

LAPORAN TUGAS AKHIR

STRATEGI USAHA DISTRIBUSI PRODUK HERBAL PADA PT X
DI KABUPATEN BANTUL

Oleh:
Ayuni Nanda Utami
03.05.21.0180



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS HORTIKULTURA
JURUSAN PERTANIAN
POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN YOGYAKARTA-MAGELANG
KEMENTERIAN PERTANIAN
2025

STRATEGI USAHA DISTRIBUSI PRODUK HERBAL PADA PTX DI KABUPATEN BANTUL

Oleh:
Ayuni Nanda Utami

Intisari

Industri herbal di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring meningkatnya tren gaya hidup sehat dan kebutuhan masyarakat terhadap produk alami. PT X merupakan perusahaan distribusi produk herbal yang baru berdiri dan belum memiliki strategi usaha yang terstruktur. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi usaha distribusi produk herbal pada PT X. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif-kualitatif yaitu melalui analisis SWOT dan BMC, serta dengan pendekatan kuantitatif melalui AHP. Hasil pemetaan BMC baru menunjukkan bahwa PT X dapat memperluas segmentasi pelanggan melalui pemanfaatan platform digital dan kolaborasi dengan *reseller*, meningkatkan proposisi nilai dengan jaminan legalitas dan kualitas produk yang konsisten, serta memperkuat hubungan pelanggan melalui layanan digital yang responsif. Selain itu, aliran pendapatan menjadi lebih variatif dengan sistem penjualan daring, sumber daya utama ditambah dengan SDM digital marketing, dan mitra usaha diperluas melibatkan lebih banyak produsen herbal. Sedangkan strategi prioritas yang diperoleh dari metode AHP adalah meningkatkan saluran distribusi digital, memperkuat relasi dengan *reseller*, serta melakukan diversifikasi mitra produsen. Implementasi strategi ini diharapkan dapat memperkuat daya saing PT X dalam menghadapi dinamika pasar.

Kata kunci: AHP, BMC, Distribusi, Produk Herbal, SWOT

HERBAL PRODUCT DISTRIBUTION BUSINESS STRATEGY AT PT X IN BANTUL REGENCY

By:
Ayuni Nanda Utami

Abstract

The herbal industry in Indonesia experienced significant growth along with the rising trend of healthy lifestyles and the increasing public demand for natural products. PT X was a newly established herbal product distribution company that had not yet developed a structured business strategy. This study aimed to formulate a business strategy for the distribution of herbal products at PT X. The research employed a descriptive-qualitative with SWOT and BMC and quantitative approach with AHP. The results of the newly developed BMC mapping showed that PT X had the potential to expand its customer segments through the use of digital platforms and collaboration with resellers, enhance its value proposition by ensuring product legality and consistent quality, and strengthen customer relationships through responsive digital services. In addition, revenue streams became more diverse through online sales systems, key resources were supported by digital marketing personnel, and business partnerships were expanded to include more herbal producers. Meanwhile, the priority strategies identified through the AHP method were to improve digital distribution channels, strengthen relationships with resellers, and diversify producer partnerships. The implementation of these strategies was expected to enhance PT X's competitiveness in facing dynamic market challenges.

Keywords: *AHP, BMC, Distribution, Herbal Products, SWOT*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
DAFTAR PUBLIKASI.....	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	v
RIWAYAT HIDUP	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
Intisari	ix
<i>Abstract</i>	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	2
C. Batasan Masalah	2
D. Tujuan Penelitian	2
E. Manfaat Penelitian	2
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	3
A. Landasan Teori	3
B. Kerangka Berpikir.....	8
C. Definisi Operasional	9
BAB III METODE PENELITIAN	11
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	11
B. Pelaksanaan Pengambilan Data	11
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	16
A. Deskripsi Perusahaan	16
B. Analisis Bisnis Model Kanvas Saat Ini.....	16
C. Analisis SWOT pada Bisnis Model Kanvas	28
D. Strategi SWOT yang Dihasilkan.....	33
E. Penerapan Strategi SWOT pada Elemen Bisnis Model Kanvas	36
F. Bisnis Model Kanvas Alternatif untuk PT X.....	39
G. Penentuan Prioritas Strategi.....	41
H. Rencana Implementasi	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	46
A. Kesimpulan	46
B. Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	9
Gambar 3. 1 Template Business Model Canvas.....	12
Gambar 4. 1 Grafik Penerimaan PT X Bulan November 2024-Januari 2025.....	21
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PT X	22
Gambar 4. 3 Bisnis Model Kanvas PT X saat ini	27

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Analisis BMC dengan SWOT.....	13
Tabel 3. 2 Matriks SWOT.....	14
Tabel 3. 3 Kuesioner Perbandingan Berpasangan.....	14
Tabel 3. 4 Skala Penilaian Alternatif Strategi.....	15
Tabel 4. 1 Jumlah segmen PT X tercatat sistem.....	17
Tabel 4. 2 Spesifikasi Bahan Baku CV Y.....	18
Tabel 4. 3 Biaya Operasional PT X Bulan November 2024-Januari 2025.....	24
Tabel 4. 4 Biaya Investasi PT X.....	25
Tabel 4. 5 Analisis SWOT Pada BMC Saat Ini.....	31
Tabel 4. 6 Alternatif Strategi Usaha Distribusi PT X.....	32
Tabel 4. 7 Strategi SWOT dalam Pemetaan Bisnis Model Kanvas Baru.....	38
Tabel 4. 8 Bobot dan Prioritas Kriteria.....	41
Tabel 4. 9 Bobot dan Prioritas Subkriteria.....	42
Tabel 4. 10 Bobot dan Prioritas Alternatif Strategi.....	44
Tabel 4. 11 Implementasi Hasil Penelitian.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Wawancara	52
Lampiran 2. Kuesioner Penentuan Prioritas Strategi	54
Lampiran 3 Surat Adopsi	126

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. F. (2021). *Pengaruh Beban Kerja dan Konflik Kerja terhadap Kinerja Perawat pada Puskesmas Simpang Tiga Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru*. [Skripsi, Sarjana, Universitas Islam Riau].
- Abdullah, H. A., Roidah, I. S., & Syah, M. A. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Roti di CV Dalwa Roti Kabupaten Bangil. *Jurnal Berkala Ilmiah Agribisnis*, 13(2), 134–142. <https://doi.org/https://doi.org/10.33005/agridevina.v13i2.4542>
- Alifiyah, N., & Budiman, A. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Melalui Bisnis Model Canvas Kerajinan Tenun Pondok Pesantren Al-Falah, Ploso, Kediri. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalaindonesia.v1i3.610>
- Andirani, A. S., Febriani, M. F., Adittia, R., & Pekerti, R. D. (2022). Digitalisasi Pencatatan Keuangan dan Penyusunan Rencana Strategi sebagai Upaya Pengembangan UMKM “Dapur Almaira.” *Perwira Journal of Comunity Development*, 2(2).
- Dewati, R., & Saputro, W. E. (2020). Persepsi Konsumen terhadap Pembelian Produk Herbal di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 4. <https://doi.org/https://doi.org/10.32585/ags.v4i2.889>
- Donoriyanto, D. S., Indiyanto, R., Ratni Juliardi R, N. A., & Ali Syamsiah, Y. (2023). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Promosi *Online Store* pada Pelaku UMKM di Kota X. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 42.
- Entaresmen, R. A., & Pertiwi, D. P. (2016). Strategi Pemasaran terhadap Penjualan Produk Tabungan IB Hasanah di PT Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 9(1), 53–74. <https://doi.org/https://doi.org/10.25105/jmpj.v9i1.1416>
- Gilang Permata, E., Kusumanto, I., Nur, M., & Novita Sijabat, M. (2019). Analisis Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode SWOT dan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) untuk Meningkatkan Volume Penjualan. *Seminar Nasional Teknologi Informasi, Komunikasi, dan Industri 11, UIN Sultan Syarif Kasim Riau*, 12, 2579–5406.
- Halik, R. A. F., Rifin, A., & Jahroh, S. (2020). Pengaruh Kemitraan terhadap Kinerja Usaha Mikro dan kecil Tahu di Indonesia. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 8(2), 164–174. <https://doi.org/10.29244/jai.2020.8.2.164-174>
- Hasbi, A. R. (2018). Penentuan Prioritas Strategi Pemasaran Kopi Arabika (*Coffea Arabica*) di Kabupaten Bantaeng dengan Metode AHP (*Analitycal Hierarchy Process*). *Jurnal Manajemen*, 2, 24–30.
- Jumirin, J., & Lubis, Y. (2018). Pengaruh Biaya Operasional terhadap Peningkatan Pendapatan Operasional pada PT Pelabuhan Indonesia I (Persero) Cabang Belawan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 18(2), 162–177. <https://doi.org/10.30596/jrab.v18i2.3310>

- Karundeng, T. N., Mandey, S. L., & Sumarauw, J. S. B. (2018). Analisis Saluran Distribusi Kayu (Studi Kasus di CV Karya Abadi Manado). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Akuntansi*, 6(3), 1748–1757. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.2044>
- Khairunnisa, K., Daryanto, A., & Kirbrandoko, K. (2019). Strategi Pengembangan Pengelolaan Pasar oleh Perusahaan Daerah Pasar Pakuan Jaya: Pendekatan Bisnis Model Kanvas. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1). <https://doi.org/10.17358/jabm.5.3.501>
- Kurniawan, I. H. (2017). Analisis Sistem Pengendalian Persediaan Barang Dagang Berdasar Metode EOQ pada UD Bandung. *Jurnal of Chemical Information and Modeling*, 9(53).
- Lestari, S., Sadiyah, F. N., & Puspitojati, E. (2024). Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Jahe Emprit (*Zingiber officinale* var. *Amarum*) di Desa Sayutan Kecamatan Parang Kabupaten Magelang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 8(2).
- Liga Mayola, Afdhal, M., & Rita. (2023). *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dalam Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru. *Jurnal KomtekInfo*, 10(2), 81–86. <https://doi.org/10.35134/komtekinfo.v10i2.371>
- Mahulette, B. W., Karamoy, H., & Wangkar, A. (2020). Analisis Penerapan Sistem Pengendalian Manajemen dalam Usaha Meningkatkan Kinerja Manajer Produksi pada PT Citra Raja Ampat Canning. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Akuntansi*, 8(4), 1010–1017. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v8i4.31228>
- Malihah, L., Azizah, A., & Karimah, H. (2023). Pengaruh *Islamic Branding*, Label Halal, Label BPOM, terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dan Kosmetik. *OIKONOMIKA: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 4(2), 64–78. <https://doi.org/10.53491/oikonomika.v4i2.740>
- Mardiana, L. (2012). *Daun Ajaib Tumpas Penyakit* (S. Nugroho, Ed.). Jakarta: Penebar Swadaya.
- Merliana, N. P. E., Widyantara, I. M. O., Dewi, N. M. A. E., Saputra, K. O., & Widyanto, I. P. (2025). Analisa SWOT-AHP untuk Penentuan Strategi Pembelajaran Proyek dalam Pengembangan Pendidikan Karakter pada Sekolah Menengah Atas di Kabupaten Kapuas. *Jayapangus Press Cetta: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 8(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.37329/cetta.v8i1.3771>
- Nur'aini, E. D., Wahyuni, S., & Widodo, J. (2019). Strategi Saluran Distribusi Obat Tradisional pada PT Karya Pak Oles Tokcer. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(2), 55. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i2.10680>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Perdana, A. R. A. (2021). Penerapan Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT dan Metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*) (Studi Kasus Kedai Kopi Bang Raden Kota Bekasi, Jawa Barat). [Skripsi, Sarjana, Universitas Brawijaya].

- Pramono, J. S., Surura, H. N., Mastari, E. S., Ernas, S. M., Pariawan, I., & Agustiawan. (2024). *Perkembangan Pengobatan Berbahan Herbal di Indonesia* (1st ed.). Indramayu: PT Adab Indonesia.
- Pujiastuti, Y., & Rinwantin, R. (2024). Efek Pemilihan Saluran Distribusi Digital pada Keputusan Pembelian Produk UMKM Garmen di Kota Semarang. *Journal of Economic and Banking*, 6(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.35829/econbank.v6i1.361>
- Rafles Manurung, B., & Ramadhan, F. (2022). Pemilihan Lokasi Kedai Kopi Menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dan *Simple Additive Weightening* (SAW). *Prosiding Diseminasi Fakultas Teknologi Industri*. Institut Teknologi Nasional Bandung.
- Rahayu, V. P., Astuti, R. F., Mustangin, M., & Sandy, A. T. (2022). Analisis SWOT dan *Business Model Canvas* (BMC) Sebagai Solusi dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner. *International Journal of Community Service Learning*, 6(1), 112–121. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v6i1.40965>
- Rizan, M., Dimuk, M., Fauzan Kamal, A., Setiabudi, D., Nisa Azizy, F., Marlina, H., Abdurrahman, H., Arief Indrajaya, J., Sari, M., Faozi Fatoni, N., Mekar Sari, P., Karnia Lakamudi, R., Gumilang Pratama, R., Adi Sanjaya, R., Agus Setiani, S., & Indira Sari, U. (2023). *Strategi Bisnis di Era Digital* (A. Masruroh, Ed.). Bandung: CV Widiana Media Utama. Diakses pada 12 Oktober 2024 dari www.freepik.com
- Saaty, T. L. (1991). *Pengambilan Keputusan Bagi Para Pemimpin: Proses Hierarchy Analitik untuk Pengambilan Keputusan dalam Situasi yang Kompleks* (Peniwati K., Ed.; L. Setiono, Trans.). Jakarta: PT Pustaka Binaman Pressindo.
- Safitri, L. (2020). Analisis SWOT Pengembangan Industri Konveksi Perusahaan Kogaya dalam Menghadapi Barang Import dari China. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Sistem Informasi*, 1(6). <https://doi.org/10.31933/JEMSI>
- Shabrina, V. G. (2019). Pengaruh Revolusi Digital terhadap Pemasaran dan Perilaku Konsumen. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 1(2). <https://doi.org/10.25008/jpi.v1i2.16>
- Simange, C., Tawas, H. N., & Roring, F. (2023). Analisis Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek, dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian di Alfamidi Kecamatan Tobelo Tengah. *Jurnal EMBA*, 11(3), 761–771. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.50226>
- Sugarda, Y. B. (2020). *Panduan Praktis Pelaksanaan Focus Group Discussion Sebagai Metode Riset Kualitatif* (1st ed.). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (19th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, R., Wahyuddin Azizi, Z., & Rembang, S. Y. (2020). Pengaruh Kemasan, Label Halal, Label Izin P-IRT Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Kerupuk Ikan. *Journal in Riset Ekonomi Manajemen* (Vol. 3).
- Sutrisno, E., Kusmiati, K., & Alfatih, M. (2025). Strategi Prioritas Pengembangan Usaha Penggemukan Sapi Potong di Kota Tanjungpinang dengan

- Menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis)*, 10(2), 119. <https://doi.org/10.37149/JIA.v10i2.1786>
- Tegar, N. (2021). *Panduan Lengkap Manajemen Distribusi: Mendalami Strategi Distribusi untuk Menghadapi Persaingan di Era 4.0* (A. Ishartadi, Ed.). Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Tinambunan, A. P., Sipahuntar, R., & Manik, S. M. (2022). Pengaruh Beban Kerja dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan* 8(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.54367/jrak.v8i1.1756>
- Triwibowo, E., & Jumiatusun. (2019). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Biaya Distribusi terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Akuntansi Bisnis* 1(4).
- Wahyuni, A. S. (2015). *Predatory Pricing: Persaingan Harga Minimarket dan Gadde-Gadde dalam Metafora Cerpen*. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma JAMAL*, 6(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18202/jamal.2015.08.6019>
- Wahyuningsih, S. (2019). Pengaruh Pelatihan dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan. [Skripsi, Sarjana, Universitas Dharmawangsa Medan].
- Widyawati, N. (2024). *Teori dan Penerapan Bisnis Model Canvas Pada UMKM* (N. Widyawati, Ed.). Jawa Timur: Scopindo Media Pustaka.
- Yunita, O., & Krisnawan, A. H. (2023). *Digitalisasi Usaha Herbal* (1st ed.). Yogyakarta: Deepublish.