

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KECIL JAMU DI KOTA MEDAN

**Rahmad Syukur Siregar<sup>1\*</sup>, Rika Ampuh Hadiguna<sup>2</sup>, Insannul Kamil<sup>2</sup>, Novizar Nazir<sup>3</sup>, Nofialdi<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan, Indonesia

<sup>2</sup>Fakultas Teknik, Universitas Andalas, Padang, Indonesia

<sup>3</sup>Fakultas Pertanian, Universitas Andalas, Padang, Indonesia

\*Email: rahmadsyukur@umsu.ac.id

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui factor-faktor yang mendukung stratego pengembangan usaha kecil jamu tradisional di Kota Medan. Penelitian ini mengambil responden para pelaku usaha kecil obat tradisional dalam hal ini adalah pemilik jamu tradisional, perwakilan dinas pertanian, dinas perindustrian dan perdagangan, dinas kesehatan dan BPOM Medan. Data dikumpulkan menggunakan survey dengan bantuan kuesioner, FGD kepada seluruh responden dan literatur review. Kemudian dilakukan identifikasi melalui analisis SWOT menggunakan matriks SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang yang dihadapi oleh usaha kecil jamu tradisional di Kota Medan untuk menentukan strategi pengembangan usaha jamu tradisional di Kota Medan. Hasil yang diperoleh adalah beberapa strategi pengembangan yaitu berupa penguatan sumber daya berupa modal, sumber daya manusia yang terampil, bahan baku yang berkualitas dengan memanfaatkan tanaman tradisional yang merupakan komoditi unggulan Kota Medan, menentukan standarisasi kehygienisan dan keamanan bahan baku dan produk jamu yang berkualitas hingga pengembangan atau perluasan akses pasar atau konsumen, kerbelangungan jamu dengan memproduksi produk jamu yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dengan harga yang terjangkau namun tetap mengedepankan kualitas dan standar keamanan produk. Seluruh strategi itu membutuhkan dukungan pemerintah dan dinas terkait khususnya untuk memfasilitasi pendanaan dan teknologi untuk keberlangsungan usaha kecil jamu tradisional di Kota Medan.

**Kata kunci:** Usaha Kecil, Jamu, Strategi, Pengembangan, SWOT

### PENDAHULUAN

Penggunaan obat tradisional di Indonesia merupakan bagian dari budaya bangsa dan banyak dimanfaatkan oleh masyarakat, namun demikian pada umumnya efektivitas dan keamanannya belum sepenuhnya didukung oleh penelitian. Hampir 75 persen dari kebutuhan obat di Indonesia dipenuhi oleh perusahaan dalam negeri dan perusahaan asing membentuk 25 persen sisanya (Depkes, 2008).

Kementerian Kesehatan RI (2007) menyatakan bahwa salah satu tujuan kebijakan yang telah disusun didalam KOTRANAS adalah mendorong pemanfaatan sumber daya alam dan ramuan tradisional secara berkelanjutan untuk digunakan sebagai obat tradisional dalam upaya peningkatan pelayanan kesehatan. Laporan Dinas Kesehatan Provinsi Sumatera Utara pada tahun 2014-2017 diketahui bahwa Usaha Kecil Obat Tradisional hanya ada di dua kabupaten yaitu Deli Serdang, Serdang Bedagai dan empat di Kota Madya yaitu Sibolga Pematang Siantar, Tebing Tinggi dan Medan. Laporan Kementerian Pertanian diketahui bahwa Produksi Tanaman Obat Tradisional di Provinsi Sumatera Utara 88,72% adalah hasil produksi dari lima kabupaten yaitu simalungun 43,41%, Toba Samosir 28,21%, Tapanuli Utara 9,27%, Tapanuli Selatan 4,50%, Dairi 3,33% dan dua puluh lima kabupaten Serta Kota Madya Lain 11,28% (Utara, 2017)

Jamu sebagai warisan budaya bangsa yang digunakan sejak jaman dahulu secara temurun dan merupakan kekayaan unggulan milik Indonesia karena adanya potensi keanekaragaman jenis tanaman obat sekitar 9.600 jenis yang bisa digunakan untuk mengembangkan industry

jamu. Bahan baku yang digunakan untuk menghasilkan produk jamu hampir 99% adalah bahan baku lokal, produk dalam negeri yang bisa memberikan multiplier effect yang bisa mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia dari sector hulu bidang pertanian hingga hilir bidang perdagangan dan industri.

Keberhasilan itu masih banyak hambatan atau tantangan yang dihadapi oleh usaha kecil jamu dalam negeri. Kondisi perkembangan usaha jamu mulai dihadapkan dengan produksi jamu yang menggunakan bahan baku kimiawi yang mengancam jamu tradisional. Kondisi keterbatasan yang dimiliki oleh sumber daya khususnya pengelola atau pemilik usaha kecil usaha jamu. Fakta ini sesuai dengan kondisi yang dianalisa oleh Wicaksana & Subekti, (2017) menyebutkan adanya potensi bahan kimiawi yang dapat mencemarkan kemampuan jamu tradisional, terganggunya kemampuan dan daya saing jamu tradisional dan masih rendahnya kemampuan dan daya saing produk jamu milik usaha kecil karena belum terstandarisasi sesuai dengan Cara Pembuatan Obat Tradisional yang Baik (CPOTB). Persepsi masyarakat juga dapat terganggu karena tidak ada jaminan loyalitas masyarakat untuk terus menggunakan jamu untuk pengobatan atau kecantikan. Berbagai uraian fakta tersebut menunjukkan bahwa dibutuhkan suatu strategi dalam meningkatkan jumlah usaha jamu di Kota Medan.

## **LANDASAN TEORI**

### **Manajemen Strategi**

Seluruh fungsional perusahaan mencakup keputusan manajemen strategi perusahaan yang menjadi bagian dari perencanaan kinerja. Perusahaan memiliki strategi manajemen yang terdiri dari strategi manajemen untuk orientasi pengembangan strategi yang bersifat makro, diantaranya 1) strategi pengembangan produk, 2) strategi penerapan harga, 3) strategi akuisisi, 4) strategi pengembangan pasar, dan 5) strategi mengenai keuangan [1]

Manajemen strategi juga merupakan seni dan ilmu untuk membuat, menerapkan, dan evaluasi berbagai keputusan strategi setiap fungsi yang memberikan peluang sebuah organisasi mencapai tujuan masa depan. Perencanaan strategi menjadi fokus pada kegiatan manajemen puncak untuk menentukan visi, misi, falsafah hingga strategi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan jangka panjang [2]. Manajemen strategi terdiri dari perumusan strategi, implementasi dan evaluasi strategi [3]

### **Pengembangan Pasar**

Strategi ini merupakan pengembangan yang dilakukan oleh perusahaan yang melakukan pengenalan produk atau jasa pada wilayah baru. Beberapa pertimbangan yang dilakukan untuk pengembangan pasar adalah adanya saluran distribusi baru yang bisa diandalkan, murah dan memiliki mutu yang baik; organisasi berhasil melakukan visi/misinya; ada pasar baru yang belum dimanfaatkan dengan maksimal dan belum jenuh; ketika organisasi sudah memiliki modal atau sumber daya manusia yang sesuai untuk mengelola operasional yang lebih besar; ketika organisasi perusahaan memiliki kapasitas produksi berlebih; ketika lingkup perusahaan sudah bersifat lebih global.

### **Pengembangan Produk**

Pengembangan produk menjadi strategi yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan melalui perbaikan dan atau modifikasi produk atau jasa yang sudah ada terlebih dahulu. Proses ini membutuhkan biaya yang lebih besar dalam proses penelitian dan pengembangan. Ada lima pedoman yang dilakukan untuk pengembangan produk ini yaitu 1) organisasi memiliki produk yang berhasil mencapai tahap pengembangan dan kematangan dalam rangkaian daur hidupnya, 2) organisasi berada pada perkembangan teknologi yang sangat cepat, 3) pesaing utama telah menawarkan produk yang memiliki mutu lebih baik dengan harga yang sesuai, 4) organisasi mampu bersaing dalam industri yang tumbuh cepat, 4) organisasi mampu melakukan penelitian untuk pengembangan produk

### **Matriks SWOT**

SWOT digunakan untuk menggambarkan dengan jelas peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi sebuah organisasi perusahaan yang kemudian disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan tersebut (Rangkuti, 2005) Hasil dari matrik SWOT ini adalah 1) strategi peluang 2) strategi kelemahan 3) strategi ancaman dan 4) strategi kelemahan.

Strategi peluang dimanfaatkan untuk memperoleh seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi kelemahan dilakukan dengan memanfaatkan peluang yang ada melalui mengurangi atau mengatasi kelemahan yang ada. Strategi ancaman dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk menghadapi ancaman perusahaan. Strategi kelemahan dilakukan dengan mengurangi kelemahan yang dimiliki dan menghindari ancaman.

### **Jenis dan Sumber Data**

Jenis data penelitian ini adalah:

1. Data primer  
Data ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada para responden penelitian yaitu pelaku usaha kecil jamu.
2. Data sekunder  
Merupakan data komoditi tanaman obat tradisional dan jumlah pelaku usaha kecil jamu di Kota Medan

### **METODELOGI PENELITIAN**

Metode analisis data penelitian ini adalah metode deskriptif analitis. Penelitian dilakukan diseluruh wilayah Kota Medan dengan teknik pengumpulan data menggunakan survey dibantu dengan kuesioner. Selain survey juga dilakukan Focus Group Discussion dengan seluruh responden penelitian ini dan juga dilakukan studi literatur. Responden penelitian adalah perwakilan pengusaha usaha kecil jamu dan perwakilan dari beberapa instansi atau dinas terkait penelitian ini (Dinas Perindustrian, Dinas Pertanian, BPOM, dan Dinas Kesehatan). Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi factor-faktor strategis (kekuatan-kelemahan-peluang-ancaman) dari usaha kecil jamu menggunakan matriks SWOT sehingga diperoleh rumusan strategi pengembangan usaha jamu.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Responden penelitian ini didominasi oleh 87% wanita dan sisanya 13% adalah pria, dengan asumsi wanita jauh lebih banyak menggunakan jamu yang berkaitan dengan kebutuhan kecantikan dan stamina. Usia responden didominasi oleh usia dewasa 25-35 tahun, Kota Medan merupakan salah satu kota dengan penduduk yang memiliki tingkat konsumsi tinggi terhadap obat tradisional dalam bentuk jamu. Data responden memperlihatkan bahwa 87% menggunakan jamu sebagai alternatif untuk pengobatan mendampingi pengobatan modern dan 13% tidak menggunakan jamu karena masih ragu dengan keamanan jangka panjangnya dan tidak terjamin secara medis. Penggunaan jamu ini juga dibagi dalam beberapa bentuk yang dikonsumsi, ada 73% menggunakan jamu cair, 15% dalam bentuk serbuk/puyer dan 12% mengkonsumsi jamu dalam bentuk kapsul/pil. Artinya juga ada 73% responden masyarakat Kota Medan lebih menyukai jamu dalam bentuk cair dengan alasan bahwa jamu yang identik dengan rasa pahit akan lebih mudah larut dan ditawarkan rasa pahitnya jika diminum dalam bentuk cair dibandingkan bentuk lainnya. Bahkan bentuk cair dianggap lebih mudah diserap oleh tubuh khasiatnya.

Data lain yang diperoleh melalui penelitian ini adalah 87% menyatakan kualitas jamu yang dikonsumsi harus bermutu tinggi dan terjamin sangat penting, 78% menyatakan bahwa mutu jamu harus memiliki standar yang sama dan tidak berubah, 78% menyatakan konsumsi jamu lebih bersifat praktis (cair/bubuk/puyer/tablet/kapsul) dibandingkan jika melakukan

pengobatan modern yang harus melalui banyak prosedur pengobatan dan medical check up melalui dokter atau rumah sakit, 60% responden menyebutkan sangat penting jika jamu harus dikonsumsi diiringi dengan rasa yang enak sehingga saat ini sudah banyak jamu yang dirasa cukup enak untuk dikonsumsi secara langsung untuk mengobati penyakit atau menjaga kesehatan. Rasa yang enak didukung oleh kemasan yang menarik dalam menyajikan produk jamu tadi bagi masyarakat mendapatkan respon positif yaitu 60% setuju menjadi atribut penting. Atribut lainnya terkait jamu adalah 79% responden menyatakan jamu menjadi penting dan sudah lebih banyak dipilih oleh masyarakat karena jamu dianggap lebih murah untuk mengobati penyakit atau menjaga kesehatan dibandingkan jika harus melakukan pengobatan modern. 92% responden menyebutkan sangat setuju bahwa jamu sangat dipercaya berkhasiat untuk kesehatan dan kecantikan tetapi hanya 63% yang menyatakan setuju bahwa jamu memberikan efek kesembuhan yang cepat, dan 87% menyatakan setuju bahwa konsumsi jamu itu membutuhkan jangka waktu lama agar terlihat khasiatnya secara nyata. Dari 92% responden yang menyatakan setuju untuk menggunakan jamu sebagai alternatif pengobatan ternyata ada 91% yang setuju karena sudah terlebih dahulu mencari informasi tentang dosis, aturan pakai, efek samping yang jelas terhadap jamu yang dikonsumsi. Meskipun hanya 92% yang setuju untuk menggunakan jamu ternyata hampir seluruh responden yaitu 97% menyatakan setuju bahwa jamu itu memiliki kandungan yang alami sehingga dipercaya memberikan keamanan jangka panjang.

Responden penelitian diminta untuk memberikan penilaian subjektif untuk membandingkan jamu produksi usaha kecil dengan produksi perusahaan besar, ternyata diketahui bahwa 78% responden menyatakan setuju jika jamu yang diproduksi usaha kecil jauh lebih berkualitas dan aman atau lebih alami dibandingkan jamu yang diproduksi perusahaan besar. Data lain diketahui 55% responden menyebutkan produk jamu perusahaan besar bermutu berstandar dan 75% responden menyatakan produk jamu usaha kecil bermutu standar. Kondisi ini akibat ada asumsi dengan kehidupan perkotaan yang modern dan jauh dari alami maka produk jamu buatan usaha kecil atau rumah tangga lebih bermutu.

Penilaian terhadap atribut jamu yang dikonsumsi oleh masyarakat Kota Medan, secara umum penilaian responden, masyarakat Kota Medan yang mengkonsumsi jamu diketahui menilai atribut kandungan yang alami (4,44) informasi yang jelas (dosis, aturan pakai, efek samping) (4,40), kualitas tinggi (4,36), khasiat bagi kesehatan/kecantikan (4,32) dan harga murah terjangkau (4,24) menjadi atribut yang paling mendapatkan skor tertinggi dari responden. Atribut jamu memiliki kandungan yang alami menjadi atribut paling positif atau paling baik karena jamu dinilai memiliki kandungan bahan alami yang jauh dari efek samping dan aman digunakan untuk jangka panjang.

Potensi pengembangan usaha jamu berdasarkan pengamatan dan hasil wawancara dengan metode analisis SWOT diketahui beberapa kondisi dan potensi pengembangan usaha jamu di Kota Medan. Banyaknya responden atau masyarakat Kota Medan yang positif dan menerima atau lebih tepatnya percaya dengan pemakaian produk herbal akibat beberapa faktor diantaranya adanya faktor kegagalan terhadap pemakaian pengobatan modern di masa lalu, kendala biaya yang besar dengan pengobatan modern, efek samping yang diberikan oleh obat kimiawi sehingga menyebabkan masyarakat beralih ke jamu atau mendampingi pengobatan modern [1], [2].

Analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor-faktor strategis terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman dari usaha jamu di Kota Medan. Analisis SWOT ini digunakan untuk mendapatkan rumusan strategi pengembangan usaha kecil jamu di Kota Medan. Matriks SWOT memberikan gambaran secara jelas peluang dan ancaman dari faktor eksternal yang dihadapi oleh usaha kecil jamu di Kota Medan yang dianalisa dengan kekuatan dan kelemahan usaha kecil.

Usaha kecil jamu di Kota Medan merupakan usaha unggulan karena Provinsi Sumatera Utara telah melakukan budidaya tanaman obat tradisional secara berkelanjutan untuk 15 komoditi.

Jahe dan kunyit merupakan komoditi unggulan di Sumatera Utara. Produksi tertinggi dari tanaman obat tradisional yang dihasilkan pada 2017 berasal dari jenis tanaman rimpang, yaitu jahe, kunyit, lengkuas, kencur dan temulawak [3] Konsumsi tanaman obat tradisional di Provinsi Sumatera Utara mengalami peningkatan mulai tahun 2013-2017 yang digunakan untuk usaha obat tradisional maupun farmasi.

Strategi pengembangan usaha kecil jamu yang bisa dipaparkan berdasarkan analisis SWOT dapat dipaparkan melalui matriks berikut:

Tabel 1. Matriks SWOT Usaha Kecil Jamu di Kota Medan

<p>Internal Eksternal</p>	<p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas jamu baik</li> <li>2. Bahan baku dari hasil budidaya lokal (hasil sendiri)</li> <li>3. Bahan baku tidak tergantung musim</li> <li>4. Produksi yang berkelanjutan</li> <li>5. Produk berkhasiat</li> <li>6. Proses pengolahan mudah</li> <li>7. Sarana prasana tersedia</li> <li>8. Belum ada kelembagaan yang resmi menaungi usaha kecil jamu</li> </ol>	<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemasan masih bersifat konvensional</li> <li>2. Lisensi usaha belum ada</li> <li>3. SDM tidak memiliki kemampuan/skill maksimal</li> <li>4. Produk belum memiliki masa kadaluarsa yang teridentifikasi</li> </ol>
<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Masyarakat Kota Medan semakin peduli dengan produk herbal</li> <li>2. Opini masyarakat Kota Medan terhadap pengobatan modern lebih banyak efek samping</li> <li>3. Potensi tanaman obat tradisional berlimpah (khususnya jahe dan kunyit)</li> <li>4. Harga terjangkau</li> </ol>	<p>Strategi (S-O)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kemampuan produsen dalam melakukan diversifikasi produk jamu yang memiliki harga terjangkau masyarakat/pasar (S1,O2,S2,O3)</li> <li>2. Meningkatkan jangkauan pasar bagi strategi diversifikasi produk jamu (S2,O2,O3,O4)</li> </ol>	<p>Strategi (W-O)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan peluang pembiayaan/modal bagi pengusaha jamu melalui berbagai lembaga pembiayaan yang resmi (W2,W4,O2,O3)</li> <li>2. Diversifikasi produk dengan mengutamakan kualitas produk yang terbaik (W1,W3,W5,O1,O3)</li> </ol>
<p>Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk herbal di luar Kota Medan yang semakin beragam</li> <li>2. Modifikasi pengobatan modern yang semakin beragam yang disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat</li> <li>3. Adanya persaingan dengan produk jamu lain</li> </ol>	<p>Strategi (S-T)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan jangkauan pengusaha dalam mengakses bahan baku yang berkualitas yang memiliki harga terjangkau (S2,S3,S4,T1,T2)</li> <li>2. Menggunakan bahan baku lokal dalam mengolah produk yang berkualitas (S2,S3,S4,S7,T1,T4)</li> </ol>	<p>Strategi (W-T)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penguatan modal bagi pengusaha untuk mengadakan bahan baku yang berkualitas</li> <li>2. Mengembangkan mitra usaha baik lokal maupun internasional untuk memperluas pasar dan pengadaan bahan baku (W2,T1,T3)</li> </ol>

4. Harga bahan baku yang tidak bisa dipastikan		
--	--	--

Strategi Pengembangan Usaha Kecil Jamu Di Kota Medan Memiliki Beberapa Alternatif Berikut:

- a. Meningkatkan Kemampuan Produsen Untuk Melakukan Diversifikasi Produk Dengan Harga Yang Terjangkau Masyarakat. Beberapa Upaya Yang Bisa Dilakukan Adalah Dengan Melakukan Pengembangan Produk Jamu Instan Yang Sesuai Dengan Kebutuhan Dan Kondisi Konsumen, Menyesuaikan Produk Jamu Dengan Keinginan Konsumen. Oleh Karena Itu Keberagaman Produk Herbal Jamu Semakin Banyak.
- b. Jangkauan Pasar Jamu Semakin Diperluas Karena Produk Semakin Beragam. Adanya Dukungan Kebutuhan Masyarakat Akan Obat Herbal, Kegagalan Menggunakan Pengobatan Modern Atau Obat Kimiawi, Serta Mulai Adanya Peralihan Masyarakat Modern Yang Membutuhkan Kebutuhan Yang Bersifat Alami. Produk Usaha Jamu Semakin Banyak Disediakan Produk Substitusinya Dan Peluang Memenuhi Kebutuhan Masyarakat Semakin Besar Juga.
- c. Kondisi Yang Berlangsung Selama Ini Usaha Produksi Kecil Jamu Lebih Mengandalkan Modal Sendiri, Sehingga Tidak Pengusaha Yang Menggunakan Pembiayaan Dari Lembaga Keuangan Atau Melakukan Peminjaman Dana Kepada Bank, Koperasi Atau Lembaga Keuangan Lain. Pengusaha Kecil Merasa Sudah Cukup Dengan Modal Sendiri Sehingga Terbatas Mengembangkan Usahanya Melalui Diversifikasi Produk Jamu. Jika Mereka Membutuhkan Tambahan Dana Mereka Lebih Senang Meminjam Kepada Keluarga Atau Tetangga Karena Tidak Mau Kesulitan Dengan Prosedur Atau Syarat Pengajuan Peminjaman Dana.
- d. Diversifikasi Produk Dengan Tetap Menjaga Kualitas, Menjadi Salah Satu Strategi Yang Berpeluang Untuk Mengubah Produksi Usaha Kecil Jamu Yang Monoton Dalam Hal Jenis, Bentuk, Rasa, Ukuran Dan Kemasan. Menjaga Kualitas Bisa Dengan Meningkatkan Sistem Pengolahan Dan Bahan Baku Produk.
- e. Pengusaha Meningkatkan Kemampuan Untuk Mengakses Bahan Baku Tetapi Tetap Dengan Harga Terjangkau. Kondisi Ini Didukung Dengan Adanya Ketersediaan Bahan Baku Lokal, Budidaya Tanaman Obat Tradisional Lokal Di Kota Medan Khususnya Provinsi Sumatera Utara. Harga Bahan Baku Juga Bersifat Fluktuatif, Ketersediaan Bahan Baku Yang Berkualitas Juga Masih Terbatas. Strategi Yang Bisa Dilakukan Adalah Dengan Menggandeng Lembaga Atau Kelompok Tani Tanaman Obat Tradisional Untuk Menjangkau Komoditas Lain Di Luar Medan Medan Atau Provinsi Sumatera Utara. Upaya Lain Bisa Juga Melakukan Penanaman Varietas Bahan Baku Lebih Banyak Dan Yang Mudah Seperti Lengkuas, Jahe, Kunyit Dan Lainnya Yang Berkualitas Tinggi Sebagai Bahan Baku Alternatif Untuk Mengatasi Kelangkaan Bahan Baku Jamu Instan.
- f. Aktivitas Produksi Usaha Kecil Jamu Saat Ini Masih Bersifat Monoton Sehingga Tidak Banyak Variasi Produk Yang Dihasilkan Dan Masih Sangat Bergantung Pada Bahan Baku Lokal. Strategi Yang Dilakukan Adalah Dengan Mencari Potensi Daerah Atau Lokasi Lain Yang Bisa Mendukung Untuk Menghasilkan Bahan Baku Lain Yang Berpotensi Memberikan Kualitas Baik Bagi Produksi Jamu.
- g. Penguatan Modal Bagi Pengusaha Jamu Pada Sector Usaha Kecil Ditingkatkan Karena Saat Ini Hanya Mengandalkan Modal Sendiri Dan Tambahan Dana Dengan Pinjaman Dari Keluarga Atau Tetangga, Minim Akses Terhadap Lembaga Pembiayaan Besar Seperti Bank, Koperasi Dan Lainnya Sehingga Diversifikasi Dan Proses Produksi Juga Masih Terbatas. Perlu Dilakukan Strategi Pemberian Kredit Bahan Baku Bagi Produsen Atau Pengusaha Agar Dapat Membantu Pengusaha Mengembangkan Jenis Varian Jamu.
- h. Memperluas Kemitraan Dengan Tidak Hanya Mengandalkan Pengepul Atau Kelompok Tani Lokal Untuk Memperoleh Bahan Baku Melainkan Juga Perlu Mengembangkan

Kemitraan Usaha Dari Pihak Lain, Seperti Koperasi/KUD, Pengusaha Jamu Lainnya, Kelompok Tani Di Luar Medan.

Hasil Penelitian Ini Banyak Didukung Oleh Penelitian Terdahulu, Yang Menyebutkan Secara Umu Bahwa Usaha Kecil Jamu Membutuhkan Strategi Pengembangan Usaha Yang Tepat Agar Menjadi Besar Dan Lebih Beragam Untuk Menjaga Keberlangsungan Atau Keberlanjutan Jamu Sebagai Salah Satu Obat Herbal Yang Mendukung Pengobatan Alternative Di Kota Medan.

Penelitian Setyowati, Uchyani Fajarningsih, & Adi, (2012) Menyebutkan Dalam Penelitian Bahwa Strategi Pengembangan Usaha Jamu Instan Membutuhkan Penguatan Modal, Difersifikasi Produk, Kemitraan, Peningkatan Kemampuan Produsen Mengakses Bahan Baku Yang Berkualitas Dengan Harga Terjangkau. Fokus Utama Adalah Meningkatkan Kemampuan Pengusaha Dalam Diversifikasi Produk Menggunakan Bahan Baku Lokal Berkualitas Tetap Dengan Harga Terjangkau. Masyarakat Tetap Membutuhkan Jamu Sebagai Alternative Pengobatan Tradisional Yang Dianggap Murah Dan Terjangkau, Masyarakat Merasa Puas Tetapi Masih Belum Bisa Dipastikan Masyarakat Loyal Dan Mau Menempatkan Jamu Sebagai Alternative Pasti Untuk Pengobatan Menggantikan Pengobatan Modern Menggunakan Obat Farmasi (Muslimin Et Al., 2009)

Peningkatan Sumber Daya Manusia Sangat Dibutuhkan Untuk Mengelola Industri Obat Sebagai Salah Satu Strategi Untuk Pengembangan Potensi Industri Obat [6] Strategi Pengembangan Ini Berkaitan Dengan Potensi Pengusaha Karena Pengusaha Kecil Memiliki Keterbatasan Dalam Hal Pemodalannya Yang Berdampak Nilai Investasi Yang Rendah Pada Pemanfaatan Teknologi. Sektor Usaha Kecil Jamu Adalah Kelompok Yang Paling Memiliki Keterbatasan Itu, Sehingga Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) Harus Bisa Mendukung Keberlangsungan Usaha Para Pengusaha Kecil Agar Mampu Merangsang Tumbuhnya Usaha Kecil Obat Tradisional.

Perencanaan Strategi Jamu Perlu Diperhatikan Dan Dilaksanakan Dengan Konsisten, Dampaknya Adalah Perencanaan Strategi Yang Baik Mampu Meningkatkan Volume Penjualan Jamu Sehingga Jika Perencanaannya Tidak Baik Akan Berdampak Jelek Pada Jumlah Penjualan. [7] Dibutuhkan Ruang Lingkup Yang Luas Untuk Mengembangkan Usaha Sumber Daya Alam Untuk Tanaman Obat Dan Aromatic Yang Dipercaya Mampu Merawat Kesehatan Dan Kecantikan Sejak Jaman Dahulu. Perlu Dilakukan Berbagai Strategi Pengembangan Usaha Seperti Prngumpulan, Penanaman, Pengolahan, Pemasaran, Penambahan Nilai Dan Manufaktur [8] Obat-Obatan Herbal Sangat Dibutuhkan Karena Potensi Menjanjikan Untuk Mendukung Peningkatan Kesehatan Dan Kesejahteraan Konsumen (Mcchesney, 2001)

## **KESIMPULAN**

1. Kota Medan memiliki usaha kecil jamu yang memiliki peluang untuk dikembangkan semakin baik untuk meningkatkan penjualan yang berdampak pada keuntungan dan perkembangan ekonomi masyarakat atau pengusaha.
2. Beberapa alternative yang bisa dijadikan strategi pengembangan usaha kecil jamu ini adalah meningkatkan kemampuan produsen untuk melakukan diversifikasi produk dengan harga terjangkau, meningkatkan akses pasar bagi diversifikasi produk jamu yang dihasilkan, meningkatkan akses permodalan bagi pengusaha jamu, meningkatkan akses produsen untuk mendapatkan bahan baku yang berkualitas, meningkatkan ketersediaan bahan baku lokal dan memperluas mitra penyedia bahan baku, meningkatkan akses mitra untuk memperluas peluang memasarkan jamu hingga perluasan akses untuk mitra standarisasi produk jamu.
3. Meningkatkan keterlibatan petani bahan baku jamu tradisional dengan maksimal sebagai strategi efektif yang memberikan efek luas pada seluruh pihak yang terlibat pada pengembangan usaha jamu di Kota Medan

Sub judul ditulis dalam huruf kecil dan tebal.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- [2] H. Umar, *Strategic Management in Action*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- [3] F. David, *Manajemen Strategis: Konsep-Konsep, Versi Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Indeks, 2004.
- [4] R. . Siregar, T. Supriana, and S. Haryanti, "The Effect of Consumers' Perception to The Satisfaction of Use of Traditional Medicines in Medan," in *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science1*, 2018.
- [5] Salsabila and Supriana, "Strategies to Increase The Consumption of Traditonal Medicine in Medan," in *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 2018.
- [6] K. Pertanian, "Basis Data Ekspor dan Impor Komoditi Pertanian," *Database Kementerian Pertanian*, 2017. .
- [7] N. Setyowati, R. Uchyani Fajarningsih, and K. Adi, "Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Jamu Instan Di Kabupaten Karanganyar," *Caraka Tani*, vol. XXVII, no. 1, pp. 63–74, 2012.
- [8] L. Muslimin *et al.*, "Kajian Potensi Pengembangan Pasar Jamu," 2009.
- [9] R. Superani, M. Hubeis, and B. Purwanto, "Prospek Pengembangan Obat Tradisional Perusahaan Farmasi Skala Kecil Menengah (Kasus PT. Molex Ayus Pharmaceutical) Richtiarty Superani , Musa Hubeis dan Budi Purwanto," *MPI*, vol. 3, no. 2, 2004.
- [10] J. Supriyono, "Analisis Rencana Strategi, Pengembangan Pasar, Dan Kualitas Desain Terhadap Volume Penjualan Pada Jamu Ratu Cantik SMK Negeri 6 Semarang," *J. Manage.*, vol. 2, no. 2, pp. 4–5, 2016.
- [11] C. P. Kala, "Medicinal and Aromatic Plants: Boon for Enterprise Development," *J. Appl. Res. Med. Aromat. Plants*, vol. 2, no. 4, pp. 134–139, 2015.
- [12] J. D. McChesney, "Development of Herbal Medicinals: A Pharmaceutical Perspective," *J. Herb. Pharmacother.*, vol. 1, no. 2, pp. 51–79, 2001.