

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki berjuta ragam tanaman obat yang berpotensi dikembangkan untuk menambah nilai industri obat berbahan herbal (Jamu, Obat Herbal Terstandar/OHT, dan Fitofarmaka) yang jauh lebih besar dibanding negara lain. Sebagai negara yang memiliki tidak kurang dari 30.000 spesies tumbuhan maupun sumber daya laut, tentunya tidak aneh jika Indonesia dapat menjadi pengeksport produk obat herbal terbesar di dunia. Namun faktanya, sekitar 9.600 spesies tanaman dan hewan yang diketahui memiliki khasiat obat belum dimanfaatkan secara optimal sebagai obat herbal (BPOM, 2020).

Industri herbal belakangan ini sedang bertumbuh pesat, terbukti dari hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2010 bahwa persentase penduduk Indonesia yang pernah mengonsumsi jamu sebanyak 59,12 % yang terdapat pada kelompok umur di atas 15 tahun, baik laki-laki maupun perempuan, di pedesaan maupun di perkotaan, dan 95,60 % merasakan manfaatnya (Kementrian Kesehatan, 2017).

Prospek penjualan hasil dari pemanfaatan tanaman herbal seperti obat herbal baik di dalam maupun di luar negeri semakin meningkat. Peningkatan tersebut akibat kesadaran diri dan gaya hidup *back to nature* yang mulai dilakukan oleh masyarakat. Selain itu semakin luasnya pemanfaatan tanaman obat untuk keperluan industri lain di luar industri obat tradisional dan farmasi, seperti industri makanan dan minuman, serta industri kosmetik membuat semakin terbukanya kesempatan untuk memanfaatkan tanaman herbal guna meningkatkan perekonomian. *World Health Organization (WHO)* bahkan memprediksi permintaan tanaman obat mencapai nilai USD 5 triliun pada tahun 2050. Selain itu, permintaan di pasar seperti Amerika Serikat juga menunjukkan perkembangan yang sangat menjanjikan (Sharma,2004 dalam Salim & Munandi, 2017).

Berdasarkan data statistik yang diperoleh dari Kementerian Perindustrian, industri produk obat tradisional Indonesia telah berkembang pesat selama beberapa tahun terakhir. Data pada tahun 2010 mencatat industri obat tradisional Indonesia hanya sebesar Rp 1,5 triliun, kemudian meningkat sebesar 23,3% menjadi Rp 2,8 triliun

pada tahun 2013 (Salim & Munandi, 2017). Gabungan Pengusaha Jamu (GP Jamu) memprediksi pertumbuhan penjualan jamu dan produk herbal di tahun 2021 mengalami kenaikan 5%. Ketua umum GP Jamu, Dwi Ranny Pertiwi menyebutkan saat ini prospek jamu dan obat herbal semakin bagus. Hal tersebut dikarenakan situasi pandemic covid-19 ini membuat masyarakat berusaha meningkatkan imunitasnya (Soenarso & Handoyo, 2021)

Perkembangan perdagangan tanaman obat di Indonesia sangat dipengaruhi oleh perkembangan perdagangan obat tradisional dan perkembangan perusahaan jamu. Perusahaan jamu mulai berdiri di Indonesia pada tahun 1825 dengan bentuk usaha kecil. Pada tahun 1900-an berdiri perusahaan jamu dalam skala pabrik seperti Sido Muncul, Nyonya Meneer, Jamu Jago, Leo, Jamu Simona, Jamu Air Mancur, Jamu Borobudur, Jamu Dami, Jamu Pusaka Ambon, Jamu Bukit Mentjos, dan Tenaga Tani Farma (Aceh) (jakartaconsulting.com, 2016 dalam Salim & Munandi, 2017). Saat ini, perkembangan perusahaan jamu dapat dikatakan pesat yang ditunjukkan oleh data Kementerian Kesehatan, dimana perusahaan industri obat tradisional (IOT) dan Industri Ekstrak Bahan Alam (IEBA) telah berjumlah 112 perusahaan pada tahun 2016 serta Usaha Kecil Obat Tanaman (UKOT) dan Usaha Mikro Obat Tradisional (UMOT) sampai dengan tahun 2015 sebanyak 828 perusahaan (Salim & Munandi, 2017).

Permintaan tanaman obat berasal dari industri dan usaha obat tradisional, industri makanan, minuman, farmasi dan kosmetik, rumah tangga, dan ekspor (Pribadi, 2009 dalam Salim & Munandi, 2017). Dari keempat konsumen tanaman perdagangan dalam negeri tanaman obat Indonesia, konsumen tanaman obat hasil produksi dalam negeri 63% adalah perusahaan industri obat dan industri farmasi, 23% konsumen rumah tangga, dan 14% untuk ekspor (Wawan Gunawan, 2014 dalam Salim & Munandi, 2017). Pemanfaatan tanaman obat tidak hanya dalam bentuk primer (bentuk langsung hasil panen), namun juga bentuk sekunder/simplisia (hasil olah sederhana dari bentuk primer) dan berbentuk ekstrak (hasil olah lebih lanjut) (Salim & Munandi, 2017). Berdasarkan data Euromonitor tahun 2017 perusahaan yang bergerak dibidang industri dan usaha obat tradisional yang menjadi konsumen tanaman obat adalah seperti dalam Tabel

1.1.

Tabel I. 1 Proporsi Nilai Penjualan Ritel Obat Tradisional/Herbal di Indonesia, 2012 - 2016

No.	Nama Perusahaan	Nilai Penjualan Ritel (%)				
		2012	2013	2014	2015	2016
1	Sido Muncul	14.8	15.2	15.6	16	16.4
2	Deltomed Laboratories	10.8	11.4	11.7	11.9	12
3	Soho Industri Pharmasi	6.8	6.9	6.8	6.8	6.8
4	Citra Nusa Insan Cemerlang	3.5	3.2	3	2.8	2.7
5	Indofarma (Persero) Tbk	2.2	2.1	2	2	2
6	Sea Quill Co	2	2	2	2	2
7	Eagle Indo Pharmaceutical	1.7	1.7	1.7	1.6	1.6
8	Mecosin Indonesia	1.7	1.5	1.4	1.3	1.2
9	Lofthouse of Fleetwood Ltd	1.3	1.2	1.2	1.2	1.1
10	Artois Pharmaceutical Ind Co Ltd	0.9	0.9	1	1	1
11	Twinlab Corp	1	1	1	1	0.9
12	Nusa Selaras Indonesia	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9
13	K-Link Indonesia	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9
14	Matolindo Primantara	1	1	0.9	0.8	0.7
15	Elken Int Indonesia	0.8	0.8	0.8	0.7	0.7
16	Amindoway Jaya	0.8	0.8	0.7	0.7	0.6
17	Bintang Kupu-Kupu	1	0.9	0.8	0.7	0.6
18	Ricola AG	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6
19	kompak Indopola	1	0.8	0.7	0.6	0.6
20	Kalbe Farma Tbk	0.4	0.4	0.3	0.3	0.3
21	Harmoni Dinamik Indonesia	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
22	Sinde Budi Sentosa	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1
23	Henson Farma	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1
24	Jamu Iboe Jaya	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
25	Patria Wijaya Vico	0	0	0	0	0
26	Bintang Toedjoe	0	0	0	0	0
27	Singa Langit Jaya	0.1	0.1	0	0	0
28	Konimex Pharmaceutical Laboratories	0	0	0	0	0
29	Saka Farma	0.1	0.1	0.1	0	0
30	Pharmac Apex	0	0	0	0	0
31	Tempo Scan Pacific Tbk	0	-	-	-	-
32	Lainnya	44.8	44.8	45.2	45.4	45.6
	Total	100	100	100	100	100

Tabel 1.1 menunjukkan PT. Sido Muncul merupakan perusahaan dengan *share* terbesar dalam industri obat tradisional/herbal sejak tahun 2012 hingga 2016 dengan *share* sebesar 14,8% pada tahun 2012 dan terus meningkat hingga 16,4% tahun 2016 (Euromonitor, 2017 dalam Salim & Munandi, 2017).

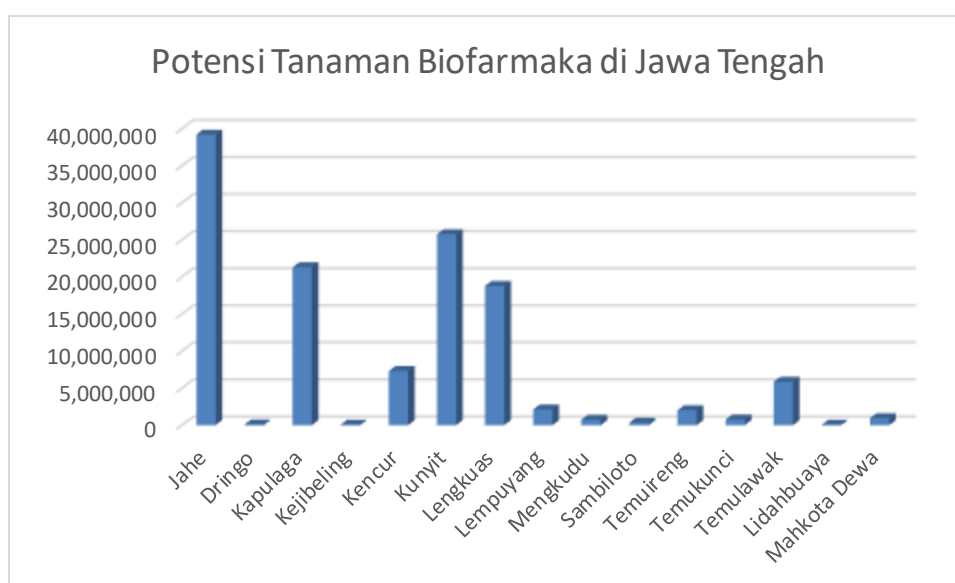
Menurut Badan Pusat Statistik diketahui bahwa jumlah penduduk Indonesia diketahui bahwa mengalami kenaikan di setiap tahunnya. diprediksi pada tahun 2035 jumlah penduduk Indonesia akan mencapai lebih dari 305 juta jiwa (BPS, 2014 dalam Salim & Munandi, 2017). Berikut merupakan data jumlah penduduk Indonesia menurut Badan Pusat Statistik Indonesia.

Tabel I. 2 Jumlah Penduduk Indonesia

No	Tahun	Jumlah Penduduk Indonesia (ribu Jiwa)
1	Tahun 2018	264.161.600
2	Tahun 2019	266.911.900
3	Tahun 2020	269.603.400

Dari Tabel 1.2 Jumlah Penduduk Indonesia, diketahui jumlah penduduk Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Jumlah yang besar tersebut tentunya menjadikan Indonesia juga sebagai pasar domestik yang potensial bagi industri jamu. Indonesia memiliki sekitar 1.045 etnis yang mendiami Nusantara dimana sekitar 20%-nya atau 209 etnis telah menggunakan jamu secara turun-temurun. Sebanyak 1200 jenis tanaman obat yang sudah dimanfaatkan telah digunakan oleh 209 etnis di seluruh Nusantara (Salim & Munandi, 2017).

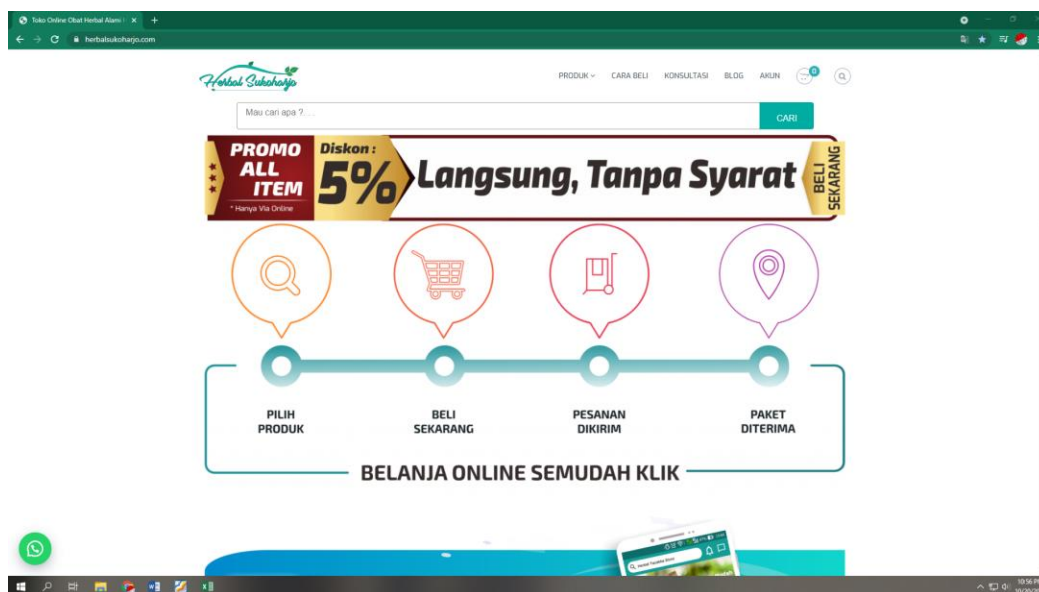
Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik pada tahun 2018, didapatkan bahwa produksi hasil panen dari tanaman biofarmaka di kabupaten/kota yang berada di wilayah Jawa Tengah adalah sebagai berikut:



Gambar I. 1 Potensi Tanaman Biofarmaka di Jawa Tengah

Pada Gambar I.1, diketahui bahwa Prospek Tanaman biofarmaka di wilayah Jawa Tengah masih tergolong tinggi. Tanaman yang produksinya paling tinggi yaitu Jahe dengan produksi 39.198.453 Kg per tahun pada tahun 2018, diikuti oleh tanaman Kunyit dengan produksi sebesar 25.747.866 Kg per tahun dan Kapulaga sebesar 21.318.081 Kg per tahun.

Jumlah Pengguna internet di Indonesia meningkat 11% dari tahun sebelumnya, yaitu dari 175,4 juta menjadi 202,6 juta pengguna (Agustini, 2021). Dan dengan tingginya tingkat kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan serta kesadaran untuk melaksanakan gerakan *Back to Nature*, maka perkembangan itu memunculkan *platform* yang menyediakan obat-obatan herbal dan produk olahan herbal lainnya seperti Kosmetik, makanan dan minuman. Di internet juga sudah terdapat beberapa bisnis serupa yang menyediakan produk herbal. Salah satu Contoh yaitu dari *website* herbalsukoharjo.com. *Website* tersebut menyediakan produk herbal yang telah terstandarisasi dan dengan produk yang telah memiliki izin BPOM.



Gambar I. 2 Website kompetitor di Sukoharjo

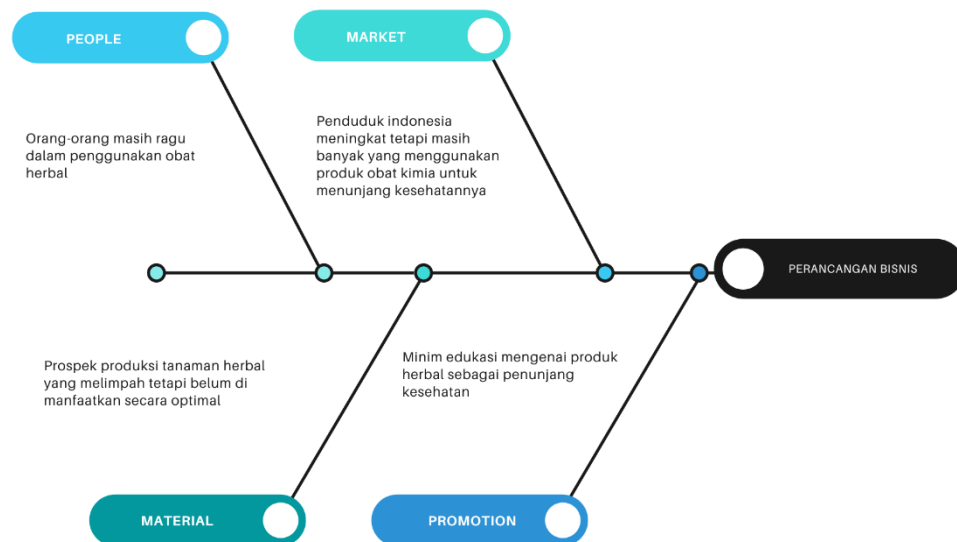
Gambar I. 2, merupakan tampilan dari website herbalsukoharjo.com pada *website* tersebut juga menjual produk yang telah memiliki izin BPOM. Pada *website* di atas masih minim informasi seputar edukasi dan *website* tersebut belum memiliki sosial media seperti Instagram dan Facebook sebagai salah satu media untuk berinteraksi dengan konsumen.

Berdasarkan data yang telah didapatkan bahwa potensi penjualan produk herbal saat ini dan dimasa yang akan datang sangat bagus dan menjanjikan mengingat potensi Indonesia yang kaya sumber daya alamnya. Maka dari itu, Penulis memiliki ide untuk membuat bisnis berbasis *website* toko online Republic of Herbal yang menyediakan produk herbal yang telah memiliki izin. Produk yang akan dijual yaitu herbal kapsul, teh herbal, dan sabun herbal. Tidak hanya menjual, Republic of Herbal juga akan memberikan edukasi mengenai produk herbal, cara hidup sehat, tips kesehatan dan berinteraksi dengan konsumen. Pembuatan *website* dilakukan karena dapat memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk asli dan telah memiliki izin tanpa harus mencari-cari produk tersebut di berbagai situs. Kelebihan dari bisnis berbasis website toko online Republic of Herbal adalah:

1. *Platform* yang menyediakan produk herbal yang telah memiliki izin edar, sehingga Konsumen tinggal memilih produk yang sesuai kebutuhan dengan gampang dan cepat tanpa harus mencari cari di berbagai situs.
2. Tidak hanya menjual produk, tetapi Republic of Herbal akan memberikan edukasi mengenai produk herbal, cara hidup sehat, tips kesehatan dan berinteraksi dengan konsumen.
3. Memberikan jaminan garansi produk asli dengan pengembalian uang 100% jika produk yang diterima palsu, karena Republic of Herbal hanya menyediakan produk asli dan dengan mengantongi izin edar.
4. Menjalani interaksi dengan konsumen, baik lewat sosial media Instagram dan Facebook.

Memanfaatkan herbal bukan sesuatu yang asing bagi masyarakat Indonesia. Herbal dianggap lebih alami, sehingga kemudian banyak dipilih. Terbukti sekitar 45% dari 7699 responden yang menggunakan aplikasi Alodokter memilih menggunakan herbal dibandingkan dengan obat kimia, meski tidak semuanya terdaftar resmi di Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. Dan sekitar 55%, memilih obat kimia sebagai langkah pengobatan (Adrian, 2018). Ini menunjukkan bahwa masih ada masyarakat yang ragu dalam menggunakan produk herbal dan terdapat masyarakat yang belum mengetahui tentang produk herbal apakah sudah memiliki izin edar atau belum. Berdasarkan data yang sudah

diperoleh diperlukan perancangan bisnis berbasis *website* untuk menjual produk herbal dan mengedukasi masyarakat pentingnya produk herbal dan pentingnya herbal yang memiliki izin edar. Dari permasalahan yang terjadi maka dibuatlah *fishbone diagram* untuk memecahkan masalah. Berikut merupakan *fishbone diagram* dari akar permasalahan.



Gambar I. 3 Fishbone Diagram

Berdasarkan pada gambar I. 3, diketahui bahwa Permasalahannya yaitu Perancangan Bisnis. Hal ini dikarenakan faktor dari beberapa akar masalah diantaranya

1. *People*, Kesadaran akan pentingnya kesehatan tinggi. tetapi ada sebagian masyarakat yang masih ragu dalam penggunaan herbal.
2. *Market*, Prospek market dalam menggunakan herbal meningkat setiap tahunnya dan masyarakat mulai menerapkan gaya hidup sehat. Tetapi ada sebagian masyarakat belum teredukasi tentang produk berizin edar.
3. *Material*, Prospek Produksi tanaman herbal yang melimpah tetapi belum dimanfaatkan secara optimal.
4. *Promotion*, Minim Edukasi mengenai produk herbal sebagai penunjang kesehatan.

Dikarenakan Toko Online Republic of Herbal ini suatu usaha yang akan didirikan maka penulis memerlukan perancangan bisnis berbasis website pada usaha

tersebut. Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian ini akan membahas perancangan bisnis Republic of Herbal dengan judul “Perancangan Bisnis berbasis website Pada Toko Online Republic of Herbal di Sukoharjo”.

I.2 Alternatif Solusi

Tabel I. 3 Alternatif Solusi

No.	Akar Masalah	Solusi
1	Orang-orang masih ragu dalam penggunaan obat herbal	Perlu adanya edukasi bahwa produk dari alam lebih baik dan minim efek samping
2	Penduduk indonesia meningkat tetapi masih banyak yang menggunakan produk obat kimia untuk menunjang kesehatannya	Promosi dan edukasi dilakukan terus menerus dengan menampilkan manfaat bagi presebtator
3	Prospek produksi tanaman herbal yang melimpah tetapi belum di manfaatkan secara optimal	Merancang bisnis dan melakukan promosi melalui <i>website</i> dan sosial media
4	Minim edukasi mengenai produk herbal sebagai penunjang kesehatan	Memberikan edukasi mengenai herbal dengan melalui media <i>website</i> dan social media

Dari alternatif solusi yang telah didapatkan maka penulis memilih potensi solusi yaitu merancang bisnis dan melakukan promosi melalui *website* dan sosial media. Solusi ini yang akan mengatasi akar masalah yang terjadi.

I.3 Rumusan Masalah

Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana besarnya permintaan produk herbal secara online?
2. Bagaimana rancangan aspek teknis dan operasional toko online Republic of Herbal?
3. Bagaimana rancangan *website* toko online Republic of Herbal?
4. Bagaimana aspek finansial toko online Republic of Herbal?

I.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari tugas akhir ini adalah:

1. Menghitung besarnya permintaan produk herbal secara online.
2. Merancang aspek teknis dan operasional toko online Republic of Herbal.
3. Merancang *website* toko online Republic of Herbal.
4. Mengukur aspek finansial toko online Republic of Herbal.

I.5 Manfaat Tugas Akhir

Pada tugas akhir ini, manfaat yang dapat diambil adalah:

1. Memberikan informasi apakah bisnis layak atau tidak untuk dapat dijalankan berdasarkan analisis studi kelayakan.
2. Sebagai bahan masukan dalam pertimbangan dan pengembangan bisnis yang akan dijalankan oleh Republic of Herbal.

I.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian yang digunakan pada penelitian ini antara lain adalah:

Bab I Pendahuluan

Berisi penjelasan umum mengenai objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Berisi dasar teori yang berhubungan dengan penelitian analisis kelayakan yang akan dibahas dengan tujuan membentuk kerangka berpikir yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian serta berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti.

Bab III Metode Perancangan

Memaparkan langkah-langkah pemecahan masalah yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian sesuai dengan tujuan dari permasalahan yang dibahas yang berfungsi sebagai kerangka utama untuk menjaga penelitian mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.

Bab IV Perancangan Sistem Terintegrasi

Berisi proses pengumpulan dan pengolahan data yang terkait terintegrasi untuk menyelesaikan masalah yang terkait dengan penelitian

Bab V Validasi dan Evaluasi Hasil Rancangan

Menjelaskan tentang hasil rancangan, analisis dan pengolahan data terakhir dengan hasil penelitian

Bab IV Kesimpulan dan Saran

Bagian yang menjelaskan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran yang diberikan berdasarkan penelitian ini.