

## Profil Bisnis Jamu Gendong XYZ Melalui *Business Model Canvas*

**Herlina**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ekonomi Jambi  
Email: herlinabuditeguh@gmail.com

### Abstrak

Usaha skala mikro memerlukan model bisnis guna mempertahankan usahanya, salah satunya dengan model bisnis kanvas. Model bisnis kanvas mampu menyajikan profil suatu usaha melalui tampilan sembilan elemen bisnis. Pendekatan ini digunakan untuk mencapai tujuan penelitian yakni mendeskripsikan profil bisnis yang dijalankan jamu gendong XYZ. Hasil penelitian menampilkan profil aktivitas bisnis yang komprehensif dalam upaya mempertahankan usaha jamu gendong XYZ untuk terus berjalan. Terlihat dari elemen pertama *customer segment* bahwa segmentasi jamu gendong XYZ telah fokus pada keberadaan pelanggan tetap yakni karyawan pabrik karet dan supir mobil. Elemen kedua *value proposition* adalah mampu mempertahankan minuman yang sehat dan segar tanpa bahan pengawet. Jamu gendong XYZ juga telah mampu menjaga komunikasi dan loyalitas yang merupakan elemen ketiga *customer relationship*. Media pemasaran pada elemen keempat *channel* berupa pemasaran offline secara rutin dengan berkeliling menemui pelanggan. Elemen kelima yakni *revenue stream* diperoleh dari penjualan jamu sehari-hari. Keenam, elemen *key resource* berupa bahan baku yang alami, tenaga kerja berasal dari anggota keluarga, dan alat-alat produksi yang memadai. Selanjutnya elemen ketujuh, selama ini *key activities* adalah menyediakan bahan baku, produksi, dan pemasaran produk. Begitu juga dengan elemen *key partners*, telah bekerja sama dengan pedagang rempah-rempah di pasar tradisional. Terakhir elemen kesembilan *cost structure* berasal dari pembelian bahan baku dan biaya operasional. Berdasarkan profil bisnis tersebut, diharapkan dapat dijadikan acuan guna menyusun strategi untuk jamu gendong XYZ naik kelas menjadi usaha menengah.

**Kata kunci:** *Profil Usaha, Model Bisnis Canvas, Jamu Gendong*

### Abstract

*Micro-scale businesses need a business model to maintain their business, one of which is the canvas business model. The canvas business model is able to present a business profile through the display of nine business elements. This approach is used to achieve the research*

*objective, namely to describe the business profile run by XYZ herbal medicine. The research results display a comprehensive business activity profile in an effort to maintain the XYZ herbal medicine business to continue running. It can be seen from the first element of the customer segment that the XYZ herbal medicine segmentation has focused on the existence of regular customers, namely rubber factory employees and car drivers. The second element of the value proposition is being able to maintain healthy and fresh drinks without preservatives. XYZ herbal medicine has also been able to maintain communication and loyalty which is the third element of customer relationship. The marketing media in the fourth element of the channel is in the form of routine offline marketing by going around to meet customers. The fifth element, namely revenue stream, is obtained from daily herbal medicine sales. Sixth, the key resource element is in the form of natural raw materials, labor from family members, and adequate production tools. Furthermore, the seventh element, so far the key activities have been providing raw materials, production, and product marketing. Likewise with the key partners element, has collaborated with spice traders in traditional markets. Finally, the ninth element of cost structure comes from the purchase of raw materials and operational costs. Based on the business profile, it is expected to be used as a reference to develop a strategy for XYZ herbal medicine to move up to a medium-sized business.*

**Keywords:** *Business Profile, Canvas Business Model, Jamu Gendong*

## **Pendahuluan**

Produk olahan pangan fungsional berbasis tanaman rempah dan obat dari biasanya berupa jamu, minuman kesehatan instan, teh, jus, manisan, sirup, dan lainnya. Bagi masyarakat Indonesia, jamu adalah resep turun temurun dari leluhurnya agar dapat dipertahankan dan dikembangkan. Jamu gendong merupakan salah satu minuman kesehatan yang banyak dikonsumsi bagi masyarakat berbagai kelas sosial. Keberadaan penjual jamu gendong masih terlihat di Kota Jambi.

Jamu gendong merupakan industri rumah tangga yang dibuat dan diolah dengan peralatan sederhana, pembuatannya cukup mudah dan bahan baku banyak tersedia. Ketersediaan bahan baku dengan harga yang relatif murah dan proses pembuatan jamu gendong yang cukup mudah, mendorong berkembangnya usaha kecil jamu gendong. Khasiat jamu telah teruji oleh waktu, zaman dan sejarah, serta bukti empiris langsung pada manusia selama ratusan tahun (Safitri et al., 2017).

Pasar jamu kedepan akan terbuka lebar dan tentunya dengan mempertimbangkan gaya hidup sehat masyarakat. Pola hidup sehat menyebabkan kebutuhan akan minuman sehat termasuk jamu gendong juga akan selalu diminati. Sebab, jamu gendong adalah obat

tradisional berbentuk cair yang tidak diawetkan. Dari sisi harga, jamu gendong lebih terjangkau. Maka dari itu, upaya memperluas akses pasar produk jamu gendong juga harus ditingkatkan dengan melihat peluang- peluang yang ada. Sebagai contoh, jamu gendong kunyit asam dapat dijadikan pilihan pengobatan alternatif yang dapat digunakan dalam pengobatan diabetes mellitus (Bhutkar & Bhise, 2011).

Produk jamu gendong diharapkan dapat menjadi solusi dalam membantu meningkatkan pendapatan rumah tangga. Begitu juga yang diakui pemilik jamu gendong XYZ, bahwa usaha jamu gendongnya mampu menambah pendapatan keluarga. Tentunya dalam menjalankan usaha sangat penting memiliki ilmu pengetahuan bagaimana cara mengelola usaha secara baik dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Apalagi pengetahuan tentang cara membuat jamu gendong diperoleh secara turun-temurun dari keluarga dan kerabat. Selanjutnya, penciptaan produk yang baik perlu didukung dengan adanya model bisnis yang tepat. Jika tidak tepat pelaku usaha akan mengalami kesulitan dalam mengembangkan bisnis yang dirintis dengan harapan mampu bertahan. Model bisnis bukan hanya berfokus pada produk baru saja, tetapi produk yang sudah berjalan tetap perlu melakukan evaluasi model bisnis yang diterapkan secara berskala. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan profil usaha jamu gendong XYZ melalui model bisnis kanvas sehingga dengan profil yang ditampilkan pada masing-masing elemen, dapat digunakan pelaku usaha untuk mengevaluasi dan menyusun strategi pengembangan usahanya.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Metode penelitian deskriptif digunakan untuk memperoleh gambaran, penjelasan, dan kondisi yang berkaitan objek penelitian secara sistematis. Penelitian dilaksanakan pada agroindustri jamu gendong

XYZ RT 23 Kelurahan Tanjung Pinang Kecamatan Jambi Timur Kota Jambi. Waktu yang digunakan untuk melaksanakan penelitian mulai bulan Juli 2024 hingga November 2024. Subjek penelitian adalah pemilik usaha jamu gendong XYZ. Data bersumber dari data primer dan data skunder. Pengumpulan data primer menggunakan observasi dan wawancara. Instrumen yang digunakan adalah instrumen wawancara, terkait dengan model bisnis kanvas pada usahanya, sedangkan data skunder dikumpulkan dari artikel.

Metode analisis yang digunakan adalah menggunakan pendekatan sembilan elemen Business Model Canvas (BMC) yang diadopsi dari *Nine Blocks Building of Business Model Canvas* yang diperkenalkan oleh Osterwalder dan Pigneur. *Bisnis Model Canvas* (BMC) adalah suatu metode yang digunakan untuk mengetahui secara rinci bentuk suatu usaha yang dijalani dalam satu lembar kanvas dan didalamnya terdapat sembilan elemen kunci yang mana memiliki integrasi antara satu dan lainnya (Khasanah et al., 2022).

Penggunaan model bisnis kanvas maka kondisi usaha dapat dipetakan pada sembilan elemen yang meliputi *customer segment*, *value proposition*, *customer relationship*, *channels*, *key activities*, *key resources*, *key partnership*, *revenue stream*, dan *cost structure*. 1. *Customer segment* yaitu menentukan segmen target konsumen dari jamu gendong XYZ, 2. *Value proposition* yaitu memperkirakan kebutuhan *customer* yang telah diidentifikasi pada *customer segment*, 3. *Customer relationship* yaitu hubungan yang dilakukan dengan konsumen, 4. *Channel* yaitu saluran atau cara untuk mencapai *customer*, 5. *Revenue stream* yaitu representasi dari jalur penerimaan uang yang diterima dari setiap *customer segment*, 6. *Key resource* yakni sumber daya utama yang menjelaskan mengenai asset terpenting yang diperlukan dalam usaha, 7. *Key activities* yakni kegiatan utama, 8. *Key partners* yakni kunci kemitraan yang menjelaskan jaringan pemasok dan mitra, 9. *Cost structure* yakni struktur biaya yang menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan

**Hasil dan Pembahasan**

Sebuah model bisnis menggambarkan pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Adapun profil jamu gendong XYZ berdasarkan model bisnis kanvas pada tabel 1.

**Tabel 1. *Business Model Canvas* Produk Jamu Gendong XYZ.**

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Pedagang rempah rempah</li> <li>+ Packaging produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Aktivitas Produksi</li> <li>+ Aktiviitas Penjualan Produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Minuman yang praktis</li> <li>+ Minuman Tanpa pengawet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Komunikasi yang ramah</li> <li>+ <i>Loyalitas</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Karyawan pabrik karet</li> <li>+ <i>Supir mobil</i></li> <li>+ Anak-anak hingga lanjut usia</li> </ul>
	<i>Key Resources</i>		<i>Channels</i>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Bahan baku yang alami</li> <li>+ Tenaga kerja dari anggota keluarga</li> <li>+ Alat-alat produksi</li> </ul>		Pemasaran offline dengan cara mendatangi lokasi konsumen	
<b>Cost Structure</b>		<b>Revenue Stream</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>+ <i>Bahan Baku</i></li> <li>+ Alat Operasional</li> <li>+ Listrik</li> <li>+ Air</li> <li>+ Pengemasan.</li> </ul>		<i>Penjualan jamu</i>		

**Sumber : Data diolah, 2024**

### ***Customer Segments***

Pencarian segmentasi konsumen yang dilakukan oleh jamu gendong XYZ dalam menentukan konsumen yang berkelanjutan. Hal ini sangat penting dalam menjalankan usaha, untuk mengetahui konsumen seperti apa yang akan ditargetkan terhadap produk yang dipasarkan. Menurut Tahwin & Widodo (2020), penetapan segmentasi pelanggan menjadi hal yang paling penting dalam suatu model bisnis. Adapun konsumen jamu gendong XYZ sebagai berikut:

#### **Karyawan Pabrik Karet**

Salah satu target konsumen jamu gendong XYZ adalah karyawan pabrik karet. Hal ini dikarenakan target konsumen telah menyadari akan pentingnya kesehatan. Karyawan pabrik karet memiliki aktivitas kegiatan yang ditopang dengan fisik yang kuat sehingga membutuhkan tubuh yang sehat dengan salah satunya mengkonsumsi jamu sehat bebas bahan pengawet dan segar. Produk jamu gendong dapat memberikan solusi yang baik salah satunya dalam perawatan kesehatan tubuh.

#### **Supir Mobil Batu Bara**

Melihat kembali manfaat dan fungsi kegunaan produk jamu gendong yaitu salah satunya dapat menyehatkan tubuh dan menjaga stamina. Apabila jamu gendong yang segar secara rutin mampu memberikan efek terhadap tubuh konsumen yang ingin selalu sehat menjalankan rutinitas sehari-hari. Tentu sebagai seorang supir mobil batu bara membutuhkan tenaga yang mumpuni untuk menjalankan tugasnya. Maka dari, pelaku usaha jamu gendong XYZ melirik supir mobil batu bara untuk menjadi pelanggannya. Hingga saat ini supir mobil menjadi pelanggan tetap jamu gendong XYZ.

#### **Anak-Anak Hingga Lanjut Usia**

Produk jamu tidak memiliki keterbatasan dalam penggunaannya. Balita sampai orang tua pun bisa mengkonsumsi jamu gendong. Baik dari sisi kesehatan serta perawatan tubuh. Penggunaan pada balita memberikan sensasi hangat, memperkuat gigi sedangkan penggunaan pada orang dewasa sampai lansia dapat menyehatkan tubuh misalnya masuk angin. Pelaku usaha jamu gendong XYZ juga menawarkan jamunya kepada warga yang berdomisili disekitar pabrik karet.

### ***Value Propotion***

*Value proposition* merupakan satu keunikan yang menentukan mengapa produk atau jasa tersebut pantas dipilih oleh pelanggan. Artinya memberikan tawaran untuk memecahkan masalah pelanggan atau memenuhi keinginan pelanggan. Keunikan yang ditawarkan harus memberikan tonjolan yang berbeda di bandingkan bisnis pesaing dan didambakan oleh konsumen. Nilai produk yang akan ditawarkan oleh jamu gendong XYZ adalah minuman tanpa pengawet dan praktis. Produk jamu gendong XYZ tersedia minuman jamu yang tanpa pengawet. Bahan baku diproduksi berbahan jahe, kunyit, kencur, daun sirih, gula batok. Jamu gendong XYZ aman dikonsumsi sebab bahan yang digunakan adalah alami dan segar, sehingga menyehatkan dan praktis dalam penyajiannya. Produk ini memiliki fungsi yang cukup banyak baik dari sisi kesehatan. Produk jamu berupa bahan cair yang dikemas di dalam botol. Wadah yang digunakan untuk dikonsumsi konsumen adalah gelas kecil.

### ***Customer Relationship***

Hubungan dengan pelanggan bertujuan untuk mendapatkan pelanggan baru atau mempertahankan pelanggan lama. Maka dari itu sangat penting dalam hal hubungan antara pelanggan untuk keberlangsungan usaha jamu gendong XYZ. Hal ini selaras dengan hasil penelitian Evahelda & Fournita Agustina (2019), menyatakan bahwasannya perlu dilakukan hubungan dengan pelanggan. Hubungan pelanggan yang di terapkan jamu gendong XYZ adalah sebagai berikut :

### **Komunikasi yang Ramah**

Pelayanan yang diberikan kepada konsumen jamu gendong XYZ sangat mementingkan dari sisi kenyamanan dalam memasarkan produk ke konsumen, sehingga konsumen nyaman dalam memesan pilihan jenis jamu yang mereka inginkan. Maka dari itu dalam proses penjualan bukan hanya kualitas produk saja yang di perhatikan tetapi etika dalam berdagang memasarkan produknya.

### **Loyalitas**

Mampu membangun hubungan emosional secara baik dengan konsumen maka akan tercipta sikap loyalitas. Adapun pendekatan secara personal yang dilakukan seperti memberikan saran jamu yang tepat ketika konsumen menyampaikan kondisi tubuhnya. Misalnya masuk angin, butuh stamina yang stabil, dan juga kelelahan dan meningkatkan nafsu makan.

### **Channels**

*Channel* adalah elemen yang menyatakan bagaimana pelaku usaha berkomunikasi dengan konsumen segmennya dan bagaimana cara menyampaikan nilai suatu produk kepada calon konsumen. Tujuannya agar produk jamu gendong XYZ ini dikenal dan mampu bersaing dengan pesaing. Adapun saluran pada jamu gendong XYZ dalam memasarkan produknya melalui pemasaran offline dengan cara mendatangi lokasi konsumen misalnya pabrik karet dan juga lingkungan tempat tinggal warga.

### **Revenue Stream**

Pada elemen ini, pelaku usaha mampu mememanajemenkan aliran keuangannya dari mana saja. Adapun aliran penghasilan yang diperoleh oleh pelaku usaha jamu gendong XYZ adalah dari penjualan jamu secara tunai. Belum ada sumber aliran penghasilan lainnya seperti penyewaan dan sebagainya. Hasil penjualan produk jamu gendong XYZ akan dikelola menjadi modal dan keuntungan. Dalam hal ini mampu memberikan keberlangsungan dalam melakukan penjualan produk. *Revenue stream* sebagai pendapatan yang diperoleh oleh suatu perusahaan dari setiap segmen pelanggan (Matahurila et al., 2021)

### ***Key Resource***

Sumber daya utama merupakan aset yang dibutuhkan bagi berupa bahan baku, tempat produksi, dan alat-alat produksi. Bahan baku diperoleh dari pasar di sekitar tempat tinggal pelaku usaha jamu gendong XYZ yakni di Kecamatan Jambi Timur. Peralatan yang dibutuhkan untuk produksi yakni pisau, blender, penggiling, pemeras empon empon, panci, penyaring, kompor, gayung pengaduk, dan kulkas. Berlandaskan sumber daya manusianya tergolong sederhana karena dilaksanakan dengan oleh pelaku usaha dibantu oleh anak ataupun suami. Modal yang digunakan adalah modal pribadi dan manajemen keuangan masih cara manual.

### ***Key Activities***

Aktivitas kunci pada kegiatan usaha adalah hal yang sangat penting untuk diperhatikan dalam mempertahankan usaha. Adapun aktivitas kunci jamu gendong XYZ meliputi aktivitas produksi dan pendistribusian produk. Kegiatan yang dilaksanakan dalam setiap produksinya menggunakan bahan baku yang berkualitas sehingga produk yang dihasilkan baik dan tidak mengecewakan pelanggan.

### **Produksi**

Proses produksi jamu gendong XYZ di lakukan secara berurutan dari proses penyediaan bahan baku, proses pengolahan bahan bahan rempah dan pengemasan jamu ke dalam botol sangat sangat di jaga setiap prosesnya. Mulai dari kualitas bahan baku, kebersihan bahan dan alat serta proses perebusan jangan sampai terlalu lama yang akan berdampak pada kehilangan kahiast rempah. Kegiatan tersebut dilakukan agar tetap terjaga kualitas produk yang dipasarkan. Sehingga tidak mengecewakan para pelanggan atau calon konsumen.

### **Distribusi Produk**

Pelaku usaha jamu gendong XYZ telah memiliki lokasi tetap dalam mendistribusikan produknya. Secara rutin setiap pagi, jamu gendong sudah memulai aktivitasnya dalam menemui pelanggannya.

### **Key Partners**

Partner kunci jamu gendong XYZ adalah adalah penjual rempah rempah yang ada di pasar tradisional Kecamatan Jambi Timur terutama pasar yang dekat dengan tempat produksi jamu. *Packaging* produk berupa botol yang dibeli ditoko yang ada di kecamatan Jambi Timur. Terkait mitra untuk memasarkan jamu, pelaku usaha jemu gendong XYZ tidak mencari mitra baru, sebab waktu yang digunakan sudah habis untuk keliling mengunjungi tempat kerja karyawan dan rumah warga. Pelaku usaha juga belum berminat untuk memasarkan dalam bentuk *online* sehingga tidak membutuhkan *influencer* dalam mempromosikan jamunya.

### **Cost Structure**

Struktur biaya menggambarkan semua biaya yang muncul sebagai akibat operasional jamu gendong. Biaya yang diterbitkan oleh jamu gendong XYZ berupa biaya penyediaan bahan baku, alat operasional, listrik, air dan pengemasan.

### **Simpulan**

Profil bisnis jamu gendong XYZ menggunakan *business model canvas* terlihat bahwa bisnis yang digeluti memiliki peluang untuk dikembangkan. Hal tersebut terlihat dari profil aktivitas bisnis yang komprehensif dalam upaya mempertahankan usaha jamu gendong XYZ untuk terus berjalan. Berdasarkan elemen pertama *customer segment* bahwa segmentasi jamu gendong XYZ telah fokus pada keberadaan pelanggan tetap yakni karyawan pabrik karet dan supir mobil. Elemen kedua *value proposition* adalah mampu mempertahankan minuman yang sehat dan segar tanpa bahan pengawet. Jamu gendong XYZ juga telah mampu menjaga komunikasi dan loyalitas yang merupakan elemen ketiga *customer relationship*. Media pemasaran pada elemen keempat *channel* berupa pemasaran offline secara rutin dengan berkeliling menemui pelanggan. Elemen

kelima yakni *revenue stream* diperoleh dari penjualan jamu sehari-hari. Keenam, elemen *key resource* berupa bahan baku yang alami, tenaga kerja berasal dari anggota keluarga, dan alat-alat produksi yang memadai. Selanjutnya elemen ketujuh, selama ini *key activities* adalah menyediakan bahan baku, produksi, dan pemasaran produk. Begitu juga dengan elemen *key partners*, telah bekerja sama dengan pedagang rempah-rempah di pasar tradisional. Terakhir elemen kesembilan *cost structure* berasal dari pembelian bahan baku dan biaya operasional. Berdasarkan profil bisnis tersebut, diharapkan dapat dijadikan acuan guna menyusun strategi untuk jamu gendong XYZ naik kelas menjadi usaha menengah.

## Daftar Pustaka

- Bhutkar, M. A., & Bhise, S. B. (2011). *Anti-oxidative effect of Tamarindus indica in alloxan induced diabetic rats*.
- Evahelda, S. T. P., & Fournita Agustina, S. P. (2019). Developing Strategy of Honey Business with the Approach of Business Model Canvas (Case study: UMKM (Micro, Small, and Medium Enterprises) Toko Pelawan in Namang Village, Central Bangka Regency). *Journal of Integrated Agribusiness*, 1(2).
- Khasanah, U., Oktafiani, F., Indriani, T. M., & Saputra, D. I. S. (2022). Pendampingan Analisa Pasar Online pada Produk Asinan Buah "segeran. pwt." *Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi*, 2(1), 338–344.
- Matahurila, G. B. R., Chumaidiyah, E., & Aryani, S. (2021). Perancangan Usulan Model Bisnis Pada Distro Richmonkey Dengan Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas. *EProceedings of Engineering*, 8(5).
- Safitri, W., Harti, A. S., Putriningrum, R., & Priambodo, G. (2017). Peningkatan Mutu Produk Dan Pemberdayaan Mitra Perajin Jamu Gendong Melalui Program Ibm. *SEMINAR NASIONAL HASIL-HASIL PENGABDIAN 2017*.
- Tahwin, M., & Widodo, A. (2020). Perancangan model bisnis menggunakan pendekatan business model canvas untuk mengembangkan usaha kecil menengah. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 15(1), 154–166.

