

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia telah mendorong perubahan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat, termasuk dalam pemenuhan kebutuhan di bidang kesehatan. Masyarakat kini semakin terbiasa memanfaatkan platform digital untuk memperoleh informasi kesehatan maupun melakukan pembelian produk secara daring. Perubahan tersebut membuka peluang bagi berbagai sektor usaha untuk bertransformasi ke dalam ekosistem digital, termasuk industri jamu tradisional. Sebagai salah satu warisan budaya Indonesia, jamu tidak hanya memiliki manfaat bagi kesehatan, tetapi juga memiliki nilai budaya serta potensi ekonomi yang tinggi. Berbagai produk jamu, seperti jamu serbuk, kapsul, cairan instan, dan jamu saset, telah lama menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Indonesia sehingga memiliki peluang besar untuk dikembangkan melalui pemanfaatan teknologi digital.[1].

Sejalan dengan perkembangan tersebut, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang jamu tradisional dituntut mampu memanfaatkan teknologi digital sebagai media pemasaran dan distribusi produk agar tetap kompetitif. Peran strategis UMKM dalam perekonomian nasional ditegaskan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM yang mendorong perluasan akses pasar melalui digitalisasi usaha. Namun, implementasi digitalisasi pada sektor UMKM masih menghadapi berbagai kendala, terutama pada aspek pemasaran digital, distribusi produk, serta pemanfaatan teknologi informasi yang belum optimal.[2].

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan daya saing UMKM, khususnya pada sektor jamu tradisional. Penelitian oleh Nainggolan dan Airawaty membuktikan bahwa penerapan *digital marketing* melalui media sosial dan *startup* mampu memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk jamu tradisional.[3]. Firdayanti menyatakan bahwa pemanfaatan *startup* digital sebagai media komunikasi pemasaran secara signifikan meningkatkan efektivitas promosi serta volume penjualan UMKM[4]. Sementara itu, Yerix menjelaskan bahwa integrasi sistem pemasaran digital berbasis layanan mampu meningkatkan kepercayaan konsumen sekaligus meningkatkan efisiensi distribusi produk UMKM[5].

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa teknologi digital memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan usaha jamu tradisional.

Meskipun demikian, layanan digital pada sektor jamu tradisional masih memiliki berbagai keterbatasan. Sebagian besar platform hanya menyediakan informasi produk atau fasilitas transaksi secara terpisah tanpa mengintegrasikan layanan edukasi, konsultasi, dan penjualan dalam satu sistem yang terpadu[6]. Kondisi tersebut menyebabkan pengalaman pengguna belum optimal karena konsumen belum memperoleh informasi dan pendampingan yang memadai sebelum menentukan produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Selain itu, rendahnya kepercayaan konsumen terhadap produk jamu yang dipasarkan secara daring masih dipengaruhi oleh kurangnya transparansi informasi produk, belum tersedianya layanan konsultasi yang memadai, serta belum adanya sistem rekomendasi produk yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna [4]. Di sisi lain, banyak *startup* di bidang kesehatan tradisional belum mampu berkembang secara optimal karena belum memiliki perencanaan model bisnis yang mengintegrasikan aspek pemasaran, pelayanan pelanggan, dan distribusi produk secara menyeluruh[7].

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan suatu perencanaan bisnis yang mampu mengintegrasikan layanan konsultasi, edukasi, dan penjualan jamu tradisional dalam satu platform digital. Oleh karena itu, penelitian ini mengusulkan JamuGO, yaitu *startup* berbasis website dengan konsep *multi-seller marketplace* yang memungkinkan berbagai UMKM jamu tradisional memasarkan produknya dalam satu platform sekaligus menyediakan layanan konsultasi digital dengan herbalis, komunikasi antara pembeli dan penjual, serta media edukasi mengenai kesehatan tradisional. Integrasi layanan tersebut diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas jangkauan pasar UMKM, meningkatkan kualitas pelayanan, serta membangun ekosistem digital yang berkelanjutan bagi industri jamu tradisional[8].

Untuk memastikan bahwa *startup* JamuGO yang dirancang memiliki model bisnis yang layak untuk dikembangkan, penelitian ini tidak hanya berfokus pada penyusunan model bisnis, tetapi juga menyusun *business plan* sebagai dasar perencanaan pengembangan *startup*. Business plan tersebut selanjutnya dilengkapi dengan studi kelayakan bisnis yang dilakukan melalui analisis aspek pasar, operasional, dan finansial untuk menilai kelayakan usaha. Hasil studi kelayakan digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan serta penyusunan strategi pengembangan bisnis JamuGO secara berkelanjutan[9]. Oleh karena itu, penelitian ini mengangkat judul **“PERENCANAAN BISNIS STARTUP “JAMUGO” LAYANAN KONSULTASI DAN PENJUALAN JAMU TRADISIONAL”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang perencanaan bisnis *startup* JamuGO sebagai *platform* digital yang mampu mengintegrasikan layanan konsultasi dan penjualan jamu tradisional berbasis web?
2. Penentuan model bisnis yang tepat bagi *startup* JamuGO dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, efektivitas layanan, serta daya saing di era ekonomi digital.
3. Perumusan strategi pemasaran digital dan pengelolaan layanan apa yang efektif untuk mendukung pengembangan serta keberlanjutan bisnis *startup* JamuGO.
4. Bagaimana kelayakan bisnis *startup* JamuGO ditinjau dari aspek pasar, operasional, dan finansial.

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menghasilkan rancangan perencanaan bisnis *startup* JamuGO sebagai digital terpadu yang mampu mengintegrasikan layanan konsultasi dan penjualan jamu tradisional berbasis web.
2. Menghasilkan model bisnis yang efektif dan berdaya saing bagi *startup* JamuGO dalam membangun kepercayaan konsumen serta meningkatkan kualitas layanan di era ekonomi digital.
3. Menghasilkan strategi pemasaran digital dan pengelolaan layanan yang optimal guna mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis *startup* JamuGO.
4. Menghasilkan analisis kelayakan usaha *startup* JamuGO sebagai dasar pengambilan keputusan pengembangan bisnis dari aspek pasar, operasional, dan finansial.

1.4 Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan acuan dalam perancangan perencanaan bisnis *startup* JamuGO sebagai digital yang mengintegrasikan layanan konsultasi dan penjualan jamu tradisional berbasis web, sehingga dapat menghasilkan model perencanaan bisnis yang terstruktur, sistematis, dan aplikatif.

2. Memberikan rekomendasi model bisnis yang tepat bagi *startup* JamuGO dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, efektivitas layanan, serta daya saing usaha di tengah perkembangan ekonomi digital yang semakin kompetitif.
3. Memberikan strategi pemasaran digital dan pengelolaan layanan yang efektif untuk mendukung pertumbuhan serta keberlanjutan bisnis *startup* JamuGO secara berkesinambungan.
4. Memberikan hasil analisis kelayakan bisnis *startup* JamuGO yang dapat dijadikan dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan pengembangan usaha, ditinjau dari aspek pasar, operasional, dan finansial.

1.5 Ruang Lingkup

Penelitian ini berfokus pada penyusunan perencanaan bisnis *startup* JamuGO sebagai platform digital berbasis web dengan konsep *startup multi-penjual* yang mengintegrasikan layanan konsultasi dan penjualan jamu tradisional. Perencanaan bisnis yang disusun mencakup analisis pasar dan segmentasi konsumen, perumusan model bisnis, strategi pemasaran digital, perencanaan operasional, serta analisis kelayakan usaha dari aspek pasar, operasional, dan finansial.

Cakupan produk dalam penelitian ini dibatasi pada produk jamu tradisional yang diproduksi oleh UMKM, seperti jamu serbuk, kapsul, dan jamu siap saji. Target pengguna terdiri atas pelaku UMKM sebagai penjual serta masyarakat berusia 20–45 tahun. Rentang usia tersebut dipilih karena termasuk dalam kelompok usia produktif menurut Badan Pusat Statistik (BPS), serta merupakan kelompok yang aktif memanfaatkan teknologi digital dan memiliki potensi sebagai pengguna layanan konsultasi kesehatan maupun pembelian produk jamu secara daring[10]

Berdasarkan ruang lingkup tersebut, JamuGO dirancang sebagai *platform* yang tidak hanya berfungsi sebagai pasar, tetapi juga sebagai sarana edukasi dan konsultasi kesehatan berbasis herbal. Dari sisi akses layanan, *customer* pada JamuGO dibedakan menjadi dua jenis, yaitu *customer* biasa dan *customer premium*. *Customer* biasa memperoleh akses ke fitur dasar secara gratis seperti registrasi akun, pencarian produk, pembelian produk, komunikasi dengan penjual, edukasi herbal, dan riwayat aktivitas. Sementara itu, *customer premium* memperoleh seluruh akses *customer* biasa ditambah layanan konsultasi digital dengan herbalis sesuai paket langganan yang dipilih. Oleh karena itu, sistem yang dikembangkan mencakup fitur-fitur utama dari sisi *customer*, penjual, *admin*, dan herbalis sebagai berikut:

1. Fitur untuk *Customer*

Fitur *customer* difokuskan pada kebutuhan utama pengguna dalam mengakses layanan JamuGO, mulai dari pencarian informasi hingga transaksi dan layanan setelah pembelian. Adapun fitur yang diimplementasikan meliputi:

- a. Registrasi dan manajemen akun, mencakup pengisian data diri pengguna untuk mendukung personalisasi layanan.
- b. Katalog produk jamu tradisional, menampilkan informasi produk seperti nama, harga, manfaat, dan deskripsi secara terstruktur.
- c. Konsultasi digital dengan herbalis, memungkinkan interaksi melalui *chat* atau penjadwalan konsultasi untuk mendapatkan rekomendasi produk.
- d. Fitur edukasi jamu, berisi informasi manfaat dan cara penggunaan produk herbal untuk meningkatkan pemahaman pengguna.
- e. Pencarian dan pemesanan produk, memudahkan pengguna menemukan dan membeli produk sesuai kebutuhan.
- f. Sistem pembayaran, yang memungkinkan *customer* menyelesaikan transaksi pembelian produk maupun layanan berlangganan melalui metode pembayaran yang disediakan oleh *platform*.
- g. Komunikasi dengan penjual, untuk menanyakan informasi produk secara langsung. Layanan ini bersifat gratis dan berfokus pada penjelasan produk, stok, serta informasi dasar penggunaan.
- h. Layanan konsultasi digital dengan herbalis, yang ditujukan bagi *customer premium* untuk mendapatkan rekomendasi produk herbal, saran penggunaan, dan edukasi sesuai kebutuhan kesehatan pengguna.
- i. Fitur “Jamu Sekitarmu”, membantu pengguna menemukan penjual terdekat untuk mempercepat proses pembelian.
- j. Fitur Langganan memungkinkan pengguna berlangganan layanan konsultasi herbalis untuk rekomendasi produk herbal atau menanyakan informasi untuk keluhan *customer* dalam periode tertentu sesuai paket yang dipilih.
- k. Komunikasi dengan penjual, untuk menanyakan informasi produk secara langsung.
- l. Riwayat aktivitas pengguna, mencakup transaksi, status pesanan, dan konsultasi.

2. Fitur untuk Penjual

Fitur penjual difokuskan pada pengelolaan usaha dan operasional penjualan produk jamu dalam platform JamuGO. Adapun fitur yang diimplementasikan meliputi:

- a. Registrasi dan verifikasi akun penjual, untuk memastikan identitas dan legalitas usaha.
 - b. Pengelolaan profil toko, mencakup informasi usaha dan data legalitas.
 - c. Pengelolaan katalog produk, meliputi input produk, deskripsi, harga, dan stok.
 - d. Pengaturan harga dan ketersediaan produk, yang dapat diperbarui secara mandiri.
 - e. Pengelolaan pesanan dan transaksi, termasuk konfirmasi dan status pengiriman.
 - f. Komunikasi dengan pembeli, untuk memberikan informasi produk secara langsung.
 - g. Laporan penjualan, sebagai alat evaluasi kinerja usaha.
3. Fitur untuk *Admin*
- Fitur *admin* difokuskan pada pengelolaan sistem, pengawasan, serta menjaga kualitas layanan. Adapun fitur yang diimplementasikan meliputi:
- a. Verifikasi akun penjual dan herbalis, untuk memastikan kelayakan pengguna dalam menggunakan platform.
 - b. Pengelolaan data pengguna dan sistem, termasuk kategori produk dan hak akses.
 - c. Moderasi dan validasi produk, untuk menjaga kualitas dan legalitas produk.
 - d. Pengelolaan transaksi dan pembayaran, termasuk komisi dan proses pengembalian.
 - e. Penanganan keluhan dan laporan pengguna, untuk menjaga kepercayaan pengguna.
 - f. Monitoring aktivitas, termasuk transaksi dan kinerja pengguna.
 - g. *Dashboard* analitik, untuk melihat perkembangan sistem dan data pengguna.
 - h. Pengelolaan keamanan dan sistem, termasuk notifikasi dan pencadangan data
4. Fitur untuk Herbalis
- Fitur herbalis difokuskan pada layanan konsultasi digital dan edukasi kesehatan berbasis jamu. Adapun fitur yang diimplementasikan meliputi:
- a. Registrasi dan verifikasi profil herbalis, mencakup identitas dan keahlian
 - b. Pengelolaan jadwal konsultasi, untuk mengatur ketersediaan layanan.
 - c. Penerimaan dan peninjauan konsultasi, berdasarkan kebutuhan pengguna.
 - d. Layanan konsultasi digital, melalui *chat* atau penjadwalan *online*.
 - e. Pemberian rekomendasi jamu, sesuai kondisi dan kebutuhan pengguna.
 - f. Pencatatan riwayat konsultasi, untuk tindak lanjut layanan.
 - g. Pengelolaan konten edukasi herbal, untuk meningkatkan literasi pengguna.
 - h. Evaluasi layanan herbalis, melalui rating dan umpan balik pengguna.