

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kesadaran akan hidup sehat mulai menjadi gaya hidup yang dapat dikatakan populer di Indonesia. Setiap tahunnya, menurut survei yang dilakukan oleh lembaga Asuransi di Indonesia mengungkapkan bahwa, 73% masyarakat Indonesia menempatkan kesehatan sebagai masalah yang paling penting. Kesadaran akan gaya hidup sehat dari tahun ke tahun terus meningkat sebanyak 19% dan ini menjadi kabar baik bagi Indonesia (kompasiana.com, 2019).

Pemikiran *back to nature* menjadi salah satu pilihan masyarakat untuk menerapkan gaya hidup sehat. Sejalan dengan pemikiran tersebut, banyak masyarakat yang kemudian memilih jamu sebagai minuman rutin harian. Kebanyakan dari mereka, memilih jamu gendong sebagai jamu yang praktis untuk diminum sehari-hari. Sayangnya jenis jamu yang dijual masih sangat terbatas variannya dan terbilang umum, seperti wedang jahe, beras kencur, kunyit asem dan pahitan.

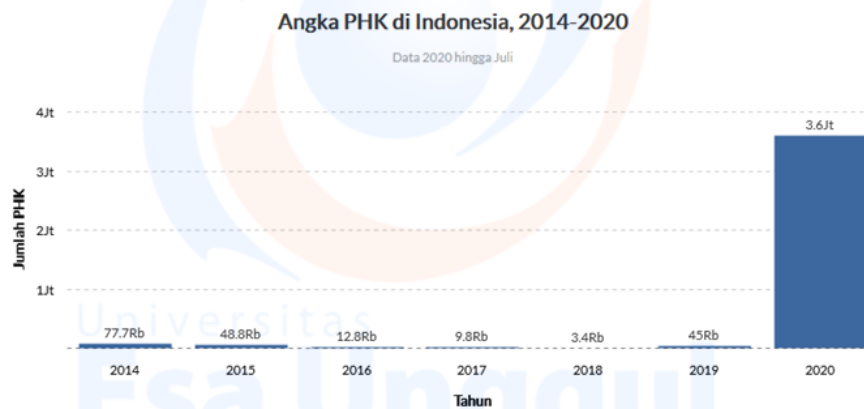
Perkembangan zaman, jamu tidak lagi diminati oleh kalangan *baby boomer* saja tetapi juga kalangan milenial dan generasi Z. Hanya saja kecenderungan mereka untuk mengkonsumsi jamu gendong sangat minim karena stigma jamu pahit masih melekat. Selain minum jamu mereka juga butuh tempat nongkrong bersama teman-temannya dengan suasana kafe yang nyaman. Sehingga kalangan milenial dan generasi Z ini lebih menyukai kafe-kafe kopi dan minuman kekinian. Saat ini kafe jamu jangkauannya masih terbatas dibandingkan dengan kafe kopi dan minuman kekinian. Informasi tentang kafe jamu yang menyajikan jamu enak dan manis yang diolah secara higienis dengan tampilan menarik masih sulit diakses. Hal ini menyebabkan beberapa kafe jamu yang ada cenderung tidak seramai kafe kopi pada umumnya.

Terkait upaya untuk mensosialisasikan budaya gemar minum jamu sebagai upaya promotif dan preventif, kementerian kesehatan melalui Permenkes RI Nomor 76 tahun 2015 tentang pelayanan wisata medis mengembangkan wisata kesehatan di seluruh wilayah Indonesia. Salah satu wujud wisata kesehatan adalah wisata kebugaran dan jamu dalam bentuk kafe jamu. Sehingga hal ini menjadi peluang bagi masyarakat khususnya yang belum bekerja dan ingin berwirausaha untuk mendirikan usaha kafe jamu khususnya kafe jamu yang menyajikan jamu yang rasanya enak dan manis.

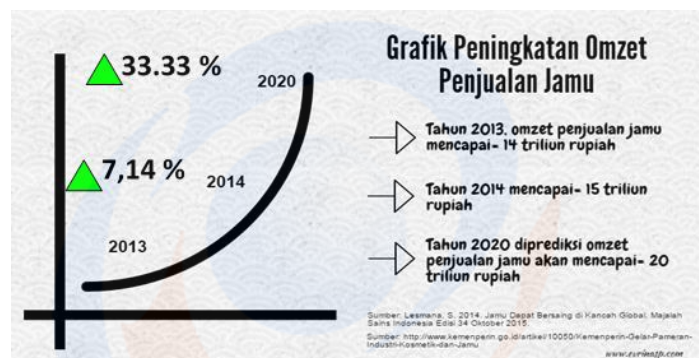


**Gambar 1.1** Ayo Minum Jamu.  
(Sumber : Kemenkes.go.id, 2020).

Gambar 1.1 diatas menunjukkan kegiatan pemerintah sebagai upaya promotif untuk meningkatkan budaya gemar minum jamu. Di sisi lain jumlah pengangguran usia produktif di Indonesia meningkat akibat dampak dari perlambatan pertumbuhan ekonomi, banyak perusahaan yang melakukan PHK karyawan yang mencapai angka 3,6 juta pada tahun 2020, seperti terlihat pada Gambar 1.2 dibawah ini.



**Gambar 1.2** Data PHK di Indonesia, 2014 – 2020.  
(Sumber : lokadata, 2020)



**Gambar 1.3** Prediksi Omzet Penjualan Jamu.  
(Sumber :evrinasp, 2015).

Data kementerian perindustrian Republik Indonesia menunjukkan bahwa proyeksi omzet industri jamu dan obat tradisional mencatatkan prestasi yang cukup menggembirakan dalam beberapa tahun terakhir, bahkan pada tahun 2020 diprediksi mencapai angka Rp. 20 triliun atau meningkat sebesar 33.33% dibanding 2014.



**Gambar 1.4** Pertumbuhan Produksi Industri Manufaktur.  
(Sumber : bps.go.id, 2020).

Berdasarkan data BPS 3 Februari 2020 pertumbuhan produksi industri manufaktur, khususnya Industri Farmasi, Produk Obat Kimia dan Obat Tradisional paling tinggi sebesar 18,58%, menunjukkan gairah bisnis industri obat tradisional dalam keadaan baik. Pada 14 Februari 2020 Kementerian Kesehatan RI mendorong adanya kegiatan “Ayo Minum Jamu, Ayo Sehat dengan Jamu”.



**Gambar 1.5** Rerata Konsumsi Obat Tradisional dan Modern.  
(Sumber : lokadata, 2020).

Gambar 1.5 menunjukkan tren konsumsi obat tradisional baik di desa maupun di kota meningkat dan hal ini dapat menjadi pangsa pasar bagi PT OAM. Sedangkan dari sisi kekayaan alam, Indonesia memiliki lebih dari 30.000 jenis

tanaman yang secara empiris sudah digunakan sebagai obat dalam ramuan tradisional lebih dikenal dengan jamu (Tribunnews, 2019). Di kalangan *baby boomers*, khususnya masyarakat Jawa jamu menjadi hal biasa untuk dikonsumsi sebagai upaya untuk menjaga kebugaran tubuhnya. Sehingga jamu digunakan sebagai minuman rutin sehari – hari.

## 1.2 Identifikasi Masalah dan Peluang

### 1.2.1 *Job to be Done*

Tingginya jumlah pengangguran akibat dampak PHK, membuat mereka berusaha mencari solusi untuk dirinya dengan cara berwirausaha. Dengan melihat *trend back to nature* dan geliat pasar jamu yang menjanjikan dimana terjadi peningkatan omzet pelaku usaha jamu dan rerata konsumsi jamu di masyarakat, merangsang para pelaku usaha untuk melirik pasar jamu tersebut. Sayangnya dengan kondisi yang terPHK tentunya memiliki modal yang minim untuk memulai usaha. Ditambah lagi, minimnya pengetahuan tentang jamu dan kesehatan serta ketidaktahuan produk jamu yang dapat diterima oleh pasar.

Bisnis kemitraan menjadi salah satu ekosistem bisnis yang mudah diterapkan oleh para calon wirausahawan. Berdasarkan data yang dikeluarkan Databoks 2020 pertumbuhan UMKM di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, dimana di tahun 2010 jumlah UMKM di Indonesia sebanyak 52,8 juta dan meningkat menjadi 64,2 juta pada tahun 2018. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa keinginan masyarakat Indonesia untuk berwirausaha melalui UMKM sangat tinggi.

### 1.2.2 *Customer Pains (tidak nyaman)*

Pada bisnis kemitraan jamu *customer* tidak ingin jika bisnisnya ini tidak dapat langsung beroperasi dikarenakan harus mempersiapkan banyak hal yang tidak disiapkan secara lengkap oleh perusahaan kemitraan jamu. *Customer* juga harus menggunakan *brand* dari perusahaan tersebut sehingga bagi *customer* yang ingin menggunakan *brand*nya tidak dapat terealisasi. Di sisi lain stigma jamu pahit masih melekat menjadi kekhawatiran *customer* jika produk jamunya tidak dapat diterima oleh pasar.

### 1.2.3 *Customer Gains (memuaskan)*

Pada umumnya *customer* yang baru memulai usaha belum memiliki pengalaman berbisnis. Sehingga *customer* akan merasa puas ketika perusahaan kemitraan memberikan layanan yang baik dan melakukan mentoring selama masih menjadi mitranya. Apalagi jika proses kerjasamanya tidak menyulitkan *customer*. *Customer* juga semakin puas, saat harga yang ditawarkan relatif murah sesuai dengan *budget* yang dimilikinya.

Berdasarkan penjelasan di atas terdapat empat masalah yang telah diidentifikasi yaitu: (1) Tingginya keinginan berwirausaha; (2) Stigma produk jamu pahit dan kurang inovatif; (3) Sulit berwirausaha sendiri, termasuk menggunakan *brand*

sendiri; (4) Minimnya layanan yang baik dan berkelanjutan sebuah kerjasama usaha.

### 1.3 Solusi Bisnis

#### 1.3.1 *Pains Reliever*

PT OAM menyediakan bisnis kemitraan jamu yang menawarkan beberapa paket kemitraan jamu yaitu C-OAM 1, C-OAM 2, C-OAM 3, dan C-OAM 4 atau *custom* seperti terlihat pada gambar 6.6. Dimana dari setiap paket yang diambil, *customer* sudah dapat langsung menjalankan usahanya karena fasilitas dari setiap paket sudah memadai. PT OAM juga memberi keleluasaan kepada *customer* untuk menggunakan *brand*nya sendiri namun dengan ketentuan *customer* tetap harus mencantumkan logo PT OAM pada papan namanya sebagai tanda bahwa *customer* tersebut adalah mitra PT OAM. *Customer* juga tidak perlu khawatir karena produk jamu yang dijual pada setiap paketnya merupakan produk jamu enak, manis dan inovatif (modern, praktis, higienis, menarik serta bermanfaat kesehatan). Dimana inovasi produk dilakukan secara berkelanjutan sesuai dengan kebutuhan pasar.

#### 1.3.2 *Gains Creator*

PT OAM senantiasa memberikan layanan yang baik kepada *customernya*, layanan dapat berupa memberikan informasi yang *terupdate* dalam pengembangan bisnis yang dijalaninya juga memberikan *training* kepada *customer* untuk meningkatkan pengetahuannya di bidang jamu dan pengetahuan lainnya yang berkaitan dengan kiat sukses dalam berbisnis. PT OAM juga tidak serta merta melepas *customernya*, tetapi juga melakukan pendampingan bagi *customer* yang baru menjadi mitranya. Untuk dapat merasakan manfaat tersebut, *customer* tidak perlu dipusingkan dengan proses kerjasama yang ditetapkan PT OAM karena memang prosesnya mudah dan cepat.

PT OAM menyediakan pilihan paket kemitraan dengan harga yang variatif. Sehingga *customer* dapat memilih paket mana yang sesuai dengan *budget* yang dimilikinya. Harga tiap paketnya dari yang murah, sedang sampai dengan harga tinggi karena *custom*. Harga produk jamunya sendiri relatif bersaing dengan harga yang ada di pasaran.

PT OAM memberikan solusi yaitu : (1) Menciptakan bisnis kemitraan jamu; (2) Menyediakan produk jamu yang enak, manis dan inovatif (modern, praktis, higienis, menarik serta bermanfaat kesehatan); (3) Menciptakan skema kerjasama yang mudah, cepat dan dapat menggunakan *brand* sendiri; (4) Menciptakan hubungan *relationship* yang berkelanjutan dalam memberikan layanan.

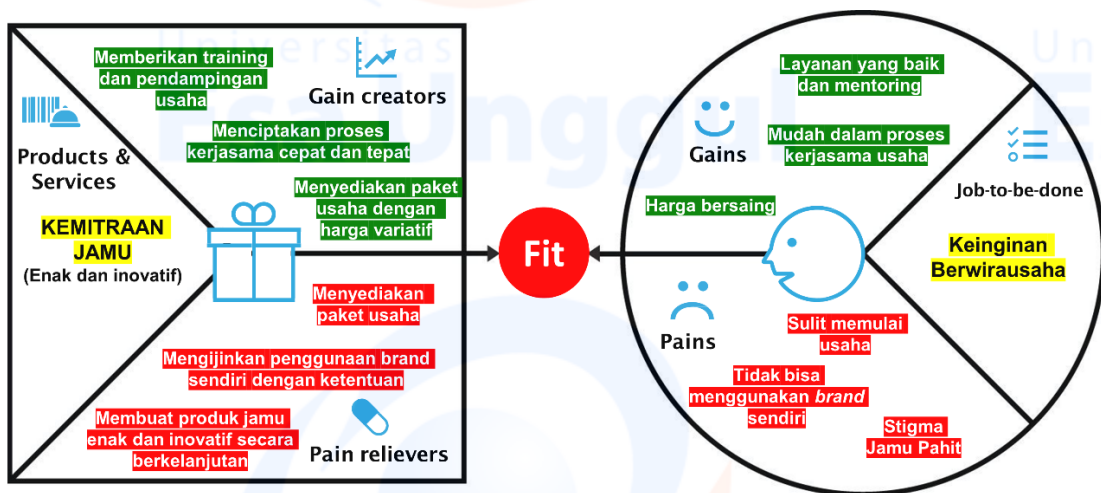
#### 1.3.3 *Definisi Bisnis*

PT OAM adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis kemitraan yang khusus menyediakan produk jamu. PT OAM menggunakan model bisnis kemitraan jamu dalam bentuk *business opportunity* untuk memberikan solusi atas empat masalah bisnis di atas. Catharina dan Stella (2018) menyatakan *Business Opportunity* adalah suatu kesempatan usaha dengan menggunakan produk/alat/metode dari pengusaha pemberi (penjual) paket *Business Opportunity*.

Pada umumnya penerima *Business Opportunity* diminta untuk membayar paket *Business Opportunity* yang di dalamnya termasuk: materi untuk initial *start-up* usaha serta harga *Business Opportunity* dimaksud.

Dalam bisnis kemitraan jamu ini, PT OAM menyediakan paket bisnis kemitraan jamu (*Business Opportunity*) dalam bentuk kafe – kafe jamu atau *booth* jamu yang melayani penjualan produk jamu enak, manis dan inovatif, layanan pendampingan dan sebagainya yang memungkinkan *customer* untuk memulai bisnis. PT OAM juga membantu *customer* dalam menemukan lokasi yang cocok, dan menyediakan produk jamu yang sesuai dengan lokasinya serta membantu promosi penjualan secara online. Produk jamu yang disediakan PT OAM berupa jamu enak dan manis yang disajikan secara praktis dan modern oleh *Pramusodo* yang dilatih oleh PT OAM, sehingga terjaga higienitasnya dan memiliki manfaat kesehatan. Dengan adanya kafe-kafe/*booth-booth* jamu yang menyajikan jamu enak dan manis, hal ini membuat jamu dapat dinikmati oleh kalangan milenial dengan lokasi yang mudah dijangkau serta menjadi tempat yang nyaman untuk nongkrong bersama teman-teman, saudara maupun keluarga.

Dalam menjalankan bisnis kemitraan jamu PT OAM bekerjasama dengan perusahaan-perusahaan lain. Untuk produk jamu PT OAM bekerjasama dengan industri jamu dalam bentuk maklon tetapi menggunakan *brand* PT OAM pada produk jamu tersebut. Untuk pembuatan kafe dan penyedia booth, PT OAM bekerjasama dengan industri mebel. Kerjasama dengan perusahaan lainnya disesuaikan dengan kebutuhan aktivitas PT OAM. Di Gambar 1.6 dibawah ini menunjukkan hasil *value proposition canvas* PT OAM.

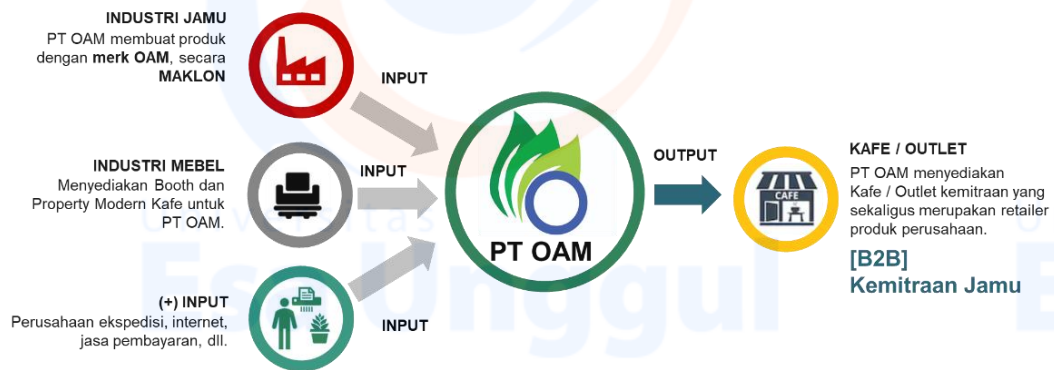


Gambar 1.6 Value Proposition Canvas PT OAM.

(Sumber : Tim Penulis, 2021).

Gambar 1.7 dibawah ini menunjukkan alur bisnis kemitraan jamu yang digunakan PT OAM.

## Alur Bisnis PT OAM



**Gambar 1.7** Alur Bisnis PT OAM.

(Sumber : Tim Penulis, 2021).

### 1.3.4 Profil Perusahaan

PT OAM direncanakan didirikan pada tanggal 27 September 2020 di Galaxy, Kota Bekasi, Jawa Barat. PT OAM sendiri memiliki bentuk badan hukum usaha yang dipilih adalah Perseroan Terbatas (PT), pemilihan dan pendirian badan usaha ini mengacu pada Undang – Undang RI nomor 1 tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas (PT). Secara singkat profil PT OAM (PT Oesodo Alam Mandiri) sebagai berikut:

**Tabel 1.1** Profil Perusahaan PT OAM.

Nama Perusahaan	: PT OAM (PT Oesodo Alam Mandiri)
Jenis Perusahaan	: Perseroan Terbatas.
Tahun berdiri	: 2020
Provinsi	: Jawa Barat
Lokasi Perusahaan	: Ruko Grand Galaxy City Blok AR1 No. 66 Jl. Pulo Ribung Raya Kelurahan Jaka Setia, Kecamatan Bekasi Selatan, Kota Bekasi, Provinsi Jawa Barat.
Modal Awal	: Rp 5.800.000.000,00 (Lima Milyar Delapan Ratus Juta Rupiah) yang diperoleh dari modal sendiri dan investor)
Unit Bisnis	: Berdasarkan KBLI (Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia). a. Perdagangan Besar Obat Tradisional ( <b>46493</b> ). b. Perdagangan Eceran Obat Tradisional ( <b>47724</b> ). c. Perdagangan Besar Bahan Makanan dan Minuman Hasil Pertanian Lainnya ( <b>46319</b> ).
Basis Bisnis	: B2B
Produk	: Paket kemitraan jamu enak, manis dan inovatif

Sumber : Tim Penulis, 2021.

### 1.3.5 Nama dan Logo Perusahaan

Perusahaan ini kami beri nama PT OAM yang merupakan singkatan dari PT Oesodo Alam Mandiri, perusahaan ini memiliki logo dan *tagline* seperti terlihat pada Gambar 1.7 dibawah ini.



**Gambar 1.8** Logo dan *Tagline* PT OAM.

(Sumber : Tim Penulis, 2021).

Makna logo perusahaan pada Gambar 1.7 diatas, yaitu :

- a. Bentuk daun, melambangkan tanaman dan keinginan untuk selalu sehat dengan kembali pada alam.
- b. Huruf O merupakan singkatan dari “**Oesodo**” atau kesehatan, hal ini bermakna bahwa perusahaan ingin membantu menjaga kesehatan seluruh masyarakat melalui sediaan jamu yang enak dan tempat yang nyaman.
- c. Huruf A merupakan singkatan dari “**Alam**”, hal ini bermakna bahwa perusahaan dalam menyediakan kemitraan kafe/outlet jamu dan makanan sehat ini menggunakan bahan dari alam, berkomitmen menjaga kelestarian alam serta berkeinginan untuk selalu melestarikan kearifan lokal.
- d. Huruf M merupakan singkatan dari “**Mandiri**”, hal ini bermakna bahwa perusahaan ingin mengajarkan kepada masyarakat agar mampu menjaga kesehatannya secara mandiri.
- e. Warna hijau melambangkan perasaan tenang, damai dan selalu tumbuh dan berkembang.
- f. Warna biru melambangkan kekuatan, keandalan, kemampuan menyuarakan
- g. Warna hitam melambangkan sifat tegas, profesional dan mempunyai kredibilitas.
- h. *Tagline* perusahaan “**Inspirasi Sehatku**”, ini melambangkan komitmen perusahaan untuk membantu dan memberikan inspirasi kesehatan pada seluruh masyarakat.
- i. Jumlah daun tiga helai melambangkan mitra OAM dari berbagai tingkat usaha Kecil, Mikro, dan Menengah.



## 1.4 Visi dan Misi

### 1.4.1 Visi Perusahaan

Visi dari PT OAM adalah menjadi pelopor kemitraan jamu yang mampu beradaptasi dengan modernisasi dalam bidang kesehatan. Pernyataan Visi ini menunjukkan bahwa perusahaan ingin menjadi perusahaan yang bermanfaat, mampu menciptakan wirausahawan jamu dalam bentuk kafe atau *booth* yang menghadirkan produk jamu enak, manis serta inovatif.

### 1.4.2 Misi Perusahaan

Dalam rangka untuk mencapai Visi yang telah ditetapkan sebelumnya, maka PT OAM menentukan beberapa Misi perusahaan, sebagai berikut :

- a. Menyediakan kafe atau *booth* jamu yang menarik.
- b. Membuat jamu enak, manis dan inovatif.
- c. Menciptakan *Pramusodo* yang kompeten dan handal.
- d. Mengembangkan dan memperkuat jaringan melalui kemitraan.
- e. Membangun ekosistem bisnis dalam bidang usaha jamu.