

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jamu ramuan Madura menjadi alternatif pilihan masyarakat dari berbagai jenis jamu yang ada. Jamu ramuan Madura tidak hanya mengisi pasar daerah Madura, tetapi juga daerah luar Madura. Sebagian besar jamu ramuan Madura di produksi oleh industri rumah tangga atau industri skala kecil. Agroindustri jamu Madura mampu memberikan kontribusi pendapatan bagi bagi daerah. Industri jamu Madura masih banyak memiliki kendala di tengah keberhasilan yang telah ada. Maraknya peredaran jamu terbuat dari bahan kimia semakin memprihatinkan, karena berpotensi mencemari perkembangan jamu tradisional. Selain itu, banyak persaingan dan menurunnya permintaan dikarenakan mudah ditemukannya produk jamu sejenis dari perusahaan jamu lain yang berada di wilayah Bangkalan.

Jamu adalah racikan bahan yang berupa tumbuhan, bahan hewan, bahan mineral, sediaan sarian (galenik), atau campuran dari bahan tersebut yang secara turun temurun telah digunakan untuk pengobatan (Permenkes No.003/Menkes/Per/I/2010). Jamu tradisional merupakan ramuan yang berbahan baku dari tumbuhan dari daun, akar, bunga, tangkai, kulit dan bunga (Hadijah, 2015). Berdasarkan referensi tersebut jamu merupakan ramuan yang dikonsumsi masyarakat sebagai pengobatan. Bahan baku jamu salah satunya berasal dari tumbuhan. Beberapa sumber bahan baku jamu yang berasal dari tumbuhan adalah jahe, kunyit dan cabe jamu.

Cabe jamu bisa tumbuh di area ketinggian 0-600 mdpl, dengan curah hujan mencapai 1.259-2.500 mm/tahun (Setiawan 2009). Dinas Perkebunan Propinsi Jawa Timur tercatat di 2010 areal cabe jamu seluas 4.211 hektar dengan produktivitas sebesar 481 kg/ha produktivitas sebesar 481 kg/ha serta produksi sebesar 1.329 ton buah kering. Pusat produksi cabe jamu di Jawa Timur terutama ada di wilayah Madura. Luas areal di kabupaten Sumenep 1.709 hektar, Sampang 1.017 hektar, Pamekasan 715 hektar dan Bangkalan 356 hektar. Wilayah luar madura yang ada tumbuhan cabe jamu adalah kabupaten Lamongan dengan luas 276 ha dan propinsi Lampung seluas 630 ha (Evizal 2013). Karakteristik cabe jamu sangat langka hanya ada di area tertentu atau endemik. Meskipun demikian cabe jamu ini memiliki potensi dan manfaat yang bisa diambil.

Manfaat yang dimiliki cabe jamu antara lain dapat mengobati masuk angin, demam, penyakit infeksi bakteri, lemah syahwat dan kejang perut serta asma

(Evizal 2013). Uji klinis sari buah cabe jamu bisa berfungsi untuk fitofarmak androgeni, mampu menaikkan jumlah libido pada pria hipogonad dan hormon testosteron darah pada dosis 100 mg/hari (Widana 2021). Berdasarkan manfaat-manfaat tersebut, perlu dipertimbangkan cabe jamu untuk dikelola sebagai bahan baku industri jamu tradisional.

Produk jamu tradisional berbahan baku cabe jamu salah satunya adalah jamu kuat pria (helbeh). Jamu kuat merupakan bahan alam berkhasiat yang telah diformulasikan oleh produsen untuk penambah stamina pria dan vitalitas pria (Sumiati *et al.*, 2017). Produk jamu kuat (helbeh) dikonsumsi masyarakat khususnya laki-laki yang berprofesi sebagai pekerja berat dan kemanten baru. Produk jamu ini harus dikelola secara terus menerus sebagai produk unggulan industri jamu tradisional.

Industri jamu tradisional pada mulanya berupa produk jamu rebus dan jamu gandrung (campuran tanaman yang ditumbuk dan dicetak padat) pembuatannya sebatas mengisi waktu luang dan pengerjaannya dilakukan sebagian orang saja (Widiyanti 2005). Kontribusi industri jamu terhadap perekonomian sangat besar bagi penghasilan nasional. Pertumbuhan pasar industri jamu Indonesia telah mencapai Rp. 6 triliun pada nilai penjualan. Daerah konsumen terbesar di Jawa pada tahun 2007 mencapai 60% dan menciptakan 3 juta lapangan kerja. Sekitar 99% bahan baku yang dipakai adalah salah satu produk dalam negeri yang dapat membawa efek ganda yang di nilai signifikan pada pertumbuhan ekonomi Indonesia dari pasokan bahan baku petani (hulu) sampai sektor hilir yang meliputi perindustrian dan perdagangan (Kementrian Perdagangan Republik Indonesia 2009). Berdasarkan referensi tersebut, industri jamu perlu dikelola menjadi unit bisnis yang berpotensi menghasilkan keuntungan. Identifikasi elemen-elemen apa yang mendukung industri jamu untuk dikembangkan menjadi unit bisnis sangat diperlukan. Model Bisnis Canvas menjadi alat identifikasi elemen-elemen tersebut.

Model Bisnis Canvas merupakan sebuah model bisnis yang menggambarkan mengenai bagaimana sebuah organisasi menciptakan, menghantarkan dan menangkap sebuah nilai (Osterwalder *et al.* 2010). Komponen utama Model Bisnis Canvas terdapat 9 blok yaitu, *Value Proposition*, *Cost Structure*, *Customer Segment*, *Customer Channel*, *Revenue Structure*, *Key Activities*, *Customer Relationship*, *Key Resource*, , dan *Key Partners*. Model Bisnis Canvas merupakan alat analisis yang populer dan terbaru sehingga lebih cocok untuk menganalisis industri (Kristiani 2015). Menurut Athia (2018) BMC dapat

mempengaruhi pemikiran *entrepreneur* mahasiswa secara elemen bisnis (mengenal komponen yang dibutuhkan dalam bisnis), metode (menjalankan bisnis), serta strategi (menggunakan peluang yang dimodifikasi untuk meminimalisir resiko). Herawati *et al.* (2019) menerapkan BMC untuk menentukan perencanaan usaha edamame goreng yang terbaik. *Value proposition* menjadi model bisnis terbaik usaha edamame goreng pada model bisnis kanvas adalah penggunaan minyak goreng terbaik, kemasan berstiker, alami dan renyah. Sementara Kurniasari dan Kartikasari (2018) menerapkan BMC pada industri jasa angkut penumpang. PT Internasional Golden Shipping membuktikan hasil penelitian dari *value proposition* yang ditawarkan segi segmentasi ekonomi lebih mengarah ke golongan menengah atas. Perusahaan kapal satu satunya yang dapat bersandar di Johor (pasir gudang) menjadi keunggulan utama. Perusahaan juga memiliki *channels* yaitu menjalin hubungan baik dengan konsumen secara personal sehingga konsumen dapat merasakan pelayanan yang ramah dari karyawan saat terdapat keluhan ataupun saat proses transaksi. Berdasarkan referensi tersebut perusahaan dapat mengidentifikasi 9 buah komponen yang menggambarkan aktivitas bisnis dari perusahaan yang menjadi studi kasus. Karena menitik beratkan aktivitas bisnis maka perlu memperhatikan value yang dihasilkan oleh perusahaan. Value tersebut dikenal dengan *value proposition*.

Value Propositions adalah komponen nilai yang terkandung didalam produk dan jasa yang akan menciptakan nilai tambah atau manfaat bagi pelanggan, dengan kata lain keunggulan produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan memilih produk dan jasa perusahaan tertentu dengan melihat keunggulan *value propositions* dibandingkan perusahaan lain yang tidak memiliki keunggulan, karena perusahaan tersebut mempunyai kelebihan untuk memecahkan permasalahan dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan (Novel *et al.* 2021). Value proposition akan menjadi keunggulan kompetitif perusahaan, untuk menciptakan keunggulan kompetitif maka perusahaan harus memperhatikan faktor lingkungan yang berupa faktor eksternal dan internal sebagai usaha pengembangan perusahaannya. Salah satu metode untuk mengidentifikasi faktor eksternal serta internal dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan secara sistematis (Noor 2014). Penggunaan BMC yang dibantu dengan analisis SWOT akan sangat berguna untuk

menciptakan strategi yang tepat diterapkan sebuah perusahaan dengan menganalisis faktor eksternal dan internal.

Penelitian ini menggunakan studi kasus perusahaan jamu yang memproduksi jamu tradisional di Bangkalan Madura. Salah satu produknya berupa produk jamu berbahan baku cabe jamu.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang tersebut, rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana gambaran model bisnis produk jamu di UKM Rato Ebhu Bangkalan?
2. Bagaimana *value proposition* produk jamu sebagai keunggulan kompetitif UKM Rato Ebhu?
3. Bagaimana rekomendasi strategi memperoleh keunggulan kompetitif melalui *value proposition* kepada perusahaan?

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk memetakan elemen-elemen *Business Model Canvas*
2. Untuk menentukan *value proposition* yang akan ditawarkan produsen kepada konsumen
3. Untuk memberikan rekomendasi berupa strategi keunggulan kompetitif melalui *value proposition* kepada perusahaan dengan analisis SWOT

1.4 Manfaat

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Untuk perusahaan:
 1. Perusahaan mendapatkan gambaran elemen-elemen model bisnis yang dikelompokkan 9 blok dengan pendekatan bisnis model canvas.
 2. Membantu perusahaan untuk mengidentifikasi *value proposition* sebagai salah satu alat untuk keunggulan kompetitif suatu produk
 3. Rekomendasi strategi memenangkan persaingan melalui *value proposition*.
2. Untuk pemerintah daerah: mengangkat potensi cabe jamu sebagai komoditas unggulan bahan baku jamu.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini menggunakan salah satu dari 9 blok bisnis model canvas perusahaan jamu yaitu *value proposition*.