



STRATEGI USAHA JAMU DENGAN *BUSINESS MODEL CANVAS* PADA PT GUJATI 59, SUKOHARJO, JAWA TENGAH

Khoirunissa Aulia Rohmah¹, Henry Yuliando², Atris Suyantohadi³

INTISARI

PT Gujati 59 adalah perusahaan jamu yang berlokasi di Desa Gupit, Kecamatan Nguter, Sukoharjo. Desa Gupit merupakan sentra industri jamu di Kabupaten Sukoharjo. Adanya penurunan perkembangan industri jamu disebabkan karena jamu kurang diminati oleh masyarakat. Selain itu adanya jamu ilegal dapat mengancam industri jamu tradisional dan terjadi perebutan pangsa pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menyusun strategi usaha jamu PT Gujati 59, Sukoharjo, Jawa Tengah menggunakan Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman (SWOT) dan model bisnis menggunakan *Business Model Canvas*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Analisis lingkungan internal dan eksternal digunakan untuk mengetahui hal-hal yang berpengaruh pada kegiatan bisnis industri jamu PT Gujati. Sedangkan *Business Model Canvas* (BMC) digunakan untuk menyusun model bisnis PT Gujati. Hasil analisis lingkungan internal dan eksternal diolah dengan Matrik IFE dan EFE. Selanjutnya perumusan strategi alternatif yang diperoleh dari Matrik SWOT. Matrik Grand Strategi digunakan untuk mengetahui posisi industri saat ini sehingga diperoleh strategi bisnis yang paling tepat bagi PT Gujati.

Hasil penelitian menunjukkan PT Gujati berada pada posisi kompetitif yang kuat sehingga perusahaan dapat menerapkan strategi penetrasi pasar dan pengembangan bisnis. Pada *customer segment*, PT Gujati sebaiknya memperluas segmen pasarnya pada remaja. Pada *value proposition* PT Gujati sebaiknya menambah variasi produk jamu instan dengan tambahan rasa untuk kalangan remaja. Pada blok *channel* PT Gujati perlu melakukan promosi melalui sosial media. Pada *customer relationship* sebaiknya PT Gujati memperbanyak media komunikasi dengan pelanggan dan meningkatkan promosi. Pada *revenue streams*, PT Gujati sebaiknya memanfaatkan sisa produksi jamu atau limbah sehingga dapat menjadi pendapatan tambahan bagi PT Gujati. Pada blok *key partner* PT Gujati dapat bekerjasama dengan sekolah dalam rangka minum jamu bersama untuk mengenalkan jamu. Adapun strategi yang dipilih untuk PT Gujati adalah strategi SO yakni mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas serta mengembangkan produk jamu untuk anak-anak dan milenial.

Kata Kunci: Jamu, Strategi, SWOT, *Business Model Canvas*



BUSINESS STRATEGY OF HERBAL MEDICINE BY USING BUSINESS MODEL CANVAS AT PT GUJATI 59, SUKOHARJO, CENTRAL JAVA

Khoirunissa Aulia Rohmah¹, Henry Yuliando², Atris Suyantohadi³

ABSTRACT

PT Gujati 59 is a herbal medicine company located in Gupit, Nguter, Sukoharjo. Gupit Village is a center for herbal medicine industry in Sukoharjo Regency. There is a decrease in the development of the herbal medicine industry because herbal medicine is less in demand by the public. In addition, the existence of illegal herbal medicine can threaten the traditional herbal medicine industry. This study aims to develop a business strategy of herbal medicine PT Gujati 59, Sukoharjo, Central Java using Strength, Weakness, Opportunity, and Threat Analysis (SWOT) and business models using Business Model Canvas.

The method used in this research is descriptive qualitative analysis. Internal and external environmental analysis is used to find out things that affect the business activities of PT Gujati's herbal medicine industry. Business Model Canvas (BMC) is used to develop PT Gujati's business model. Internal and external environment analysis results were processed with IFE and EFE matrixs. Furthermore, the formulation of alternative strategies obtained from the SWOT Matrix. The Grand Strategy Matrix is used to determine the current position of the industry in order to obtain the most appropriate business strategy for PT Gujati.

The results showed that PT Gujati was in a strong competitive position so the company could implement market penetration strategies and business development. In the customer segment, PT Gujati should expand its market segment to teenagers. In the value proposition, PT Gujati should add variety of instant herbal products with added flavor for teenagers. In the channel block PT Gujati needs to do promotion through social media. In customer relations PT Gujati should increase the communication media with customers and increase promotion. In revenue streams, PT Gujati should utilize the remaining herbal medicine or waste production so that it can be an additional income for PT Gujati. In the key partner block PT Gujati can work together with schools in the context of drinking herbal medicine together to introduce herbal medicine. The strategy chosen for PT Gujati is the SO strategy of maintaining prices and improving quality and developing herbal products for children and millennial.

Keyword: Jamu, Strategy, SWOT, *Business Model Canvas*