Herbal Drink 2019-2024

TAHUN	OMZET	% PENURUNAN	KEMITRAAN
2019	± 12 juta – 17 juta/bulan		6 hotel
2020	± 19 juta – 21 juta/bulan	75%	8 hotel
2021	± 5 juta/bulan	-76,19%	4 hotel
2022	± 3 juta/bulan	-40%	2 hotel
2023	± 3 juta/bulan	0%	1 hotel
2024	± 2 juta/bulan	-33,33%	1 hotel

Sumber: Hasil penelitian data diolah (2025)

Dengan menentukan strategi yang sesuai dengan menganalisis dari perspektif BMC, beberapa matriks diantaranya SWOT, IFE & EFE, serta QSPM diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk yang dikembangkan. Dengan metode-metode analisa diatas, perluasan segmen juga menjadi salah satu metode peningkatan penjualan. Mengingat bahwa sebelumnya Jamumu hanya melayani permintaan secara eksklusif dengan hotel yang sudah bekerja sama. Dengan menambah segmen, diharapkan perkembangan bisnis Jamumu tidak hanya dalam aspek pendapatan tetapi juga dalam aspek perluasan jaringan. Namun, untuk dapat memasuki pasar yang lebih luas, Jamumu Herbal Drink menghadapi beberapa tantangan baik secara internal, diantaranya keterbatasan kemampuan produksi, dan secara eksternal dalam hal regulasi dan legalitas dari pemerintah yang masih dinilai belum bersahabat dengan pengusaha dengan modal mikro dan kecil. Sementara itu, kualifikasi wajib dimiliki oleh pelaku usaha mikro yang ingin memperluas peredaran produk atau bermitra dengan perusahaan ritel adalah memiliki legalitas seperti Sertifikat Halal, PIRT, BPOM, Izin Edar, SIUP (bagi produk impor), dan lain-lain. Ditambah lagi dengan biaya legalitas ini yang tinggi, semakin menambah tantangan bagi para pelaku usaha UMKM khususnya Jamumu Herbal Drink.

Dengan menganalisa masalah yang dihadapi diatas, maka dapat ditekankan melalui penerapan strategi bisnis yang efektif, perusahaan dapat memperbaiki bentuk bisnis yang dikembangkan, guna meraih kesuksesan dalam pasar bisnis.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini terdapat beberapa masalah yang diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut:

1. Penurunan jumlah pendapatan yang sangat signifikan pada produk Jamumu.
2. Berkurangnya kemitraan Jamumu Herbal Drink dengan beberapa hotel di Jabodetabek.
3. Kurangnya keberagaman segmen pada produk Jamumu Herbal Drink.
4. Masih terbatasnya kemampuan produksi Jamumu Herbal Drink.
5. Belum optimalnya penggunaan *platform* media sosial dalam mempromosikan produk Jamumu Herbal Drink.
6. Belum lengkapnya sertifikat perizinan yang dikantongi oleh Jamumu Herbal Drink.
7. Belum adanya kemudahan dalam regulasi pemerintah tentang izin edar.

1.3 Batasan Masalah

Dibawah ini adalah beberapa batasan masalah yang ditetapkan, agar penelitian ini lebih fokus dan terarah:

1. Penelitian dibatasi dan berfokus pada strategi pengembangan bisnis dan produk UMKM Jamumu Herbal Drink.
2. Ruang lingkup penelitian ini adalah strategi pengembangan bisnis dengan menggunakan analisa BMC, SWOT, IFE-EFE, dan SQPM.
3. Implementasi strategi berdasarkan hasil analisis matriks IE, SWOT, dan QSPM.

1.4 Rumusan Masalah

Berlandaskan uraian latar belakang diatas, maka masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apa saja faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan pada usaha

Jamumu Herbal Drink?

2. Apa saja faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman bagi pengembangan usaha Jamumu Herbal Drink?
3. Bagaimana hasil analisa dalam menentukan posisi strategis usaha Jamumu Herbal Drink?
4. Strategi prioritas apa yang paling relevan untuk diterapkan berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengidentifikasi aspek-aspek internal apakah yang menjadi *strengths* (kekuatan) dan *weaknesses* (kelemahan) produk dan usaha Jamumu.
2. Untuk mengidentifikasi aspek-aspek eksternal yang berupa *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman) bagi produk dan usaha Jamumu.
3. Guna menentukan alternatif strategi bagi pengembangan bisnis dan produk Jamumu.
4. Guna menentukan prioritas strategi bagi bisnis Jamumu Herbal Drink.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diantaranya, adalah:

1. Pemilik usaha dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai referensi perencanaan strategis yang tepat dan terukur dalam merancang langkah – langkah pengembangan usahanya berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal.
2. Berguna sebagai referensi strategis bagi pelaku UMKM lainnya dalam mengembangkan usaha dengan menerapkan model analisis terintegrasi (SWOT, IFE-EFE, BMC, dan QSPM).
3. Memberikan masukan kepada *stakeholder* terkait khususnya Dinas Koperasi dan UMKM dalam menyusun regulasi, dan kebijakan pendampingan yang relevan dengan kebutuhan pelaku UMKM.
4. Bermanfaat sebagai data rujukan bagi peneliti lain yang ingin mengkaji strategi pengembangan bisnis berbasis kearifan lokal seperti minuman jamu.

5. Memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan terutama dalam bidang strategi kewirausahaan terkait penerapan analisis SWOT, IFE-EFE, BMC, dan QSMP.

1.7 Sistematika Penelitian

Guna memahami lebih lanjut laporan penelitian ini, maka disusun dalam beberapa bab dan subbab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, ruang lingkup / batasan masalah, rumusan masalah, maksud dan tujuan serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari berbagai sumber seperti jurnal, kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang desain dan jenis penelitian, objek, jadwal dan lokasi penelitian, jenis dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data dan metode pengolahan / analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan gambaran objek penelitian dan hasil yang diperoleh dari penelitian. Selain itu, dalam bab ini juga berisi pembahasan yang memberikan jawaban rinci untuk menjawab masalah dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi simpulan berupa hasil akhir penelitian, dan juga saran yang bagi pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang buku, jurnal, rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.